

JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ DOMINGO

(editor)

# CASTILLOS SEÑORIALES

CONOCIMIENTO Y PLANIFICACIÓN  
PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE

Edita

CENTRO DE ESTUDIOS «PEDRO SUÁREZ»

Colaboran

ASOCIACIÓN ALVELAL

PATRONATO DEL SAGRADO CORAZÓN

MÁSTER UNIVERSITARIO EN TUTELA DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-  
ARTÍSTICO. EL LEGADO DE AL-ÁNDALUS (UNIVERSIDAD DE GRANADA)

Guadix, 2022

© JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ DOMINGO  
© LOS RESPECTIVOS AUTORES  
© CENTRO DE ESTUDIOS «PEDRO SUÁREZ»

CASTILLOS SEÑORIALES: CONOCIMIENTO Y PLANIFICACIÓN PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE

ISBN: 978-84-09-47297-0  
Depósito Legal: GR 1903-2022  
Edita: CENTRO DE ESTUDIOS «PEDRO SUÁREZ»  
Diseño y Maquetación: XIMENA HIDALGO VÁSQUEZ  
Traducciones al inglés: EDWARD COOPER  
Diseño de cubierta: MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ MATEOS  
Imprime: IMPRENTA COMERCIAL (MOTRIL)

Este libro ha sido evaluado por revisores externos.

*Impreso en España*

*Printed in Spain*

# CASTILLOS Y PALACIOS, PATRIMONIO HISTÓRICO DINAMIZADOR DEL TURISMO SOSTENIBLE

CASTLES AND PALACES. SUSTAINABLE TOURISM GENERATED  
BY THE LEGACY OF HISTORY

**INMACULADA GONZÁLEZ GALEY**

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA  
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

## Resumen

Dentro de las estrategias de la Secretaría de Estado de Turismo en la transformación y aprovechamiento de los recursos turísticos surge en 2018 el Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España, fruto del trabajo conjunto con la Asociación Castillos y Palacios Turísticos de España. Este club se concibe como un modelo organizado que permite al turista tener a su alcance una serie de servicios y recursos turísticos, tangibles e intangibles, que cumple con un triple objetivo: satisfacer los deseos del turista, exigir el cumplimiento de una serie de requisitos necesarios para pertenecer al club y con ello, mantener el nivel de calidad y sostenibilidad establecido.

## Palabras clave

Destino turístico; Sostenibilidad turística; Turismo cultural; Turismo experiencial; Gestión del Patrimonio Cultural.

## Summary

Among the strategies of the State Secretariat for Tourism in the transformation and utilisation of tourism resources featured in 2018 the *Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España*, outcome of a combined initiative with the *Asociación Castillos y Palacios Turísticos de España*. This club was conceived as a draft scheme allowing the tourist to access a range of services and tourism resources, actual and potential, with a triple objective: to fulfil the desires of the tourist, to ensure compliance with the conditions of club membership and, with it, to guarantee the standards and sustainability aimed at.

## Keywords

Tourist destinations; Tourism Sustainability; Cultural tourism; Adventure tourism; Management of the Cultural Heritage.

## 1

### Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible

El Preámbulo de nuestra Ley 16/1985, del 25 de junio del Patrimonio Histórico Español (LPHE) nos dice que:

“El Patrimonio Histórico Español es el principal testigo de la contribución histórica de los españoles a la civilización universal y de su capacidad creativa contemporánea.

[...] Su valor lo proporciona la estima que, como elemento de identidad cultural, merece a la sensibilidad de los ciudadanos.

[...] Porque los bienes que lo integran se han convertido en patrimoniales debido a la acción social que cumplen, directamente derivada del aprecio con que los ciudadanos los han ido revalorizando.”

En efecto, los bienes culturales son expresión de nuestra historia, de nuestro pasado, de nuestro pensamiento, comportamiento, ideología, actuaciones, etcétera, que han ido conformando nuestra idiosincrasia hasta convertirla en una señal de identidad que es justamente lo que infunde valor cultural a la herencia material que esta historia y este pasado nos ha legado.

Y es que, siguiendo la doctrina Giannini, los bienes culturales son especialmente singulares en su tratamiento pues presentan un doble perfil tanto como bienes susceptibles de ser propiedad privada como bienes que pertenecen a la colectividad por el valor cultural que la sociedad le ha ido infundiendo a lo largo del tiempo.

Conforme a ello y, justamente por su particular naturaleza, los bienes culturales por mandato legal deben ser protegidos tanto por sus propietarios o titulares como por la Administración, a efectos de difundir su conocimiento y ponerlos al servicio de la colectividad, tal y como nos expone el Preámbulo de nuestra LPHE:

“Todas las medidas de protección y fomento que la Ley establece sólo cobran sentido si, al final, conducen a que un número cada vez mayor de ciudadanos pueda contemplar y disfrutar las obras que son herencia de la capacidad colectiva de un pueblo.

[...] Estos bienes deben estar adecuadamente puestos al servicio de la colectividad en el convencimiento de que con su disfrute se facilita el acceso a la cultura y que ésta, es camino hacia la libertad de los pueblos.”



*Lám. 1. Amanecer en el castillo de la Floresta (Almodóvar del Río, Córdoba). Foto: Pedro Mengual.*

Sin embargo, pese a la exigencia de protección que nos marca la Ley, no todos los bienes requieren ser protegidos con el mismo nivel, para lo cual la LPHE distingue tres niveles de protección:

- 1<sup>er</sup>. nivel. Bienes del Patrimonio Histórico Español: reciben las medidas básicas y generales de protección marcadas por la Ley para todos los bienes del PHE, como por ejemplo, la obligada licencia de exportación para aquellos que tengan más de 100 años de antigüedad.
- 2<sup>o</sup>. nivel. Bienes incluidos en el Inventario General de Bienes Muebles: sometidos a un mayor proteccionismo que los bienes anteriores con algunas medidas como la obligada licencia de exportación con independencia de que los bienes tengan o no 100 años.
- 3<sup>er</sup>. nivel. Bienes incluidos en el Registro General de Bienes de Interés Cultural: constituido por bienes muebles e inmuebles que por su especial relevancia requieren medidas de protección más restrictivas, destacando entre ellas, su inexportabilidad, o su exportación con obligado retorno.



*Lám. 2. Museo Provincial del Vino, en el castillo de Peñafiel (Valladolid).  
Foto: Libe Fernández Torrónategui.*

Justamente en esta última categoría que engloba a todos aquellos bienes que gozan de máxima protección, se incluyen los castillos que son declarados Bienes de Interés Cultural por Ministerio de la Ley conforme a la Disposición Adicional 2ª de la LPHE:

“Se consideran Bienes de Interés Cultural y quedan sometidos al régimen previsto en la presente Ley, los bienes a que se contraen los Decretos de 22 de abril de 1949, 571/1963 y 499/1973.”

Entre otros vendrían a ser: castillos, escudos, emblemas, cruces de término y piezas similares, hórreos o cabazos, y conforme a los preceptos protectores de la Ley, que hemos mencionado pero que no entraremos a desarrollar, deberán ser conservados no sólo por las diferentes administraciones sino también por sus propietarios, como bien establece el art. 36 de la LPHE:

“Los bienes integrantes del PHE deberán ser conservados, mantenidos y custodiados por sus propietarios o, en su caso, por los titulares de derechos reales o por los poseedores de tales bienes.

[...] La utilización de los BIC quedará subordinada a que no se pongan en peligro los valores que aconsejan su conservación. Cualquier cambio de uso deberá ser autorizado por los Organismos competentes para la ejecución de esta Ley.”

Pues bien, partiendo de estas obligaciones competenciales de los propietarios o titulares de estos castillos, que también se extienden a todos aquellos palacios que hayan sido declarados Bien de Interés Cultural, pero en este caso, previo procedimiento de incoación y declaración, de oficio o a instancia de parte, también hemos de plantear que dentro de estas funciones, con frecuencia empezamos a encontrar aquella otra de difundir el valor cultural de estos bienes y darlos a conocer a un turismo cada vez más ávido de este tipo de visitas.

Desde la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) se cree plenamente que el turismo debe reforzar el papel decisivo que el Patrimonio Cultural, material e inmaterial, tiene en la sociedad contemporánea para consolidar su identidad y diversidad cultural.

Y por ello, la SETUR considera necesario apostar por el turismo cultural ante la evidencia de que los lugares con Patrimonio

### III INMACULADA GONZÁLEZ GALEY

Cultural están teniendo un importante aumento en el número de visitantes y este crecimiento del turismo está redundando en un beneficio sobre el propio patrimonio y sobre el desarrollo económico local.

Conforme a ello, la SETUR se propone trabajar en la senda del Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible, desarrollando estrategias dirigidas a:

- Gestionar y desarrollar el Turismo Sostenible en los bienes de Patrimonio Cultural a través de la cooperación, concienciación y capacitación de todos los agentes implicados.
- Asegurar que el turismo propicie:
  - la conservación de los bienes culturales;
  - el desarrollo sostenible de la comunidad local;
  - una experiencia de calidad para los visitantes.

*Lám. 3.  
Torneo de combate  
medieval en el castillo de  
Belmonte (Cuenca). Foto:  
castillodebelmonte.com*

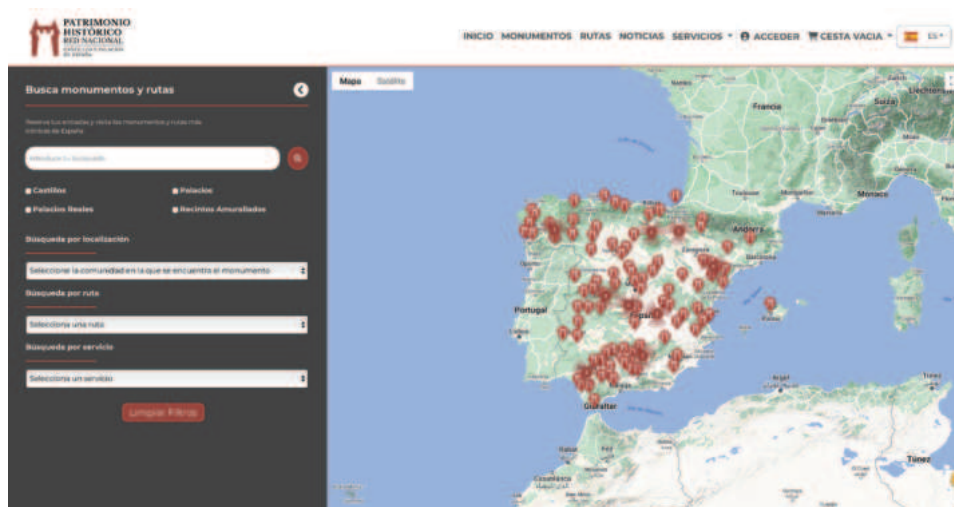


2

**El Club de Producto Turístico, Castillos y Palacios de España**

Y sin duda alguna, una de estas estrategias de la SETUR es la aplicación del método Club de Producto Turístico, entendido como una metodología común que, partiendo de los recursos turísticos normalmente consumidos en un destino, pretende transformarlos en nuevos productos demandados por los potenciales consumidores, turistas o visitantes, proporcionándoles una experiencia turística integral y única.

En el caso que nos ocupa, la traslación práctica la encontramos en la creación en 2018 del Club de Producto Turístico Castillos y Palacios de España, fruto del trabajo conjunto de la SETUR y la Asociación Castillos y Palacios Turísticos de España.



Lám. 4. *Página de búsqueda de monumentos y rutas en Spain Heritage Network.*

Pueden formar parte del mismo, tanto las empresas e instituciones que sean propietarias, titulares o gestoras de los usos turísticos de castillos y palacios de España, como las empresas de servicios turísticos complementarios que producen y comercializan productos y servicios relacionados.

Este club se concibe como un modelo organizado que permite al turista tener a su alcance una serie de servicios y recursos turísticos, tangibles e intangibles, que cumple con un triple objetivo: satisfacer los deseos del turista, exigir el cumplimiento de una serie de requisitos necesarios para pertenecer al club y con ello, mantener el nivel de calidad y sostenibilidad establecido.



*Lám. 5. Grabación del programa Máster Chef Celebrity (ed. 2019) de RTVE1, en el castillo de Belmonte (Cuenca). Foto: Patricia Franco.*

De este modo, este club de producto pretende que el turista viaje a través de la historia de un determinado castillo o palacio, interpretándola y experimentando una serie de emociones, evocaciones y recuerdos a través de los cuales pueda ir adquiriendo un aprendizaje emocional y lúdico.

Conseguir esta pretensión se traduce en una serie de objetivos de índole metodológica, turística y sostenible que el club ha de cumplir y entre los que destacan:

- Sensibilizar a todos los implicados sobre la oportunidad que significa formar parte del club para así desarrollar un producto turístico nuevo y sostenible.
- Incentivar la participación de los empresarios y gestores de los castillos y palacios, públicos o privados y la cooperación institucional entre las diferentes administraciones implicadas.
- Posicionar a España como destino turístico experiencial de castillos y palacios, con una garantía de calidad.

- Crear nuevas experiencias turísticas adaptadas a las diferentes potencialidades de demanda.
- Permitir el desarrollo del territorio en el que se ubique el castillo o el palacio y que forma parte de su identidad, contribuyendo además a mejorar el empleo y la calidad de vida de la población local así como a la conservación de tradiciones y oficios históricos de dicho territorio.

Para garantizar que estos objetivos se cumplan, el club ha de presentar un modelo de estructura operativa que está basado en:

- Presidencia del Club
- Comité de Gestión
- Comité Nacional del Club

Y además, se encargará de la implantación del método del club, el cumplimiento de los requisitos por parte de sus miembros, la garantía de la calidad establecida, el fomento de la sostenibilidad tanto en las experiencias turísticas como en los territorios o la promoción adecuada para posicionar a los castillos y palacios de España como destino turístico de primer orden.

Pero para que pueda darse todo esto, cualquier castillo, palacio o empresa de servicios turísticos que quiera formar parte del club, debe cumplir con una serie de requisitos como:

- cumplir con las diferentes normativas aplicables a los recursos utilizados;
- mantener el castillo y palacio en buen estado de conservación, reuniendo las condiciones de accesibilidad turística necesarias;
- difundir un mensaje histórico riguroso y acertado;
- proporcionar experiencias turísticas tematizadas relacionadas con los castillos y palacios;
- disponer de la señalética adecuada, así como de horario de visitas, página web y redes sociales;



*Lám. 6. Parador de Zafra (Badajoz), en el castillo de los Duques de Feria  
Foto: paradores.es*

- presentar los seguros obligatorios exigidos en las actividades que ofertan;
- contar con recursos humanos que tengan la formación adecuada para prestar el servicio turístico ofrecido.

Además de estos requisitos, los miembros del club también tienen las siguientes obligaciones:

- proporcionar los datos e información sobre su castillo o palacio y que resulta necesaria para la gestión y consumo de dicho producto turístico;
- designar un interlocutor válido para las relaciones con el club de producto, su implantación y supervisión;
- contribuir a la difusión y promoción de su castillo y palacio así como de la red que los integra a todos.

Pero no todo van a ser requisitos y obligaciones, sino que la pertenencia al club de castillos y palacios también reporta una serie de beneficios para los destinos, los turistas, los propios castillos o palacios y también para las empresas e instituciones gestoras de los mismos; entre ellos podemos destacar los siguientes:

- aumenta las posibilidades de empleo y desarrollo socio-económico del destino turístico, fomentando la demanda de otros productos y servicios de la zona;
- posibilita a los miembros del club reducir la estacionalidad de la demanda, acceder a los diferentes medios de promoción, aumentando así las oportunidades de generar ingresos y ofrecer al turista una garantía de la calidad de los servicios y recursos ofrecidos, pues el cumplimiento de los requisitos es revisado periódicamente;
- permite ser reconocido como destino de turismo cultural de castillos y palacios y pertenecer a una oferta turística seleccionada y organizada que puede utilizar la imagen de marca del club;
- ofrece al turista una experiencia integral y emocional adecuada a su demanda y con la confianza de un sistema de garantía que asegura el cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos.

Llegados a este punto y, como podemos comprobar por lo aquí expuesto, la pertenencia a un Club de Producto Turístico reporta una serie de garantías para todos los agentes implicados; que no sólo fortalecen el producto en sí, sino que además favorecen un turismo de calidad, atrayendo a un turista que en sus viajes busca ir más allá y disfrutar de una experiencia global tanto en el ámbito emocional como en el cognitivo, y poder hacerlo desde la seguridad que le ofrece el Club de Producto.

Es por ello que, el Club de Producto de Turismo Cultural de Castillos y Palacios de España, en tan sólo su primer año de vida incorporó a 47 castillos y palacios que actualmente forman parte del mismo, contando hoy día con más de un centenar de castillos y palacios icónicos, paradores u otros alojamientos. Sin contar los eventos que tienen lugar en estos inmuebles, sino atendiendo sólo a aquellos en los que se desarrollan visitas culturales, se estiman 3 014 788 visitas al año<sup>1</sup>.

---

1. Datos aportados por la Asociación Castillos y Palacios Turísticos de España.



*Lám. 7. Pícnic en las torres del castillo de Buñol.  
Foto: turismolahoya.buñol.es*

Esta cifra se verá aumentada a partir de la puesta en marcha de la plataforma tecnológica Spain Heritage Network<sup>2</sup>, concebida como la herramienta de cohesión de la Red de Castillos y Palacios de España en una sola plataforma como canal *on line* para la distribución, el acceso del turista, la comunicación, márketing y visibilidad del producto. Así como la integración con otras redes para añadir servicios complementarios y permitir, de este modo, el desarrollo no sólo de visitas puntuales sino de rutas turísticas que distribuyan la demanda a lo largo de todo el año y por todo el territorio, en pro de su desestacionalización.

Y es que el Club de Producto Castillos y Palacios de España es un buen ejemplo que evidencia el creciente interés que está suscitando el turismo cultural, porque responde a nuevas tendencias de los viajeros que valoran el enriquecimiento de su conocimiento y su experiencia a través del contacto no sólo con los lugares a visitar, sino también con los pueblos autóctonos, sus tradiciones y su historia, despertando en ellos un poder evocador que apela directamente a sus emociones y su memoria.

---

2. Su presentación pública tuvo lugar en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2019.



*Lám. 8. Entrega del VI Premio de Investigación Oleícola 'Luis Vañó' (2022) en el castillo de Canena (Jaén). Foto: Castillo de Canena.*

Así pues, este producto de turismo cultural supone una alternativa a otros tipos de turismo ya manidos y anquilosados, desestacionalizando el sector y con importantes repercusiones sociales pues supone la puesta en valor de zonas despobladas a través de su patrimonio histórico, favorece su desarrollo económico y laboral, se complementa con otras propuestas como oleoturismo, enoturismo o gastroturismo, y contribuye así al aumento de visitantes, siempre dentro de los parámetros de sostenibilidad.

### 3

#### Conclusión

Es justamente en esta interacción del patrimonio cultural con su entorno donde la sostenibilidad juega un papel relevante a la hora de tejer las relaciones entre la comunidad residente, el turista visitante y la preservación de los valores culturales, tanto en el entorno urbano como en el rural.

Conforme a ello, desde la SETUR se trabaja para favorecer el desarrollo sostenible en los enclaves con bienes de patrimonio cultural, como la vía para conseguir un turismo de calidad y responsable que respete a la comunidad local, preserve el patrimonio cultural y promueva la eficiencia y la sostenibilidad.



*Lám. 9. Peregrino  
ante el castillo  
de los Templarios  
(Ponferrada, León).  
Foto: Naia Méndez.*