

FERNANDO MARTÍN GIL

Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid

## *Turismo y economía en las ciudades históricas españolas*

### RESUMEN

Las ciudades históricas con patrimonio artístico y monumental tienen en el turismo un instrumento estratégico para su desarrollo. En este artículo se analizan las principales características de la oferta y la demanda turística en estas ciudades, el peso, las incidencias económicas, los conflictos y las potencialidades asociadas al sector, adoptando un enfoque operativo y planteando en cada apartado una síntesis del estado de la cuestión, un diagnóstico de problemas y oportunidades y aportaciones de utilidad para los profesionales implicados en la toma de decisiones.

### RÉSUMÉ

*Tourisme et économie dans les villes historiques espagnoles.* Pour les villes historiques contenant un patrimoine artistique et monumental, le tourisme se révèle un outil stratégique face à leur développement. Dans cet article on analyse les caractéristiques principales de l'offre et de la demande touristique dans ces villes, le poids, les implications économiques, les conflits et les potentialités liés au secteur, en adoptant une approche opérative et en donnant pour chaque épi-

graphe une synthèse de l'état de la question, ainsi qu'un résumé des problèmes, opportunités et apports utiles pour les professionnels impliqués dans la prise des décisions.

### ABSTRACT

*Tourism and economics in the spanish historical cities.* Historical cities with artistic and monumental heritage have in tourism a strategic instrument for their development. This article analyzes the main characteristics of tourist supply and demand, and also the weight, economical implications, conflicts and potentialities associated to the sector, offering in each section an operative approach, an statement of the question and a diagnosis of problems and opportunities useful for the making decision professionals.

### Palabras clave / Mots clé / Key words

Turismo urbano, ciudades históricas, economía urbana.  
Tourisme urbain, villes historiques, économie urbaine.  
Urban tourist, historical cities, urban economy.

### I INTRODUCCIÓN

**D**URANTE demasiados años, el debate sobre el turismo en ciudades históricas se ha planteado en torno a las grandes potencialidades comerciales de estos espacios. Bajo el auspicio de una poderosa industria del ocio que contempla el patrimonio cultural como activo publicitario, autoridades locales y agentes privados han invertido e invierten grandes sumas de dinero en promocionar los escenarios excepcionales de los cascos históricos para la práctica del turismo.

Aceptando el interés comercial del enfoque, conviene centrar la reflexión en torno a las posibilidades del turismo como instrumento útil para la solución de los numerosos problemas de estas ciudades. Problemas sociales, económicos y funcionales que cuestionan su viabilidad como espacios vivos de naturaleza única y remiten a plantear el turismo como instrumento para el desarrollo local.

El turismo aporta a nuestro país alrededor del 12% del PIB y el 11% de los empleos, magnitudes que colocan al sector en el primer lugar del ranking de activida-

des económicas. Estas cifras y el hecho de que la actividad se ha concentrado tradicionalmente en el litoral, son de sobra conocidos. Pero quizás esté menos difundida la idea de que recientes cambios económicos, sociales y culturales están provocando un estancamiento de la demanda del modelo de «sol y playa» y el incremento de la afluencia de visitantes a otros destinos turísticos.

En los últimos años, la competencia del entorno internacional en el turismo de litoral, el aumento de la capacidad de consumo, del tiempo de ocio y del nivel cultural de nuestra población, la mejora de la accesibilidad interregional como resultado de la potenciación de las infraestructuras de comunicación y transporte, la difusión de planteamientos de desarrollo sustentados en el aprovechamiento de los recursos locales y las oportunidades asociadas a una demanda cada día más heterogénea, configuran un escenario de grandes potencialidades para el desarrollo del turismo en otros espacios.

Diversas investigaciones evidencian un incremento paulatino de la afluencia de visitantes a las ciudades históricas europeas y españolas, que disponen en los cascos históricos de sus principales atractivos turísticos (GOTTI, G. y BORJ, J., 1995; MOPTMA, 1995). Estos espacios, que concentran una amplia variedad de recursos artísticos y ofrecen paisajes excepcionales para la práctica del turismo, también padecen serios problemas para cuya resolución se requieren grandes inversiones con frecuencia inabordables por los poderes públicos locales.

El envejecimiento demográfico y la despoblación, derivados del cambio de residencia de ciudadanos que se desplazan desde las áreas centrales a los barrios modernos en busca de viviendas más habitables, mayores dotaciones de servicios, equipamientos e infraestructuras, son algunos de ellos. La desaparición de actividades tradicionales, como los servicios personales y el comercio básico, asociada a la despoblación y a la competencia de los barrios periféricos, es otro conflicto generalizado al que se suman la desarticulación del tejido social, la aparición de focos de marginalidad en espacios urbanos centrales que antaño conformaban áreas neurálgicas de la ciudad, el deterioro del paisaje urbano y la degradación de numerosos edificios que con el devenir histórico dejaron de cumplir funciones productivas o residenciales.

En este vasto contexto de problemas y potencialidades, el turismo, como actividad económica que aporta rentas y empleos, como fenómeno generador de numerosos efectos multiplicadores y sinergias que se extienden al conjunto de la vida urbana, ha de ser interpretado como instrumento estratégico para el desarrollo.

La llegada de visitantes supone una importante inyección de rentas a la economías locales, alimenta procesos que afectan a todos los ámbitos urbanos e incide en la mejora de la calidad de vida de los residentes. Además, implica un incremento de las oportunidades de trabajo a partir del desarrollo sectorial e intersectorial, favorece la revitalización funcional de áreas en decadencia, dinamiza actividades económicas en crisis, promueve el desarrollo del tejido cultural y potencia iniciativas orientadas a la conservación del patrimonio. Pero el turismo también puede generar impactos negativos, sobre todo cuando se producen crecimientos masivos e indiscriminados de la afluencia de visitantes.

Entre los impactos negativos del turismo sobre los que existen evidencias empíricas, destacan el incremento de la dependencia de la economía local respecto a una actividad caracterizada por un comportamiento estrechamente vinculado al ciclo económico, la degradación de recursos que reciben visitas masivas, la «museificación» de partes de la ciudad antaño cargadas de vida y posteriormente transformadas en puros escenarios urbanos, el aumento de los costes ambientales por agudización de los problemas de tráfico y congestión asociados a la llegada masiva de visitantes y la intensificación de la contaminación acústica y visual por crecimientos incontrolados de las actividades servidoras del turismo (BORG, J., 1995; MOPTMA, 1995).

El marco esbozado remite a considerar el turismo como un fenómeno generador de múltiples impactos, cuyo signo positivo o negativo dependerá, fundamentalmente, del número y comportamiento de los visitantes, de su concentración en el tiempo, de la capacidad de acogida de la ciudad y, en última instancia, del modelo turístico implementado. Ahora bien, pese a la importancia de tal aseveración, del enorme interés del fenómeno como instrumento de desarrollo y de la existencia de numerosas ciudades históricas que ya tienen en el turismo su principal actividad económica, sorprende comprobar como apenas disponemos de estudios monográficos al respecto.

## II

### EL TURISMO EN LAS CIUDADES HISTÓRICAS ESPAÑOLAS: UN FENÓMENO EN EXPANSIÓN

En las ciudades históricas españolas se produce en las últimas décadas un fuerte crecimiento del número de visitantes, pudiéndose considerar que en la actualidad el turismo es un fenómeno expansivo y de incidencia económica creciente.

A estos espacios urbanos llega cada año un número millonario de visitantes que generan una derrama monetaria vital para sus economías. Ahora bien, no todos ellos reciben igual número de turistas. Ciudades como Ávila, Salamanca y Toledo, donde crece la afluencia turística en las dos últimas décadas, acogen cifras muy dispares de visitantes.

El número de visitantes que llega a cada ciudad depende de la interacción de factores locacionales, culturales, urbanísticos y de política turística. Entre ellos ocupan un lugar destacado la riqueza histórico-artística, el grado de conservación de los recursos, la accesibilidad desde los mercados emisores, la imagen de la ciudad proyectada al exterior y las políticas comerciales aplicadas. Sólo a partir del análisis de la interrelación de estos factores se puede comprender por qué Ávila, Salamanca y Toledo, contando con recursos similares, reciben cifras de visitantes muy dispares.

Ciertamente, las tres disponen de cascos históricos bien conservados y de abundantes recursos monumentales sobre los que se cimentó su declaración de «Ciudades Patrimonio de la Humanidad». Sin embargo, diferencias significativas de carácter comercial y de accesibilidad a los mercados emisores se traducen en grandes oscilaciones del número de turistas.

Toledo se emplaza a una hora de viaje de Madrid, el principal espacio emisor y redistribuidor de turismo nacional e internacional de España. La ciudad mantiene desde hace décadas una sólida imagen de marca y está plenamente integrada en los circuitos de turismo internacional. El resultado es su millón y medio de visitantes al año. Ávila, aunque se localiza apenas treinta minutos más alejada de Madrid, acoge un tercio de los turistas de Toledo porque no ha logrado difundir una imagen de marca que le permita participar de las ventajas de la integración en los grandes circuitos turísticos, mientras que Salamanca ocupa una posición intermedia en número de visitantes, porque aún localizada a dos horas y media de Madrid, ha logrado incorporarse a los circuitos turísticos nacionales e internacionales gracias a la consolidación de una imagen cultural asociada a su patrimonio histórico-artístico y a la presencia de la universidad.

Agosto y Semana Santa. Esta elevada estacionalidad, inferior en cualquier caso a la de los espacios litorales, tiene importantes consecuencias en el desarrollo del turismo y de la vida urbana.

La llegada de gran número de visitantes supone una importante fuente de ingresos económicos para las ciudades históricas, pero cuando se sobrepasan los límites de acogida también genera problemas que pueden acabar cuestionando la viabilidad del turismo y del resto de las actividades urbanas.

En los períodos de máxima afluencia, la llegada de visitantes provoca saturaciones en las infraestructuras turísticas de acogida. Cuando la afluencia es masiva y continua a lo largo de todo el año, los problemas de congestión son permanentes y pueden llegar a extenderse al conjunto de los cascos históricos, espacios de origen medieval con un denominador común: tramas urbanas, estrechas y sinuosas, inadecuadas para acoger un número elevado de personas.

En el casco histórico de Toledo, por ejemplo, se suele superar el umbral de saturación de la capacidad de acogida en restaurantes y hoteles en Semana Santa, Corpus Cristi y fines de semana de primavera, verano y otoño. También es frecuente la congestión de equipamientos como La Casa-Museo El Greco, que con capacidad para 150 visitantes simultáneos recibe 300.000 anuales que provocan aglomeraciones en la entrada y problemas de congestión vial en el entorno, mientras que en las calles por las que discurre el principal recorrido turístico, que coinciden con los espacios de máxima concentración de recursos arquitectónico-artísticos, comercio local y servicios administrativos (eje Plaza de Zocodover-Catedral-Sinagoga del Tránsito), se dan problemas de saturación numerosos días del año.

Otros cascos históricos, como el de Santiago de Compostela, sufren problemas similares durante varias temporadas del año<sup>1</sup>, mientras que los cascos de Salamanca y Ávila, lejos todavía del umbral de saturación de Toledo, padecen problemas puntuales en períodos que coinciden con la celebración de macroexposiciones (MOPTMA, 1995).

La congestión urbana y la saturación de infraestructuras inciden negativamente en el desarrollo del turismo y en la vida de los residentes. Provocan malestar entre los turistas, que encuentran una ciudad donde resulta

<sup>1</sup> En años Jacobeos, al multiplicarse la afluencia de turistas, los conflictos se agudizan.

## 1. UNA AFLUENCIA DE MARCADA ESTACIONALIDAD

El flujo de visitantes a las ciudades históricas españolas muestra una marcada estacionalidad, concentrándose el 50% de la demanda, con ligeras variaciones según los casos, en fines de semana, meses de Julio y

CUADRO I. *Relación turistas residentes-excursionistas*

CIUDAD	Tiempo medio de viaje a Madrid (minutos)	Visitantes anuales	Excursionistas por cada turista residente
Ávila	90	400.000	5,5
Salamanca	120	600.000	3,1
Toledo	60	1.500.000	6,5

Fuente: *Estudio sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*, TURESPAÑA, 1996.

problemático pasear con tranquilidad, apenas ofrece espacios para aparcar el automóvil y obliga a soportar largas colas para acceder a monumentos y restaurantes. En cuanto a los residentes, a los problemas anteriores se suma el incremento de las dificultades de desplazamiento interno, mayores ruidos ambientales y obstáculos suplementarios para acceder a los espacios centrales donde se concentra el comercio, los servicios y los equipamientos públicos. Por último, los problemas de congestión también tienen altos costes políticos para los responsables democráticamente elegidos que gestionan la ciudad, obligando a las instituciones públicas a un ejercicio permanente, a un sobreesfuerzo inacabable y agotador, orientado al mantenimiento de la ciudad y a la creación de nuevas infraestructuras que eviten el colapso urbano.

## 2. UNA DEMANDA SEGMENTADA

El perfil del visitante que llega a las Ciudades Históricas corresponde a un turista tradicional que utiliza como medio de transporte el automóvil, viaja en compañía por motivos de ocio o descanso, preferentemente los fines de semana, períodos cortos de vacaciones y meses de verano, realiza visitas superficiales a los principales monumentos, permanece menos de un día y gasta la mayor parte del dinero, en orden decreciente, en alimentación, bebidas y pequeños recuerdos.

Entre los visitantes encontramos un volumen significativo y creciente de personas que viajan en grupo, destacando los jubilados, escolares y miembros de asociaciones culturales y religiosas. En los últimos años también aumenta el número de profesionales que acuden a congresos y ferias, estudiantes y profesores que llegan para participar en cursos y seminarios, y visitantes que llegan a las ciudades en viajes itinerantes que incluyen otros destinos turísticos.

Desde la perspectiva del desarrollo urbano, el corolario de la afluencia masiva de turistas tradicionales y del crecimiento de los nuevos colectivos es la redefinición

de una demanda cada vez más segmentada, heterogénea en cuanto a motivaciones, gustos y comportamientos. Su traducción en términos de mercado es la apertura de una amplia gama de oportunidades para el desarrollo sectorial y urbano.

## 3. EL DESEQUILIBRIO EXCURSIONISTAS-TURISTAS: UN FACTOR CLAVE

Junto a su creciente heterogeneidad, la característica más relevante de la demanda es el claro predominio del excursionista que permanece unas horas frente al turista que pernocta. Este desequilibrio, también presente en ciudades históricas europeas como Venecia y Amsterdam (COSTA, P. y BORG, J., 1991), tiene importantes repercusiones en la economía urbana porque, como se verá más adelante, el gasto medio del excursionista es muy inferior al del turista que pernocta mientras que los costes generados en la ciudad que los acoge son similares en ambos casos<sup>2</sup>.

Entre los factores que explican el mayor o menor número de visitantes que llegan a estas ciudades y su tiempo de permanencia, destaca el grado de accesibilidad desde los mercados emisores. Estudios empíricos realizados en Ávila, Salamanca y Toledo (MOPTMA, 1995; TURESPAÑA, 1996) constatan un crecimiento progresivo del número total de visitantes y del desequilibrio turistas-excursionistas conforme mejora la accesibilidad desde los espacios emisores, planteando la existencia de una correlación positiva entre proximidad al mercado y porcentaje de excursionistas sobre el total de visitantes.

Aunque esta hipótesis deberá ser confirmada en otras investigaciones, las evidencias empíricas disponibles parecen confirmar la idea de que la reducción del

<sup>2</sup> Entre otros, los destinados a la creación de aparcamientos, mantenimiento de servicios de recogida de basuras en restaurantes, bares y vías públicas, limpieza de monumentos y calles, desgaste de mobiliario urbano, mantenimiento de jardines y servicios de atención al turista.

tiempo de viaje supone un incremento del número total de visitantes y un aumento de los desequilibrios entre turistas que pernoctan y excursionistas. Efectivamente, Toledo y Ávila, localizadas a una hora y a una hora y media de viaje desde Madrid, reciben 6,5 y 5,5 excursionistas por cada turista que pernocta, mientras que en Salamanca, a dos horas y media de viaje, el desequilibrio se reduce sustancialmente (Cuadro I).

Pero la accesibilidad no es el único factor explicativo del desequilibrio turistas-excursionistas. A veces, ni tan siquiera el más importante. Existen otros, de carácter endógeno y exógeno a la propia ciudad, que en estrecha relación potencian el desequilibrio. Entre los endógenos destaca el escaso desarrollo de la oferta complementaria cultural, recreativa y de ocio, y su incidencia en el comportamiento del turista que, una vez visitados los principales monumentos, apenas tiene posibilidad de realizar otras actividades sintiéndose impulsado a abandonar la ciudad. Cáceres, Cuenca, Ávila y Toledo son ejemplos paradigmáticos al respecto.

Otros dos factores, esta vez de carácter empresarial, complican la situación: la escasez de agencias de viajes locales que ofrecen circuitos internos (factor endógeno) y el control de la mayor parte del flujo turístico por agencias externas (exógeno), sin intereses en el desarrollo local, que organizan visitas rápidas en grupo en las que los turistas recorren varias ciudades en un sólo día. Por último, otro factor exógeno, la competencia de grandes ciudades próximas que disponen de amplias ofertas en hostelería, restauración y actividades complementarias, condiciona a numerosos turistas a pernoctar en ellas y trasladarse durante unas horas a las ciudades históricas cercanas<sup>3</sup>.

Pese a los problemas expuestos, un factor permite ser optimista respecto a la evolución del flujo y las características de los visitantes: la estancia media de los turistas en las ciudades históricas tiende a aumentar, marcando una tendencia opuesta a la registrada en el conjunto del sector. De confirmarse esta tendencia en los próximos años, nos encontraríamos ante una dinámica de gran interés para las ciudades históricas, puesto que el turista que pernocta aporta mayores beneficios al desarrollo urbano que el excursionista.

El predominio de excursionistas, las causas que determinan esta circunstancia y aquellas que favorecen el

crecimiento de la estancia de los visitantes constituyen una trilogía básica de factores estratégicos para el desarrollo turístico y urbano. La razón no es otra que las importantes diferencias existentes en el gasto medio y su distribución sectorial entre excursionistas y turistas que pernoctan<sup>4</sup>.

Los excursionistas gastan menos y destinan la mayor parte del dinero a la adquisición de bebidas y pequeños recuerdos. También suelen adquirir, en pequeños establecimientos comerciales, alimentos baratos que consumen con frecuencia en la vía pública, parques y jardines. Este comportamiento refuerza actividades tradicionales en crisis como el comercio tradicional de alimentación, pero apenas genera valor añadido al conjunto de la ciudad.

En cuanto a los turistas que pernoctan, gastan más y lo hacen, en orden decreciente, en alojamiento, regalos, alimentación, actividades recreativas y culturales. Es decir, no sólo generan mayor derrama monetaria sino que el impacto del gasto efectuado también es superior al incidir, en mayor medida, en el mantenimiento de equipamientos (museos, salas de exposiciones y monumentos visitables) y en la diversificación de actividades productivas (efecto multiplicador).

En otro orden de cosas, la presencia de excursionistas genera costes financieros suplementarios a las instituciones públicas locales, al tratarse de un colectivo que, al no disponer de alojamiento, ha de permanecer durante buena parte de la estancia en el viario, donde además de pasear y descansar realiza otras actividades como la comida. Los turistas residentes también hacen uso de los espacios públicos, aunque en menor medida que los anteriores porque disponen de alojamientos a los que se retiran a descansar y alimentarse.

El uso de los espacios públicos por excursionistas y turistas genera costes de mantenimiento a la ciudad y cuando la presencia de visitantes, sobre todo excursionistas, es masiva, puede provocar deseconomías coadyuvando al incremento de los problemas de congestión urbana en ciudades que, por sus características morfológicas, no están preparadas para acoger gran número de personas. En definitiva, al igual que ocurre en ciudades europeas como Venecia y Amsterdam, los excursionistas generan en mayor medida congestión, gastan menos

<sup>3</sup> Madrid, y las ciudades próximas de Toledo, Ávila, Segovia, Aranjuez y El Escorial, configuran ejemplos ilustrativos al respecto.

<sup>4</sup> Toledo puede servirnos de nuevo de ejemplo: el 66% de los excursionistas que llegan a esta ciudad gasta menos de 5.000 pesetas, porcentaje que se reduce al 39,1% entre los turistas que pernoctan (TURESPAÑA, 1996).

que los turistas residenciales y dan lugar a mayores gastos en conservación y mantenimiento de servicios, equipamientos e infraestructuras.

La doble dimensión en la relación accesibilidad, flujo turístico y tipología del visitante, nos lleva a una conclusión de importancia fundamental en la toma de decisiones en proyectos que vinculan desarrollo urbano y desarrollo turístico: las medidas orientadas exclusivamente a la mejora de la accesibilidad con los espacios emisores tienen un impacto de doble naturaleza. Por una parte genera mayores ingresos absolutos al conjunto de la ciudad. De otra, una disminución de los beneficios netos por visitante que genera efectos indeseados para el desarrollo local al introducir elementos desequilibrantes en la ecuación coste-beneficio. La lección, por tanto, es concluyente: las políticas cuyo único objetivo es atraer mayor volumen de demanda y que no contemplan medidas que potencien la afluencia de turistas que pernoctan frente a excursionistas, pueden ser contraproducentes, sobre todo en ciudades que ya reciben un alto número de visitantes<sup>5</sup>.

La reducción del desequilibrio turistas residentes-excursionistas se perfila como uno de los principales objetivos estratégicos de desarrollo turístico. Partiendo de esta premisa, las autoridades públicas y agentes privados han de centrar sus esfuerzos en potenciar los factores que facilitan el desarrollo de la oferta complementaria cultural, de ocio y de recreación, en favorecer la consolidación del tejido empresarial local interesado en el buen funcionamiento de su propia ciudad y en mejorar los servicios e infraestructuras de acogida para competir con los destinos turísticos próximos.

#### 4. COMPORTAMIENTO Y PERCEPCIÓN DEL VISITANTE

Se ha afirmado en numerosas ocasiones que el visitante de las ciudades históricas llega atraído por sus recursos artísticos y monumentales y que por tanto se trata de un turista cultural. Los escasos datos disponibles cuestionan, al menos en parte, esta idea ampliamente difundida.

<sup>5</sup> Venecia sufre este tipo de problemas y Toledo pronto puede encontrarse en situación similar. A pesar de precedentes tan ilustrativos, todavía abundan las ciudades que conceden una importancia excesiva al problema de la mejora de la accesibilidad. Las grandes expectativas de crecimiento del número de visitantes en Salamanca, a partir del enlace de la ciudad con la carretera Nacional VI por autovía, es uno de los numerosos ejemplos, a los que cabría sumar Cuenca y Segovia.

Las investigaciones realizadas en Salamanca, Ávila y Toledo concluyen que la mayoría de los turistas realizan visitas superficiales a los principales monumentos, apenas acuden a actos culturales y regresan a sus lugares de residencia desconociendo, en gran parte, el espacio urbano visitado y sus recursos histórico, artísticos y culturales (MOPTMA, 1995; SALAMANCA EMPRENDE, 1995). Diversos factores de oferta, demanda y política urbanística ayudan a comprender el problema:

- La irregularidad de las tramas urbanas de estas ciudades, la deficiente calidad de la información estática relativa a aspectos turísticos y la inadecuada señalización de los recorridos turísticos, que condiciona a los turistas a centrar la visita en los espacios mejor señalizados y los recursos más conocidos.

- El escaso tiempo de permanencia en la ciudad, que favorece la realización de visitas rápidas y escaso contenido cultural.

- El bajo nivel de instrucción de buena parte de los visitantes, el predominio de las ganas de divertirse en el ranking de los motivos del viaje y el escaso desarrollo del subsector «guías turísticos locales», que coadyuvan a reproducir y potenciar el problema.

El grado de satisfacción con la visita efectuada es, entre las características del comportamiento de los visitantes, uno de los principales aspectos a considerar puesto que permite relacionar tres cuestiones de especial interés: las motivaciones del viaje, las satisfacciones obtenidas y la sostenibilidad del turismo.

Entre las principales motivaciones del visitante sobresale la posibilidad de disfrutar de un día de ocio y descanso en espacios caracterizados por un medio ambiente de calidad. Diversos informes científico-técnicos apuntan la existencia de numerosos conflictos entre turismo, medio ambiente y población local. En síntesis, se afirma que el turismo puede ser un vehículo apropiado para la mejora ambiental de estas ciudades, pero traspasado un cierto umbral de afluencia puede transformarse en un agente degradador del medio.

Los expertos también señalan que la llegada de un gran número de turistas y la actividad incontrolada de las empresas que sirven a éstos generan multitud de impactos ambientales (ruidos, congestión de tráfico, contaminación atmosférica, contaminación visual) que pueden ser percibidos de forma negativa por los visitantes y pueden condicionar el desarrollo de las funciones residenciales. Ahora bien, algunos datos disponibles se empeñan en demostrar que parte de estas tesis no se confirman en la realidad.

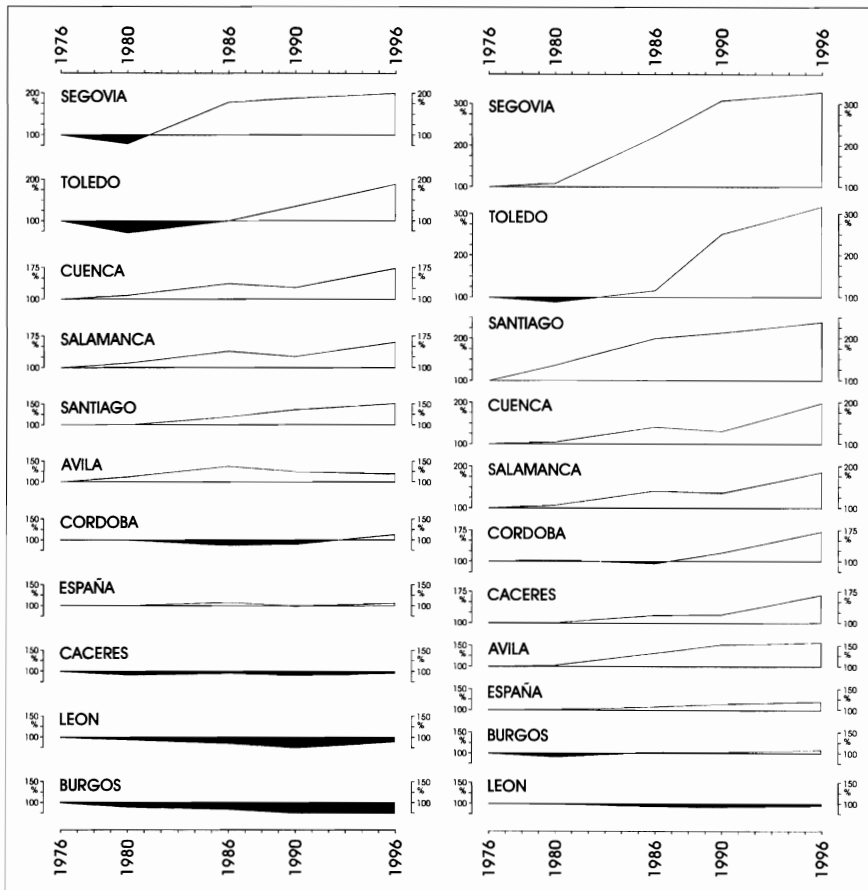


FIG. 1. Izquierda: Evolución del número de hoteles, hostales y pensiones. Derecha: Evolución del número de habitaciones. Índice 100=1976.

La gran mayoría de los turistas abandonan estas ciudades con una impresión muy positiva sobre el medio ambiente urbano, con la excepción del problema del acceso por automóvil y el aparcamiento del vehículo (MOPTMA; 1995 y TURESPAÑA, 1996). El relativo buen estado de conservación de los cascos históricos y el hecho de que el grueso de los visitantes procede de grandes urbes congestionadas y contaminadas ayudan a entender este tipo de percepciones. En última instancia, el turista compara la ciudad visitada con su lugar de residencia concluyendo que en la primera el medio ambiente es de buena calidad.

La población residente tampoco suele percibir conflictos ambientales derivados del turismo, puesto que ni el incremento de los ruidos, de la congestión, de la contaminación atmosférica y de los residuos sólidos se registran como problemas. Son otras las cuestiones que preocupan a los residentes, y suelen ser aspectos no relacionados directamente con el turismo pero que inciden en sus vidas cotidianas, como la calidad y disponibilidad de agua potable, la escasez de espacio para

aparcar, los problemas de tráfico generados por el funcionamiento de la propia ciudad, la basura o la existencia de roedores. Por otra parte, los análisis realizados por expertos sí detectan una relación causa-efecto entre turismo e incremento de los problemas medioambientales (BRANDIS, D. y RÍO, I., 1995). Esta realidad, sólo en apariencia ambigua y contradictoria, nos lleva a una cuestión de interés en planteamientos que pretenden desarrollos turísticos y urbanos sostenibles: los agentes locales implicados en el desarrollo han de considerar como fuente potencial de conflictos la divergencia de intereses y percepciones entre turistas y residentes.

En definitiva, la mayor parte de los problemas se plantean entre los residentes, que son quienes realmente «viven» la ciudad. Ahora bien, pese a que la población local no suele asociar el agravamiento de los conflictos ambientales a la presencia de turistas, esta relación causal existe aunque no siempre se manifiesta de forma clara. En este sentido, se hace necesario mantener esfuerzos permanentes orientados a detectar y corregir los pro-

blemas antes de que adquieran grandes magnitudes y transmuten en irreversibles.

### III

#### LAS INFRAESTRUCTURAS DE ACOGIDA

La evolución de la capacidad de acogida en infraestructuras de hostelería y restauración, actividades íntimamente vinculadas a este sector de actividad, es uno de los indicadores que mejor definen la salud y el peso económico del turismo en las ciudades históricas.

Interpretada en términos de rentabilidad económica, la traducción de la ley de la oferta y la demanda es concluyente: en fases de decadencia o retroceso del turismo, se estanca o desciende la capacidad de acogida en hoteles y restaurantes, mientras que en ciclos de crecimiento la tendencia es opuesta. Como veremos a continuación, en períodos de expansión la oferta puede crecer tanto en número de empresas como de plazas. En el segundo caso, además de un indicador de crecimiento también es un síntoma inequívoco de reestructuración sectorial.

##### 1. LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

Al aumento del flujo de visitantes y a la creciente diversificación de la demanda acompañan, en los últimos años, sendas dinámicas de crecimiento y reestructuración de la oferta en las ciudades históricas. Así se desprende de la figura 1, que aporta información relativa a nueve ejemplos españoles.

Salvo en contadas excepciones, el número de hoteles, hostales y pensiones aumenta y lo hace con un ritmo superior al registrado en el conjunto de España. Ahora bien, si atendemos al número de plazas el crecimiento de la oferta es muy superior, afectando incluso a ciudades donde el número de establecimientos se mantiene estable o decrece.

Después de dos décadas de fuerte crecimiento de la oferta y pese a la débil situación de partida, se puede afirmar que la actual capacidad de acogida es suficiente para cubrir la demanda anual en la mayoría de las ciudades históricas, y que los problemas sectoriales no se derivan tanto de la insuficiencia en infraestructuras como de la estacionalidad de la afluencia de visitantes.

Así sucede, por ejemplo, en Ávila, Salamanca y Toledo, que después de ver incrementar su número de plazas hoteleras un 42%, un 40,9% y un 36,7%, respectiva-

mente, entre 1990 y 1995, cuentan con capacidades potenciales de acogida de 459.170, 869.670 y 1.460.365 pernотaciones al año. Es decir, oferta suficiente para cubrir la demanda salvo en períodos concretos de gran concentración de turistas (MOPTMA, 1995).

##### 2. REESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

El incremento del número de establecimientos hoteleros, síntoma inequívoco de la vitalidad del turismo, anuncia la creciente importancia del sector en las economías de numerosas ciudades históricas, mientras que el fuerte crecimiento del número de plazas anticipa importantes procesos de reestructuración sectorial que responden a cambios de las condiciones de mercado y al nuevo protagonismo de estos espacios en cuanto destinos turísticos en alza.

El análisis de la infraestructura hotelera es concluyente en la mayoría de los casos: las ciudades históricas disponen de oferta suficiente para atender la demanda anual, de forma que los principales problemas para el desarrollo del turismo no se centran tanto en una cuestión de capacidad de acogida, sino en cómo responder a los retos que plantea la excesiva estacionalidad de la afluencia y las exigencias de una demanda cada vez más segmentada. En este sentido, se puede contemplar el futuro con relativo optimismo porque asistimos a procesos de reestructuración que responden a lógicas de adaptación de las estructuras productivas a las variaciones del mercado.

La reestructuración del sector, más o menos intensa según las ciudades, incluye la modernización de establecimientos tradicionales, el cierre de aquellos que son incapaces de adaptarse a los nuevos tiempos, la creación de nuevas infraestructuras y el desarrollo de productos novedosos. El desembarco de agentes externos inéditos y recientes cambios de planteamientos entre los agentes locales juegan un papel decisivo en estos procesos.

En las ciudades históricas crece en términos absolutos y relativos la oferta de categoría alta y medio-alta (hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas), se reduce la oferta de los segmentos inferiores y aumenta de forma significativa el número medio de plazas por establecimiento (figura 2), consolidándose progresivamente una oferta diversificada y estructuras productivas más rentables.

Otras tendencias generalizadas son el desembarco de grandes cadenas, como «Sol», «NH» y «Meliá», que



concentran su actividad en las categorías de segmentos superiores (hoteles de 4 y 5 estrellas) y la aparición simultánea de nuevas iniciativas empresariales articuladas en torno al concepto de pequeños hoteles de ambiente familiar, emplazados preferentemente en edificios históricos restaurados. En respuesta a las nuevas necesidades de la demanda y a la creciente competencia nacional e internacional, también se modernizan parte de los establecimientos tradicionales, aumentan las inversiones en cualificación de recursos humanos y las acciones orientadas a mejorar la relación calidad-precio de los establecimientos.

Entre los motores del cambio, destaca uno de carácter empresarial: las estrategias de negocio de las grandes empresas del sector que, viendo restringidas sus posibilidades de crecimiento en el segmento de «sol y playa», diversifican sus actividades invirtiendo en otros destinos turísticos. Otro, no menos importante, se deriva de las nuevas oportunidades asociadas a la declaración de algunas de estas ciudades como «*Ciudades Patrimonio de la Humanidad*», potente reclamo turístico que incide notablemente en el incremento del número de visitantes y, en definitiva, en la mejora de las perspectivas de negocio.

La creación de grandes equipamientos destinados a congresos y exposiciones también favorece la reestructuración, porque numerosas ciudades históricas están inmersas en la frenética batalla para atraer un tipo de turista caracterizado por su elevada capacidad de gasto: el turista de congresos.

Por último, en las capitales regionales y en aquellas que cuentan con universidades tradicionales o de reciente creación, la concentración de servicios públicos que atraen a gran número de técnicos, empresarios, funcionarios, estudiantes, profesores y colectivos del ámbito científico-académico también se configura como factor dinamizador del cambio.

### 3. ASPECTOS ESPACIALES DE LA REESTRUCTURACIÓN

La reestructuración hostelera tiene hondas implicaciones espaciales que afectan a espacios urbanos con importantes problemas urbanísticos, demográficos, funcionales, económicos y de accesibilidad: los cascos históricos.

Entre los empresarios, se observa una clara tendencia a localizar los establecimientos en los espacios de mayor densidad de recursos históricos, artísticos y monumentales o en sus proximidades inmediatas, preferen-

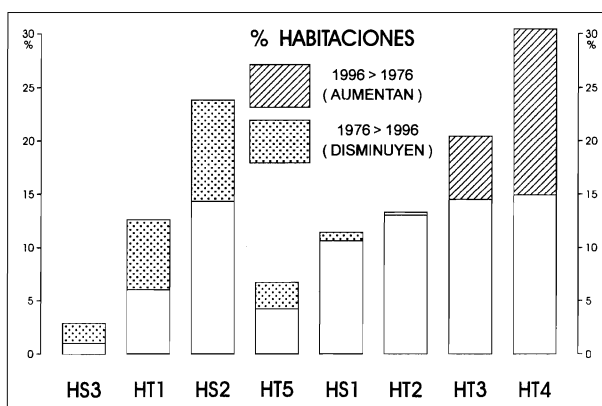


FIG. 2. Evolución de la estructura hotelera por categorías, y porcentaje sobre el total de habitaciones, entre 1976 y 1996.

temente en edificios históricos rehabilitados. El objetivo es incorporar a la cadena de valor una ventaja de localización, la posibilidad de ofrecer alojamiento en inmuebles singulares, en escenarios excepcionales muy próximos a los recursos visitables.

Las estrategias empresariales de localización generan impactos relevantes en el desarrollo de los cascos históricos, porque al utilizar edificios en desuso o en proceso de degradación favorecen la conservación y la recuperación del patrimonio y dinamizan el tejido económico. Ahora bien, varios factores frenan el discurrir de estos procesos:

- La irregularidad y estrechez de las calles, la saturación y congestión del viario y la existencia de espacios peatonales, obstaculizan el acceso de los clientes que llegan al hotel en automóvil, condicionando a los empresarios a localizarse fuera de estos espacios<sup>6</sup>.

- Los complejos procedimientos de gestión de las normativas sectoriales vigentes en los cascos históricos, que suponen intrincados trámites burocráticos para obtener licencias de obra.

Si a ello se suman los elevados precios del suelo, de los inmuebles y de las obras de rehabilitación en los cascos históricos, obtenemos un coctel de condicionantes que, al incidir en la disminución de la rentabilidad de las inversiones, potencia las tendencias centrífugas de localización.

Las empresas más afectadas son aquellas que requieren mayor superficie para desarrollar sus actividades, es

<sup>6</sup> El entorno de la Plaza Mayor de Salamanca y las áreas centrales de Cáceres, Córdoba, Cuenca y Toledo son excelentes laboratorios para el análisis de estos problemas.

decir hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas. Por ello, pese a disponer de recursos financieros y preferir espacios centrales de los cascos históricos, optan con frecuencia por instalarse en lugares periféricos más accesibles para la llegada en automóvil, con mayor disponibilidad de suelo y normativas de edificación y rehabilitación menos exigentes.

En síntesis, la pérdida de oportunidades para la conservación del patrimonio monumental y la dinamización económica de los cascos históricos derivada de los problemas expuestos, plantea la necesidad de asociar las políticas de desarrollo turístico al resto de las políticas urbanas y sugiere una fructífera y prioritaria área de trabajo que debería contemplar el diseño de nuevos instrumentos agilizadores de la tramitación administrativa de licencias de rehabilitación, nuevos mecanismos financieros de apoyo para reducir los costes de las obras y el desarrollo de medidas selectivas destinadas a mejorar la accesibilidad del turista que llega a los hoteles en automóvil<sup>7</sup>.

#### 4. EL SECTOR DE RESTAURACIÓN

La restauración es una de las actividades turísticas que mayor número de empleos genera y que más han crecido en los últimos años en las ciudades históricas españolas, registrándose aumentos del número de restaurantes tan significativos como los de Ávila (140%), Salamanca (150%) y Toledo (141%) en el período 1980-1995 (MOPTMA, 1995).

Por su creciente peso en el empleo local, cualquier alteración del sector puede generar altos costes socioeconómicos. De hecho, la restauración atraviesa numerosos problemas que tienen amplias incidencias sociolaborales y cuyo origen se asocia a determinados aspectos de las estructuras y comportamientos empresariales.

Tras años de fuerte expansión sectorial se puede afirmar que, como ocurre en la hostelería, en la actualidad existe capacidad de acogida suficiente para atender la demanda y que los problemas sectoriales no derivan de la disponibilidad de plazas sino de la adecuación de la oferta a las necesidades de la demanda.

La restauración es una actividad madura sometida a fuerte competencia, donde predominan establecimientos de pequeño tamaño y carácter familiar, empresarios de cultura tradicional y débil capacidad inversora, tra-

bajadores autónomos y ayudas familiares con carencias en cualificación y condiciones de trabajo precarias e inestables.

Salvo excepciones, la oferta se basa en cocina tradicional de platos poco elaborados, apenas se ha desarrollado la cocina internacional y resulta muy difícil encontrar establecimientos orientados a cubrir segmentos de demanda con buenas perspectivas de futuro como la comida vegetariana, dietética, ligera en calorías e infantil. En este sentido, se están perdiendo oportunidades de negocio, aunque visto desde otra perspectiva existen interesantes nichos de mercado por desarrollar.

La inflación, impacto negativo asociado al turismo en la mayoría de los tratados científico-técnicos, tiene en los restaurantes y bares un buen ejemplo de cómo no deberían ser las cosas. Los precios elevados, en relación con la calidad del servicio, conforman el problema más extendido del sector y uno de los principales motivos de insatisfacción entre visitantes, residentes y personas que trabajan a diario en estas ciudades. Al respecto, Toledo vuelve a ser un ejemplo significativo, porque los altos precios y la deficiente calidad del servicio en multitud de restaurantes de su casco histórico son la primera causa de insatisfacción de los visitantes<sup>8</sup>.

En la ciudad del Tajo, los elevados precios y la percepción del turismo como origen fundamental del problema, constituyen quejas permanentes de los vecinos y de las personas que trabajan a diario en el casco histórico, colectivos que se desplazan habitualmente a comer fuera de las áreas turistizadas. Ante este panorama no es de extrañar la crisis que atraviesa gran número de restaurantes del casco histórico que ven como se reduce paulatinamente su clientela.

En definitiva, el desequilibrio en la relación calidad-precio es el principal problema a resolver en un sector estratégico para la economía y el empleo de las ciudades históricas. Para ello se requiere un cambio de comportamiento y de aptitudes en el colectivo empresarial, porque no es posible ni recomendable que la aparente fortaleza que implica disponer, en situación próxima al monopolio<sup>9</sup>, de un local en el casco histórico, sea

<sup>8</sup> Existen otros ejemplos, como Segovia y Salamanca, donde una proporción importante de los turistas valora positivamente los servicios de restauración.

<sup>9</sup> Por desconocimiento y disponer de poco tiempo, el visitante apenas tiene otra opción para comer que los restaurantes del casco histórico. En este sentido, se puede hablar de una situación próxima al monopolio derivada de un factor de localización.

<sup>7</sup> Por ejemplo, permisos especiales para que los clientes de los hoteles puedan circular por áreas peatonales con el objeto de descargar el equipaje.

interpretada como patente de curso legitimadora de precios desorbitados. A largo plazo, los turistas y los residentes buscarán alternativas de consumo que acabarán incidiendo en una crisis de rentabilidad en el sector. Tampoco es de recibo que los empresarios, deslumbrados por las expectativas de negocio de una presencia masiva de visitantes, primen la estrategia del número sobre la calidad y busquen el incremento de los beneficios a costa de atender el mayor número de clientes sin antes abordar las necesarias reformas en locales, en ampliación y mejora de la cualificación de las plantillas. Con toda seguridad, los consumidores difundirán, entre familiares y amigos, el mal trato recibido acabando por generar una mala imagen del sector que también redundará en crisis.

En síntesis, es necesario un cambio de actitudes que puede abordarse mediante una adecuada cualificación de los recursos humanos en todos los ámbitos de la empresa. Ahora bien, la cualificación de trabajadores y empresarios, una de las componentes básicas de la competitividad (LIBRO BLANCO, 1990), es la asignatura pendiente del sector, si bien conviene puntualizar que existen importantes diferencias según categorías de los establecimientos y ciudades. En términos generales, los restaurantes de mayor categoría y sobre todo los que pertenecen a hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, cuentan con mano de obra profesionalizada, coexistiendo ciudades con graves problemas (Toledo por ejemplo) junto a otras donde el nivel profesional medio es adecuado (Salamanca y Segovia entre otras).

Las carencias de cualificación configuran un freno decisivo para la resolución de los problemas del sector y, en definitiva, una de las principales tareas a abordar. En esta labor, que requiere afrontar dos obstáculos complementarios (el predominio de microempresas con escasa capacidad para formar a sus empleados y la presencia mayoritaria de un colectivo con problemas específicos para acceder a la formación profesional, los trabajadores autónomos) pueden ser de gran utilidad los nuevos programas formativos que, desarrollados al amparo del «II Acuerdo Nacional para la Formación Continua de los Trabajadores», priorizan a los trabajadores autónomos y las pequeñas y medianas empresas.

##### 5. TENDENCIAS RECIENTES EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

Pese a sus problemas o quizás a causa de ellos, la restauración no muestra un comportamiento monolítico

ajeno a la evolución del mercado. Al contrario, en los últimos años asistimos a procesos de cambio que responden a lógicas de adaptación a la creciente competencia y a la segmentación de la demanda.

En primer lugar destaca el fuerte crecimiento de establecimientos de comida rápida, como hamburgueserías y pizzerías, en el que tiene mucho que ver la incorporación decidida de nuevos agentes que al orientar su actividad al visitante mayoritario, es decir al excursionista que dispone de poco tiempo y dinero, operan en un lucrativo mercado. También aumenta, tanto en términos relativos como absolutos, el segmento de restaurantes de categorías medias y se produce una tímida introducción de conceptos empresariales novedosos que priman la atención personalizada al cliente, el diseño de interiores y la cocina creativa manteniendo propuestas equilibradas en la relación calidad-precio.

Respecto a la cualificación de los recursos humanos es notoria una progresiva aceptación, entre empresarios y trabajadores, de la necesidad de abordar el problema. Ahora bien, esta toma de conciencia todavía muestra una débil traducción en el desarrollo de iniciativas formativas para trabajadores ocupados (Formación Continua) y desempleados (Formación Ocupacional).

Por último, la reestructuración también tiene su epílogo espacial en las tendencias de concentración de establecimientos en los cascos históricos, preferentemente en edificios tradicionales rehabilitados. Pero a diferencia de hoteles y hostales, las decisiones de localización están menos influidas por la normativa urbanística, por los condicionantes morfológicos de la ciudad y por las normativas legales de conservación del patrimonio.

En términos generales, los restaurantes requieren menos superficie que los hoteles. Por tanto, su rentabilidad no depende tanto de uno de los factores centrífugos de localización hotelera: el precio del suelo. Además, los negocios pueden emplazarse en plantas bajas de edificios donde los condicionantes de la normativa urbanística son menores al resultar comparativamente más sencillo obtener licencia de obra y ejecutar los proyectos con menores recursos financieros. En cuanto a la accesibilidad de los clientes en automóvil, su incidencia es inferior para el desarrollo óptimo del negocio, y la presencia de calles peatonalizadas y de viarios estrechos no sólo no condicionan la rentabilidad sino que pueden operar como factores satisfactorios de la demanda.

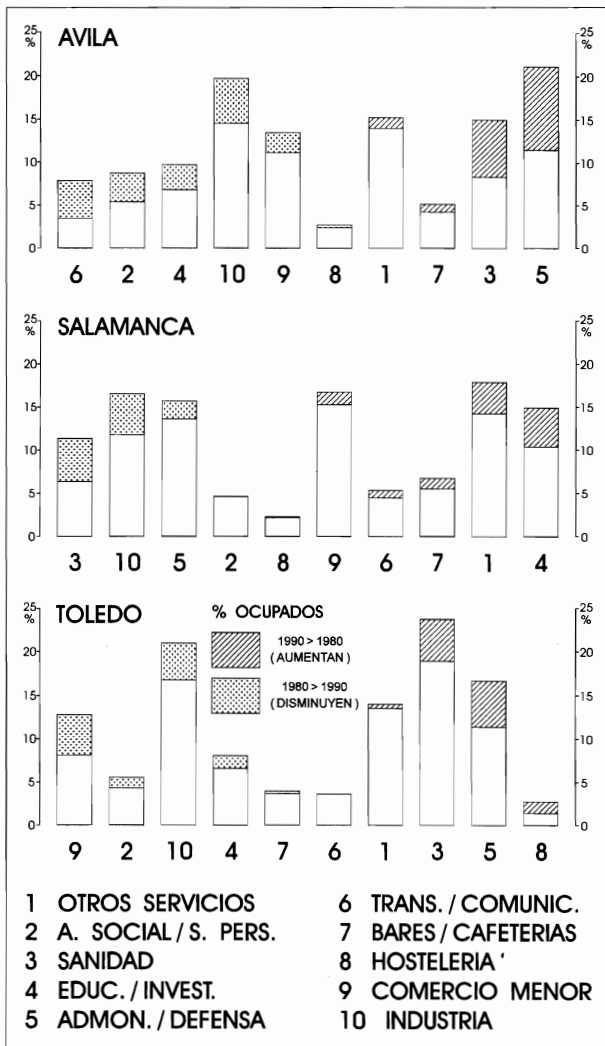


Fig. 3. Evolución de la estructura del empleo por actividades, según el número de ocupados en locales, entre 1980 y 1990. 1: Otros servicios. 2: A. Social/S. pers. 3: Sanidad. 4: Educ./Invest. 5: Admón./Defensa. 6: Trans./Comunic. 7: Bares/Cafeterías. 8: Hostelería. 9: Comercio menor. 10: Industria.

IV

TURISMO, ECONOMÍA URBANA Y EMPLEO

Las ciudades históricas españolas, particularmente las de tamaño medio, son espacios terciarizados donde predominan las actividades político-administrativas, educativas, culturales y sanitarias desempeñadas por el sector público, y el turismo como actividad principal de la iniciativa privada.

El intenso proceso de descentralización político-administrativa, la creación de numerosos servicios y equi-

pamientos públicos asociada a este proceso y al fuerte crecimiento económico experimentado en la década de los ochenta, generó crecimientos sin precedentes del empleo público en aquellos años. Simultáneamente, el constante incremento del flujo de visitantes promovió la incorporación del turismo a los primeros lugares del ranking de actividades económicas (figura 3).

En los noventa, la evolución del proceso de descentralización de competencias se centra, fundamentalmente, en la consolidación de las nuevas estructuras políticas y administrativas e implica un crecimiento muy inferior del empleo público respecto a la década precedente. Sin embargo, el flujo de visitantes sigue creciendo a fuerte ritmo, de forma que el peso económico del turismo aumenta, convirtiéndose, en algunos casos, en el primer sector de las actividades privadas.

La ecuación básica que determina el peso del turismo en las economías locales viene definida por el volumen de afluencia de visitantes y por el tamaño de la ciudad. En términos generales, conforme crece el número de visitantes y disminuye el tamaño de la ciudad el turismo adquiere mayor importancia en las rentas y el empleo. Pero existen otros dos factores, uno de carácter político y otro de naturaleza espacial, que intervienen de forma decisiva en esta ecuación.

El estatus político-administrativo de la ciudad determina la mayor o menor concentración de servicios político-administrativos y, en definitiva, el peso del sector público en la economía local. En términos generales, una capital regional dispone de un sector público más diversificado y de mayor tamaño que una «simple» capital de provincia, porque además de dependencias de la administración provincial y local cuenta con todos los servicios de la administración autónoma y central.

El peso del turismo en la economía también es función del rango urbano de las ciudades históricas que depende de su propia población y del potencial demográfico de su «hinterland» o área regional de influencia. En otras palabras, a igual flujo de visitantes, cuanto mayor es la población local y el volumen poblacional del área de influencia menor es la importancia relativa del turismo en la economía local.

Este tipo de problemas son fácilmente observables atendiendo al comportamiento de uno de los sectores más sensibles respecto al turismo, el comercio minorista (cuadro II). Para ello, podemos utilizar de nuevo los casos de Ávila, Salamanca y Toledo, ciudades donde el fenómeno aporta entre el 7% y el 15% de la actividad económica y el 15% y el 20% del empleo.

CUADRO II

CIUDAD	Población	Población del área de influencia	Porcentaje del turismo sobre el mercado potencial del comercio minorista
Ávila	53.635	48.176	13
Burgos	174.650	46.079	3
Cáceres	90.080	60.499	4
Córdoba	323.677	220.107	2
Cuenca	47.824	57.719	8
León	150.861	224.182	3
Salamanca	191.814	177.658	3
Segovia	57.968	54.831	8
Toledo	66.845	125.553	6

Fuente: *Atlas Comercial de España*, Banco Central Hispano, 1994.

Salamanca tiene una población que triplica la de Ávila y Toledo, y un área de influencia con 177.658 consumidores potenciales. Sólo es capital de provincia, pero dispone de dos universidades con 3.000 docentes y 30.000 alumnos. El volumen demográfico de la ciudad y del área comercial y la presencia de las universidades, permiten mantener una estructura productiva potente y diversificada, de forma que la incidencia de sus más de 600.000 visitantes anuales en el comercio minorista es una cuarta parte que en Ávila, ciudad que recibe un número similar de turistas.

En Toledo residen cerca de 60.000 personas y su área de influencia asciende a 125.553 consumidores potenciales. La ciudad recibe en torno a 1.500.000 visitantes al año y al ser capital político-administrativa de rango autonómico concentra multitud de dependencias administrativas que generan un elevado número de empleos. Esta suma de factores ayuda a entender porqué el peso del turismo en el mercado potencial del comercio minorista sólo representa el 6% mientras que en Ávila, pequeña capital provincial con apenas 50.000 habitantes, cuya área de influencia se extiende a 48.000 consumidores potenciales y que recibe medio millón de visitantes al año, el peso del turismo en el comercio minorista asciende al 13%.

La importancia y los impactos económicos del turismo aumentan significativamente en los cascos antiguos de las ciudades históricas. En Salamanca, por ejemplo, los servicios directa o indirectamente dependientes del consumo turístico representan el 20% de las actividades económicas y el 25% del empleo del casco, mientras que en Ávila los porcentajes se elevan al 25% y al 30% (TURESPAÑA, 1996). En otras ciudades, el turismo puede llegar a ser un monocultivo económico del que depen-

den en mayor o menor medida el conjunto de las actividades productivas de los cascos históricos. El ejemplo de Toledo nos permite ilustrar esta cuestión y otra de suma importancia: el efecto multiplicador del turismo en las economías locales.

En el casco de Toledo, el 59,1% del empleo total en los establecimientos de comercio, hostelería, restauración y equipamientos culturales dependen del consumo efectuado por los visitantes. Pero, junto a la contundencia de estas cifras, lo más significativo es la fuerte dependencia del turismo de actividades orientadas al consumo de la población residente, puesto que el consumo de visitantes permite mantener el 98,5% del empleo en equipamientos culturales, el 46,6% en quioscos de prensa y golosinas, el 32,9% en bares y cafeterías, el 31,5% en el comercio de alimentación, el 25,5% en papelerías y el 15,5% en el comercio tradicional que incluye tiendas de ropa, calzado, menaje, fotografía, artículos de escritorio, joyerías y tabaco, porcentajes que pueden ser muy superiores cuando los establecimientos se localizan en los espacios más transitados por los turistas (TURESPAÑA, 1996).

Los efectos multiplicadores del turismo extienden sus tentáculos a la fabricación de pan, bollería y pastelería, productos que después son consumidos en bares y restaurantes o vendidos en comercios minoristas, a la producción de artesanías que podrán ser adquiridas en tiendas especializadas<sup>10</sup> y al transporte urbano, colectivo e individual. El turismo por tanto, es un sostén fundamen-

<sup>10</sup> En 1995 la fabricación artesana, especialmente de damasquinados, generaba trabajo para 124 familias. De no ser por el turismo este subsector de actividad hubiera desaparecido o, en todo caso, no tendría sus actuales dimensiones.

tal de actividades que inciden directamente en la calidad de vida de los residentes y en la supervivencia del casco histórico como espacio vivo.

A los efectos multiplicadores del turismo cabría añadir, por último, sus efectos dinamizadores en la economía de espacios donde desde hace años se produce una lenta pero continua retirada de las actividades económicas como resultado de la pérdida de rentabilidad asociada al despoblamiento. En Ávila y Toledo se ha constatado cómo el turismo no sólo no expulsa a otras actividades económicas del casco histórico, sino que permite mantener multitud de ellas que debido a la despoblación y al envejecimiento demográfico corren serios peligros de desaparecer (MOPTMA, 1995).

Para finalizar, el debate sobre turismo y economía en las ciudades históricas no puede concluir sin al menos alguna referencia acerca de la actitud de las autoridades locales acerca de un fenómeno tan importante para el desarrollo de sus municipios.

En España encontramos algunas ciudades que asumen la importancia estratégica del sector integrando las políticas turísticas con el resto de las políticas urbanas y habilitando presupuestos adecuados para el mantenimiento de estructuras que realicen una gestión profesionalizada (Gerona por ejemplo). Pero en la mayoría de los casos, aún siendo el turismo la principal actividad económica, apenas se le presta atención en forma de políticas específicas, dotaciones presupuestarias y plantillas. La situación de Toledo vuelve a ser representativa al respecto, aunque no puede ser considerada una cues-

ión excepcional sino un ejemplo, quizás extremo, de un problema generalizado.

La ciudad recibe cerca de millón y medio de visitantes al año, que generan problemas de congestión y saturación en el conjunto del casco urbano y en recursos culturales concretos, pero que también permiten mantener en torno a la mitad del empleo del casco, cerca de una cuarta parte del empleo total, multitud de pequeños negocios, equipamientos culturales, monumentos y servicios. A pesar de ello, no existe una concejalía específicamente dedicada al turismo. La decena de millones de pesetas que los presupuestos municipales de 1996 destinan al Patronato Municipal de Turismo, única partida específica asignada al sector, revelan la importancia que la actividad tiene para las autoridades municipales.

Toledo tan sólo es un ejemplo al que cabría añadir otras muchas ciudades españolas que no prestan la atención adecuada al turismo ni siquiera a la hora de considerar problemas sectoriales cuya resolución está íntimamente asociada al sector. Las capitales provinciales castellano-leonesas, donde la administración regional está desarrollando programas orientados a plantear alternativas a la crisis del comercio minorista sin incluir siquiera la variable turística como objeto de análisis, podrían sumarse a una larga lista de ciudades en esta situación. Todo ello nos lleva a finalizar planteando la oportunidad de abrir un amplio debate en torno a los problemas expuestos y a la necesidad de abordarlo desde perspectivas globales integradoras a escala de ciudad, ejercicio al que deberían sumarse las autoridades regionales y locales de nuestro país.

## B I B L I O G R A F Í A

BORG, J., 1995: «Turismo y ciudades con arte: el caso de Venecia», en *Estudios Turísticos* n° 126, págs. 79-90, Madrid.

BRANDIS, D. y RÍO, I., 1995: «Turismo y medio ambiente de las ciudades históricas», en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* n° 15, págs. 157-177, Madrid.

COMISIÓN EUROPEA, 1990: *Libro Blanco sobre la Competitividad*.

COSTA, P. y BORG, J., 1991: *The impact of tourism in cities of art*. UNESCO-ROSTE, Venecia.

GOTTI, G. y BORG, J., 1995: «Tourism in Heritage Cities. An International Comparative Investigation into Tourism and its Management in Aix-en-Provence, Amsterdam, Buges, Flo-

rence, Oxford, Salzburg and Venice», n° 11/1995. Ciset. Venecia.

MOPTMA, 1995: *Turismo, accesibilidad y medio ambiente en ciudades históricas*, Dpto. de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid, Director Miguel Ángel Troitiño.

TURESPAÑA, 1996: *Estudio sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*, Dpto. de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid, Director Miguel Ángel Troitiño.

SALAMANCA EMPRENDE, 1995: *La ciudad de Salamanca evaluada por sus visitantes. Encuesta Sociológica de Mercadotecnia Turística*. Directores del trabajo: Gerardo Pastor Ramos y María Francisca Tabernerros.