

ALGUNA REFLEXIÓN MÁS PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE MADRID.

(En torno a los documentos-concurso presentados por diferentes consultoras a COCIM).

Dr. Javier Morillas

Profesor Agregado de la Universidad San Pablo CEU.

Vocal Asesor Comisión Consultiva de la COCIM.

1. Exposición de motivos

La presente comunicación es fruto del análisis realizado en su momento para la Comisión Consultiva de Turismo de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid, sobre un conjunto de tres documentos presentados a la misma por las consultoras PowerAxle¹, NorConsult², y la referida al Plan Turimad³.

Este conjunto de documentos recibidos en la Comisión sugieren ideas interesantes de cara al mayor desarrollo de la actividad turística en la Comunidad de Madrid. Por tanto, el objeto de esta reflexión es, simplemente, aportar alguna línea concreta de trabajo más sobre la que actuar.

Con carácter general, consideramos como criterio más aceptable de decisión predominante la orientada al incremento del número de turistas, el gasto por persona, el tiempo de estancia, el aumento de la satisfacción del visitante, y todo ello enmarcado en un objetivo de desarrollo sostenible —explicitado en el Tratado de Amsterdam— para el sector.

Vid., PowerAxle Consejeros de Comunicación, *Concurso de ideas para la promoción del turismo en la Comunidad de Madrid*, Fundación CEIM, marzo, 1998.

Vid., NorConsult, *Ideas para la promoción del turismo en la Comunidad de Madrid*, Fundación CEIM, Madrid, marzo, 1998.

Vid., Rubio Gil, Ángeles, *El Plan Turimad*, Madrid, marzo, 1998.

Fortalecer la imagen de marca del turismo de Madrid, con los objetivos explicitados en el párrafo anterior, supone actuar desde múltiples frentes. Tantos como perfiles tiene la capital de un país miembro de la Unión Europea, con un bagaje histórico, cultural y de negocios tan significativo como el madrileño.

Creemos, no obstante, que entre las iniciativas sugeridas en los documentos enviados —pensamos que hay que insistir por principio en todas, sin desdeñar ninguna— se enfatiza en ocasiones sobre líneas estratégicas genéricas de anteriores informes, echándose en falta algún producto turístico concreto novedoso.

2. *Sobre las propuestas recibidas: (Sin ánimo de exhaustividad)*

- a) En cuanto al “encuentro bienal de los dos continentes a celebrar en Madrid”⁴, de carácter académico, ya viene celebrándose desde hace años. Y precisamente con carácter bienal, reuniendo entre otros a los más destacados hispanistas de Estados Unidos. Se trataría, pues, simplemente, de ponerse en contacto con las universidades españolas y americanas que participan en la coorganización (la de North Carolina en Estados Unidos y la de California en Berkeley son bastante activas en eso) y dar más amplitud y resonancia a sus encuentros, hasta ahora un tanto endogámicos, aunque mantienen visitas y recepciones institucionales, pero con repercusiones de perfil bajo, como personalmente tuve ocasión de comprobar en el encuentro bienal celebrado en septiembre de 1998.
- b) Respecto a la propuesta de ampliación de la “vocación internacional de las universidades de verano de la comunidad”⁵, nos parece que podría estar un tanto limitada por la oferta actualmente existente. El éxito de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo de Santander, abrió el camino para los Cursos de verano de la Complutense, en El Escorial, y otras como la de Alcalá de Henares, como bien conocen el Consejero Luis Blázquez y su Viceconsejero Miguel Velarde. Pero, siendo iniciativas de universidades públicas, echamos en falta a las entidades educativas

⁴ Vid., NorConsult, 2ª Idea de promoción, o.c., p. 21s.

⁵ Vid., *El Plan Turimad*, o.c., p. 15

de iniciativa social, privadas, que entendemos deben ser de interés preferente en las actuaciones de esta Cámara de Comercio. Por ello, en la medida que pueda quedar un trecho por recorrer en lo referido a universidades de verano, podría plantearse a la Universidad San Pablo-CEU (primera universidad privada, autorizada por Consejo de Ministros, en iniciar la andadura) u otra entidad académica siempre de alto prestigio⁶, para que en colaboración con COCIM explore nuevas iniciativas en ese ámbito de actuación. Podrían estudiarse unas sesiones limitadas en tiempo y coste para observar las posibilidades de autofinanciación, celebrándose bien en Madrid capital, o en algún otro municipio de la Comunidad, con cierto potencial y tradición artísticocultural interesado en la cofinanciación, aunque descartando El Escorial o cualquier otra localidad que ya tuviera una oferta similar.

- c) Respecto de otras propuestas como la de creación del “centro de atracción para ecoturistas”⁷, o “las rutas gastronómicas”⁸, estimamos que necesitarían tener alguna percha más de apoyo, que sirviera para aprovechar o revalorizar los espacios naturales de la Comunidad de Madrid y su oferta rural.

3. *Nuevo producto: la necesidad de seguir diversificando la oferta*

En tal sentido, como simple reflexión y complemento a lo planteado en los informes mencionados propondríamos un nuevo producto. Algo más integral, insuficientemente explorado, como podría ser, por ejemplo, una ruta de visitas a los Castillos de Madrid.

Para tal finalidad, se podría contar con los buenos especialistas del Ministerio de Defensa y Patrimonio Nacional, así como con cuantas empresas y entidades privadas interesadas se logre involucrar. Sabemos, en concreto, de la buena disposición a la colaboración por parte de la Asociación Madrileña de Periodistas y Escritores de Turismo, AMPET, —de la Federación Internacional, FEPET-FIJET— que preparan un tra-

⁶ Que sea entidad privada y de prestigio lo consideramos esencial a los efectos de promoción aquí planteados. El Puerto de Santa María, en Cádiz, es el marco elegido por la USP-CEU para sus cursos de verano.

⁷ Cfr., NorConsult, *6ª idea de promoción*, o.c., p. 29.

⁸ Cfr., NorConsult, *Anexo II*, punto 9, o.c., sin numerar.

bajo al respecto; también de la buena sintonía de los diferentes capítulos de las Órdenes de Caballería y las demandas de la misma Asociación de Amigos de los Castillos⁹.

En este aspecto "Castillos de Madrid" es un producto que consideramos:

1. De interés económico y reequilibrador del territorio de la comunidad, en la medida que supone una promoción del conjunto autonómico como oferta global. Donde la capital no es el todo sino sólo una parte. Serían una treintena larga de municipios los beneficiados, que podría empezar por el de Madrid, con el antiguo Castillo-Alcázar, hoy Palacio Real, y restos de la Muralla. En conjunto, vienen a suponer un total de cuarenta y cinco edificaciones de muy desigual conservación y valor a los efectos que nos ocupan, pero de aportación hoy residual al turismo madrileño.
2. Es una promoción de Madrid apoyada en la segmentación. Esto es, un producto pensado en función de los diferentes segmentos de mercado existentes, y que ha sido ya ensayado con éxito en otros países. Es el caso de las rutas de los Castillos de Escocia. Castillos de Inglaterra, Castillos del Loira, y los variados de los Landers alemanes. También en Cataluña a través de la Fundación "Castells culturals de Catalunya". En muchos casos se aprovechan para la firma de acuerdos o actos de Estado importantes. Las firmas en el Castillo de Windsord o los Acuerdos de Lancaster House para la independencia de la antigua Rhodesia. La rentabilidad en este sentido está asegurada, como ejemplo, la que viene obteniendo el pueblo de Manzanares el Real de la rehabilitación y conservación en estado operativo de uno de sus dos Castillos, utilizado para la firma del Estatuto de Madrid, entre otros actos oficiales más o menos solemnes.
3. Es avanzar en la potenciación del turismo de calidad, que sólo es atraído por ofertas de calidad, que atraen a personas de cualida-

⁹ La presidencia la ostenta Guillermo Perinat, y aunque tiene su sede en c/ Bárbara de Braganza, 8 (28004-M. Tel. 91 319 18 29), una sección de la misma agrupa a los propietarios privados integrados en la Real Gran Peña.

des y poder adquisitivo singulares (tal como ocurre con las rutas de los Castillos del País de Gales, una de las regiones pobres del Reino Unido). Supone introducirse en un segmento de mercado y unos circuitos de alto poder adquisitivo, muy pujantes, ya existentes en Estados Unidos y los países centrales de Europa.

4. Es un producto que sirve, también, como potenciación del viaje familiar y al mismo tiempo recreativocultural. Para ofertar paquetes familiares a las personas que por razones exclusivamente de trabajo viajan habitualmente solas a Madrid, como es el caso del mayor porcentaje de visitantes que nos llegan; pero una oferta que supone un aliciente para la realización de una nueva visita.
5. Sirve de contribución de Madrid a la revalorización de la rica historia de la nación española, al tiempo que supone un aliciente para la prolongación de la estancia media del visitante que llega. Efectivamente, la historia de España puede rastrearse a través de esos excepcionales "testigos" que son los "Castillos de Madrid". Desde el prerromano de Buitrago, con el Marqués de Lozoya; el de Villarejo o Fuentidueña, con la Orden de Santiago; la exfortaleza visigoda de San Martín de Valdeiglesias, con D. Alvaro de Luna o La Legión Cóndor; el de Villaviciosa, con Godoy o Fernando VI; el de Viñuelas como residencia de los Duques del Infantado o, a finales de los años treinta, del mando republicano y de Franco hasta el acondicionamiento de El Pardo; el de los Condes de Chinchón con Goya, o los de Batres, Villafranca, Aldovea, Talamanca o Negralejo con la Restauración. España desde sus raíces, a través de sus distintas épocas, su evolución económica y cultural, sus personajes principales, sus ambientes. Y susceptible de contribuir, como decimos, a suscitar en el visitante el interés por estancias más prolongadas, o la ampliación de su tiempo de tránsito, objetivo de todo nuevo producto turístico.
6. Supone un incentivo para la inversión productiva y la creación de empleo. Por su muy diferente estado de conservación, y en muchos casos abandono, implica un impulso para las obras de construcción, rehabilitación, excavaciones arqueológicas, cantería, redecoración de interiores, mobiliario, vidrieras, tapices, pintura, y los múltiples elementos relacionados con las diversas artes y oficios, que se ven dinamizados cuando se producen trabajos de estas características.

7. El producto por sí mismo contribuye a fijar la imagen de *excelencia* y alto standing con que conviene asociar el turismo y Madrid. Promociones del tipo *Madrid. Estancias Nobles* o el simple *Madrid. Castillos*, que jugando con las palabras suponga un arrastre con una nota distintiva de calidad y encanto, que se supone implícito al producto, al estar vinculado a enclaves históricos, relacionados con la nobleza, residencias de campo, estancias vacacionales, de *Recreos* y en muchos casos de *Visitas Reales*. Sería, casi como una variante de las ofertas de los actuales *Reales Sitios* que, no en vano, tienen, en general, un precio alto por parte del visitante. Como podemos observar a este respecto, en suma de valoración: 18, el máximo; y en media también el máximo: 3'6, según la *Clasificación de las ideas por temas, criterios de decisión, estrategias y tipos de inversión*¹⁰.
8. Es un producto susceptible de concitar acuerdos entre muy diferentes entidades empezando por los ayuntamientos, los comerciantes y el conjunto de los vecinos, que muchas veces tienen en ese elemento arquitectónico el emblema más característico de la localidad. Además, sus empresas podrían articular algún acuerdo de inversión para rehabilitación o reconstrucción con otros organismos, fundaciones e instituciones públicas o privadas. El propio Ministerio de Defensa, Educación y Cultura, Economía, o Patrimonio Nacional y Paradores Nacionales. Para ciertos casos como el de las atalayas romano-musulmanas del norte de la Comunidad, podría buscarse el concurso con entidades de otros países, a través del Ministerio de Exteriores como se hizo para la recuperación de la llamada Muralla árabe de Madrid.
9. Supone en todo caso un apoyo a la hostelería y restauración de las decenas de municipios¹¹ que consigan involucrarse. Incluso en las zonas donde los castillos están en ruinas, sería un segmento de mercado convergente y de impulso para los establecimientos más emblemáticos. Con respecto a los más tradicionales, turísticos y señoriales, se trataría de fijar una coordinación, como, por ejem-

¹⁰ Cfr., NorConsult, *Anexo II*, oc., sin numerar.

¹¹ En la nota final incluimos una relación no exhaustiva de municipios y/o enclaves presentado a la AMPET con el título de "Castillos de Madrid: Turismo y Economía".

plo, la Casa Grande de Torrejón, la Posta Real de San Fernando de Henares, el Palacio de Negralejo y otros.

10. Supone una forma complementaria de afirmar y poner en valor la oferta rural¹² y de actividades relacionadas con el medio ambiente¹³, que se citan reiteradamente en los referidos documentos-concurso.

Apéndices finales:

Apéndice 1. Relación de castillos y rutas posibles

1. ALARILLA. Ermita edificada sobre los restos de un castillo.
2. ALAMEDA DE OSUNA. Ruina que ocupa un pequeño cerro en las últimas terrazas hacia el valle del Jarama. Está nada más pasar La Alameda de Osuna.
3. ALCALA DE HENARES. Castillo palacio del Obispo. Más que castillo es palacio. Vid., SHARTHON CARRERES, Carlos, (Madrid, Espasa Calpe, 1986), 9ª edición, pp. 175 s.
4. ALCALÁ LA VIEJA. Está en un cerro en la margen izquierda del río Henares frente a la ermita de la Virgen del Val, de difícil acceso. Presenta restos de nueve torres. Es una grandiosa ruina que ha merecido campañas de excavación arqueológica.
5. ALDOVEA. Casa fuerte con vivienda intramurada; con el tiempo más de recreo que de fortaleza. Tuvo por Alcaide a Sancho de Alvar.
6. BATRES. Castillo señorial que aún luce su blasón de los tiempos feudales. Esta fortaleza secular está relacionada con el reinado de Juan II y con D. Alvaro de Luna. Ibidem, p. 176. Está restaurado y habitado, aunque es más palacio que castillo. Es propiedad particular, aunque en ciertos días se permite la entrada. Está rodeado de vegetación, lo que hace más sugestivo su entorno.

¹² Espacio rurales como las que van por Negralejo y Aldovea a Guadalajara.

¹³ Digamos que coincidiendo con la realización de estas jornadas de Turismo se han presentado en Madrid tres trípticos sobre la ruta de los Monasterios, de los Castillos y las Plazas Mayores de la Comunidad de Madrid.

7. **BUITRAGO.** Es de origen prerromano. Conquistado por Alfonso II, tras la toma de Toleitola. Se entregó en 1360 a D. Enrique de Trastámara, en guerra con D. Pedro el Cruel.
8. **CADALSO DE LOS VIDRIOS.** Rodeado de jardines se levanta el palacio de Villena a partir de un castillo del s. XV propiedad particular. No se visita.
9. **CATALIFA.** La ruina de este castillo, que aunque algunos consideran de origen islámico, quizás fuera como tantos otros una construcción sobrepuesta a otra visigótica o romana, está en una finca particular de difícil acceso. Desde el cerro se divisa un espléndido panorama hacia la sierra de Guadarrama, y los pueblos de Navalcarnero y Villaviciosa de Odón.
10. **CHINCHÓN 1.** Siglo XV. Castillo de los Condes de Chinchón.
11. **CHINCHÓN 2.** Cerca de la ermita de San Galindo están las ruinas de un castillo militar llamado de **VALDERRADELA** y en un despoblado.
12. **CHINCHÓN 3.** En el despoblado de **CASASOLA**, restos de su antigua fortaleza. Siglo XIV. Castillo aislado en una finca particular al final de una meseta cortada a pico sobre el valle del río Tajuña. Está convertido en vivienda privada, es pequeña y se ha salvado de la ruina.
13. **EL BERRUECO.** Quedaría una de las cuatro atalayas musulmanas que se refieren en Torrelaguna.
14. **FUENTIDUEÑA DEL TAJO.** En ruinas. Es el más importante de los castillos del Tajo y el Tajuña. Seguramente fue el levantado por la Orden de Santiago hacia el siglo XIII. Se encuentra al final de una meseta situándose el pueblo a sus pies.
15. **MANZANARES EL REAL, 1.** Fines del siglo XII, en su forma primitiva. A fines del s. XV lo refunda el I Duque del Infantado. Es ideal en cuanto a utilización y útil como referencia el convenio de reconstrucción para otros casos. (Vid., "Sentir España. Castillos", pp. 164-171. Obsequio de la Asociación de Profesores Universitarios Jubilados).

16. **MANZANARES EL REAL**, 2. Castillo más antiguo que el anterior hoy conocido como "PLAZA DE ARMAS", fortaleza levantada por el Marqués de Santillana. Solo queda la planta, los sillares, ya que parece fue desmontado piedra a piedra para levantar el anterior, el nuevo. Vid., trabajo de Guillermo Tribin de la Agencia EFE.
17. **PARACUELLOS DEL JARAMA**. Vestigios de castillo medieval situados en un cerro aislado en el valle del Jarama. Los restos son escasos.
18. **PERALES DE TAJUÑA**. Se conservan los restos del castillo consistentes en una torre circular y parte de un muro. Queda la torre entre casas y corrales de un pueblo muy pintoresco.
19. **PEZUELA DE LAS TORRES**. El campanario de la Iglesia, ya restaurada, fue antiguamente una torre de vigilancia. Está a 50 kilómetros de Madrid.
20. **PINTO. TORRE DE PINTO**. Fortaleza del señorío ducal de Arévalo, de la cual queda en pie el torreón. En 1467 había hecho donación de este castillo el duque a Rodrigo de Mendoza, en premio a sus trabajos o gestiones para reconciliarse con la reina Isabel I de Castilla en Madrigal. Y en 1579, por orden de Felipe II fue recluida a este castillo la Princesa de Éboli, madre del primer duque de Pastrana. Está dentro de la población. Es un ejemplo importante de torre vivienda con todas sus defensas.
21. **SAN MARTIN DE VALDEIGLESIAS**, 1. Exfortaleza visigoda. Luego castillo árabe que al reconquistarse Madrid, se reconstruyó al estilo románico. El Rey Juan II lo concedió a D. Alvaro de Luna, parece que para mitigar el poder de la Orden del Císter, en aquel Valle o Vals de Iglesias. También lo habitó Isabel La Católica cuando la reconocieron como heredera del trono de Castilla en los Toros de Guisando. (Vid., "Sentir España. Castillos. Tomo V, pp. 154-159). Lo tuvo el Barón de Sacrolirio. En la guerra fue Cuartel General del mando de la Legión Cóndor, y residencia del General Von Ristoffen, desde donde se siguió la Batalla aérea de Brunete. También Franco lo visitaba entonces con frecuencia pero sin dormir allí (al contrario que Von Ristoffen, sobrino del "Barón Rojo" de la PGM),

pues parece que había algún refugio subterráneo por el valle allí cerca que era el utilizado por el mando nacional. Se puede visitar en horario normal, hasta las 19 horas, mañana y tarde. Fernando Cornejo, abogado, compró unos derechos a alguno de los herederos que se lo disputan; ha constituido una S.A. y tiene presentado un grueso proyecto integral a la CAM Tel. 310 29 67/ 308 40 48. Guía: Alicia, 91- 8 61 30 15.

22. **SAN MARTÍN DE VALDEIGLESIAS, 2.** En la llamada "PEÑA DE AMOCLÓN" lo había. La reconstrucción efectuada en el castillo anterior durante el siglo XV "vino a sustituir a unos «castillejos» que hubo en la peña de Amoclón y Muñana, construidos sobre terreno rocoso, cuya función consistía en servir de vigías entre este territorio y el del comienzo del fértil valle de la Vera". (Cfr., *Ibidem*, p.157).
23. **SAN MARTÍN DE VALDEIGLESIAS, 3:** En la llamada peña de "MUÑANA", o cerro, había un Castillo. (*Ibidem*, p. 157).
24. **SANTORCAZ.** El Castillo está en la parte más alta del pueblo sobre un cerro. Es sitio mixto urbano rural. El recinto del castillo está bastante completo. La construcción de chalets a su alrededor le resta vista al conjunto. Dista un par de leguas de Alcalá, sirviendo de prisión al Arzobispo de Toledo, a la vez que de almacén para sus cosechas de vino y harina.
25. **TALAMANCA DEL JARAMA.** Está en un pequeño cerrete contra el arroyo Valdejudíos. Está restaurado.
26. **TORRE DE MIRABEL.** Torre cilíndrica gótica de defensa de una propiedad particular.
27. **TORRE DE ARROYO MOLINO.** Torre mucho más alta y esbelta que la de Pinto, de la que es coetánea. Su visita exterior es agradable. Hoy está abandonada.
28. **TORRE DE LA ALAMEDA.** El campanario de la Iglesia tiene su base en una torre defensiva. A 33 kilómetros de Madrid.
29. **TORREJÓN DE VELASCO.** Castillo señorial del Conde de

Puñonrostro. Fue un imponente castillo en plena llanura. Con una gran torre del homenaje, cuyos restos actuales aún deja recuerdo de lo que fue. Conserva troneras, puertas, ventanas, en torreones, arcos y murallas, todo deteriorado y con peligro de desprendimiento. Está iluminado por la noche con varios focos. (interior en estado ruinoso). Se llega rápido desde Madrid por la carretera de Toledo, saliendo de la Glorieta Elíptica. Se accede al recinto del castillo por varios metros de valla metálica caída. Está en el centro del pueblo. Parece que había un preacuerdo de venta con su propietario por la CAM; ésta hizo alguna excavación y el dueño se ha echado atrás. El Emperador Carlos I y el Rey Francisco I de Francia pernoctaron en el Castillo en 1526. Del pueblo es el Cardenal (carlista) que con el General Maroto fue el artífice del abrazo de Vergara, del cual hay un retrato en la Iglesia. Hay que visitar la Iglesia cercana que era del siglo XVIII, barroca, siendo destruida en la guerra 36-39, con "una torre doble de alta", (comentario del activo e interesado P. Velasco Esteban, joven, que lleva 3 años en el pueblo) de la actual reconstruida.

30. **TORRELAGUNA.** Sólo queda el resto de las murallas. Y parece que alguna atalaya musulmana, que formaría parte de la línea de atalayas del norte de la provincia, de las que quedarían otras tres en el VELLON, VENTURADA Y EL BERRUECO.
31. **TORRELODONES.** Atalaya circular. Restaurada en la actualidad. Queda a la izquierda de la N-6, a la altura del kilómetro 30.
32. **VELLÓN, EL.** Queda una de las cuatro atalayas de las referidas en Torrelaguna
33. **VENTURADA.** Idem.
34. **VILLAFRANCA DEL CASTILLO.** Pertenece al término municipal de Villanueva de la Cañada. Se entra desde la M-509 por la "Urbanización Villafranca del Castillo". Se puede comer en la zona del centro comercial, en "El Rincón de Jose" el buen marmitaco del cocinero-dueño donostiarra que lleva allí viviendo 20 años. Hay que llegar hasta la Estación de Seguimiento Aeroespacial (AESA), y con un perímetro de la finca bien vallado, desde allí 600 metros de camino de tierra y varios baches; luego se puede

acceder por la puerta de hierro de 1'50 metros, y andando subir a la colina, (300 metros, 2 minutos) mientras se van encontrando piedras caídas del castillo que se va deshaciendo. El Castillo de Villafranca, ofrece todavía la imagen de una fortaleza medieval, entre un entorno campero de encinas y robles. Con su gran torre del homenaje hueca, gruesos muros, con las almenas caídas; algunas dependencias con restos de fogatas; con el aljibe interior hueco, medio relleno de piedras. Vistas estupendas desde sus muros y troneras. Parece estar entre los ríos de Guadarrama y Aulencia, que no se divisan a simple vista. Perteneció a una finca particular bien cuidada. Buen sitio para un Parador Nacional en Madrid.

35. **VILLAREJO DE SALVANÉS.** Pequeño y antiguo castillo cabeza de la encomienda mayor de Castilla. En el siglo XIII las tierras de Villarejo y su entorno quedaron bajo tutela de la Orden de Santiago. Tras construir la Orden el cercano castillo de Fuentidueña del Tajo construyen esta nueva edificación para proteger la encomienda. Nace así una fortaleza de 22 metros de altura, 16 de ancho y con muros de 1'8 metros de espesor. En el s. XVI la Orden aumenta el tamaño de la fortificación. Conserva la Torre del Homenaje en buen estado, siendo una de las más altas de la provincia.
36. **VILLAVICIOSA DE ODÓN.** Quemado durante la revuelta de los Comuneros, luego fue reconstruido por el arquitecto D. Juan de Herrera. En él falleció Fernando VI en 1759. Estuvo preso Godoy, su propio dueño, en 1808. Propiedad hoy del M° del Aire, que tiene allí su Archivo.
37. **VIÑUELAS.** A 4 kilómetros entrando desde la urbanización Soto de Viñuelas. En Tres Cantos. Hoy del BCH. Lo explota Mallorca catering (Tel.91 3-77-11-11, Alicia o Ana dicen cuando se pueda visitar. Se accede desde la Urbanización de Soto de Viñuelas; hay un largo camino solitario; luego se accede a la finca por una gran puerta de hierro, junto a la que hay una casa de guardeses. Luego un largo camino asfaltado, y tras pasar un gran arco como de cuerpo de guardia previo, más otro trecho, se llega al Castillo; sus caballerizas ahora son salones agradables. Su Iglesia en un costado no se puede ver; tiene un templete para música en el exterior; jardín y finca muy bien cuidada. De noche luce muy bien iluminado. De los Duques del Infantado, fue Residencia del Estado Mayor repu-

blicano del General Miaja, durante 1936-39, y luego de Franco desde el 1-1-1939 a 1940, mientras se acondiciona el Palacio de El Pardo.

38. El actual Palacio Real, fue en su origen –como es el caso de otras casas palacio de la Comunidad- un Castillo. Puede ser el primero de los enclaves a visitar de la región.

Posibles rutas de Castillos de la Comunidad de Madrid

A efectos de repercusión económica en los distintos municipios donde están ubicados, las rutas podrían ser seis:

- RUTA 1: Ruta económica o militar del Jarama. Serían 185 km de ida y vuelta, con bonitos paisajes combinando el valle del Jarama y la sierra de Guadarrama.
- RUTA 2. Manzanares, Torrelorones, Viñuelas.
- RUTA 3. Ruta de los castillos del Oeste, con 156 km de recorrido. Con Villafranca y San Martín de V. Situados en las últimas estribaciones de la sierra de Guadarrama formando una unidad económico-geográfica.
- RUTA 4. Ruta de los Castillos del Sur. Pinto, Torrejón de Velasco, Batres, Torre de Arroyo Molino, Catalifa, Villaviciosa. Venían a marcar una frontera económica meridional.
- RUTA 5. Ruta de los Castillos del Tajo y el Tajuña. Importante arteria económica.
- RUTA 6. Ruta de los Castillos del Henares o ruta militar del Henares. Esta vía fue fortificada para dar estabilidad económica y poner en comunicación Aragón con Castilla.

**Características no turísticas
de la oferta patrimonial**

“Las ciudades de playa, los puertos deportivos, las urbanizaciones de vacaciones, fueron creadas con una finalidad esencialmente turística.

En el caso del patrimonio cultural la afluencia de turistas es un fenómeno sobrevenido, no previsto por sus antiguos creadores”

Van den Borg y Gotti

**Fases del aprovechamiento turístico
de los recursos locales**

1. Inventario de recursos
2. Valorización de recursos
3. Creatividad y gestión

Primera Fase

INVENTARIO DE RECURSOS

Identificación de los recursos



Proceso de inventario



LA MATERIA PRIMA

Patrimonio civil, religioso
industrial, agrícola y natural



Identificación de las
actividades potenciales



LAS SENSACIONES



Preselección de los principales recursos

Segunda Fase

VALORIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

UCVE

Unico

El recurso es diferencial en alguna característica

Conocido

Grado de conocimiento por parte del público objetivo.

Valor

Importancia relativa respecto a otros recursos de su misma categoría.

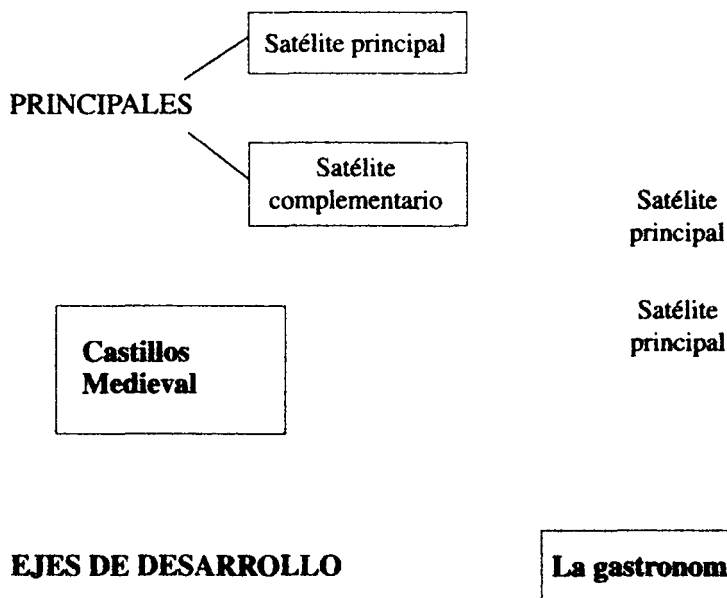
Entorno turístico

Desarrollo de la oferta turística, calidad del entorno y existencia de recursos cercanos.

Clasificación de los recursos

		RECURSOS CON:
PRINCIPALES	Satélite principal	Máxima potencialidad turística Buena potencialidad turística Potencialidad media
	Satélite complementario	Baja potencialidad

Clasificación categorías temáticas



Recursos con capacidad de atracción

POR SÍ SOLOS

NO SON PRODUCTOS TURÍSTICOS



Se han de poner en marcha:

LA CREATIVIDAD Y LA MÁQUINA
DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

Tercera Fase

CREATIVIDAD DE GESTIÓN



Definición del proceso

Esponáneo

Planificación

Factores clave
pero no suficientes

FÓRMULAS
DE GESTIÓN

Mixta, pública
o privada

TEMATIZACIÓN
Y CONCEPTUALIZACIÓN
DE LOS RECURSOS Y
ACTIVIDADES

En turismo el poder de atracción viene condicionado en muchas ocasiones:

- por las **características internas de la capacidad de acogida y animación** del municipio.

Nos encontramos con espacio que no han sido concebidos para su explotación turística y que se encuentran con dificultades para ofrecer una experiencia turística satisfactoria pues, las claves de éxito básicas para una destinación turística pueden fallar en algunos o en varios aspectos:

- Comunicaciones
- Alojamiento
- Restauración
- Comercio
- Servicios al turista
- Hospitalidad de los residentes

- por la **dificultad de llegar al potencial cliente interesado** en los recursos.

- Imagen turística
- Disgregación del sector. Falta de asociacionismo.
- Empresas de pequeñas dimensiones
- Falta de recursos económicos

Factores básicos del éxito

LIDERAZGO: LAS PERSONAS

CAPACIDAD DE SUMAR ESFUERZOS

COLABORADORES CLAVE

- Medios de comunicación
- Universidades
- Administraciones
- Comercializadores
- Personalidades
- Sociedad
- Empresarios