

## Informe Previo sobre el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2009-2013

Fecha de aprobación:  
*Pleno 28 de enero de 2009*

**Informe Previo 1/09**  
**sobre el Plan Estratégico de Turismo**  
**de Castilla y León (2009-2013)**

Con fecha 2 de enero de 2009 se solicita del Consejo Económico y Social por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León la emisión de Informe Previo sobre el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León, 2009-2013.

Se acompaña la documentación que ha servido para la elaboración del Plan.

La solicitud del Informe se realiza en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 36.a) de la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, que establece expresamente que en el procedimiento de elaboración de la planificación turística autonómica se deberá oír al Consejo Económico y Social, audiencia que, según la normativa propia del CES, se efectúa a través de la emisión de la figura del Informe Previo.

La Comisión de Desarrollo Regional del CES, en su reunión del día 16 de enero de 2009, elaboró el presente Informe, siendo posteriormente remitido a la Comisión Permanente, que después de su deliberación en la reunión de 22 de enero de 2009 acordó elevarlo al Pleno del CES que aprobó el Informe en sesión de 28 de enero de 2009.

## Antecedentes

### a) Comunitarios

- No existe una política turística comunitaria, como tal sino que, las acciones de la Comunidad en este ámbito dependen de la competencia genérica que el artículo 3 del Tratado Constitutivo le atribuye con objeto de alcanzar sus fines, entre los que están la promoción del desarrollo económico y el crecimiento sostenible. Esta competencia genérica no está acompañada de poderes concretos de actuación, si bien el carácter multidisciplinar del turismo hace que muchas decisiones comunitarias tengan repercusión en este ámbito.
- Directiva Europea de Servicios, D. 2006/123/CE del Parlamento Europeo y el Consejo, modificando o derogando aquellos preceptos de la normativa que en materia de turismo supongan un obstáculo a la libertad de establecimiento y a la libre prestación de servicios.

### b) Estatales

- *Plan del Turismo Español “Horizonte 2020”*, de 18 de febrero de 2008, que es un documento de revisión estratégica del sector turístico para hacer frente a los retos y tendencias que se avecinan. Se desarrolla en tres fases (*fase I*, análisis de la situación actual y de las tendencias de futuro, ya finalizada; *fase II*, donde se formularán planteamientos concretos a partir de grupos de expertos, foros y encuestas, actualmente en tramitación y *fase III*, diseño de una estrategia).
- *Plan de Turismo Español 2008-2012*, que es una plan-marco basado, principalmente en la creación de alianzas en el partenariado público-privado para la búsqueda de beneficios mutuos en la creación de soluciones innovadoras, partiendo del conocimiento acumulado y de una actitud de adaptación continua que permita al sector turístico español seguir liderando el mercado.

### c) Autonómicos

#### De Castilla y León

- *Estatuto de Autonomía de Castilla y León*, aprobado por L.O. 14/2007, de 30 de noviembre de Reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León, en su Título V “Competencias de la Comunidad”, artículo 70. 26<sup>a</sup>, reconoce como competencia exclusiva de la misma “La promoción del turismo y su ordenación en el ámbito de la Comunidad”.
- *Ley 10/1997*, de 19 de diciembre, de turismo de Castilla y León, recoge la planificación turística y sus principios como instrumento de promoción del turismo dentro y fuera del ámbito de la Comunidad y atribuye las funciones de coordinación, planificación y promoción a la Dirección General de Turismo y a la empresa pública SOTUR, S.A. Esta Ley, dedica en su Título V, los Capítulos I y II a la planificación.
- *Plan Regional para el Desarrollo Turístico de Castilla y León, de 4 de agosto de 1994*, marcó las orientaciones en política turística hasta el año 2000. De contenido amplio, reguló de forma muy completa la actividad turística, con anterioridad a la Ley de Turismo de Castilla y León y, a la vez, supo dotarse de la suficiente flexibilidad como para permitir la acomodación de las actuaciones a las cambiantes circunstancias del fenómeno turístico
- *Plan de Turismo de Castilla y León 2002-2006* aprobado por Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Junta de Castilla y León de 10 de enero de 2002 (BOCyL nº 11, de fecha 16 de enero de 2002), pudo ya contar con el marco legal de la Ley de Turismo de Castilla y León y con la experiencia del Plan anterior y de numerosas regulaciones puntuales en materia de turismo rural, gastronomía, eventos concretos, divulgación de la imagen turística, etc. Este Plan analizó la situación del turismo en la Comunidad, estableció unos principios básicos y fijó objetivos y programas de actuación, contemplando el fenómeno de la globalización como factor a considerar.

#### **d) De otras Comunidades Autónomas**

Las actuaciones de las Comunidades Autónomas españolas en la actualidad, pueden clasificarse, según los instrumentos que utilizan, en tres grupos diferentes:

- Comunidades Autónomas que realizan la ordenación del turismo desde instrumentos de ordenación territorial. Es el caso de las Islas Baleares, Islas Canarias, Región de Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía, Cataluña, País Vasco, Asturias y Aragón.
- Comunidades Autónomas que realizan la ordenación del turismo desde instrumentos diferentes de los de ordenación territorial, pero teniendo en cuenta la misma. Estas Comunidades son Castilla y León, Galicia, Navarra y Extremadura.
- Comunidades Autónomas que llevan a cabo la ordenación del turismo al margen de la ordenación territorial, como en el caso de Cantabria, Madrid, La Rioja y Valencia.

#### **e) Otros antecedentes**

- Dictamen del CES sobre el Plan de Turismo de Castilla y León 2002-2006 en su Dictamen 8/01, de 12 de diciembre de 2001.
- El Plan sobre el que se informa ha sido ampliamente participado por el Consejo Regional de Turismo y por un gran número de agentes públicos y privados, Universidades, asociaciones empresariales y sindicales, etc., tal y como consta en la Memoria que acompaña al mismo.

## Observaciones Generales

**Primera.-** El CES confía en que la planificación, como instrumento plurianual que da continuidad a una política sobre la materia, sea un elemento apropiado para orientar estratégicamente una actividad tan dinámica, competitiva y variada en sus manifestaciones como es el turismo.

Además de aprender de la propia experiencia a través de los sucesivos Planes Regionales de Turismo, se cuenta, como aparece previsto en el Plan, con un análisis continuado del fenómeno turístico, tanto en el ámbito de la Comunidad como en el de su entorno, confiado al denominado *Centro de Análisis Turístico*, con lo cual se estará en mejores condiciones para lograr la eficiencia a la hora de situar iniciativas regionales en la línea de salida de cada nueva tendencia, con lo que las oportunidades de éxito del sector se incrementarán.

**Segunda.-** El CES considera que el punto 3 del Plan referido a “*diagnóstico del sector turístico*”, precisa en algunos de sus análisis -en el 3.2 *tendencias del sector turístico* y, más concretamente, en la previsión de crecimiento-, un replanteamiento de dicha previsión ante la actual situación económica internacional, pues los escenarios que contempla ya no son realistas.

Asimismo cabe señalar la ausencia en el Plan de alguna referencia a los resultados obtenidos en el Plan anterior, cuya vigencia finalizó en el año 2006 y que seguramente habrán sido tenidos en cuenta en la elaboración de este nuevo Plan.

**Tercera.-** El Plan adapta su estructura, como no puede ser de otro modo, a lo previsto en la *Ley 10/1997 de Turismo de Castilla y León* en cuanto a objetivos, contenidos mínimos, principios y programas a que se refieren los artículos 38 a 42 de la Ley.

El carácter de continuidad que debe tener este Plan para no perder la eficacia de medidas que ya se vienen aplicando (por ejemplo aquellas tendentes a afianzar el turismo interior), obliga a reiterar algunas actuaciones, al tiempo que plantea otras novedosas como contar con la nueva realidad del AVE o crear el mencionado *Centro de Análisis Turístico de Castilla y León*, entre otras.

El Plan parte de explicar la *misión del turismo* en Castilla y León y ofrece una orientación estratégica, que aspira a diferenciarse del resto de ofertas y se apoya en fortalecer una *marca asociada a Castilla y León*, en contar con la participación del propio turista, utilizar en mayor medida las nuevas tecnologías y contar con la iniciativa privada.

Continúa estableciendo unos *principios*, que son: enfoque del cliente, cooperación y eficacia, orientación al cambio, confianza y compromiso. Estos principios son informadores de los Ejes y Programas sobre los que pivota el Plan.

Antes de recoger los ejes y programas, el Plan, en su punto 3, realiza un *diagnóstico del sector turístico* en el que se estudian las tendencias del mismo, los nuevos modelos de desarrollo turístico, los cambios más recientes de la oferta turística con más futuro, entre otros aspectos.

Se completa este estudio de la situación del sector con un *análisis DAFO* referido a Castilla y León en el que se identifican las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que el sector presenta en la actualidad.

Seguidamente, en el punto 4, se fijan los *Ejes de actuación y los Programas estratégicos* que desarrolla el Plan para alcanzar sus objetivos. Se incorporan también los Programas ejecutivos sobre la base de lo establecido en el artículo 38 de la *Ley 10/1997 de Turismo de Castilla y León* y son cuatro: Programa de diversificación de la oferta turística; Programa de calidad de la oferta turística; Programa de formación turística y Programa de promoción y difusión turística.

Finalmente aparece previsto en el punto 5 el *seguimiento y control de los resultados* para medir el grado de cumplimiento de los objetivos. En el proceso de control se establecen, en primer lugar, los criterios de medición; en segundo lugar se fijan los procedimientos de comparación entre los resultados reales y los deseados y, en tercer lugar se analizarán las causas de las desviaciones y se propondrán medidas correctoras.

**Cuarta.**-El primer eje del Plan Estratégico se denomina *Economía Turística y Competitividad* y se basa en el convencimiento de la necesaria actuación conjunta del sector privado y de las Administraciones Públicas en el proceso de creación de productos turísticos en destino.

Se establecen en este Eje del Plan Estratégico las bases para el liderazgo y coordinación del sector público y para la integración de productos y servicios del sector privado, fijándose cuatro programas estratégicos asociados a este eje:

- *Programa de Conocimiento e inteligencia de mercados*, que persigue generar un sistema que aporte información adaptada al destino, así como el conocimiento necesario a los distintos actores, tanto públicos como privados involucrados en la toma de decisiones.
- *Programa de Empleo y Formación*. Se basa en el convencimiento de que gran parte de la competitividad del turismo de Castilla y León depende de cómo se lleve a cabo la gestión de los recursos humanos y de su formación. Esta idea ya existía en los anteriores planes de turismo de nuestra Comunidad Autónoma, pero se considera de tal importancia que parece conveniente insistir en ella.
- *Programa de Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad*. Se persigue una adaptación generalizada a las nuevas tecnologías que mejore la competitividad del modelo turístico de Castilla y León.

- *Programa de Desarrollo normativo.* Se parte de la idea de que la existencia de un adecuado marco normativo que refuerce los derechos de los clientes y eleve la calidad de los servicios turísticos puede favorecer la iniciativa, la innovación y la competitividad del tejido turístico empresarial y elevar la confianza de los clientes en la oferta turística.

**Quinta.-** Otra idea central del Plan que se informa, establecida como un segundo eje, es la *Integración de la Oferta* que busca, sobre todo, la identificación y diferenciación de la Comunidad de Castilla y León como destino turístico.

Para ello, se fijan cuatro programas:

- *Programa de Desarrollo de la oferta turística,* cuya idea central es fomentar el desarrollo y la gestión de una oferta competitiva y favorecer al mismo tiempo la creación de productos capaces de reducir la estacionalidad turística en nuestra Comunidad.
- *Programa de Calidad Funcional,* basado en el hecho de que el cliente en un servicio turístico, suele dar mucha importancia a las relaciones y el trato con los empleados que prestan el servicio, incluso por encima de la calidad técnica de los propios recursos.
- *Programa de Señalización e información turística.* El objetivo perseguido viene de muchos años atrás y ahora se trata de consolidar y potenciar el proceso de mejora de las infraestructuras de transportes y comunicaciones, así como la señalización de las áreas turísticas.
- El último *programa* de este eje es el de *Sostenibilidad* del destino y persigue un objetivo muy amplio, como es establecer un modelo de crecimiento que garantice la protección y conservación de los recursos turísticos y que haga posible el desarrollo económico territorialmente equilibrado.

**Sexta.-** El Plan se caracteriza esencialmente por una mayor aproximación al cliente que, en definitiva, es el beneficiario del sector turístico, implicando al mismo en los productos turísticos y fija como el tercero de los ejes principales la *Orientación al cliente.*

Los programas estratégicos vinculados a este eje también son cuatro:

- *Programa de Arquitectura de marca y posicionamiento*, basado en que la imagen de marca que un destino proyecta en su público potencial es uno de los pilares en los que se apoya la creación de valor al cliente.
- *Programa de Producto turístico*, basado en la idea de desplegar una cartera multiproducto que, a través de la innovación, sea capaz de generar la personalización de la oferta y adaptarse al nuevo perfil del turista.
- *Programa de Comunicación*, que busca reforzar las acciones de marketing dirigidas al cliente final y potenciar la imagen de marca Castilla y León como destino turístico.
- *Programa de Promoción y Cooperación comercial*, con el que se pretende transformar los procesos de gestión comercial, ajustando el modelo operativo a la realidad de la nueva economía turística.

## **Observaciones Particulares**

Se plantean estas observaciones siguiendo la estructura del propio Plan, que se divide en cinco apartados:

### **Primera.- (1. Misión y orientación estratégica)**

En este primer apartado se recoge la intención o propósito del Plan y se realiza una valoración del sector turístico, por cuanto el mismo sirve para aprovechar los innumerables recursos patrimoniales de interés cultural o artístico y medioambientales que posee la Comunidad, poniendo en valor los mismos y destacando el hecho de que es particularmente apto para dinamizar el medio rural. Más adelante, en el *apartado 3 del Plan* (diagnóstico del sector turístico), se completa la valoración con una mención al papel del sector turístico en la aportación a la economía directamente y a través de otros subsectores relacionados.

A juicio del CES merece destacarse la toma de conciencia que en este apartado se hace de contar con todos los actores involucrados en el sector, y particularmente con la iniciativa privada, pues es ésta la que de hecho desarrolla la actividad turística, correspondiendo a la Administración crear las condiciones necesarias y actuar conjuntamente con el sector privado, con un carácter complementario para hacer viables los proyectos turísticos.

El CES entiende que debería hacerse también una referencia expresa a los trabajadores y trabajadoras del sector como partes implicadas en el desarrollo de la actividad turística.

El Consejo quiere resaltar la importancia que han tenido los Grupos de Acción Local en el desarrollo del medio rural de Castilla y León, y en especial en el sector turístico, tanto de las actuaciones promovidas por la iniciativa privada como por la pública.

Apuesta el Plan por una estrategia orientada hacia la diferenciación de otras ofertas competitivas, con apoyo en una “marca” propia de Castilla y León, contando con los avances tecnológicos y con el propio destinatario.

Al tiempo que se trata de lograr cuotas de mercado para el turismo regional en un espacio cada vez de mayor competitividad, debe prestarse especial atención a no descuidar aquellos destinos turísticos en los que la Comunidad ya cuenta con buenos resultados (turismo cultural, rural, paisajístico). Estos segmentos han de afianzarse, fidelizando a los viajeros e incrementando la calidad de la oferta.

El turismo se extiende y avanza como actividad social y de ocio y debe de ser considerado un derecho accesible a todos. Esto hace que vayan a existir yacimientos de nuevos clientes, impensables hasta hace poco, lo cual requerirá la creación de nuevos productos dotados de la flexibilidad necesaria para adaptarse a las necesidades de esa nueva demanda.

### **Segunda.- (2. Principios Generales)**

Son los criterios clave que orientan la elaboración de los ejes y de los programas del Plan. A ellos se refiere la Ley, 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León cuando habla de principios de planificación.

Los principios generales que recoge el Plan son: *Enfoque al Cliente; Cooperación y Eficiencia; Orientación al Cambio; Confianza y Compromiso y Participación de la Sociedad.*

La selección parece acertada a criterio del CES, pues aparece la persona como actor y destinatario de la actividad turística, en su doble faceta de promotor o de turista, y se apuesta por la innovación y el desarrollo sostenible del modelo turístico.

### **Tercera.- (3. Diagnóstico del sector turístico)**

La fase previa de diagnóstico es clave para acertar en el diseño del Plan, pues resulta imprescindible contar con un adecuado análisis de la situación del sector sobre el que se va a actuar para garantizar la eficacia de la acción planificadora.

Sin embargo, como ya se ha dicho en la Observación General Segunda de este Informe, a juicio del CES resulta necesaria una revisión actualizadora de algunas previsiones contempladas en este punto para recoger la actual situación económica internacional.

Sí cuenta el Plan con los principales indicadores para disponer de un análisis suficientemente completo sobre la actual coyuntura turística (cifras que indican el peso de este sector estratégico, tendencias detectadas en la oferta, en los gustos de los turistas, nuevos productos y modelos de desarrollo turístico, el tirón de las agencias *on line* y los cambios en la comercialización turística, entre otros).

El análisis de la situación del sector se completa con una tarea de campo consistente en la realización de entrevistas a diferentes agentes del sector y con un *análisis DAFO* (apartado 3.3) en el que se identifican las oportunidades del sector en Castilla y León a partir de las fortalezas con las que cuenta y también las debilidades y amenazas del sector, que habrán de corregirse.

Desde el CES cabe observar como este análisis DAFO revela la persistencia de algunos aspectos que ya se venían poniendo de relieve en el anterior Plan de Turismo, 2002-2006, tales como: insuficiente proyección a escala internacional, dependencia excesiva del turismo de interior, estancias cortas, mala señalización, etc. Sobre estas debilidades habrá de actuarse con especial énfasis, para evitar que terminen consolidándose como estructurales.

Por el contrario, resulta satisfactorio el sostenimiento de la respuesta turística de interior a nuestra oferta turística, en tipologías relacionadas con el patrimonio histórico, cultural y medioambiental de la Comunidad.

El análisis DAFO revela que existen muchas y variadas oportunidades que van a permitir iniciativas con posibilidades de éxito en la Comunidad y se plantean una serie de retos a los que deberá enfrentarse Castilla y León en los próximos años.

Dentro del apartado debilidades del análisis DAFO se establece como una de ellas, el escaso atractivo profesional por la dedicación horaria requerida. El CES considera, que no es ésta la única causa y por ello propone añadir en ese punto “la falta de una carrera profesional, además de un muy bajo reconocimiento de la mayoría de las profesiones de este sector”.

Dentro del apartado oportunidades del análisis DAFO, el CES considera que se debería incluir como un punto más, la creación de un Centro de Innovación y Desarrollo en Turismo y Hostelería fomentando la I+D+i en el sector.

En el mismo apartado de oportunidades del análisis DAFO, el CES propone añadir un nuevo punto con la siguiente redacción: “la apuesta por la cualificación del capital humano, aplicando políticas de formación específicas y genéricas, vinculadas a las necesidades de las empresas del sector, con una orientación práctica, potenciando el modelo de aprendizaje a lo largo de la vida”.

En el apartado 3.4 del Plan, *Retos del sector turístico de Castilla y León* se propone la inclusión, como un reto más del siguiente: fomentar una mejora en las relaciones laborales.

Con respecto al reto denominado *Formación de los Recursos Humanos*, el CES entiende que se debería aprovechar este momento para implantar en la oferta formativa de Castilla y León el nuevo Sistema Nacional de Cualificaciones Profesional.

Con respecto al reto *Simplificación y actualización de la normativa*, en el Plan se recomienda la creación de una serie de grupos de trabajo, formados por expertos y representantes de los distintos subsectores turísticos, en los que se pretende recoger los principales factores críticos del desarrollo turístico y su óptima plasmación en la normativa.

El CES solicita la participación de los agentes económicos y sociales más representativos en los mencionados grupos de trabajo, por aplicación de la Ley 8/2008, de 16 de octubre, para la creación del Consejo del Diálogo Social y Regulación de la Participación Institucional.

#### **Cuarta.- (4. Ejes y programas estratégicos).**

La *Ley de Turismo de Castilla y León* recoge en su *artículo 38* la obligación de desarrollar el Plan de Turismo a través de Programas ejecutivos, estableciendo como mínimo los cuatro que enumera la Ley de Turismo (diversificación de la oferta turística, calidad de la oferta turística, formación turística y promoción y difusión turística), y permitiendo incorporar otros “*que resulten necesarios*”.

El Plan incorpora los anteriores programas ejecutivos, a veces con otra denominación y desdoblándolos en dos de los casos (“*Diversificación de la Oferta Turística*” se desdobra en “*Desarrollo de la Oferta*” y “*Producto Turístico*” y, “*Promoción y Difusión Turística*” se desdobra en “*Comunicación al Cliente Final*” y “*Promoción y Cooperación Comercial*”), pero manteniendo las medidas específicas asignadas a cada uno de ellos en los artículos 39 y siguientes de la citada Ley de Turismo.

Junto a los anteriores programas obligados, el Plan plantea seis programas más, al considerarlos necesarios para lograr los objetivos del mismo. Estos programas son: Plan de Conocimiento e Inteligencia de Mercados, Plan de Innovación, Desarrollo Tecnológico y Competitividad, Plan de Desarrollo Normativo, Plan de Señalización e Información Turística, Plan de Sostenibilidad y Plan de Arquitectura de Marca y Posicionamiento.

En total el Plan cuenta con 12 Programas y 77 acciones, esto es, 5 programas y 20 acciones más que el anterior Plan 2002-2006, agrupando los Programas en los tres grandes ejes a los que se ha hecho referencia en las Observaciones Generales.

Aunque los objetivos aparecen asignados a cada programa, el CES considera que podría resultar conveniente que se incorporaran al propio documento del Plan unos objetivos generales, tal y como se hace en la Memoria que los acompaña (pág. 10).

**Quinta.- (Acciones comprendidas dentro del Eje de Economía Turística y Competitividad)**

El CES valora positivamente la *creación de un Centro de Análisis Turístico*, en el seno del Consejo de Turismo de Castilla y León en el que participarán los expertos del sector y las Administraciones implicadas, que servirá para analizar de forma continua la evolución del turismo en Castilla y León, y que podría desarrollar, entre otras funciones, un seguimiento continuo de los resultados de este Plan Estratégico, de forma que las desviaciones registradas sobre los objetivos previstos podrían ser corregidas en menos tiempo. No obstante, el CES entiende que también deben participar en este nuevo Centro los Agentes Económicos y Sociales más representativos.

Dentro del *Programa de Empleo y Formación*, a criterio del CES deberá completarse la idea central del mismo (idea fuerza), con una mención a la calidad en el empleo y a la búsqueda del reconocimiento social de los profesionales del sector

Dentro de los objetivos de este mismo programa aparece el de mejorar la imagen de los empleados del sector, objetivo que comparte este Consejo sustituyendo “empleados” por “profesionales”.

Por lo que se refiere a la Mesa del mercado de trabajo turístico prevista en la acción AC01 del Programa de *Empleo y Formación* de este eje, el CES considera que debería suprimirse la expresión “trabajo” de su denominación, que debería ser “Mesa de la formación en materia de turismo de Castilla y León” y, lógicamente, en la descripción de la acción, centrarse en esta materia, suprimiendo las alusiones al mercado de trabajo. En todo caso, el CES considera esencial también la presencia en esta Mesa de las Organizaciones Sindicales.

Respecto a la acción AC 04 *Fomento de la Formación Continua*, el CES pretende incorporar un nuevo punto en el Plan Global de Formación con la siguiente redacción: implantación de un itinerario informativo que permita la mejora de la

empleabilidad, el desarrollo profesional y la cualificación de los profesionales del sector.

Dentro de las acciones del *Programa de Empleo y Formación* (correspondiente a este mismo Eje), en opinión de este Consejo, debería suprimirse la acción AC 05 (protocolo de gestión de recursos humanos en el sector turístico), trasladando el contenido de esta medida al ámbito de la negociación colectiva entre las partes legitimadas en el sector.

También dentro de este primer Eje, destaca por novedoso el *Programa de Desarrollo normativo*, que busca favorecer el desarrollo del sector turístico de Castilla y León. Se valora positivamente la acción propuesta de avanzar en la protección y comunicación de los derechos del cliente, ya que con ello se ayudará a reducir los riesgos percibidos por el viajero y se favorecerá la toma de decisiones a favor de Castilla y León como destino turístico.

#### **Sexta.- (Acciones comprendidas dentro del Eje de Integración de la Oferta)**

El CES comparte la opinión sobre la importancia de la certificación *Marca de Calidad Turística Española*, que empieza a ser reconocida a nivel nacional e internacional y valora positivamente el objetivo recogido en este Plan de impulsar a las empresas turísticas para la obtención de esta certificación. No obstante entiende que el concepto de calidad debe entenderse como calidad integral, que incluya la atención al cliente desde todos los puntos de vista, calidad en los accesos y calidad para la sostenibilidad.

En este mismo sentido, el CES considera que la creación de una delegación del *Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en Castilla y León*, debe ser aprovechada al máximo para instaurar la cultura de calidad en el tejido empresarial turístico de nuestra Comunidad.

En este mismo Eje, y dentro del Programa de *Desarrollo de la oferta*, se puede destacar el hecho de que, junto a aquellas acciones destinadas a la búsqueda de productos con potencial de crecimiento y otros emergentes, se recogen otras tendentes a consolidar los productos turísticos que ya cuentan con una buena posición. Esta estrategia permitirá contar con una oferta diferenciada de productos turísticos.

A este respecto, el CES considera imprescindible que se establezca definitivamente una nueva tipificación de los alojamientos rurales, para adaptarlo a las nuevas circunstancias de esta modalidad turística.

Este Consejo considera necesario reforzar el Programa de *Señalización e información turística*, ya que, a pesar de los avances registrados en los últimos años, el estudio DAFO sigue señalando como debilidad este aspecto, siendo imprescindible mejorarla si se pretende facilitar el acceso de viajeros a las áreas turísticas.

Merece destacarse también, dentro de este mismo programa, la acción prevista de aprovechar la Red de Oficinas de Turismo para, en su seno, crear una red de información cultural, con el objetivo de promocionar las actividades artísticas y culturales y para crear rutas culturales.

Por otra parte, en el Programa de *Sostenibilidad del destino*, el CES considera muy apropiado el apoyo para que los Espacios Naturales Protegidos consigan la *Carta Europea de Turismo Sostenible* como medio de reconocimiento europeo del compromiso de llevar a la práctica una estrategia local a favor de un turismo sostenible.

Asimismo se considera conveniente implicar a las empresas turísticas en la consecución del distintivo de procedencia “*Marca Natural*” de los servicios turísticos que presten en los Espacios Naturales Protegidos, como estímulo para que el modelo

de desarrollo turístico resulte compatible con la conservación de los recursos naturales.

**Séptima.- (Acciones comprendidas en el Eje de Orientación al Cliente)**

En lo que se refiere al *Eje de Orientación al Cliente*, el CES desea destacar la importancia de definir adecuadamente la imagen de marca turística de Castilla y León, como instrumento para que la Comunidad se identifique como destino turístico en los mercados.

En este sentido, desde el CES se considera necesario un esfuerzo especial para dar a conocer la marca de Castilla y León como destino turístico fuera de las fronteras españolas, como un producto vinculado a la marca España que ya goza de buena imagen y elevado grado de notoriedad en el mercado turístico.

En el Plan se incluye un Programa dedicado al *Producto turístico*, y a este respecto el CES considera imprescindible diversificar la oferta de *productos turísticos* para contrarrestar la estacionalidad turística que caracteriza esta actividad en nuestra Comunidad Autónoma. Por ello, valora positivamente la elaboración de un plan de innovación que sirva de base para el desarrollo de nuevos productos.

Este Consejo entiende que para conseguir unos mejores resultados del turismo en Castilla y León, resultaría muy conveniente crear y fortalecer unas relaciones duraderas con los clientes o turistas, mejorando la *comunicación con el cliente*, lo que permitirá un mejor conocimiento de la oferta.

**Octava.- (5. Seguimiento y control de resultados)**

En esta parte del documento se establecen una serie de elementos para realizar un seguimiento que comprende, desde la fijación de los criterios de medición hasta el análisis de las desviaciones que se produzcan, pasando por los

procedimientos de comparación entre los resultados perseguidos y los realmente obtenidos.

El CES entiende que el seguimiento y el control de un Plan constituyen elementos esenciales del mismo, por lo cual deben formar parte del propio documento de planificación, y en este sentido, valora positivamente la inclusión de los mismos, al tiempo que recomienda que el seguimiento se lleve a cabo desde el inicio mismo del período de planificación, de manera continua y permanente, tratando de incorporar lo antes posible las medidas correctoras que resulten precisas para acercarse lo más posible a los objetivos pretendidos.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

**Primera.-** El CES *valora positivamente la apuesta que desde la Administración de la Comunidad se hace por un sector* que ha venido representando en los últimos años una aportación sostenida al conjunto de la economía de Castilla y León.

En la actual coyuntura económica resulta tanto más necesario apoyar una actividad *capaz de generar riqueza y empleo*, de aprovechar recursos muy variados de los que dispone la Comunidad, y que resulta *estimuladora de otros subsectores* y ámbitos ligados al turismo (hostelería, transportes, infraestructuras, Universidades, patrimonio, medio rural, etc.).

**Segunda.-** Consecuentemente con lo indicado en la Observación General Segunda, el CES propone una *revisión actualizadora de algunos aspectos* del punto 3. *“diagnóstico del sector turístico”* y, en concreto, de las previsiones de tendencias y cambios en la oferta turística al objeto de aproximarlos al escenario real en el que se desenvuelve la economía actualmente.

En la actualidad no es realista hablar de una “*ralentización del crecimiento en las economías de la zona euro*” o de un “*pronóstico para la década 2008-2017, con crecimientos sostenidos en torno al 4% y una media de crecimiento del 4,3%*”.

**Tercera.-** El CES entiende que a partir de las posibilidades que abre el *Acuerdo sobre el Pacto Local* y de la necesaria cooperación y colaboración entre las entidades públicas, el *Plan debe contar más con las Entidades Locales*, tal y como ha hecho en la fase de consulta, pues apenas una medida (la nº 8 del Programa de Desarrollo de la Oferta), habla de la idoneidad de los Planes de Competitividad del producto turístico como instrumento de colaboración entre los tres niveles de la Administración pública es todo lo que se dedica a unos Entes como los locales que presentan unas inmejorables condiciones para preservar entornos, ofrecer gastronomía, centros de congresos, artesanía, proyectos ubicados en el medio rural, que cuentan con la posibilidad de elaborar sus propios planes de desarrollo turístico, dentro de los criterios del Plan Regional, como reconoce el artículo 37.4 de la Ley 10/1997.

El Consejo considera que la Comunidad Autónoma y las Diputaciones Provinciales deben impulsar, a través de *convenios de colaboración*, la vocación turística de los municipios que se presten a ello y reúnan condiciones, apoyar iniciativas en esos municipios, contar con la oferta de productos turísticos que puedan ofrecer y estimular su mayor implicación en el sector.

**Cuarta.-** Si como parece derivarse del análisis DAFO que incorpora el Plan, *existen numerosas y variadas oportunidades en el sector turístico regional*, tanto en nuevos destinos, como en oferta turística, el CES considera que todos los agentes públicos y privados que aparecen implicados en el turismo castellano y leonés están comprometidos a *trasladar este escenario de posibilidades de inversión a los potenciales emprendedores*, aprovechando los foros adecuados para ello.

Ayudaría a esta oferta a invertir en el turismo de Castilla y León el contar con catálogos de productos turísticos y con una cartografía de la oferta de esta naturaleza, pues al propio tiempo que permiten conocer con qué productos y servicios cuenta el sector, facilita a los emprendedores *detectar los nichos de inversión*.

**Quinta.-** *Las actuales prestaciones de las infraestructuras con que se ha dotado la Comunidad* (nuevas conexiones aéreas, alta velocidad, etc.) deben servir para aumentar el número de visitantes, no sólo potenciando el turismo interior desde Madrid (principal origen de los turistas interiores) ahora mejor comunicada, sino también abriendo nuevos mercados internacionales tratando de acabar con la insuficiente proyección a escala internacional de que adolece en la actualidad nuestro turismo.

Como medidas a potenciar, el CES señala la utilización de Internet, los convenios con intermediarios del mercado turístico, aprovechar la visita de extranjeros a nuestras Universidades, una mayor implantación de oficinas de turismo o el fortalecimiento de la Red de Puntos Externos de Información turística.

Asimismo, resultaría apropiado potenciar *valores intangibles*, como el buen trato al visitante, la cortesía, hospitalidad y la profesionalidad, al tratarse de cualidades que pretendemos identifiquen a una población y a un territorio y permanezcan en la memoria de quienes disfrutaron de ellos.

**Sexta.-** El CES comparte la valoración que hace el Plan de que *el aprendizaje del castellano en nuestra Comunidad ofrece excelentes oportunidades*. Además de tratarse de una oferta diferenciada, se puede aprovechar el prestigio de las Universidades de nuestra Comunidad, algunas de las cuales cuentan ya con una larga experiencia en la enseñanza del idioma.

**Séptima.-** En relación con lo indicado en la observación particular quinta, el CES desea incidir en la importancia de contar con un *procedimiento de seguimiento*,

*evaluación y control completo* y eficiente, para lo cual podría aprovecharse la figura del *Centro de Análisis Turístico de Castilla y León*, con participación pública y privada, que este Consejo valora positivamente y que, al disponer de información actualizada sobre la evolución del sector, podría ser el instrumento idóneo para realizar el seguimiento de los resultados del Plan Estratégico.

La capacidad de ir introduciendo modificaciones al Plan, en función de las desviaciones que se vayan registrando, resultaría incrementada si se dota a los diferentes Programas de la suficiente flexibilidad, facilitando su adaptación a circunstancias novedosas.

**Octava.-** El CES considera que hubiera sido conveniente *que el Plan recogiera una memoria financiera adaptada a las anualidades del Plan*, tal y como establece la Ley de Turismo de Castilla y León, en su artículo 37.2, con objeto de facilitar la inmediata puesta en marcha de dicho Plan, no vinculándolo a los condicionantes presupuestarios derivados de la oscilante evolución de la economía

**Novena.-** Por último, el CES considera que puede resultar de interés la *elaboración, con carácter anual, de un plan de innovación* al que se refiere el Programa de Producto Turístico, ya que en la actual situación económica y con la creciente competitividad que caracteriza al sector, la posición en el mercado va a depender en gran medida, de la capacidad de desarrollar nuevos productos turísticos más basados en el turista y menos en el recurso, a través de la innovación y el uso de nuevas tecnologías.

En este sentido, la creación del Comité de Desarrollo de Nuevos Productos resulta, a criterio del CES, un buen instrumento para el fomento de la I+D+i en el sector.

**Décima.-** En relación con lo indicado en la Observación Particular Quinta respecto al protocolo de gestión de los recursos humanos, el CES recomienda la supresión de la acción AC 05 (protocolo de gestión de recursos humanos en el sector turístico), dentro del Programa de Empleo y Formación, incluido en el Eje de Economía

Turística y Competitividad, por considerar este Consejo que el tema entra dentro del ámbito de la negociación colectiva entre las partes legitimadas en el sector.

**Undécima.-** La dispersión que caracteriza a las empresas del sector turístico en Castilla y León justificaría que desde la Administración se adoptaran medidas para favorecer o incentivar la integración empresarial y la puesta en marcha de empresas locales transversales e integradoras de las distintas actividades del sector.

**Duodécima.-** El Informe DAFO que se integra en el Plan, pone de manifiesto que el sector turístico resulta poco atractivo para los que trabajan en él. Por ello, el CES cree necesario adoptar iniciativas para paliar estos efectos negativos, y entiende que las mismas podrían discutirse en el marco de la negociación colectiva entre las partes legitimadas en el sector.

**Decimotercera.-** Entre los muchos recursos turísticos con los que cuenta Castilla y León para incentivar el turismo en la Comunidad, cobra importancia, por su calidad y variedad la gastronomía elaborada a través de los productos autóctonos, siendo necesario seguir potenciando desde la Administración este importante recurso.

Valladolid, 28 de enero de 2009

El Presidente

El Secretario General

Fdo.: José Luis Díez Hoces de la Guardia

Fdo.: José Carlos Rodríguez Fernández