

DINÁMICA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ALBACETE¹

TOURIST DYNAMIC IN ALBACETE'S PROVINCE

MARÍA TERESA PARDO CABALLERO

mtpardocaballero@gmail.com

Recibido/Received: 02-12-2018

Aceptado/Accepted: 15-12-2018

RESUMEN: En este trabajo se buscan factores aclaratorios de la dinámica turística en Albacete y que a su vez potencian el crecimiento y desarrollo socioeconómico provincial. Dentro de lo que cabe señalar la dificultad de diferencias entre los mundos urbano y rural, así como ver los límites para el diseño de políticas turísticas. Analizar el turismo rural como posible motor para frenar el despoblamiento rural y ayudar a económicamente a esas zonas. Y todo ello nos lleva a priorizar el turismo y atraer mayores visitantes gracias a la aplicación de estrategias. Dando a conocer un turismo más unido a la naturaleza, aspectos histórico-culturales y tradiciones y así mostrar algo más que el tradicional turismo de sol y playa.

PALABRAS CLAVE: Turismo rural, mundo urbano, política turística, potencial turístico, despoblamiento, estacionalidad, naturaleza, recursos patrimoniales, recursos culturales, recursos paisajísticos.

ABSTRACT: The aim of this work is to search for clarifying factors of the tourism dynamics in Albacete, which in turn boost the growth and socioeconomic development of the province. The differences between the urban and rural worlds, as well as the limits for the design of tourism policies should be noted. To analyze rural tourism as a possible engine to stop rural depopulation and help those areas economically. All this leads us to prioritize tourism and attract more visitors thanks to the application of strategies. Displaying a tourism more united to the nature, historicalcultural aspects and traditions and consequently showing something more than the traditional tourism of sun and beach.

KEYWORDS: Rural tourism, urban world, tourism policy, tourism potential, depopulation, seasonality, nature, heritage resources, cultural resources, landscape resources

¹ Este trabajo fue presentado por su autora el 21 de julio de 2017, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete (UCLM), como trabajo de fin de grado, y obtuvo la calificación de sobresaliente.

1. INTRODUCCIÓN

La razón de elegir este tema como radica en el potencial que se le atribuyen como motor de desarrollo socioeconómico de un territorio y, en consecuencia, en su interés como factor de convergencia y equilibrio espacial. El objetivo pretendido es simple: buscar factores que expliquen la dinámica turística albaceteña y, en paralelo, ayuden a valorar su potencial impulsor del crecimiento y desarrollo provincial, en particular el de sus zonas rurales más deprimidas y con graves problemas de despoblación.

El turismo ha sido desde la década de 1960 un pilar básico de la economía española. En este trabajo se hace un breve repaso histórico de su evolución desde los inicios del siglo XX hasta hoy, resaltando los hechos de mayor incidencia en la dinámica del patrimonio provincial albaceteño de recursos turísticos y los aspectos que lo hicieron clave de la modernización española aun sin haber resuelto por completo unos problemas estructurales que llegan hasta las décadas más recientes y que habrá que contemplar para dinamizar la lenta recuperación económica iniciada en 2013 (Cuadrado y López, 2011:2). Con todo, el grueso del análisis cuantitativo se centra en 1999-2016, período que, además, nos permitirá valorar y reflexionar sobre algunos efectos de la integración española en la Eurozona en los cambios y transformaciones del sector.

El turismo es una actividad con alto potencial para generar desarrollo y corregir desequilibrios territoriales (Kutznets, 1973:377-397; y Muñoz, 1996:33-40). Tras la presente introducción, como paso previo al análisis de la dinámica turística reciente hemos incorporado tres apartados. Los dos primeros incluyen, a modo de desbroce, una aclaración conceptual de los términos y variables económicas utilizadas, así como una revisión bibliográfica y del estado de la cuestión turística a escala nacional, regional y provincial. En el tercero se aborda una breve retrospectiva histórica del turismo español y albaceteño en los años del desarrollismo, transición e inicios de la democracia. Por otro lado, el estudio de la dinámica turística, -principal objetivo del trabajo, comprende los dos epígrafes siguientes. En ellos se trata la oferta provincial de recursos e infraestructuras turísticas y la evolución de la demanda con el fin de detectar qué factores causan el rezago del sector turístico provincial y cómo podría impulsarse para reducir la brecha de desarrollo que lo separa de la media nacional en los próximos años al rebufo del creciente interés por el turismo rural y cultural alejado del turismo playero que desde finales

del pasado siglo se viene observando en España. Dicho interés concuerda en buena medida con el paradigma de la sostenibilidad social y medioambiental y con la necesidad de acrecentar la complementariedad y lograr sinergias entre los mundos urbano y rural. Finalmente, el trabajo incluye un apartado de conclusiones donde sintetizamos los aspectos más sobresalientes de nuestro análisis y una breve reflexión sobre ciertas líneas de interés para ser abordadas con el fin de profundizar en el conocimiento de la actividad turística y disponer de mejores elementos de juicio para diseñar y aplicar una política turística provincial más acorde a su peso, realidad territorial y potencial de oferta.

Pese a lo expuesto, lo que sigue no pretende ser un trabajo de investigación al uso sino, más bien, un trabajo académico en el que, partiendo de conocimientos, técnicas y habilidades adquiridas durante el grado, seamos capaces de acotar y profundizar en una pequeña parcela de la economía: la actividad turística albaceteña. La metodología empleada es fundamentalmente descriptiva. No obstante, he intentado efectuar un análisis cuantitativo y una reflexión cualitativa a partir de los resultados. El primer paso ha sido una tarea de selección bibliográfica y de fuentes estadísticas. Entre las primeras sobresalen, por los conocimientos que me ha aportado su lectura, las obras de Bull (1994), Cebrián (2008 y 2010), Cuadrado (2011 y 2016), Pardo (2000, 2014, 2016 y 2017), Pedreño (1996), Rivas (2008), Valdés (2004 y 2011) y Vallejo (2002 y 2015). En cuanto a las fuentes estadísticas, la explotación y tratamiento de datos del Instituto Nacional de Estadística –INE- (Encuesta de Ocupación de Establecimientos Turísticos, Cuenta Satélite del Turismo...) y de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha –JCCM-, han resultado esenciales para determinar dinámicas y tendencias a partir de diversas variables (viajeros, pernoctaciones, plazas de alojamientos...) y ratios (grado de ocupación, intensidad turística, estancia media, tamaño medio de los establecimientos...). El principal problema en la búsqueda de datos ha sido su precariedad a escala municipal, lo que dificulta enormemente nuestra intención de analizar por separado el turismo rural del urbano. La solución adoptada ha sido recurrir a variables *proxy* como los establecimientos hoteleros de dos o más estrellas como variable representativa del turismo urbano, y los campings, hoteles y hostales de una estrella, pensiones y casas rurales como propios del turismo rural.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conceptos

El turismo es un concepto complejo de definir. La primera opción es relacionarlo con la idea de viajar por placer. Sin embargo, tal conceptualización resulta demasiado simple. En 1942 los profesores suizos Hunziker y Krapf lo definieron como *“conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”*. Dicho de otro modo: *“Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural”* (Torre, 1997:13 y 16).

Con independencia de la definición lo realmente importante desde una perspectiva académica es disponer de definiciones precisas y homogéneas aplicables a todo un campo de estudio. La Organización Mundial de Turismo (OMT)² ha elaborado un marco conceptual para la economía del turismo. Lo define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas por motivos de negocios, profesionales o de otra índole a lugares alejados de su residencia habitual. Dichas personas se denominan visitantes. El turismo tiene que ver, por tanto, con sus actividades y algunas de ellas ocasionan el denominado gasto turístico (OMT, 2008).

Hay diversos tipos de turismo atendiendo al criterio de los recursos mayoritarios (medioambientales, históricos, culturales, territoriales...) empleados para su desarrollo. Nos centraremos en el turismo rural al entender que es el de mayor importancia y potencial de expansión en la provincia de Albacete. Tal modalidad ha cobrado protagonismo en las últimas décadas impulsada por los cambios en los hábitos del consumidor. La Secretaría General de Turismo (SGT) lo define como cualquier aprovechamiento turístico en el espacio rural que cumpla las siguientes condi-

² La Organización de Naciones Unidas (ONU) contempla como tarea de la OMT promocionar un turismo responsable, sostenible y accesible que contribuya al desarrollo económico, a la comprensión internacional, a la paz, a la prosperidad y al respeto universal en un contexto de observancia de los derechos humanos y libertades fundamentales. En tal marco le ofrece su apoyo para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas (Rivas, 2008:352).

ciones: a) Ser un turismo difuso y respetuoso con el patrimonio natural y cultural; b) Participación activa de la población local; c) Integrar en él a las actividades tradicionales, huyendo del gigantismo y del monocultivo turístico (Cebrián, 2010:64).

En cuanto al concepto de turista, la OMT lo asimila a visitante: “*persona que viaja a un destino diferente a su entorno habitual y tiene como objeto ocio, negocios u otro motivo personal*”. Diferencia dos tipos: turista, si su viaje incluye al menos una pernoctación; y excursionista si no pernocta fuera. Otro concepto es el de viaje turístico: todo desplazamiento de una persona fuera de su lugar de residencia habitual (viaje de ida y vuelta). Por tanto, los viajes realizados por visitantes son también viajes turísticos (OMT, 2008).

Los conceptos explicitados revelan lo compleja que es la actividad turística. A ello cabe añadir el debate sobre la pertenencia del turismo al sector secundario (industria) o al terciario (servicios). Sí entendemos por actividades fabriles las que transforman recursos naturales mediante procesos mecánicos o químicos, el turismo queda fuera. Se trata, pues, de una actividad terciaria, por más que la literatura económica aluda con frecuencia a la industria turística. En suma, el turista contrata y consume servicios (Calabuig y Ministral, 1994:21-22).

2.2. Factores productivos y actividad turística

Los servicios integrados en el sector turístico requieren la combinación de distintos recursos para su producción y oferta. Según la OMT deben incluirse en la rama turística todas aquellas acciones que generan principalmente bienes o servicios propios del turismo o muy vinculadas a él. Se trata, pues, de combinar distintos factores productivos para generar bienes o servicios que satisfagan la demanda turística. De ahí que al gasto derivado de su consumo se le denomine gasto turístico (OMT, 2008). En los siguientes sub-epígrafes se sintetizan dichos recursos según las diferentes categorías utilizadas al definir una función de producción cualquiera: Recursos naturales (RR.NN.), trabajo o recursos humanos (RR.HH.), capital físico (CF) y otros (innovación, tecnología...).

2.2.1. Recursos naturales

Los RR.NN. influyen considerablemente en la actividad turística al generar bienes y servicios a partir del paisaje y de los ecosistemas

medioambientales. A ellos cabe añadir otros aspectos influyentes en la configuración y transformación paisajística y medioambiental. Se trata de la posición geográfica, orografía, hidrografía, climatología, patrón demográfico de asentamientos y estructura de las actividades productivas. Sus características en los distintos territorios o hábitats posibilitan establecer estrategias de desarrollo diferenciadas. El territorio no es un elemento homogéneo ni neutral como considera la teoría económica ortodoxa hasta avanzado el siglo XX, sino que admite estrategias de desarrollo dispares. Ni siquiera las acepciones de mundo urbano y rural³ implican conceptos únicos por estar referidas a espacios medianamente homogéneos. Dentro de cada ámbito –rural o urbano-, existe un amplio abanico de territorios según sus RR.NN. que haría ineficiente una estrategia de desarrollo única. Tal estrategia podría tener un tronco común en cuanto a objetivos, pero debiera admitir variantes según la dispar relevancia y rasgos de los factores productivos.

En cuanto a los RR.NN, la provincia de Albacete posee zonas de gran atractivo turístico por sus características paisajísticas⁴ y por su relativamente bien conservado -y por ello valioso- patrimonio medioambiental.

³ Las diferencias entre hábitat rural y urbano se han establecido tradicionalmente según variables como la densidad de población, patrón de asentamientos y uso del suelo. El mundo rural se caracterizaba por una densidad demográfica baja, un patrón de asentamiento dominado por pequeños núcleos urbanos y donde los de tamaño medio eran la excepción, y por una alta especialización agraria en lo referente a su economía. Los rasgos que definían al mundo urbano eran los opuestos. No obstante, había muchas más diferencias como, dotación de infraestructuras y servicios no destinados a la venta, nivel educativo de la población, estilo de vida...A partir de 1970 la frontera entre lo rural y lo urbano se diluye progresivamente, tendencia que se intensifica desde 1986 tras la entrada de España en la Comunidad Económica Europea (CEE) y lleva a un tercer ámbito conocido como intermedio, rural-urbano, interurbano... Las instituciones europeas definen el mundo rural desde 1988 como el que engloba un ámbito socioeconómico caracterizado por el predominio de una serie de actividades tipo como las agrarias, la artesanía, las pequeñas y medianas industrias (pymes), comercios y servicios (Molinero y Alario, 1994:55-59). Pese a ello la realidad es que, a día de hoy, no hay una definición consensuada a escala europea y, menos aún, mundial. De hecho, incluso en un mismo país funcionan delimitaciones distintas según instancias territoriales. Así, en España coexisten definiciones variopintas según procedan de la administración europea, nacional o autonómica, con el agravante de su obligatoria aplicación según políticas económicas aplicadas, entre ellas las de índole turística y vinculadas al sector que emanan de cada instancia. En suma, un mismo territorio puede ser considerado tanto rural como urbano según la administración que lo defina.

⁴ Según el Convenio Europeo del Paisaje (2000) se entiende por paisaje aquellos territorios que la población percibe como tales, cuyo resultado sean por la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos (Cañizares, 2014:148). El patrimonio es el legado de la sociedad y cultura que hay que conservar e introducir cuidadosamente para no deteriorarlo y adecuarlo a las necesidades y aspiraciones de la sociedad actual (Sanz, 2012:699; y Cañizares, 2014:174).

Paisaje y patrimonio medioambiental son junto a la posición geográfica⁵, recursos histórico-culturales y gastronómicos activos esenciales del turismo rural albaceteño. La intensa vinculación entre RR.NN. e histórico-culturales es la gran protagonista del atractivo turístico provincial (Cebrián y García, 2010:370). Las llanuras agrícolas del norte, centro y este tienen paisajes dominados por cereal y viñedo. Su atractivo radica en la amplitud y lontananza de sus horizontes y en el intenso contraste de sus colores, como bien supo captar el pintor barrajeño Benjamín Palencia (PREVASA, 1986:830). A ello se une cierto recuerdo y sabor quijotesco extraído de la obra cumbre de Cervantes que se plasma en las actividades vinculadas a las rutas del Quijote⁶ y al enoturismo que surcan el cuadrante oeste-noroeste de la provincia (Ossa de Montiel, El Bonillo, Munera, La Roda, Villarrobledo...). Por otro lado, al noroeste, la comarca de La Manchuela es una “Mesopotamia chica”, ubicada entre los ríos Júcar y Cabriel. Su paisaje entremezcla la llanura manchega con suaves hoyas y colinas que, de cuando en cuando, desaparece roto por cadenas montuosas de altura y longitud moderadas (Derrubiada y Sierra de La Caballa) o por los cañones y valles de los ríos que la delimitan (García y Otros, 2015:1010-1012). Al cereal y viñedo del llano se incorporan el olivo, almendro, pequeños pinares piñoneros y carrascos, y monte bajo mediterráneo como elementos particulares del paisaje manchuelo. Finalmente, al suroeste y sur (Sierras de Alcaraz y Segura) emerge un paisaje agreste, dominado por grandes masas boscosas de pino blanco o carrasco y, más ocasionalmente, quejigos, enebros, sabinas y monte bajo de matorral y esparto, que ocupa casi un tercio de la superficie provincial. El territorio serrano, como el manchuelo, posee un alto potencial para desarrollar actividades turísticas deportivas, culturales y de ocio ligadas a la naturaleza y a la salud⁷. Caza, senderismo, escalada, *rafting*, ciclo turismo, termalismo,

⁵ La provincia de Albacete se sitúa a menos de tres horas de distancia de 1/3 de la población española. Es una verdadera encrucijada de caminos, paso obligado en las comunicaciones entre Madrid y el Sureste peninsular, en particular con Valencia, Alicante Murcia, Almería, Jaén y Granada. La fácil y rápida accesibilidad a ella desde la mayor área metropolitana del país, Madrid, u otras grandes áreas urbanas del eje mediterráneo e interior andaluz... (Valencia, Alicante-Elche, Murcia-Cartagena, Granada...) y el notable poder adquisitivo medio de los habitantes de dichas áreas son, desde los años noventa, pilares fundamentales para su desarrollo (VV.AA., 1992:11-26). Su relevancia de cara al potencial de expansión turística albaceteño queda fuera de cualquier duda (PREVASA, 1986: 836-837).

⁶ La Ruta de Don Quijote es considerada, dentro del Plan Estratégico de Turismo (2010-2014) (PET), como icono turístico. El 21 % de la misma surca la provincia de Albacete (Pillet, 2011:735).

⁷ Gran parte de los turistas de estos territorios proceden de regiones próximas como Murcia o Madrid cuyos espacios montañosos son reducidos o tienen una densidad demográfica alta para la tranquilidad y descanso que busca el turista de naturaleza.

educación ambiental, conocimiento de ecosistemas y de la cultura rural (agraria) son algunos de los muchos ejemplos posibles. A ellas cabe añadir otras vinculadas a su patrimonio histórico, industrial y agrario: Museos etnográficos, arqueología industrial, rutas monumentales e históricas, rutas pecuarias ligadas a la trashumancia; talleres de horticultura, micología, apicultura, resineo, plantas aromáticas y medicinales básicas, cocina y conservación alimentaria tradicional, artesanía manufacturera... (PREVASA, 1986:829-836).

A tenor de lo expuesto, el potencial turístico de las zonas de Alcaraz, Segura y Manchuela no es, atendiendo a su posición geográfica y dotación de RR.NN. e histórico-culturales, inferior al del mundo rural del llano. Partiendo de tal premisa y considerando que dichos territorios son los menos desarrollados y con mayores problemas de despoblación de la provincia, planteamos como hipótesis que "el turismo rural es para ellos, en potencia, uno de los principales motores de crecimiento, desarrollo y convergencia". En la medida que lo permita la información trataremos de contrastarla a través de un somero análisis comparado de la dinámica provincial del turismo rural y urbano. La dificultad es, como ya señalamos, la precaria información local de las variables turísticas.

El clima es otro recurso natural con gran influencia en el turismo pues condiciona su estacionalidad y su potencial de expansión, sobre todo cuando el grueso de las actividades se practica al aire libre (senderismo, escalada, *rafting*, espeleología, caza, pesca, recolección de plantas aromáticas u hongos...). Las zonas del interior peninsular poseen un clima continental con temperaturas más extremas y variables (cambios bruscos frecuentes en todas las estaciones) que las zonas del litoral mediterráneo, atlántico o cantábrico donde el mar suaviza y disminuye las oscilaciones térmicas diarias. La provincia de Albacete tiene un clima mediterráneo-continental de inviernos fríos, veranos secos y muy calurosos, y primavera-otoño como estaciones de corta duración⁸ que dificultan sobremanera las actividades turísticas vinculadas a la naturaleza. Por ello, cuanto más y mejor conozcamos el clima de un territorio, mejor se podrá diseñar la oferta de turística, programarla en el tiempo y adecuarla a la demanda potencial para maximizar ventajas competitivas, eliminar o reducir inconvenientes y diversificar la gama de modo que siempre haya

⁸ El refranero provincial es orientativo. Refranes sobre la climatología albacetense como "Nueve meses de invierno y tres de infierno" o "Hasta el cuarenta de mayo no te quites el sayo -y si es en Albacete hasta el cuarenta y siete-" son un buen ejemplo. No obstante, desde hace unas décadas se aprecian ciertos cambios: inviernos más suaves, menos gélidos y más cortos que los de antaño; y veranos más largos, secos y calurosos.

una alternativa realizable, un “plan B” que satisfaga al turista (Gómez, 1999: 25-31). Según los expertos, el factor clima sería el más determinante de los RR.NN en una hipotética función de producción del sector turístico interior español, situación que se agudiza para el turismo rural albaceteño (Cuadro 1).

Cuadro 1. Recursos Naturales integrados en paisajes albaceteños

RECURSO	IMPORTANCIA TURÍSTICA	TENDENCIAS USO TURÍSTICO
Relieve	Elevada	Creciente
Vegetación	Escasa	Creciente
Fauna	Escasa	Creciente
Clima	Muy elevada	Estable
Hidrografía	Media	Creciente

Fuente: Elaboración propia a partir de Calabuig y Ministral, 1994.

2.2.2. Recursos Humanos (RR.HH.)

El trabajo, ocupación y empleo vinculados al sector turístico están delimitados y condicionados por las actividades económicas que lo configuran. Según la metodología del INE para la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE)⁹, las ramas incluidas son alojamiento, actividades inmobiliarias, servicios de comida y bebida, transporte (ferrocarril, marítimo y por vías navegables interiores, aéreo y espacial...), alquiler de vehículos, agencias de viajes, industria cultural, y actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (INE, 2016:5). A pesar de esta minuciosa relación hay dificultades para medir con precisión el empleo turístico. Las categorías mencionadas no distinguen si el empleo -u otras variables- está vinculado al turismo según definición de la OMT. Es más, hay empleos propios del sector en otros grupos de actividades que no recoge la metodología de la CSTE. Es decir, la información oficial sobreestima o infravalora la cifra de empleos turísticos (Malo, 2011:22). Si se añade la escasa información sobre empleo turístico a escala local resulta evidente la dificultad repetidamente señalada para abordar estudios como éste TFG que contemplan, como premisa de partida, la heterogeneidad y no neutralidad del territorio. La estacionalidad del empleo turístico es otro

⁹ El INE describe la CSTE como “el conjunto de estimaciones, basadas en la metodología de la Contabilidad Nacional de España, que proporciona los agregados económicos principales ligados al sector turístico en una fecha determinada” (INE, 2016:4).

problema para su medición. Si es muy marcada provoca inestabilidad y oscilación en las cifras, y fuerte temporalidad laboral según meses e incluso trimestres (Malo, 2011:27-31).

Más allá de la medición rigurosa de los empleos o trabajadores ocupados, el capital humano turístico presenta otros problemas: baja cualificación y escaso apoyo al emprendimiento. La insuficiente o inadecuada formación profesional, el difícil acceso a la financiación y la ausencia de instituciones para afrontar directamente tal problemática están al orden del día, pese a los innegables esfuerzos de la Secretaria de Estado de Turismo (SET) a través del Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), que contempla "*un conjunto de medidas para 2012-2015 orientadas a impulsar la competitividad de las empresas y nuestros destinos, renovar el liderazgo mundial de nuestro país para las próximas décadas y contribuir a la generación de riqueza empleo y bienestar de los ciudadanos*" (SET, 2012:13). Del PNIT surgen distintos programas para los que quieren crear su propio negocio: *Emprendetur Jóvenes Emprendedores*¹⁰ y *Emprendetur I+D+i*¹¹. Por otro lado, ante la necesidad de mejorar la oferta formativa, la SET está impulsando a través de Turespaña la definición y diseño de un programa de formación, el estudio de perfiles profesionales que precisa o precisará el sector, y el apoyo a programas piloto de colaboración (SET, 2012:103).

Finalmente, la dotación y cualificación del capital humano de Castilla-La Mancha (CLM) y Albacete están por debajo de la media nacional, con independencia de que nos refiramos a trabajadores asalariados o a empresarios (Selva, 2004:154-155). Ello provoca un déficit de cualificación y que, con frecuencia, los mejor formados opten por emigrar al exterior o hacia otras regiones (Madrid, Comunidad Valenciana y Murcia, principalmente) para lograr un trabajo más acorde a su formación. El sector turístico albaceteño no parece ser una excepción pese a no registrar una tasa de paro entre las más altas. La emigración de sus profesionales está ligada a su estacionalidad e intensa temporalidad laboral que genera.

¹⁰ Su objetivo es ayudar a que España sea líder a escala internacional como país de destino turístico. Las ayudas se otorgan a proyectos y modelos de negocio adecuados a las medidas del PNIT. Consisten en préstamos con un máximo de cinco años de amortización -incluidos dos de carencia- a un tipo de interés 0,967 % y sin exigencia de garantías para su concesión (BOE, 2013: 24.204-24.205).

¹¹ Apoya la investigación y desarrollo aplicado a productos del sector turístico. Se caracteriza por otorgar préstamos con plazo máximo de cinco años de amortización que incluyen un período de carencia máximo de dos años. La diferencia con el programa *Emprendetur Jóvenes Emprendedores* es el menor tipo de interés (0,698 %) y la exigencia de garantías de un 36 % del montante solicitado para su concesión (BOE, 2016: 25.515-25.516).

2.2.3. Capital Físico (CF)

Definimos el CF turístico como “*la dotación de infraestructuras, instalaciones y equipamientos con que cuenta un territorio para procurar y sostener una serie de bienes y servicios (oferta turística) acorde a las estructuras socio-económicas del lugar*”. Ni que decir tiene que dicha dotación condiciona el desarrollo turístico de un espacio. Las mayores limitaciones derivan de las infraestructuras de transportes, comunicaciones y alojamiento (residencial), así como de ciertos servicios básicos que otorgan un atractivo diferenciado a la oferta turística. En suma, por CF entendemos las inversiones en infraestructuras, bienes y servicios que inciden en la accesibilidad, variedad y calidad de actividades turísticas ofertadas en un lugar y que, por tanto, son claves para que el visitante disfrute y se sienta cómodo mientras las consume (Blanco, 2008:18).

a) Transportes y comunicaciones. Las infraestructuras y medios de transporte y comunicaciones están muy ligados al turismo. Juegan un papel crucial pues permiten al turista desplazarse desde su lugar de origen al de destino. Las redes de comunicaciones pueden clasificarse en distintas categorías según por donde discurra el trayecto o medio utilizado¹². Todas tienen la finalidad común de facilitar la accesibilidad -mayor rapidez y seguridad- del turista al producto para maximizar su disfrute. En consecuencia, las innovaciones en los distintos medios de transporte están impulsando nuevas ofertas y atractivos turísticos. Sirvan de ejemplo los “trenes turísticos” o los “cruceros de alto standing” con servicios exclusivos de calidad que incluyen excursiones, actividades exclusivas y servicios de lujo.

La dotación de infraestructuras de transporte de CLM y de la provincia de Albacete ha mejorado sustancialmente en el último cuarto de siglo gracias a las ampliaciones y mejoras introducidas en la red de carreteras y ferroviaria (Más y Otros, 2007:17-37). Ahora bien, la accesibilidad desde otras provincias ha mejorado -cuantitativa y cualitativamente- en mayor grado que a escala intraprovincial. Pese a los incuestionables avances, la conexión intermunicipal provincial es mejorable, o muy mejorable si nos ceñimos a sus zonas serranas. El problema, la dependencia de la acción de mejora de los resultados previos de un análisis coste-beneficio donde, por lo general, los problemas sociales y la perspectiva a muy largo plazo brillan por su ausencia.

¹² A modo de ejemplo cabe discernir entre: Terrestres por carretera -autobús, coche, camión...-, ferrocarril -Tren de Alta Velocidad (TAV), regionales, mercancías...-, aéreas -avión, avioneta, helicóptero...- y marítimas -barcos de pasajeros, cruceros, yates, veleros...-.

b) Infraestructuras básicas y de servicios. Su dotación y desarrollo también guarda una estrecha relación con el sector turístico. Instalaciones y servicios inadecuados impiden maximizar el bienestar del visitante y, en paralelo, dificultan preservar o recuperar el entorno. Se incluyen en esta categoría las redes de suministro eléctrico, agua potable, telefonía, alumbrado público, colectores y depuradoras de aguas residuales... del entorno del alojamiento del turista, así como otros establecimientos orientados a atender sus necesidades (restaurantes, cafeterías, centros de ocio y recreación, edificios y monumentos de especial atractivo...) (Calabuig y Ministral, 1994:40-41).

La infraestructura residencial es, como se apuntó, fundamental para el desarrollo de buen número de actividades turísticas. De hecho, en ocasiones, se clasifica el tipo de turismo atendiendo al criterio del alojamiento. Así, la tipología turística de la provincia de Albacete podría establecerse según la gama y características de sus alojamientos: hoteles, hostales, casas rurales, campings, albergues... Cada categoría brinda una dispar variedad de rasgos y tipos de servicios que responden aproximadamente, en cantidad, diversidad y calidad, al precio de la oferta turística del lugar y, por tanto, contribuyen al mayor o menor grado de atractivo, accesibilidad y disfrute de la misma. En nuestro trabajo la tipología de alojamientos adquiere especial relevancia pues es el modo de aproximarnos al conocimiento de ciertas características y relevancia del turismo rural provincial. Somos conscientes de las inconsistencias metodológicas que implica y las críticas a tal consideración, pero, hoy por hoy, ante los problemas de las estadísticas a nivel local desconocemos una alternativa mejor.

c) Otros factores (tecnología, innovación y capital social). En los servicios en general, y en el turismo en particular, el peso del factor "A"¹³ en el proceso productivo ha tenido tradicionalmente menor incidencia en su eficiencia productiva y crecimiento que en los sectores primario y secundario. Sin embargo, tras el "boom" de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) la importancia del elemento tecnológico ha crecido sustancialmente en el sector (Picazo y Gil, 2015:214). De la oferta y demanda de paquetes turísticos a través de las tradicionales agencias de viajes se ha pasado a la publicitación y adquisición a

¹³ El factor "A" de una función de producción teórica es un cajón de sastre para múltiples elementos (tecnología, innovación, capital social, intangibles diversos...) cuya incidencia en el proceso productivo es innegable pero difícil de medir por su complejidad y carácter inmaterial de buena parte de los elementos (Giménez, 2017:147-158).

través de internet¹⁴. En las últimas décadas han cambiado las exigencias y gustos de la demanda, modificando la oferta turística y, en paralelo, los procesos y procedimientos organizativo-productivos. Un ejemplo es la promoción turística entendida como “conjunto de actividades y acciones propagandísticas realizada a través de campañas publicitarias y relaciones públicas para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir venderlo entre los demandantes” (Rivas, 2008:356). La necesidad e importancia de instrumentos de promoción generales y específicos para comercializar el turismo no es novedosa. Sí lo son los instrumentos utilizados. Hoy se requiere mayor inversión que antaño en gestión promocional. En términos de coste-beneficio es imprescindible y no se entiende el marketing turístico actual sin internet y las redes sociales que se han convertido en el principal canal promocional de destinos y paquetes turísticos cerrados o a perfilar por el turista. Existen diversas organizaciones que ofertan por esta vía el producto que mejor se ajusta a los gustos y capacidad económica del consumidor potencial concebido, facilitándole sobremanera una elección que le satisfaga en términos de bienestar (Lanquar, 2001:28). En España, la Asociación de Turismo Rural e Interior (ATRI) creada en 2013 es un ejemplo de tales organizaciones. Su objetivo es promocionar, dar a conocer y divulgar el turismo rural.

Otro componente relevante en la interpretación del factor “A” es el capital social (CS), particularmente en el caso del turismo rural. Se trata de un concepto amplio y complejo, difícil de definir. De modo aproximado sería la expectativa de beneficio de cualquier índole en un negocio (empresa) fruto del trato preferencial y cooperación entre individuos. El CS sería, pues, el resultado del avance en las organizaciones y mercados propiciados por las relaciones sociales y experiencias de cooperación familiares, empresariales e institucionales en ámbitos económicos y extraeconómicos institucionales... La cooperación, confianza e interdependencia son claves para impulsar el CS. La incertidumbre, la caída de las expectativas de bienestar en la población o la corrupción en la gobernanza lo frenan o destruyen más rápido que otros factores productivos (Pérez, 2005; y Fernández de Guevara y Otros, 2015:120-126).

¹⁴ Hoy, a diferencia de antaño y gracias a los avances en las TIC's, el turista potencial puede diseñar personal y anticipadamente gran parte de la oferta turística que desea mediante reserva-compra anticipada de alojamientos, billetes de transporte, visitas guiadas, excursiones... (Rodríguez y Sánchez, 2016:2-3).

2.3. Aproximación conceptual a la dualidad turismo rural-urbano

El turismo suele dividirse en dos grandes categorías atendiendo al hábitat de destino: rural y urbano. No hay fronteras nítidas entre ambos conceptos. Son tan confusas como las de sus espacios de referencia. Por turismo urbano entendemos el desarrollado en ciudades de cierto tamaño o áreas urbanas¹⁵ e Incluye las actividades practicadas por los visitantes (culturales, recreativas, profesionales...) durante su estancia en ellas (Rodríguez, 2009:174). Por turismo rural nos referimos al realizado en el hábitat rural que incluye como base de su oferta elementos del patrimonio natural, histórico y cultural. Dichos recursos posibilitan la práctica de actividades de ocio al aire libre ligadas a la naturaleza (caza, pesca, senderismo, ciclismo de montaña...) y al mundo agrario (agroturismo -enoturismo, oleoturismo, safroturismo-, segunda residencia en pueblos...) (Calabuig y Ministrál, 1994:29). A tenor de lo expuesto, el concepto de turismo rural tiene aspectos comunes con el urbano. Ambos están ligados al patrimonio histórico, cultural, natural y paisajístico. Cada territorio, cada hábitat, cada espacio, conserva su legado integrado en su entorno. Según la OMT, las principales características comunes y el grado de integración son las que posibilitan la sostenibilidad del turismo en el tiempo. Se trata de un turismo cuyos principios básicos son optimizar el uso de los recursos ambientales; proteger y fomentar su conservación y la de otros recursos (culturales, arquitectónicos...); e impulsar actividades económicas que, a largo plazo, beneficien a todos los agentes asentados en un territorio (Cebrián, 2008:53).

Aparentemente el espacio urbano es muy diferente del rural. Así fue hasta las últimas décadas del siglo XX. Desde entonces, la frontera entre ambos se difumina por la intensificación de los procesos de urbanización y motorización acaecidos en paralelo a la transformación socioeconómica de España (Pardo, 2017:1-3). El mundo rural se ha "urbanizado" arquitectónica y culturalmente. Las distancias en tiempo entre ambos hábitats se han reducido. Con todo, persisten aspectos diferenciales relevantes, particularmente entre el mundo rural "profundo" (municipios con 2.000 habitantes o menos) y el urbano de áreas metropolitanas y municipios con 20.000 o más habitantes. Entre otros destacamos la menor densi-

¹⁵ El límite poblacional para definir un hábitat como urbano está poco claro. El Ministerio de Fomento en su metodología para delimitar las áreas urbanas considera desde las uni o pluri municipales con más de 50.000 h., hasta los núcleos entre 20.000-50.000 h. y las áreas de 20.000 habitantes con municipios entre 5.000-20.000 h. no incluidos en el nivel anterior. A las primeras las denomina grandes áreas urbanas y al resto pequeñas áreas urbanas (Ministerio de Fomento, 2016:2)

dad de población (ínfima en algunas zonas) del mundo rural, el menor deterioro de sus paisajes naturales y ecosistemas, y el mayor peso de las actividades agrarias y artesanales en su tejido productivo (Molinero y Alario, 1994:60). Tales diferencias justifican que hasta el siglo XXI se siga vinculando sociológicamente lo rural con la familia y costumbres de las comunidades agrarias, mientras que lo urbano se enlaza con el cosmopolitismo capitalista y las aglomeraciones poblacionales precisas para que surjan grandes mercados (García, 1991:88-89). Sin embargo, la realidad es que las tendencias, fruto del relevo generacional y de los cambios sociales, van en otra dirección: la convergencia sociocultural y de estilos de vida entre ambos hábitats¹⁶.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Hasta los inicios de la década de 1980 los estudios sobre el sector servicios son poco importantes en la investigación económica española (Cuadrado y Río, 1993:19-20). El interés de los economistas por este campo de estudio se acrecienta exponencialmente desde entonces. Así, de los trabajos generales sobre servicios de ámbito nacional y, en menos proporción, regional, dominantes en los quince primeros años¹⁷ se pasa a estudios de profundización por ramas y territorios con hipótesis más precisas y acotadas. Más recientemente se ha ampliado la gama a investigaciones de casos. En lo que respecta al sector turístico la dinámica investigadora es parecida a la del conjunto del terciario. Pese a su creciente peso en la economía española en la etapa desarrollista, los estudios turísticos de índole económica son escasos hasta el decenio de 1980. Eran trabajos centrados en analizar la evolución del turismo a través de la cifra de visitantes extranjeros y plazas hoteleras o, a lo sumo, estudiar las características de la demanda turística de sol y playa que imperaba en

¹⁶ El dinamismo socioeconómico capitalista del último siglo ha trastocado en España los límites y conceptos entre lo rural y lo urbano. Los actuales difieren de los de hace un cuarto de siglo, se parecen muy poco a los de hace medio y prácticamente nada a los de una centuria atrás. Pese a los ingentes esfuerzos por delimitar y aclarar ambos conceptos, poco se ha avanzado. Diferenciar entre rural y urbano es útil para elaborar estrategias de desarrollo más eficientes, pero son conceptos tan escurridizos que los esfuerzos por definirlos han sido vanos, desalentadores, sin consenso generalizado. Ello explica que se mantenga viva una dialéctica rural-urbana que no termina por superar a la tradicional de campo-ciudad (Pardo, 2017:10).

¹⁷ Como ejemplo del tipo de estudios sobre los servicios en este período vid.: PREVASA, 1987; Cuadrado y Gonzales, 1987; Velarde y Otros, 1987; Río, 1988; y Gutiérrez, 1993.

el litoral mediterráneo. En el último cuarto de la pasada centuria toman consistencia las teorías de desarrollo endógeno local sostenible y crece el interés por el turismo como factor de crecimiento y desarrollo desde un enfoque de sostenibilidad medioambiental y social. El turismo rural emerge como alternativa deseable y viable frente al turismo de masas playero. Tal alternativa se refuerza durante la Gran Recesión que sigue a la crisis de 2008 (Cuadrado, 2016:164-167).

El interés investigador por la rama turística y su reorientación lo lideran en todo momento las ciencias sociales, en particular las disciplinas de Geografía y Economía. Fruto de ello es la progresiva aparición desde mediados de la década de 1990 de parcelas específicas sobre turismo en las distintas disciplinas sociales. El apellido "turístico-a" o "del turismo" se ha ido añadiendo a muchas de ellas. Actualmente son numerosas las universidades que investigan e imparten conocimientos sobre el sector turístico. Desde las materias pioneras "Economía del Turismo" y "Geografía del Turismo" se ha consolidado y extendido el movimiento surgiendo otras como "Historia del Turismo", "Derecho del Turismo", "Sociología del Turismo y del Ocio", "Geografía del Turismo, Ocio y Recreación"¹⁸... En un cuarto de siglo se ha pasado de estudios puntuales iniciáticos e inconexos del turismo español a un campo del saber multidisciplinar relevante a escala docente e investigadora. Dicho proceso se refleja en la multiplicación exponencial de grupos de investigación, artículos científicos publicados y revistas centrados en el sector (Corral y Cànoves, 2013:58), en la proliferación de cursos o jornadas nacionales e internaciones de especialistas; o en la creación de cursos reglados en secundaria (módulos superiores de formación profesional) y en educación universitaria (grados y postgrados) con el turismo como materia principal de estudio y conocimiento¹⁹ (VV.AA., 2010).

¹⁸ A modo de ejemplo de lo sucedido en las diversas disciplinas respecto al sector turístico, en 1995, dentro del seno de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), un grupo de investigadores impulsaron la línea de investigación y estudio denominada Geografía del Turismo que, con el paso de los años, fue consolidándose y expandiéndose por todo el ámbito universitario español hasta convertirse en lo que hoy se conoce como Geografía del Turismo, Ocio y Recreación. Dicho grupo impulsó y generalizó encuentros y jornadas de investigación sobre el turismo y propició la creación de nuevas revistas que recogieran los resultados de tales investigaciones. La *Revista Cuadernos de Turismo* creada en 1988 en el seno de la Universidad de Murcia ejemplifica dicho proceso (Pillet, 2011:726-727).

¹⁹ Las Comunidades Autónomas (CC.AA.) donde el sector turístico constituye un pilar esencial de sus economías han liderado los procesos docentes e investigadores. Destacan sobremanera, junto a Canarias, las del litoral mediterráneo (Cuadrado y Torres, 1978: 221-272). En aquellas donde el turismo no tiene tanta relevancia económica el proceso fue más tardío y menos intenso.

A escala nacional, uno de los referentes investigadores del sector es la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Desde 1994 ha sido clave en el estudio del turismo y del ocio, y en la publicación y divulgación de resultados a nivel de conocimientos, estrategias e innovaciones. Tal papel les llevó a crear en 2006 la *Revista de Análisis Turístico* para promover y difundir estudios de interés e innovadores en su ámbito (AECIT, 2007:17). Centrándonos en el Turismo Rural, encontramos en 1995 trabajos pioneros del Instituto de Economía y Geografía²⁰ que reflejan como los espacios rurales se van configurando como alternativa a los destinos vacacionales tradicionales (Cebrián, 2010:66). Desde entonces aparecen continuamente estudios de ámbito nacional sobre el comportamiento de los turistas que conforman dicha tendencia. Los más recientes concluyen que la mayoría responden a un perfil urbano-familiar y organizan personalmente sus viajes. Otra conclusión interesante es el creciente atractivo concedido a los RR.NN. para decidir el lugar de destino turístico.

En cualquiera de los aspectos contemplados sobre el estado de la cuestión turística, CLM no queda al margen. Ahora bien, como en otros aspectos, el estudio de desarrollo alcanzado por la región queda por debajo del promedio español. En el caso de Albacete la conformación de equipos investigadores especializados en etnobotánica (nucleado en torno a la Escuela Técnica Superior de Agrónomos -ETSIA- y del Jardín Botánico) y en geografía del turismo (Facultad de Humanidades) explica el apreciable nivel bibliográfico reciente del turismo rural provincial, así como el predominio entre las investigaciones del enfoque sociodemográfico y estudio de aspectos culturales, recursos naturales y paisajísticos, y rutas a escala local y comarcal. Las perspectivas histórica, jurídica o económica apenas tienen relevancia en el análisis del turismo provincial. Esta carencia justifica que únicamente se asocie el comportamiento de la demanda turística albaceteña a aspectos sociológicos como la vinculación del turista con los lugares que visita y con el atractivo que le supone disfrutar de la naturaleza, descansar o mantener relaciones familiares. Desde el punto de vista de la oferta, los trabajos se centran en recopilar y valorar la importancia de sus recursos, en particular paisajes, ecosistemas, patrimonio histórico-artístico, tradiciones y riqueza gastronómica. Giran en torno a un turismo rural cuya demanda está ligada familiar o socialmente al lugar de destino, bien por tener familiares residiendo, bien por conocerlo previamente (Cebrián, 2010:66-68) y que no contemplan

²⁰ Dicho Instituto queda al amparo del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

otras parcelas analíticas de interés, entre ellas la económica. En suma, los estudios científicos del sector turístico albaceteño son menos numerosos y variados en términos relativos que a nivel nacional. Tras amplia búsqueda en la red de revistas especializadas sobre la materia solo hemos encontrado cuatro artículos referidos al turismo provincial en *Cuadernos de Turismo* de la AGE (Universidad de Murcia) y en *Análisis Turístico* de la AECIT. Poco bagaje para el amplio espectro de publicaciones científicas españolas de esta índole²¹, y no digamos a escala internacional. A modo comparativo, un análisis de la producción científica catalana sobre turismo en 2000-2010 concluyó que se habían publicado 429 artículos (39 de media anual)²². En definitiva, pese a la creciente importancia del turismo rural en CLM -Albacete es una de las provincias que más avanza-, la atención recibida a nivel político y académico ha sido, con honrosas salvedades, pobre, poco variada y, a menudo, con objetivos divulgativos y propagandísticos más que por convencimiento y reconocimiento de su potencial como factor de desarrollo. La cuantía y nivel de las investigaciones turísticas está en línea con el reducido peso que ha tenido y tiene esta actividad en la provincia y región, influyendo también que no haya cuajado por completo la creación de una Escuela o Instituto de Turismo en la UCLM. Sin embargo, es una justificación insuficiente. Con independencia de los recursos asignados por la JCCM, UCLM e Institutos de Estudios Lo-

²¹ A las revistas científicas especializadas en turismo citadas cabe añadir *Revista de Estudios Turísticos* (IET del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital), *Papers de Turisme* (Servicio Territorial de Turismo de la Generalitat Valenciana), *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (Universidad de la Laguna), *Revista de Economía Sociedad, Turismo y Medio Ambiente (RESTMA)* (Septem Ediciones, dejó de editarse en 2012), *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo* (Universidad de La Coruña), *TURIDES: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local* (Eumed.net) y *ARA: Revista de Investigación en Turismo (Universidad de Barcelona)*. Otras no específicas del turismo pero que recogen con frecuencia artículos sobre turismo rural. Son los casos de la *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros* -continuadora de *Agricultura y Sociedad*- (MAGRAMA); *Papeles de Geografía* (Universidad de Murcia); *Cuadernos de Historia Contemporánea* (Universidad Complutense) o *Historia Agraria. Revista de Agricultura e Historia Rural* (Sociedad Española de Historia Agraria, SEHA). Por último, son legión las de carácter divulgativo. Destacamos algunas de tipo regional -*Revistur* (Castilla-León), *Solaz: Revista de la Región de Murcia de la A a la Z*; o la ya extinta, a raíz de los ajustes de la crisis, *Andalucía Turística*- y otras generalistas como *Preferente.com*, *Semanario Profesional del Turismo*, *Turismo Rural*, *Mucho viaje...*

²² El 40 % se publican en revistas indexadas sobre Turismo en exclusiva y el 60% en otras indexadas no turísticas. En cuanto al contenido de los artículos, el 41,4 % es sobre Economía y Política Turística, el 22,3 % sobre Patrimonio Turístico, el 17,1 % sobre Turismo y Medio Social, 14,1 % sobre servicios turísticos; y el 5,7 % sobre derecho, formación, actividades deportivo-recreativas, organizaciones y obras de referencia turística (Corral y Cánoves, 2013:76 y 81)

cales provinciales²³, la no priorización del sector turístico entre las estrategias investigadoras de interés para el desarrollo regional en el siglo XXI, es la clave de tan baja producción investigadora. De hecho, en lo que respecta a la provincia de Albacete, se investigó y publicó tanto o más sobre dicho sector en 1980-2000 que en lo que va de la actual centuria, pese a contar con menos recursos humanos y medios. Dichos trabajos fueron realizados principalmente por geógrafos e historiadores vinculados más a la enseñanza secundaria que a la universitaria. En general se centraron en compilar y describir el patrimonio turístico provincial, diseñar rutas o analizar las infraestructuras de alojamiento y evolución de las pernociaciones. Es decir, en líneas parecidas a las que marcan la investigación reciente y para las que han servido de base²⁴.

En suma, el estado de la cuestión del turismo provincial revela la conveniencia de intensificar los estudios provinciales y regionales para ofrecer un producto atractivo y diferenciado del de otros territorios interiores que cuentan con tantos o más recursos que Albacete. Es un campo de trabajo poco explotado desde perspectivas como la economía, lo que no deja de ser paradójico habida cuenta de que el turismo rural, debidamente encauzado, puede convertirse en un factor vital para los territorios albaceteños menos desarrollados que, por su grado de despoblación, plantean graves problemas de pervivencia a largo plazo.

4. EL TURISMO EN RETROSPECTIVA. 1875-1999

El fenómeno del turismo tiene un largo recorrido en el tiempo desde su consideración inicial como bien de lujo para una minoría de alto poder adquisitivo hasta ser contemplado hoy como un bien accesible para la mayoría de la sociedad y que para muchos constituye, en cierto modo, un bien de primera necesidad. En términos socioeconómicos se ha conver-

²³ Nos referimos al Instituto de Estudios Albacetenses "Infante D. Juan Manuel" (IEA) de Albacete; al Instituto de Estudios Manchegos (IEM) e Iniciativas Culturales Manchegas (ICM) de Ciudad Real; a la Real Academia Conquense de las Artes y las Letras (RACAL) de Cuenca; al Instituto Provincial de Cultura "Marqués de Santillana" (IPCMS) de Guadalajara; y a la Real Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas (RABACH) de Toledo. Sus aportaciones al mayor conocimiento de sus provincias y territorios es innegable, pero los trabajos sobre turismo escasean. Eso sí, han impulsado estudios de corte histórico-geográfico, medioambiental, flora y fauna de ecosistemas que sirven de base para las investigaciones turísticas (Pardo, 2016:15-17)

²⁴ Las obras de Fuster, 1978; Sánchez, 1982; PREVASA, 1987; García-Sauco y Santamaría, 1999; y González y Vázquez, 2000, son ejemplos de trabajos hechos entre 1975-2000 que abordan, en mayor o menor grado, aspectos ligados al turismo albaceteño.

tido en una actividad terciaria de peso creciente en la economía mundial y de vital importancia para ciertos territorios, caso de España (Vallejo, 2002:204). En nuestro país emergió como actividad económica significativa en el primer tercio del siglo XX. Posteriormente su expansión tuvo altibajos hasta consolidarse en 1965-1975 y lograr su importancia actual desde finales de la centuria pasada.

4.1. La aparición del fenómeno turístico (1875-1936)

El turismo tiene como antecedente remoto en España a los viajeros extranjeros que, impulsados por un espíritu romántico y de aventura, atravesaron la península en los siglos XVIII-XIX dejando en sus grabados, dibujos y escritos una visión que, despojada de tópicos idealistas o "literarios", permite conocer mejor la sociedad y economía española de la época²⁵. Los territorios castellano-manchegos, a excepción de Toledo -una de las ciudades más visitadas de España por su histórico pasado y carácter monumental-, aparecen poco en sus libros. Y cuando lo hacen es como ejemplo de miseria y decadencia, de una agricultura atrasada o de manufacturas tradicionales en crisis. Atravesar la llanura manchega se identifica con viajes inseguros e incómodos por el bandolerismo y malas infraestructuras viarias y de alojamiento²⁶. La provincia de Albacete es poco mencionada en ellos, lo que revela su carácter de zona de paso en el trayecto de los viajeros extranjeros hacia otros lugares, así como el poco interés que despertaba. Albacete capital, Almansa, Chinchilla, La Roda y Ossa de Montiel (por las Lagunas de Ruidera y la cervantina Cueva de Montesinos) son los lugares más citados. Con todo, hay más de una veintena de viajeros que excepcionalmente recalaron durante un tiempo en Albacete ciudad. Su curiosidad y afán investigador para ofrecer escritos novedosos a sus lectores les llevó a detenerse en la "ciudad de la llanura"

²⁵ Los viajeros del XVIII no tenían predilección clara por los itinerarios a seguir en España. Los del XIX sentían un especial atractivo por Andalucía, en particular por Granada y Sevilla (Guerrero, 1988:424). Según A. Caulín, *"la España del siglo XIX era para los europeos coetáneos un país exótico, variopinto, atractivo y atrayente (...) Multitud de viajeros visitaron la "piel de toro" (...) en dirección a la misteriosa y recóndita Al-Andalus. Los mitos y exageraciones sobre las costumbres y tradiciones hispanas, junto al falso legado artístico árabe fomentaron la visita (...) de, fundamentalmente, franceses, ingleses y alemanes"* (Caulín, 2010:398).

²⁶ Un inglés, Southey, escribía: *"Si los caminos eran indignos de la época de las luces (...) todas las preocupaciones eran pocas si se quería pasar una mediana noche, pues era fácil acabar en una cama (...) con una almohada que hace que la piedra de Jacob parezca un cojín y un colchón (...) sucesión de montañas y valles, en cuyos huecos las pulgas descansan seguras"* (Pardo, 2000:68).

el tiempo suficiente para hacer un bosquejo de la que algunos denominaron “pequeña pero bonita ciudad”. De ahí que el nombre de Albacete y algunos de sus rasgos decimonónicos característicos aparezcan en sus obras y sean conocidos más allá de nuestras fronteras²⁷. Los aspectos socioeconómicos coyunturales (construcción de edificios públicos o privados significativos artísticamente, impacto del ferrocarril, posturas políticas coyunturales...); la relevancia de su fabricación de navajas, estiletes y cuchillería y su comparación con las de Sheffield, Thiers o Santa Cruz de Mudela; costumbres y estilos de vida; y la Feria septembrina son temas recurrentes (Caulín, 2010:400-409).

A finales del XIX comienza a expandirse entre la sociedad española pudiente la práctica de los baños termales y de ola en playas de agua fría (Cantábrico y Atlántico). Es la respuesta al paradigma de moda que las ensalza por su capacidad de mejorar higiene y salud. CLM apenas se vio influida por la nueva tendencia salvo ciertos balnearios de aguas minero-medicinales cuya fama trascendía del ámbito local: Fuencaliente y Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real); los Reales Balnearios de Carlos III en Trillo (Guadalajara) (García, 2011) y Solán de Cabras en Beteta (Cuenca) (Cadenas, 1984). Albacete, pese a ser una de las provincias manchegas con mayor calidad y diversidad de aguas termales no registró cambios significativos en el uso e impacto económico de las actividades vinculadas a ellas por la modestia de sus establecimientos y el desconocimiento de las propiedades curativas de sus aguas más allá del entorno local. Con todo, a finales del siglo XIX estaban activos los balnearios o edificios de baños del Valle Bajo del Rio Mundo en Hellín (Azarque, Cenajo y La Pestosa) y

²⁷ Distribución de dichos viajeros por nacionalidades: 39 % británicos, 35% franceses, 22% alemanes y 4 % estadounidenses. Entre ellos destacamos a Alexander S. Mackenzie y Richard Ford por sus escritos sobre la industria de navajas y cuchillera; a Gustavo Doré por sus dibujos de lugares, edificios y escenas españoles que alcanzarían fama mundial, entre ellos “una calle de Albacete”, “bandolero con navaja albaceteña” o “dibujo de hombre en burro hecho en Albacete”; al botánico Heinrich Moritz por sus referencias al paisaje de la zona; a Friedrich W. Hacklinder, por su visión de la pobreza y miseria de la ciudad; a Carl Heinz por su descripción de la indumentaria albaceteña en días de Feria, en su opinión cercana a la valenciana y murciana; al clérigo Hugh J. Rose, por resaltar la sencillez y amabilidad de las gentes y describir el monasterio de los Llanos y la Feria septembrina, a la que compara con otras andaluzas; y a Charles B. Luffman que menciona y describe las principales empresas harineras de la ciudad y la belleza de las Lagunas de Ruidera (Caulín, 2010: 401-408). En sus obras quedan registradas sus vivencias y abundantes datos sobre itinerarios, medios de transporte, alojamientos, edificios y lugares de interés, estilos de vida... que permiten al lector “conocer” lugares remotos que probablemente no visitaría pero, de hacerlo, le serían útiles. El libro de viajeros es un precedente de las Guías Turísticas del siglo XX, publicaciones ligadas a la expansión y desarrollo turístico que perviven hasta hoy (González, 2015:147).

Tobarra (Santa Quiteria) (Jodán y Conesa, 1992); Tus en la Sierra de Yes-te; Tío Benito (Reolid) y La Esperanza (Salobre) en la Sierra de Alcaraz; y los de los Valles del Júcar y Gabriel (La Concepción en Villatoya y los vecinos, ya en tierra valenciana de Fuentepodrida -Requena- y Hervideros -Cofrentes-) (Almendros, 2004; y Melgosa, 2000). Hay constancia histórica de otros municipios con baños mineromedicinales como Bienservida, Chinchilla, Corral Rubio, Férez, Fuensanta, Fuentealbilla y Pétrola, pero no hemos podido confirmar su actividad al final del XIX (Oro, 1999:7-34).

A pesar del potencial que brindaban su geografía y RR.NN., las primeras iniciativas gubernamentales españolas encaminadas a impulsar y desarrollar el sector turístico no se adoptaron hasta 1905. Nuestros gobernantes no estaban convencidos de su relevancia para la economía nacional ante las cuantiosas inversiones que exigía su desarrollo. Desde entonces hasta 1935 *"se abrieron caminos, se buscaron fórmulas y se pusieron ánimos y ganas desde las instancias gubernamentales (...). Se buscó el mejor camino, pero no se encontró el más rápido"* (González, 2015:170). Habrá que esperar hasta la segunda mitad del siglo XX para que fructifiquen de modo visible las políticas turísticas españolas. Entretanto se inicia un cambio de paradigma en el fenómeno turístico. La oferta centrada en el turismo termal y de ola en agua fría, exclusivo de la alta sociedad, pierde fuelle al diluirse el mito de sus bondades terapéuticas. Emergen nuevas creencias en materia de salud ligadas a los beneficios del sol y de las aguas templadas que conforman un nuevo paradigma turístico (Larrinaga, 2015:73-77). Las zonas costeras de la España mediterránea, mejor dotadas de dichos RR.NN. serán las más beneficiadas de los nuevos flujos turísticos. Las provincias de litoral cantábrico -Santander y Guipúzcoa, sobre todo-, serán las grandes perdedoras. Las zonas del interior, como CLM o Albacete, quedan al margen del cambio de paradigma, si bien, poco a poco, irán dotándose de una infraestructura mínima que les permite acoger a la población flotante, a los viajeros de paso. Salvando distancias, la capital albaceteña sigue el ejemplo hotelero de Madrid²⁸ que con la creación de los hoteles Ritz (1910) y Palace (1912) genera una oferta de alto *standing* inexistente hasta entonces (Moreno, 2015:23). Así, en las dos primeras décadas de la centuria se edificaron en la capital albaceteña establecimientos hoteleros de nivel muy superior al de las tradicionales posadas, fondas y pensiones. Nos referimos al Hotel Francisquillo, el primero de alta categoría de la ciudad, construido en torno a 1900-1910, el

²⁸ Madrid, pese a su capitalidad y patrimonio histórico-artístico era una ciudad extraña al turismo de la época que prefería otras ciudades como Toledo, Sevilla o Granada (Moreno, 2015:24)

Gran Hotel (1915-1920) y el Hotel Regina (inaugurado en 1919) (Martínez, 2015:20-32). Esta nueva dinámica turística será cortada de raíz por la Guerra Civil. Con todo, a finales de los años treinta, España presentaba ya una oferta turística suficiente para ser considerada e incorporada como destino turístico internacional (Larrinaga y Vallejo, 2015:20), algo que no puede decirse de Albacete donde, salvo en la capital, apenas hay infraestructuras adecuadas para acoger siquiera a turistas transeúntes.

4.2. Arraigo del nuevo paradigma. Primeros pasos (1940-1959)

El sector turístico, pese a su escaso peso en la economía española, gozaba de la confianza de los expertos. Le auguraban un notable crecimiento gracias a las potencialidades surgidas con el cambio de paradigma. Tras la II Guerra Mundial el turismo se erige en un fenómeno socioeconómico que será incluido entre los objetivos desarrollistas de la Organización para la Cooperación Económica Europea (OCEE). En consonancia con tales tendencias, España diseña una activa política turística que si no se desarrolla con mayor celeridad es por la precaria situación de su economía tras la guerra civil y su aislamiento internacional hasta el decenio de 1950, así como por la precaria situación de las principales economías europeas, en pleno proceso de reconstrucción. Con todo, las aportaciones del turismo a la balanza por cuenta corriente muestran una importancia creciente en la economía española que crece sustancialmente con las correcciones en el tipo de cambio de la peseta en favor de los turistas a lo largo de 1948-1959 (Vallejo, 2015:95-96).

En suma, el “boom” turístico español comienza realmente en los años cincuenta del pasado siglo. La climatología hispana, con alta media de días con sol al año, la calidad de las playas y el bajo coste de los bienes y servicios de su oferta²⁹ hacían del país un destino muy atractivo para el turismo internacional, dándose ya las condiciones políticas precisas para integrarse en él (Cavalieri, 2014:153-156). Los turoperadores no pasaron por alto tales circunstancias y promocionaron intensamente a escala mundial el litoral mediterráneo español como destino turístico. El resto del país, salvo Canarias, no fue contemplado en las estrategias de las prin-

²⁹ Los costes para el turista extranjero disminuyeron sustancialmente en 1959 cuando el Plan de Estabilización suprime el sistema de tipo de cambios múltiples de la peseta de 1948. Las diversas devaluaciones realizadas entre dichas fechas fueron insuficientes a causa del mal entendido concepto de “conservar el prestigio internacional de nuestra moneda”. Hasta 1959 la peseta estuvo apreciada superando su cotización cambiaria en los mercados internacionales (Serrano y Asensio, 1997:545; Cavalieri, 2014:153-156).

cipales agencias internacionales del sector. La política gubernamental consistente en crear una red de establecimientos turísticos del Estado fue impulsada por el primer franquismo con arreglo a sus escasos recursos presupuestarios de postguerra (Moreno y Pellejero, 2015:149-157)³⁰.

4.3. Expansión y consolidación del sector turístico (1960-1979)

Los últimos quince años del franquismo fueron continuación del "boom" turístico extranjero del "decenio bisagra". Sus resultados económicos se multiplicaron exponencialmente³¹ pero su impacto en la España interior, Albacete incluida, sería prácticamente nulo hasta despertar el turismo nacional en el tramo final de 1960 con desplazamientos vacacionales hacia la costa o los pueblos, en este caso en sentido inverso al intenso éxodo campo-ciudad acaecido desde los años cincuenta. Era la "España del seiscientos" que comenzaba a disfrutar de forma generalizada de una o dos semanas de vacaciones pagadas³² (González, 1968:62-63) y quería recuperarse del "gran trauma" que le había supuesto la emigración (Molino, 2017:55-81). Comienza a emerger, de modo incipiente y con una década de retraso respecto a los países europeos más avanzados de nuestro entorno, el turismo nacional de interior. Dicho fenómeno implicaba introducir a los españoles en el modelo de turismo masivo de sol y playa y, en paralelo, impulsar un turismo rural primerizo plasmado en la búsqueda del descanso y, en particular, del estilo de vida perdido con la emigración desatada en los años cincuenta (Eslava, 2010; y Molino, 2017:).

De forma rudimentaria y con suma lentitud en comparación con otras zonas interiores, el sector turístico albaceteño surge en las postrimerías del franquismo bajo un modelo distinto al consolidado en el litoral español. No es un modelo espontáneo sino el resultado de la transforma-

³⁰ Dicha política arranca en 1928 siguiendo la idea del visionario en materia hotelera y turística Marqués de la Vega-Inclán.

³¹ Acertada expresión acuñada por el profesor García Delgado para resumir las transformaciones de la economía española en los años cincuenta (García Delgado, 1991:170).

³² Las primeras demandas de vacaciones pagadas surgen en Alemania a mediados del siglo XIX pero no toman cuerpo hasta la centuria siguiente. En España militares, maestros y ciertos funcionarios arañaron a principios del siglo XX el reconocimiento de permisos por varios días para ausentarse de sus obligaciones, pero sin remuneración. La Segunda República aprobaría siete días de descanso vacacional remunerado en 1931 con la Ley del Contrato del Trabajo. Franco derogó la norma republicana aunque recogería en el Fuero del Trabajo de 1938 el derecho al descanso remunerado. Eso sí, sin precisar duración. En la década de 1960 se generalizan las vacaciones pagadas de una o dos semanas en los primeros años de la década y segunda mitad, respectivamente. Desde la aprobación del Estatuto de los Trabajadores en 1984 se estipula en 30 días las vacaciones pagadas (Olaizola, 2016).

ción de la sociedad y economía española, así como de la política turística del Estado. Entre sus medidas resaltamos las orientadas a impulsar la ya comentada red pública de establecimientos turísticos o a incentivar la inversión privada en infraestructuras y otros elementos imprescindibles para la puesta en marcha de actividades y empresas turísticas. La creación de dicha red (paradores, hoteles, hosterías, albergues, refugios...) mediante nueva construcción de establecimientos o restauración y rehabilitación de edificios históricos busca atraer un turismo de calidad que no discrimine la España Interior de la Costera. En 1928-1976 sus resultados fueron territorialmente desequilibrados en consonancia con la distribución espacial del sector turístico, pero no en proporción al peso del mismo tal y como demuestra la distribución de establecimientos creados -48 en la España interior 48 (46,2 %) por 56 en la costera (53,8 %)- y plazas hoteleras -1.704 y 2.855 (37,4 y 62,6 %)- (Cuadro 2). En CLM se construyeron 5 paradores y 2 albergues. En 1930-1933 el parador de Oropesa y los albergues de Manzanares y Quintanar de la Orden; y en 1966-1976 los paradores de Alarcón, Toledo, Albacete -1970- y Sigüenza) (Moreno y Pellejero, 2015:152-167).

Otras iniciativas públicas con incidencia en la provincia de Albacete fueron los créditos blandos a la construcción hotelera, el Programa de Casas de Labranza y los Premios Nacionales de Turismo. La primera ayudó a reforzar la oferta hotelera provincial de calidad, con la construcción del Hotel Los Llanos, inaugurado en 1966, como el ejemplo más significativo. El Programa de Casas de Labranza de 1968³³ fue impulsado por las Agencias de Extensión Agraria y el Ministerio de Información y Turismo y propició las infraestructuras básicas mínimas para desarrollar las primeras experiencias de turismo rural y la aparición de un incipiente sector turístico interior. Por último, los Premios de Turismo incentivaban el embellecimiento y mejora de los pueblos para hacerlos más atractivos a la demanda turística. Algunos pueblos albaceteños, hoy punteros en turismo rural como Alcalá del Júcar, participaron en él. Alcalá logró en 1968 un cuarto puesto a escala nacional³⁴ que le supuso un premio de 50.000 pesetas y un accésit de reconocimiento (Pardo, 2014:481-482).

³³ Este programa concedía ayudas económicas para recuperar y acondicionar casas de labranza destinadas al alojamiento turístico y las promocionaba en su Guía Anual. Sus principales objetivos eran ofrecer un alojamiento sencillo, pero digno, a los visitantes; mejorar el estado de las viviendas que se desocupaban y abandonaban conforme avanzaba el éxodo rural; y generar rentas extras a los agricultores (Valdés, 2004:300; y Cánovas y Otros, 2005:3).

³⁴ Cardeña (Córdoba), Corcubión (La Coruña) y Villarcayo (Burgos) fueron los pueblos que coparon los tres primeros puestos. Ninguno se localiza en el litoral mediterráneo, indicativo de que políticamente se incentivan las zonas donde el turismo era escaso o nulo (Pardo, 2014:482).

Cuadro 2. Red de Establecimientos Turísticos del Estado

	1928-1936		1939-1949		1950-1959		1960-1969		1970-1977		TOTAL	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
E.I.												
Albergues	6	72	1	12	2	119	2	121	0	0	11	324
Cafetería	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Hosterías	1	0	0	0	0	0	2	0	1	0	4	0
Hotel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Parador	4	121	1	41	2	111	12	424	7	615	26	1.312
Refugio	0	0	0	0	1	43	1	10	0	0	2	53
Otros	0	0	0	0	0	0	1	15	1	0	2	15
Total EI	11	193	2	53	5	273	19	570	9	615	46	1.704
E.C												
Albergues	2	24	2	24	1	56	0	0	0	0	5	104
Cafetería	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hosterías	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	4	0
Hotel	1	168	0	0	0	0	0	0	0	0	1	168
Parador	1	32	4	98	4	178	29	1.623	7	635	45	2.566
Refugio	1	0	0	0	0	0	1	17	0	0	2	17
Otros	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
Total EC	6	224	7	122	6	234	32	1.640	7	635	58	2.855
TOTAL	17	417	9	175	11	507	51	2.210	16	1.250	104	4.559

(A) Número de Establecimientos; (B) Número de Plazas; (E.I) España Interior; (E.C) España Costera.

Fuente: Pardo, 2017.

En definitiva, no había una intención clara y manifiesta en las directrices franquistas de crear un modelo alternativo al de sol y playa, pero, en consonancia con el ideario del régimen, se intuía el potencial turístico de la España austera y sacrificada del interior. Ello motivó el diseño de una política con ayudas e incentivos de índole muy variada para generar en el interior un mínimo de infraestructuras y servicios y divulgar sus recursos. Con estos procedimientos se pretendía impulsar un turismo alejado de la masificación mediterránea (Cánovas y Otros, 2005:3) que entraría en crisis con la subida de los precios del petróleo y las materias primas en 1973 y 1979. La cifra de turistas retrocedería en 1974 por primera vez desde el despegue del sector en la década de 1950, prolongándose la caída hasta 1977 (Moreno y Pellejero, 2015:168). El “boom” turís-

tico español se truncó con el descenso del poder adquisitivo del turista europeo de renta media o media-baja, aunque no tardaría en recuperarlo. En la primera mitad del decenio de 1980 crecen de nuevo los flujos de turistas internacionales y los movimientos hoteleros (Luque y Pellejero, 2015:122-127). Aunque todo seguía igual aparentemente, lo cierto es que todo estaba cambiando: modelo turístico, competencia internacional, política turística gubernamental... El turismo impulsado por el franquismo desde los años cuarenta había llegado hasta los 70 para quedarse, pero con cambios. Desde 1970 comienzan a analizarse en profundidad los problemas estructurales del sector, los desequilibrios e impacto medioambiental generado... En suma, la necesidad de mejorarlo y reorientarlo a la vez, algo que no se abordará con intensidad y convencimiento hasta avanzada la década de 1980, ya superadas la crisis y la transición política (Vallejo, 2015:110-112).

4.4. Expansión y consolidación del turismo interior (1980-1999)

Consolidada la especialización española en el modelo turístico de sol y playa se plantea diversificar la oferta turística. El turismo rural será considerado desde 1980 como una alternativa viable para expandir el emergente mercado turístico del interior (Valdés, 2004:300-301). En paralelo, la transición política se traduce en descentralización institucional. El nuevo Estado otorga a las CC.AA. todas las competencias en materia turística.

Las sucesivas investigaciones sobre la economía española de la etapa desarrollista atribuían el infradesarrollo de la España interior a la política funcional centralizada de los sucesivos gobiernos franquistas, una política guiada por maximizar los beneficios despreocupándose, entre otros aspectos, de los desequilibrios territoriales que generaba y cuyos efectos negativos siguen pendientes en gran medida. Desde la perspectiva del desarrollo turístico, la España interior vacía aumenta su extensión y se convierte, sin duda, en uno de los grandes problemas para el crecimiento y consolidación del turismo rural. Es cierto que el modelo de crecimiento al marginar a la España rural de las estrategias prioritarias de desarrollo evitó un deterioro de sus paisajes, ecosistemas y medioambiente comparable al de las regiones litorales y más industrializadas (Vallejo, 2015: 111-113). Pero no lo es menos que las vació de recursos y capital humano privándoles de un potencial de emprendimiento para

aprovechar su ventaja turística en ciertos RR.NN (Molino, 2017:37-53)³⁵. Este es el problema heredado por las CC.AA. del interior y su resolución ya no es competencia del gobierno central. Ya no cabe echarle las culpas a sus políticas, sino que hay que girar la vista hacia instituciones más cercanas y, teóricamente al menos, mejores concededoras de las realidades territoriales regionales. En la etapa que nos ocupa la atención prestada al turismo rural por los gobiernos autonómicos de la España interior, y muy en particular por el de CLM, fue secundaria, reflejo del bajo interés que despertaba dentro del sinfín de problemas por atender tras la descentralización y progresiva asunción de competencias. La estrategia turística careció de entidad propia y fue camuflada entre las líneas de desarrollo rural impulsadas desde la CEE a la que nos incorporamos en 1986. Se apostó por una oferta turística rural diferenciada del modelo de masificación playera, cierto, pero sin innovar. Como en los años desarrollistas estaba basada en recuperar viviendas tradicionales y conservar-recuperar el patrimonio. Eso sí, todo ello ligado al desarrollo de otras actividades económicas alternativas a las agrarias para frenar el despoblamiento del mundo rural (Cánoves y Otros, 2005:45-46). En CLM las nuevas estrategias turísticas apenas fueron más allá de ordenar y sancionar la creación de alojamientos turísticos, sin seguimiento y control sobre el verdadero uso que se les dio³⁶. El resto de posibles acciones impulsoras del turismo rural brillaron por su ausencia. No será hasta entrado en el siglo XXI cuando el gobierno autonómico muestre mayor interés por incentivar e impulsar el turismo castellano-manchego, pero sin dejar de tener un carácter secundario. En suma, el fomento de la mayoría de las actividades propias del turismo rural como las realizadas al aire libre, turismo gastronómico, turismo cinegético, enoturismo... es algo relativamente reciente (Cebrián, 2008:215) a diferencia de lo sucedido en otras regiones colindantes con CLM y la provincia albaceteña como Aragón y, en particular, la Comunidad Valenciana³⁷.

Con todo, al cobijo de la política de desarrollo rural europea, en los años noventa surgen planes de excelencia y dinamización del turismo ru-

³⁵ En su versión más restrictiva, la España vacía comprende el 53,1 % del territorio español (268.083 Km²) con una población de apenas 4,6 millones de habitantes, excluidas las capitales provinciales. Es decir, de menos del 10 % de del país (Molino, 2017:39).

³⁶ La restauración de viviendas para convertirlas en casas rurales gozó de notoria relevancia en esta etapa. Ahora bien, los ejemplos de viviendas restauradas destinadas a uso propio en vez de con fines turísticos como debiera ser se multiplican por la geografía albaceteña y regional. La ausencia de control y seguimiento de las ayudas concedidas ha sido manifiesta.

³⁷ Sobre la atención prestada al turismo rural en esta región desde la década de 1980 aconsejamos ver Montiel, 2003; Pitarch y Arnandis, 2014; y Solsona y López, 2012.

ral a raíz del programa LEADER I (1991-1994) (Pillet, 2011:726). La iniciativa perseguía un desarrollo territorial, integrado y participativo. En CLM tal concepción fue desvirtuada llegando a identificarse su filosofía con la del turismo rural. Sus principales actuaciones³⁸ no pasaron de las ya conocidas de restaurar albergues y casas de labranza, hacer inventario patrimonial de recursos, diseñar rutas de interés turístico... Años más tarde, el programa PRODER incluirá el objetivo de sostenibilidad en su tarea de impulsar el desarrollo rural. Los programas LEADER II y PRODER 1 (1995-1999) apostarán decididamente por la innovación y, gracias a ellos, el gobierno castellano-manchego comenzará a identificar con precisión los múltiples problemas de sus espacios rurales. CLM contará con 13 iniciativas LEADER II y 14 en el PRODER 1³⁹. A diferencia de lo que sucedía a escala nacional, en la región el gasto certificado por ambos tipos de programas se canaliza mayoritariamente hacia pymes y artesanía. El turismo rural queda en segundo lugar (Cebrián, 2008: 60 y 188-189). Estos datos confirman lo señalado: la política turística castellano-manchega, pese al creciente interés, sigue siendo secundaria dentro de la política económica autonómica en el siglo XXI. La información sobre la distribución del capital invertido en los programas de innovación y desarrollo rural en 2002-2006 lo confirma para el conjunto de la región y, sobre todo, para la provincia de Albacete. Ninguno de sus GAL destinó más del 25 % del capital invertido al turismo (Esteban y Otros, 2010:114)⁴⁰.

5. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

5.1. Rasgos básicos de la oferta albaceteña

Se entiende por oferta turística el conjunto de bienes y servicios que las empresas proporcionan a determinados precios en el mercado en un momento dado con el fin de satisfacer la demanda potencial de los turistas (Pedreño, 1996:123). En el caso del turismo rural la oferta da respuesta a nuevos segmentos clientelares cuyas motivaciones están muy relacionadas con el entorno rural. Los servicios básicos que la com-

³⁸ Los Grupos de Acción Local (GAL) del LEADER I en CLM fueron seis, dos localizados en la provincia de Albacete. En concreto en Sierra del Segura y Manchuela, las dos comarcas más despobladas y deprimidas de la provincia pese al potencial turístico de sus RR.NN.

³⁹ LEADER: "*Liaisons entre activités de Développement de L'Economie Rural*". Y Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales (PRODER).

⁴⁰ El porcentaje destinado a turismo por el resto de GAL albaceteños fue: La Manchuela (21,5 %); Sierra del Segura (19,3 %); Campo de Hellín (18,9 %); y Mancha Júcar (14,4 %).

ponen son los alojamientos y otros complementarios que añaden valor y diferencian el producto ofertado del resto. En definitiva, el visitante-turista obtiene el producto "turismo rural" tras combinar múltiples servicios que van desde el alojamiento hasta las actividades de ocio al aire libre o cubiertas, pasando por otros como el transporte, la restauración... (García, 2005:116).

En lo que respecta al turismo histórico-artístico el patrimonio albaceteño es inferior al de otras provincias de la región como Toledo y Cuenca (Cebrián, 2009:67). Entre las razones que lo explican están: i) La mayor duración de su situación como tierra de frontera durante la "Reconquista", dos siglos más que el territorio norte de la región; ii) Una riqueza secular del conjunto social e individual albaceteño por debajo del promedio regional y, en particular, de Toledo y Cuenca; y iii) La menor relevancia y peso de sus elites políticas. Aun así, dicho patrimonio es notable y cuenta con una amplia relación de lugares y edificios religiosos y civiles (públicos y privados) de sumo interés. En el mundo urbano dicho patrimonio se concentra en Almansa, Hellín, La Roda, Villarrobledo y, sobre todo, en Albacete ciudad, donde su Feria septembrina obtiene a lo largo del siglo XX sucesivos reconocimientos que han elevado su atractivo turístico. De la consideración en 1933 como Feria de Utilidad Comercial Nacional se pasa a su reconocimiento en 1967 como Feria de Interés Turístico Nacional y en 2008 como Feria de Interés Turístico Internacional (Cebrián, 2009:48-49).

En el mundo rural el patrimonio histórico-artístico es mayor en número, está más disperso y no desmerece del urbano en cuanto a valor artístico, si bien es cierto que en muchos pueblos el paso del tiempo y la dejadez o falta de recursos de los consistorios para recuperar edificaciones de interés han hecho las veces de la "piqueta" en la capital. No hay zona rural albaceteña sin un patrimonio histórico-arquitectónico (artístico) suficiente para hacer rutas complementarias o alternativas a las ligadas a la naturaleza que enriquezcan su oferta de turismo rural y atraiga a los pobladores urbanos. Así, sin ánimos de ser exhaustivos, pasamos a reseñar por comarcas los municipios rurales de mayor interés y algunos de los edificios o lugares de mayor atractivo según el inventario realizado por la JCCM (García-Sauco y Santamaría, 1999). En paralelo, siguiendo la *Guía de Espacios Naturales de Castilla-La Mancha* editada el año 2000 por la JCCM, se enumeran algunos de los RR.NN (parajes) claves para el atractivo de la oferta turística de los distintos espacios rurales de la provincia (González y Vázquez, 2000:585-716).

En la Manchuela no hay pueblo sin un patrimonio arquitectónico de cierto interés por su antigüedad y valor artístico. Aunque hay vestigios de tiempos íberos y romanos, la mayoría corresponden a la dominación musulmana y, sobre todo, con posterioridad a ella. Los cascos históricos con mayor atractivo son Alborea (Iglesia de la Natividad, conocida como catedral de la Manchuela), Alcalá del Júcar (castillo, puente, cuevas excavadas en la roca, iglesia de S. Andrés y ermita de S. Lorenzo); Carcelén (castillo, iglesia y ermita del Cristo de las Eras), Casas de Ves (rollo, arco y ermita de S. Antonio, iglesia de Sta. Quiteria -XVII- y Ayuntamiento -XVIII-), Casas Ibáñez (iglesia de S. Juan y ermita de la Virgen de la Cabeza), Fuentealbilla (Plaza, ayuntamiento, fuente y salinas), Madrigueras (Iglesia de S. Pablo y S. Pedro) y Villa de Ves (Santuario del Cristo de la Vida y ruinas de los castillos árabe y de D. Sancho). Con todo, el gran atractivo de la oferta turística de estos territorios son sus parajes y paisajes, marcados por los cauces de sus ríos Júcar y Cabriel, así como la riqueza etnobotánica y faunística que generan. El cañón del Júcar se extiende desde Valdeganga hasta los confines de la provincia en su límite con Valencia en Villa de Ves, siendo cada vez más profundo y agreste. La ribera de Cubas, Alcalá, Tolosa, el Tranco del Lobo, el Embalse del Molinar y el cauce seco desde dicha presa posibilitan un contacto diferente con la naturaleza (López, 2014:265-401). El Valle del Cabriel, aun siendo más amplio, tiene un enorme atractivo. No hay que ir a Cuenca para apreciar las hoces del Cabriel, e incluso los “cuchillos”. Puede verse en Albacete atravesando el Monte Derrubiada en su tramo desde las Casas del Rio hasta Villamalea, pasando por los términos de Balsa de Ves, Casas de Ves, Villatoya y Casas Ibáñez. Con todo, de los municipios señalados solo Alcalá viene desarrollando una política turística municipal contrastada desde la década de 1960 (Pardo, 2014:481-484).

Al Norte de la provincia, en las tierras de La Mancha-Júcar su mayor atractivo natural son las extensas llanuras salpicadas de algunas lagunas que, junto al río Júcar antes de encañonarse, posibilitan cierta variedad ornitológica. Junto al patrimonio mencionado de los núcleos urbanos de La Roda y Villarrobledo, los municipios rurales de mayor interés son Fuensanta (Claustro y convento de la Virgen de los Remedios), La Gineta (Iglesia de S. Martín, s. XVI), Tarazona de la Mancha (Plaza Mayor, ayuntamiento, iglesia y puente romano) y Villalgordo del Júcar (Iglesia, fábrica de papel y palacio de los Gosálvez).

Al suroeste provincial se ubican territorios que en el pasado dependieron en su mayoría de la ciudad de Alcaraz: municipios del Campo de Montiel y de las Sierras de Alcaraz y del Segura. El campo de Montiel

tiene su gran atractivo en su pasado histórico, "El Quijote" y Las Lagunas de Ruidera. Los municipios más significativos desde el punto de vista de sus recursos turísticos son Lezuza, la antigua *Libisosa* romana; Munera, con su Morra del Quintanar, Iglesia y plaza de toros, además de ser uno de los posibles lugares donde se celebraron las "bodas de Camacho" cervantinas; y Ossa de Montiel con el castillo de Rochafriada o Fontefriada mencionado en algunos romances medievales, la quijotesca "Cueva de Montesinos" y el 75 % de las lagunas que conforman el Parque Natural de las Lagunas de Ruidera, algunas tan conocidas como La Colgada, Batanes o Redondilla. En cuanto a las sierras de Alcaraz y del Segura, por sus RR.NN. y patrimonio histórico es el territorio con mayor potencial de desarrollo del turismo rural en la provincia. Aunque se ha consolidado dicho turismo, queda lejos de las expectativas levantadas. El difícil acceso a sus pueblos más recónditos y la despoblación sufrida en la segunda mitad del siglo XX justifican su lenta expansión pese a trabajar en ello desde hace décadas. Entre sus abundantes RR.NN., merece una atención especial "El Calar del Mundo", con el espectacular nacimiento de "Los Chorros" y los más de siete kilómetros de ríos subterráneos, túneles y grutas que lo han horadado con el paso del tiempo. Constituye, además de un maravilloso paisaje, una fuente de actividades al aire libre tan variopintas como el senderismo, escalada o espeleología. Además de las distintas sierras y montes del sistema prebético y penibético, otros parajes de sumo interés turístico son las hoces del Mundo entre Ayna y Liétor; los picos Almenara y Padrón (1.743 m); los valles del Tus, Mundo y Segura; y los embalses del Talave, El Cenajo y Camarillas. En cuanto a los municipios con mayor patrimonio artístico sobresale Alcaraz. Todo su casco viejo es digno de ser visitado con detenimiento⁴¹. De los restantes sobresalen Yeste (castillo e Iglesia de la Ascensión, s. XVI), el abandonado Riópar y sus Fábricas de San Juan de Alcaraz -verdadero parque arqueológico industrial en potencia-, Ayna, la "suiza manchega" con las pinturas rupestres de la Cueva del Niño, Nerpio (castillo y pinturas rupestres), Socovos (castillo e iglesia de la Asunción -XVI-); Liétor (Iglesia de Santiago -XVI-, convento de Carmelitas -XVII- y pinturas populares en la ermita de Belén -XVIII-); Elche de la Sierra (alfombras de serrín del Corphus); y Peñas de San Pedro (restos

⁴¹ La iglesia de la Trinidad (XV), su torre y la del Tardón (XVI), Lonja de Santo Domingo, Plaza Mayor, Puerta de la Aduana, calle Mayor, ruinas del castillo, tumba del bandolero "El Pernalles", casa solariega de Los Galianos, convento de S. Francisco, monasterio de la Magdalena y santuario de Nuestra Señora de Cortes son los principales atractivos patrimoniales. Los balnearios del Tío Benito en Reolid y La Esperanza en El Salobre elevan su potencial turístico.

del castillo y ermita del Cristo del Sahuco) a apenas 20 Km de la capital y paso obligado para entrar en Andalucía.

Las tierras del Sureste provincial abarcan parte de la llanura manchega al sur del Júcar, el altiplano Bonete-Almansa y las tierras de Hellín. Además del patrimonio urbano de Almansa y Hellín, es de sumo interés el de Alpera (pinturas rupestres de las cuevas de la Vieja y el Queso), Chinchilla (castillo, iglesia del Salvador, ayuntamiento, Plaza Mayor, convento de Santo Domingo y cuevas), Corral Rubio (Casa Grande e iglesia de S. Miguel), Caudete (iglesias de Santa Catalina, Carmelitas y S. Francisco, Plaza Mayor y ayuntamiento), Montealegre del Castillo (yacimiento arqueológico del cerro de los Santos); Albatana (acueducto romano), Tobarra (iglesias de la Asunción -XVI-, ermitas del Cristo de la Antigua y de la Encarnación -XVII-, torre del Castellar y tamborrada de Semana Santa) y en los núcleos hellineros de Mineda y Las Minas el parque arqueológico y pinturas rupestres del primero y el potencial parque de arqueología industrial del segundo. Desde el punto de vista de los RR.NN. la aridez de las tierras es un factor añadido. Los espartizales y matorrales superan al arbolado, a diferencia de la Manchuela y zonas serranas, en sus zonas montañosas: Sierras de las Cabras, Tomillar, Terche, Madroño, Navajas, Quebradas, Pino, Huerta y de los Donceles. De ellas el mayor atractivo es el macizo basáltico de origen volcánico conocido como "Pitón de Canca-rix", al oeste de esta pedanía hellinera.

El atractivo de los recursos agrarios, cinegéticos o gastronómicos del turismo rural albaceteño apenas difiere del castellano-manchego en su conjunto. En materia de turismo cinegético Albacete ocupa una posición destacada a escala nacional y es un referente de primer orden para el turismo rural provincial, ya sean espacios serranos, llanos o mixtos. La gastronomía (cocina tradicional) ha adquirido protagonismo en los últimos años. Dentro de los productos típicos no faltan los más característicos de la región: el vino y queso, impulsándose en las últimas décadas su calidad y vinculación al lugar de producción. Para ello se ha producido una importante inversión en instalaciones y, en menor grado, en capital humano, así como un impulso a las denominaciones de origen (DO) y a las referencias como productos de la tierra. Su promoción a través de ferias ha crecido sustancialmente, ya tengan lugar fuera o dentro de la región⁴². Otra forma de promoción de nuestra gastronomía ha sido sacar a la luz y poner en valor el contenido culinario del Quijote. Al mismo tiempo, y

⁴² En CLM sobresalen *Fenavin* (Feria Nacional del Vino) y *España Original* (Feria Nacional de las Denominaciones de Origen y otras Indicaciones de Calidad) (Pillet, 2011: 733).

también vinculado a la literatura cervantina, se desarrolla un incipiente turismo enológico guiado desde las DO de la provincia (La Mancha, Manchuela, Almansa, Ribera del Júcar y Jumilla). Sus actividades ligadas al cultivo del viñedo, a la recolección de la uva y a su transformación en bodegas, junto al impulso a las rutas del vino -por hoy sobresale la *Ruta de los Caminos del Vino de La Mancha*- han supuesto un valor añadido importante al turismo rural albaceteño, además de abrir las puertas a campos ligados a otros productos albaceteños como el aceite (oleoturismo) o el azafrán (safroturismo). Por último, el turismo gastronómico y el basado en actividades vinculadas a lo agrario son parte importante de los programas de turismo de calidad (Pillet, 2011: 732-734). En suma, Albacete no solo debe aspirar a expandir el peso de su turismo rural sino también a captar turistas de calidad en la mayor medida posible. Dicha medida vendrá de la iniciativa privada en inversión y emprendimiento. Todo un reto para Albacete.

5.2. Evolución de la oferta de alojamientos

Antes de iniciar el análisis de la dinámica de la oferta de alojamientos turísticos⁴³ conviene recordar la dificultad de recabar información local al respecto, así como la complejidad de las variables utilizadas por ser difíciles de cuantificar e incluso de localizar. Según la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT) el turismo incluye múltiples actividades y las empresas que las realizan difieren en su ritmo de trabajo según épocas del año (Alegre y Otros, 2003:32). Nuestro análisis persigue averiguar la capacidad de alojamiento turístico disponible y su evolución. Para ello utilizaremos como variables las plazas de alojamiento y los tipos de establecimientos hoteleros pues el producto turístico generado por hoteles y similares es el principal componente de la CSTE (Cuadrado y López, 2011:10).

Diferenciaremos los datos según procedan de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) o de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). La primera incluye pensiones, hostales y hoteles de todas las categorías. En la segunda las modalidades son hotel rural, apartamento rural, casa rural, albergue rural, turismo activo y otros. Ante

⁴³ Hay barreras de entrada a la actividad turística como la inversión previa de capital, la obtención de licencias o títulos, el nivel de competencia, las restricciones del gobierno al uso de recursos o la necesidad de poseer capital humano que aporte unos conocimientos mínimos sobre la actividad (Bull, 1994:105-106).

la ínfima información municipal disponible entenderemos que los establecimientos hoteleros de mayor categoría se concentran en la capital y urbes de mayor tamaño (Almansa, Hellín, La Roda y Villarrobledo) al suponer que son más propios del turismo urbano de paso o de negocios. Asumimos que la mayoría de los alojamientos de turismo rural se ubican en los municipios con menos de 10.000 habitantes, lo que no implica que en la capital o municipios mayores no haya establecimientos de tal índole.

Cuadro 3. Evolución establecimientos hoteleros

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
1.999	5,0	158	32	24,9	837	30	1.011,0	15.042	67
2.003	6,0	169	36	29,7	851	35	1.451,9	17.102	85
2.008	6,8	192	35	35,4	936	38	1.682,6	17.988	94
2.011	8,1	215	38	39,2	1.021	38	1.833,8	19.210	95
2.014	8,1	216	38	38,8	998	39	1.862,7	19.207	97
2.016	6,1	137	45	32,6	778	42	1.458,0	14.661	99

(A) Miles de plazas; (B) Número de establecimientos; (C) Tamaño medio: Plazas por establecimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, 2017 (Tablas 001 y 002 de la EOH).

Cuadro 4. Evolución alojamientos rurales

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
2003	1.367	243	5,6	3.776	500	7,6	59.884	6.974	8,6
2008	2.599	454	5,7	7.843	1.005	7,8	114.766	12.794	9,0
2011	3.426	591	5,8	11.225	1.381	8,1	137.761	15.035	9,2
2014	3.650	590	6,2	12.228	1.423	8,6	141.478	15.221	9,3
2016	3.946	608	6,5	13.582	1.535	8,9	147.892	15.669	9,4

(A) Número de plazas; (B) Número de establecimientos; (C) Tamaño medio.

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, 2017 (Tablas 001 y 002 de la EOTR).

La información sobre establecimientos hoteleros y alojamientos rurales recogida para 1999-2016 (Cuadros 3 y 4) revela que Albacete incrementa su cifra de establecimientos y plazas hoteleras a un ritmo inferior a la media nacional (1,1 y 2,2 %, respectivamente) perdiendo peso en este tipo de turismo al pasar del 0,5 al 0,4 % de las plazas hoteleras del país. La situación se invierte en la categoría de alojamientos de turismo rural (8,5 y 7,2 %, respectivamente). Albacete gana cuota en el mercado nacional al pasar entre 2003 y 2016 del 2,3 al 2,7 %. Los datos confirman el mayor peso y potencial del turismo rural en la industria turística albaceteña. Es cierto que ambos muestran una dinámica positiva, pero es más evidente y nítida en el caso del turismo rural. Pese a la favorable evolución ambos tipos de establecimientos y de turismo tienen un peso en la economía provincial por debajo de los promedios regional y nacional. Por otro lado, la tendencia evolutiva muestra como la crisis económica de 2008 no les afectó por igual. Hubo una desaceleración del crecimiento de la oferta de plazas hoteleras más acusada que en la de los alojamientos de turismo rural (Valdés y Valle, 2011:206). En 2003-2016⁴⁴ multiplican su cifra por 2,5 en España. En la provincia de Albacete y CLM la tendencia es parecida pero el crecimiento global es superior: los alojamientos se multiplican por 2,9 y 3,6, respectivamente.

La dinámica y tendencias comentadas sobre la oferta turística concuerdan plenamente con un nuevo entorno turístico que reclama mayor cantidad de alojamientos alternativos a los hoteleros tradicionales para satisfacer la creciente demanda estimada del turismo rural. El turismo de sol y playa está dejando paso a nuevos modelos y ofertas para satisfacer el cambio de hábitos y actividades vacacionales de los turistas, aunque la inmensa mayoría sigue siendo asidua del turismo playero costero o del turismo urbano. Atrás quedan los tiempos en que los establecimientos rurales apenas tenían una presencia testimonial en la provincia (y región). Hoy ocupan un lugar destacado en su sector turístico. En Albacete, con la salvedad de la capital, el turismo rural ejerce un predominio abrumador en todas sus comarcas y territorios hasta haberse convertido en la esencia del turismo provincial. Prueba de ello es que es la provincia con mayor cuota en la oferta de alojamientos rurales castellano-manchegos y, por ende, del mercado turístico rural regional (Gráfico 1). Es más, la oferta hotelera de los núcleos urbanos albaceteños de mayor dimensión complementa un posible déficit de oferta de alojamientos de mayor calidad

⁴⁴ Para los alojamientos de turismo rural, los primeros datos que aparecen en el INE son del año 2003, por ello la serie utilizada es más corta.

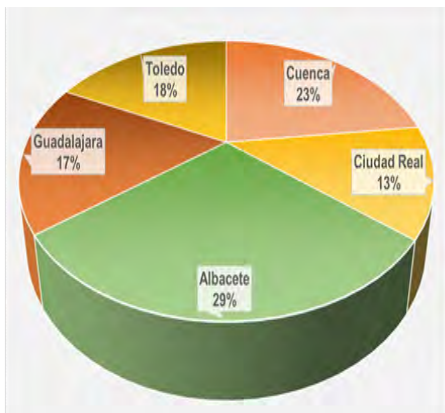
del mundo rural. Sirven de base para un tipo de turistas que hacen rutas rurales, pero pernoctan y se alojan en dichos núcleos (Cebrián, 2010:64-65).

En cuanto a la capacidad de los establecimientos rurales y hoteleros hay una diferencia manifiesta: 6,5-45 plazas de media en Albacete; 8,9-42 en CLM; y 9-99 en España. Las diferencias de Albacete con el promedio regional son indicativas de un nivel turístico y tipo de turismo parecido si excluimos Toledo, un destino turístico interior de primera magnitud por su valioso patrimonio histórico, cultural y arquitectónico, potenciado por su proximidad a Madrid, pero en el que el turismo rural es secundario a diferencia del resto de provincias (Zárate, 2007:102). La oferta albaceteña de alojamientos rurales, aun siendo la más importante de las provincias castellano-manchegas, no contempla grandes instalaciones ni establecimientos para atender su creciente demanda de turismo rural. La explicación, válida también para el resto de espacios de referencia, es que gran parte de los alojamientos dedicados al turismo rural son casas rurales orientadas a albergar grupos familiares. Por eso la media de plazas por alojamiento rural es sensiblemente menor que la de hoteles, establecimientos orientados a captar todo tipo de grupos turísticos (Valdés y Valle, 2011: 207). Por otro lado, los alojamientos rurales albaceteños se localizan en un número reducido de municipios con tendencia a disminuir la concentración espacial del negocio. Así, aunque la serie de datos disponible para el período estudiado es incompleta, tres municipios (Alcalá del Júcar, Riópar y Yeste) poseían en 2008 el 40 % de los alojamientos rurales provinciales (Gráfico 2). En consonancia con la progresiva expansión espacial del turismo rural albaceteño, dicha cifra cae al 31 % en 2015 (Gráfico 3). Los datos reflejan la mayor y más atractiva oferta turística de dichos municipios y su carácter de líderes en el impulso del turismo rural en las comarcas de La Manchuela (Alcalá), Sierra de Alcaraz (Riόpar y Alcaraz) y Sierra del Segura (Yeste). El impacto del turismo rural en las economías locales y comarcales está por cuantificar de forma rigurosa, lo que no impide confirmar su notable y creciente importancia, así como su insuficiencia para revertir o detener por sí solo el proceso de despoblación que sufren desde mediados del siglo XX. A pesar del potencial turístico de los territorios mencionados y de los esfuerzos realizados para impulsar el turismo rural y diversificar su estructura productiva y ocupacional, su viabilidad y supervivencia futura queda lejos de estar garantizada (Pardo, 2014:478-484). La situación es preocupante. Precisa, fundamentalmente, de ideas, innovación y profesionalidad que, por lo común, vienen de la mano del capital humano, justamente el factor

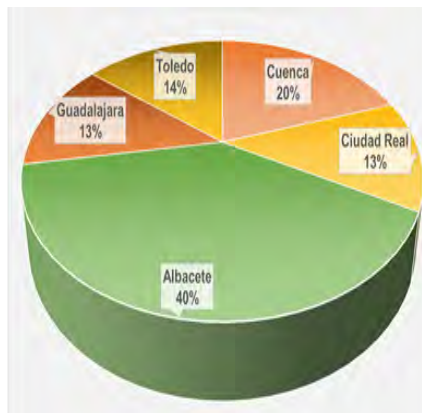
productivo que más se ha deteriorado en estos espacios. Eso sí, hay tiempo para la esperanza pues aún quedan lejos de la gravedad del “punto de no retorno” de la referida Serranía Celtibérica⁴⁵,

Gráfico 1. Distribución provincial de los alojamientos rurales de CLM

Nº Plazas hoteleras

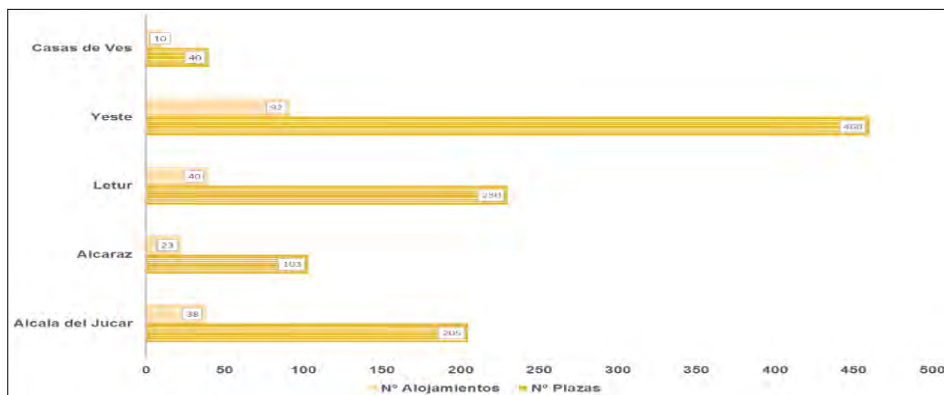


Nº Alojamientos rurales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, 2017 (Tabla 2070)

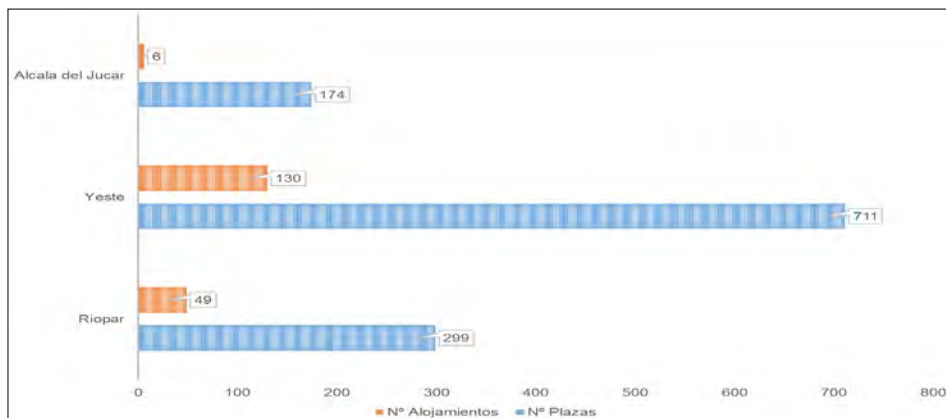
Gráfico 2. Distribución de alojamientos rurales por municipios (2008)



Fuente: Elaboración propia, a partir datos INE, 2017 (Tabla 001 y 002 por punto turístico de la EOTR)

⁴⁵ Territorio con superficie continua de 65.000 km² -dobra la de Bélgica y triplica la de Eslovenia- distribuido entre diez provincias (Burgos, Castellón, Cuenca, Guadalajara, La Rioja, Segovia Soria, Teruel, Valencia y Zaragoza) que apenas alberga medio millón de habitantes y con extensos espacios donde la densidad es inferior a 1 hab./Km², menor que en Laponia o Siberia (Cerdá, 2017:9).

Gráfico 3. Distribución de alojamientos rurales por municipios (2015)



Fuente: Ibidem

6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

6.1. Rasgos esenciales de la demanda turística

Se entiende por demanda turística la cantidad de servicios o productos turísticos que los consumidores potenciales están dispuestos a adquirir a un precio marcado por el mercado en un momento determinado (Pedreño, 1996:70). El gusto y preferencia de los consumidores cambia con el tiempo, variando así los factores que influyen en la toma de decisiones sobre sus viajes. Como se ha señalado, una porción significativa de los turistas del siglo XXI busca alternativas a las vacaciones masificadas de sol y playa. Su demanda se orienta, cada vez más, al contacto y disfrute de la naturaleza, así como hacia aspectos culturales (rutas históricas, patrimonio artístico-arquitectónico, gastronomía...) (López, 2009:40-42). Tales aspectos dirigen al viajero a la práctica del turismo rural y lo sensibilizan con la sostenibilidad medioambiental y conservación de la naturaleza (Sanz, 2008:91-93). Dicho turismo implica también ocio activo, huir del sedentarismo playero mediante actividades deportivas o culturales al aire libre o mediante rutas con visitas guiadas, talleres artesanales, disfrute de la gastronomía, tradiciones y costumbres locales del entorno. Se trata, en general, de actividades orientadas a elevar el atractivo de la oferta a través de mayor calidad, diversidad y competitividad para atraer a una demanda con poder adquisitivo medio-alto.

El segmento más importante de la demanda de turismo rural son los jóvenes entre 25-45 años, de nivel cultural medio-alto y con capacidad adquisitiva alta (García, 2005:114-115). El resto de la demanda es dispar a causa del sesgo introducido por las clases pasivas. Por otro lado, los visitantes vinculados a zonas de interior a través de familiares o amigos no son contemplados como integrantes de la demanda al hospedarse en casas privadas y, por tanto, en alojamientos no reglados. En este grupo sobresalen como grupos los turismos de paisano y de retorno⁴⁶ (Cebrián, 2010:67-68).

Por otro lado, el turismo rural albaceteño es básicamente nacional. Los extranjeros, pese a incrementar ligeramente su peso en el período analizado, son mucho menos significativos en términos relativos que a escala regional y, sobre todo, nacional (Cuadro 5). Son muchos los turistas extranjeros que recalán en las playas y ciudades españolas, pero pocos los que apuestan por el turismo rural (Pedreño, 1996:90). Al igual que sucedía con los viajeros que recorrían las tierras albaceteñas en los siglos XVIII-XIX, en el XXI son pocos los forasteros que se aventuran por conocer la provincia y, menos aún, su mundo rural. ¿A qué puede ser debido este escaso interés por parte de los viajeros extranjeros? Según el Plan Integral de Turismo Rural (PITR) 2014 *“el segmento Rural-Naturaleza presenta en términos generales un elevado nivel de estudios”*. Otros factores a considerar son el entorno, los paisajes, la naturaleza del destino y el precio (ITE, 2014:11-15). En el caso del clima, la mayoría de los turistas prefieren climas cálidos, lo que explica el éxito del producto “sol y playa” y de las zonas costeras sobre el turismo interior.

Cuadro 5. Relación entre turistas extranjeros y nacionales (%)

	Albacete	CLM	España
1999	7,4	21,6	84,3
2003	7,8	20,7	77,2
2008	8,0	18,1	75,7
2011	8,4	20,6	86,3
2014	8,5	20,7	96,5
2016	9,5	20,5	101,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Cuadro 6

⁴⁶ El causado por los movimientos migratorios de los años sesenta y setenta, que ahora vuelven a casa. Se trata pues de un tipo de destino muy vinculado al lugar de destino.

6.2. Evolución de la demanda turística

Las variables utilizadas para analizar la demanda no presentan tanta complejidad como las de la oferta. Las más comunes son los viajeros y las pernoctaciones, además de aspectos cualitativos como las motivaciones de los viajeros. Dichos conceptos reducen la fiabilidad de la información estadística pues parte de los viajeros o pernoctaciones no derivan de motivos turísticos sino de índole laboral, administrativa, sanitaria, negocios... Y, sin embargo, se incluyen en el mismo cómputo que los turísticos (PREVASA, 1986:816-817). Otra restricción es la escasa información a escala municipal.

Obviando las limitaciones estadísticas comentadas, en 2016 los viajeros registrados en establecimientos hoteleros albaceteños ascendieron a 327.000⁴⁷, con una Tasa de Variación Media Acumulativa (TVMA) del 0,9 % en el período analizado (Cuadro 6). Según la EOTR, los viajeros en alojamientos rurales fueron 63.800, lo que supone una TVMA del 7,7 % (Cuadro 7). La comparación de ambas tasas confirma el notorio desarrollo del turismo rural en la provincia. A ello contribuyen múltiples factores como el incentivo al turismo rural a través de políticas públicas vinculadas a los programas LEADER⁴⁸ y PRODER⁴⁹. Otro elemento impulsor y explicativo de la dinámica del turismo rural albaceteño es el cambio de paradigma y la creciente sensibilidad de la sociedad española –hay quien lo llaman moda- por el contacto con la naturaleza, el respeto al medioambiente y la sostenibilidad. Es decir, por una “vuelta a los orígenes”. En tercer lugar cabe señalar la mejora de la accesibilidad del consumidor a las ofertas turísticas y lugares de destino mediante las TIC’s, beneficiándose de ello, sobre todo, una clientela emergente, distinta al tradicional “turismo paisano”⁵⁰ ligado familiarmente, por origen o amistad al lugar de destino. Otro factor impulsor del turismo rural provincial es la adecuación y

⁴⁷ Sin tener una serie de datos larga para Albacete capital nos atrevemos a afirmar que concentra más del 50 % de los establecimientos hoteleros provinciales. El resto se localiza casi por completo en los demás municipios de mayor tamaño (Almansa, Hellín, La Roda y Villarrobledo).

⁴⁸ Según la Red Española de Desarrollo Rural (REDR) su fin es “*contribuir al mantenimiento de la población en el medio rural en condiciones socioeconómicas equiparables y sostenibles, promoviendo y apoyando alternativas innovadoras de actividad rural que generen rentas y empleo, dentro del respeto al entorno y de la conservación de los recursos naturales*”.

⁴⁹ Sus objetivos coinciden, en gran parte, con los del programa Leader. Sirvan de ejemplo sus acciones de “*apoya y subvenciona un ambicioso conjunto de medidas de desarrollo rural*”.

⁵⁰ El “turismo paisano” supone una apreciable contribución al turismo rural dado que en épocas de celebraciones acrecientan de modo transitorio las poblaciones rurales (Pérez y García, 2005:95).

reorientación de ciertos patrimonios rústicos e inmobiliarios para mejorar su aprovechamiento y elevar su rentabilidad (Grande, 2006:86-88).

A la hora de analizar la dinámica turística albaceteña se distingue entre viajeros alojados en establecimientos hoteleros (turismo urbano) o rurales (turismo rural) (Cuadros 6 y 7). En relación a la primera opción, el menor crecimiento albaceteño no implica estancamiento de su turismo urbano. Albacete capital y los núcleos urbanos de mayor tamaño carecen de la monumentalidad y patrimonio de Toledo o Cuenca, pero poseen recursos más que suficientes para dinamizar su turismo urbano. Además, la excelente situación geográfica de la capital, encrucijada de comunicaciones, garantiza un cuantioso flujo de viajeros de paso (transeúntes) y que turistas rurales se alojen en Albacete ciudad, computando como urbanos, aunque se desplacen, día tras días, al medio rural para disfrutar de actividades turísticas rurales (caza, agroturismo, talleres agroforestales y artesanos, rutas histórico-culturales, actividades al aire libre...). En suma, la diferenciación entre turismo urbano y rural en la provincia de Albacete, como en Cuenca, es menor que en otras provincias de la región, en particular Toledo. El impacto de la crisis redujo el turismo urbano provincial de congresos y negocios, así como las actividades culturales asociadas a él, sin que se haya recuperado plenamente todavía. El impulso que se quiso dar en 2015 al sector con el Plan Estratégico de Turismo (PET) no ha logrado revitalizar la demanda turística urbana albaceteña. La recuperación económica iniciada en 2014 carece de entidad suficiente para recuperar niveles pasados. Que la cifra de viajeros se mantenga estable entre 2008-2016 deriva más de la influencia de la capital y principales núcleos urbanos albaceteños en la demanda de turismo rural que el avance del turismo urbano. En el caso de los viajeros en alojamientos rurales su crecimiento provincial ha sido más intenso que la media española y ligeramente por debajo de la regional. La crisis no frenó su expansión como sucedió en otras modalidades de turismo.

En lo que respecta a las pernoctaciones se aprecian dinámicas y tendencias semejantes a las comentadas para los viajeros (Cuadros 8 y 9). Hasta 2008 hay en Albacete provincia un crecimiento moderado de las pernoctaciones hoteleras y fuerte en las rurales, ambas por encima de los promedios nacionales. Tras la crisis, las pernoctaciones hoteleras retroceden más que las medias nacional y regional. Por contra, las pernoctaciones en alojamientos rurales se frenan entre 2008-2014, pero recuperan el ritmo de crecimiento durante la recuperación de modo que en 2016 superan ampliamente la cifra de pernoctaciones previa a la crisis. El descenso de viajeros y pernoctaciones durante la crisis confirman la reducción de la actividad turística. Las causas hay que buscarlas en la incer-

tidumbre económica y en un adverso efecto renta⁵¹. Aunque los costes de alojamiento se estabilizaron o disminuyeron, la pérdida de poder adquisitivo de los consumidores les lleva a suprimir o reducir gastos no vitales como el turístico, con la consiguiente merma de la actividad turística y cambio de hábitos. Entre otros, trocar la pernoctación y alojamiento en hoteles por establecimientos rurales por sus menores costes medios diarios, sobre todo si se trata de casas rurales⁵². Tal cambio permitiría mantener e incluso alargar la estancia en el lugar de destino turístico elegido. El turismo en casas rurales era un fenómeno en expansión desde finales del siglo XX y se acrecentó a raíz de la crisis. En Albacete, como en CLM, se implanta con retraso y lentamente. A principios del siglo XXI no se les encuentra entre los territorios con mayor expansión del turismo en casas rurales (Roig, 2005:187).

El aumento de las pernoctaciones desde 2014 hay que vincularlo a la menor incertidumbre y a razones de tipo psicológico más que a las puramente económicas ligadas a la capacidad adquisitiva del consumidor. Las medidas impulsadas por el PNIT para mejorar la competitividad de los destinos turísticos albaceteños favorecieron también la recuperación⁵³, aunque haya sido más pausada que a escala nacional. El PET 2015-2019 de CLM trata de impulsarla con una oferta turística especializada y diferenciada publicitada bajo el eslogan “*Castilla-La Mancha, en un lugar de tu vida*” (JCCM, 2015:6). Por otro lado, pese a los esfuerzos a nivel privado o público por fomentar el turismo en Albacete y la región, los viajeros siguen siendo mayoritariamente residentes en España. La evolución de las pernoctaciones así lo demuestra. En 2016 sólo el 8 % de los turistas albaceteños eran no residentes (16 y 66 % en CLM y España, respectivamente) (Gráfico 4). En los alojamientos rurales esta situación se agudiza. Sólo el 1,5 % de los que pernoctan son extranjeros.

⁵¹ El aumento de los precios de un producto o servicio turístico reduce la capacidad adquisitiva del consumidor; máxime si ésta ya ha sido mermada por otras razones (Pedreño, 1996:71).

⁵² El turismo en casas rurales es un fenómeno en expansión desde finales del siglo XX y se acrecienta a raíz de la crisis. En Albacete se implanta con cierto retardo y se expande lentamente, lo que justifica que a principios del siglo XXI no se halle entre los territorios donde mayor fue la expansión del turismo en casas rurales (Roig, 2005:187).

⁵³ La SET presenta un paquete de medidas como reforzar la marca España y orientación al cliente. La primera se trata de un desarrollo coordinado de la marca España, junto con un impulso al Plan Estratégico de Marketing (PEM) y una representación permanente de los intereses turísticos españoles en la Unión Europea (UE). Por otro lado, la orientación al cliente se impulsa mediante el lanzamiento del programa “Fidelización España” y una campaña de estímulo de la demanda turística nacional a través de la modulación de tasas aeroportuarias y la optimización de la expedición de visados turísticos (SET, 2012:53).

La duración de las estancias turísticas (pernoctaciones medias por viajero) ofrece resultados muy distintos entre establecimientos hoteleros y rurales. Albacete, a diferencia de CLM y España, presenta, pese a reducirse, una mayor brecha entre pernoctaciones medias en hoteles (1,9) y alojamientos rurales (2,6) que CLM (1,7 y 2,3) y España (3,3 y 2,7) (Cuadros 10 y 11). Ello confirma el marcado carácter transeúnte del turismo urbano albaceteño, así como el turismo rural de puentes y fines de semana. El PET pretende aumentar la cifra de turistas en la región y su estancia media. Para ello incluye un plan de gestión del destino que detecta las características provincia y un plan operativo de desarrollo turístico para mejorar la competitividad de los destinos.

Cuadro 6. Evolución de los viajeros en establecimientos hoteleros

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Viajeros (miles)									
1999	280,8	261,5	19,3	1.786,6	1.469,3	317,3	58.588,9	31.789,7	26.799,3
2003	293,4	272,1	21,3	1.788,4	1.482,2	306,1	62.531,4	35.282,8	27.248,6
2008	326,6	302,4	24,2	2.117,1	1.792,6	324,5	82.998,9	47.241,2	35.757,7
2011	325,5	300,3	25,2	1.911,2	1.585,1	326,2	85.367,0	45.824,9	39.542,1
2014	287,4	264,8	22,6	1.908,9	1.910,8	327,3	87.814,5	44.682,7	43.131,8
2016	327,0	298,7	28,3	2.118,8	1.902,3	360,6	99.503,0	49.462,2	50.040,8
NI (1999=100)									
1999	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2003	104	104	110	100	101	96	107	111	102
2008	116	116	125	119	122	102	142	149	133
2011	116	115	131	107	108	103	146	144	148
2014	102	101	117	107	130	103	150	141	161
2016	116	114	147	119	129	114	170	156	187
Variación (%)*									
2003	1,1	1,0	2,5	0,0	0,2	-0,9	1,6	2,6	0,4
2008	2,2	2,1	2,6	3,4	3,9	1,2	5,8	6,0	5,6
2011	-0,1	-0,2	1,4	-3,4	-4,0	0,2	0,9	-1,0	3,4
2014	-4,1	-4,1	-3,6	0,0	6,4	0,1	0,9	-0,8	2,9
2016	6,7	6,2	11,9	5,4	-0,2	5,0	6,4	5,2	7,7

* Variación sobre el año precedente de los seleccionados en el periodo. Así la tasa de variación de 2003 está calculada sobre 1999; la de 2008, sobre 2003; la de 2011, sobre 2008...

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, 2017 (Tabla 06009 de EOH)

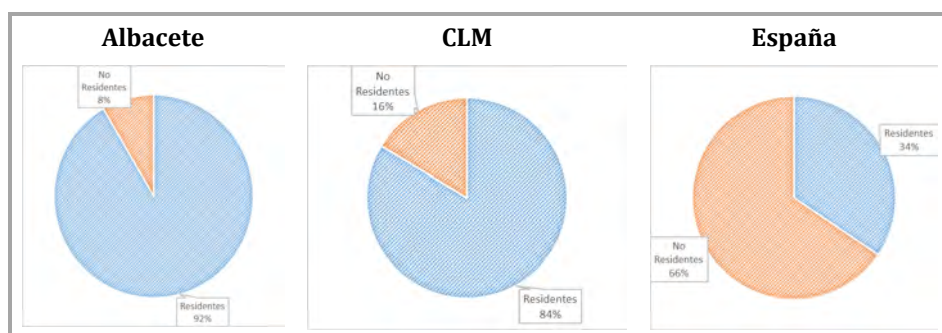
Cuadro 7. Evolución de los viajeros en alojamientos rurales

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Viajeros (miles)									
2003	24,5	24,4	0,0	82,5	80,4	2,1	1.467,5	1.322,7	144,8
2008	46,4	46,0	0,4	163,3	160,4	2,9	2.623,4	2.361,0	262,4
2011	43,5	43,5	0,0	173,1	170,8	2,3	2.716,0	2.378,6	337,4
2014	44,5	44,3	0,3	176,5	172,3	4,2	2.822,9	2.356,7	466,3
2016	63,8	63,3	0,5	263,5	256,0	7,6	3.593,9	2.935,8	658,0
NI (2003=100)									
2003	100,0	100	100	100	100	100	100	100	100
2008	189,7	188	841	198	199	136	179	178	181
2011	178,0	178	94	210	212	106	185	180	233
2014	182,1	181	606	214	214	195	192	178	322
2016	261,0	260	994	319	318	355	245	222	454
Variación (%)*									
2008	13,7	13,5	53,1	14,6	14,8	6,4	12,3	12,3	12,6
2011	-2,1	-1,8	-51,8	2,0	2,1	-8,0	1,2	0,2	8,7
2014	0,8	0,6	86,2	0,7	0,3	22,6	1,3	-0,3	11,4
2016	19,7	19,6	28,0	22,2	21,9	34,7	12,8	11,6	18,8

* Variación sobre el año precedente de los seleccionados en el periodo. Así la tasa de variación de 2008 está calculada sobre 2003; la de 2011, sobre 2008; la de 2014, sobre 2011...

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, 2017 (Tabla 06009 de EOTR)

Gráfico 4. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Procedencia. 2016



Fuente: Elaboración propia a partir del cuadro 8.

Mediante el grado de ocupación (porcentaje de pernoctaciones respecto a la capacidad plena de alojamiento) y la capacidad de alojamiento turístico analizaremos brevemente la adecuación entre oferta y demanda turística (Pedreño, 1996:96). Los datos del INE confirman la existencia

de un importante problema estructural en el turismo albaceteño y regional: la estacionalidad de la demanda y las consiguientes fluctuaciones en el grado de ocupación. El problema se refleja en los periodos vacacionales pues los techos de demanda y grado de ocupación se logran en verano, Navidad y Semana Santa. El resto del año, salvo ciertos "puentes", lo habitual es un exceso de oferta e infrautilización de capacidad instalada (Aguiló y Sastre, 2011:74). La ocupación media está directamente relacionada con la demanda, ya se mida por cifra de viajeros o pernoctaciones. En este sentido, hay una diferencia de unos diez puntos entre la ocupación por plazas en general y por plazas en fin de semana (Cuadro 12). Ello corrobora de nuevo el carácter de fin de semana del turismo albaceteño y su marcada estacionalidad (Valdés y Valle, 2011:210-213) (Cuadros 10 y 11).

En suma, la demanda turística urbana albaceteña se nutre, sobre todo, de población transeúnte que por circunstancias de sus desplazamientos pernoctan en la capital. La demanda rural lo hace más bien de visitantes de fin de semana, si bien es cierto que su cuantía está infravalorada al no registrarse como turísticos los flujos de visitantes por razones residenciales ni el referido "turismo paisano". El grado de ocupación ha seguido, en general, una tendencia decreciente en el siglo XXI, salvo en el caso de plazas en fin de semana pese a la positiva influencia que ejercen las redes sociales en los establecimientos ofertados vía internet. La valoración de la estancia por sus clientes es un acicate competitivo añadido para ellos: a mejor valoración, mejor reputación y mayor demanda potencial (Rodríguez y Sánchez, 2016:2-4). Por último, recordamos de nuevo el creciente peso de la demanda de turismo rural vinculada al contacto con la naturaleza y defensora de la sostenibilidad medioambiental, algo que no se ve reflejado con nitidez en las propuestas de actuación para el impulso turístico del mundo rural de la región, lo que induce a plantear la conveniencia de políticas e instrumentos de desarrollo rural sostenible multifuncionales en estrecha simbiosis con el entorno natural y agrario, y no a pesar de él, contra él o al margen de él como se ha venido haciendo habitualmente (Montiel, 2003:34).

Cuadro 8. Evolución de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Pernoctaciones (miles)									
1999	531,8	498,1	33,7	2.730,3	2.288,0	442,3	230.539,6	81.503,6	149.036,0
2003	579,7	537,8	41,9	3.013,4	2.541,7	471,7	228.160,9	91.295,4	136.865,5
2008	721,2	661,4	59,8	3.807,4	3.233,0	574,5	268.551,8	113.188,3	155.363,5
2011	720,2	672,9	47,3	3.352,3	2.819,9	532,4	286.761,3	111.524,3	175.236,9
2014	577,6	532,0	45,6	3.174,0	2.660,1	513,9	295.260,6	104.729,9	190.530,7
2016	635,6	582,0	53,6	3.549,4	2.972,0	577,4	330.034,0	113.701,3	216.332,7
NI (1999=100)									
1999	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2003	109	108	125	110	111	107	99	112	92
2008	136	133	178	139	141	130	116	139	104
2011	135	135	140	123	123	120	124	137	118
2014	109	107	135	116	116	116	128	128	128
2016	120	117	159	130	130	131	143	140	145
Variación (%)*									
2003	2,2	1,9	5,6	2,5	2,7	1,6	-0,3	2,9	-2,1
2008	5,6	5,3	9,3	6,0	6,2	5,0	4,2	5,5	3,2
2011	0,0	0,4	-5,7	-3,1	-3,4	-1,9	1,7	-0,4	3,1
2014	-7,1	-7,5	-1,2	-1,8	-1,9	-1,2	1,0	-2,1	2,8
2016	4,9	4,6	8,4	5,7	5,7	6,0	5,7	4,2	6,6

* Variación sobre el año precedente de los seleccionados en el periodo. Así la tasa de variación de 2003 está calculada sobre 1999; la de 2008, sobre 2003; la de 2011, sobre 2008...

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, 2017 (Tabla 06011 de la EOH).

Cuadro 9. Evolución de las pernoctaciones en alojamientos rurales

	ALBACETE			CLM			ESPAÑA		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Pernoctaciones (miles)									
2003	74,7	74,6	0,1	204,2	199,4	4,7	4.476,1	3.725,4	750,8
2008	135,3	132,9	2,3	405,5	393,4	12,0	7.843,9	6.475,9	1.368,1
2011	117,1	116,9	0,2	401,8	388,1	13,7	7.696,4	6.158,9	1.537,5
2014	120,9	118,1	2,8	430,2	413,5	16,7	7.750,6	5.817,5	1.933,1
2016	166,9	165,2	1,7	602,5	585,4	17,1	9.838,4	7.274,0	2.564,3
NI (2003=100)									
2003	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2008	181	178	2348	199	197	255	175	174	182
2011	157	157	197	197	195	291	172	165	205
2014	162	158	2822	211	207	353	173	156	257
2016	223	221	1728	295	294	362	220	195	342
Variación (%)*									
2008	12,6	12,3	88,0	14,7	14,6	20,6	11,9	11,7	12,8
2011	-4,7	-4,2	-56,2	-0,3	-0,5	4,5	-0,6	-1,7	4,0
2014	1,1	0,3	142,9	2,3	2,1	6,7	0,2	-1,9	7,9
2016	17,5	18,3	-21,7	18,3	19,0	1,2	12,7	11,8	15,2

* Variación sobre el año precedente de los seleccionados en el periodo. Así la tasa de variación de 2008 está calculada sobre 2003; la de 2011, sobre 2008; la de 2014, sobre 2011...

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, 2017 (Tabla 06011 de la EOTR).

Cuadro 10. Estancia media en establecimientos hoteleros (días)

	Albacete	CLM	España
1999	1,9	1,5	3,9
2003	2,0	1,7	3,7
2008	2,2	1,8	3,2
2011	2,2	1,8	3,4
2014	2,0	1,7	3,4
2016	1,9	1,7	3,3

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, 2017 (Tabla 06013, EOH).

Cuadro 11. Estancia media en alojamientos rurales (días)

	Albacete	CLM	España
2003	3,1	2,5	3,1
2008	2,9	2,5	3
2011	2,7	2,3	2,8
2014	2,7	2,4	2,8
2016	2,6	2,3	2,7

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, 2017 (Tabla 003, EOTR).

Cuadro 12. Grado de ocupación (*)

	ALBACETE		CLM		ESPAÑA	
Por plazas (%)						
	H	A. R.	H	A. R.	H	A. R.
1999	28,8		29,8		60,9	
2003	30,1	14,9	30,7	14,7	54,5	20,2
2008	35,9	14,0	32,5	14,0	53,5	18,4
2011	27,9	9,3	26,4	9,8	53,5	15,1
2014	23,8	9,0	25,6	9,6	54,7	14,9
2016	28,3	11,5	29,5	12,0	59,9	18,0
Por plazas en fin de semana (%)						
	H	A. R.	H	A. R.	H	A. R.
1999	34,6		34,3		64,6	
2003	35,8	31,4	37,5	30,9	59,1	32,2
2008	44,1	28,0	38,5	28,7	58,0	30,5
2011	32,3	18,7	33,4	20,9	58,3	25,1
2014	27,9	20,1	35,5	22,0	59,9	26,1
2016	39,0	28,1	39,6	29,6	65,1	31,7

(*) Grado de ocupación = (Pernoctaciones / Plazas) *100; (H) Hoteles; (A.R.) Alojamientos rurales

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, 2017 (Tabla 06004 y 06003)

7. CONCLUSIONES

La dinámica turística refleja, sea cual sea su modalidad, que vivimos en una sociedad terciarizada, de servicios. De ahí la dificultad de diferenciar entre los mundos urbano y rural. En España hay delimitaciones distintas según la institución administrativa que diseñe las políticas de actuación. Ello implica que un mismo municipio pueda ser catalogado como rural en unas ocasiones y como urbano en otras. A la luz del análisis realizado en el caso del turismo es conveniente clarificar los límites entre lo rural y lo urbano a la hora de diseñar y aplicar estrategias y políticas turísticas.

El análisis de los RR.NN. y patrimoniales muestra el notable potencial turístico de la provincia de Albacete, potencial más que suficien-

te para considerarlo como sector de primer orden en sus estrategias de desarrollo. Se confirma la hipótesis inicial del turismo rural como posible motor impulsor del crecimiento en sus espacios menos favorecidos (sierras y Manchuela). Ahora bien, no se trata de un "motor" que garantice frenar el despoblamiento del mundo rural albaceteño ni revitalizarlo social y económicamente. Es preciso que emprendimiento e innovación se expandan a otras ramas además del turismo para generar empleos suficientes que hagan arraigar a nuevos pobladores y evitar la emigración de los residentes. Por su marcada estacionalidad el turismo por sí solo no "puede obrar milagros" en la provincia ni, aunque fuera prioritario en las políticas turísticas de la JCCM, lo que no ha sucedido hasta la fecha

Para hacer realidad el potencial turístico rural provincial hay que aminorar (eliminar) el déficit dotacional en ciertas infraestructuras (transporte público, red rural de caminos y sendas, TIC's, albergues...) y servicios básicos (recogida de basuras, sanitarios...), así como elevar la cualificación profesional y emprendimiento en materia turística. Los programas aplicados (PET, PITER o PNIT...) o las medidas impulsadas a través de los programas LEADER y PRODER han resultado insuficientes pese a la creciente diversidad de acciones y recursos incorporados. En CLM y, por tanto, en Albacete, la transferencia de competencias en materia turística derivada de la España de las autonomías no ha supuesto un gran avance en la expansión, aprovechamiento y eficiencia del sector turístico respecto a lo preexistente. Si hay un menor desequilibrio respecto a otras regiones y provincias del interior español o éste no ha aumentado en demasía hay que atribuirlo más a las iniciativas europeas de desarrollo rural que a las propiamente autonómicas. Dar prioridad al turismo, conocerlo mejor y elaborar estrategias de marketing y promoción fuera de la región para captar turistas son posibles vías de acción para el sector público y prueba de lo mucho que resta por asumir y hacer por parte de la JCCM, diputaciones y ayuntamientos.

Por otro lado, la cifra de estudios e investigaciones en el ámbito turístico ha crecido sustancialmente en las últimas décadas. Tal incremento ha sido mucho más moderado en la provincia albaceteña, con notables carencias en determinados campos del saber, entre ellos el de la economía. Pese a que el turismo aumenta su peso en el PIB provincial y regional, los estudios sobre él en el siglo XXI poco han hecho avanzar en el conocimiento que había a finales de la anterior centuria. Para lograr una oferta turística atractiva y rentable es preciso conocer mejor el sector en todas sus facetas, aunque para ello haya que seguir sorteando la escasez de información a escala local mediante el recurso a variables proxy como se ha hecho en este trabajo.

Por otro lado, se ha puesto de manifiesto también que el turismo albaceteño no es una novedad reciente. De modo incipiente, aletargado, ha estado presente a lo largo del siglo pasado, sobre todo tras el decenio desarrollista, adaptándose a los cambios acaecidos en la demanda. Desde la moda del turismo termal hasta el turismo rural de hoy, la actividad ha ido consolidándose como complemento o alternativa del tradicional modelo turístico de “sol y playa”. La orientación del consumidor está cambiando lentamente hacia un turismo menos masificado, más cercano a la naturaleza y al medio ambiente, más social en cuanto a relaciones con los lugareños y más ligado a aspectos histórico-culturales y tradiciones. Aunque turismo rural y turismo urbano comparten recursos patrimoniales, culturales y paisajísticos, hay diferencias. En Albacete provincia, el peso de la capital hace que tales diferencias sean menos marcadas que a escala regional pero más que en el promedio del país. Con todo, su turismo rural está creciendo a mayor ritmo que el urbano pese a nuestro convencimiento de la infravaloración estadística a la que está sometida ya que una parte muy significativa del mismo aparece recogida como turismo urbano por el mero hecho de que el alojamiento y pernoctaciones de produce en la capital y mayores núcleos urbanos de la provincia cuando los bienes y servicios consumidos y actividades desarrolladas tienen lugar en el mundo rural. El mayor confort de los establecimientos hoteleros urbanos y la existencia de ciertos servicios de ocio inexistentes en los núcleos rurales albaceteños lo explican. A tenor de lo expuesto, la conexión entre turismo rural y urbano es manifiesta, al igual que los posibles inconvenientes de un análisis por separado de ambas modalidades pues, en buena medida, resultan complementarias y coexisten en perfecta simbiosis.

El prototipo de turista rural albaceteño es dual. Bien una persona española, joven, concienciado con la naturaleza, sostenibilidad medioambiental y con la recuperación del patrimonio histórico-cultural y de ciertas actividades agrarias tradicionales. Bien un español de edad madura -o jubilado- que practica un turismo de segunda residencia en su pueblo de origen o un turismo paisano que no son recogidos por las estadísticas pero que son básicos para la conservación y supervivencia económica de muchos pequeños municipios de la provincia. La escasez de extranjeros entre los turistas rurales albaceteños, pese a su moderado aumento, es otro rasgo fundamental. La ausencia de núcleos urbanos con un patrimonio histórico-arquitectónico de gran valor -caso de Toledo y, en menor grado, Cuenca- y de costa y playa explica el bajo peso de los no residentes en España dentro de la demanda turística albaceteña.

Finalmente, en la medida que el tiempo de ocio de las personas se acrecienta, la relevancia de las actividades para ocuparlo se multiplica. Las perspectivas futuras del turismo siguen apuntando en esta dirección, así como en las mayores posibilidades de descentralización del trabajo (teletrabajo) lejos del ámbito urbano gracias a las TIC's. Todo ello abre puertas a la esperanza de una posible recuperación socioeconómica y demográfica de las zonas rurales sin grandes problemas de accesibilidad ni un déficit excesivo de infraestructuras y servicios. El mundo rural albaceteño entra en ese grupo. Para que la esperanza se transforme en realidad las administraciones públicas deberían consensuar a corto plazo estrategias de largo plazo con tal objetivo. El sector turístico debe ser un pilar relevante en ellas. De no ser así, si no se plantea la revitalización del mundo rural albaceteño como objetivo básico, cualquier estrategia de desarrollo y sostenibilidad del mismo estará "coja". La conservación y recuperación del entorno natural y medioambiental son harto difíciles de lograr sin una población suficiente y sin cierto equilibrio en su estructura por edades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AECIT (2007): *La actividad turística española en 2006*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- AGUILÓ PÉREZ, E. y SASTRE ALBERTÍ, F. (2011): “La oferta española frente a los competidores más directos, posibilidad de diferenciación y diversificación para mejorar la competitividad”, en *Papeles de Economía Española*, nº 128, pp. 72-89. Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS). Madrid.
- AITEMIN CENTRO TECNOLÓGICO (2013): *Estudio previo de la potencialidad de aprovechamiento de los recursos hidrominerales en la Comunidad de Castilla-La Mancha*. JCCM. Toledo.
- ALEGRE MARTÍN, J. y Otros (2003): *Análisis cuantitativo de la actividad turística*. Pirámide. Madrid.
- ALMENDROS TOLEDO, J. M. (2004): *El Balneario de la Concepción de Villatoya. Hidrologías Médicas del siglo XIX*. Instituto de Estudios Albacetenses (IEA). Albacete.
- BLANCO MURILLO, M. (2008): *Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio*. Instituto Interamericano para la Cooperación de la Agricultura (IICA). San José (Costa Rica).
- BULL, A. (1999): *La economía del sector turístico*. Alianza Madrid.
- CADENAS I VICENT, V. de (1984): *Jornada de Fernando VII y de Amalia de Sajonia en los Reales Baños de Solán de Cabras en busca del deseado sucesor*. Ediciones Hidalguía. Madrid.
- CALABUIG TOMÁS, J. y MINISTRAL MASGRAU, M. (1994): *Manual de geografía turística de España*. Síntesis. Madrid.
- CÁNOVAS, G. y otros (2005): “Turismo rural en España: Un análisis de la evolución en el contexto europeo” en *Cuadernos de Geografía*, nº 77, pp. 41-58. Universidad de Valencia. Valencia.
- CAÑIZARES RUIZ, M.C. (2014): “Paisajes culturales, ordenación del territorio y reflexiones desde la geografía en España”, en *Revista Polígonos*, nº 26, pp. 147-180. Universidades de León, Salamanca y Valladolid.
- CAULÍN MARTÍNEZ, A. (2010): “Albacete y su Feria durante el siglo XIX. Una visión de los viajeros extranjeros”, en M.R. Pardo y L.G. García-Sabuco (Coord): *La Feria de Albacete en el tiempo*, pp. 398-409. PUBALSA. Albacete.
- CAVALIARI, E. (2014): *España y el Fondo Monetario Internacional. La integración de la economía española en el Sistema Monetario Internacional, 1943-1959*. Colección Estudios de Historia Económica, nº 65. Banco de España. Madrid.

- CEBRIÁN ABELLÁN, F. (Coord.) (2008): *Turismo rural y desarrollo local*. Ediciones UCLM. Cuenca.
- (2010): "Turismo rural, elementos definidores, estrategias públicas de apoyo y problemas estructuras. La perspectiva de Castilla-La Mancha", en *Revista de Análisis Turístico*, nº 9, pp. 63-73. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Ed. digital <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/35>
- CEBRIÁN ABELLÁN, F. y GARCÍA GONZÁLEZ, J.A. (2010): "Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. La provincia de Albacete", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE)*, nº 54, pp. 361-383. AGE. Madrid. Ed. digital <http://www.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/issue/view/82>
- CERDA, P (2017): *Los últimos. Voces de la Laponia española*. Pepitas Ed. Logroño.
- CORRAL MARFIL, J. A. y CÂNOVES VALIENTE, G. (2013): "La investigación turística publicada en revistas turísticas y no turísticas: Análisis bibliométrico de la producción de las universidades catalanas", en *Cuadernos de Turismo*, nº 31, pp. 55-81. Universidad de Murcia. Murcia.
- CUADRADO ROURA, J. R y TORRES BERNIER, E. (1978): "Estructura y problemática del sector turístico de la costa del sol", en *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, nº 3, pp. 221-272. Universidad de Málaga. Málaga.
- CUADRADO ROURA, J. R y GONZÁLEZ MORENO, M. (1987): *El sector servicios en España*. Orbis. Barcelona.
- CUADRADO ROURA, J. R. y LÓPEZ MORALES, J. (2011): "El turismo: un sector clave en la economía española", en *Papeles de Economía Española*, nº 128, pp. 2-20. FUNCAS. Madrid.
- CUADRADO ROURA, J. R. (2016): "La terciarización de la economía española. Algunos rasgos estilizados del período 1975-2014", en *Revista de Información Comercial Española (ICE)*, nº 889-890 (Monográfico: *La economía española en el reinado de Juan Carlos I*), pp. 157-176. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Madrid.
- ESLAVA GALÁN, J. (2010): *De la alpargata al seiscientos*. Planeta. Barcelona.
- ESTEBAN TALAYA, A. (2010): "La gestión del turismo en los programas de innovación rural de CLM", en *Revista Cuadernos de Gestión*, Vol. 10, pp. 111-124. Instituto de Economía Aplicada a la Empresa. Universidad del País Vasco. Bilbao.

- FERNÁNDEZ DE GUEVARA RADOSELOVICS, J. y Otros (2015): *Crisis económica, confianza y capital social*. Fundación BBVA. Bilbao.
- FUSTER RUIZ, F. (1978): *Aspectos históricos, artísticos, sociales y económicos de la provincia de Albacete*. Caja de Ahorros de Valencia. Valencia.
- GARCÍA BARTOLOMÉ, J.M. (1991): “Sobre el concepto de ruralidad: crisis y renacimiento rural”, en *Política y Sociedad*, nº 8, pp. 87-94. Servicio de Estudios del MAPA. Madrid.
- GARCÍA DELGADO, J.L (1991): “La industrialización y el desarrollo económico de España durante el franquismo”, en J. Nadal y Otros (Compiladores): *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica*, pp.164-189. Ariel. Barcelona. 4ª Edición.
- GARCÍA HENCHE, B. (2005): “Características diferenciales del producto turismo rural”, en *Cuadernos de Turismo*, pp.113-133. Universidad de Murcia. Murcia.
- GARCÍA LÓPEZ, A. (2011): *El Balneario Real de Carlos III en Trillo*. AACHE. Guadalajara.
- GARCÍA MARTÍNEZ, C. y otros (2015): “Paisaje y turismo rural en espacios de interior. Un análisis a escala provincial: Albacete”, en J. de la Riva y Otros (Eds): *Análisis espacial y representación geográfica: innovación y aplicación*, pp. 1007-1016. Universidad de Zaragoza / AGE. Zaragoza.
- GARCÍA-SAÚCO BELÉNDEZ, L. G. y SANTAMARIA CONDE, A. (1999): “Patrimonio artístico de la provincia de Albacete”, en VVAA: *Guía de Castilla-La Mancha. Patrimonio histórico*. JCCM. Toledo
- GIMÉNEZ ESTEBAN, G. (2017): *Introducción al crecimiento económico y desarrollo*. Pirámide. Madrid.
- GONZÁLEZ MARTÍN, J.A. y VÁZQUEZ GONZÁLEZ, Alfonso (2000): *Guía de los espacios naturales de Castilla-La Mancha*. Servicio de Publicaciones de la JCCM. Toledo. 5ª Edición.
- GONZÁLEZ MORALES, J. C. (2015): “Los orígenes de la industria española de los forasteros”, en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp.145-175. Universidad Complutense. Madrid.
- GONZÁLEZ SEARA, L. (1968): “Las vacaciones del español y el problema del tiempo libre”, en *Revista Española de Opinión Pública*, nº 14. Madrid
- GRANDE IBARRA, J. (2006): “La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza”, en *Estudios Turísticos*, nº 169-170, pp. 85-102. Instituto de Estudios Turísticos (IET) / Ministerio de Industria y Competitividad (MIC). Madrid.

- GUERRERO, A. C. (1988): "Castilla-La Mancha en las relaciones de viajeros ingleses del siglo XVIII", en *Actas I Congreso de Historia de CLM*. Tomo VIII. Vol. 2, pp. 423-428. JCCM. Toledo.
- GUTIÉRREZ JUNQUERA, O. (1993): *El crecimiento de los servicios. Causas, repercusiones y políticas*. Alianza. Madrid.
- INE (2016): "Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Base 2010. Serie 2010-2015", en *Notas de prensa*. Consultado el 22 de diciembre en <http://www.ine.es/prensa/np1015.pdf>
- IET (2014): *Plan Integral de Turismo Rural (PITR)*. Consultado el 5 Mayo de 2017 en <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/PITR2014.aspx>.
- JCCM (2015): *Plan Estratégico de Turismo (PET) 2015-2019. Castilla-La Mancha*. Consultado el 5-Mayo-2017 en <http://www.turismocastillalalamancha.es/PLAN-ESTRATEGICO-TURISMO-2015-2019.pdf>
- JORDÁN MONTES, J. F y CONESA GARCÍA, C. (1992): "Aguas termales y mineromedicinales en el Valle Bajo del Río Mundo (Hellín, Tobarra, Provincia de Albacete). Aspectos Geográficos, hidrogeológicos, arqueológicos, históricos y etnográficos", en *Revista Espacio, tiempo y forma*. Serie II. Historia Antigua. Tomo V, pp. 483-514. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Madrid.
- KUTZNETS, S. (1973): "Crecimiento económico moderno: resultados y reflexiones", en *Revista Española de Economía*, nº 1, pp. 377-397. Asociación Española de Economía/Universidad de Barcelona. Barcelona.
- LANQUAR, R. (2001): *Marketing turístico*. Ariel. Barcelona.
- LARRINAGA RODRÍGUEZ, C. (2015): "De las playas frías a las playas templadas: la popularización del turismo de ola en España en el siglo XX", en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp. 67-87. Universidad Complutense. Madrid.
- LARRINAGA RODRÍGUEZ, C. y VALLEJO POUSADA, R. (2015): "España como potencia turística. Una visión a largo plazo", en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp. 19-22. Universidad Complutense. Madrid.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (2009): "Factores del cambio turístico en los espacios rurales españoles: La Comunidad Valenciana", en *Serie Geográfica*, nº 15, pp. 39-49. Universidad de Alcalá. Madrid.
- LÓPEZ SANZ, G. (Coordinador). (2014): *Alcalá del Júcar. Piedra, tierra, agua y sus gentes*. IEA. Albacete.

- LUQUE ARANDA, M. y Pellejero Martínez, C. (2015): "Crisis del petróleo, transición a la democracia y frenazo de la expansión turística en España, 1973-1985", en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp.114-144. Universidad Complutense. Madrid.
- MALO OCAÑA, M.A. (2011): "El empleo turístico en España: medición, trayectorias y flujos brutos", en *Papeles de Economía Española*, nº 128, pp. 21-37. FUNCAS. Madrid.
- MARTÍNEZ MORALES, C. A. (2015): *Odónimos de Albacete. Calles históricas y visitas reales*. GILSAN. Albacete.
- MÁS IVARS, M. y otros (2007): *El stock de los servicios de capital en España y su distribución territorial (1964-2005)*. Nueva metodología. Fundación BBVA. Bilbao.
- (2015): *El stock de los servicios de capital en España y su distribución territorial (1964-2013)*. La salida de la crisis. Documentos de Trabajo, Nº 1. Fundación BBVA. Bilbao.
- MELGOSA ARCOS, F. J. (2000): "Turismo de salud: Termalismo y balnearios, en D. Blanquer Criado (Director): *III Congreso de Turismo Universidad y Empresa*. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia.
- MINISTERIO DE FOMENTO (2016): *Las áreas urbanas 2016*. Consultado el 8-05-2017 en www.fomento.gob.es
- MOLINERO HERNANDO, F. y ALARIO TRIGUEROS, M. (1994): "La dimensión geográfica del desarrollo rural: una perspectiva histórica", en *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº 169, pp. 53-87. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). Edición digital en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=6550>
- MOLINO, S. del (2017): *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue*. Turner Noema. Madrid. 3ª Edición.
- MONTIEL MOLINA, C (2003): "El turismo de interior en el desarrollo socioeconómico de las comarcas forestales de la Comunidad Valenciana", en *Revista de Investigaciones Geográficas*, nº 31, pp. 15-36. Universidad de Alicante. Alicante.
- MORENO GARRIDO, A. (2015): "Madrid 1912. El reto del turismo", en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp. 23-44. Universidad Complutense. Madrid.
- MORENO GARRIDO, A. y PELLEJERO MARTÍNEZ, C. (2015): "La red de establecimientos del Estado (1928-1977) ¿necesidad hotelera o política turística?, en *Revista de Historia Industrial*, nº 56, pp. 147-178. Universidad de Barcelona. Barcelona.
- MUÑOZ CIUDAD, C. (1996): *Estructura económica internacional*. Civitas. Madrid.

- OLAIZOLA, B. (2016): "Las primeras vacaciones pagadas", en *Hoy.es* del 16 de junio. Consultado el 6-05-2017 en www.hoy.es/sociedad/201616/19/
- OMT (2008): *Entender el turismo: Glosario Básico*. Consultado el 5-Mayo-2017 en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- ORO FERNÁNDEZ, E. (1999): "Noticias históricas sobre las aguas minero-medicinales de Albacete", en *Al-Basit. Revista de Estudios Albacetenses*, nº 42, pp. 7-34. IEA. Albacete.
- PARDO PARDO, M. R (Coord) (2000): *Historia económica de CLM (Siglos XVI-XX)*. Celeste ediciones. Madrid.
- (2014): "Perfil socioeconómico de Alcalá del Júcar a través de la historia", en G. Sanz López (Coordinador): *Alcalá del Júcar. Piedra, tierra, agua y sus gentes*, pp.437-494. IEA. Albacete.
- (2016): "La economía de Castilla-La Mancha en el Antiguo Régimen", en A. González-Calero (Coordinador): *Castilla-La Mancha en el siglo XVIII. Aproximación y miscelánea*, pp. 15-56. Almud Ediciones. Toledo.
- (2017): "Transformaciones socioeconómicas en la España Interior: de la desagrarización a la Gran Recesión (1950-2014)", en CSIC: *Proyecto de Investigación: Crisis y transformaciones sociales en España 1898-2008. Monografía I* (Mimeografiado).
- PARDO PARDO, M. R y GARCÍA-SAUCO BELÉNDEZ, L.G (Coordinadores) (2010): *La Feria de Albacete en el tiempo*. PUBALSA. Albacete
- PEDREÑO MUÑOZ, A. (Director) (1996): *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas. Madrid.
- PÉREZ GARCÍA, F. y otros (2005): *La medición del Capital Social. Una aproximación económica*. Fundación BBVA. Bilbao.
- PÉREZ RUBIO, J. y GARCÍA GARCÍA, Y. (2005): "Turismo rural en Extremadura. El caso del turismo paisano", en *Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 206, pp. 87-109. MAGRAMA. Madrid.
- PICAZO, A.J. y GIL, S. (2015): "Sector servicios", en J.L. García Delgado y R. Myro (Directores): *Lecciones de economía española*, pp. 213-232. Civitas / Thomson Reuters. Madrid. 12ª Edición.
- PILLET CAPDEPONT, F. (2011): "El turismo de interior y el patrimonio territorial en Castilla-La Mancha" en *Cuadernos de Turismo*, nº27, pp. 725-741. Universidad de Murcia. Murcia.
- PITARCH, M. D y ARNÁNDIS, R. (2014): "Impacto en el sector turístico de las políticas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (1991-2013)", en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.

- PREVASA (Promociones Económicas Valencianas S.A.) (1986): “Estructura económica”, en *Bases para un plan de desarrollo económico de la provincia de Albacete*. Vol. III. Caja de Ahorros de Valencia. Valencia.
- PREVASA (1987): *Oferta y Demanda de Servicios y desarrollo regional. El Caso de la Comunidad Valenciana*. Programa FAST II. Comisión Europea / Caja de Ahorros de Valencia. Valencia.
- RÍO GÓMEZ, C. del (1988): “Dinámica y distribución espacial de los servicios en España”, en *Papeles de Economía Española*, nº 34. Fondo para la Investigación Económica y Social (FIES). Madrid.
- RIVAS GARCÍA, J. (2008): *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Septem Ediciones. Oviedo. 7ª Edición.
- ROIG MERINO, B. (2008): “Fundamentos de sostenibilidad y desarrollo en la implantación de actividades turísticas en el medio rural”, en *Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, nº 207, pp. 91-98. MAGRAMA. Madrid.
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, J. (1982): *Geografía de Albacete. Factores del desarrollo económico de la provincia y su evolución reciente*. II Vol. IEA. Albacete.
- SANZ DOMÍNGUEZ, C. (2008): “Fundamentos de sostenibilidad y desarrollo en la implantación de actividades turísticas en el medio rural”, en *Revista de Estudios Turísticos*, nº 177, pp. 91-98. IET. Madrid.
- SERRANO SANZ, J. M y ASENSIO CASTILLO, M.J (1997): “El ingenierismo cambiario. La peseta en los años del cambio múltiple, 1948-1959”, en *Revista de Historia Económica*, año XV, nº 3, pp. 545-573. Universidad Carlos III. Madrid.
- SET (Secretaría de Estado de Turismo) (2012): *Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015*. Disponible en www.tourspain.es
- SET (2013): “Orden IET/476/2013 de 14 de marzo” (modifica Orden IET/2482/2012 de 15 de noviembre del MIET). *BOE*, nº 73, pp. 24.204-24.205. Consultado el 13-mayo-2017 en <http://www.boe.es/boe/dias/2012/11/20/pdfs/BOE-A-2012-14287.pdf>
- SET (2016): “Convocatoria de ayudas para proyectos y actuaciones dentro del programa Emprendetur I+D+i del MIET”, en *BOE*, nº 117, pp. 25.515-25.516. Consultado el 13-mayo-2017 en <http://www.boe.es/boe/dias/2016%2005/14/pdfs/BOE-B-2016-20529.pdf>
- SELVA SEVILLA, C. (2004): *El capital humano y su contribución al crecimiento económico: un análisis para Castilla-La Mancha*. Ediciones UCLM. Cuenca.
- SOLSONA MONZÓNIS, J. y LÓPEZ OLIVARES, D. (2012): “Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural valenciano”, en

- Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 59, pp. 221-244. AGE. Madrid.
- TORRE PADILLA, O. de la (1997): *El turismo: fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica. México. 2ª Edición.
- VALDÉS PELÁEZ, L. (2004): "El turismo rural: una alternativa diversificadora", en *Papeles de Economía Española*, nº 102, pp. 298-315. FUNCAS. Madrid.
- VALDÉS PELÁEZ, L. y VALLE TUERO, E. del (2011): "Situación y perspectivas del turismo rural en España, estrategias de actuación", en *Papeles de Economía Española*, nº 128, pp. 201-220. FUNCAS. Madrid.
- VALLE CALZADO, A. R. del (Coordinador) (2010): *Historia agraria de Castilla-La Mancha. Siglos XIX-XXI*. Almud Ediciones. Ciudad Real.
- VALLEJO POUSSADA, R. (2002): "Economía e historia del turismo español del siglo XX", en *Historia Contemporánea*, nº 25, pp. 203-232. Universidad del País Vasco. Bilbao.
- (2015): "¿Bendición del cielo o plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975, en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, nº 37, pp. 89-113. Universidad Complutense. Madrid.
- VELARDE FUERTES, J. y otros (1987) (Compiladores): *El sector terciario de la economía española*. Colegio de Economistas. Madrid.
- VV.AA. (1992): *Pacto por Albacete. Invertir en Albacete*. Diputación Provincial. Albacete.
- VV.AA. (2010): "La formación en turismo en España: pasado, presente y futuro en el nuevo espacio europeo de educación superior", en *Cuadernos de Turismo*, pp. 45-67. Universidad de Murcia. Murcia.

LISTA DE ACRÓNIMOS

AECIT, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.

AGE, Asociación de Geógrafos Españoles.

APEHT, Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo.

ATRI, Asociación de Turismo Rural e Interior.

BBVA, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria.

BOE, Boletín Oficial del Estado.

CC.AA. Comunidades Autónomas.

CEE, Comunidad Económica Europea.

CF, Capital Físico.

CIUAT, Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas.

CLM, Castilla-La Mancha.

CS, Capital Social.

CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

CSTE, Cuenta Satélite del Turismo de España.

EOTR, Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Turismo Rural.

EOH, Encuesta de Ocupación Hotelera.

ETSIA, Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos.

FIES, Fundación para la Investigación Económica y Social.

FUNCAS, Fundación de las Cajas de Ahorros.

GAL, Grupos de Acción Local.

ICE, Información Comercial Española.

ICM, Iniciativas Culturales Manchegas.

IEA, Instituto de Estudios Albacetenses.

IEM, Instituto de Estudios Manchegos.

IET, Instituto de Estudios Turísticos.

IICA, Instituto Interamericano para la Cooperación de la Agricultura.

INE, Instituto Nacional de Estadística.

IPCMS, Instituto Provincial de Cultura "Marqués de Santillana".

JCCM, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

LEADER, *Liaisons entre activités de Developement de L'Economie Rural.*

MAPA, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

MAGRAMA, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

MIC, Ministerio de Industria y Competitividad.

MIET, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

MEIC, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

OCEE, Organización para la Cooperación Económica Europea.

OMT, Organización Mundial del Turismo.

ONU, Organización de Naciones Unidas.

PEM, Plan Estratégico de Marketing.

PET, Plan Estratégico de Turismo.

PITR, Plan Integral de Turismo Rural.

PNIT, Plan Nacional e Integral de Turismo.

PREVASA, Promociones Económicas Valencianas S.A.

PRODER, Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales.

RABACH, Real Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas.

RACAL, Real Academia Conquense de las Artes y las Letras.

REDR, Red Española de Desarrollo Rural.

RESTMA, Revista de Economía Sociedad Turismo y Medio Ambiente.

RR.HH., Recursos Humanos.

RR.NN., Recursos Naturales.

SET, Secretaría de Estado de Turismo.

SGT, Secretaría General de Turismo.

TAV, Tren de Alta Velocidad.

TFG, Trabajo Fin de Grado.

TIC's, Tecnologías de la Información y Comunicación.

TVMA, Tasa de Variación Media Acumulativa.

UCLM, Universidad de Castilla-La Mancha.

UE, Unión Europea.

UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia.

VV.AA. Varios Autores.