



Potencialidades de los recursos del Territorio ADASUR para el Desarrollo Turístico Sostenible

Financiado por:



ADASUR

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA	2
3. DIAGNÓSTICO DE PARTIDA HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE E INTELIGENTE EN LA COMARCA	5
3.1. ELEMENTOS NATURALES	5
3.2. PATRIMONIO CULTURAL	10
3.3. PERFIL DEL VISITANTE Y OFERTA TURÍSTICA	15
3.4. GOBERNANZA TURÍSTICA	17
3.5. ANÁLISIS DAFO DE POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES	23
4. PROCESO DE DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EL MARCO DE LA EDLP DE ADASUR	28
5. HOJA DE RUTA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE E INTELIGENTE EN LA COMARCA	29
5.1. TURISMO DE NATURALEZA	33
5.1.1. Mejora de la Comunicación de los Recursos Naturales existentes en el territorio y su necesidad de conservación:	33
5.1.2. Impulso de un nuevo nicho de empleo relacionado con el turismo de Naturaleza:	35
5.1.3. Conformar una Red de Senderos de Todo el Territorio	36
5.2. TURISMO CULTURAL	37
5.2.1. Puesta en valor de los atractivos turísticos arquitectónicos	38
5.2.2. Puesta en valor de los atractivos turísticos gastronómicos	39
5.2.3. Puesta en valor de los atractivos turísticos etnográficos	40
5.2.4. Mejora de la comunicación al turista de todos los recursos culturales:	42
5.2.5. Turismo inteligente y accesible	43
5.3. GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD	41
BIBLIOGRAFÍA	46

Índice de tablas

Tabla 1. Enfoque de la Sostenibilidad en la Planificación Turística. Fuente: Ideas Medioambientales adaptado de Hall y Page (2002) y Osorio (2006).....	2
Tabla 2. Resumen de las rutas de senderismo que se pueden encontrar en el territorio de ADASUR. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de información del inventario.	9
Tabla 3. Bienes de Interés Cultural dentro del territorio de ADASUR. Fuente: Ideas Medioambientales a partir del Catálogo patrimonial de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y los bienes culturales protegidos del Ministerio de Cultura.	11
Tabla 4. Dimensiones analíticas de gobernanza e indicadores de ARS y leyenda de resultados en gráfico analítico. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de Ledesma González (2023).	18
Tabla 5. Identificación de actores para la conformación de Red de Actores involucrados. Fuente: Ideas Medioambientales.....	19
Tabla 6. Priorización de las medidas relacionadas con el turismo de naturaleza. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.....	30
Tabla 7. Priorización de las medidas relacionadas con el turismo cultural. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.	31
Tabla 8. Priorización de las medidas relacionadas con la gobernanza y la competitividad. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.	31

1. INTRODUCCIÓN

Es un consenso avalado por todos los indicadores a nivel comparado que el fenómeno turístico se reconoce como un poderoso generador de bienestar (tanto económico, como social y cultural). No obstante, su efectividad se ve limitada por la sostenibilidad del modelo, relacionando su éxito con la consecución de equilibrios socioculturales, ambientales y económicos.

Desde este punto de partida, la fase de trabajo que aquí se presenta -guiada por el objetivo común de impulsar y potenciar el turismo sostenible en el territorio ADASUR- se centra en el desarrollo de un diagnóstico del destino y su situación de partida, acompañado de la elaboración de una hoja de ruta, acompañados ambos puntos de dos herramientas de análisis fundamentales: un inventario exhaustivo de los recursos turísticos del territorio y un proceso de participación ciudadana con los actores clave del territorio.

El territorio ADASUR y los 35 municipios que lo integran consideran al sector turístico como una palanca clave del desarrollo rural de su comarca, y en el marco de esta consideración y de la Estrategia de Desarrollo Local Participativa de ADASUR se valora la necesidad de seguir mejorando las prestaciones y potenciando la gran diversidad de recursos turísticos y patrimoniales por medio, en este caso, del conocimiento del estado actual del sector, sus recursos, potencialidades, debilidades, así como de las necesidades y tendencias para avanzar hacia un enfoque de Turismo Sostenible.

El presente diagnóstico y hoja de ruta turística representa una fase crucial dentro del ciclo de planificación, caracterizada por la evaluación exhaustiva de la situación actual del destino ADASUR en el actual periodo temporal en el que nos encontramos. Este proceso es fundamental para la formulación de estrategias y hojas de ruta futuras, al proporcionar un marco para la toma de decisiones informadas. Además, constituye un instrumento esencial para la posterior evaluación del rendimiento y efectividad de los planes, programas o proyectos implementados en el ámbito turístico, sirviendo como punto de partida y cimiento fundamental en el desarrollo de planificación turística.

2. OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Los resultados presentados a continuación se organizan en secciones interconectadas que abordan diversos aspectos del análisis, los cuales se influyen mutuamente. Para llegar a conclusiones significativas en el diagnóstico es imperativo examinar estos aspectos de manera holística. Dichas conclusiones se articulan posteriormente en términos de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), resaltando así los elementos críticos que inciden en la situación evaluada.

Además de tener en cuenta los clásicos enfoques de planificación turística (tradicional, económico, físico-espacial y comunitario), este diagnóstico se sirve principalmente del enfoque de *la sostenibilidad como guía del desarrollo turístico en destinos*¹ marcado por los siguientes puntos de partida metodológico:

Tabla 1. Enfoque de la Sostenibilidad en la Planificación Turística. Fuente: Ideas Medioambientales adaptado de Hall y Page (2002) y Osorio (2006).

Enfoque de la SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA		
Supuestos	Problemas de planificación	Métodos
<ul style="list-style-type: none">· El turismo abarca y está influenciado por aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos.· La planificación del turismo debe integrarse a otros procesos de planificación.· Proyección del patrimonio cultural y natural de los destinos.· Planificación con enfoque holístico y entendida como un proceso en desarrollo	<ul style="list-style-type: none">· Comprender el funcionamiento del Sistema turístico.· Coordinación entre el sector público y privado.· Establecimiento de objetivos claros de desarrollo.· Planificar la actividad para satisfacer las necesidades locales y las necesidades de la demanda y el mercado.	<ul style="list-style-type: none">· Modelos sistémicos de planificación.· Integración de análisis económicos, sociales y ambientales.· Concienciación de la comunidad receptora y del turista.· Definición de políticas de desarrollo.

Por su parte, y relacionado con el enfoque de la sostenibilidad, encontramos la *planificación turística orientada hacia el paradigma de destinos inteligentes* como

¹ Jenkins, Hall y Mkono (2014)

forma de entender el fenómeno turístico desde un enfoque novedoso de gestión, fundamentado en la gobernanza y en el manejo de la información y los datos.

En el siguiente diagnóstico, los enfoques y paradigmas de turismo sostenible e inteligente se encuentran integrados en cada uno de los ítems, categorías y componentes turísticos analizados, siendo ambos enfoques transversales al análisis turístico.

Habiendo delimitado el área de estudio al propio territorio ADASUR (compuesto por los 35 municipios vinculados a la Asociación para el Desarrollo Local), los medios y las técnicas que se han utilizado para la recolección de información son múltiples y basadas en criterios cuantitativos y cualitativos. En una primera fase se ha llevado a cabo una revisión documental y una búsqueda integral de información desde trabajos de gabinete y mediante canales formales e informales. En una segunda fase, que en la práctica ha acompañado toda la elaboración del proceso, se han realizado consultas específicas y concretas al equipo técnico de ADASUR, habiendo supervisado y colaborado por su parte y en todo momento al proceso de elaboración. En una tercera y última fase se han realizado trabajos de campo consistentes en la recogida de información *in situ* mediante la evaluación de los puntos de interés identificados, la observación participante en el territorio de análisis, la elaboración y puesta en circulación de un cuestionario online disponible durante un periodo de 15 días, dirigido a los actores de interés turístico del territorio, así como el desarrollo de una serie de sesiones participativas presenciales (cuya metodología y características se desglosa en el ANEXO I relativo al "Proceso de difusión y participación").²

El análisis del sistema turístico local al que nos referimos para realizar el diagnóstico abarca una diversidad de aspectos, comenzando por la **caracterización del paisaje** tanto natural como urbano; la utilización como herramienta fundamental de trabajo del inventario elaborado para proceder a la clasificación y jerarquización de los **atractivos turísticos** disponibles, con el objetivo de identificar sus potenciales y su relevancia dentro del panorama turístico local; la aproximación a la **oferta turística disponible**, incluyendo puntos de interés, servicios y actividades disponibles para los visitantes; el análisis de la

² El modelo de cuestionario y de dinámicas participativas, así como los datos primarios recopilados pueden consultarse de forma íntegra en el ANEXO I.

infraestructura turística, considerando elementos de accesibilidad, sistemas de transporte y otros servicios necesarios para garantizar una experiencia turística satisfactoria; y la identificación y mapeo de los **actores de interés** relevantes en la actividad turística local, como operadores económicos privados, actores sociales e institucionales y demás organizaciones involucradas en el sector, claves para realizar un acercamiento participativo que identifique la capacidad y actitud de la comunidad receptora hacia el turismo.

Tras el diagnóstico propiamente dicho, seguirá una fase conclusiva de análisis y síntesis de los resultados, determinando la potencialidad turística así como los límites observados, apuntando a las tendencias de turismo sostenible que deben guiar la identificación de productos y la construcción de un modelo de turismo en el territorio, obteniendo claves y recomendaciones que permitan direccionar la posterior planificación y toma de decisiones.

En función de las potencialidades del territorio que se identifiquen, las etapas que sucederán a este diagnóstico deben ir encaminadas a la definición de objetivos de forma participativa con el conjunto de la comunidad receptora y de los actores que ejercen el liderazgo turístico del territorio, a efectos de establecer la planificación y desarrollar las correspondientes líneas de actuación. En todo el proceso de planificación se hará necesario establecer los oportunos mecanismos de seguimiento y evaluación.

3. DIAGNÓSTICO DE PARTIDA HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE E INTELIGENTE EN LA COMARCA

3.1. ELEMENTOS NATURALES

El territorio ADASUR se encuentra enclavado en la alcarria sur de Guadalajara, cuyo paisaje presenta una belleza natural que supone en sí misma un reclamo turístico de aquellas personas que buscan la tranquilidad de sus páramos y la belleza de sus ríos, intercalándose pequeños montes con extensiones de aromáticas como el tomillo, la jara o el espliego que envuelven la visita en un aroma típico.

Además del paisaje propio alcarreño, el territorio ADASUR cuenta con espacios naturales protegidos y zonas de Red Natura que aumentan el valor turístico de los recursos naturales:

- **La sierra de Altomira:**

Es el espacio natural más importante de la zona ubicado al este del territorio ADASUR, forma parte de las sierras más occidentales del Sistema Ibérico. Está cubierta por bosques y matorrales mediterráneos, destacando los pinares naturales de pino carrasco (*Pinus halepensis*) con matorrales de sabina negral y romerales termófilos que suponen un claro contraste con la vegetación predominante en la Alcarria. Este espacio natural conforma un recurso turístico perfecto para la realización de ecoturismo y actividades al aire libre como rutas de senderismo, actividades de turismo activo en el río Tajo o turismo ornitológico. Afecta a varios municipios de ADASUR: Albalate de Zorita, Almoguera, Almonacid de Zorita, Illana, Pastrana, Sayatón, Yebra y Zorita de los Canes. Todos ellos cuentan con rutas de senderismo bien señalizadas, pasando el GR 113 en sus etapas 14, 15 y 16.

- **Estepas cerealistas de la Campiña**

Corresponde con la ZEPA de estepas cerealísticas del Jarama y Henares, que dan lugar al paisaje agrario más representativo del territorio español y que está

consistido principalmente por cultivos de cereales (trigo y cebada en la mayoría de los casos), así como sus barbechos asociados. Es un paisaje abierto con pocos árboles o arbustos desarrollados y, aunque parecen agrosistemas simples, albergan una valiosa biodiversidad, destacando las aves esteparias como el sisón, la ortega o la avutarda entre otros, lo que lo convierte en un destino turístico para los amantes de la ornitología.

La escasez de empresas ligadas a esta actividad hace que este recurso sea poco conocido y por tanto poco aprovechado a pesar de su incalculable valor. Aún así, los amantes de la ornitología y del senderismo pueden disfrutar de este paisaje y su diversidad a través de la ruta "Camino de la Dehesa" en el municipio de Cabanillas del Campo.

- **Cerros Margosos de Pastrana y Yebra:**

Esta microrreserva está ubicada en la Sierra de Altomira, entre la confluencia del arroyo Arles y el de Val con el río Tajo en los términos municipales de Yebra y Pastrana. Se caracteriza por sus terrenos ricos en materiales calizos, margas yesíferas, yesos y arcillas que albergan un hábitat exclusivo de *Limonium erectum*, especie amenazada y de *Gypsophila bemejoi*. Su singular belleza paisajística proporciona una oportunidad para el turismo geológico y de conservación a través de acciones educativas o por paneles informativos.

- **Reserva fluvial Sotos del Río Tajo:**

Ubicada en la Sierra de Altomira, cuenta con un buen estado de conservación, por lo que ofrece una oportunidad para el desarrollo de observación de aves y actividades acuáticas que permitan preservar la calidad del agua y las áreas ribereñas para proteger su hábitat propio.

Los senderos en el territorio ADASUR:

Uno de los principales recursos de los que se dispone en el territorio para el disfrute del turismo de la naturaleza es su red de senderos, los cuales se encuentran repartidos por todo el territorio ADASUR, aunque de manera irregular en alguno de los casos.

La dotación de senderos señalizados en los espacios naturales favorece el acercamiento de los turistas a estos entornos. Bien es sabido que un sendero supone un gran atractivo turístico de naturaleza, al tiempo que puede ser un reflejo

de la historia, formas de vida y sistemas de comunicación de la población, que permite mantener vivos los pueblos por los que pasa.

Una buena señalización y mantenimiento de los recorridos permite un mejor comportamiento y una mayor afluencia de los turistas, por ello resulta fundamental que exista una uniformidad en este sentido en todos los senderos de la comarca.

Actualmente existen diferentes webs divulgativas de los senderos en la provincia de Guadalajara, como puede ser "[caminos de Guadalajara](#)" o "[senderismo Guadalajara](#)" que permite al turista poder planificar su viaje, pero no se ha encontrado una información concreta y unificada del territorio de ADASUR, en la que se puedan identificar todos los senderos de la comarca.

Entre las principales rutas de senderismo de la comarca destacan el GR-113, la Vía Verde del Tajuña además de múltiples rutas de senderismo locales repartidas por todo el territorio.

En el caso del GR-113, se caracteriza por tener una correcta señalización a su paso por el territorio de ADASUR pero, a diferencia de las zonas más altas del río Tajo, no existe un itinerario interpretativo que ayude al visitante a conocer mejor el paisaje y la biodiversidad que alberga.

Por su parte, el antiguo trazado del tren de Arganda que conforma hoy la vía verde como la de El Tajuña, supone un factor de atracción y diferenciación del destino turístico, reutilizando el antiguo trazado e infraestructuras ferroviaria que permite disfrutar del senderismo y cicloturismo al tiempo de poner en valor el patrimonio histórico- cultural que representan los trazados ferroviarios en desuso. Esta ruta está bien señalizada desde la comunidad de Madrid hasta Pozo de Almoguera, pasando por Ambita y Mondéjar pero la vía continúa por el territorio ADASUR hasta el municipio de Yebra, tramo en un estado de abandono importante, por lo que resulta difícil transitarlo.

Turismo acuático:

Otro de los atractivos de turismo natural son los espacios que permite llevar a cabo actividades en el río, como las desarrolladas en el río Tajo que pueden ir desde descenso en Kayak o padel Surf en los alrededores de Zorita de los Canes y en la Playa de Bolarque (embalse de Bolarque). Actualmente existe una empresa local que desarrolla este tipo de actividades ([Más que Aventura](#)), pero atrae a muchos

más turistas amantes de los deportes acuáticos a través de empresas de otros territorios, sobre las que no existe un control ni una regulación. Este hecho podría provocar que, en época estival, se produjese una gran presión sobre los recursos acuáticos de la comarca

El emprendimiento y la formación en este tipo de actividades permitirían el desarrollo de un producto que pueda ofrecer al visitante actividades en el entorno como paseos, piragüismo, kayak, padel surf entre otras.

Turismo ornitológico:

Como se ha comentado anteriormente, todo el territorio ADASUR cuenta con altos valores naturales lo que le permite tener gran potencial de turismo ornitológico gracias a su variada diversidad de paisajes que albergan desde especies esteparias en la zona de la campiña, especies acuáticas en las zonas de los ríos y embalses. Este es un recurso que actualmente no está explotado en el territorio y que puede suponer una oportunidad para la diversificación de la oferta turística, conformando un producto turístico de gran interés a que puede atraer a los amantes de la naturaleza de, además de querer ver aves y sus hábitos, ansían poder entender su interrelación con el medio que les rodea, con el ser humano y con el aprovechamiento que éste hace de los recursos naturales.

Para el desarrollo de esta actividad se hace fundamental que se establezcan en el territorio empresas especializadas y con formación suficiente tanto en las actividades que se van a realizar como en el gran valor natural de los ecosistemas, guías de senderos, paneles informativos y de sensibilización etc., de manera que se pueda facilitar al visitante su planificación a la hora de escoger este destino.

Turismo Activo:

Otra de las actividades que se desarrollan en la zona es la escalada, deporte cada vez más practicado por jóvenes que les gusta hacer turismo de naturaleza, deportivo y gastronómico. El Barranco del fin del mundo constituye el recurso que puede permitir el desarrollo de esta actividad, pero que actualmente no cuenta con una regulación y vigilancia, por lo que puede verse amenazado por una sobreexplotación.

En resumen, el territorio ADASUR presenta un gran valor turístico de naturaleza, el cuál debe ser gestionado de manera sostenible con un enfoque integral que garantice la conservación del medio ambiente, a través de la participación de los

agentes del territorio y del fomento de prácticas turísticas respetuosas. Así mismo, resulta imprescindible que la ciudadanía de la comarca sea conocedora y valedora de todos sus recursos turísticos naturales, con el objeto de poder conservarlos y aprovecharlos de forma sostenible.

Tabla 2. Resumen de las rutas de senderismo que se pueden encontrar en el territorio de ADASUR.
Fuente: Ideas Medioambientales a partir de información del inventario.

Municipio	Nombre de la ruta
Albalate de Zorita	Ruta Cerro del Poste
Albalate de Zorita	Ruta Miravalles
Albalate de Zorita	Ruta de la Vega
Albalate de Zorita	Ruta Cerro de la Ermita
Albares	Ruta de las Ermitas
Alhóndiga	Ruta El Camino de la Virgen Del Saz (SVA-06)
Almoguera	GR 113 - Etapa 16: Almoguera a Estremera (Madrid)
Almoguera	GR 113 - Etapa 16: Almoguera a Estremera (Madrid)
Almonacid de Zorita	Ruta El Camino de Zorita
Alovera	Ruta verde
Alovera	Ruta roja
Alovera	Ruta azul
Cabanillas del Campo	Ruta Camino de la Dehesa
Cabanillas del Campo	Ruta Bordeando Cabanillas
Cabanillas del Campo	Ruta del Regadío
Chiloeches	Ruta del mirador de Peñalba
Chiloeches	Ruta al cerro del Castillo de Chiloeches
Chiloeches	Ruta de Chiloeches al Poblado de Villaflores
Fuenteleucina	Ruta las Pozas de Manolete
Fuenteleucina	Ruta Carraguadalajara
Fuenteleucina	Ruta El camino de la Vega
Horche	Ruta la Fuensanta
Horche	Ruta La Vega del Ungría
Horche	Ruta Subida al Picuzo
Horche	Ruta ¿Qué es la Alcarria?
Horche	Ruta de Bodegas
Illana	Ruta de la Mora encantada
Mondéjar	Vía verde Mondéjar Entrepeñas
Mondéjar	Ruta Mondéjar Pastrana
Mondéjar	Ruta Mondéjar Fuente Novilla
Mondéjar	Ruta Carazo, La Espartosa y Peñalba
Mondéjar	Ruta nacimientos de agua
Mondéjar	Rutas Arqueológicas
Moratilla de los Meleros	Ruta el Camino de Fuenteleucina

Pastrana	Ruta del Calvaro
Pastrana	Ruta ermita de San Agustín
Pastrana	Ruta de las Eras
Pastrana	Ruta Corazón de Jesús
Pastrana	Ruta Convento del Carmen
Pastrana	Ruta San Blas
Pastrana	Ruta Madroñal
Pastrana	Ruta Monte Cortijos
Pastrana	Ruta La Horquilla
Pastrana	Ruta Pastrana Guadalajara
Revera	Ruta 3 pueblos de la Alcarria: Revera, Moratilla y Fuentelencina
Revera	Ruta Revera - Sendero del Arroyo - Camino de Fuente de la Teja
Sayatón	GR 113 - Etapa 13: Sacedón a Sayatón
Sayatón	GR 113 - Etapa 13: Sacedón a Sayatón
Sayatón	GR 113 - Etapa 14: Sayatón a Zorita de los Canes
Sayatón	GR 113 - Etapa 14: Sayatón a Zorita de los Canes
Yebra	Ruta de Yebra a Pozo de Almoguera
Yebra	Ruta del Telégrafo al Pinarejo
Zorita de los Canes	GR 113 - Etapa 15: Zorita de los Canes a Almoguera
Zorita de los Canes	GR 113 - Etapa 15: Zorita de los Canes a Almoguera

3.2. PATRIMONIO CULTURAL

El territorio ADASUR cuenta con una gran herencia propia del pasado que puede ser disfrutada por locales y turistas que llegan a esta comarca. Sus pueblos con casas tradicionales de piedra y adobe, sus excepcionales palacios como el Palacio Ducal de Pastrana, sus imponentes castillos como el de Sayatón de Anguix o el de Zorita de los Canes, así como iglesias y ermitas muchas de ellas declaradas de Bien de Interés Cultural, o los molinos de agua como la noria de Pozo de Guadalajara o lavaderos públicos como el de Alhóndiga, Horce o Valdeconcha, sin olvidar los yacimientos arqueológicos como Recópolis, el Cerro de la Virgen de la Muela o la Ciudad de Caraca, son ejemplos tangibles de la historia y la forma de vida de la comarca a lo largo del tiempo.

Todo este patrimonio arquitectónico, unido al patrimonio natural y a la gran riqueza gastronómica con sus productos con denominación de origen como el Vino de Modéjar o la miel y el aceite de la Alcarria, completan la oferta turística que hacen de la comarca ADASUR un territorio con un gran potencial para el desarrollo turístico en su conjunto, a escasos kilómetros de la comunidad de Madrid.

Patrimonio Arquitectónico:

Como ya se ha comentado, se pueden encontrar buenos ejemplos de recursos turísticos arquitectónicos en todos y cada uno de los municipios que conforman la comarca de la Alcarria Sur de Guadalajara, aunque su puesta en valor a lo largo del territorio es irregular.

Un buen ejemplo de desarrollo y valorización de los recursos turísticos culturales es la villa de Pastrana, la cuál, además de estar declarada como Bien de Interés Cultural, tiene la mención de uno de “Los pueblos más bonitos de España”, lo que provoca que sea un destino elegido por muchos turistas.

Pero esta puesta en valor de los recursos culturales no es igualitaria en todo el territorio. Provocado principalmente por la falta de recursos económicos de ayuntamientos pequeños y la falta de conocimiento y reconocimiento de la población local, no se lleva a cabo un adecuado mantenimiento de este patrimonio histórico lo que puede provocar que muchos de los municipios de la Alcarria Sur de Guadalajara pasen desapercibidos por el turista, al tiempo que dicho patrimonio se deteriora con el paso del tiempo.

El conocimiento por parte de la ciudadanía local, la puesta en valor de los recursos culturales, la formación de los agentes turísticos que operan en la comarca (entre los que se encuentran incluidas empresas privadas de alojamiento o restauración) es fundamental para poder ofrecer un producto turístico de calidad y acorde a las necesidades de las personas que visitan el territorio.

Bienes de Interés Cultural (BIC):

Como ya se ha comentado, el territorio cuenta con un gran potencial arquitectónico, habiéndose declarado en la comarca veinte inmuebles de Interés Cultural, distinción otorgada a determinados elementos patrimoniales que resaltan por su valor cultural, histórico o artístico, proporcionándoles una protección legal para su preservación y mantenimiento a lo largo del tiempo. De esta manera, se contribuye a la promoción y valorización del patrimonio, tanto a nivel local, como nacional e internacional.

Tabla 3. Bienes de Interés Cultural dentro del territorio de ADASUR. Fuente: Ideas Medioambientales a partir del Catálogo patrimonial de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y los bienes culturales protegidos del Ministerio de Cultura.

Municipio	Nombre	Categoría	Figura de Protección
Albalate de Zorita	Iglesia de San Andrés	Monumento	BIC
Driebes	Yacimiento Arqueológico del Cerro de la Virgen de la Muela	Zona arqueológica	BIC
Fuentelelcina	Ayuntamiento de Fuentelelcina	Monumento	BIC
Fuentelelcina	Fuente de Abajo	Monumento	BIC
Fuentelelcina	Iglesia de La Asunción	Monumento	BIC
Fuente Novilla	Picota de Fuente Novilla	Monumento	BIC
Hontoba	Iglesia de San Pedro Apóstol	Monumento	BIC
Illana	Palacio de Los Goyeneche	Monumento	BIC
Mondéjar	Ermida de San Sebastián	Monumento	BIC
Mondéjar	Iglesia Parroquial Santa María Magdalena	Monumento	BIC
Mondéjar	Ruinas del Convento de San Antonio	Monumento	BIC
Moratilla de los Meleros	Picota de Moratilla de los Meleros	Monumento	BIC
Pastrana	Colegiata de Nuestra Señora de La Asunción	Monumento	BIC
Pastrana	Conjunto Histórico	Conjunto histórico	BIC
Pastrana	Palacio Ducal	Monumento	BIC
Pioz	Castillo de Pioz	Monumento	BIC
Sayatón	Castillo de Sayatón Anguix	Monumento	BIC
Yebes	Refugio Antiaéreo de La Posición Saldón en Alcohete	Monumento	BIC
Zorita de los Canes	Castillo de Zorita de los Canes	Monumento	BIC
Zorita de los Canes	Recópolis (Parque Arqueológico)	Zona arqueológica	BIC

Museos:

Para aquellos interesados en explorar más a fondo la historia y el patrimonio de la Alcarria Sur, los municipios de ADASUR cuentan con una variedad de museos que ofrecen una experiencia única para quienes desean conocer la historia local. Estos museos son: museo de Bolarque en el Poblado de Bolarque (Almonacid de Zorita), museo etnográfico de Horche, la Casa-Museo de Illana, museo parroquial Mendocino en Mondéjar, el Museo de los Tapices en la Colegiata de Pastrana, el Museo del Embudo en Sayatón o el Centro CeLa (Almonacid de Zorita). En Pastrana, los visitantes también pueden disfrutar de visitas guiadas por varios de sus museos y monumentos emblemáticos, como el Palacio Ducal y el Museo de los Tapices.

Recursos Etnográficos:

En la comarca de la Alcarria Sur de Guadalajara existe una abundante riqueza de tradiciones, costumbres, vestimenta, música, danzas y celebraciones que reflejan el modo de vida de sus municipios a lo largo del tiempo.

Ejemplo de ello son las numerosas fiestas y eventos tradicionales que tienen algún tipo de declaración como las Botargas, declaradas Bien Inmaterial de Interés Comunitario y celebradas en los municipios de Albalate de Zorita, Cabanillas del Campo y Mazuecos, en los que unos misteriosos personajes ancestrales enmascarados y vestidos de coloridos y vistosos atuendos desfilan por estos municipios durante las festividades. O fiestas y eventos declarados de interés turístico bien a nivel provincial, como la Pasión Viviente y Fiestas de San Blas de Albalate de Zorita, las hogueras de la Purísima de Almonacid de Zorita, las fiestas del Stmo Cristo del Calvario de Mondéjar o el Festival Ducal y los Mayos de Pastrana, a nivel regional como las Fiestas de Ntra Sñra de la Paz en Mazuecos, o internacional como la Feria Apícola de Pastrana.

Así mismo, están muy arraigados oficios tradicionales en los que se trabaja la cerámica, la madera, el mimbre, el esparto y el metal para la fabricación de vajillas, muebles, cestas o piezas decorativas como cerámicas, bordados y trabajos en cuero, todo ello productos muy apreciados por su calidad y por su valor cultural y tradicional que pueden ser apreciados en el Museo Etnográfico de Horche, el cuál cuenta que maestros artesanos que transmiten sus conocimientos a las nuevas generaciones a través de diversos talleres.

En conclusión, los recursos etnográficos no solo son testimonios vivientes de la historia y la cultura de una región, sino que también desempeñan un papel crucial en la promoción del turismo y la preservación de la identidad local. En la comarca de ADASUR, las celebraciones tradicionales y eventos culturales ofrecen a los visitantes la oportunidad de sumergirse en la cultura local, atrayendo la atención a nivel provincial, regional e internacional. Además, la rica tradición artesanal de la zona, representada en una variedad de productos elaborados a mano, no solo enriquece la experiencia del turista, sino que también contribuye al sustento económico de la comunidad y al fortalecimiento de su patrimonio cultural. A través de la preservación y promoción de estos recursos, se garantiza el legado cultural para las generaciones futuras, asegurando que la identidad única de la Alcarria Sur perdure en el tiempo.

Recursos Gastronómicos:

La zona de la Alcarria Sur también es conocida por su gastronomía con platos tradicionales como el cordero asado, el cocido alcarreño, las migas, el queso de oveja, embutidos, conservas o los dulces típicos de la zona, elaborados todos con ingredientes locales de alta calidad y siguiendo métodos tradicionales, lo que les confiere un sabor auténtico y característico de la región. Los visitantes pueden degustar estos manjares en los numerosos locales de distribución, restaurantes y bares, así como participar en eventos gastronómicos y ferias de productos locales.

De estas elaboraciones se pueden destacar sus tres denominaciones de origen que son:

Miel de la Alcarria: se caracteriza por ser exclusivamente de néctar floral y su consistencia puede ser fluida, viscosa o cristalizada, además, su aroma recuerda el origen floral del que proviene, las plantas aromáticas silvestres. La miel que lleva el símbolo de la Denominación de Origen Protegida Miel de La Alcarria tiene asegurado su origen y máxima calidad por el Consejo Regulador.

La Feria Apícola en Pastrana o las Jornadas de la Miel en Renera son eventos excelentes para degustar esta variedad de miel y poner en valor el producto.

Aceite de la Alcarria: los aceites de esta variedad son frutados y aromáticos, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano, a veces con sabor picante en boca. El color predominante es verde limón, más o menos intenso, dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez de la aceituna.

Vinos de denominación de origen Mondéjar: Este tipo de vinos son aromáticos, frescos de grata acidez, con un alto contenido en alcoholes superiores y tonos levemente anisados, destacan los vinos blancos de las variedades Malvar y Torrontés.

En resumen, los recursos gastronómicos de la comarca de ADASUR no solo son una expresión culinaria, sino también un reflejo de la identidad y la cultura arraigada en la región. Estos productos, elaborados con ingredientes locales de alta calidad y técnicas tradicionales, no solo satisfacen el paladar, sino que también promueven el turismo gastronómico y el apoyo a la economía local, sumergiendo a los visitantes en una experiencia inolvidable y un mayor aprecio por la tradición y el sabor de la región.

3.3. PERFIL DEL VISITANTE Y OFERTA TURÍSTICA

El **visitante/turista** es el elemento dinámico que compone el sistema turístico. Su función económica es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas, al tiempo que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. Sin embargo, el visitante tiene afecciones (positivas y/o negativas) en relación a la cultura y el medioambiente del territorio. Este elemento dinámico como es el turista, se pone en relación con los elementos económicos anteriormente examinados, a través de los **elementos geográficos del sistema turístico**: espacio emisor, ruta o espacio de tránsito y espacio receptor; así como con los subelementos de tendencias de consumo y comportamiento de cada visitante.

El territorio ADASUR no dispone de **mecanismos y sensores cognitivos generalizados y establecidos para recopilar la información** fundamental relacionada con los visitantes que llegan a cada uno de los territorios, la cual permitiría construir un perfil fidedigno del visitante real, así como realizar una prospectiva del visitante potencial ligado al futuro modelo de turismo de la comarca.

Un mecanismo comarcal para la sensorización cognitiva de la llegada de visitantes debería incluir instrumentos de medición de recepción de visitantes mediante técnicas formales e informales de recopilación de datos, cuyo éxito pasará por la involucración de los actores públicos y privados del territorio, con el objetivo de recopilar la siguiente información:

- N° de viajeros y visitantes
- Temporada de llegada
- Temporalidad o duración de su visita
- Lugar de procedencia
- Forma de viaje (independiente, con operadores de viaje, etc)
- Medios de transporte utilizados
- Lugares de destino y atractivos turísticos que motivan la visitar
- Gasto promedio

Por su parte, la **industria productora de oferta** es el elemento económico del sistema turístico, el cual busca atraer y mantener a la demanda. La oferta de productos y servicios del sistema turístico incluye, tanto los servicios turísticos propiamente dichos (alojamientos turísticos, restauración, tiendas de recuerdos

dirigidas a visitantes, servicios de experiencias turísticas, etc) como todas aquellas industrias y actividades económicas que potencialmente pueden suponer un atractivo y una palanca para el turismo (sector agroalimentario vinculado a las Denominaciones de Origen, resto de economía y actividades locales con potencialidad, etc). La conformación de una oferta turística, relacionada con el ecosistema turístico, se fundamenta en diferentes “productos turísticos” que en el caso de ADASUR están escasamente desarrollados.

A efectos de poder construir tanto productos turísticos, como **conformar y hacer reconocible una “imagen-marca” del territorio turístico de ADASUR**, se debe alinear con los datos recopilados de la sensorización del turista real y potencial, así como partiendo del propio conocimiento de los atractivos y recursos turísticos existentes.

En relación al perfil arquetípico de turista rural en la zona de la Alcarria Sur, cruzando la información cualitativa extraída de las observaciones participantes de este estudio y completada con los diferentes datos desagregados de las fuentes abiertas y estudios de mercado realizados³, podemos determinar las siguientes observaciones clave:

- La **tendencia al alza del turismo rural** presenta un crecimiento anual medio entre el 3% y el 5% desde 2020, recuperando gradualmente los niveles pre-pandemia. Esta forma de viajar es altamente apreciada en comparación con otras modalidades turísticas más masificadas y estandarizadas.
- El **gasto medio** en alojamiento rural se sitúa en torno a los 55€ (persona/noche), habiéndose duplicado en los últimos 5 años.
- El turismo rural, a pesar de concentrarse en su mayoría entre los meses de junio y septiembre, es **menos estacional** que otro tipo de formatos turísticos.
- Se observa un incremento exponencial de consumidores que consideran sus estancias de turismo rural como sus **principales vacaciones del año** (llegando a un 60% de los usuarios) por encima de los que la entienden como una práctica puntual o de “escapada”, con lo que ello implica para la mayor inversión de tiempo y presupuesto.
- Respecto al perfil de viajero rural, los datos apuntan a una **mujer con edad de entre 40 y 64 años**. Otro perfil interesante y atractivo del turismo rural son

³ Informes anuales del Observatorio del Turismo Rural. CETT-Universidad de Barcelona.

los hombres de entre 50 y 64 años, y los seniors mayores de 65. El peso de la mujer se revela aun más por tener un rol generalizado de “organizadora” de la escapada rural.

- Los perfiles juniors tanto masculinos como femeninos van en aumento, pero todavía representan un menor peso en el consumo de turismo rural y están ligados a la posibilidad de alargar sus estancias vacacionales a través del teletrabajo (lo que otorga una importancia crucial a la **conectividad de los destinos**).
- Respecto a la procedencia del turista rural, este es principalmente urbano y viene de las CC.AA de Madrid (23%), Cataluña (17%), Comunidad Valenciana (12%) y Andalucía (11%). El modelo de ADASUR tiene como ventana de oportunidad la buena situación geográfica, cercana y bien conectada espacialmente al **principal núcleo exportador de visitantes rurales** (100 km de distancia y una hora y media de trayecto en coche desde Madrid capital).
- La **decisión del viajero rural** suele ser más espontánea que planificada (lo cual otorga mucha importancia a la publicidad que elaboran los destinos), y suele nacer principalmente a raíz de conversaciones con amigos y contenido inspiracional en redes sociales.
- **Ecoturismo y sostenibilidad** son elementos clave para entender a los viajeros rurales, los cuales en su amplia mayoría consideran y valoran esta práctica como una actividad sostenible, siendo las principales motivaciones percibidas el contacto con la naturaleza y la desconexión respecto a la rutina, aparejadas a la oferta gastronómica, la cultura y la aventura.
- El turismo rural en la mayor parte de destinos ADASUR se concentra en los **finés de semana**, así como en las primeras semanas de verano, la semana santa y los periodos no lectivos y/o laborables.

3.4. GOBERNANZA TURÍSTICA

Dentro del sistema turístico objeto de análisis, se ha de examinar el estado en el que se encuentra la **gobernanza** en el territorio ADASUR, entendiéndola como el *subsistema regulador encargado de la toma de decisiones en sentido amplio, e*

integrado por instituciones públicas, operadores privados y actores de la sociedad civil⁴.

La gobernanza turística del territorio se ha de medir mediante la observancia del estado en el que se encuentran las **estrategias de cooperación entre actores**, marcadas por la construcción de compromisos, el mantenimiento de la confianza y las efectivas dinámicas de negociación.

Tabla 4. Dimensiones analíticas de gobernanza e indicadores de ARS y leyenda de resultados en gráfico analítico. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de Ledesma González (2023).

Dimensiones analíticas	Indicadores de ARS	Leyenda de resultados	
Distribución del poder	Centralidad	Tipo de actor	Actores institucionales 
	Intermediación		Actores privados empresariales 
Orientación al consenso	Densidad		Actores asociativos y Sociedad civil 
	Intensidad relacional	Tipo de relaciones	Estables 
Participación	Centralización		Intermitentes y/o inexistentes 
	Tamaño		

Las dimensiones analíticas de gobernanza, orientadas a generar conocimiento en torno a la red de actores, incorporan los indicadores de ARS (Análisis de Redes Sociales)⁵ que se muestran en la anterior tabla.

En este sentido, los trabajos de campo y las jornadas de participación y observación aparejadas a este diagnóstico, apuntan a la siguiente Red de Actores identificada mediante la participación activa en el transcurso del proyecto.

⁴ La definición de Gobernanza (de elaboración propia) y las variables y categorías de análisis de este apartado se derivan y construyen a partir de los trabajos de Velasco Gonzalez (2008; 2013) y Ledesma y Simancas (2020).

⁵ El Análisis de Redes Sociales (ARS) ha crecido en popularidad en multitud de áreas de estudios como son las propias ciencias sociales, la física, la epidemiología o la biología. El ARS permite centrar el foco sobre las relaciones que existen entre diferentes entidades que constituyen un sistema, pudiendo expresar un ambiente social con el uso de patrones y regularidades de relaciones establecidas entre los actores que lo conforman (Wasserman y Faust, 1994).

Además del siguiente listado de actores cartografiados, han participado a título individual siete personas sin adscripción organizativa, una persona “jubilada” particular y tres personas del sector de la educación.

La siguiente identificación de actores no completa el total de actores reales que, de facto o potencialmente, forman parte de la Red de Actores involucrados en la gobernanza turística del territorio ADASUR, sin embargo, este listado permite medir el pulso de los actores actualmente activos y más involucrados, trasladando conclusiones en sí misma valiosas para la valoración de la gobernanza del territorio.

Tabla 5. Identificación de actores para la conformación de Red de Actores involucrados. Fuente: Ideas Medioambientales.

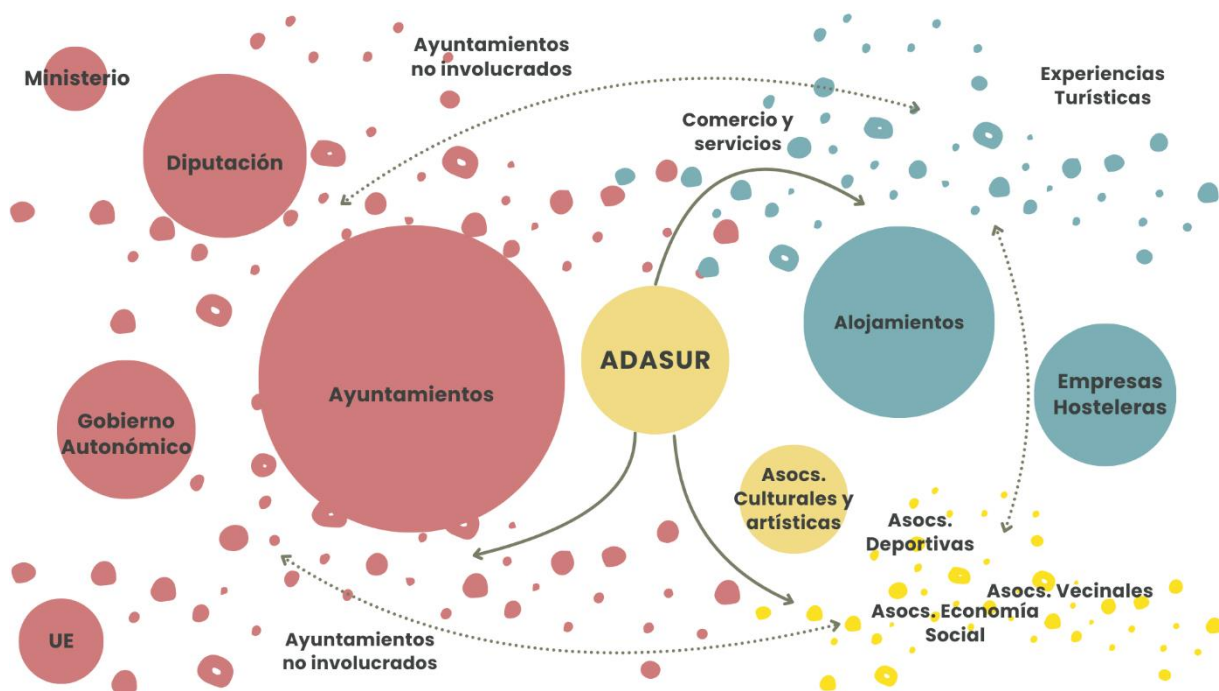
Red de Actores involucrados
Aceites Getino López S.L. (Mondejar)
ADASUR
Apartamentos Vegas de la Alcarria (Horche)
Asoc. de Mujeres de Aranzueque (Aranzueque)
Asociación de Vecinos “Tu Valdeluz” (Valdeluz, Yebes)
Asociación Mariposas Baby (Driebes)
Ayuntamiento de Albalate de Zorita
Ayuntamiento de Almoguera
Ayuntamiento de Almonacid de Zorita
Ayuntamiento de Alovera
Ayuntamiento de Aranzueque
Ayuntamiento de Driebes
Ayuntamiento de Escariche
Ayuntamiento de Mondéjar
Ayuntamiento de Pastrana
Ayuntamiento de Pioz
Bodegas Mariscal (Mondejar)
Casa rural El Apriscoa (Hueva)
Casa rural El Molino de Los Secretos (Almoguera)
Casa rural Rincones de Albares (Albares)
Casa rural Villa Antares (Reñera)
Delegaciones - Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha
Diputación de Guadalajara
El Rincón de la ESPE (Albalate de Zorita)
Estación de Servicios (Yebra)
Fundación COPRODELI (Pastrana y otros)

Gestor Social Naturgy Castilla-La Mancha (Zona Proyectos Energía Renovable Zorita)
Hermanad Ntra. Srade los Desamparados (Albalate de Zorita)
Hostelería Baldominos (Zorita de los Canes)
LAU BILLUM (Mondéjar)
Oficina de Turismo (Mondéjar)
Oficina de Turismo de la Mancomunidad de Villas Alcarreñas (Horche)
Oficina Municipal de Turismo (Pastrana)
Pastelería Eboli (Pastrana)
Pinanson S.L. (Mondéjar)
Promociones Agrarias del Tajo, S.A. (Almoguera)
Trabajador Autónomo (Armuña de Tajuña)
Trabajadora Autónoma (Almudayna)
Tres Tristes Trigres Teatro (Guadalajara)

En relación a los territorios más representados en la Red de Actores, como se puede observar, sobresalen por su **preponderante incidencia** en esta identificación los municipios de Mondéjar, Horche y Pastrana. La contraparte se encuentra en los siguientes municipios que no han participado en las dinámicas de este proyecto ni si quiera a nivel institucional: Alhondiga, Cabanillas del Campo, Chiloeches, Escopete, Fuentelencina, Fuentelviejo, Fuentenovilla, Hontoba, Illana, Loranca de Tajuña, Mazuecos, Moratilla de los Meleros, Pozo de Almoguera, Pozo de Guadalajara, Sayatón, Valdarachas y Valdeconcha.

En un acercamiento a las dinámicas participativas para diagnosticar el estado en el que se encuentra la gobernanza y la red de actores turísticos del territorio, se pueden extraer los resultados, apoyados en la siguiente representación espacial (basada en los indicadores ARS):

Figura 1. Análisis de la Red de Gobernanza Turística en el territorio ADASUR. Fuente: Ideas Medioambientales.



Respecto a los **actores institucionales**, los Ayuntamientos son los actores más relevantes involucrados o percibidos como fundamentales para potenciar el turismo en la comarca, seguidos de la Diputación provincial y del gobierno autonómico (precisamente, las administraciones más cercanas espacialmente a la ciudadanía). Las relaciones percibidas con actores institucionales son inexistentes o se basan en vínculos intermitentes.

En relación con los **actores privados** económicos y empresariales, destaca la percepción mayoritaria de que “no hay actores de relevancia en esta categoría”, seguida de las empresas de alojamiento y de hostelería como las más sobresaliente en este sentido. Las relaciones con actores económicos y empresariales son igualmente inexistentes o se basan en vínculos intermitentes.

En cuanto a los **actores asociativos y de la sociedad civil**, ADASUR es el agente que mayoritariamente se percibe como fundamental e involucrado en el desarrollo del turismo en el territorio. También se valora muy positivamente a las asociaciones culturales y artísticas del territorio. En cuanto al relacionamiento, frente a los otros dos grupos de actores, estas se perciben como estables y en otros casos intermitentes.

En los últimos 4 años, los **espacios, mecanismos y sistemas de trabajo** en los que los actores se han relacionado con otros actores por motivos relacionados con el desarrollo turístico han sido, principalmente, reuniones para la organización de festividades locales, en el caso de producirse alguna de estas, ya que la opción que más se ha repetido es la de que no se ha participado en ningún espacio, mecanismo o sistema de trabajo.

Se observa como el marco del propio proyecto que ocupa este diagnóstico significa una de las primeras manifestaciones explícitas y ocurridas de la Red de Actores Turísticos del territorio, por lo que los datos de participación en las propias dinámicas del proceso han servido como el termómetro real a la hora de medir a los actores que se han involucrado y que, de facto, ya están formando parte de esa Red de Actores. Y en este sentido, al contrario de la percepción registrada, los **actores económicos del sector privado** son los que mayor peso cuantitativo han tenido en el proceso (con 17 actores participantes, frente a los 15 institucionales y los 7 de la sociedad civil). Por territorio, hay **destinos turísticos preponderantes** que han registrado un notable peso participativo, como son Mondejar (con 6 participantes), Albalate de Zorita (con 3 participantes) y Pastrana, Horche y Almoquera (con 2 participantes por cada territorio).

En cuanto a las categorías de análisis de gobernanza, la **distribución del poder** reflejada en términos relacionales (expresada en la posición que ocupan las partes interesadas dentro de la red de gobernanza), posiciona como actores con mayor centralidad a los Ayuntamientos como actor con mayor capacidad de hacerse oír, facilidad de acceder a la información, conocimiento y recursos. Sin embargo, en términos distributivos, y atendiendo a la variable de intermediación, ADASUR es el actor clave dado que es el que mayor capacidad tiene de unir a otras partes interesadas y de incluir a nuevos actores, representando el agente impulsor y aglutinador del territorio.

La **orientación al consenso** (como procedimiento característico de toma de decisiones en las redes de gobernanza), está analizada de forma preliminar por las características de los propios actores, dado que, por el escaso recorrido que la Red de Actores presenta, es imposible extraer conclusiones de gran peso. Sin embargo, la densidad (en cuanto a número de relaciones existentes entre partes interesadas) y la intensidad relacional (como frecuencia de las relaciones entre las partes), presenta una débil pero incipiente orientación al consenso de los actores.

La centralidad de actores administrativos e institucionales con el escaso peso que perciben los actores privados y asociativos, refleja una pervivencia de lógicas y modelos burocráticos y un escaso desarrollo de espacios y dinámicas de negociación y consenso. Por el contra, la buena situación en la que ubican y perciben los actores a uno de los actores asociativos, en este caso ADASUR, con el que se reconocen relaciones de una mayor estabilidad, permite avanzar futuras lógicas de gobernanza orientadas al consenso.

Respecto a la **participación** como item que analiza las variables de centralización y tamaño de la Red de Agentes, se desprenden tareas por desarrollar en la futura hoja de ruta del territorio, por un lado, incluyendo y desarrollando dinámicas y espacios que hagan retroceder la cultura de las decisiones atomeizadas, jerarquizadas entre las partes, así como una ampliación paulatina de la red, en la que se incluyan una mayor cantidad y diversidad de actores y partes interesadas, tanto de los actores institucionales (de entre los cuales, hay municipios que no están representados ni si quiera a nivel local), como de el papel fundamental que debe jugar las partes interesadas del sector privado y de la sociedad civil.

3.5. ANÁLISIS DAFO DE POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES

En este último apartado, a la luz de los resultados obtenidos en el diagnóstico, se despliega un análisis y síntesis de dichos resultados, teniendo como objetivo la priorización de los aspectos sostenibles del turismo.

Como se ha observado, resulta fundamental abordar de forma integrada las nociones de competitividad, sostenibilidad y gobernanza turística en el territorio, así como los retos en cada uno de los campos de análisis. Viabilidad económica, preservación ambiental y equilibrio social deben ser tres factores de una misma planificación turística. El estado en el que se encuentra el turismo en la comarca exige planificación y decisiones orientadas, no sólo a su gestión, si no a su impulso como producto definido y reconocible como primera fase para su desarrollo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>PATRIMONIO NATURAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importantes Sistemas de alto valor natural y riqueza de los ecosistemas integrantes de la Red Natura 2000 - Buena red de senderos en buen estado y señalizados en casi todo el territorio ADASUR. - Atractivo para el turismo geológico y la naturaleza. - Numerosos recursos turísticos de naturaleza y actividades al aire libre. - Atractivo para actividades recreativas acuáticas en el río Tajo. - Existencia de hábitats de avifauna de gran interés para el turismo ornitológico. <p>PATRIMONIO CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elevado potencial histórico cultural, con presencia de numerosos bienes de patrimonio histórico y cultural que favorecen el turismo de la región, teniendo gran importancia los monumentos catalogados como Bienes de Interés Cultural. - Gran variedad de aspectos culturales y etnográficos (fiestas y tradiciones). - Alto prestigio de los productos de la zona e imagen positiva de la relación entre la comarca y los productos de calidad. Se cuenta con tres D.O. Miel de la Alcarria, vino de Mondéjar y aceite de la Alcarria. 	<p>PATRIMONIO NATURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de valoración de los valores ambientales. - Escaso emprendimiento respecto a actividades de turismo activo. - Ausencia de empresas de turismo ornitológico. - Insuficiencia de infraestructuras y servicios para los visitantes de turismo de naturaleza. - Distribución irregular de los senderos bien señalizados en el territorio. - Escasa información turística sobre los recursos turísticos naturales del territorio. - Falta de información para los visitantes sobre la importancia del mantenimiento y conservación de los espacios naturales. - Poca formación sobre conservación y educación ambiental de los operadores de turismo. - El turismo de naturaleza que se realiza es muy estacional, teniendo mayor afluencia en la época estival. - Dificultad de accesibilidad a algunos senderos <p>PATRIMONIO CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escaso desarrollo de infraestructuras turísticas: falta de inversión en infraestructuras turísticas, limita la capacidad de la comarca para atraer y retener visitantes. - Falta de valoración del potencial turístico del patrimonio arquitectónico de la comarca por parte de la ciudadanía local. - Escaso mantenimiento de la cartelería informativa

- Su proximidad a Madrid permite la visita de muchos turistas los fines de semana.

GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD

- Actores asociativos y de la sociedad civil (especialmente, el propio ADASUR) percibidos como los más idóneos y fundamentales para potenciar las dinámicas y los espacios de colaboración y gobernanza.
- Atractivos turísticos naturales como punta de lanza para atraer a perfil de visitante/turista de alto valor añadido, con mayor concienciación en el cuidado del patrimonio y cuya demanda está en expansión.
- Oferta hostelera y de alojamientos con singularidades propias, que aporta cercanía y acogimiento (huyendo de estandarización turística).
- Gran predisposición por parte de los actores involucrados del territorio en el desarrollo innovador y sostenible del turismo en la comarca.

- Deterioro del patrimonio arquitectónico por falta de inversión en su mantenimiento.
- Deficiencias en la accesibilidad a algunos monumentos arquitectónicos.
- Falta de promoción y difusión del patrimonio arquitectónico debido a la distribución irregular de los puntos de información turística en el territorio, existiendo municipios en los que no dispone de información.
- Falta de información turística unificada en internet.
- Escasez de servicios turísticos complementarios (alojamientos, restaurantes, guías), cuya distribución es irregular y se concentra en los municipios más turísticos.
- Dependencia de ayudas económicas externas para el desarrollo del turismo.
- Retirada de ayudas al turismo por parte de administraciones públicas supramunicipales

GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD

- Ausencia generalizada de vínculos con actores institucionales y con actores económicos y empresariales (cuando existen estos vínculos, son intermitentes y no estables).
- Actores económicos privados con un rol escasamente desarrollados ni involucrados en las dinámicas de potenciación turística.
- Ausencia generalizada de espacios, mecanismos y sistemas de trabajo (permanentes o coyunturales) para el desarrollo turístico.
- Red de Actores poco definida y carente de espacios de trabajo y dinámicas de colaboración y acuerdo.
- Imagen-marca" turística en el territorio poco reconocible y "productos" turísticos difusos y poco actualizados.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>PATRIMONIO NATURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - El turismo de naturaleza supone un nuevo nicho de empleo y empendimiento en el territorio, que además puede ayudar a fijar población. - Posibilidad de diversificar la oferta turística en áreas menos visitadas. - Potencial para desarrollar actividades de ecoturismo y turismo de aventura. - Interés creciente en turismo de naturaleza y observación de aves. - El turismo de naturaleza puede suponer una oportunidad para concienciar sobre la necesidad de conservación de los valiosos ecosistemas existentes. - Posibilidad de conformar productos turísticos mixtos que aúnen todos los valores del territorio ADASUR: Cultura, gastronomía y naturaleza. <p>PATRIMONIO CULTURAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de desarrollar productos turísticos que incluya actividades culturales, gastronómicas y de naturaleza y que ponga en valor la identidad cultural y el legado histórico del territorio. - Desarrollo de un entorno digital para la promoción del turismo (Visor de Turismo de ADASUR). 	<p>PATRIMONIO NATURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de las actividades en los entornos naturales se llevan a cabo por empresas procedentes de otros territorios, de las que no se puede ejercer ningún control. - La escasa información sobre turismo de naturaleza en el territorio puede influir negativamente en la elección de la comarca por el turista. - El escaso mantenimiento de los senderos y su señalización podría provocar la ausencia de turistas de naturaleza en el territorio. - La falta de formación sobre la necesidad de conservación de los agentes turísticos puede llevar a un deterioro de los ecosistemas de alto valor. - La falta de regulación sobre el turismo de naturaleza puede llevar a una sobreexplotación y degradación de los ecosistemas. - La sobre explotación de los recursos turísticos de naturaleza en época estival podría llevar a una sobre explotación de los ecosistemas. <p>PATRIMONIO CULTURAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Continuación del deterioro del Patrimonio Histórico. - Falta de emprendimiento en servicios turísticos complementarios. - Cierre de bares y restaurantes debido al contexto socioeconómico que provoca vulnerabilidad y cierre de pequeñas empresas.

- Auge del turismo gastronómico de productos locales y de calidad.
- Oportunidad para la generación de empleo en el sector turístico.
- Diversificación de la economía local.
- Actualmente existen medios más económicos para difundir y dar a conocer el patrimonio de ADASUR (RRSS).

GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD

- La comarca percibe de forma generalizada a las actividades económicas tradicionales y el patrimonio cultural como la pieza central sobre la que sustentar el modelo turístico del territorio.
- Diversidad de “condiciones propias y diferenciadoras” (tanto a nivel de patrimonio natural, cultural, histórico-artístico y gastronomía) que pueden servir de palanca para la competitividad.
- La no existencia de un modelo concreto de turismo en el territorio permite iniciar un proceso participativo para su definición colaborativa.

- Competencia con destinos turísticos cercanos: La comarca puede enfrentarse a la competencia de otras regiones que ofrecen experiencias turísticas similares.
- Falta de páginas web de turismo específicas del territorio ADASUR
- Poca unidad y comunicación entre los distintos agentes locales dedicados al turismo en el territorio: hosteleros, productores de productos locales, oficinas de turismo, guías turísticos.

- La brecha digital podría excluir a las empresas de actividad turística de ADASUR por ser incapaces de satisfacer las demandas del nuevo cliente conectado.

GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD

- Para gran parte de los municipios, el turismo tiene una importancia “baja” para la economía y el desarrollo local de su territorio.
- Sentimiento de desconfianza de los actores privados empresariales hacia las administraciones públicas.
- Percepción de “dejadez” y falta de involucración por parte de la población local en relación a los recursos y atractivos del propio territorio.

4. PROCESO DE DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EL MARCO DE LA EDLP DE ADASUR

El proyecto ha tenido como fundamento metodológico los criterios participativos marcados desde la propia EDLP de ADASUR, orientados y adaptados al fenómeno del turismo, en sus claves de diagnóstico y planificación estratégica involucrando en su proceso a las comunidades locales y los actores y agentes clave del territorio, combinando (tal y como se desarrolló en el apartado metodológico), técnicas cuantitativas y cualitativas, con dinámicas participativas en formato encuesta y en formato abierto semi-estructurado mediante jornadas presenciales participativas abiertas a toda la ciudadanía, en las que se trabajó mediante grupos de discusión y puesta en común, en los retos identificados en el diagnóstico.

En una primera fase, se incluyó participación ciudadana abierta y estructurada mediante cuestionario online, en la que los agentes y actores del territorio, a título organizacional o individual, pudieron participar en la elaboración del propio diagnóstico mediante las respuestas que se obtuvieron en los formularios.

En una segunda fase, se involucró a los actores locales en el traslado de resultados de la primera fase de diagnóstico, así como la participación abierta y semi-estructurada mediante jornadas participativas presenciales en el territorio, por medio de grupos de trabajo para la elaboración y priorización de los retos y de la posterior hoja de ruta.

En los siguientes materiales y contenidos se exponen los pormenores del diseño de los diferentes procesos participativos, así como las imágenes de las jornadas y materiales utilizados en ellos.

En el **Anexo II** de este documento se incluye el formulario virtual con los resultados desagregados, y en el **Anexo III** los materiales, presentación y fotografías de las sesiones participativas presenciales desarrolladas.

5. HOJA DE RUTA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE E INTELIGENTE EN LA COMARCA

Tras los resultados del Diagnóstico realizado, se identifican una serie de retos que deben ser alcanzados para conseguir un Turismo Sostenible e Inteligente en el territorio de ADASUR, los cuales se han dividido en tres áreas principales:

- Turismo de Naturaleza.
- Turismo Cultural
- Gobernanza y Competitividad asociada al Turismo

Para que este desarrollo turístico sea sostenible es necesario apostar por prácticas que sean respetuosas con el entorno y tenga en cuenta las amenazas intrínsecas del territorio que garantice un equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el respecto a la comunidad local.

Es por ello que se hace necesario desarrollar estrategias que pongan en valor la historia y la cultura local y que faciliten la inmersión del visitante respetando su identidad y asegurando su autenticidad e involucrando a las empresas de turismo locales para que desarrollen modelos de negocio sostenibles que generen recursos para los residentes.

La hoja de ruta que se muestra en este apartado es fruto de un trabajo técnico y participativo con diferentes agentes del territorio, como son representantes públicos municipales, provinciales y regionales, personal técnico de las administraciones regionales y provinciales, técnicos oficinas de turismo, técnicos de desarrollo rural de la comarca y empresarios/as locales de recursos hoteleros y de restauración, conformando de este modo una visión completa de la situación turística de la comarca y la dirección que se debe llevar.

A nivel participativo, se llevó a cabo un taller en el que se expuso el análisis del contexto y los retos que se debían conseguir. Las medidas propuestas a llevar a cabo, por orden de prioridad son las que se resumen a continuación.

Tabla 6. Priorización de las medidas relacionadas con el turismo de naturaleza. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.

RETO 1: Comunicación de los recursos naturales presentes en el territorio ADASUR y su necesidad de conservación:	
Medidas	Prioridad
Establecer un punto virtual de información común para todo el territorio, que incluya las redes sociales.	1
Llevar a cabo rutas guiadas para conocer la flora y fauna de la zona	2
Establecer una cohesión, unidad, promoción de estos recursos a través de un cuaderno de rutas naturales.	3
Promover la realización de inventarios botánicos y faunísticos específicos de la comarca.	4
RETO 2: Impulsar un nuevo nicho de empleo relacionado con el turismo de naturaleza.	
Medidas	Prioridad
Facilitar el establecimiento en la comarca de empresas de ecoturismo de naturaleza (ej. Ornitología, senderos...)	1
Fomentar el establecimiento en la comarca de empresas de turismo activo fluvial, escalada y cicloturismo	2
RETO 3: Conformación de una red de senderos de todo el territorio ADASUR.	
Medidas	Prioridad
Unificación de la información de actividades naturales de fácil acceso y conformación de una red de comunicación de estas actividades.	1
Promover las rutas de senderismo de la comarca y la vía verde que termina en Sacedón.	2
Mejorar, unificar y/o mantener la red de caminos y senderos más importantes de la comarca.	3

Tabla 7. Priorización de las medidas relacionadas con el turismo cultural. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.

RETO 1: Puesta en valor de los atractivos turísticos arquitectónicos.	
Medidas	Prioridad
Potenciar iconos y símbolos atractivos para el turismo (hacer una marca del turismo de ADASUR)	1
Crear rutas conectadas por temas comunes (históricos, temáticos...)	2
Hacer una ruta de monumentos de bien de interés cultural	3
Conservar y poner en valor la estética y arquitectónica	4
Fomentar desde todas las administraciones que se preserven los cascos históricos (ordenanzas municipales, subvenciones para el mantenimiento de monumentos...)	5
RETO 2: Puesta en valor de los atractivos turísticos gastronómicos	
Medidas	Prioridad
Crear experiencias globales en relación con la gastronomía y el patrimonio cultural.	1
Realizar Jornadas de comidas típicas (gachas, calderetas...)	2
Promocionar en ferias y otros eventos a nivel regional, nacional o internacional los atractivos gastronómicos de la comarca	3
Recuperar variedades autóctonas de legumbres, hortalizas, etc.	4
RETO 3: Puesta en valor de los atractivos turísticos etnográficos	
Medidas	Prioridad
Mantener las tradiciones de sus fiestas y recuperar las mismas a través de talleres en los centros escolares	1
Fiestas de interés turístico regional como punto clave de impulso	2
Promoción de los atractivos etnográficos en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales	3
RETO 4: Mejora de la comunicación al turista de los recursos culturales	
Medidas	Prioridad
Unificar los atractivos culturales de la misma forma que los naturales	1
Unificar que todos los establecimientos se conviertan en puntos de información	2
RETO 5: Turismo inteligente y accesible	
Medidas	Prioridad
Hacer accesible al turismo que se genere con sus infraestructuras y una digitalización accesible	1
Acceso a audioguías mediante códigos QR	2
Adaptar el acceso inclusivo	3

Tabla 8. Priorización de las medidas relacionadas con la gobernanza y la competitividad. Fuente: Ideas Medioambientales a partir de proceso participativo.

RETO 1: Impulso de la Red de Actores- Turismo ADASUR	
Medidas	Prioridad
Fomentar encuentros de varios sectores (hostelería, turismo, comercio, bodegueros...)	1
Crear confluencias entre todos los integrantes del territorio	2
Generar tejido formativo a toda a Red de Actores	3
Mayor formación de la población local	4
Potenciar las oficinas de turismo	5
RETO 2: Definición de objetivos compartidos de la red de Actores y hoja de ruta para la gobernanza	
Medidas	Prioridad
Poner en valor nuestro territorio	1
Generar momentos de encuentro para compartir puntos comunes	2
Generar tejido asociativo	3
Generar sinergias a través de productos alimentarios comarcales	4
Gestión sostenible del turismo	5
RETO 3: Conocimiento y Sensorización del turismo	
Medidas	Prioridad
Mesas de trabajo comprometidas con todos los actores implicados	1
Promover el turismo de experiencia donde se estimulen los sentidos	2
Promover a las más jóvenes mediante talleres en colegios para que conozcan su entorno, etnografía, cultura, valores naturales..., y aprenden a valorarlo y respetarlo.	3
Difundir información sobre los recursos turísticos de la comarca a través de las oficinas de turismo y aplicación móvil	4
RETO 4: Diseño conjunto de modelo turístico para el territorio de ADASUR	
Medidas	Prioridad
Unificar los proyectos	1
Crear una información turística unificada para poder comunicar	2
Comunicar los casos de éxito de vivir en los municipios y los servicios de los que se dispone	
Crear oficinas comarcales de turismo	
Promoción del turismo en la oficina turística de Gran Vía (Madrid)	
RETO 5: Formación y capacitación para la puesta en valor turística del territorio	
Medidas	Prioridad
Formación a todos los agentes que participan en turismo en la comarca para el conocimiento de los valores y actividades que se realizan en el territorio	1
Formación continua hacia las necesidades del saber turístico de la comarca	2

5.1. TURISMO DE NATURALEZA

Como ya se ha visto en el análisis del contexto realizado, la comarca que conforma ADASUR es un territorio con una gran variedad de recursos naturales que auna un mosaico de paisajes con elementos diferenciadores como son los paisajes típicos alcarreños, los ríos Tajo y Tajuña con sus embalses, la campiña o la Sierra de Altomira, que lo convierte en un destino único para la práctica de turismo ecoactivo de gran interés.

Dentro de este contexto se marcan tres objetivos principales que se deben conseguir para alcanzar un desarrollo turístico sostenible que incluya los recursos Naturales:

- Mejora de la Comunicación de los recursos naturales existentes
- Impulso de un nuevo nicho de empleo relacionado con el turismo de naturaleza
- Conformación de una red de senderos de todo el territorio.

5.1.1. Mejora de la Comunicación de los Recursos Naturales existentes en el territorio y su necesidad de conservación:

Para el correcto desarrollo de una actividad turística de naturaleza es imprescindible que tanto los agentes implicados en el turismo en la comarca, como la población local sea conocedora y valedora de la riqueza de la comarca, lo que permitirá posteriormente desarrollar productos que puedan impulsar este tipo de turismo.

De esta manera se establecen unos Líneas Estratégicas ligadas a una serie de Acciones Prioritarias que permitan la mejora de la comunicación:

1. **LEN 1: Ampliación del conocimiento de los recursos naturales de la comarca**

- **APN 1a.** Elaboración de un inventario de flora y fauna más representativa de la comarca, que permita conocer de cerca los principales valores naturales. Este debe ser el punto de partida, que permita tener un conocimiento en profundidad de los valores naturales específicos, así como de las especies más representativas de la comarca.
 - **APN 1b.** Realización de un inventario y caracterización de los paisajes más representativos de la comarca.
2. **LEN2: Acciones formativas e informativas** sobre el patrimonio Natural de la Comarca y sus posibilidades turísticas. Estas formaciones deben ser de dos tipos
- a. LN2a: Formaciones internas: Formaciones para generar conocimiento y conciencia de conservación a nivel local. Dentro de estas formaciones estarían incluidas las siguientes:
 - **APN 2a** Formación para agentes sociales asociados a la actividad turística, dirigida principalmente a:
 - Personal trabajador de todo tipo de alojamiento turísticos de la comarca.
 - Personal de hostelería de la comarca
 - Guías turísticos que operan en la comarca
 - Personal de las oficinas de turismo y de los ayuntamientos
 - **APN 2b** Talleres sobre los recursos naturales de la comarca y su necesidad de conservación en centros educativos de la Comarca. Dirigido a toda la comunidad Educativa, incluido el profesorado, el alumnado y las asociaciones de madres y padres. + Talleres sobre los recursos naturales de la comarca dirigido al tejido asociativo de la comarca (asociaciones de mujeres, de mayores, culturales...).
 - b. LN2b: Información externa: Relacionada con la difusión del patrimonio natural a los visitantes.
 - **APN 2c** Creación de un punto virtual de información común de todos los recursos naturales existentes en el territorio, que incluya las redes sociales.

- **APN 2d** Diseñar un cuaderno de rutas naturales para el desarrollo de diferentes actividades como pueden ser rutas para el conocimiento de la flora y fauna de la comarca, rutas de turismo ornitológico, rutas de paisajismo...
- **APN 2e** Señalización interpretativa de las principales rutas naturales diseñadas, con información sobre los valores naturales, paisajísticos, botánicos, faunísticos, etc., y su necesidad de conservación.

5.1.2. Impulso de un nuevo nicho de empleo relacionado con el turismo de Naturaleza:

Como se ha comentado en el análisis del contexto, la mayor parte de las empresas de turismo de naturaleza o ecoturismo son empresas procedentes de otras provincias o comunidades autónomas, siendo poco aprovechado por emprendedores de la comarca. Esto puede provocar a la larga el desarrollo de un turismo de naturaleza poco sostenible e incontrolado que puede llevar a una degradación del mismo. Es por ello por lo que se hace imprescindible regular este tipo de actividades, y promover la creación de empresas locales, con la formación e información suficiente sobre los recursos turísticos naturales, su fragilidad y la necesidad de conservación al tiempo que, desde las administraciones locales se hace un esfuerzo por regular este tipo de actividades para no superar la capacidad de acogida del entorno.

Las líneas Estratégicas y las Acciones Prioritarias establecidas son las que se resumen a continuación:

3. LEN 3: Facilitar el establecimiento en la comarca de empresas de turismo de naturaleza.

- a. **APN 3a:** Proporcionar la formación y el asesoramiento a personas emprendedoras que quieran establecer sus empresas de turismo de la naturaleza en la comarca.

- b. **APN 3b:** Facilitar el establecimiento de este tipo de empresas a través de incentivos como bajo alquiler de espacios, publicidad en los canales turísticos de la comarca, etc...
 - c. **APN 3c:** Establecer convenios con el IES Ana María Matute de Cabanillas del Campo en el que se cursan estudios de Técnico de Guía de Medio Natural y Tiempo Libre para realizar prácticas en empresas locales de turismo de naturaleza.
- 4. LEN4: Promover dentro de las administraciones públicas locales o entidades comarcales la regulación de este tipo de actividades:**
- a. **APN 4a:** Redactar ordenanzas municipales que las regulen.
 - b. **APN 4b:** Crear un registro de empresas para el control de las actividades diarias en el entorno natural de la comarca, así como del número de turistas que lo van a realizar.
 - c. **APN 4c:** Contratación a nivel comarcal de agentes que vigilen la realización de buenas prácticas por parte de las empresas de turismo de Naturaleza

5.1.3. Conformar una Red de Senderos de Todo el Territorio

Tal y como se extrae del estudio realizado, el territorio ADASUR está dotado de una gran Red de Senderos que permite recorrer toda la comarca y apreciar todo su potencial. Pero esta red no es uniforme en cuanto a mantenimiento y señalización. Al mismo tiempo, encontrar información que permita organizar unos días de turismo en la comarca, puede convertirse en sí mismo en una aventura, ya que no se dispone de una información unificada, por lo que se hace necesario crear dicha Red de Senderos. Las líneas estratégicas y acciones a llevar a cabo son las que se exponen a continuación:

5. LEN5: Señalización y Mantenimiento de los caminos:

- a. **APN 5a:** Promover en todos los municipios el mantenimiento de los caminos, principalmente en época estival, de manera que facilite el acceso a los turistas y se prevengan los incendios.

- b. **APN 5b:** Diseñar una señalética unificada de la comarca para la señalización de los senderos.

6. LEN 6: Promoción de los Senderos de la Comarca:

- a. **APN 6a:** Elaborar una guía de senderos de la comarca, accesible a cualquier turista.
- b. **APN 6b:** Promover desde los puntos de información y los establecimientos turísticos de la comarca, la realización de los senderos y facilitar la información de los mismos.

5.2. TURISMO CULTURAL

La falta de valoración de los recursos culturales por la población local tiene como consecuencia un insuficiente mantenimiento del Patrimonio Histórico el cuál se va deteriorando con el paso del tiempo, pudiendo convertirse cada vez menos atractivo por el turista. Esto, unido al deficiente desarrollo de las infraestructuras turísticas complementaras fundamentales para el desarrollo del turismo cultural, como son oficinas de turismo, visitas guiadas, información turística integrada de la comarca, etc., y la escasa cultura del emprendimiento en relación con esta actividad, hacen que la puesta el valor del turismo cultural sea un gran reto a superar dentro de la comarca ADASUR.

Se hace necesario desarrollar estrategias que pongan en valor la historia y la cultura local y que faciliten la inmersión del visitante respetando su identidad y asegurando su autenticidad.

Para ello, se han propuesto 4 retos o líneas estratégicas fundamentales que se deben seguir:

- Puesta en valor de los atractivos turísticos arquitectónicos
- Puesta en valor de los atractivos turísticos gastronómicos
- Puesta en valor de los atractivos turísticos etnográficos
- Mejora de la comunicación al turista de todos los recursos culturales.
- Turismo inteligente y accesible.

5.2.1. Puesta en valor de los atractivos turísticos arquitectónicos

La Comarca de la Alcarria Sur de Guadalajara está dotada de una gran cantidad de recursos arquitectónicos, desde castillos, ermitas, iglesias, palacios, y un largo etcétera, los cuales, en muchos de los casos no son conocidos ni por los propios habitantes, y como consecuencia, no existe una cultura de valoración y conservación de dicho patrimonio. De este modo, se pueden encontrar algunos de sus recursos en estado ruinoso, mal conservado o poco valorado.

Para que el patrimonio del territorio tenga un valor turístico, las medidas deben pasar por la información y valoración de los mismos por lo locales y la promoción de su conservación a través de las administraciones locales, apoyadas por otros agentes culturales y comarcales del territorio, así como organismos supramunicipales.

Teniendo este punto de partida, se definen las siguientes Líneas Estratégicas y Acciones Prioritarias para la Hoja de Ruta de Turismo Sostenible en cuanto a los recursos turísticos arquitectónicos:

- 1. LEC 1: Promoción del conocimiento y valoración de los recursos turísticos arquitectónicos de la comarca.**
 - a. **APC 1a:** Realización de talleres sobre el patrimonio comarcal en general y local en particular a la comunidad educativa de los municipios de la comarca, con el objeto de promover su conocimiento y valoración.
 - b. **APC 1b:** Desarrollo de talleres en diferentes tipos de asociaciones en la comarca para la difusión del patrimonio local y comarcal.
 - c. **APC 1c:** Formación específica a los agentes turísticos (alojamientos, restauración, guías turísticos, puntos de información turística) de la comarca sobre el patrimonio comarcal.
- 2. LEC 2: Creación de un producto turístico ligado al patrimonio arquitectónico de la comarca:**
 - a. **APC 2a:** Diseñar una imagen propia turística del territorio
 - b. **APC 2b:** Establecer rutas a lo larga de la comarca que tengan un hilo conductor común, que permitan al turista conocer los valores

arquitectónicos: ruta de los bienes de interés cultural, ruta de la Orden de Calatrava..., etc.

- c. **APC 2c:** Crear un entorno digital para la información al turista de todas las opciones culturales en la comarca.

3. LEC 3: Mantener y Conservar el Patrimonio Cultural:

- a. **APC 3a:** Propiciar el desarrollo de ordenanzas municipales urbanísticas en las que prime la conservación y mantenimiento del patrimonio arquitectónico municipal.
- b. **APC 3b:** Establecer convenios con organizaciones supramunicipales o con universidades (como la Universidad de Alcalá de Henares) para el mantenimiento y reconstrucción cuando corresponda, del patrimonio arquitectónico.

5.2.2. Puesta en valor de los atractivos turísticos gastronómicos

La comarca de la Alcarria Sur de Guadalajara disfruta de una rica gastronomía propia de gran valor, no en vano existen tres denominaciones de origen en el territorio; la miel de la Alcarria, muy valorada a nivel nacional, los vinos denominación de origen de Mondéjar y el aceite de la Alcarria.

El auge del turismo gastronómico supone una oportunidad para el territorio, pero la promoción de este atractivo turístico pasa por la realización de ferias y eventos gastronómicos puntuales en algunos municipios de la comarca, sin que exista un espacio propio que sea referente.

Es por ello, que se hace necesario el desarrollo de líneas estratégicas que potencien estos productos para convertirlos en un atractivo turístico de importancia.

Las líneas estratégicas, así como las acciones prioritarias a llevar a cabo son las que se describen a continuación:

4. LEC 4: Promocionar los valores gastronómicos comarcales

- a. **APC 4a:** Crear un centro de referencia para la promoción de los productos locales, contando con todos los productores de la comarca, donde se llevan a cabo actividades promocionales

poniendo en valor los productos de la Comarca de la Alcarria Sur de Guadalajara, su proceso productivo, así como su comercialización.

- b. **APC 4b:** Propiciar la organización de los productores para la promoción de sus productos en ferias a nivel regional, nacional o internacional.
- c. **APC 4c:** Fomentar la recuperación de variedades autóctonas de legumbres y hortalizas propias de la comarca.
- d. **APC 4d:** Animar a los diferentes establecimientos de restauración a la elaboración de platos típicos con productos de la comarca.

5. LEC 5: Recuperación y/o mantenimiento de la cultura gastronómica local:

- a. **APC 5a:** Llevar a cabo, a nivel local, jornadas de comidas típicas populares (gachas, calderetas...).
- b. **APC 5b:** Transmitir el conocimiento gastronómico a las personas más jóvenes de la comarca a través de talleres de cocina.

5.2.3. Puesta en valor de los atractivos turísticos etnográficos

El territorio ADASUR esconde una gran riqueza de costumbres, tradiciones y fiestas populares y/o religiosas de gran interés, algunas de gran reconocimiento, como las botargas que son un bien cultural inmaterial, así como otras fiestas que se han declarado de interés turístico regional. Es por ello que los recursos etnográficos pueden suponer un recurso que atraiga turistas en fechas determinadas, pero que supone una oportunidad para dar a conocer estas fiestas.

Al igual que ocurre en otros casos descritos anteriormente, en algunas ocasiones comienza a existir un desarraigo de los más jóvenes, que desconocen en su mayoría estas costumbres y tradiciones, por lo que pelagra su mantenimiento. Es por ello que la difusión del conocimiento entre generaciones es fundamental para que estos recursos etnográficos perduren en el tiempo.

A continuación, se describen las principales líneas estratégicas y acciones prioritarias derivadas de este reto:

6. LEC 6: Formación a los más jóvenes:

- a. **APC 6a:** Realizar talleres en los centros educativos para conocer las tradiciones del municipio.
- b. **APC 6b:** Llevar a cabo jornadas intercambio cultura entre diferentes centros escolares de la comarca para que conozcan y reconozcan las costumbres y tradiciones de la comarca

7. LEC 7: Promoción de los valores etnográficos

- a. **APC 7a:** Elaboración de material audiovisual para la promoción de los valores etnográficos de la comarca.
- b. **APC 7b:** Presencia en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales a través de una entidad comarcal para la visibilización de los valores etnográficos de la comarca.
- c. **APC 7c:** Incentivar a las administraciones locales para que se solicite el reconocimiento de “Declaración de fiesta de interés turístico Regional de Castilla-La Mancha”

5.3. GOBERNANZA Y COMPETITIVIDAD

En relación a la gobernanza turística, el territorio tiene por delante el desarrollo de una Red de Actores estable y con espacios de trabajo, negociación y compromiso.

En cuanto a la competitividad, es necesario alinear las necesidades formativas y de involucración de los actores del territorio, con las mejoras cognitivas a la hora de conocer al visitante y turista potencial del territorio, a efectos de poner en marcha una “imagen-marca” turística del territorio, como seña reconocible del turismo en ADASUR, en paralelo con la definición del modelo turístico comarcal.

A la luz del perfil de **visitante y turista** del Territorio ADASUR, perfilado mediante las fuentes abiertas de información que se han analizado, y a la espera de una más fidedigna identificación por parte de sensores propios del territorio, esta se ha de poner en relación con el turista potencial, en un necesario ejercicio para construir los futuros productos, la imagen-marca reconocible del territorio y, por extensión, definir el modelo turístico de la comarca.

Como sabemos, la sostenibilidad en el consumo de productos y experiencias turísticas no representa una moda o tendencia efímera, sino que es parte

trascendental de la actual cultura y estructura económica (todavía más para los destinos como ADASUR cuyo producto e imagen-marca, se fundamentan estratégicamente en las visiones de un turismo *sostenible, de naturaleza, relacionado con experiencias y productos orgánicos, de la tierra, auténticos, del rural...*), permeando así el **concepto de sostenibilidad** a los distintos ámbitos de la vida individual del consumidor y del turista, fusionando prácticas, costumbres, consumo y valores, y en consecuencia insertándose de manera arraigada en el día a día del consumidor, a veces de manera deliberada y otras de forma espontánea e involuntaria.

El turismo, como industria del ocio (con evidente trasfondo hedonista), por lo general y tradicionalmente ha carecido de incentivos suficientes para promover comportamientos eco-responsables entre los visitantes de forma generalizada, por lo que resulta fundamental analizar los factores que determinan las decisiones del turista en relación con el uso de los recursos y su impacto ambiental, para ser capaces de tomar decisiones con las que influir en el comportamiento de los turistas y visitantes. Se hace imprescindible en este sentido conformar e impulsar productos y destinos turísticos fundamentados sobre un modelo de turismo sostenible, que respete e incluso ayude a impulsar los valores ecosistémicos del territorio, que potencie los recursos naturales y culturales de la comarca y que ayude al desarrollo económico equilibrado de los municipios.

Así, los retos en materia de Gobernanza y Competitividad son:

- Mejora de la comunicación al turista de los recursos culturales
- Turismo inteligente y accesible
- Impulso de red de actores turísticos
- Mejora de la competitividad turística

5.3.1. Mejora de la comunicación al turista de todos los recursos culturales:

Uno de los desafíos en tema de turismo de ADASUR es conseguir difundir la riqueza cultural y natural que existe en el territorio. Y para ello, es fundamental contar con

todos los agentes que están en contacto con los turistas, desde las oficinas de turismo, guías locales como los alojamientos y restaurantes de la zona.

Es por ello, que se plantean una línea estratégica fundamental en este punto dirigida a la formación de estos agentes, junto con el diseño de una plataforma conjunta de todos los recursos turísticos que facilite la difusión de los mismos:

8. LEG 1: Difusión de los recursos turísticos culturales de la comarca:

- a. APG 1a:** Realización de jornadas de formación e información a todos los agentes del territorio implicados en el turismo
- b. APG 1b:** Creación de una plataforma unificada de información con todos los recursos turísticos de la Comarca: Página Web, Visor de Recursos Turísticos, etc.

5.3.2. Turismo inteligente y accesible

Ligado íntimamente al reto anterior, se plantea mejorar el acceso de la información al turista y locales de los recursos turísticos. Así mismo, es fundamental poder obtener información sobre los turistas, que permitan realizar un perfil más exacto sobre sus gustos, preferencias, etc., para poder alinear las expectativas con la experiencia turística.

En este sentido, se plantean dos líneas estratégicas:

9. LEG 2: Mejora de la planificación de destino:

- a. APG 2a:** Creación de un visor web con todos los recursos turísticos culturales y naturales del territorio.
- b. APG 2b:** Introducir herramientas para la recogida de los datos turísticos, como Big Data, que permita obtener información sobre la estimación del gasto turístico, la identificación de patrones de tendencias por mercados de origen o el comportamiento de los flujos de turistas en el destino.

10. LEG 3: Mejora de la accesibilidad a la información turística en destino:

- a. APG 3a:** Diseño de audioguías de acceso a través de códigos QR
- b. APG 3b:** Adaptación de la información para que sea accesible a personas con distintas capacidades.

5.3.3. Impulso de red de actores turísticos

En torno a este reto, se plantea la siguiente línea estratégica:

11. LEG 4: Consolidación de Red de Actores:

- a. **APG 4a:** Diseño de dinámicas y espacios de trabajo
- b. **APG 4b:** Procedimentar canales de comunicación e involucrar a actores clave
- c. **APG 4c:** Celebración de encuentro periódico con reparto de funciones y tareas.

5.3.4. Mejora de la competitividad turística

En torno a este reto, se plantea la siguiente línea estratégica:

12. LEG 5: Potenciación de la identidad y producto turístico comarcal:

- a. **APG 5a:** Diseño de "imagen-marca" del territorio
- b. **APG 5b:** Implantación de campaña singular en redes sociales para la promoción turística del territorio
- c. **APG 5c:** Plan "Embajadores del Territorio", involucrando a los vecinos y vecinas del territorio en la promoción turística.

En términos más generales, y planteando los retos en sostenibilidad que enfrenta el modelo turístico de ADASUR, se hace necesario guiar los siguientes trabajos de planificación estratégica, teniendo en cuenta las siguientes tendencias sostenibles en turismo:

- Fomento de la descarbonización, identificando las emisiones existentes relacionadas con el turismo (desplazamientos en vehículos de combustión, calefacciones de combustión, gasto energético, etc.), y proponer medidas para minimizarlas, como pueden ser:
 - o Contratación de energía con garantía de origen renovable.
 - o Instalación de autoconsumo
 - o Promoción de vehículos turísticos eléctricos.

- Implantación de la economía circular en toda la cadena de valor del sector turístico, priorizando la compra de productos locales y reduciendo en lo posible la generación de residuos producidos por la actividad turística y facilitando su separación para su valoración.
- Preservación de los Ecosistemas, la Biodiversidad y los Recursos Hídricos, fomentando la conservación de los espacios naturales, la información o formación a locales y turistas sobre los comportamientos respetuosos en los espacios naturales o regulando las actividades en la naturaleza.
- Consolidación de una cultura empresarial diversa e inclusiva, reduciendo las desigualdades entre grupos de población más vulnerables, como mujeres, personas con discapacidad, colectivo LGTBIQ+, que suelen tener empleos menos remunerados y menos reconocidos en el turismo.
- Promoción del diálogo con la comunidad local, evitando desarrollar un turismo de masificación que pueda llevar al desarrollo de la "turismofobia". Para ello resulta imprescindible establecer espacios de diálogo con las personas residentes en la comarca, en los que se pueda dialogar acerca de las necesidades y deseos de cada parte y donde la escucha activa sea la protagonista.
- Intercambio de conocimientos a través de alianzas estratégicas, muy relacionada con el apartado anterior, en donde se generen espacios para el diálogo entre gobierno, empresas y sociedad civil, que permitan el intercambio de conocimientos y la suma de esfuerzos para generar un mayor impacto positivo

Bibliografía

- Álvarez, J. Hernández y M. Simancas (Dir.) (2004) *Turismo y Territorio en la sociedad globalizada*. Instituto Pascual Madoz de Territorio, Urbanismo y Medio Ambiente.
- Baggio, R. (2013) *Complexity, network science & tourism*. IFITT Education Group.
- Bramwell, B. y B. Lane, (Eds.) (2002). *Tourism Collaboration and Partnership: Politics, Practice and Sustainability*. Clevedon, Chanel Viw Publications.
- Bramwell, B. y A. Sharman (1999) "Collaboration in local tourism policymaking". *Annals of Tourism Research* 26,2.
- Brandao, F., Costa, C. y Buhalis, D. (2018) "Tourism innovation networks: a regional approach". *European Journal of Tourism Research*, 18, 33-56.
- Bravo, S. (2003) "Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española" *Boletín económico*, abril. Dirección General del Servicio de Estudios. Banco de España
- Cehan, A., Eva, M., Iatu, C., & Costa, C. (2020). "Inquiring structure and forms of collaboration in tourism through Social Network Analysis". *Sustainability*, 20(19), 8161
- Hall, M. y Page, S. (2002) *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge, London.
- Jenkins, J., Hall, M. y Mkono, M. (2014) "Tourism and Public Policy: Contemporary Debates and Future Directions" en VV.AA. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Ed. Wiley Blackwell.
- Kooiman, J. (Ed.) (1993) *Modern Governance. New Government-Society Relations*. Sage, Londres.
- Ledesma González, O. (2023) "Análisis de redes de gobernanza en destinos turísticos: una aplicación práctica". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (97).
- Ledesma, O. y Simancas, M. (2020) "EL valor de los datos relaciones en la gestión de destinos turísticos. Una aplicación con Análisis de Redes Sociales (ARS)". *El valor de los datos turísticos*. Tirant Humanidades.
- López-Palomeque, F. y Cànoves, G. (Eds) (2014) *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Tirant Humanidades.

Merinero, R. (2008) Gobernanza, participación de actores y gestión de redes en turismo rural. En J.L. Pulido (Coord), *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*. Editorial Síntesis.

Molina, S (2000) "Conceptualización del Turismo". *Teoría general de sistemas (TGS)*. Limusa.

Muñoz-Mazón, A y Velasco González, M. (2013) *Colaboración y gobernanza para el desarrollo turístico*. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

Osorio, M. (2006) *La planificación turística. Enfoques y modelos*. Revista Quiviera, vol 8, nº 1. UAEM, Toluca.

Pulido Fernández, M. C. (2014) *Metodología para la implantación de la gobernanza como herramienta de gestión de destinos turísticos*.

Velasco González, M. (2008) Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino? *Simposio Internacional de Turismo y Ocio*. Esade, 17.

Velasco González, M. (2013) *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*. Universidad Internacional de Andalucía.

Wasserman, S. y Faust, K. (1994) *Social Network Analysis: methods and applications*. Cambridge University Press.

INFORMES Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Carta Europea de Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos. EUROPARC Federation. Touristik Union International.

Carta Europea del Turismo Sostenible y Responsable (2012) Parlamento Europeo.

Estrategia de la Unión Europea en materia de turismo sostenible (2021) Parlamento Europeo.

Declaración de Ecoturismo de Daimiel (2016) Congreso Nacional de Ecoturismo.

Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destino (2022) Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Gobierno de España.

Hoja de Ruta en Sostenibilidad para las Empresas del Sector Turístico (2024) Pacto Mundial Red Española. Grupo de Trabajo de Turismo. ONU España.

Informe Cliente Sostenible (2022) PwC & UNCOMMON.

Informe del Observatorio del Turismo Rural (varios años) CETT-Universidad de Barcelona.

OMT (2005) *El potencial del turismo como estrategia de desarrollo sostenible*. Madrid, OMT.

OMT (2020) *Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural*. Madrid, OMT.

Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico (2022) Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Gobierno de España.

Plan Estratégico de Turismo 2020-2023. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Plan de Economía Circular del Sector Turístico en Guadalajara. Consejería de Desarrollo Sostenible. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

The Global Competitiveness Report (2010) World Economic Forum



Ideas en evolución.
Las mejores ideas no son las más brillantes,
sino las que responden mejor al cambio.