



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Turismo

Curso 2018 / 2019

LAS VILLAS DEL LIBRO COMO OFERTA ESPECIALIZADA DEL TURISMO
CULTURAL EN PEQUEÑAS CIUDADES HISTÓRICAS. PROPUESTA DE
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN ASTORGA

(BOOK TOWNS AS A SPECIFIC OFFER OF CULTURAL TOURISM IN SMALL
HISTORICAL CITIES. A TOURISM PLANNING PROPOSAL FOR ASTORGA)

Realizado por la alumna Dña. Rebeca González Martín

Tutelado por el Profesor D. Xosé Somoza Medina

León, 27 de agosto de 2019

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS	2
3. METODOLOGÍA	2
4. TURISMO CULTURAL: ASPECTOS BÁSICOS	3
4.1. UN DESTINO TURÍSTICO CULTURAL	7
4.2. LA IMAGEN DE UN DESTINO TURÍSTICO	8
5. LA OFERTA DE TURISMO CULTURAL EN CASTILLA Y LEÓN	9
5.1. EL TURISMO CULTURAL EN CASTILLA Y LEÓN	12
5.2. EL TURISMO CULTURAL EN LAS VILLAS HISTÓRICAS DE CASTILLA Y LEÓN	15
5.3. EL PAPEL DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN CASTILLA Y LEÓN	17
5.4. OFERTA CULTURAL EN LEÓN	19
6. LAS VILLAS DEL LIBRO. OFERTA ESPECIALIZADA DEL TURISMO CULTURAL	22
6.1. ORIGEN DE LAS VILLAS DEL LIBRO	22
6.2. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LAS VILLAS DEL LIBRO	23
6.3. URUEÑA. LA PRIMERA VILLA DEL LIBRO EN ESPAÑA	25
6.4. OTRAS VILLAS DEL LIBRO ESPAÑOLAS	30
7. ASTORGA. UNA VILLA HISTÓRICA ESPECIALIZADA EN TURISMO CULTURAL	31
7.1. CONTEXTO HISTÓRICO	31
7.2. POBLACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ECONOMÍA	32
7.3. TURISMO CULTURAL EN ASTORGA	34
8. PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA COMO VILLA DEL LIBRO	36
CONCLUSIONES	42
BIBLIOGRAFÍA	43

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS

Cuadro 6.1. Evolución del desarrollo turístico de Uruña	28
Cuadro 6.2. Análisis DAFO de Uruña	29
Cuadro 8.1. Análisis DAFO de Astorga	39
Figura 5.1. Recursos patrimoniales de Castilla y León	12
Figura 5.2. Villas históricas de León	16
Figura 6.1. Localización de Uruña	25
Figura 7.1. Plano de Austurica Augusta S. III	32
Figura 7.2. Municipio de Astorga	34
Gráfico 5.1. Número de viajeros llegados a León en 2019 por meses	20
Gráfico 5.2. Alojamientos hoteleros. Número de establecimientos	20
Gráfico 5.3. Número de viajeros según categoría	21
Gráfico 7.1. Evolución de la población de Astorga	33
Tabla 5.1. Bien de Interés Cultural (BIC)	10
Tabla 5.2. Bienes de Interés Cultural por categoría (2017)	11
Tabla 5.3. Bienes Inmuebles de Interés Cultural	13
Tabla 5.4. Museos y colecciones según titularidad	14
Tabla 5.5. Posición competitiva de León según los seis pilares considerados	22

RESUMEN

La cultura ha evolucionado con el paso del tiempo al igual que lo han hecho las diferentes tipologías de turismo cultural. En este sentido, el TFG que presentamos introduce la función turística del patrimonio histórico, artístico y cultural, tanto en España como en Castilla y León y desarrolla una propuesta específica de turismo cultural en Astorga. Dentro de las tipologías del turismo cultural se encuentra el turismo literario que, a pesar de ser relativamente reciente en España, muestra un gran potencial de crecimiento, tanto en aquellos lugares relacionados directamente con la literatura española, como por ejemplo la Ruta del Quijote, como en poblaciones donde el libro se convierte en protagonista, como en Urueña, donde se ha llevado a cabo un proyecto denominado Villa del Libro, basado en el empleo de espacios públicos y privados para la compraventa de libros y desarrollo de eventos que tienen que ver con la literatura. Por ello, empleando como ejemplo el caso de Urueña, en este TFG se propone presentar Astorga, un municipio de la provincia de León, como Villa del Libro ya que, además de contar con un patrimonio histórico y cultural muy valioso, presenta ciertas características y un pasado ligado a las letras que podrían hacer de Astorga un destino literario.

PALABRAS CLAVE: Turismo cultural, Villa del Libro, Astorga, Patrimonio, Planificación turística.

ABSTRACT

Culture has evolved in time, as have different types of cultural tourism. In relation to this, the present dissertation introduces the touristic role of historical, artistic and cultural heritage in Spain and the region of Castile and León. Specifically, it puts forward the proposal of cultural tourism in Astorga. Within the different types of cultural tourism we find literary tourism which, despite being a relatively recent concept in Spain, shows great potential for growth in places directly linked to Spanish literature, for instance, the Don Quixote Route, or places where books have become the protagonist, such as Urueña, where the Book Town project, based on the use of public and private spaces for buying and selling books and events related to literature, has been implemented. Following the example of Urueña, this dissertation proposes Astorga, a municipal area in León province, as a Book Town given its valuable historical and cultural heritage, and the fact that its specific characteristics and past linked to the arts could make it an excellent literary destination.

KEYWORDS: Cultural tourism, Book Town, Astorga, Heritage, Tourism planning.

1. INTRODUCCIÓN

En España, actualmente el turismo es una de las principales actividades económicas y culturales, uno de los principales actores en el comercio internacional y una de las mayores fuentes de ingresos. La necesidad de descubrir nuevos lugares y de conocer otras culturas siempre ha estado presente, llegando a convertir el turismo como uno de nuestros consumos habituales. Tradicionalmente, el turismo de sol y playa fue pionero en nuestro país, pero a día de hoy podemos hablar de distintos tipos de turismo entre los cuales destaca el turismo cultural, turismo rural, de naturaleza, gastronómico o incluso literario. El turismo ha estado desde siempre muy vinculado al patrimonio y cultura de un destino. Es por ello, que el turismo cultural ha evolucionado al igual que lo ha hecho tanto su oferta como demanda (García López, 2016).

El presente TFG se centra en el estudio del turismo cultural en España que, se considera como uno de los países con más recursos y que según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) representa el 37% del total sector, con un crecimiento anual aproximadamente del 15% (Exceltur, 2018). Por ello, es imprescindible que un destino turístico cuente con una imagen para poder competir en un mercado que cada vez es más exigente. Por otro lado, dentro de las comunidades autónomas que conforman nuestro país, Castilla y León es una de las comunidades con mayor oferta cultural, destacando sus tres ciudades declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO: Salamanca, Ávila y Segovia. También, hay que mencionar la existencia de Urueña, un pequeño pueblo medieval ubicado en la provincia de Valladolid, declarado como la primera Villa del Libro en España en el año 2007 y un claro ejemplo de las diferentes propuestas que el turismo cultural puede ofrecer.

Con el fin de mostrar si se puede aplicar el ejemplo de Urueña en la localidad de Astorga, se ha realizado un análisis de lo que supone el turismo cultural en general y después, las propuestas que se podrían llevar a cabo en Astorga para lograr su declaración. En este sentido, el TFG que se presenta a continuación, muestra la siguiente estructura:

En primer lugar, el Trabajo muestra el marco teórico del turismo cultural, es decir, aspectos básicos para comprender cuál fue su origen, así como su evolución, su impacto en cuanto a cifras, las distintas tipologías que presenta y a su vez, los diferentes tipos de turistas existentes. Seguidamente, se indica cómo ha de ser un destino turístico cultural y la importancia de tener una imagen como destino turístico.

Una vez que ya se ha proporcionado una idea general de lo que significa el turismo cultural, la segunda parte del trabajo se centra en la oferta cultural. Primero, contextualiza esta oferta en España, para después especificar el caso de Castilla y León, donde se mencionan además las villas históricas presentes en la comunidad, se describe la normativa y la planificación regional que se aplica sobre el turismo cultural. Por último, se analiza brevemente la oferta cultural de León, como destino más próximo a Astorga.

La tercera parte del Trabajo, se centra en las Villas del Libro. En primer lugar, se explican sus orígenes y posteriormente se toma como referencia el caso de Uruña como Villa del Libro en España, estudiando su historia reciente, patrimonio y oferta turística. En este mismo apartado, se mencionan otros casos de Villas del Libro en España. Finalmente, el Trabajo se centra en Astorga, una villa histórica especializada en el turismo cultural, explicando una serie de propuestas para poder presentarla como nueva Villa del Libro.

2. OBJETIVOS

A través de este trabajo, el objetivo es conocer la oferta cultural tanto a nivel nacional como a nivel autonómico y especialmente la variante del turismo cultural denominada ‘Villas del Libro’, con el fin de impulsar esta iniciativa en la localidad de Astorga.

Los objetivos perseguidos son los siguientes:

- Conocer el turismo cultural y su importancia.
- Analizar la oferta cultural de España y de Castilla y León.
- Observar la normativa aplicada en Castilla y León en cuanto a turismo cultural.
- Conocer el caso de las Villas del Libro y su aplicación en Uruña.
- Llevar a cabo un análisis de Astorga en cuanto a su oferta cultural.
- Realizar un diagnóstico mostrando las fortalezas y debilidades, así como las fortalezas y oportunidades de Astorga.
- Realizar propuestas para que Astorga sea reconocida como Villa del Libro.

3. METODOLOGÍA

Para poder elaborar este trabajo se han empleado diferentes metodologías de investigación. La primera parte del trabajo se apoya en la revisión bibliográfica sobre el turismo cultural en España y Castilla y León. Además de las fuentes bibliográficas, también se han utilizado fuentes estadísticas oficiales para la obtención de datos cuantitativos como son las proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE), las páginas oficiales del Gobierno de España y de la Junta de Castilla y León donde se pueden consultar los Boletines de Coyuntura que nos permitieron elaborar las diferentes tablas y gráficos. Finalmente, también se ha recurrido a otras fuentes documentales como periódicos digitales y blogs personales.

En lo que respecta a Uruña, apenas existen referencias bibliográficas, pero gracias a la Tesis Doctoral de Alberto Azuara Grande, realizada en la Universidad Rey Juan Carlos, y el Trabajo de Fin de Grado de Ana Isabel Reguera San José presentado en la Universidad de Valladolid, se ha podido conocer más a fondo el caso de Uruña, completando el análisis con los datos proporcionados por la Diputación de Valladolid.

Para poder realizar el análisis de Astorga, se ha optado por recurrir a la información proporcionada por el Ayuntamiento de Astorga, la web oficial de Turismo de Astorga, el artículo escrito por el tutor de este TFG, Xosé Somoza Medina, ‘Las Encrucijadas de Astorga’ (2002) y otros artículos publicados por diferentes autores que se pueden consultar en el apartado de bibliografía.

Por último, la propuesta de denominación de Astorga como Villa del Libro se ha realizado siguiendo metodologías de diagnóstico como el análisis DAFO y propuestas de planificación racional comprensiva a través de criterios preestablecidos e indicadores sistemáticos para su correcta evaluación y seguimiento.

4. TURISMO CULTURAL: ASPECTOS BÁSICOS

A lo largo de la historia, se han ido experimentando grandes cambios tanto en la sociedad como en la economía. Se sabe pues, que el turismo es uno de los grandes motores de la economía ya que en él intervienen gran cantidad de sectores económicos y que, gracias a ellos, el turismo se ha ido desarrollando. Además, se caracteriza por la creación de empleo tanto a nivel nacional como internacional fomentando así la actividad empresarial. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo de la siguiente forma: ‘el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros’ (OMT, 2018).

Desde los comienzos, de una forma u otra, el turismo siempre se ha llevado a cabo, pues desde los orígenes del hombre, éste se veía obligado a realizar desplazamientos por diversos motivos ya sea por supervivencia, comercio, ocio, etc. Más adelante, los romanos realizaban también desplazamientos hacia sus villas para descansar. Pero, es en el siglo XX cuando se produce el ‘boom turístico’ y se comienza a hablar de la relación del turismo y la cultura, dos elementos que hoy en día interactúan entre sí y que se benefician mutuamente pero que en aquellos momentos no se encontraban relacionados, dando lugar a una etapa ‘acultural’ en la que predominaba la masificación turística. (Moragues Cortada, 2006).

Como se menciona anteriormente, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), los términos turismo y cultura eran dos ámbitos que trabajaban por separado. Por un lado, los recursos culturales se relacionaban principalmente con la educación de la sociedad y con el apoyo a la identidad del propio lugar y por otro lado, el turismo se consideraba como una actividad de esparcimiento.

A la hora de definir el término cultural, se ha comprobado que resulta difícil establecer una definición única ya que puede entenderse desde distintos ámbitos. McKercher (2002) consideran que existen tantas definiciones como tipo de turistas, pero entre las diferentes definiciones, podría considerarse la definición establecida por ATLAS (The

Association For Tourism and Leisure Education and Research) que lo define como ‘el movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales’.

El profesor Lluís Bonet de la Universidad de Barcelona (Bonet, 2002), considera que el turismo cultural surge como una consecuencia del mercado turístico, de la necesidad del mismo de diversificarse y del crecimiento de la clase urbana que muestra un mayor interés por conocer algo diferente que no sea la oferta turística masiva y que este más relacionado con lo cultural y lo histórico.

En 1999, se publicó la Carta Internacional sobre el Turismo Cultural de ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, 1999). En ella, se define el turismo cultural como ‘aquel que tiene como objeto el descubrimiento de sitios y monumentos, sobre los cuales ejerce un efecto positivo y que contribuye a su mantenimiento y protección’. El turismo se considera hoy en día como un aliciente para la conservación de los monumentos y la rehabilitación de los centros históricos (Steinberg, 1996).

El turismo cultural en las últimas décadas, ha obtenido un importante papel en el mercado. Quizás, la parte cultural de los destinos abarque un volumen significativo siendo la principal motivación de viaje y llegando a considerarse la cultura como un motor importante en el turismo aumentando su importancia, sobretodo, en ciudades históricas o patrimonio de la humanidad. Su propio desarrollo se puede apreciar en que la sociedad cada vez huye más de la tendencia de sol y playa y opta por la cultura y patrimonio histórico (Bedate, Sanz y Herrero, 2001).

Según los datos reflejados en el Anuario de Estadísticas Culturales publicados por el Ministerio de Cultura y Deporte (2018) procedentes de la Encuesta de Turismo de Residentes y Encuesta de Gasto Turístico:

- El 13% de los viajes realizados por los residentes en España tuvieron como motivación principal el aspecto cultural, lo que quiere decir que se realizaron aproximadamente 12 millones de viajes.
- Entre los residentes en España, un 20% realizaron actividades culturales frente a los extranjeros que duplican la cifra con un 40%.
- En lo que respecta a las actividades culturales realizadas, en primer lugar se encuentran las visitas culturales.
- Por otro lado, en cuanto al empleo, representa el 3,7% del empleo total en España con un aumento del 4,7% en el año 2017. Las empresas cuya actividad económica es la cultura suponen un 3,6% de las registradas en el Directorio Central de Empresas según el INE.
- Respecto al gasto medio en consumo cultural es de 289€ en 2017.

Así mismo, la Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico del Ministerio de Cultura y Deporte ofrece los siguientes datos acerca de los bienes muebles e inmuebles declarados BIC (Bienes de Interés Cultural):

- En primer lugar, con un 78,2% está representado por la categoría Monumentos, seguido de las Zonas Arqueológicas (12,8%), los Conjuntos Históricos que suponen un 5,5%, los Sitios Históricos (2,9%) y por último, los Jardines Históricos con un 0,5%.

En definitiva, estos datos muestran que el turismo cultural tiene un peso importante consolidándose como motor económico y en muchas ocasiones llega a considerarse como una opción del destino turístico.

Hoy en día, podemos considerar el turismo cultural como aquello relacionado con los siguientes conceptos (Servicio Nacional de Turismo, 2014):

- Arte y manifestaciones artísticas.
- Educación.
- Tradiciones.

Pero se debe mencionar que a medida que el concepto ‘patrimonio cultural’ se ha ido ampliando ha sido más difícil llegar a una definición de turismo cultural. En 1985, la OMT definía turismo cultural de la siguiente forma: ‘el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudios, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitar a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones para satisfacer la humana necesidad de la diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros’.

A diferencia de Silberberg (1995) que lo define como ‘aquellos desplazamientos realizados fuera del lugar habitual de residencia cuya motivación principal o parcial es el interés en los aspectos históricos, científicos o estilos de vida ofrecidos por una comunidad, región, grupo o institución’.

Tras leer diferentes definiciones sobre esta modalidad, la conclusión es que este tipo de turismo se basa principalmente en los recursos culturales como el patrimonio histórico-artístico, arqueológico etc. Son viajes realizados con el objetivo de conocer historia, costumbres a través de manifestaciones culturales como pueden ser monumentos, museos...

Se ha considerado conveniente clasificar el turismo cultural en diferentes tipologías al tratarse de un concepto tan genérico. A continuación, se describen las siguientes tipologías (Juárez Olmos y Cebrián García, 2011):

- Visitas
- Grandes rutas: se basan en el conocimiento del legado histórico-artístico y cultural a través de la realización de rutas.
- Grandes acontecimientos culturales: consiste en asistir a eventos de tipo cultural, por ejemplo, espectáculos, festivales, teatros... para así conocer las costumbres, tradiciones...

- Turismo etnográfico: centrado en el conocimiento de las tradiciones, costumbres y cultura de los pueblos a través de sus visitas.
- Turismo gastronómico y enológico: relacionado con el conocimiento de los principales productos y elaboraciones culinarias, bebidas...
- Turismo religioso: está vinculado a las peregrinaciones, ritos religiosos...
- Turismo idiomático: aquellos viajeros que visitan un país con el objetivo de aprender su lengua, costumbres y cultura.
- Turismo literario: consiste en realizar visitas a aquellos lugares que han sido escenarios de conocidas obras literarios o autores que han vivido allí.

A su vez, también podemos mencionar la clasificación realizada por Richards (2001), que destaca la importancia de los eventos y festivales ya que cada vez se usan más como herramienta para atraer a los turistas, pero sin olvidar la arquitectura, artesanía y los museos.

Una vez señaladas distintas tipologías de turismo que pueden existir a grandes rasgos, también se ha visto necesario clasificar los tipos de turistas culturales. Para Garfield (1993), aquellos que llevan a cabo un turismo cultural se consideran como clientes exigentes que valoran la calidad y la excelencia en el servicio, basándose por un lado, en la accesibilidad (que el patrimonio tenga la suficiente información, bien conservado y que tengan un horario amplio de visitas) y por otro lado, en la autenticidad (el cuidado y conservación del patrimonio). Viajan frecuentemente y tienen estudios superiores. Además, lo que más valoran son las visitas culturales y por lo contrario, aspectos como la masificación, información, señalización... son los peor valorados (Esteban, 2006).

Jansen-Verbeke (1997), realiza una clasificación de los visitantes basada en la cultura y así diferencia:

- Turistas con motivación cultural: cuyo motivo principal para realizar el viaje es conocer los atractivos culturales del destino.
- Turistas de aspiración cultural: realizan visitas a destinos con elevados conocimientos culturales y que repiten ocasionalmente.
- Turistas de atracción cultural: la motivación principal de la visita no es la cultural si no que en su viaje realizan actividades culturales.

También, McKercher (2002), diferencia a los turistas culturales teniendo en cuenta la experiencia cultural durante la visita:

- El turista de propósito cultural: el principal motivo para realizar el viaje es conocer otras culturas o bien el patrimonio. La experiencia del viaje es alta.
- El visitante de lugares de interés turístico: se diferencia del anterior en que la experiencia es baja y está más centrada al entretenimiento.
- Turista cultural casual: la motivación cultural tiene un papel menos importante a la hora de elegir el destino.

- Turista cultural incidental: el desarrollo del turismo cultural no es el objetivo principal del viaje y no es lo que le hace desplazarse al destino.
- Turista cultural atípico: aunque el turismo cultural no sea lo que le lleve a visitar el destino, acaba disfrutando de la experiencia.

Por último, mencionar la clasificación realizada por Dolnicar (2002), considerando nueve tipos de turistas:

- Participantes de viajes culturales estándar: cuyo viaje se basa en los desplazamientos en autobús, compras y visitas a distintos museos.
- Fanáticos de la cultura superactivos: con ganas de ver y hacer todo.
- Turistas culturales inactivos: no aportan a la industria turística y se consideran lo contrario al anterior grupo.
- Amantes de excursión organizada.
- Interesados en los eventos culturales.
- Exploradores de la cultura: muestran cierto interés por lo ‘organizado’.
- Amantes del teatro, el musical y la ópera realizando a su vez actividades culturales.
- Participante ‘superleído’ del viaje cultural: realiza los viajes ‘organizados’ en autobús con interés en las exposiciones, pero no en las compras.
- Turistas culturales organizados: participan en viajes organizados en los que se realizan visitas a museos e hitos de interés turístico.

En definitiva, resulta evidente que la tipología de los distintos turistas culturales se transforma en algo tan complejo como lo son las propias tipologías del turismo cultural, pues no todos muestran el mismo grado de interés por la cultura, aunque se consuman productos culturales y no resultan ser un grupo homogéneo.

Todo ello, está relacionado con las diferentes motivaciones que existen y el interés que despierta la ciudad en la persona, siendo la variedad de atracciones presentes en ella las que hacen atraer al turista. Sus principales motivaciones están más relacionadas con la superación personal (Esteban, 2006).

4.1. UN DESTINO TURÍSTICO CULTURAL

La OMT define destino turístico como el ‘lugar donde se genera la oferta o el producto turístico’ (1998). Por otro lado, Vals (2000) lo define de la siguiente forma: ‘un espacio geográfico determinado, con rasgos propios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad, atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral’.

La tipología de destinos turísticos culturales es amplia, yendo desde centros museísticos o grandes metrópolis hasta ciudades históricas, pero todas ellas tienen en común que el elemento cultural es el que tiene la capacidad de proporcionar una nueva actividad turística o incluso generar valor añadido al destino.

Para que un destino turístico cultural tenga una gestión adecuada de los recursos disponibles es necesaria una planificación en cuanto a la toma de decisiones en aspectos tales como el análisis de los puntos fuertes y débiles del destino, qué ventajas tiene el destino para poder mostrar una oferta que lo diferencie del resto de los destinos, etc. El objetivo principal del desarrollo de un destino turístico cultural no es más que aprovechar el potencial que tiene, mostrarse competitivo y ser capaz de distinguirse de los demás.

Una de las principales claves en la planificación de un destino turístico cultural es tener claro cuál es el posicionamiento como destino turístico, por lo que es necesario saber cuáles son las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades.

Según un estudio realizado por el Instituto de Estudios Turísticos (1997), el turismo cultural muestra una serie de ventajas y amenazas en los destinos. Principalmente, son la capacidad de carga y la saturación, es decir, cuando la visita pasa a ser invasión, llegando a la masificación y cuyos resultados se ven reflejados en la destrucción de dicho monumento o incluso la propia ciudad. Por otro lado, se debe saber que un destino cultural que se degrada acaba siendo más difícil recuperar el estado que tenía inicialmente.

En definitiva, para lograr el éxito es necesario que se reconozcan cuáles son las ventajas competitivas del destino y saber que los recursos culturales y el patrimonio son la base para que la oferta turística resulte diferente a las demás.

4.2. LA IMAGEN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Hoy en día, se puede considerar la imagen de un destino como una herramienta esencial para competir con el resto de destinos, pues el objetivo es que sea una imagen capaz de diferenciarlo y de identificarlo respecto al resto y por tanto, lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores ya que acaba siendo decisiva en el proceso de elección.

Autores como Fakeye y Crompton (1991) la definen como ‘La imagen es un esquema mental desarrollado por un turista potencial sobre la base de pocas impresiones seleccionadas sobre un aluvión de todas las impresiones.’.

Por otro lado, Leiper (1995) dice lo siguiente: ‘lugar escogido por una persona o característica que se percibe como satisfactoria para una experiencia del tiempo de ocio’.

Aprovechando que ésta última menciona la satisfacción de los clientes, debemos saber cuáles son los elementos que realmente influyen en ella. Para Aguilar Noyola y CampónCerro (2016), ‘los recursos culturales abarcan todas las manifestaciones del hombre, fruto del paso de los siglos y de la conservación de muchas tradiciones’. Un estudio realizado por la Universidad de Extremadura, señala que la satisfacción se puede buscar a través de los elementos auténticos del destino y dando valor al patrimonio cultural mediante una adecuada promoción de los mismos.

En cuanto a las definiciones, Fakeye y Crompton (1991) consideran que ‘es la suma de creencias, ideas, impresiones y expectativas que un turista tiene respecto de un destino’. La imagen del destino se forma antes, durante y después del consumo.

En la Revista Turismo y Desarrollo Local (2006), se recopila una tabla de todas las definiciones de imagen turística del destino. En ella, la mayoría de los autores, entienden el concepto de imagen turística como una percepción. En muchas ocasiones, ocurre que antes de que se lleve a cabo la experiencia turística, resulta más interesante la imagen o percepción que la propia oferta turística.

Para Castaño (2005) la imagen del destino se forma a partir de las siguientes fuentes de información:

- Literatura promocional, refiriéndose a los folletos, catálogos de viaje, publicidad...
- La opinión de amigos, familiares...
- Medios de comunicación, como pueden ser las revistas, guías de viaje, periódicos...

Pero para una gran mayoría de autores, la imagen se forma a partir de dos dimensiones:

- Evaluaciones perceptuales/cognitivas: son las creencias y conocimientos que tiene la persona acerca del destino.
- Evaluaciones afectivas: son los sentimientos que tiene la persona sobre ese destino.

Como conclusión, la imagen del destino tiene una relación directa con la percepción que es creada tanto antes del viaje, como durante y después, una vez realizado el viaje al destino. La imagen que se crea antes del viaje, es la más importante, ya que si se posee una percepción negativa, el viaje no se llevará a cabo, lo que quiere decir que es la parte donde más se tiene que trabajar.

5. LA OFERTA DE TURISMO CULTURAL ESPAÑA

El turismo cultural se está convirtiendo en uno de los tipos de turismo cada vez más importantes y que de cara al futuro seguirá aumentando. España es un país conocido por su patrimonio, tanto cultural como natural, llegando a ser el tercer país con más bienes

incluidos en la lista de Patrimonio de la Humanidad (UNESCO) y considerándose líderes mundiales en biodiversidad (España Global, 2017).

Dentro del listado proporcionado por la UNESCO de los bienes declarados Patrimonio de la Humanidad en el mundo, España cuenta con 42 bienes culturales, 4 bienes naturales y 2 bienes mixtos, 48 lugares en total, lo que le convierte en el tercer país del mundo con más sitios declarados. Y Castilla y León es la región del mundo con más sitios declarados, 8 en total.

Así mismo, podemos destacar que España cuenta en 2018 con 61.352 Bienes de interés Cultural (BIC) entre los cuales distinguimos 16.032 bienes inmuebles y 45.150 bienes muebles. Su distribución por Comunidades Autónomas se puede ver en la tabla 5.1.

En lo que respecta a bienes inmuebles destacan las siguientes comunidades: Andalucía, Baleares, Cataluña y Castilla y León. En cuanto a los bienes muebles: Cataluña, Navarra, Madrid, Castilla La Mancha y Castilla y León.

Tabla 5.1. Bienes de Interés Cultural (BIC) en España		
CC.AA	Bienes inmuebles	Bienes Muebles
Andalucía	2.973	1.668
Aragón	782	459
Principado de Asturias	333	700
Baleares	3.028	991
Canarias	653	375
Cantabria	321	17
Castilla La Mancha	778	5.530
Castilla y León	1.309	2.862
Cataluña	2.244	9.723
Extremadura	256	103
Galicia	671	42
La Rioja	159	85
Comunidad de Madrid	474	6.959
Región de Murcia	514	2.339
Navarra	187	7.416
País Vasco	285	625
Comunidad Valenciana	1.065	5.256
TOTAL	16.032	45.150
Fuente: Gobierno de España. Ministerio de Cultura y Deporte. Elaboración propia		

Se pueden clasificar ambos tipos de bienes culturales por categorías según la última actualización realizada por el Ministerio de Cultura y Deporte y cuyos datos

corresponden al año 2017. En la tabla 5.2. aparecen estos datos, destacado que el mayor número de bienes declarados se corresponden con monumentos.

España cuenta con quince ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad: Córdoba, Mérida, Ávila, Segovia, Santiago de Compostela, Alcalá de Henares, Cáceres, Tarragona, Salamanca, Toledo, Úbeda, San Cristóbal de la Laguna, Cuenca, Baeza e Ibiza, agrupadas en una asociación sin ánimo de lucro denominada Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España que nace en 1993 con el objetivo de proteger y conservar dichas ciudades y promover un turismo cultural a través de ellas.

Tabla 5.2. Bienes de Interés Cultural por categoría (2017)	
<i>Bienes inmuebles</i>	
Monumento	13.745
Jardín histórico	93
Conjunto histórico	970
Sitio histórico	514
Zona arqueológica	2.257
<i>Bienes muebles</i>	
Pintura y Dibujo	8.066
Grabado	448
Escultura	4.280
Mobiliario	2.605
Tapices y Textiles	821
Instrumentos musicales	169
Instrumentos y Maquinaria	468
Arqueología	108
Etnografía	120
Patrimonio Documental	444
Patrimonio Bibliográfico	1.594
Fuente: MCUD. Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico.	

Formar parte de este listado es una tarea complicada y no exenta de dificultades, pues la incorporación de cualquier Bien Cultural en la Lista de Patrimonio Mundial, supone una serie de implicaciones jurídicas para cualquier Estado que lo solicite. (García Fernández, 2007).

Del mismo modo, el Instituto del Patrimonio Cultural de España (IPCE) se encarga de desarrollar su trabajo en torno a las siguientes funciones (Instituto del Patrimonio Cultural de España, Ministerio de Cultura y Deporte, 2019):

- Conservar y restaurar aquellos bienes que integran el listado de Patrimonio Cultural de España.

- Investigación y formación sobre Patrimonio Cultural.
- Conservación y gestión del fondo documental gestionado por el Instituto.
- Difusión de proyectos de la Institución.

5.1. EL TURISMO CULTURAL EN CASTILLA Y LEÓN

El artículo 1 de la Ley 12/2002, de 11 de julio, de Patrimonio Cultural de Castilla y León dice que ‘integran el Patrimonio Cultural de Castilla y León los bienes muebles e inmuebles de interés artístico, histórico, arquitectónico, etnológico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental, bibliográfico y lingüístico, así como las actividades y el patrimonio inmaterial de la cultura popular y tradicional’.

Precisamente, Castilla y León es una de las comunidades en España con mayor oferta cultural caracterizada por su particularidad y riqueza, por sus 12 catedrales, por ser tierra de castillos con más de 200 ubicados estratégicamente en el territorio, monasterios y conventos donde se escribió gran parte de la historia de Castilla y León, mezcla de cultura y estilos artísticos y sin olvidarnos, por supuesto, del Camino de Santiago que recorre gran parte del territorio.

Figura 5.1. Recursos patrimoniales de Castilla y León.



Fuente: Junta de Castilla y León, 2005

Quien conoce Castilla y León sabe el interés y la importancia que tienen nuestros recursos turísticos culturales, tanto los que pertenecen al patrimonio natural como al cultural. A continuación, se muestra un mapa de Castilla y León y su distribución de recursos patrimoniales:

Como se ha mencionado en el apartado anterior, Castilla y León cuenta en total con 2.148 BICs y se ha visto que año tras año el número de ellos ha ido aumentando. A continuación, se muestra un cuadro describiendo los bienes inmateriales según categoría y provincia.

	AV.	BU.	LE.	PA.	SA.	SE.	SO.	VA.	ZA.
C. Histórico	8	35	17	14	17	11	13	14	7
C. Etnológico	0	2	4	2	0	0	2	0	1
Jardín histórico	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Monumento	76	133	80	123	91	117	91	123	79
Vía histórica	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona arqueológica	9	17	11	10	16	5	18	11	16
Genérico	43	240	123	23	156	93	212	37	38
Paraje pint.	2	0	2	2	0	1	0	0	1
Sitio histórico	0	2	0	0	2	0	1	3	0
TOTAL	138	429	237	272	284	227	337	188	142

Fuente: Junta de Castilla y León. Elaboración propia

También, Castilla y León cuenta con 8 bienes que han sido reconocidos como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO:

- Burgos, catedral y centro histórico (1984)
- Casco antiguo de Ávila e iglesias extramuros (1985)
- Acueducto de Segovia y su casco antiguo (1985)
- Ciudad vieja de Salamanca (1988)
- Caminos de Santiago de Compostela (1993)
- Las Médulas (1997)
- Yacimiento arqueológico de Atapuerca (2000)
- Casco Antiguo de Salamanca (2002)

Por otro lado, hay que mencionar la oferta museística. Espacios, que según la Ley de Patrimonio Histórico Español, tienen fines de estudio, educación y contemplación de conjuntos y colecciones de valor histórico, cultural, artístico.

Tabla 5.4. Museos y colecciones según titularidad							
	Estatal	Comunidad Autónoma	Local	Eclesiástica	Otros	Mixto	Total
León	3	2	25	8	8	2	48
Zamora	1	1	9	5	6	3	25
Salamanca	2	1	15	8	16	1	43
Burgos	3	1	21	15	3	4	47
Soria	6	0	11	6	9	3	35
Segovia	6	0	9	2	11	0	28
Valladolid	5	0	26	10	23	2	66
Palencia	1	0	9	15	9	1	35
Ávila	3	0	12	8	3	1	27
Fuente: Junta de Castilla y León. Elaboración propia.							

Los centros museísticos de Castilla y León que no sean de gestión estatal están amparados hoy en día por la Ley 2/2014, de 28 de marzo, de Centros Museísticos de Castilla y León.

A día de hoy, la región cuenta con 351 centros museísticos entre los cuales 173 son públicos, 147 son privados y 31 mixtos. En la tabla 5.4. se puede ver el número total de museos y colecciones clasificados según la titularidad (Junta de Castilla y León, Dirección General de Políticas Culturales, 2017):

Eugenio García Zarza en su publicación ‘El caso singular de las Edades del Hombre’ (2002:7), muestra una serie de causas por las cuales el turismo cultural se ha visto desarrollado tanto en el número de participantes como en los impactos socioeconómicos en nuestra comunidad. A continuación, se recoge un resumen de éstas causas:

- Abundancia, diversidad e interés de recursos turísticos
- Haber hecho del turismo cultural una interesante actividad cultural
- Existencia de una cultura de ocio, con gran importancia del turismo cultural en ella
- Haberse puesto de moda el turismo cultural, como antes lo estuvo el de sol y playa
- Conservación, rehabilitación, señalización y promoción de los recursos turísticos culturales
- Interés de los gestores políticos, empresarios y sociedad por el desarrollo del turismo cultural
- El haberse convertido el turismo cultural en una ‘necesidad básica’ para mucha gente

Es por esto que la actividad turística de este territorio llegó a generar en el año 2017 un impacto económico de 2 millones de euros (Junta de Castilla y León: Boletín de Coyuntura, 2017), y con casi 8.500.000 de viajeros tanto nacionales como extranjeros, por lo que es lógico que Castilla y León cuente con una amplia oferta de alojamientos turísticos. Concretamente, en el año 2018 hubo un total de 14 millones de

pernoctaciones aproximadamente con una estancia media de 1,69 (Junta de Castilla y León: Boletín de Coyuntura, 2018).

Así mismo, también se ha visto una evolución en cuanto empleo, que según los datos registrados en la Tesorería de la Seguridad Social, 2018 cerró el año con 73.447 afiliados. Actualmente, el sector turístico aporta a la economía un 10,5% del PIB.

Según el ranking realizado por MONITUR (Exceltur, 2018) en cuanto a competitividad turística de las CC.AA, Castilla y León se encuentra en octava posición. En lo que respecta a la oferta de productos turísticos, en nuestro caso, turismo cultural, Castilla y León se sitúa en novena posición.

También, mencionar que la oferta de alojamientos turísticos en la comunidad ha aumentado desde el año 2013, pues durante el período 2013-2017 ha incrementado un 8% y respecto al número de plazas, se observa un crecimiento de 5,7% en este mismo periodo (Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023).

5.2. EL TURISMO EN LAS VILLAS HISTÓRICAS DE CASTILLA Y LEÓN

En Castilla y León, existe una red de asentamientos de pequeño tamaño que, además del comercio, industrias y servicios públicos que ofrecen, se apoyan en el turismo como medio para incrementar la actividad económica y atraer visitantes.

Son municipios que en el pasado tuvieron importancia pero que tras la reforma administrativa de Javier Burgos, en el año 1833, fueron perdiendo importancia en favor de las localidades recién nombradas capitales provinciales, donde se encontraban los servicios y los poderes.

Figura 5.2. Villas Históricas de León



Fuente: Consorcio Provincial de Turismo de León, 2013.

Localidades como Astorga, Grajal de Campos, Mansilla de las Mulas, Molinaseca, Sahagún, Valderas, Tordesillas, Toro, Medina del Campo y otras muchas en la región, son ejemplos de villas históricas que por su pasado, conservan patrimonio y recursos y son potenciales destinos turísticos culturales.

En el caso de León, la Diputación provincial ha promovido la creación de la red 'Villas Históricas del Reino de León' formada por 12 localidades: Alija del Infantado, Astorga, Bembibre, Grajal de Campos, León, Mansilla de las Mulas, Molinaseca, Ponferrada, Sahagún, Vega de Espinareda, Valderas y Villafranca del Bierzo. Lo que busca esta red es promocionar de forma conjunta estas localidades que han tenido un pasado lleno de acontecimientos y hechos que hacen que se diferencien de las demás. A través de su patrimonio histórico, artístico, etnográfico y cultural tratan de crear acciones para lograr un desarrollo y una mejora del destino.

Si hablamos de Arévalo, una ciudad situada en Ávila, a mediados del siglo XVI se produce un declive histórico, social y económico y al mismo tiempo, perdía población. Fue frontera de los reinos de Castilla y León y creció rápidamente llegando a convertirse en una de las principales poblaciones. Es la segunda población con más habitantes después de Ávila.

En la provincia de Soria, se encuentra el municipio de Burgo de Osma, sede episcopal desde el año 597. Su población aumentó de manera considerable en los siglos XIV y XV fruto de su desarrollo económico. Actualmente cuenta con 4.926 habitantes (INE, 2018). Por su rico patrimonio, entre los cuales destaca su catedral (Bien de Interés Cultural en categoría Monumento), su muralla o la plaza mayor, fue declarada Villa de interés Turístico en 1962 y Conjunto Histórico-Artístico en 1993.

En Salamanca, cerca de la frontera con Portugal, se ubica el núcleo fortificado de Ciudad Rodrigo. También declarado como Conjunto Histórico-Artístico en el año 1944, es el núcleo de población más importante del suroeste de Salamanca. Actualmente, tiene 12.513 habitantes (INE, 2018). Está incluido en la lista de ‘Los Pueblos más Bonitos de España’ desde hace ya tres años y por este motivo, el número de visitantes se ha visto incrementado un 20,1% en 2018 (Agencia de Comunicación, 2019).

Otro ejemplo podría ser Tordesillas, en la provincia de Valladolid. Conocida por su pasado histórico que permitió a través del Tratado de Tordesillas el reparto de las tierras conquistadas en el Nuevo Mundo. Declarada Conjunto Histórico-Artístico, entre su patrimonio destaca las Casas del Tratado, el Real Monasterio de Santa Clara, su oferta museística, sus iglesias y su muralla.

Además de Astorga, otra villa histórica que forma parte de esta red de destinos culturales, podríamos mencionar Aranda de Duero, Miranda de Ebro, Saldaña, Toro o Cuéllar.

Todas estas localidades son ejemplos de núcleos que en su momento tuvieron gran importancia y que hoy en día han perdido su jerarquía, pero que gracias a ese pasado materializado en patrimonio, tradiciones y hechos históricos tratan de potenciarse como destinos turísticos culturales.

5.3. EL PAPEL DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN CASTILLA Y LEÓN

En los últimos años, dada la evolución que ha tenido el turismo cultural tanto en España como en Castilla y León, se ha visto necesario implantar una serie de planes y políticas de gestión para su propio desarrollo, tanto desde el punto de vista urbanístico a través de planes generales, patrimonial con declaraciones de Patrimonio de la Humanidad o BIC como ya se ha visto anteriormente, o desde el punto de vista turístico con Planes de Excelencia, de Planificación Turística, etc.

Para poder comprender como funciona el turismo cultural en Castilla y León, es necesario mencionar dos leyes que son fundamentales para el correcto funcionamiento de todas aquellas actividades dentro de este tipo de turismo:

- Ley 14/2010, 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León: la primera Ley de Turismo que hubo en nuestra comunidad fue la Ley 10/1997, de 19 de octubre, de Turismo de Castilla y León que se derogó por la actual.
Tal y como se menciona en el texto, ‘la presente ley tiene como objeto regular el turismo en el territorio de la Comunidad de Castilla y León; específicamente, su ordenación, planificación, promoción, fomento y disciplina’, con la finalidad de obtener el mayor provecho de los recursos turísticos siguiendo siempre las pautas de la sostenibilidad.
- Ley 12/2002, 11 de julio de 2002, del Patrimonio Cultural de Castilla y León: Según el texto normativo, la presente ley ‘tiene por objeto el conocimiento, protección, acrecentamiento y difusión del Patrimonio Cultural de Castilla y León, así como su investigación y transmisión a generaciones futuras’.
Por otro lado, considera como ‘Patrimonio Cultural de Castilla y León los bienes muebles e inmuebles de interés artístico, histórico, arquitectónico, paleontológico, arqueológico, etnológico, científico o étnico. Además del documental, bibliográfico y lingüístico y todas aquellas actividades y patrimonio inmaterial de la cultura popular y tradicional’.
Se especifica que, ‘los bienes más relevantes del Patrimonio Cultural de Castilla y León han de ser declarados de interés cultural o inventariados a lo prevista en dicha ley’.

En el año 1994 fue necesario implantar el Plan de Desarrollo Turístico de Castilla y León y que tuvo una duración de seis años.

Cuando en el año 2000 finaliza la vigencia del Plan de Desarrollo Turístico de Castilla y León, fue aprobado el Plan de Turismo de Castilla y León 2002-2006 y elaborado por la Dirección General de Turismo. Éste mismo se compone a su vez por tres programas (Junta de Castilla y León, 2009).

Durante este período (2003-2006), Castilla y León se mantuvo en cuarta posición en cuanto al número de turistas, acaparando el 8,2% de turistas de España en el año 2006 y posicionándose como líder de Turismo Interior. La aportación al PIB fue de un 9,9% en el 2002 y un 10,6% en el 2006 (Junta de Castilla y León, 2009).

Tras finalizar en el año 2006 este Plan y una vez valorados los resultados obtenidos y la situación en ese momento, se elaboró el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2009-2012 con el objetivo de mejorar la posición competitiva de la comunidad y diferenciarse del resto de ellas.

La Junta de Castilla y León presenta en el año 2005 el I Plan del Español 2005-2011 cuyos objetivos fueron los siguientes: mejorar la oferta, apoyo del territorio, fortalecimiento de la innovación, promoción y fomento de la demanda, explotación del Patrimonio Cultural, desarrollo empresarial y cohesión y coordinación.

Debido al éxito de este primer plan y al cumplimiento de los objetivos, dos años más tarde se elaboró el II Plan del Español 2013-2016, donde se reestructuraron y se distribuyeron los objetivos del anterior plan en tres grandes ejes para así lograr una mayor eficiencia (Junta de Castilla y León, 2013).

Tras al crecimiento que ha tenido el turismo en nuestra comunidad ha sido necesaria una planificación para definir una estrategia de desarrollo turístico. Para ello, en el 2014 se implantó el Plan Estratégico 2014-2018.

Actualmente, se encuentra en vigor el Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023 que es una consecuencia del anterior Plan y que se desarrolla en torno a cuatro ejes.

Por último, mencionar el Plan del Patrimonio Cultural de Castilla y León 2020 que pretende que haya una percepción actual de los bienes culturales y una mayor participación de la sociedad siempre bajo el lema de la sostenibilidad, protección y mantenimiento de todos aquellos elementos que integran el patrimonio.

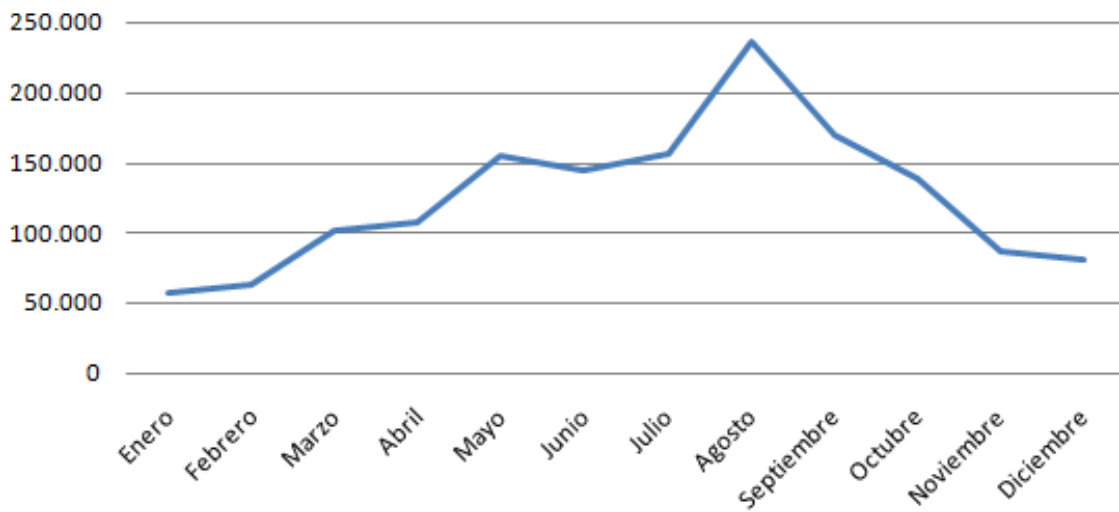
5.4. OFERTA CULTURAL EN LEÓN

Para contextualizar el tipo de turista que podría visitar Astorga, podemos previamente analizar el modelo turístico de la capital provincial, a escasos 50 kilómetros de distancia. Ubicada en el noroeste de la Península Ibérica y con orígenes en la época romana, la ciudad de León cuenta en la actualidad con 142.439 habitantes. Su situación nos muestra una idea de la importancia que tiene en cuanto a nudo de comunicaciones, pues es paso obligado hacia Galicia y Asturias y también ciudad clave dentro del Camino de Santiago.

El turismo en la ciudad de León ha evolucionado favorablemente con el paso de los años.

En cuanto a la demanda y al número de viajeros, se han analizado los datos obtenidos a través del Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León del año 2018. Éstos indican que León recibió el año pasado 1.108.508 viajeros españoles mientras que 383.00 fueron viajeros extranjeros. El número de pernoctaciones de los españoles superan los 1.800.000 y de extranjeros 507.000. En cuanto a meses, en el siguiente gráfico se puede observar un incremento desde el mes de enero destacando la época estival y especialmente el mes de agosto, mientras que a partir de ese momento desciende de forma rápida siendo el mes de diciembre el segundo peor registro del año, sólo levemente mejor que el de Enero. Por otro lado, a través de este mismo gráfico se puede observar que la estacionalidad no excesiva en León.

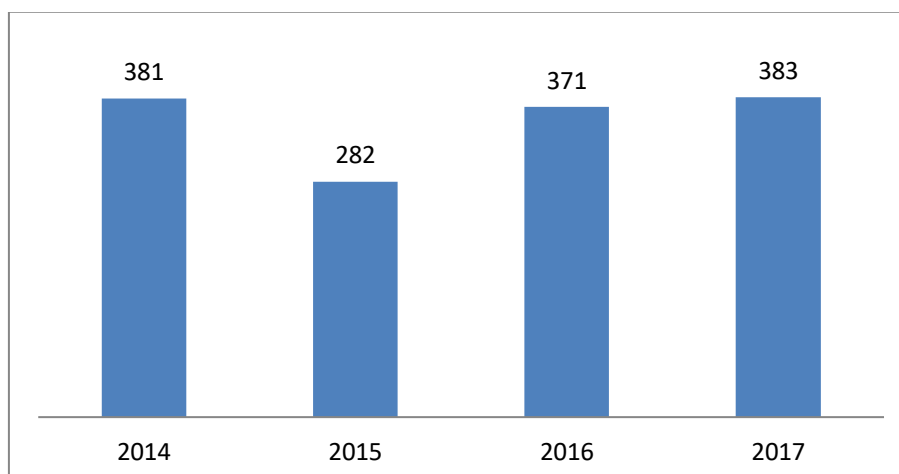
Gráfico 5.1. Número de viajeros llegados a León en 2018 por meses.



Fuente: Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León, 2018. Elaboración propia.

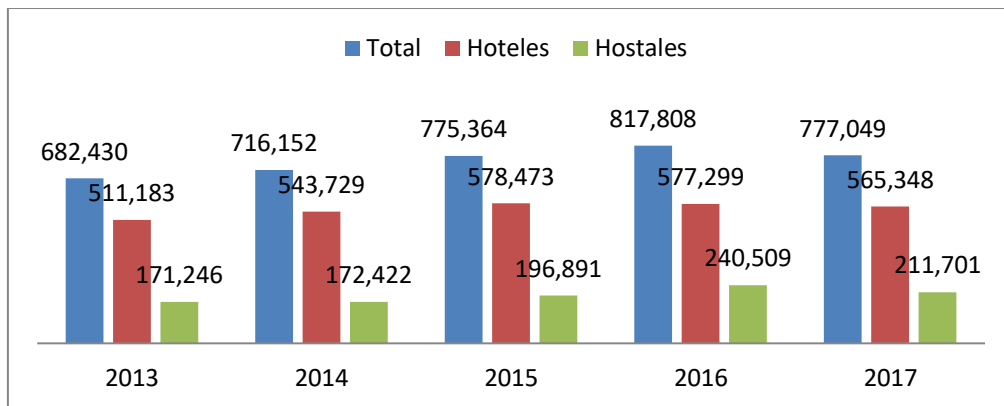
Respecto a la oferta, en general la evolución ha sido positiva en todos los aspectos durante el periodo 2013-2017. A continuación, se pueden observar dos gráficos. El primero muestra la evolución de los alojamientos hoteleros y en el segundo distribuye el número de viajeros según la categoría del establecimiento (hoteles y hostales). La evolución experimentada del año 2013 al 2017 muestra un crecimiento de un 12% en cuanto al total de viajeros. Concretamente, aquellos que optaron por la categoría de hotel creció un 10% mientras que los que escogieron la categoría hostel aumentaron un 19%.

Gráfico 5.2. Alojamientos hoteleros. Número de establecimientos



Fuente: Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León. Elaboración propia

Gráfico 5.3. Número de viajeros según categoría



Fuente: Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León. Elaboración propia

La Universidad de León realizó un estudio denominado ‘Evolución del Sector Turístico en la provincia de León, 1985-2012’ (González Fernández y Pertejo Blanco, 2014). En este trabajo se realizó una completa encuesta a turistas en la ciudad de la que se obtuvieron los siguientes resultados:

- La edad del turista oscila entre los 25 y 54 años y presenta niveles de estudios elevados.
- Durante esta época realiza viajes con motivos de ocio y cuyo fin es realizar recorridos turísticos.
- El motivo principal de su visita a León es conocer sus monumentos, concretamente, la Catedral aunque un porcentaje elevado está realizando el Camino de Santiago.
- La Catedral es el principal monumento seguido del Barrio Húmedo que muestra un atractivo importante para los turistas, la Basílica de San Isidoro, Palacio de Botines, la Plaza Mayor, Parador de San Marcos y el Barrio Romántico. Por último pero no menos importante, el Palacio de los Guzmanes y otros lugares a lo largo del Camino de Santiago. También, son lugares de interés el MUSAC, Palacio de los Conde Luna y el Museo de León.

Exceltur, ha realizado un análisis de la competitividad turística a través de Urbantur. Su último informe es del año 2016 y agrupa 25 ciudades que son analizadas, entre las cuales se encuentra León. El hecho de que hayan analizado León ya nos indica que es una de las ciudades del país con más atractivo y potencial, pero a pesar de considerarla así, se encuentra en última posición, por lo que todavía puede crecer.

Dicho informe se basa en seis pilares. A continuación, se muestra una tabla distribuida en los seis pilares y el puesto que ocupa León en cada uno de ellos, pero se puede ver que hay una necesidad en cuanto a mejorar el sector turístico en la ciudad ya que sigue situándose en las últimas posiciones (Exceltur, 2016).

1. Capacidad de atracción de la oferta de productos de ocio	Puesto 22
2. Capacidad de atracción de la oferta de productos de negocios	Puesto 22
3. Condicionantes competitivos del entorno y de la vida local	Puesto 19
4. Accesibilidad y movilidad	Puesto 19
5. Gobernanza y gestión estratégica	Puesto 21
6. Desempeño, resultados económicos y sociales.	Puesto 18
Fuente: Urbantur 2016. Elaboración propia.	

6. LAS VILLAS DEL LIBRO. OFERTA ESPECIALIZADA DEL TURISMO CULTURAL

6.1. ORIGEN DE LAS VILLAS DEL LIBRO

El turismo literario es una de las ramas del turismo cultural que, aunque minoritaria, está creciendo más en los últimos años. Se trata de una modalidad del turismo cultural dedicado a visitar aquellos lugares donde se encuentran elementos como museos, cafeterías, universidades, o donde se realizan eventos que de alguna forma han tenido que ver en las grandes obras o autores de la literatura universal.

Dentro de este tipo de turismo se encuentran las Villas del Libro. La “International Organisation of Book Towns” las define como:

‘Una pequeña ciudad rural o pueblo en el que se concentran las librerías de segunda mano y anticuarios. La mayoría de las Villas del Libro se han desarrollado en pueblos de interés histórico o de belleza escénica. Las librerías a menudo se complementan con empresas artesanales como producción de papel, caligrafía, impresión, diseño de libros, ilustración de libros y encuadernación tradicional, así como otras artesanías que no están relacionadas con los libros. El concepto fue iniciado por Richard Booth de Hay-on-Wye en Gales. La Villa del Libro ofrece un modelo ejemplar de desarrollo rural sostenible y turismo. Es uno de los nuevos desarrollos turísticos más exitosos y se está siguiendo en muchos países de todo el mundo’. Según la web oficial de esta organización (www.booktown.net) se trata de ‘ciudades o pueblos que hacen una importante labor por la promoción de la lectura más allá de los calendarios oficiales y a su vez, cuentan con una infraestructura cultural tanto en relación al libro como en otros aspectos que las hacen dignas de tal distinción, y que se configuran como una importante alternativa de desarrollo sostenible desde el turismo cultural’.

El potencial de estas villas del libro para impulsar el turismo regional se ha convertido en una razón fundamental para su establecimiento y un conductor importante en el crecimiento de dicho movimiento. Aun así, el impacto positivo de las villas del libro en el turismo no se reconoció hasta que Seaton realizó una investigación sobre ello en el año 1990 (Frank, 2018).

La primera Villa del Libro fue Hay-on-Wye, un pueblo galés que fue reconocida como tal en 1961 cuando Richard Booth abrió la primera tienda dedicada a la compra-venta de libros usados. Este hecho, dio paso a un gran desarrollo turístico en la ciudad en los siguientes años y con el consiguiente aumento de visitantes y turistas que hicieron que aumentara la oferta turística (alojamientos, restaurantes...). Además, debido al éxito, en 1998, se desarrolló un festival llamado 'Hey Festival' llegando a convertirse en uno de los festivales literarios más importantes del mundo.

Una segunda etapa la conforma el surgimiento como segunda Villa de Libro en Redu (Bélgica) en el año 1984. Con ello, la ciudad aumentó su impacto económico y social, además de la llegada de visitantes, pero fue más allá, ya que añadió otros comercios como tiendas de antigüedades, alimentación, galerías de arte o la organización de eventos culturales.

La tercera Villa del Libro fue en Francia, en Becherel. Tras el esfuerzo y trabajo de una asociación de protectores del patrimonio, que estudiaron la posibilidad de establecer una Villa del Libro con el objetivo de recuperar el pueblo.

Todas estas Villas del Libro sirvieron como inspiración para las siguientes que se implantaron en diferentes países europeos entre los años 1993 y 1998 (Francia, Países Bajos, Suiza, Noruega, Finlandia, Alemania, Escocia...).

Seaton fue el primero en realizar un estudio de las villas del libro como atractivos turísticos. Comenzó en 1992 y utilizó como modelo la Villa de Hey. Fue financiado por la Unidad de Investigación de Turismo Escocés (STRU), la Agencia Nacional de Turismo de Escocia y la Agencia de Gobierno. Este estudio se dividió en dos partes, la primera parte del estudio indicó que las villas del libro utilizan sus recursos existentes para alcanzar el crecimiento económico; que no suponen una amenaza para el medioambiente; que implican pequeños riesgos a los negocios; que generan ingresos en la comunidad local; que generan beneficios a otros negocios en la ciudad; que apenas tienen estacionalidad y que no dependen tanto de la meteorología como otros productos turísticos. La segunda parte del estudio, analizó el rápido éxito de la primera generación de villas del libro en Francia, Bélgica y Holanda, centrándose en las características de su ubicación, las estructuras de organización y el rendimiento turístico (Frank, 2018).

6.2. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LAS VILLAS DEL LIBRO

En el año 1998, el Instituto de Investigación de Noruega Occidental junto con el departamento de Turismo de la Universidad de Strathclyde (Escocia) y la colaboración de organizaciones y vendedores de libros de cinco ciudades del libro, solicitaron financiación para llevar a cabo un proyecto europeo. Una vez otorgada dicha financiación, nació el proyecto europeo 'European Book Town Network', una aplicación telemática basada en un modelo para el desarrollo rural sostenible apoyado en el patrimonio cultural.

Dicho proyecto comenzó en septiembre de ese mismo año y por aquel entonces, resultó ser beneficioso para aquellos socios que trataban de familiarizarse con la telemática. Al principio, apenas se usaba, pero con el paso del tiempo, internet tuvo un mayor uso entre ellos para la venta de libros y publicidad.

En el año 2000, se celebra en Alemania el segundo Festival Internacional de la Ciudad del Libro, momento en el que se desarrolló la última reunión acerca del proyecto y en el que los participantes escogieron un comité para la creación de una Organización Internacional del libro que finalmente se creó en 2001.

La Organización Internacional de Villas del Libro persigue los siguientes objetivos:

- Sensibilizar a la sociedad sobre las ciudades del libro y generar interés proporcionando información en Internet y mediante la organización de un Festival del Libro cada dos años.
- Difusión de conocimientos y habilidades entre las ciudades de los libros y sus vendedores y otras empresas para así mejorar la calidad de ellas.
- Enriquecer la economía rural mediante la promoción de las actuales ciudades del libro.
- Emprender actividades que puedan ser de interés para las ciudades del libro y fortalecer negocios independientes a ellas.
- Ayudar a mantener el patrimonio cultural regional, nacional e internacional y estimular la conciencia pública internacional.

Los miembros que forman dicha organización son los siguientes:

Ascona (Suiza), Borrby (Suecia), Bredevoort (Países Bajos), Clunas (Australia), El Pedroso (España), Featherston (Nueva Zelanda), Fjaerland (Noruega), Kampung Buku (Malasia), Montereggio (Italia), Idbidos (Portugal), Paju (Corea del Sur), Pazin (Croacia), Redu (Bélgica), Saint Pierre de Clages (Suiza), Selfoss (Islandia), Sysmä (Finlandia), Torup (Dinamarca), Tvedestrand (Noruega), Urueña (España), Wigtown (Escocia) y Wünsdorf (Alemania).

Mientras que la IOB se encarga de establecer un nexo de unión entre las villas del libro del mundo, los vendedores de libros, desde el año 1948 han sido miembros de la 'International League of Antiquarian Booksellers (ILAB). Cuando se creó, tuvo seis países miembros: Dinamarca, Francia, Gran Bretaña, Países Bajos, Suecia y Suiza. El objetivo de los delegados era restablecer la confianza transfronteriza entre los vendedores de libros tras las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial. Hoy en día, ILAB se considera como una de las asociaciones de comercio más grande de cualquier sector (Frank, 2018).

Otro factor que tiene que ver en el crecimiento y desarrollo de las Villas del Libro son los marcos establecidos por los gobiernos y agencias no gubernamentales para promoverlas y apoyarlas, además de las estructuras de apoyo mutuo que crean ellas mismas. El rápido éxito de las Villas de Libros en Europa fue el impulsor para que la

UE apoyara la investigación en la búsqueda de los beneficios que reforzaran las áreas rurales. El estudio que condujo el Proyecto UR 4001 se llevó a cabo entre 1998 y 2000 para investigar los aspectos económicos para la creación y mantenimiento de las Villas de los Libros y la conclusión de éste fue que las Villas del Libro obtuvieron un crecimiento local que impulsó la sostenibilidad (Frank, 2018).

Este proyecto surgió del interés en investigaciones anteriores realizadas por Skogseid y Seaton, que produjeron un informe ‘Book Town Satus and User Needs Analysis’ cuyo objetivo era el desarrollo de una organización virtual de Villas del Libro, denominada ‘BookTownNet’. Esta red vitural fomentó la colaboración y acceso público entre todas las villas del libro además de proporcionar información sobre las villas del libro, incluyendo el análisis realizado por Skoised de los beneficios económicos generados por las villas de los libros. La creación de esta red permitió saber que el uso de las tecnologías era necesario para el negocio en las villas de los libros al igual que la economía global basada en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ya que estimulan la economía local (Frank, 2018).

6.3. URUEÑA. LA PRIMERA VILLA DEL LIBRO EN ESPAÑA

Urueña, es un municipio de la provincia vallisoletana y se encuentra enclavada en los Montes Torozos. Actualmente, según las últimas estadísticas del INE, Urueña cuenta con 188 habitantes (2018).

Sus orígenes nos trasladan a la época de los vacceos, un pueblo prerromano que estableció sus primeros asentamientos allí. Más tarde, los romanos llegaron a estas tierras y en la Edad Media, Urueña fue la capital del Infantado de Valladolid. Doña Sancha, que recibió el Infantado de Valladolid por parte de su hermano Alfonso VII, restauró el castillo y más adelante levantó una muralla que rodea la ciudad y que todavía hoy puede recorrerse en casi su totalidad.

Figura 6.1. Localización de Urueña



Fuente: Diputación de Valladolid. Elaboración propia

En 1975, fue declarada Conjunto Histórico-Artístico por poseer uno de los mejores cascos urbanos al igual que la Iglesia de Nuestra Señora de la Anunciada de estilo románico.

Por ello, hay que mencionar aquellos bienes que forman el patrimonio cultural de Uruña (Página Oficial de Uruña):

- Castillo de Uruña: construido en el siglo XI sobre los restos de una fortificación romana con el fin de proteger el municipio. Tiene forma rectangular con cubos semicirculares. Llegó a ser prisión y hoy en día es el cementerio de Uruña.
- Muralla de Uruña: se conserva el 80% del recinto amurallado y es considerada como la mejor conservada de Valladolid, comenzó a levantarse cien años después de castillo con el objetivo de establecer las fronteras ante el reino de León.
- Ermita de Nuestra Señora la Anunciada: ubicada en un pequeño valle fuera del recinto amurallado. Data del siglo XII y es el único ejemplar completo en Castilla y León que se conserva de estilo románico-lombarda.
- Iglesia Santa María del Azogue: construida en el siglo XVI de estilo renacentista.
- Edificios singulares: dentro de esta categoría podemos encontrar La Casona, palomares, chozos, Monasterio del Bueso, la laguna, la cueva, heráldica, los caños, los paisajes de Tierra de Campos.

En 2007, fue declarada la primera Villa del Libro de España por la Diputación de Valladolid, hecho que explica que esté incluida en la red de Villas del Libro del mundo y cuyo proyecto cultural está inspirado en las Villas del Libro mencionadas anteriormente. Gracias a la publicación de Manrique Martínez (2006), se ha podido analizar como fue el proceso de declaración. Éste mismo, consideró que era necesario llevar a cabo un proyecto que aprovechara y valorara los recursos patrimoniales en localidades de origen medieval, además de inspirarse en la primera Villa del Libro Hay-on-Wye. Con ello, presentó el proyecto a la Diputación de Valladolid y la institución provincial promovió su nombramiento.

Además, se recogieron una serie de criterios que debía cumplir la localidad para poder ser declarada como tal. Tenía que tener:

- una población inferior a los 1000 habitantes
- bienes patrimoniales históricos, culturales y naturales relevantes
- vinculación con la literatura
- suficiente suelo urbano para poder impulsar el desarrollo
- adecuada accesibilidad
- entorno relativamente próximo a Valladolid
- apoyo institucional y ciudadano

Respecto a la oferta turística, Urueña cuenta con 4 alojamientos rurales de distintos tipos (un hotel rural y tres casas rurales), 7 establecimientos de restauración y 12 librerías (Ayto. de Urueña). Como oferta complementaria, señalar la Bodega Heredad de Urueña, una carnicería, una panadería, una tienda artesanal, otra de productos gourmet y antigüedades y un pequeño quiosco.

Resulta esencial destacar y centrarnos en la oferta de museos y centros culturales, entre ellos:

- Centro e-LEA Miguel Delibes: considerada como el corazón de la Villa del Libro, es un centro para la promoción del libro y de la cultura.
- Museo del Cuento. Colección Rosana Largo: recoge una exposición permanente de Rosana Lago sobre los cuentos infantiles más reconocidos.
- Museo de la Música. Colección Luis Delgado: muestra los 1.200 instrumentos que forman la colección completa de Luis Delgado.
- Museo de Campanas: recoge una colección de campanas cedidas por el fundidor de Saldaña Manuel Quintana.
- Fundación Joaquín Díaz: fue creado en 1985 con el objetivo de que Joaquín Díaz concediera sus colecciones para ser expuestas. Es una entidad cultural privada cuyo objetivo es contribuir al legado y a la difusión del patrimonio
- Laboratorio de diseño y sala de exposiciones DiLab: espacio especializado en la difusión de la cultura contemporánea.

Mencionar también a las pequeñas librerías y talleres que, al tratarse de una Villa del libro, poseen su propio atractivo turístico. En lo que respecta y según la web oficial de Urueña, hoy en día existen doce librerías dedicadas a este fin. También, destacar la existencia de una enoteca donde se llevan a cabo actividades donde se mezcla la literatura y la enología

Por otro lado, en cuanto a la demanda de Urueña, tras una investigación enfocada en el perfil del visitante (Bedate, Sanz y Herrero, 2001), los resultados obtenidos indicaron que suelen ser hombres con una edad que oscila entre los 21 y 50 años. En cuanto al nivel de estudios, la mayoría de ellos tienen estudios superiores y sus ingresos son elevados. Respecto a la procedencia, gran parte de ellos proceden de Valladolid y sus alrededores.

En cuanto a las visitas, se observa un incremento en el número de visitantes. Gracias a la noticia proporcionada por el periódico digital 'El norte de Castilla', nos muestra que, en el periodo de enero a noviembre, en el año 2017 recibió 63.043 visitantes, mientras que en 2018 fueron 69.297, lo que quiere decir que ha aumentado un 10%. El artículo sugiere que este incremento se ha debido a la nueva señalización en la A-6, que identifica el atractivo del lugar con mayor precisión.

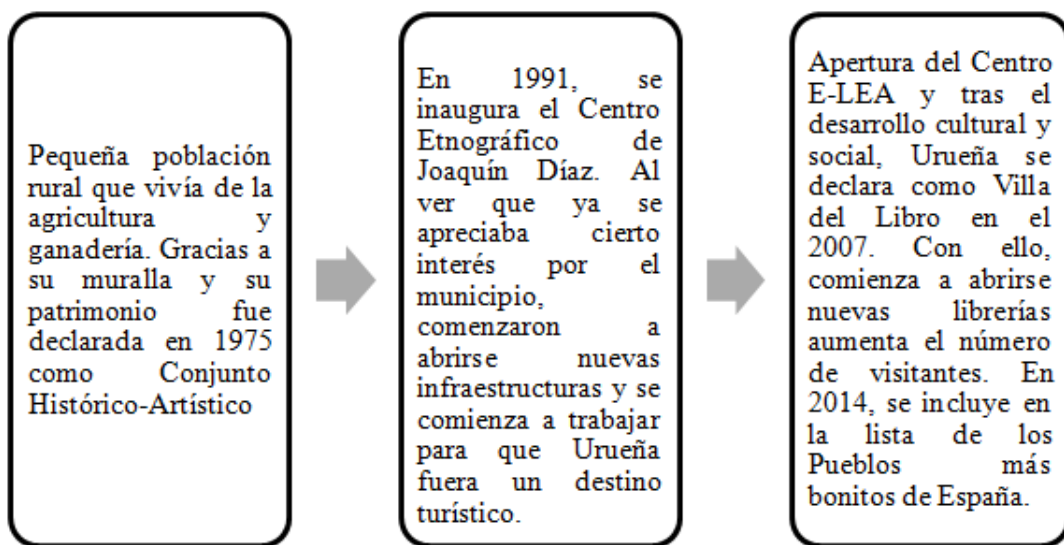
Otro motivo que explica el crecimiento de la demanda es que en el año 2014, se incluyó dentro de la lista de los Pueblos más bonitos de España cuya asociación tiene como

objetivo promocionar los pequeños municipios a través de acciones de promoción y eventos culturales.

Todo esto, ha sido gracias a la colaboración de los principales actores turísticos y culturales, tanto públicos como privados, que han tenido una intervención directa y al igual que las distintas administraciones públicas: Diputación de Valladolid y el Ayuntamiento de Uruña.

En definitiva, se puede apreciar claramente la evolución que ha tenido Uruña con el paso del tiempo, pues a modo resumen, se ha elaborado una línea temporal desde el punto de vista del turismo.

Cuadro 6.1. Evolución del desarrollo turístico de Uruña



Fuente: Reguera, 2014. Elaboración propia

Para poder elaborar estrategias con el fin de aprovechar las fortalezas y debilidades que presenta Uruña y por lo contrario, mejorar aquellos puntos que se encuentran dentro de sus amenazas y debilidades, a continuación, se muestra un análisis DAFO de la situación de Uruña.

Cuadro 6.2. Análisis DAFO de Urueña	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Librerías y talleres no están abiertas a todas horas. • Al ser un municipio pequeño, no posee gran cantidad infraestructuras turísticas y servicios públicos. • La Diputación de Valladolid en su web no proporciona información directa sobre Urueña. • Oferta complementaria, como las tiendas de alimentación, es escasa. • A la hora de reservar alojamiento online, en portales como Booking, solo aparece uno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al tratarse de un municipio pequeño, menor es el presupuesto. • Despoblación. • Competidores cercanos con mayor atractivo turístico.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Municipio conocido como Villa del Libro a nivel internacional y que está entre Los Pueblos más Bonitos de España. • Fundación Joaquín Díaz como institución cultural de referencia. • Proximidad a grandes núcleos de población. • Transporte público desde Valladolid y Medina de Rioseco. • Gran aparcamiento a la entrada del pueblo. • Correcta señalización. • Patrimonio histórico de calidad y oferta museística. • Desarrollo de un turismo de forma que se respeta el medio rural. • Generación de empleos y servicios. • Desarrollo de una página web oficial y uso de redes sociales. • Oferta de servicios principales y complementarios. • Entrega de folletos, planos y publicaciones al visitar la Oficina de Turismo. • Colaboración entre el sector público y el privado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de eventos literarios anuales de manera que incremente el número de visitantes. • Mayor promoción del destino tanto a nivel nacional como internacional. • Incrementar el empleo de nuevas tecnologías (aplicaciones, por ejemplo).
Fuente: Azuara, 2018. Elaboración propia	

6.4. OTRAS VILLAS DEL LIBRO ESPAÑOLAS

En Cataluña, existe una red propia de Villas de Libro denominada ‘Red de Villas del Libro de Cataluña’ que nace con el objetivo de difundir la cultura a través de la literatura y los libros y que sirva a su vez de motor económico. Al mismo tiempo, busca producir un impacto positivo tanto en la sociedad como en el territorio. Está dirigida a núcleos rurales, pequeños pueblos o ciudades mayores. Por otro lado, recibe el apoyo tanto de gestores públicos como privados y trata de crear nuevas redes de colaboración desde el punto de vista cultural, social y económico.

A menos de 90 kilómetros de la ciudad de Barcelona, se encuentra el municipio de Bellprat, un lugar con rico patrimonio histórico que cuenta con 74 habitantes censados (INE, 2018) de los cuales sólo habitan 20 durante todo el año, que ha logrado formar parte de la Red de Villas del Libro de Cataluña, siendo declarada como la primera Villa del Libro en 2008 de Cataluña. Es un pequeño pueblo que ha apostado desde sus comienzos por el desarrollo económico basado en una oferta cultural de calidad y de forma sostenible a través de librerías antiguas, actividades literarias pensadas para todo tipo de público y una oferta de alojamiento que cada vez va creciendo más pero a ritmo muy lento.

En 2008 nace la iniciativa de crear un evento anual, el ‘Festival de Bellprat, Villa del Libro’, donde los escritores que forman parte del programa llevan a cabo diferentes actividades literarias y además, presentan novedades editoriales. Las calles se decoran con libros y las casas antiguas se convierten en librerías. También, otro de los eventos que han organizado es el encuentro entre autores, ilustradores e intelectuales con los visitantes en un ambiente más cercano.

Actualmente, la ‘Red de Villas de Libro de Cataluña’ la forman en total cinco pueblos, Bellprat (2008), Cervera (2016), Montblanc (2017), La Pobla de Segur y L’Escala (2018). Todos ellos trabajan en conjunto para lograr crear una propuesta turística que se diferencie del resto. Han organizado 8 festivales literarios en conjunto y han contado con la presencia de importantes personalidades del mundo literario.

Por otro lado, mencionar también a un pueblo ubicado en Sevilla, El Pedroso. Es un municipio rural ubicado al norte de Sevilla con 2.037 habitantes (INE, 2018).

En el año 2012, nace la iniciativa de crear ‘La Fundación El Pedroso’ con el objetivo de promocionar el pueblo desde el punto de vista de la cultura y el desarrollo. Dos años más tarde, comienzan a llevar el proceso para lograr la categoría de ‘Villa del Libro’. Para ello, esta asociación elabora un plan estratégico y con ello, se inauguró el Centro de la Cultura ‘Escuelas Nuevas’ en el que se recoge la historia del municipio y lo más importante, en él se alberga el museo más importante de la escritura en Andalucía.

Además, con este proyecto también pretenden poner en marcha ‘el tren de la Villa del Libro’ que durante el trayecto se conocerá la historia a través de personajes literarios y se realizarán paradas en los monumentos y por supuesto, en el museo. Otras de las

iniciativas que ha creado esta asociación es la denominada 'El libro sale a la calle', cuyo objetivo es que en todos los establecimientos del pueblo haya libros para poder leer.

Actualmente, el pueblo no ha logrado la categoría pero sigue intentándolo a través de distintas iniciativas con el objetivo de atraer un mayor número de visitantes y generando a su vez, una iniciativa novedosa de turismo cultural.

7. ASTORGA. UNA VILLA HISTÓRICA ESPECIALIZADA EN TURISMO CULTURAL

Astorga, capital de la comarca de la Maragatería, es una ciudad situada en la provincia de León. Ubicada entre el Páramo leonés y los Montes de León y actúa como núcleo entre la Maragatería, la Ribera del Órbigo y la Cepeda.

7.1. CONTEXTO HISTÓRICO

Nacida como campamento militar romano de la Legio X Gemina entre los ríos Tuerto y Jerga, su historia comienza en la época prerromana. Las legiones VI y X formaron parte de las Guerras Cántabras, pues quedaron allí tratando de conquistar el territorio con el objetivo de abrir dos vías militares que atravesaran todo el territorio, siendo Braga y Astorga los principales destinos hacia el Oeste mientras que de Norte a Sur iría la Ruta de la Plata donde Astorga sería el punto final del itinerario.

Más tarde, pasó a convertirse en un importante asentamiento civil, La conversión en un asentamiento civil se debió producir hacia los años 20 de nuestra Era, cuando comenzó la explotación intensiva de las minas de oro del Bierzo y de los valles del Eria, Valduerna y Omañas por orden de Augusto y así comenzaron a conocer la riqueza de sus recursos.

Este asentamiento fue eventual, pues hacia el año 35 a.C empezaron a levantarse las primeras edificaciones. Gracias a la 'fiebre del oro', pasó a ser una urbe basada en el control administrativo de las explotaciones y a finales del reinado de Tiberio, el campamento pasó a ser una fundación civil.

En primer lugar, se construyeron dos fosos como defensa, pero más tarde se construyó la muralla cuando la población pasó a ser una ciudad romana. La segunda muralla llegó en el siglo III a consecuencia de la crisis y en ella, había un foro de grandes dimensiones. Por otro lado, fue paso obligado por las vías imperiales romanas al convertirse en capital de un conventus iuridicus.

Figura 7.1. Plano de Austurica Augusta s. III



Fuente: Cuervo Álvarez, 2014

Es a partir de este momento cuando se produce un gran cambio en la ciudad debido a la gran crisis económica y también, un descenso en la extracción del oro por falta de mano de obra. A partir de este momento, la ciudad sufre un declive urbanístico (Cuervo, 2014)

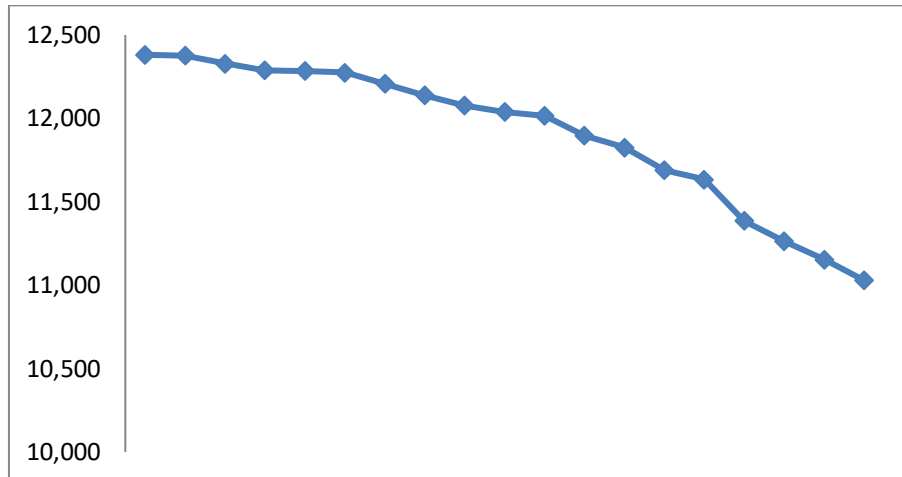
En el siglo IX, cuando se estableció la peregrinación al sepulcro del apóstol Santiago se revitaliza su importancia caminera y creció demográficamente al igual que la estructura urbana y se ampliaron los muros del antiguo campamento romano. Sin embargo, en la Edad Moderna ya se reflejaba el predominio de la autoridad religiosa sobre la civil.

La industria en el siglo XIX se basaba en la producción de alimentos y textil, momento en el que llegó el ferrocarril y es entonces cuando se desarrollan actividades relacionadas con el transporte. Por aquel entonces, la población rondaba los 4.000 habitantes pero cuando se produjo el éxodo rural a principios del siglo XX, la población se triplicó, sin embargo, se vio afectada cuando León y Ponferrada empezaron a crecer (Somoza, 2002).

7.2. POBLACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ECONOMÍA

Actualmente, Astorga se conoce como uno de los lugares más representativos de León. Sin embargo, su población ha descendido con el paso de los años. A continuación, se puede observar un gráfico de la evolución de la población, a través de los datos proporcionados por el INE, durante el período 2000-2018:

Gráfico 7.1. Evolución de la población de Astorga



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como se puede apreciar, la población ha disminuido considerablemente desde el año 2000, año en el que hubo 12.381 habitantes habiendo perdido casi 1.300 habitantes en menos de 18 años, ya que el año pasado hubo 11.029 habitantes. Esto se debe, según Pablo Alonso González (2013), a la gran tasa de envejecimiento de los últimos años, al menor número de nacimientos y al éxodo rural que hoy en día sigue afectando a las pequeñas localidades, a la periferia económica, a la destrucción de empleo, escasez de oportunidades o la descoordinación institucional (Alonso, 2013). Pero, según el fundador de ‘Pueblos Más Bonitos de España’, Francisco Mestre, una de las soluciones a la despoblación sería el turismo, promocionando el patrimonio cultural, natural y rural.

En cuanto a su distribución, está formada por Castrillo de los Polvazares, Murias de Rechivaldo, Santa Catalina de Somoza y Valdeviejas. Respecto a la población de cada uno de ellos, según datos proporcionados por el INE (2018), en Castrillo de los Polvazares hay 107 habitantes, en Murias de Rechivaldo 112 habitantes, en Santa Catalina de Somoza 47 habitantes y por último, 131 habitantes en Valdeviejas.

Figura 7.2. Municipio de Astorga



Fuente: Ayuntamiento de Astorga

En cuanto a la actividad económica de Astorga, se basa en el turismo, en el sector servicios y en la administración pública aunque también la industria agroalimentaria está presente. Por un lado, del sector primario, la actividad agrícola está presente en las zonas rurales. Del sector secundario, la industria es la segunda actividad más importante, sobre todo la industria alimentaria (hojaldres, mantecadas...) y también, la industria del chocolate y por otro lado, del sector terciario, Astorga presenta una actividad de comercios importante. Cabe destacar el peso del turismo comercial en este sector por su patrimonio cultural y el empleo que ha generado en cuanto a oferta de alojamientos y restauración.

7.3. TURISMO CULTURAL EN ASTORGA

El turismo cultural en Astorga en los últimos años se ha visto como un elemento de apoyo para el desarrollo de la ciudad, con una capacidad de atracción a nivel regional, nacional e incluso internacional, pues en el año 1978, es declarada como Conjunto Histórico Artístico.

Hay que destacar, en primer lugar, la exposición desarrollada en la Catedral y en el Palacio Episcopal de las Edades del Hombre llevada a cabo en Astorga en el 2000 bajo el título de 'Encrucijadas'. Los tres bloques en los que se dividió fueron los siguientes: 'La Encrucijada de los Dioses', 'La Encrucijada de los Caminos' y por último, 'La Encrucijada del Hombre'. Esta exposición trajo consigo gran cantidad de aspectos positivos, pues se puede considerar como el punto de partida en el desarrollo turístico cultural y que ayudó a mejorar el posicionamiento de la ciudad. Recibió 460.000

visitantes (Fundación Las Edades del Hombre), lo que demuestra que es un recurso turístico de gran importancia y que puede generar un impacto económico.

En cuanto a patrimonio cultural podemos destacar:

- Camino de Santiago y vía de la Plata: desde el siglo IX, las antiguas vías romanas se convirtieron en rutas de peregrinación y desde este momento, cada año Astorga recibe a gran cantidad de peregrinos de diferentes partes del mundo. En su recorrido por Astorga, se aprecia gran parte del patrimonio como el Palacio Episcopal, la Catedral de Santa María, el Museo Catedralicio o la muralla. Gracias al Camino de Santiago, se ha visto un incremento en la oferta de alojamiento en cuanto a hoteles, hostales y albergues y al mismo tiempo, la restauración también se ha visto beneficiada.

La vía de la Plata, fue una calzada romana que atravesaba la península de sur a norte finalizando en Astorga. Hoy en día, además de ser una ruta de peregrinación, tiene también un uso turístico y cultural ya que a lo largo del recorrido se puede apreciar un gran patrimonio histórico, artístico, etnográfico, cultural y natural.

Por otro lado, en cuanto al turismo religioso, cabe destacar la Semana Santa que ha sido declarada de Interés Turístico Regional en 1997 y Nacional en 2011. Durante 10 días, cofradías y hermandades recorren la ciudad.

- Oferta museística: el paso de la historia en Astorga también se ha visto reflejada en los museos que hoy en día se pueden visitar en la ciudad. Entre ellos, podemos hablar del Museo del Chocolate, donde se muestra la historia de la industria del chocolate. En el año 2017, según los datos proporcionados por el periódico La Nueva Crónica, recibió 35.566 visitantes y señala que es un gran reclamo turístico.

Otro de los museos más importantes, es el Museo Romano. En él, se exponen los objetos más significativos que se han ido encontrando en las distintas excavaciones que se han realizado y así nos ayudan a comprender el origen, el modo de vida y la implantación urbana de Austurica. Se encuentra sobre un pórtico denominado la 'Ergástula' que por aquel entonces se ubicaba en el centro del foro. Durante el verano del 2017, alcanzó 4.030 visitantes.

El Museo Catedralicio fue proyectado en 1889 y creado en 1954. En un principio, albergó la antigua escuela de la catedral, la biblioteca y el archivo. Cuenta con diez salas donde se albergan 533 obras de gran valor artístico. Entre ellas, destaca la Arqueta de San Genadio, el arcón románico de Carrizo, piedras preciosas o el cáliz de Alonso Portillo.

Por último, el Museo de los Caminos, está dedicado al Camino de Santiago ya que para Astorga es muy importante, se encuentra dentro del Palacio Episcopal y recoge numerosas piezas dedicadas a la diócesis y casi todas ellas relacionadas con la peregrinación.

- Monumentos: entre ellos, se encuentra la Catedral, declarada Bien de Interés Turístico en 1931, comienza a construirse en 1471 y finaliza en el siglo XVIII,

por lo que en ella se puede apreciar distintos estilos de arte. Es la sede episcopal de la diócesis de Astorga. En su interior destaca el retablo mayor tallado por Gaspar Becerra y la Inmaculada de Gregorio Fernández. La actual catedral se atribuye a Rodrigo Gil de Hontañón. Datos proporcionados por la Diócesis de Astorga indican que, en el año 2018 recibió 86.121 visitantes de los cuales el 73% eran turistas nacionales y entre los extranjeros, en primer lugar se encuentran aquellos que proceden de Italia.

El Palacio Episcopal de Gaudí es una de las obras que el autor realiza fuera de Cataluña tras recibir el encargo de construirlo. Su construcción se llevó a cabo durante los años 1889 y 1915 y se inauguró en 1963. Consta de cuatro salas: el sótano, la planta baja, la noble y la planta superior.

Como espacio de encuentro entre los habitantes, la Plaza Mayor se ubica sobre parte del antiguo foro romano. En ella, se llevan a cabo distintos eventos culturales y festividades e incluso desde la época medieval, se realiza un mercado. Presidiendo la Plaza Mayor, está el Ayuntamiento, pues se considera como uno de los edificios más destacados del barroco civil en León.

Desde el siglo III y visible hoy en día, sobre Astorga se levanta la muralla, uno de los monumentos más llamativos de la ciudad. A pesar de que no se conserve en su totalidad, hay dos tramos que está bien conservados. Desde el asentamiento de la Legio X, hubo tres murallas. La primera, levantada por los militares de Legio X Gémina. La segunda, se levantó durante los reinados de Tiberio y Claudio y la última, que es la que se conserva hoy en día.

En 1995, el Ayuntamiento de Astorga decidió realizar un itinerario arqueológico conocido actualmente como ‘Ruta Romana’ en el que se muestra por un lado, el mundo romano y por otro lado, el modo de vida y las costumbres del hombre. Nos permite conocer una parte del foso de lo que fue el campamento de la Legio X Gémina, las Termas Menores, visita a las cloacas y la visita a una casa perteneciente a uno de los propietarios con altos niveles de vida.

8. PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA COMO VILLA DEL LIBRO

La idea inicial para realizar este trabajo fue analizar la viabilidad de proponer a Astorga como una nueva Villa del Libro. Las Villas del Libro se basan, como se ha visto en los anteriores apartados, en el turismo literario, en la compraventa de libros de segunda mano, en las librerías o en festivales relacionados con la literatura, pero todo ello con el objetivo de desarrollar económicamente aquellas zonas rurales desde el punto de vista sostenible y empleando el turismo cultural como apoyo.

Por ello, tras haber realizado un análisis de lo que significa el turismo cultural en España y el caso de Urueña en Valladolid como Villa de Libro, a continuación, hablaremos de lo que supone el turismo literario en Astorga, para así poder comprobar

que Astorga posee características que podrían ser clave para su consideración como Villa del Libro.

Desde la Edad Media, la literatura ha tenido un papel muy importante en Astorga. Comenzando con Juan Lorenzo de Astorga con su obra 'Alexandre' que data del siglo XIII, poetas del siglo XV como Pedro Álvarez de Osorio o ya en el Renacimiento donde destacó Antonio de Torquemada. En el siglo XVIII, ya se apreciaba el pensamiento ilustrado. En los años 19-20, cuando despunta la actividad de revistas y periódicos, surge la revista llamada 'La Saeta y el Humo' donde publicaron autores como Luis Alonso Luengo, Ricardo Gullón o Leopoldo Panero (Ayuntamiento de Astorga, 2019), escritores que comenzaron su carrera literaria en Astorga y que a través de Gerardo Diego que visitó la ciudad de Astorga en varias ocasiones, crearon la denominada 'Escuela de Astorga', una verdadera escuela de poetas adolescentes y escritores de rica personalidad.

La casa de los hermanos Panero es ahora un centro cultural, un lugar de estudio, un ámbito de encuentros y una casa dedicada a la poesía que hace referencia a la vida literaria de Astorga. Allí, vivieron los hermanos Panero, Leopoldo y Juan pertenecientes a la generación del 36. Fue una casa, en la que no dejaron de pasar personajes destacados de la cultura, como César Vallejo, Dámaso Alonso, Luis Rosales, Gerardo Diego, José María Valverdeo la escritora Felicidad Blanc, que se convertiría en la esposa de Leopoldo y madre de los tres hijos del matrimonio, Leopoldo María, Juan Luis y José Moisés (Michi).

La Asociación de Amigos de la Casa Panero nació con el objetivo de dar vida al edificio y de conservarlo además de tener fines didácticos. La casa se divide en diferentes salas dedicadas a los diferentes personajes literarios que tuvieron que ver con su historia, una especie de museo donde se puede apreciar la cultura, la literatura, la poesía, la música o la etnografía (Amigos Casa de Panero, 2019).

Esta asociación se encarga de llevar a cabo diversos eventos literarios. En el mes de Julio se celebró el Congreso Internacional 'Congreso de Mujer 2019' gracias a la Asociación Amigos Casa de Panero, el Ayuntamiento de Astorga, la Universidad de León y la UNED que trató de reunir a estudiosos de la narrativa femenina de la posguerra. En el 2018, organizó un curso sobre 'Cesar Vallejo y las vanguardias en Astorga y León' o 'Cantos del Ofrecimiento'. En el año 2017 también se celebró el Congreso Internacional llamado 'Leopoldo María Panero, la palabra poética y sus límites'.

También, al igual que la Asociación Amigos Casa de Panero, existe la institución Centro de Estudios Astorganos Marcelo Macías (CEAMM) estando ambas involucradas en la difusión de la historia literaria de Astorga y su estudio.

Cabe destacar la Asociación Red Europea de Traductores de Castrillo de los Polvazares (RETCaP) formada por traductores de diferentes países y creada hace dos años. Este año, se celebró en Castrillo de los Polvazares el XIV Encuentro de Traductores y

Escritores en la que se quiso dar una mayor importancia y visibilidad a traductores y autores.

Gracias al Ayuntamiento de Astorga, el año pasado se celebró 1er Congreso Literario ‘Nuestras Tradiciones-Ciudad de Astorga’ en el que se debía de presentar un relato breve, poesía o microrrelato sobre las tradiciones leonesas. Además, también se celebró la primera Feria del Libro que contó con cuatro editoriales y 11 autores leoneses. Desde el 2017, gracias a la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Astorga, se celebran las Jornadas literarias negras, criminales y policiacas de Astorga donde participan escritores de literatura criminal y policiaca. Por otro lado, de la mano de la Asociación de Enfermos de Parkinson de Astorga, desde el año 2004 se celebra el concurso literario de relato breve ‘Parkinson Astorga’ en el que tratan de mostrar las dificultades de tal enfermedad.

Cada segundo viernes de mes, se lleva a cabo el evento llamado ‘Tardes de Autor’ en el que el Ayuntamiento de Astorga se encarga de invitar a escritores de cierto prestigio para que tenga un encuentro con el público en la Casa Panero. Escritores como Fermín Herrero, Luis Mateo Díez, Luis Sepúlveda, Fernando Sánchez Dragó, Alfonso Mateo-Sagasta o Julio Martínez Mesanza son ejemplos de escritores que comparten sus experiencias y anécdotas de la escritura (Ayuntamiento de Astorga, 2019).

Se podría seguir mencionando distintos eventos que se llevan a cabo en la ciudad, además de múltiples presentaciones de libros que la Concejalía de Educación y Cultura del Ayuntamiento proponen. Está claro que en Astorga la literatura tiene un peso muy importante y que el Ayuntamiento y demás instituciones, organismos o asociaciones, son conscientes de ello. Por ejemplo, según los datos que proporciona el Ayuntamiento de Astorga, a través del Ministerio de Hacienda, en el año 2018 se destinaron 1.156.210 euros a la gestión de celebración de eventos locales culturales o la promoción del patrimonio cultural.

Si es cierto que, en lo que se refiere a los establecimientos dedicados a la venta de libros, como es el caso de Urueña que cuenta con librerías antiguas y especiales, Astorga no destaca por ello, pues es uno de los puntos negativos o una debilidad a la hora de tener en cuenta para la presentación de Astorga como Villa del Libro. No obstante, este hecho tampoco es un impedimento definitivo, pues tampoco en Urueña existían librerías antes de que en 1992 abriera su negocio Jesús Martínez, y es en 2007 con el desarrollo del proyecto Villa del Libro cuando comienzan a abrirse otras nuevas librerías

A continuación se muestra un análisis DAFO de Astorga para tener en cuenta cuáles son sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades:

Cuadro 8.1. Análisis DAFO de Astorga	
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Despoblación y aumento del envejecimiento. • Escaso número de librerías antiguas. • Escasa señalización de los recursos turísticos. • Pocos recursos de información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ponferrada y León capital como competidores. • Proceso de abandono del centro histórico por parte de los residentes puede dar lugar a convertirlo en una zona únicamente turística.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Rico patrimonio histórico y cultural. • Paso del Camino de Santiago y Vía de la Plata. • Estructura urbana de origen histórico. • Gran número de eventos y actividades literarias. • Buen nivel de oferta hotelera y de restauración. • Calidad gastronómica. • Relación calidad/precio adecuada en los servicios proporcionados. • Enclave geográfico y administrativo. • Iniciativa de agentes socioeconómicos y políticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar su posición privilegiada y su accesibilidad. • Posibilidad de mejora del paisaje urbano. • Apertura de nuevas librerías o bien dar un uso distinto a las ya existentes, como por ejemplo, intercambio de libros entre clientes. • Potencialidad del turismo cultural y literario. • Colaboración ciudadana en los asuntos municipales y eventos culturales.
Fuente: Ayuntamiento de Astorga. Elaboración propia	

Igualmente, el Ayuntamiento de Astorga presentó el Documento de Análisis y Diagnóstico (DAD) perteneciente al Plan General de Ordenación Urbana en el que se muestran las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en lo que se refiere al medio físico, urbano y aspectos socioeconómicos. En cuanto al turismo, hace referencia al patrimonio donde se destaca que cuenta con patrimonio de primer nivel y recursos turísticos de alto interés. Respecto a la accesibilidad, indica que es necesario establecer criterios generales de distribución del espacio público y urbanización, además, el recinto amurallado al estar en una posición más elevada, es necesario establecer rampas y escaleras. Así mismo, de cara a un futuro, algunas de las tendencias que pretenden aplicar son las siguientes: mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, una actividad económica que genere empleo, mejora ambiental y mantenimiento del patrimonio entre otras muchas.

En el apartado anterior, se recogieron los requisitos que Manrique estableció para que Urueña fuera declarada como Villa del Libro y que posteriormente presentó a la Diputación de Valladolid. Por tanto, a continuación se comprueba si Astorga, en este caso, cumple con los siguientes criterios:

- una población inferior a los 1000 habitantes: este requisito no lo cumple ya que en el 2018 Astorga tuvo 11. 029 habitantes (INE, 2018).
- bienes patrimoniales históricos, culturales y naturales relevantes: Astorga cuenta con gran patrimonio histórico y cultural, pues es declarada en 1078 como Conjunto Histórico y Artístico, por lo que es un requisito que cumple con creces.
- vinculación con la literatura: cumple el requisito ya que como se ha visto, Astorga tiene un gran pasado literario desde la Edad Media.
- suficiente suelo urbano para poder impulsar el desarrollo: según el Plan General de Ordenación Urbana de Astorga, cuenta con suficiente y adecuado suelo urbano para llevar a cabo las actividades.
- adecuada accesibilidad: se puede llegar a Astorga a través de la autovía A-6 Madrid-La Coruña, la autopista AP-71 León-Astorga y la carretera N-VI de Madrid-La Coruña, por lo que la accesibilidad es excelente por su posición.
- Localidad próxima a un núcleo urbano importante: En este caso, la distancia entre León y Astorga es de 50 kilómetros y entre Ponferrada y Astorga, 63 kilómetros.
- apoyo institucional y ciudadano: Astorga si cuenta con el apoyo de las instituciones y de la sociedad pero si es cierto que busca un mayor apoyo por parte de los ciudadanos para llevar a cabo diferentes actividades y eventos.

Una vez realizado un análisis de Astorga y su situación actual, a continuación, se exponen las propuestas turísticas para proponer su declaración como Villa del Libro:

- Realizar un festival anual como en la mayoría de las Villas del Libro, con un mercado donde se realiza el intercambio de libros, con talleres de escritura, encuentros con las editoriales presentado novedades, etc.
- Proponer el cambio de uso de algunos edificios antiguos, reconvirtiéndolos en librerías especializadas.
- Aprovechar el interés que despiertan ciertas festividades de Astorga, como es el caso de Astures y Romanos, para llevar a cabo al mismo tiempo actividades literarias como por ejemplo concursos de literatura histórica.
- Relacionar el turismo gastronómico de Astorga con el turismo literario, ya que al investigar sobre las distintas actividades que se han llevado a cabo en Astorga se ha constatado el gran potencial futuro del turismo gastronómico.
- El Día Internacional de Libro realizar una fiesta para todos los públicos donde haya cuentacuentos, mesas redondas, conferencias, conciertos, teatro...
- Crear un espacio en la Casa Panero que tenga fines como los de una biblioteca para la lectura donde se pueda acudir para leer tanto los libros depositados allí, como los que se lleven.
- Detectar el tipo de mercado que suele visitar Astorga y adaptarse a sus exigencias que cada vez son más, o bien aprovechar la existencia de nuevos tipos de turismo, como por ejemplo, el turismo geek, aquellos apasionados por la tecnología y la información.

- Relacionar el turismo deportivo con la literatura a través de carreras populares destinadas a niños en el que el premio sea algo relacionado con los libros o bien una excursión a Urueña.
- Establecer alianzas con otros comercios o entidades. Por ejemplo, si se compra un libro, dar una entrada gratis al Palacio Episcopal o bien al revés, si se visita cierto monumento, ofrecer un descuento en librerías.
- Establecer un acuerdo con el Museo del Chocolate en el que se realice una visita de las diferentes salas y para finalizar, mientras se degusta chocolate, llevar a cabo un taller de cuentos. Ésta actividad estaría enfocada a los niños.
- Llevar a cabo acciones de promoción y publicidad. Presentar Astorga como Villa del Libro en ferias de turismo, por ejemplo, INTUR y en un futuro, cuando el proyecto ya haya evolucionado, en FITUR.

Para poder comprobar si el proyecto tendrá éxito o no, es necesario llevar a cabo una evaluación, ya que ayudan a la mejora en la toma de decisiones, a identificar cuáles son los principales riesgos y a reducir los costes del proyecto. Para ello, nos hemos basado en el proyecto de éxito que establece Chan, A. (2014) y que se compone de los siguientes factores:

- Coste: el coste que supondría llevar a cabo el proyecto de Villa del Libro en Astorga.
- Calidad: la calidad del proyecto así como el desarrollo de actividades y eventos.
- Rentabilidad comercial: conseguir que los beneficios obtenidos con el proyecto sean mayores que la cantidad de recursos financieros empleados.
- Desempeño ambiental: a través de evaluaciones periódicas, se establecen medidas para alcanzar los objetivos ambientales y por tanto, que el proyecto tenga el menor impacto medioambiental posible.
- Satisfacción de los usuarios/participantes: el proyecto ha de ser capaz de satisfacer las necesidades de la población y superar las expectativas. Al mismo tiempo, aquellas personas que colaboren en la realización del proyecto estén satisfechas con su trabajo.
- Salud y seguridad: ante todo, el proyecto ha de velar por la seguridad de todos los participantes.
- Tiempo: es necesario invertir el tiempo necesario en el proyecto para que, a largo plazo, el proyecto tenga éxito y por tanto, no sea un fracaso.

La propuesta completa sería presentada a las distintas entidades territoriales, Diputación Provincial, Junta de Castilla y León y Gobierno de España, para recabar su apoyo explícito antes de presentarlo a la Organización Internacional de las Villas del Libro.

CONCLUSIONES

El análisis realizado sobre un modelo específico de turismo cultural, el de las Villas del Libro, y su posible aplicación a la ciudad de Astorga, nos ha permitido extraer una serie de conclusiones que a continuación se exponen como final de este trabajo de investigación:

- El turismo cultural es un turismo que cada vez crece más y su importancia incrementa.
- La tipología de turistas culturales resulta igual de compleja que las distintas tipologías de turismo.
- Para una adecuada gestión de un destino turístico cultural es necesario una correcta planificación y para ello, se debe conocer cuál es su posicionamiento como destino turístico.
- España es un país reconocido por su oferta cultural y patrimonial lo que hace situarla entre las primeras posiciones en cuanto a recursos culturales.
- Castilla y León es una de las comunidades autónomas con mayor oferta cultural, cerrando el año 2018 con alrededor de 8.500.000 visitas de personas que se vieron atraídos por ella, al igual que la oferta de alojamientos se ha visto incrementada en los últimos años.
- Las Administraciones Públicas han visto necesario llevar a cabo normativas y planes para la conservación y mantenimiento del patrimonio en Castilla y León.
- El turismo en León ha crecido positivamente a lo largo de los años, pues tanto la oferta como la demanda han aumentado.
- Las Villas del Libro son una oferta especializada del turismo cultural pero que en muchos lugares es desconocida, a pesar del gran potencial que tienen para poder despertar el interés de aquellas zonas rurales olvidadas desde el punto de vista tanto turístico como económico.
- Urueña sigue en proceso de crecimiento como Villa del Libro a pesar del éxito de su reciente declaración, pues existen debilidades que podrían mejorar y diferentes oportunidades que se podrían aprovechar.
- Astorga es conocida por su pasado romano, el cual atrae a gran cantidad de visitantes a pesar del declive demográfico de los últimos años, reforzando la idea a la población residente de la importancia del turismo como nuevo motor económico.
- En el análisis DAFO sobre Astorga, predominan las fortalezas frente a las debilidades. Si bien no se trata de una tarea sencilla, Astorga presenta el potencial suficiente para poder ser declarada como Villa del Libro gracias también a su pasado ligado a las letras.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Comunicación (2019). Crece el turismo en Ciudad Rodrigo en un 20,1% en su tercer aniversario como uno de ‘Los Pueblos Más Bonitos de España’. *Agencia de Comunicación*. Recuperado de <https://dmdima.com/crece-el-turismo-en-ciudad-rodrigo-en-un-201-en-su-tercer-aniversario-como-uno-de-los-pueblos-mas-bonitos-de-espana/>

Aguilar Noyola, L.Y. y Campón Cerro, A.M. (2016). La percepción de la autenticidad del destino cultural y su relación con la satisfacción y lealtad. *Revista de Ocio y Turismo*. 11, 65-76. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5634798>

González, P. (2013). El ‘Centro Val de San Lorenzo’ en Buenos Aires: emigración e identidad en la Maragatería (León, España). *Revistas USAL*. 31, 219-243. Recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/0213-2087/article/view/14599>

Asociación Amigos Casa Panero (2019). Recuperado de <https://amigoscasadepanero.com/>

Ayuntamiento de Astorga (2018). *Documento de Análisis y Diagnóstico*. Plan General de Ordenación Urbana.

Ayuntamiento de Astorga (2019). *Turismo Literario*. Turismo de Astorga. Recuperado de <https://turismoastorga.es/astorga-literaria/>

Azuara Grande, A. (2018). *Las redes de turismo como estructura de consolidación de destinos culturales de carácter rural. Análisis sobre las Villas del Libro: el caso español de Urueña (Valladolid)*. (Tesis Doctoral, Universidad Rey Juan Carlos). <https://ciencia.urjc.es/handle/10115/15888>

Bedate Centeno, A. M., Sanz Lara, J.A. y Herrero Prieto, L.C., (2001). Turismo Cultural y Patrimonio Histórico: Aplicación multivariante al estudio de la demanda. *Revista de Estudios Turísticos*. 150, 113-132. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-150-2001-pag113-132-87320.pdf>

Bonet, L. (2002). Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural* (2003). Recuperado de http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770469_LBonet_Reflexion.pdf

Castaño, J.M. (2005) La imagen del destino turístico: estudio en profundidad del Municipio de Murcia como destino turístico. *Revista Turismo y Desarrollo Local*. 20, 2-19. Recuperado de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3039/Beltran%20y%20Parra%20%282016%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castilla y León. *Ley 12/2002, de 11 de Julio, de Patrimonio Cultural de Castilla y León*. BOE. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-15545-consolidado.pdf>

Castilla y León. *Ley 14/2010, 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León*. BOE. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-20073>

Castilla y León. *Ley 2/2014, de 28 de marzo, de Centros Museísticos de Castilla y León*. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-4333-consolidado.pdf>

Chan, A. (2014). *Determinación de éxito del proyecto. Estudio de caso práctico*. (Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Valencia). https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54584/Ruiz%20Arias%20Mar%C3%ADa%20Cinta_Determinaci%C3%B3n%20del%20%C3%A9xito%20del%20proyecto_Memoria.pdf?sequence=5

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural (1999)*. https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

Consortio Provincial de Turismo de León (2013). *Red de Villas Históricas del Reino de León*.

Cuervo Álvarez, B. (2014). La urbs Austurica Augusta. *Historia Digital*. 14, 72-110. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4855667>

Diócesis de Astorga (26 de Febrero de 2019). La Catedral de Astorga recibió más de 86.000 visitas en el año 2018. *Diócesis de Astorga*. Recuperado de <https://www.diocesisastorga.es/actualidad/noticias/la-catedral-de-astorga-recibio-mas-de-86.000-visitas-en-el-ano-2018-1052>

Diputación de Valladolid (2019). Recuperado de <http://www.diputaciondevalladolid.es/>

Dolnicar, S. (2002): “Activity-Based Market SubSegmentation of Cultural Tourists”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(2), 94-105.

España. Gobierno (1985). *Ley 16/1985, de 25 de Junio, del Patrimonio Histórico Español*. BOE <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-12534>

España Global. (2017). *Entorno natural: líderes mundiales en biodiversidad (2017)*. Recuperado de <https://espanaglobal.gob.es/actualidad/entorno-natural-1%C3%ADderes-mundiales-en-biodiversidad>

Esteban, J. de (2006): *La demanda de turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*, tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

Exceltur. MONITUR (2018). *Ranking de Competitividad Turística por CCAA*. Recuperado de <https://www.exceltur.org/ranking-de-competitividad-turistica-por-c-c-a-a-monitor/>

Exceltur. URBANTUR (2016). *Monitor de Competitividad Turística de los Destinos Urbanos Españoles*. Recuperado de <https://www.exceltur.org/urbantur/monitor-de-competitividad-turistica-de-los-destinos-urbanos-espanoles-2/>

Fakey, P. y Crompton, J. (1991). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing (2011)*. Recuperado de <https://dialnet.uniroja.es/descarga/libro/482050.pdf>

Frank, J. (2018). *Regenerating Regional Culture. A study of the International Book Town Movement*. Griffith University, Nathan. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=KfVADwAAQBAJ&pg=PA18&lpg=PA18&dq=proyecto+europeo+booktowns&source=bl&ots=IPwLUNHnzO&sig=ACfU3U1LRuEp843xI198PsQUu8lpqjZnlw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwixy4q4kPrjAhXKasAKHcvMC9AQ6AEwA3oECAUQAQ#v=onepage&q&f=false>

Fundación Las Edades del Hombre. *Número de visitantes en Astorga*. Recuperado de http://www.lasedades.es/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=49&Itemid=53

Fundación El Pedroso (2019). Asociación para la promoción de El Pedroso. Recuperado de <http://www.lafundaciondeelpedroso.org/>

García Fernández, J. (2007). *Historia de la Protección del Patrimonio Arquitectónico en España. 1933-1985*. (Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid). http://oa.upm.es/40044/1/ELISA_BAILLIET_FERNANDEZ_01.pdf

García Marbán, M. (26 de Noviembre de 2016). El turismo se dispara en Uruña, uno de los Pueblos Más Bonitos de España. *El norte de Castilla*. Recuperado de <https://www.elnortedecastilla.es/valladolid/turismo-dispara-uruena-20171126112107-nt.html>

García López, R. (17 de Enero de 2016). Principales tendencias del turismo. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/principales-tendencias-del-turismo-en-2016/>

García Zarza, E. (2002). *El turismo cultural en Castilla y León: El caso singular de las Edades del Hombre*. Cuadernos de Turismo. Universidad de Salamanca. 10, 23-67. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/21871/2116>

Garfield, D. (1993). *Tourism at World Heritage Cultural Sites*. Madrid, ICOMOS.

González Fernández, A. y Pertejo Blanco, A.R. (2014). *Evolución del Sector Turístico en la provincia de León, 1985-2012*. Universidad de León. Recuperado de <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/Pecvnia/article/view/3719>

Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría de Estado de Comercio y PYMES. *El Turismo Cultural: Luces y Sombras (1997)* <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-134-1997-pag43-54-79330.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2019). *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado de <https://www.ine.es/>

International Organisation of book towns. (2019) <http://www.booktown.net/>

Jansen-Verbeke, M. (1997), Urban tourism. Managing resources and visitors, en Wahab, S. y Pigram, J. (eds) *Tourism, Development and Growth*. Routledge, Nueva York.

Juárez Olmos, L. y Cebrián García, R. (2011). *Estructura del mercado turístico*. Editorial Paraninfo.

Junta de Castilla y León. *Catálogo de Bienes Protegidos (2010)* <https://servicios.jcyl.es/pweb/portada.do>

Junta de Castilla y León. Dirección General de Políticas Culturales. *Museos y colecciones según titularidad (2017)*. <https://museoscastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/MuseosCastillayLeon/es/Plantilla100/1284407378153/ / />

Junta de Castilla y León. *Boletín de Coyuntura (2017-2018)*. <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/boletines-coyuntura>

Junta de Castilla y León. *Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019-2023..*

Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. Melbourne, RMIT Press.

Manrique Martínez, J. (2006). Urueña, de burgo feudal a Villa del Libro: una acción íntegra de aprovechamiento patrimonial de Valladolid. *Boletín Arkeloan*. 14, 421-442.

Ministerio de Cultura y Deporte. Gobierno de España (2019). *Instituto del Patrimonio Cultural de España (IPCE)*. <https://ipce.culturaydeporte.gob.es/presentacion/funciones.html>

Ministerio de Cultura y Deporte. Gobierno de España. *Bienes culturales protegidos (2019)*. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/bienes-culturales-prottegidos.html>

Ministerio de Cultura y Deporte. *Anuario de Estadísticas Culturales (2018)*. <https://www.audiovisual451.com/wp-content/uploads/anuario-de-estadisticas-culturales-2018.pdf>

McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International journal of tourism research*, 4 (1), 29-38

Moragues Cortada, D. (2006). Organización de Estudios Iberoamericanos. *Turismo, cultura y desarrollo*. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>

Organización Mundial de Turismo (2018). Recuperado de <http://www2.unwto.org/es>

Página Oficial de Urueña (2019). Ayuntamiento de Urueña. <http://www.urueña.es/>

Reguera San José, A.I. (2014). *Urueña, Villa del Libro. Aproximación a la imagen de un destino turístico*. (Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid). <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5990/TFG-N.98.pdf?sequence=1>

Richards, G. (2001). ¿Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 11, 269-284. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf

Servicio Nacional de Turismo. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile. *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local (2014)*. <http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/turismo-rural-y-artesan%C3%ADa/estudios-de-inter%C3%A9s/turismo-cultural---gu%C3%ADa-metodol%C3%B3gica.pdf?sfvrsn=2>

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites, *Tourism Management*, 16(5), 361-365.

Somoza Medina, J. (2002). Las Encrucijadas de Astorga. En Fernández Gutiérrez, F., Pumares Fernández, P. y Asensio Hita, A (eds). *Turismo y Transformaciones urbanas en el siglo XXI*. Universidad de Almería. 93-100.

Subdirección General de Protección del Patrimonio Histórico. Ministerio de Cultura y Deporte. *Bienes de Interés Cultural por categoría (2018)*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:639dfc0b-44f5-4019-8dfc-a597303588b8/patrimonio-2018.pdf>

The Association For Tourism and Leisure Education and Research (ATLAS). *Turismo cultural: cuando el recurso cultural supera al destino turístico*. <https://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/cortesisabel.pdf>

UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2019). *España, Centro del Patrimonio Mundial*. <https://whc.unesco.org/es/list/?iso=es&search=&>

Vals, J.F. (2000). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad (2011). *Revista de Cultura y Turismo*. 2, 102-121. Recuperado de <https://dialnet.uniroja.es/articulo/3743052.pdf>