

EL ACCESO A LOS DESTINOS RURALES: UNA PERSPECTIVA PARA LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO EN UNA REGIÓN DE INTERIOR (CASTILLA-LA MANCHA)

Alfonso Fernández-Arroyo López-Manzanares
Héctor S. Martínez Sánchez-Mateos
Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

El artículo propone una tipología de áreas de mercado turístico a partir del análisis de la accesibilidad a los principales activos turísticos de Castilla-La Mancha. El objetivo es profundizar en la búsqueda de explicaciones lógicas sobre el impacto que tiene la accesibilidad en el desarrollo turístico de los territorios. Especialmente en áreas rurales donde la dotación diferencial de infraestructuras de transporte ha generado desequilibrios notables. Su comprensión, desde la lógica estructural origen-enlace-destino que adoptan muchos de los sistemas territoriales, supone un avance en el complejo proceso de planificación territorial del turismo. Los resultados obtenidos y trasladados a la escala supramunicipal ponen de relieve potencialidades y desventajas a considerar en las estrategias de los espacios rurales.

Palabras clave: Planificación territorial del turismo, Accesibilidad, Turismo rural.

Access to rural destinations: a perspective for a spatial tourism planning in an inland region (Castilla-La Mancha)

ABSTRACT

The paper proposes a typology based on touristic market areas captured from an analysis of the accessibility of the main touristic assets of Castilla-La Mancha (Spain). The aim is to explore the impact of accessibility in the touristic development of the different parts of the region. Especially those rural areas where the different endowment in infrastructures has

Recibido: 21 de diciembre de 2015

Devuelto para su revisión: 5 de julio de 2016

Aceptado: 20 de octubre de 2016

Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Castilla-La Mancha, Facultad de Letras. Av. Camilo José Cela, s/n, 13.071 CIUDAD REAL (España). E-mail: Alfonso.FArroyo@uclm.es, HectorS.Martinez@uclm.es

produced important unbalances. Its interpretation, from a structural point of view of the link between origin and destination, means a step towards a more effective touristic planning. The outcome in a supra-municipal level brings out the potentials and disadvantages to consider in the strategies of the rural areas.

Keywords: Planning of Tourism, Accessibility, Rural tourism.

1. INTRODUCCIÓN

El artículo propone una tipología de áreas de mercado turístico basada en criterios de funcionalidad, con el interés de establecer su correspondencia con espacios turísticos potenciales con posibilidad de ser gestionados de forma integral de acuerdo a la transversalidad del turismo. Para ello, tomamos la accesibilidad como factor explicativo de la localización de los tipos de mercado turístico, en interrelación con otros factores de tipo organizativo y social, como son los territorios rurales resultantes de la Política de Desarrollo Rural. El objeto final es plantear vías alternativas al tratamiento sectorial del turismo, enfoque predominante a pesar de la complejidad y diversidad de los espacios turísticos.

La investigación geográfica en turismo proclama la necesidad de una visión integradora de los factores y procesos que intervienen en el desarrollo turístico, en línea con los principios teóricos sobre la ordenación del territorio. Desde el punto de vista político-administrativo, el turismo presenta habitualmente un tratamiento despreocupado por la coordinación entre agentes, con repercusión en la individualidad de las iniciativas y en el nivel de competitividad interna frente a la complementariedad de servicios turísticos.

A principios de la década de los noventa, la iniciativa LEADER entra en escena suponiendo para la mayoría de los territorios rurales el primer instrumento de dinamización de un sector con un carácter cada vez más estructural en España, como es el turismo. Así ha ocurrido en Castilla-La Mancha, donde la zonificación resultante de la unión de municipios y agentes del medio rural ha permitido diseñar modelos de actuación sobre territorios concretos y diversos, sentando las bases para un proceso de gestión estratégica donde el turismo tiene especial relevancia. En este contexto, existen ejemplos claros de eficacia en la puesta en valor del sistema turístico a escala local, encabezados por Grupos de Acción Local (GAL), en la medida en que dicho proceso se ha realizado de un modo acorde a la transversalidad y diversidad del fenómeno turístico, conforme a las particularidades de los territorios en los que se inserta.

Los espacios rurales, objeto de estudio minoritario en cuanto a las implicaciones del turismo en los mismos, precisan para su futura existencia y sostenibilidad de modelos espaciales de intervención sobre los intereses económicos centrados en el desarrollo de la actividad, desde un enfoque global (Antón y Vera, 1998: 9 y ss.). Es por ello, que más allá de la prestación de servicios de alojamiento y restauración, o la promoción de la imagen de los destinos, entre otros hechos de interés regulatorio, resulta oportuno analizar la accesibilidad de los territorios rurales y su oferta turística, identificando sus áreas de acceso. De este modo es posible avanzar en la definición del sistema turístico objeto de interés para la planificación territorial del turismo, considerando la escala supramunicipal como la más adecuada para rentabilizar las oportunidades derivadas de las nuevas tendencias en turismo.

El análisis de la accesibilidad resulta fundamental para comprender las nuevas concepciones del destino, en concreto la de los espacios caracterizados por participar de los fenómenos que determinan la particularidad de lo rural, ajenos a influencias metropolitanas, que adquieren especial predilección y acogen pautas turísticas compensatorias a las insatisfacciones que se encuentran en la base de la vida diaria de las ciudades (Ivars, 2000: 75). En esta tesitura reciente, la fragmentación de los periodos vacacionales y, a su vez, su compresión temporal, ocasionan que la variable geográfica aparezca estrechamente relacionada con la emisión de flujos turísticos desde el medio urbano al rural.

Esta nueva realidad requiere, por tanto, de un análisis sistemático que ayude a caracterizar el destino turístico rural, a partir de variables “de oportunidad”, respecto al continuo entre el medio urbano y rural. Resulta indispensable, como indicamos, la accesibilidad, entre otras posibles presunciones derivadas de la ligazón entre las variables tiempo y espacio. La dependencia del medio rural respecto a la disponibilidad de infraestructuras y la localización de los focos económicos más dinámicos ha sido y sigue siendo objeto de estudio, revelando un aumento en la rapidez con la que determinados espacios rurales modifican su estructura funcional para servir a intereses turísticos.

Los resultados obtenidos nos aproximan a la identificación de relaciones entre activos turísticos y demanda potencial, considerando los nodos de enlace garantes del acceso al territorio-destino. Es de interés, no obstante, contar con una base territorial desde la que gestionar con visión estratégica todo este sistema relacional, en beneficio del conjunto, desde la potenciación de la accesibilidad como valor añadido en la atracción turística. No debemos obviar, en todo caso, la territorialidad del turismo, ni tampoco la necesidad de establecer límites espaciales para la ordenación y planificación del turismo.

Los contenidos se articulan en cinco apartados. Un primer apartado introductorio al que prosigue la base teórica y los aspectos metodológicos separados en diferentes secciones. Los resultados obtenidos se presentan en un apartado subdividido en cuatro partes: el primero de análisis de las políticas de ordenación territorial y planificación del turismo en el territorio de referencia, el segundo de caracterización de la red de transporte, el tercero de análisis e identificación de áreas de mercado turística, y el cuarto de aplicabilidad del modelo de análisis tomando como base territorial los territorios rurales gestionados por los GAL.

Por último, se presentan unas líneas conclusivas del estudio y la bibliografía que se ha consultado para dar cumplimiento a los objetivos.

2. ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE LA ACCESIBILIDAD Y SU VALORACIÓN COMO FACTOR DE ATRACCIÓN EN LA PLANIFICACIÓN DEL DESTINO RURAL

El binomio transporte-turismo ha sido y sigue siendo decisivo en la consolidación de los territorios y enclaves más demandados del planeta. Esta variable condiciona el desarrollo turístico de los espacios, ocasionando desequilibrios duraderos ante la lenta dotación de infraestructuras de transporte. La popularización del automóvil, decisivo en el boom turístico de los años sesenta y setenta (Millán, 2010: 100), posibilitó la expansión socio-territorial del turismo en áreas que hoy día mantienen su dominio jerárquico en la estructura de producción turística nacional.

La medición de los flujos y corrientes turísticas, entre mercados emisores y receptores, tradicionalmente ha servido para cuantificar tiempo, espacio, volumen demográfico y gastos, medios de transporte y alojamiento (Montaner, 1991: 62). El análisis del tiempo se ha circunscrito a la duración de las estancias y a la estacionalidad, pero en menor medida se ha centrado en el desplazamiento, con soslayo además de las áreas de acceso al destino y del entorno de los núcleos turísticos, al considerar tan solo las zonas o áreas receptoras más visitadas.

Los estudios de los cambios en el comportamiento turístico han llevado a determinar la transición del predominio de un turismo de masas a un turismo de nueva era (Martínez Quintana, 2006: 94-95). Una nueva fase en la que las pautas turísticas ligadas a los cambios sociales (Cohen, 2005) tienen un notable influjo sobre la variable espacial (Hiernaux, 2006; Pearce, 2014, Pillet, 2015), lo que nos lleva a reinterpretar el modelo de desplazamientos en espacios rurales de interior, centrándonos fundamentalmente en la importancia del viaje turístico por carretera.

Este hecho conlleva la revisión del contenido epistemológico del término destino, especialmente en tiempos de cambio y búsqueda de nuevos patrones de demanda. En la práctica, la conceptualización del destino está sujeta a la visión impuesta por los agentes responsables de la gestión turística del mismo. Su contextualización y caracterización en un sistema escalar concreto determina las actuaciones llevadas a cabo en el destino. Su tratamiento como sistema abierto, o bien como un subsistema dentro de otro mayor “puede constituir un marco útil para abordar la problemática de los límites organizacionales, así como el nivel en el cual las funciones de gestión del destino se implementen mejor” (Pearce, 2014: 32).

2.1. Antecedentes de la investigación de áreas de mercado turístico en el entorno rural

El presente trabajo sigue la línea de los estudios que enfatizan el papel del destino como un subsistema que forma parte de un sistema de mayores dimensiones, así como la lógica estructural origen-enlace-destino que adoptan muchos de los sistemas territoriales como contrapunto a la tradicional definición de destino. Partiendo de esta conceptualización se requiere un método de análisis útil y eficaz para la identificación de nodos capaces de acoger funcionalidades turísticas, así como para delimitar espacios de influencia en relación a posibles espacios de articulación del turismo.

Algunos estudios establecen una relación directa entre las posibilidades turísticas de los espacios rurales respecto a su localización y la de los mercados reales y potenciales (Saw y Williams, 1998: 224). Pigram (1983), vincula la disponibilidad de tiempo de ocio y el tiempo requerido para acceder a la práctica de actividades turísticas en el medio rural diferenciando cinco tipos de zonas de recreo y de ocio. Con anterioridad, Clawson y Knetsche (1966) establecían una diferenciación zonal limitada a tres tipos para el caso concreto del medio rural: zonas accesibles orientadas al aprovechamiento recreativo, zonas con atributos físicos de relativo interés turístico, pero a menudo inaccesibles, y zonas intermedias entre estos dos tipos.

En línea con estos estudios se han definido una serie de áreas de mercado turístico, en base a criterios de funcionalidad, para el caso concreto de regiones rurales de interior (Fernández-Arroyo y Martínez, 2015: 2007 y ss.). El incremento de los viajes de corta duración en un segmento turístico de interior, conforme al aumento de los periodos vacacionales y de consumidores cada vez más sensibles con los desequilibrios territoriales y reaccionarios con el turismo de masas, nos ha llevado a considerar, para el caso concreto de Castilla-La Mancha, cuatro tipos de espacios objetos de dinámicas específicas vinculadas a una demanda potencial localizada en el medio urbano:

- *Zonas de recreo urbano*, a pocos minutos de distancia de importantes aglomeraciones de población ante la expectativa de llevar a cabo una actividad limitada a unas pocas horas.
- *Espacios de recreo intensivo* en los que se proyecta una actividad turística para la que se dispone de un día completo sin la necesidad de pernoctar en el destino, sino que a la finalización de la misma esté previsto volver al lugar de origen, estimando que el tiempo de desplazamiento asumido no sobrepase los cuarenta y cinco minutos (90 minutos en desplazamiento de ida y vuelta).
- *Espacios de turismo alternativo en entorno rural* en los que se precisa la existencia de una oferta de alojamiento y restauración para cubrir las demandas de actividades de ocio y recreación de visitantes, durante un mínimo de dos días, siendo el fin de semana el periodo vacacional de preferencia, y estimando un tiempo de desplazamiento máximo de noventa minutos de duración. En este caso se requiere una mejor adecuación de los recursos territoriales objeto de atracción, así como de empresas especializadas que garanticen la rentabilidad y calidad del servicio turístico.
- *Espacios de turismo extensivo o territorial* donde el territorio acoge mayor relevancia convirtiéndose en sí mismo en objeto de atracción en su conjunto y originalidad, en lo que se ha denominado turismo con visión territorial al relacionar “dos realidades, territorio y patrimonio, o lo que es lo mismo, el patrimonio territorial” (Pillet, 2011: 728). En este caso, la mayor disponibilidad de tiempo para viajar a zonas más remotas, tomando las tres horas de viaje como tiempo de desplazamiento umbral para la sistematización del análisis, conlleva una estancia más prolongada con el objeto de rentabilizar el viaje turístico. A diferencia que en el medio urbano y en el litoral, en un contexto de ruralidad la concentración espacial de los servicios turísticos es menor, siendo por ello interesante la complementación y cooperación a escala supramunicipal.

2.2. La escala de la planificación territorial y la red de transporte en la definición del destino

Los niveles competenciales que inciden de forma sectorial y en ocasiones integral en la ordenación del territorio son variados, pues se deben ajustar a la multiplicidad de necesidades del fenómeno a administrar. La ordenación del territorio asumida por las comunidades autónomas, implica desde la lógica competencial que el turismo también lo sea. En el

caso concreto de Castilla-La Mancha, la Ley 8/1999 de 16 de mayo, sobre Ordenación del Turismo en Castilla-La Mancha señala que la Junta de Comunidades “ostenta competencia exclusiva en materia de ordenación y promoción del turismo en su ámbito territorial, así como competencia de desarrollo legislativo y ejecución” (BOE, 1999: 28074).

En este marco legislativo las comunidades autónomas suelen contar con figuras territoriales que ayuden a armonizar las competencias territoriales de la escala regional con las necesidades de las entidades locales. Tal y como está previsto en la legislación española de 1985 sobre Régimen Local, las comunidades autónomas pueden delegar o transferir competencias de ordenación territorial a entes intermunicipales por debajo de la provincia. En esta línea, diversos informes y autores consideran necesaria la reformulación de la vieja delimitación administrativa municipal, claramente superada por el devenir histórico. Y señalan que las posibilidades de éxito en la puesta en marcha de iniciativas con base territorial, como ocurre en el caso concreto del turismo, se encuentran habitualmente condicionadas por el contenido político y financiación destinada a cada proyecto, pero también por su configuración con fines de unidad en la ordenación y el desarrollo territorial (Bielza, 2008: 182 y ss.).

La comarcalización del territorio es, en este sentido, una práctica con excelentes resultados en la ordenación territorial y, en concreto, en la planificación sectorial de las materias para las que se deriven competencias. Sin embargo, se le ha dado un escaso reconocimiento a la comarca que queda reflejado en el número de estatutos autonómicos que contemplan esta circunscripción como entidad de utilidad en la ordenación del territorio. A pesar de ello, a diferencia de lo que ocurre en Castilla-La Mancha, algunos Gobiernos regionales vienen utilizando las comarcas con fines turísticos (Pillet, 2015: 195), como “integradores de lo natural y lo cultural, buscando en ellos, objetivos de interés turístico, recursos o en definitiva su patrimonio territorial” (Pillet, 2012: 348).

Por su parte, desde una visión más funcional, la configuración de un espacio cada vez más determinado por las conexiones de la red de transportes “da lugar a planteamientos que acentúan el papel de los recursos del territorio y su manejo por parte de los agentes públicos y privados para favorecer o no el desarrollo de un territorio” (Solís y Troitiño, 2012: 145-146). Así, en el momento actual, en el que el territorio es más que nunca un espacio de intercambio, redes y nodos (Subirats, 2002: 415), la disposición de las redes nacionales, especialmente autovías y autopistas de gran capacidad, debe rentabilizarse mediante la generación de sinergias entre territorio, transporte y turismo, tomando la accesibilidad como un factor clave y explicativo de las dinámicas en el mercado turístico.

3. PROPUESTA METODOLÓGICA DE ANÁLISIS DEL ACCESO AL DESTINO

La Geografía del Turismo acoge planteamientos de diversas subdisciplinas para afirmar que la selección de un centro desde el que organizar la estancia en el destino es “resultado de las decisiones racionales que toman los consumidores con el fin de sacar la mayor rentabilidad a la inversión realizada durante el viaje turístico” (Vera, 2011: 52). La distancia entre nodos emisores y receptores actúa como factor diferenciador intrínseco del espacio turístico, mientras la accesibilidad y la movilidad adquieren un papel esencial en la valoración y selección del destino. Por ello, la percepción de las distancias-tiempo ha de

ser objeto de planificación en la búsqueda de posicionamiento del destino, conforme a la localización de los nodos, trazados de carreteras e infraestructuras, servicios de transporte y velocidades de circulación.

De forma habitual, en la planificación de los recursos territoriales que constituyen la materia prima de la actividad turística se ha contemplado la accesibilidad como un factor secundario frente a la estructura básica de alojamientos y establecimientos de restauración necesarios para la práctica del turismo, o los propios atractivos que motivan el desplazamiento.

En todo caso, el análisis de un factor tan imprescindible como la accesibilidad territorial no termina de ser considerado en la puesta en valor del destino turístico, frente a la diferenciación habitual entre activos o recursos básicos, es decir, aquellos con capacidad propia para atraer visitantes, y recursos complementarios, designados así por adquirir significado en suma a uno o varios atractivos de primer orden (Antón y González, 2005: 62 y ss.). Igualmente, el estudio de la demanda queda limitado al análisis de aquellos visitantes que atraviesan de algún modo los sistemas de conteo y sondeo ubicados de forma aleatoria o espontánea sobre el territorio-destino, obviando una demanda potencial, especialmente de interés para aquellos espacios de atracción incipiente en los que la actividad turística es un fenómeno reciente y con un impacto relativamente bajo.

3.1. Modelo de análisis del mercado turístico y su relación con la especialización de la población

El modelo de análisis propuesto para detectar áreas de mercado turístico comienza con la localización de núcleos principales del sistema urbano regional. Su interés radica en la capacidad de estos nodos para vertebrar el área funcional sobre el que ejercen influencia. La identificación de áreas de mercado conforme a la localización de los focos emisores de turistas potenciales pasa por evaluar la accesibilidad de los activos turísticos. Para ello se calculan los tiempos mínimos entre los lugares de origen de los flujos y los principales activos turísticos que componen la oferta regional, considerando la población de los focos emisores un factor de ponderación. Así, el procedimiento matemático, donde C_{ij} es la fricción de la distancia-tiempo mínima entre vértices i y j ; y P_j es la población del lugar de origen, se representa según:

$$AM_i = \frac{\sum_{j=1}^n P_j}{\sum_{j=1}^n (P_j / C_{ij})}$$

Previamente y de forma operativa se ha de articular el análisis a través de matrices de distancias topológicas, resultado de la suma de la relación distancia y velocidad de flujos para cada uno de los arcos de conexión entre vértices. Para obtener la base de datos de las distancias hemos hecho uso de varias aplicaciones SIG.

Una vez obtenida la zonificación de las áreas de acceso a un mercado potencial, es posible establecer interrelaciones con otras situaciones o elementos influyentes en el sistema turístico de análisis, a la escala territorial óptima o deseada para la ordenación territorial de este fenómeno. En este caso de estudio, tomamos los territorios rurales que vienen siendo

gestionados por los GAL en la aplicación de la Política de Desarrollo Rural, para el periodo 2007-2013. En cuanto a otro tipo de factores posibles de vinculación con las áreas de mercado resultante, la especialización en turismo de la población que reside en los territorios objeto de planificación, puede ser de gran interés, pues nos permite comprobar el grado de aceptación y/o adecuación del turismo, especialmente en territorios sin tradición turística.

Para calcular el índice o tasa de función turística (TFT), podemos recurrir a la formulación realizada por Defert (1967), cuyo propósito es medir la relación entre el número de camas disponibles en un territorio y la población permanente del mismo, según la fórmula:

$$TFT = \frac{L*100}{P}$$

Dónde L es el número de camas turísticas y P la población permanente del área de análisis. La interpretación de la idea de función debe entenderse, en un sentido estrictamente económico. En palabras del propio Defert se pretenden establecer “la relación entre la población autóctona y los inmigrantes turísticos estacionales” (Callizo, 1991: 37).

3.2. El uso de SIG como herramienta de análisis territorial en turismo

De acuerdo al intercambio e intensificación de flujos turísticos entre el medio urbano y rural, la demanda potencial se vincula, esencialmente, con la población residente en ciudades y núcleos urbanos españoles. Denominando urbano a todo núcleo de población de más de 10.000 habitantes, en nuestro análisis tomamos como muestra 550 ciudades y aglomeraciones urbanas que concentran el 64% de la población española, según el Censo de Población y Vivienda de 2011. Quedan al margen los municipios no peninsulares y los localizados en Castilla-La Mancha.

La georreferenciación de los activos turísticos del territorio se hace a partir de los recursos de carácter natural y cultural que actúan como principales reclamos turísticos en la región, con reflejo en la valoración administrativa que trasciende de su catalogación e inventariado, así como en su protección y gestión compatible con su uso y disfrute. En este sentido, se pueden considerar parte del sistema turístico regional los espacios naturales protegidos bajo la figura de Parque Nacional y Parque Natural, como más representativos de un ecoturismo en equilibrio con la conservación de hábitats naturales, así como los tres enclaves de la región declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO¹ y los Bienes Inmuebles de Interés Cultural de carácter más territorial: Conjuntos Histórico-Artísticos, Sitios Históricos y Yacimientos Arqueológicos, estos últimos considerando exclusivamente los Parques Arqueológicos y Yacimientos incluidos en la Red de Yacimientos Visibles de Castilla-La Mancha².

Como última finalidad del modelo de análisis territorial propuesto, con ayuda de los SIG se lleva a cabo una diferenciación e identificación de áreas de interés turístico de utilidad para definir estrategias de *marketing* y planificación, siguiendo la lógica estructural:

1 Ciudad histórica de Toledo (1986), Ciudad histórica fortificada de Cuenca (1996) y Patrimonio del Mercurio. Almadén e Idrija (2012).

2 <http://www.patrimoniohistoricoclm.es/yacimientos/>

origen-enlace-destino. Para en un segundo proceso de análisis confrontar la zonificación resultante con los territorios con capacidad para influir en la organización del sistema turístico sin dejar de considerar la utilidad de aquellos centros reguladores de flujos turísticos que, aventajados por la disponibilidad y características de las infraestructuras de transporte, podrán beneficiar al destino territorial mediante su capacidad para reducir tiempos y costes, así como para aproximar, por su visibilidad, la percepción de las distancias entre espacios (Gutiérrez, 1998: 66).

4. UNA APROXIMACIÓN A LA RELACIÓN ENTRE ACCESIBILIDAD Y PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO EN CASTILLA-LA MANCHA

En este apartado se presentan los resultados de aplicar las valoraciones teóricas y metodológicas previamente expuestas, en el análisis de la accesibilidad de los activos turísticos de una región de interior. Con la finalidad de aproximarnos a una tipología de áreas de mercado turístico para el caso concreto de Castilla-La Mancha y señalar sus posibilidades en la planificación territorial del turismo se plantea la siguiente línea expositiva. En primer lugar, realizamos un acercamiento a la situación de partida, con una breve introducción a las políticas públicas que han intervenido y dirigido, en mayor o menor medida, el proceso de turistificación social y territorial de esta Comunidad Autónoma.

A continuación, se lleva a cabo un ejercicio de reflexión sobre las oportunidades derivadas de los posibles cambios en la percepción y el comportamiento del turista respecto a la evolución de la red de transporte. Un proceso muy acentuado en Castilla-La Mancha con notables cambios en la organización interna y el surgimiento de oportunidades ante la capacidad intrínseca que tienen las infraestructuras de transporte para generar patrones de movilidad adecuados a ellas (Urry, 2002). En el siguiente sub-apartado se presentan las áreas de mercado turístico en destino que resultan de analizar la accesibilidad de los principales activos que motivan el viaje turístico respecto a los principales focos de demanda nacional. Y, por último, con el propósito de dar operatividad práctica a un modelo de interpretación territorial, señalamos las posibilidades derivadas de considerar estos resultados en los procesos de planificación territorial del turismo en espacios rurales de interior.

4.1. Precedentes en la planificación del turismo en entornos rurales. El papel de las políticas de desarrollo rural y de la política turística reciente

Desde los años noventa, uno de los objetivos clave de Europa es la reconversión estructural de las zonas rurales a partir de estrategias de desarrollo territorial, basadas en condiciones específicas y necesidades locales. Para este fin, las ciudades pequeñas y medianas se consideran importantes nodos de conexión capaces de generar procesos de diversificación interna de la economía rural, facilitando el acceso a la información y al conocimiento, a la vez que a los nuevos mercados (Consejo de Europa, 1999: 25-26).

La Estrategia Territorial Europea, al respecto, recomienda la potenciación de funciones sustentada en varios núcleos rectores de la red, capaces de ejercer su influencia como centros territoriales. Esta propuesta ha motivado la realización de un informe de policentrismo y una serie de Áreas Funcionales Urbanas (FUA en su acrónimo en inglés) detec-

tadas por el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Castilla-La Mancha, contemplado en el proyecto de Plan de Ordenación del Territorio “Estrategia Territorial” de Castilla-La Mancha (JCCM, 2009: 93). Estas áreas muestran interdependencias territoriales respecto a *ciudades con funciones rectoras* en la región, “distinguidas por su función ejercida, accesibilidad y capacidad de organizar flujos a su alrededor” (Pillet et al., 2010).

En la actualidad, el proceso de turistificación social y territorial caracterizado por la extensión de la función turística a todo el territorio (Vera, 2011: 33), desde la diversificación de escenarios turísticos, no está sujeto a la retórica temporal de la falta de infraestructuras y medios, sino que está tristemente limitado por la falta de valoración y desinterés por activar recursos desaprovechados o infrautilizados. Desde los discursos políticos y mediáticos se argumenta una localización geográfica privilegiada de Castilla-La Mancha que, no obstante, carece de un acompañamiento de propuestas y acciones que ayuden a rentabilizar tal ventaja territorial. Es imprescindible partir del análisis de las fortalezas y oportunidades de espacios infravalorados para plantear oportunas medidas de revalorización, siendo aquí donde subyace la posibilidad de revertir las debilidades de territorios como el castellano-manchego, comenzando por su contextualización espacial.

En este sentido, la filosofía postproductivista del medio rural, impulsada en Castilla-La Mancha por la iniciativa europea LEADER y el programa nacional PRODER, se propone el reto de un progreso social y económicamente equilibrado, considerando la adecuación del turismo para ello. Estos instrumentos de interés para el desarrollo turístico de los territorios rurales han ejercido de contrapeso frente a la tendencia de liberalización económica surgida en los años ochenta. La escasa participación del sector público responsable de la gestión del turismo, obviando la necesidad de planificar al no acoger de forma óptima la función de coordinador (Marchena, 1993: 113), se ha limitado a la de mero facilitador de los intereses turísticos proyectados por la iniciativa privada.

En la última década, LEADER ha supuesto para el sector turístico de los entornos rurales la principal fuente de financiación, con una previsión del coste total elegible para turismo de más de setenta y dos millones de euros entre 2007 y 2013, es decir, más del 28% del gasto regional previsto en las medidas aplicables al LEADER-Eje 4 de la programación vigente hasta octubre de 2015: el Programa de Desarrollo Rural 2007-2013, de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (2012). De este instrumento es llamativa la desestimación de núcleos urbanos con funciones rectoras en el contexto rural, determinantes para garantizar la viabilidad turística del mismo.

No obstante, la relevancia que toman los GAL en la puesta en valor de los espacios turísticos es un hecho indiscutible ante la ausencia de una división supramunicipal o comarcal capaz de coordinar acciones de gestión y puesta en marcha de iniciativas turísticas con una cobertura regional. La experiencia de los técnicos que forman parte de los Centros de Desarrollo Rural (CEDER), con pleno conocimiento de las particularidades territoriales y en contacto directo con los agentes locales vinculados con la actividad turística, es una oportunidad a rentabilizar. A ello se añade la disposición de fondos previstos para la inversión de iniciativas, directa o indirectamente relacionadas con el turismo, bajo el marco financiero previsto para los consecutivos periodos de programación reglamentada por la Unión Europea.

Esta necesidad de incorporar la dimensión territorial a las políticas sectoriales es un aspecto clave que ya se plasmó en el Programa de Desarrollo Sostenible del Medio Rural de Castilla-La Mancha 2010-2014. Con este documento se resaltaba la urgencia de partenariados urbano-rurales que incidieran en la conexión de los espacios rurales y su accesibilidad, así como el papel del turismo en la diversificación económica dentro de una estrategia global en la que cada territorio adquiriera una función desde la potencialización de sus singularidades (JCCM, 2008: 15). Desafortunadamente, los principios planteados en el citado documento resultaron en vano ante la falta de compromiso financiero del gobierno regional (Esparcia, 2012: 73).

Por otro lado, las políticas sectoriales impulsadas desde el ámbito nacional, a través de los Planes de Dinamización y Excelencia Turística han sido visiblemente más eficaces en el desarrollo turístico de ciertas localidades castellanomanchegas, hasta el cese de su ejecución en 2012. Menor repercusión, sin embargo, ha tenido el Plan Estratégico de Turismo (2010-2014) para Castilla-La Mancha (JCCM, 2010), con el que se profundizó en el análisis de los recursos e infraestructuras turísticas, así como en la resolución de diferentes líneas de actuación, invalidadas con el cambio de gobierno y el Plan Estratégico de Turismo de Castilla-La Mancha 2013-2015 (Horizonte 2020) presentado en diciembre de 2013 como nueva “hoja de ruta”.

Con el último cambio de legislatura se ha comprobado que la inexistencia de dicho documento y, por ende, la improvisación de los agentes del territorio ante la inexistencia de líneas de operatividad estratégica en materia de turismo ha incidido en la acentuación de desequilibrios y en la dilapidación de oportunidades en un contexto económico y geopolítico favorable para la región. Se ha optado, en consecuencia, por continuar la senda del desarrollo turístico desigual, con “deficiencias estructurales asociadas a las dimensiones de las instalaciones, la cualificación del capital humano y la falta de modernización del sector” (Cebrián y García, 2009: 80 y ss.).

Esta ausencia de coordinación y acompañamiento de medidas en Castilla-La Mancha, a pesar de la inversión destinada a generar informes, estudios y memorias estadísticas habitualmente empleadas con fines mediáticos, contrasta con los mejores resultados obtenidos en otras comunidades autónomas, diferenciación que resalta el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 (Secretaría de Estado de Turismo, 2012: 85).

4.2. El acceso al recurso turístico en Castilla-La Mancha: elementos de reflexión

El desarrollo de Castilla-La Mancha está condicionado en gran medida por la configuración de la red de infraestructuras de transportes de España, planteada inicialmente de forma radial para satisfacer las necesidades de la Corte de Madrid y que posteriormente, en el Estado de las Autonomías, se ha propiciado el surgimiento de una trama más compleja, efecto de la búsqueda de transversalidad que beneficia a determinados lugares nodales del interior peninsular (Gutiérrez, 1998: 71-72). En Castilla-La Mancha, este proceso evolutivo ha configurado una malla de carreteras estructurada en torno a autovías nacionales de disposición radial y algún eje transversal de gran capacidad, sobre todo en el espacio de conexión entre las radiales A-4 (Madrid-Andalucía) y A-3 (Madrid-Comunidad Valenciana).

Como resultado, y en una escala regional, se aprecian diferencias en la conectividad interior y en la capacidad de interacción de los espacios de la región, con contrastes entre territorios insertados en los flujos nacionales y otros progresivamente más desconectados de las dinámicas generales (Martínez, 2012). Estas diferencias se han acentuado en algunos casos y en otros se matizan o mitigan como resultado de los planes de infraestructuras, dando lugar a diferentes rentas de localización turística determinantes de la fase de desarrollo en la que se encuentra el producto turístico generado en torno a los principales activos turísticos del territorio de referencia. Bajo la lógica de un mercado turístico rural, sometido a una constante búsqueda de nuevos productos ambientalmente atractivos (Marchena, 1993: 123), la evolución de las infraestructuras de acceso y su puesta en valor de forma conjunta al sistema turístico territorial serán aspectos determinantes en el momento del despegue turístico de una zona o territorio de esta naturaleza.

En este sentido, cabe destacar que los espacios rurales de Castilla-La Mancha mejor conectados e integrados en el sistema urbano nacional cuentan con una ventaja de localización respecto a sus competidores directos, resto de regiones-destino del interior peninsular, pues más del 40% de los desplazamientos de medio y largo recorrido tienen como origen la Comunidad Valenciana, Andalucía y Madrid, todas ellas limítrofes a la región³. Sin embargo, el notable aumento de la movilidad y la reducción de tiempos de desplazamiento presentan un lado negativo, perjudicial ante la ausencia de regulación estratégica, pues la constricción espacio-tiempo fomenta dos fenómenos: un aumento de la competitividad entre destinos similares y un excursionismo de ocio diario equivalente a la asistencia al teatro o al cine (Cohen, 2005), práctica de distinción que repercute con un descenso de las pernoctaciones en los últimos años, a pesar de los resultados favorables en el conjunto de España y del impulso propiciado con el IV Centenario de la publicación del Quijote, en 2005, y la celebración del Año Greco, en 2014, este último polarizado en la ciudad de Toledo (Fernández-Arroyo y Martínez, 2015: 2008).

4.3. Análisis de accesibilidad y conectividad entre el mercado turístico emisor y receptor

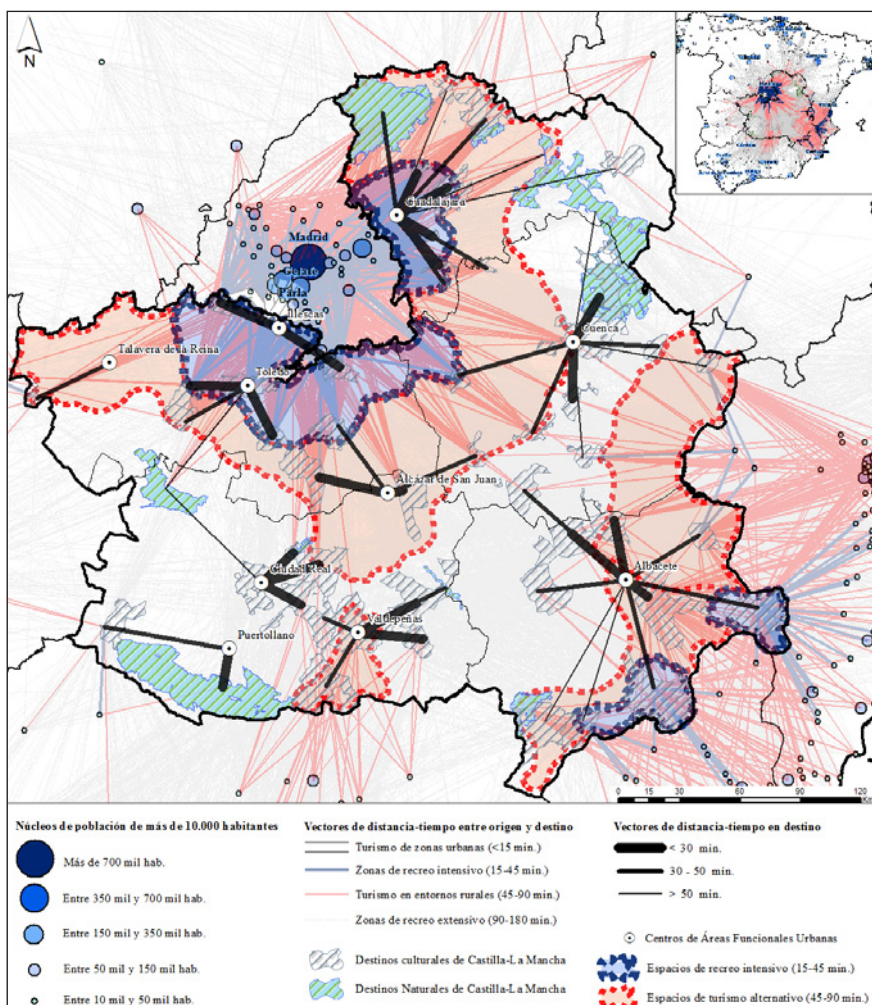
El resultado de aplicar la metodología empírica propuesta nos facilita la posibilidad de construir una matriz origen-destino con el total de vectores distancia-tiempo entre nodos de emisión de flujos y destinos de interior para el caso de Castilla-La Mancha, tomando como origen los principales focos emisores (ciudades) a escala nacional. Estas relaciones espacio-tiempo arrojan como resultado cartográfico la zonificación resultante de identificar el conjunto de relaciones geométricas de las distancias en tiempo de desplazamiento entre ciudades de origen y activos turísticos del territorio regional, desencadenantes del viaje turístico a las zonas o territorios en los que se insertan.

El esquema gráfico de las áreas de demanda potencial (figura 1) evidencia la determinación de la red de transportes en lo relativo a la conectividad entre grandes aglomeraciones urbanas, consideradas potenciales áreas de mercado emisor, y espacios turísticos concretos,

³ Dato extraído de la encuesta Movilia 2007, realizada por el Ministerio de Fomento. http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/ATENCION_CIUDADANO/INFORMACION_ESTADISTICA/Movilidad/Movilia2006_2007/ (Fecha de consulta: 16/09/2016)

o áreas de mercado receptor, conforme a la tipología detallada en el apartado 2.1. Esto es, por su puesto, solo un modelo de posibilidades y, por tanto, no se puede interpretar una conversión directa entre la disponibilidad de tiempo libre y la particularidad de las zonas rurales concretas. Sin duda, intervienen otras circunstancias que actúan como filtro social, así como intereses de tipo económico o político, tales como la propiedad privada o el incentivo de actividades incompatibles con la práctica de un turismo rural o de naturaleza que interfieren directamente en la percepción del uso y valoración ambiental del territorio.

Figura 1
ÁREAS DE MERCADO TURÍSTICO RECEPTOR Y RELACIONES ENTRE NODOS DE ORIGEN, ENLACE Y DESTINO



Fuente: Fernández-Arroyo y Martínez, 2015: 2012.

Este proceso de análisis nos lleva a identificar tres tipos de mercados turísticos en destino, conforme a su volumen de demanda potencial por proximidad, detectando la posibilidad de aprovechar centros y subcentros en la estructuración de las diferentes intensidades de flujos sobre la región. De este modo, en primer lugar, la cartografía nos ayuda a identificar y delimitar cuatro áreas de recreo intensivo, dos repartidas entre las provincias de Guadalajara, Cuenca y Toledo, susceptibles de acoger un gran número de excursionistas provenientes de aglomeraciones urbanas de la Comunidad de Madrid, y otras dos en el este y sur de la provincia de Albacete, encabezadas por Almansa y Hellín como enclaves más destacados, a menos de cuarenta y cinco minutos de importantes ciudades del sureste peninsular.

En segundo lugar, detectamos espacios funcionalmente propicios para favorecer un turismo alternativo en el medio rural, circunscritos a dos grandes bandas que se extienden por las provincias de Guadalajara, Cuenca, Toledo y, en menor medida, Ciudad Real, así como, en la parte más oriental, por las provincias de Cuenca y Albacete, respectivamente, como consecuencia de la conectividad con dos importantes focos de emisión a nivel nacional: las áreas metropolitanas de Madrid y Valencia. Otros enclaves localizados en entornos preminentemente rurales de las provincias de Albacete y Ciudad Real, encuentran en sus proximidades una demanda potencial, de menor calado, proveniente del interior de Murcia, Alicante y norte de Andalucía.

En tercer lugar, y de forma puntual, encontramos relaciones origen-destino aisladas, entre las que destacan por proximidad las emitidas desde las ciudades del suroeste de Madrid hacia enclaves como el Conjunto Histórico-Artístico de Mérida o el Parque Arqueológico de Carranque, ambas asociadas al área funcional de Illescas, en lo que se puede calificar como actividades de recreo propias de aglomeraciones urbanas, de menos de un día de duración. Esto nos lleva, por último, a que asociemos el resto del territorio regional⁴, marcado por una localización periférica en términos de accesibilidad, a un modelo de turismo extensivo para el que se precisa una estancia más prolongada, así como un mayor interés por consumir territorio tal y como se ha señalado anteriormente.

4.4. Escala de aplicación de resultados. Los territorios rurales como base de la estrategia turística

Ante la ausencia de una comarcalización oficial en Castilla-La Mancha, que permita concretar una estrategia territorial adecuada a los condicionantes asociados al emplazamiento y distribución de los recursos turísticos de carácter patrimonial, y con la operatividad como propósito, tomamos como referencia las delimitaciones de los territorios rurales encabezados por los CEDER, conscientes de la variedad de propuestas que desde la geografía y otras disciplinas se han realizado para delimitar el espacio rural, cuestión de notable complejidad (Solsona y López, 2012: 238). La Administración regional puede delegar funciones en materia de turismo sobre los agentes que encabezan estos territorios, opción que por el momento no se ha hecho efectiva y parece no valorarse. Esto ofrecería la

4 El este de Guadalajara; el noreste de la provincia de Cuenca; la zona de contacto entre el sur de la Mancha Conquense, el oeste de Albacete y el este de Ciudad Real; y la parte más occidental de la provincia de Ciudad Real.

ventaja de contar con una estrategia adaptada a las particularidades de los territorios, con el consenso de la población local. Todo ello, bajo un marco de cooperación interterritorial y coordinación de acuerdo a una estrategia turística regional.

A modo de síntesis, la cartografía (figura 2) toma como referencia las zonas rurales consolidadas con el último Programa de Desarrollo Rural 2007-2013 de Castilla-La Mancha, definidas a partir de la orden referente a la configuración de los GAL⁵, considerando la escala supramunicipal de gran relevancia al tratarse de una región extensa, muy heterogénea y con marcadas polaridades (Antón y González, 2005: 24). En un primer acercamiento, señalamos la ubicación de cada uno de los activos turísticos que ejercen atracción por sí mismos, de índole natural o cultural, sobre los que construir uno o varios productos turísticos en complementación con el resto de recursos territoriales, en relación a los principales ejes de acceso a la región y a las ciudades rectoras de Castilla-La Mancha, diferenciadas en centros⁶ y subcentros⁷ urbanos por Pillet et al. (2010) en un esfuerzo por definir el mapa del policentrismo en la región.

Con la hipótesis de la existencia de un gradiente de accesibilidad que afecta de forma diversa a los territorios. Diferenciación que puede dar lugar a caracterizar los espacios en relación a sus condiciones de acceso y la tipología de los recursos de interés disponibles. Se puede generalizar que, aquellos territorios en los que se localizan un mayor número de espacios naturales protegidos disponen de un grado de accesibilidad menor que aquellos que destacan por su patrimonio cultural.

Igualmente, reparamos en la situación de los territorios próximos a las capitales de provincia y el resto de ciudades más dinámicas de la región. En estos casos, se concibe que son espacios beneficiados por su conectividad a la red de autovías nacionales y autonómicas, favorecidos por un mayor poder de captación de visitantes, dada su ventaja comparativa en términos de accesibilidad absoluta. Sin embargo, esta circunstancia conlleva transigir en la polarización de los servicios, en general, y en la oferta de alojamientos, en particular, a favor de los centros aglutinadores más competitivos en términos económicos.

Este conjunto de apreciaciones, nos llevan a incidir en la premisa de un desarrollo de distribución equitativo en un espacio al que se le atribuye un sentido unitario, al mismo tiempo que debe basarse en los hechos que hacen peculiar y distinta a cada parte diferenciada de dicho territorio (Pillet et al., 2013: 93). El resultado obtenido del análisis que toma las áreas de accesibilidad al mercado turístico en destino como un factor diferenciador (figura 3), nos permite concretar la escasa funcionalidad turística de los territorios rurales de la parte central de la región, repartidos por las regiones de Toledo, Cuenca, Albacete y Ciudad Real, así como los que están próximos a los importantes corredores que se forman en torno a Alcalá de Henares, Albacete, Almansa, Ciudad Real-Puertollano y La Sagra.

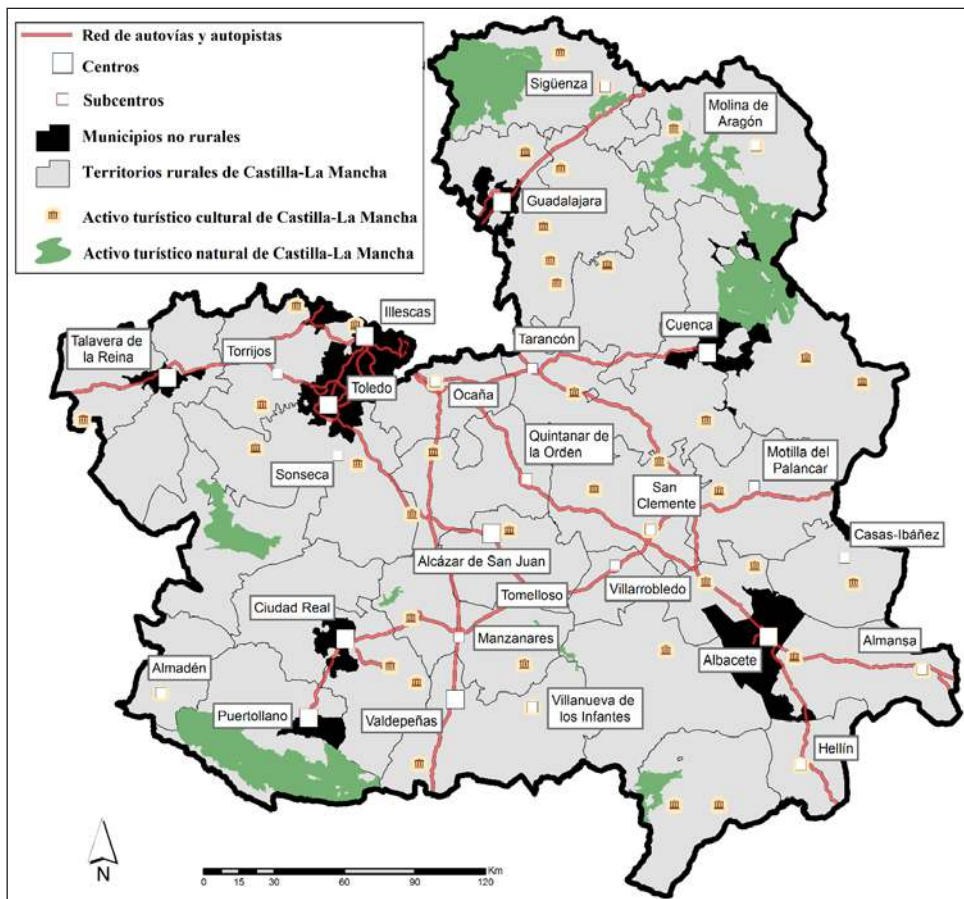
5 Orden de 06-06-2008, de la Consejería de Medio Ambiente y Desarrollo Rural, por la que se establecen el procedimiento de selección de territorios y las disposiciones de aplicación del Eje LEADER en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha 2007/2013.

6 Guadalajara, Cuenca, Albacete, Alcázar de San Juan-Tomelloso, Valdepeñas, Puertollano, Ciudad Real, Toledo, Illescas y Talavera de la Reina.

7 Sigüenza, Molina de Aragón, Tarancón, Mota del Palancar, Villarrobledo-San Clemente, Hellín, Almansa, Casas-Ibañez, Quintanar de la Orden, Villanueva de los Infantes, Almadén, Manzanares, Ocaña, Torrijos y Sonseca,

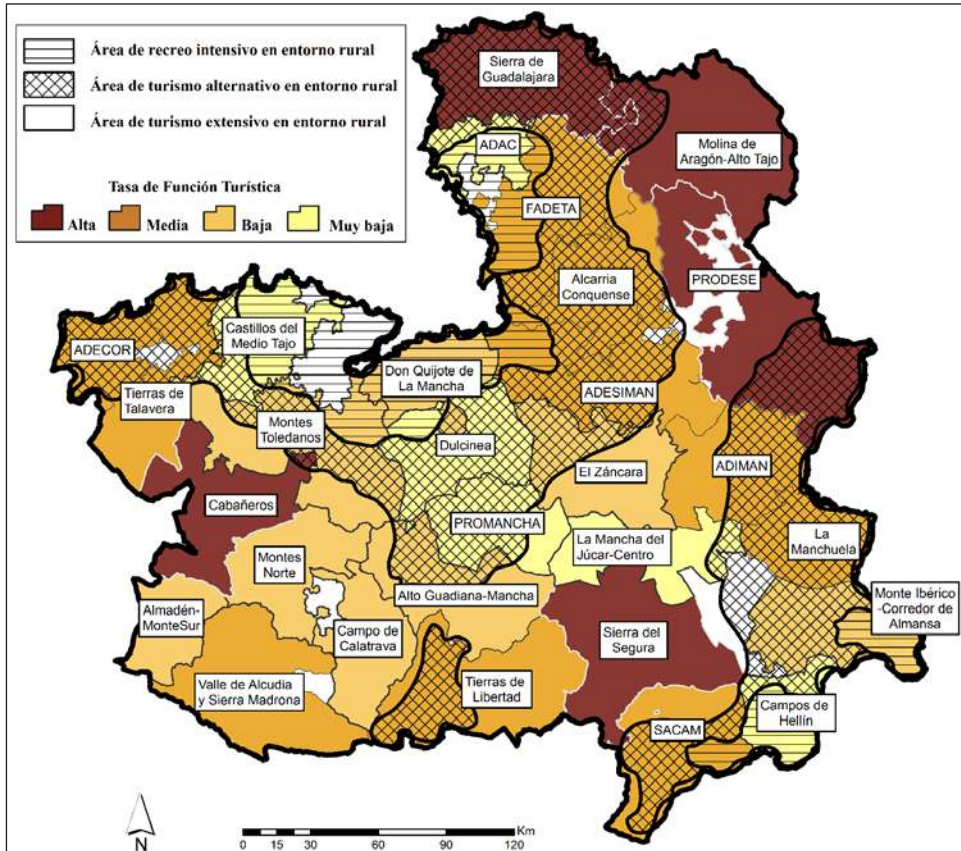
De las ventajas o dificultades ligadas a los propios condicionantes geográficos, en concreto a la accesibilidad, pueden deducirse posibles repercusiones asociadas a las decisiones que toman los turistas en el momento de seleccionar el destino y planificar el viaje turístico. La adopción de medidas, atendiendo a las realidades que interfieren en la actividad turística de cada espacio rural, se debe suscribir además de a dichas áreas de mercado identificadas a la localización de los centros y de los subcentros. Su notable influencia en el ámbito rural con un papel clave en el desarrollo turístico de los territorios debe considerarse, teniendo en cuenta el grado de especialización turística de la población y la estrategia a seguir en cada caso.

Figura 2
LOCALIZACIÓN DE ACTIVOS TURÍSTICOS
EN LOS TERRITORIOS RURALES Y SU RELACIÓN CON EL SISTEMA
URBANO Y RELACIONAL



Fuente: JCCM, 2012; Pillet, et al. 2010. Elaboración propia.

Figura 3
ÁREAS DE MERCADO TURÍSTICO RECEPTOR Y ESPECIALIZACIÓN
TURÍSTICA DE LOS TERRITORIOS RURALES



Fuente: JCCM, 2012; Dirección General de Turismo y Artesanía, Consejería de Economía y Empleo de Castilla-La Mancha (JCCM). Elaboración propia.

El primer tipo de área de mercado turística analizada corresponde a los *espacios de recreo intensivo*, su proximidad a importantes centros de emisión se traduce en un menor desarrollo de sus funciones turísticas, como hemos comentado anteriormente. En este caso estarían involucrados los territorios de ADAC, FADETA, Don Quijote de La Mancha y Castillos del Medio Tajo (Mercado metropolitano de Madrid), Monte Ibérico-Corredor de Almansa y Campos de Hellín (Mercado de las principales ciudades del sureste), por lo general, con una baja especialización de su población en actividades ligadas con la acogida de turistas. La explicación a tal circunstancia se puede corresponder con factores relacionados con la propia rentabilización del viaje e incluso con el escaso interés que suscita lo próximo ante su percepción como alcanzable y el deseo del turista por alejarse de su resi-

dencia habitual, en respuesta a la lógica de que las diferencias territoriales aumentan con el distanciamiento físico (Hiernaux, 2006: 407). Por otro lado, existe una razón externa a factores propios del ámbito turístico como es la especialización y potenciación de los lugares en sectores tales como la industria, el comercio o los transportes, por citar algunos ejemplos.

El segundo tipo de área, con un grado de accesibilidad menor, delimita *los espacios de recreo alternativo en el medio rural*, que se corresponden con un importante número de territorios rurales con altas posibilidades de rentabilizar la disponibilidad de recursos naturales y culturales con su cualidad de ser accesibles para algunos de los principales focos emisores de turistas del país: Sierra de Guadalajara, Alcarria Conquense, ADESIMAN, Dulcinea, PROMANCHA, Montes Toledanos, Tierras de Talavera, ADECOR (Área de Mercado Septentrional); ADIMAN, La Manchuela, SACAM (Área de Mercado Mediterráneo); y Tierras de Libertad (Área de Mercado Sur). Sin embargo, no todos los espacios turísticos han tenido igual devenir, pues en esta franja de acceso contrasta la presencia de territorios con una tasa de función turística elevada con aquellos que adolecen el efecto corredor que originan las infraestructuras de transporte (Martínez, 2010: 28).

El tercer tipo de zona delimitada se corresponde con *espacios de turismo extensivo o territorial* coincidentes con ámbitos periféricos en términos de accesibilidad y a los que se le asocia una doble condición. Por un lado, la de albergar una oferta reseñable basada en atractivos naturales –cabe destacar los Parques Nacionales y los Parques Naturales, así como otro tipo de atractivos vinculados al medio rural y a sus valores paisajísticos–, desde los que se prodiga una mayor sensibilidad del turista por escudriñar las especificidades del lugar. Nos referimos a Molina de Aragón-Alto Tajo, PRODESE, Sierra del Segura, Cabañeros y en menor medida Valle de Alcudia-Sierra Madrona. En estos casos se confirma una tasa de función turística elevada, fruto tanto de la disponibilidad de plazas como de la situación demográfica de los municipios. Se puede decir que las medidas en turismo, subvencionadas por fondos europeos, han sido el germen de un desarrollo turístico en ciertos entornos de la región con valores naturales reconocidos.

Y, en el otro lado, los territorios que soportan una extensa red de transportes: La Mancha del Júcar Centro y El Záncara, en Albacete, o los territorios rurales del Campo de Calatrava y Alto-Guadiana Mancha, en Ciudad Real, que no han logrado consolidar una oferta turística suficiente para potenciar la especialización de su población en el sector turístico. El caso concreto de las Tablas de Daimiel puede analizarse desde su singularidad, pues a pesar de un elevado potencial en la captación de visitas, su inserción en un medio intensamente perjudicado por los procesos de sobreexplotación del agua e industrialización agraria dificultan la consolidación de una demanda que en 2010, debido a la recuperación de su sistema hídrico aumentó sus visitas en más de un 270% respecto a años anteriores. Según, los datos facilitados por la Red de Parques Nacionales, en 2010 se contabilizaron 398.742 turistas, un dato muy superior al obtenido en años consecutivos en este privilegiado hábitat.

5. CONCLUSIONES

La metodología de análisis y la cartografía presentada pretenden profundizar en la búsqueda de explicaciones lógicas sobre el impacto que tiene un factor de localización

de cara a propiciar su despliegue turístico. Desde los enfoques teóricos esta relación es innegable, puesto que la actividad turística se basa en el desplazamiento del cliente a su destino una parte importante de esta decisión estará en las condiciones de este desplazamiento. A la luz de los resultados obtenidos resaltamos la importancia que aún alcanza la accesibilidad, así como su impacto directo en el desarrollo turístico.

Sin embargo, hoy día asistimos a un fenómeno novedoso efecto de la ampliación de los espacios que ganan en términos de conectividad. En la actualidad, la mayor accesibilidad de las unidades territoriales que conforman el espacio nacional, europeo y, en general, el llamado mundo desarrollado, no ejerce un poder ilimitado en la aproximación y su consecuente o probable turistificación de los territorios. Por el contrario, comprobamos una extensión de las áreas de proximidad y una pérdida de oportunidades, por tanto, en el campo del turismo, que especialmente damnifica a aquellos territorios que han logrado reducir los tiempos de acceso de forma notable, pero no han coordinado esta circunstancia con las políticas específicas como destino turístico. Podemos llegar a concluir que hoy día la dificultad de acceso no es un factor menos insigne para el desarrollo turístico de un espacio que la propia percepción de la cercanía del lugar.

Esto no es así en todos los casos, por supuesto. Frecuentemente encontramos dentro de la oferta turística productos que vinculan su atractivo a la cercanía o la facilidad de acceso. Incluso iniciativas concretas que se centran en el transporte, como la Red de Ciudades AVE. Pero estos casos son ejemplos de estrategias no sistemáticas de vincular la estrategia turística al análisis de la relación entre el origen y el destino del flujo turístico.

En conclusión, la accesibilidad es un factor favorable al desarrollo de la actividad turística cuando existe cierto grado de dificultad en el acceso en términos de tiempo de desplazamiento. En especial, en aquellos espacios localizados en un contexto con diferentes grados de ruralidad, con valores patrimoniales de un elevado interés turístico, ya sea natural, paisajístico o cultural. Mientras que los espacios con un alto grado de conectividad, literalmente atravesados por las infraestructuras de transporte, así como aquellos localizados en un rango de distancia-tiempo relativamente corto respecto a los principales lugares de origen, presentan en su accesibilidad un factor negativo para el desarrollo de la actividad, equiparable incluso al obstáculo que supone no contar con infraestructuras de acogida suficientes o con recursos verdaderamente significativos en número y calidad.

En definitiva, consideramos que este tipo de análisis integrados son de utilidad en la toma de decisiones y en la planificación territorial del turismo por varios motivos. Combinan elementos diversos y los relacionan entre sí de forma sistémica, permitiendo al tiempo la comprensión de un fenómeno y su planificación. Cada vez más la selección del destino está condicionada por la capacidad de adaptación y respuesta a las necesidades y preferencias turísticas. En este sentido, la relación tiempo disponible de vacaciones y distancia a recorrer entre espacios es una constante, a la vez que un factor de decisión de primer orden y cartografías como la que presentamos se revelan de gran utilidad para entender el potencial turístico de los destinos desde la óptica de los orígenes, su procedencia y los canales de entrada en los territorios, lo que puede y debe ayudar en una complementariedad de las políticas.

Esta línea de investigación ofrece, por tanto, un novedoso campo de trabajo en la gestión de los territorios desde la contextualización del espacio. En este sentido, siguiendo

la base territorial planteada en este trabajo, los GAL de los territorios rurales interesados en la dinamización del sector turístico deberían considerar la identificación de mercados potenciales, nodos de enlace entre la oferta y la demanda, así como adaptar su estrategia al perfil de destino turístico rural que determina su localización geográfica.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANTÓN, S. y GONZÁLEZ, F (Coord.) (2005): *Planificación territorial del turismo*. Barcelona, Ed. UOC.
- ANTÓN, S. y VERA, J.F. (1998): «Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio», en LÓPEZ, R. (Coord.): *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Tarragona, Grup d'Estudis Turístics. Universitat Rovira i Virgili, pp. 5-44.
- B.O.E. (1999): «Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha», *Boletín Oficial del Estado*, nº 179, pp. 28074-28086.
- BIELZA, V. (2008): *Introducción a la ordenación del territorio. Un enfoque geográfico*. Zaragoza, Pressas Universitarias de Zaragoza.
- CALLIZO, J. (1991): *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Madrid, Síntesis.
- CEBRÍÁN, F. y GARCÍA, J.A. (2009): «Dimensiones territoriales del turismo rural en Castilla-La Mancha», *Serie Geográfica*, nº 15, pp. 79-91.
- CLAWSON, M. y KNETSCH, J.L. (1966): *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore, John Hopkins Press.
- COHEN, E. (2005): «Principales tendencias en el turismo contemporáneo», *Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1, pp. 11-24.
- CONSEJO DE EUROPA (1999): *Estrategia Territorial Europea. Hacia un desarrollo equilibrado y sostenible del territorio de la UE*. Postdam, Oficina de Publicaciones Oficiales de la Comunidad Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO Y ARTESANÍA DE LA JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA: *Registro de establecimientos hoteleros y extrahoteleros de Castilla-La Mancha*.
- ESPARCIA, J. (2012): «Evolución reciente, situación actual y perspectivas futuras en el desarrollo rural en España y en la UE». *Revue Marocaine d'Administration Locale et de Développement (RE-MALD)*, nº 79, pp. 53-84.
- FERNÁNDEZ-ARROYO, A. y MARTÍNEZ, H.S. (2015): «Planificación territorial del turismo y accesibilidad: una aproximación desde la visualización e identificación cartográfica con SIG», en de la RIVA, J.; IBARRA, P.; MONTORIO, R. y RODRIGUES, M. (Eds.): *Análisis espacial y representación geográfica: innovación y aplicación*. Universidad de Zaragoza-AGE, pp. 2005-2014.
- GUTIÉRREZ, J. (1998): «Redes, espacio y tiempo», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, nº 18, pp. 65-86.
- HIERNAUX, D. (2006): «Geografía del Turismo», en HIERNAUX, D. y LINDÓN, A. (Dir.): *Tratado de Geografía Humana*. México, Anthropos, pp. 401-432.
- JCCM (2008): *Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible del Medio Rural de Castilla-La Mancha. Compromiso de futuro y de igualdad*. Toledo, Ediciones de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

- JCCM (2009): *Plan de Ordenación del Territorio “Estrategia Territorial” de Castilla-La Mancha. Fase de aprobación inicial: Versión preliminar para la información y participación pública*. Toledo, Ediciones de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- JCCM (2010): *Plan Estratégico de Turismo 2010-2014*. Toledo, Ediciones de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- JCCM (2012): *Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha 2007-2013. Versión Quinta*. Toledo, Ediciones de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- MARCHENA, M.J. (1993): «Turismo y Desarrollo Regional: El Espacio del Ecoturismo», *Papers de Turisme*, nº 11, pp. 111-132.
- MARTÍNEZ QUINTANA, V. (2006): *Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*. Madrid, McGraw-Hill/ Interamericana de España.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ-MATEOS, H.S. (2010): *La estructura del transporte y sus implicaciones territoriales en Castilla-La Mancha*. Toledo, Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ-MATEOS, H.S. (2012): «La accesibilidad regional y el efecto territorial de las infraestructuras de transporte. Aplicación en Castilla-La Mancha», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 59, pp. 79-103.
- MILLÁN, M. (2010): «Planificación: Transportes, Turismo y Territorio», *Grand Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, nº 1, pp. 97-119.
- MONTANER, J. (1991): *Estructura del mercado turístico*. Madrid, Síntesis.
- PEARCE, D. (2014): «Destinos Turísticos: conceptos e implicaciones para su gestión en tiempos de cambio», en LÓPEZ, F. et al. (Coords.): *Turismo y Territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Valencia. Tirant Humanidades, pp. 21-34.
- PIGRAM, J. (1983): *Outdoor Recreation and Resource Management*. London, Coom Helm.
- PILLET, F. (2011): «El turismo de interior y el patrimonio territorial en Castilla-La Mancha», *Cuadernos de Turismo*, nº 27, pp. 725-741.
- PILLET, F. (2012): «El turismo de interior en la España Peninsular: El patrimonio territorial como destino turístico», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 59, pp. 345-366.
- PILLET, F. (2015): «Del espacio geográfico al turismo como uso y disfrute del territorio comarcal: una reflexión teórica desde España», *Revista de Geografía Norte Grande*, nº 62, pp. 185-201.
- PILLET, F.; CAÑIZARES, M.C.; RUIZ, Á.R.; MARTÍNEZ, H.S.; PLAZA, J. y SANTOS, J.F. (2013): «Los indicadores de la cohesión territorial en el análisis de la escala supramunicipal o subregional: policentrismo y áreas funcionales urbanas (FUAS)», *Ería*, nº 90, pp. 91-106.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A.M. (1998): *Critical Issues In Tourism. A Geographical Perspective*. Oxford, Blackwell.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO (2012): *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015*. Madrid, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- SOLÍS, E. y TROITIÑO, M.Á. (2012): «El paradigma de la red: bases para una nueva interpretación del territorio y de los procesos escalares de la urbanización». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 60, pp. 141-164.

- SOLSONA, J. y LÓPEZ, D. (2012): «Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la Comunitat Valenciana». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 59, pp. 221-244.
- SUBIRATS, J. (2002): *Redes, territorio y gobierno. Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Barcelona, Diputación de Barcelona.
- URRY, J. (2002): «Movility and Proximity». *Sage Journals*, 10 de diciembre de 2015. Disponible en: <http://soc.sagepub.com/content/36/2/255.abstract>
- VERA, J.F. (Coord.) (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia, Tirant lo Blanch.