



Deteniéndonos en las cifras proporcionadas para Castilla-La Mancha, son apenas el 0.3% del total en 2018, unos 224.425 turistas, que además se han visto reducidos en casi el 1% respecto a 2017. Una región que resulta ser la tercera en términos de dimensión; sin embargo, es la penúltima en turismo, sólo por delante de La Rioja. Por tanto, se puede concluir que queda un largo camino por recorrer y parece difícil que conduzca a peores datos.

El problema del turismo de interior y cultural es común a todas las regiones carentes de playa, sin embargo, la nuestra es especialmente castigada, y no se trata de razones de oferta turística, pues contamos con casi 800 establecimientos hoteleros, que a pesar de ser de reducida dimensión, su nivel de ocupación medio está en torno al 40% y la pernoctación media en poco más de un día, lo que significa que el turista que nos visita está de paso, generalmente es nacional, con un conocimiento previo de lo que desea visitar, además está bastante motivado a visitar la ciudad de Toledo. Aunque el resto de la región, el valor turístico ofrece también patrimonio, gastronomía, recursos paisajísticos y por supuesto a su mayor intangible: el mundo cervantino y la patria del Quijote.

Digamos que falta trabajo por hacer en política turística regional, contamos ciertamente con cifras apetecibles que a nivel nacional sitúan este sector como el 12% del PIB y el 13% en empleo. Sería pertinente el análisis DAFO de esta situación comentando las diversas circunstancias, tanto en lo referente a las amenazas como a las potencialidades, entre las primeras el clima, las políticas hidrológicas heredadas, o la escasa demografía; pero entre las últimas, la situación, infraestructuras y nuestro regalo de Cervantes. Nos quedamos en esta revisión rápida del problema con la parte positiva del análisis y vamos a analizar algunas de las opciones que han intentado e intentan poner en valor Castilla-La Mancha como destino turístico. Más adelante se expondrá en el Tabla 1 un análisis más detallado.

Entre las diferentes estrategias turísticas propuestas desde las instituciones sobre el intangible cervantino, destacamos a continuación por sus objetivos y trascendencia con el mundo del hidalgo: la “Ruta del Quijote”, desde el gobierno regional, la “Red de Ciudades Cervantinas” desde la Universidad, y “Viajar con Cervantes” fruto del emprendimiento privado de la Hospedería Casa de la Torre.



La Ruta del Quijote, ha sido la gran apuesta del gobierno regional por la novela, soportada en otras experiencias nacionales como la del camino de Santiago, con motivo del cuarto centenario de la obra ponía en valor en 2005 un ambicioso proyecto con 2500 km, muchos de ellos de caminos, con lugares que recuerdan a la novela pero que en muchos casos no sigue los patrones de Cervantes en los viajes del hidalgo, lo que ha propiciado su revisión y críticas en varias ocasiones. Ha sido declarada itinerario cultural europeo por el Consejo de Europa en 2007, junto a otros cuatro en España. No obstante, desde la perspectiva turística carece de un fin u objetivo, salvo el de vista de espacios culturales sin demasiada cohesión, y su gran tamaño sin destino fijado, como se ha dicho, la hacen impracticable como ruta. En este empeño, el gobierno regional nuevamente ha tratado de reconducirla con una división en ruta literaria y turística. Dejo como posible estrategia la de cerrar una serie de lugares para acumular honores y alcanzar en un destino, por etapas, la tan ansiada orden de caballería, siguiendo los patrones del camino de Santiago con la Compostela.

La Red de Ciudades Cervantinas, por su parte, es un proyecto cultural de dimensión mundial referido a Cervantes, pero que dada la naturaleza del intangible tan manchego como uno de sus propósitos que es turístico y económico, al difundir y apoyar las actividades bajo ese espectro de sus ciudades participantes (exposiciones, teatro, didáctica, artes plásticas y música) la hacen merecedora de un breve análisis. El proyecto surge desde la Universidad de Alicante y su Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, poniendo su centro geográfico en Alcalá de Henares, por el momento está presente con 18 ubicaciones entre las que se encuentran cinco ciudades y pueblos de nuestra región: Argamasilla de Alba (Ciudad Real), Ciudad Real, Esquivias, El Toboso (Toledo) y Toledo. En el decálogo sobre su constitución plantea que sea este intangible, Cervantes y el Quijote, el motor de desarrollo de la comunidad que se implique, con reuniones bianuales para mejora de sus actuaciones, la primera tuvo lugar en 2017 en Alcalá de Henares.

Por último en este ordenamiento cronológico, destacamos como recientemente veía la luz una nueva actuación turística desde el emprendimiento privado, también con ambición mundial, al menos europea, y la figura de Cervantes como enlace de todo el proyecto. Nos referimos a “Viajar con Cervantes”, desde la Hospedería Casa de la Torre en El Toboso (Toledo). El proyecto abarca un portal de viaje que sigue la vida del novelista en Europa y África, y de sus obras separadas en hasta cinco temáticas: Vida,



Quijote, Persiles, Parnaso y las Novelas Ejemplares. Sí que cuenta con el incentivo de viaje, aunque algo exigente a nuestro parecer, con una noche gratis por 50 pernoctas, y provee de la comunidad como oportunidad de negocio. Entre los destinos en el momento de escribir estas líneas se ofrecen 49 ciudades, de las que el 70% aproximadamente se sitúan en nuestra región, cuenta con guías turísticas recomendadas y productos con marca propia.

Llegados a este punto ciertamente no se está haciendo poco, ni mal por el Quijote o Cervantes, como mucha gente parece aseverar, pero falla quizá la difusión y el mensaje para llegar a los operadores turísticos y sus infraestructuras que apostaron antaño por el recurso fácil de sol y playa.

En medio de todas estas opciones se baraja una marca propia, que persigue el desarrollo en este caso de una comarca, la de La Mancha, denostada por su esencia rural pero cuyo tiempo parece haber llegado, la vuelta a lo sostenible, cultural y con sentido rural hacen de este espacio geográfico un recurso inagotable. Nos referimos a nuestro proyecto del “Querote”, que engloba la identidad cervantina con la esencia rural y el turismo cultural con el de eventos científicos en que el sosiego de la esfera rural es un activo incuestionable. Dentro del mismo son necesarias apuestas que eliminen las barreras de las distancias, con la logística adecuada, después la oferta de alojamiento y de entretenimiento deben conseguir el resto. Algunos proyectos que han logrado el éxito que sirven de referencia son Almagro o Chinchilla y sus festivales de teatro. Entre las esencias que deben diferenciarla de otras propuestas está lo manchego y rural con tematizaciones que hagan del turista un protagonista de la novela del hidalgo, como la recuperación del pregonero como anunciante físico de los actos, y esto a pesar de ser el proyecto de la comarca, entre los de su tipología, con mayor difusión en redes sociales. (#Querote19).

Tomando en cuenta estas premisas, esta investigación concluye con un análisis DAFO más detallado de esta situación, comentando las diversas circunstancias que implican poner en valor Castilla-La Mancha como destino turístico de interior y orientadas al mundo cervantino, comentado anteriormente.



Tabla 1: DAFO del turismo en Castilla-La Mancha orientado al mundo cervantino

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta oferta complementaria. • Ausencia de sensibilidad y cultura turística. • Baja formación y carencia de recursos humanos formados para apoyar el turismo en la Región • No acondicionamiento. • Falta de iniciativas. • Deficiente promoción de los productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • España país turístico a nivel mundial. • Desarrollo turismo interior y turismo cultural. • Generador de riqueza y conservación. • Turismo desestacionalizador. • Ubicación geográfica muy buena y acorde con el sector.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Inversión ajena. • Falta de planificación adecuada. • Escasa demografía. • Incremento de la competencia en otras Comunidades Autónomas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es el principal sector. • Motivación de los empresarios. • Iniciativas por parte del gobierno local. • Aumento de empleo en la comarca.

Por todo ello, este trabajo se planteó con el objetivo de apoyar al turismo cultural en esta región y generar una marca propia desde la transferencia universitaria: “Querote”, introduciendo así un proyecto económico que puede ayudar de forma significativa, considerándose una valiosa fuente de creación de empleo. Animamos a consultar el Blog del evento en <https://cronistaalfonsoruizcastellanos.blogspot.com/>.

Palabras Clave: *Turismo Cultural, Patrimonio Cultural; Turismo de interior; Quijote*

Clasificación JEL: O18, R58.