

TROITIÑO, M. A.; BRANDIS, D.; DEL RÍO, I.; DE LA CALLE, M.;
GUTIÉRREZ, J.; LOBO, P.; MARTÍN, F.

Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid

Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo

RESUMEN

Se utiliza Toledo como experiencia piloto para desarrollar una metodología multicriterio orientada a explicar las interdependencias entre turismo y realidad urbana. Se presenta dicha metodología y los aspectos más relevantes en relación con los recursos culturales del centro histórico, los flujos de visitantes, infraestructuras de acogida, etc. Se concluye con una interpretación general del modelo turístico de Toledo, definido como un destino maduro con débiles infraestructuras de gestión y precaria integración del turismo en la vida de la ciudad.

RÉSUMÉ

Tolède: problèmes et implications urbaines du tourisme.- Toledo constitue un des points de référence du tourisme culturel dans notre pays. C'est pour cela que on l'a utilisé en tant qu'expérience pilote pour développer une méthodologie multicritère orientée vers l'explication des interdépendances entre le tourisme et la réalité urbaine. Dans cet article on présente la méthodologie utilisée et les aspects les plus rélevants par rapport aux ressources culturels du centre historique, aux flux de visiteurs, aux infrastructures d'accueil, etc. On termine avec une interprétation générale du modèle touristique de Toledo,

défini comme un destin mûr avec des faibles infrastructures de gestion et une intégration précaire du tourisme dans la vie de la ville.

ABSTRACT

Toledo: problems and urban implications of tourism.- We have used Toledo as a pilot experience to develop a multicriterion methodology that can explain the interdependences between tourism and urban reality. This article shows this method and the most important aspects connected with the cultural resources of the historic center, touristic flows, reception infrastructures, etc. It ends with a general interpretation of the touristic model of Toledo. In this article Toledo is defined as a mature destination with weak mangement infrastructures and a precarious integration of tourism in the life of the city.

Palabras clave / Mots clé / Key words

Toledo, patrimonio y recursos culturales, flujos turísticos, gestión, impactos funcionales, movilidad, medioambiente.

Toledo, patrimoine, flux touristiques, gestion, impacts fonctionnels, mobilité, environnement.

Toledo, heritage, touristic flows, management, functional impacts, mobility, environment.

I INTRODUCCIÓN

EN TOLEDO, ciudad media con poco más de 60.000 habitantes, concurre una gama de factores que convierte esta ciudad en uno de los «hitos de referencia» para el turismo cultural, tanto por su singularidad urbanística como por la existencia de un elevado número de edificios monumentales que conservan la huella

de estilos y culturas superpuestas. El turismo constituye un factor clave en la vida de la ciudad, y por su naturaleza transversal, así como por su fuerte protagonismo en la dinámica urbana, tiene dimensiones tanto positivas como negativas.

Este artículo sintetiza los resultados de dos estudios, complementarios entre sí, desarrollados por encargo de la administración central española: «*Turismo, accesibi-*

lidad y medio ambiente en ciudades históricas» (MOPTMA, 1995) y «Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental» (TURESPAÑA, 1996). En un marco teórico-conceptual que tiene como referencia la sostenibilidad y la aproximación integrada al hecho turístico, se persigue profundizar en la explicación de las relaciones entre turismo y ciudad.

II OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El turismo urbano, por su naturaleza transversal, permeabiliza el conjunto de la realidad urbana; es un fenómeno complejo, y de ahí deriva que no sea fácil sistematizar una metodología de análisis con validez general. En este sentido, tienen especial interés los trabajos realizados por el Ciset de Venecia (BORG y GOTTY, 1995) por cinco razones fundamentales:

1ª. Porque basándose en la «teoría del ciclo vital» aportan un modelo interpretativo de la evolución de los destinos turísticos desde la fase expansiva a la de declive.

2ª. Por la naturaleza comparativa de los estudios que han realizado.

3ª. Por la preocupación existente para reconstruir los mecanismos explicativos que encadenan los diversos impactos del turismo.

4ª. Por una preocupación explícita por el problema de la gestión, una de las cuestiones centrales del tema que nos ocupa.

5ª. Por el interés en avanzar en el conocimiento y evaluación de los impactos económicos del turismo y por acercarse a un balance de costes y beneficios.

A nivel general, también resulta de interés el planteamiento que sobre el tema del impacto del turismo y el ocio hace la Unión Europea en «*Ciudades Europeas Sostenibles*» (1996). En el caso de los centros históricos se propicia evaluar los impactos a partir de tres esferas de interés: esfera humana, esfera física y esfera medioambiental. Se trata, en suma, de un método multicriterio que saca el tema del turismo fuera de las tradicionales consideraciones medioambientalista de corte estrictamente biológico.

Ante la diversidad y complejidad de los problemas planteados y ante la disparidad y las limitaciones de la información disponible, optamos por trabajar en profundidad sobre la ciudad de Toledo, prototipo de ciudad histórico-monumental. En el contexto de nuestra lí-

nea de investigación, Toledo tiene un carácter de experiencia piloto y son diversas las razones que justifican esta elección. Entre otras podemos destacar las siguientes: se trata de una de las ciudades históricas españolas con un patrimonio urbanístico más singular y de las que recibe, por su proximidad a Madrid, un mayor número de visitantes; el turismo continúa siendo, a pesar de la diversificación funcional de los últimos años, uno de los pilares fundamentales de su economía; el centro histórico es un espacio multifuncional donde conviven actividades diversas; la ubicación de la capitalidad de Castilla-La Mancha ha introducido nuevas dinámicas funcionales y también urbanísticas; la singularidad del emplazamiento de la ciudad y la monumentalidad del conjunto urbano dan especial relevancia a los problemas relacionados con la accesibilidad, la movilidad y el medio ambiente; durante los últimos años las diversas administraciones públicas han realizado un considerable esfuerzo para afrontar problemas urbanísticos y de conservación del patrimonio arquitectónico.

El paulatino incremento de la carga turística, especialmente de excursionistas, el reforzamiento de la función político administrativa, el debilitamiento del centro histórico como espacio residencial, el agravamiento de los problemas relacionados con la movilidad, tanto para vecinos como para turistas, así como la conflictividad entre diversas funciones, plantean la necesidad de buscar estrategias orientadas al logro de nuevos equilibrios funcionales.

Los objetivos fundamentales de nuestra investigación han sido los siguientes:

- Sistematizar la problemática general del turismo en la ciudad y evidenciar sus múltiples interdependencias.

- Acercarnos a la problemática relacionada con la carga turística en sus dimensiones social, funcional, urbanística y medioambiental.

- Avanzar en una línea de investigación que nos permita conocer mejor los problemas de la inserción del turismo en las ciudades históricas.

- Configurar un marco teórico-conceptual de referencia que propicie un mejor conocimiento de las posibilidades y limitaciones que el turismo ofrece.

- Aportar elementos de razonamiento para que las administraciones públicas y los agentes privados puedan perfilar estrategias y actuaciones orientadas hacia una gestión sostenible.

La documentación básica procede del análisis de la información estadística y documental disponible (urba-

nística, económica, demográfica, turística, planes de movilidad, etc), de una encuesta muestra realizada a visitantes en el mes de julio de 1995, de entrevistas a testigos privilegiados y del inventario de locales de actividad, relacionados directa o indirectamente con el turismo. Sobre la base de un método multicriterio y una visión integrada del fenómeno turístico, se articuló la investigación en los siguientes bloques temáticos:

1°. *El patrimonio histórico-cultural como recursos turístico*. Aquí se analizan los aspectos relacionados con el patrimonio arquitectónico y urbanístico, los museos, fiestas, eventos lúdicos culturales, rutas turísticas, etc, prestando especial atención a su funcionalidad y niveles de carga.

2°. *Infraestructura y equipamiento hotelero*. En este apartado se tratan con detalle, prestando atención a la distribución espacial, los temas relacionados tanto con la oferta de alojamientos como de restauración.

3°. *Flujos y carga turística*. En este capítulo, uno de los fundamentales, se analizan los flujos, tipología de visitantes y se estima la carga turística, compaginando información estadística, encuestas y entrevistas a testigos privilegiados. También se aborda, en base a una encuesta meramente indicativa a nivel metodológico, las características y comportamiento de la demanda, niveles de satisfacción, etc.

4°. *Gestión comercial del turismo*. En este apartado se analiza la comercialización de la ciudad y su problemática a cuatro niveles: local, Madrid, resto de España y el extranjero.

5°. *Incidencias económicas y funcionales*. En base a la información estadística disponibles y, especialmente del inventario de locales de actividad realizado para este estudio, se evalúa la significación del turismo en la economía urbana y se presta especial atención al comercio turístico, hostelería y equipamiento turístico. Nos acercamos a evaluar la capacidad de carga socioeconómica a nivel general de la ciudad y especialmente en el «eje turístico principal». Las limitaciones de la información disponible, así como de nuestra propia investigación, impidieron realizar un balance de costes y beneficios.

6°. *Incidencias socioculturales*. A partir de entrevistas realizadas a visitantes y testigos privilegiados, así como de otros indicadores, nos ha sido posible un primer acercamiento a la carga sociocultural del turismo.

7°. *Infraestructuras, estrategias y políticas de gestión*. Se trata de un apartado fundamental, especialmente si se persigue establecer pautas que sirvan para

orientar estrategias que realmente se preocupen por la gestión del turismo y vayan más allá de la mera promoción.

8°. *Accesibilidad y movilidad turística*. Este tema, central en ciudades históricas con una importante función turística, se aborda tanto desde la perspectiva técnica como desde el punto de vista de los visitantes y de los agentes locales. Esta triple visión permite un acercamiento real a un aspecto fundamental, si es que se quiere lograr una buena utilización de los recursos culturales y una adecuada canalización de los flujos de visitantes.

9°. *Turismo y medio ambiente*. Mediante una metodología integradora y una ficha multicriterio se ha podido evaluar y cartografiar el impacto de turismo sobre las condiciones físicas, la trama urbana, el patrimonio arquitectónico y sobre el entorno de la ciudad. En cualquier caso, es de señalar que es muy difícil aislar el impacto del turismo del que corresponde a otras de las muchas funciones que la ciudad desempeña.

Las metodologías de análisis del turismo en las ciudades históricas, los indicadores de capacidad de carga y las fuentes de información disponibles nos demuestran que aún queda mucho por investigar y es necesario trabajos en profundidad sobre temas más específicos como capacidad de carga, medioambiente, economía urbana, rutas, etc. Nuestro ensayo sobre Toledo resulta clarificador, tanto sobre aquello que hemos ayudado a conocer un poco mejor, como sobre los temas donde es necesario seguir investigando.

III

EL CENTRO HISTÓRICO: UN POTENTE PATRIMONIO CULTURAL CON DIFICULTADES EN SU UTILIZACIÓN COMO RECURSO TURÍSTICO

El patrimonio cultural de Toledo constituye un recurso turístico de primer orden; a los valores urbanísticos y monumentales se unen los museos, los acontecimientos religiosos y los culturales. Es el ambiente, resultado de la interrelación entre factores físicos y humanos, el principal atractivo turístico de la ciudad. La preservación de este ambiente depende de la capacidad para compatibilizar la conservación del patrimonio cultural con el desarrollo de las actividades propias de un centro histórico multifuncional, que atraviesa por una fase caracterizada por una dinámica urbana compleja.



FIG. 1. Vista del conjunto histórico de Toledo (Fotografía del Patronato Municipal de Turismo).

1. EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO Y URBANÍSTICO

En Toledo, declarado «conjunto monumental» en 1940 e incluido en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 1986, concurren toda una serie de factores que contribuyen a resaltar su monumentalidad: una singularidad natural como consecuencia de las excepcionales características de su emplazamiento, una trama urbana de base medieval donde se conserva una parte importante de los trazados y la organización musulmana, un elevado número de edificios monumentales, correspondientes a diversas épocas históricas y que conservan la huella de estilos y culturas que dejaron su impronta en el plano de la ciudad (CERRO et al., 1991).

El origen de la ciudad se sitúa en la colina del Alcázar, emplazamiento defensivo de gran valor estratégico que será utilizado por los carpetanos y, posteriormente, por los romanos. Las piezas fundamentales del Toledo romano son el circo y el conjunto hidráulico de las inmediaciones del puente de Alcántara. La huella de la ciudad visigótica es limitada, aunque puede rastrearse en edificios como las iglesias de Santa Eulalia, San Román y El Salvador, la calle de San Ginés, la muralla de Wamba entre las puertas de Alcántara y Doce Cantos, etc.

El impacto de la cultura urbanística musulmana es muy fuerte, Toledo se estructura como ciudad musulmana de acuerdo con el esquema medina, alcazaba, zocos y arrabales. El legado hispano-musulmán pervive en el trazado y la organización actual de la ciudad, pero también en múltiples monumentos: puerta del Sol, plaza de Zocodover-Arco de la Sangre, mezquitas del Cristo de la Luz y Tornerías, baños del Pozo Amargo, etc. Considerada como la «segunda Jerusalén», la huella judía presenta como principales elementos a Santa María la Blanca, la Sinagoga del Tránsito y la Casa de El Greco.

La conquista de la ciudad por Alfonso VI significa la apertura de una nueva etapa en la evolución urbana. Se reajusta la trama musulmana para reinsertar la ciudad cristiana, se refuerza el papel de la parroquia como centro de articulación y el estilo gótico se impone. Los hitos principales son la Catedral, San Juan de los Reyes, el convento de la Concepción Franciscana, la iglesia de San Andrés, el monasterio de San Bernardo de Montesión, el castillo de San Servando y el puente de Alcántara. La mezcla de culturas se manifiesta de forma especial en la arquitectura mudéjar, que combina tradiciones musulmanes y cristianas, y su herencia esta presente en iglesias (Santiago del Arrabal, Santo Tomé, San Lázaro, etc), edificios civiles (Palacio de Fuensalida, Taller del Moro, etc) y construcciones militares.

Un nuevo estilo, el renacentista, simboliza una nueva época, que tiene como protagonistas a la nobleza, la mitra arzobispal y el ayuntamiento. La imagen de la ciudad conoce cambios significativos y se incorporan o remodelan elementos arquitectónicos que definen el paisaje de la ciudad actual. Entre los elementos más relevantes destacan el Alcázar, el Ayuntamiento, los conventos de Jesús y María, las Comendadoras, San Clemente, San Pedro Mártir, Santo Domingo el Antiguo, Santo Domingo el Real, y los hospitales de Santa Cruz y Cardenal Tavera.

El traslado de la Corte a Madrid significó un duro golpe para la ciudad del Tajo; la nobleza la abandona, la economía se hunde y se asiste a un proceso de «conventualización», que configura la imagen barroca. En el siglo XVIII, el cardenal Lorenzana protagoniza el mecenazgo eclesiástico y un cierto renacer cultural. La herencia arquitectónica de este período es importante y tiene como elementos más representativos la Casa Profesa e Iglesia de la Compañía de Jesús, el Colegio de las Doncellas, los conventos de la Concepción Benedictina, San

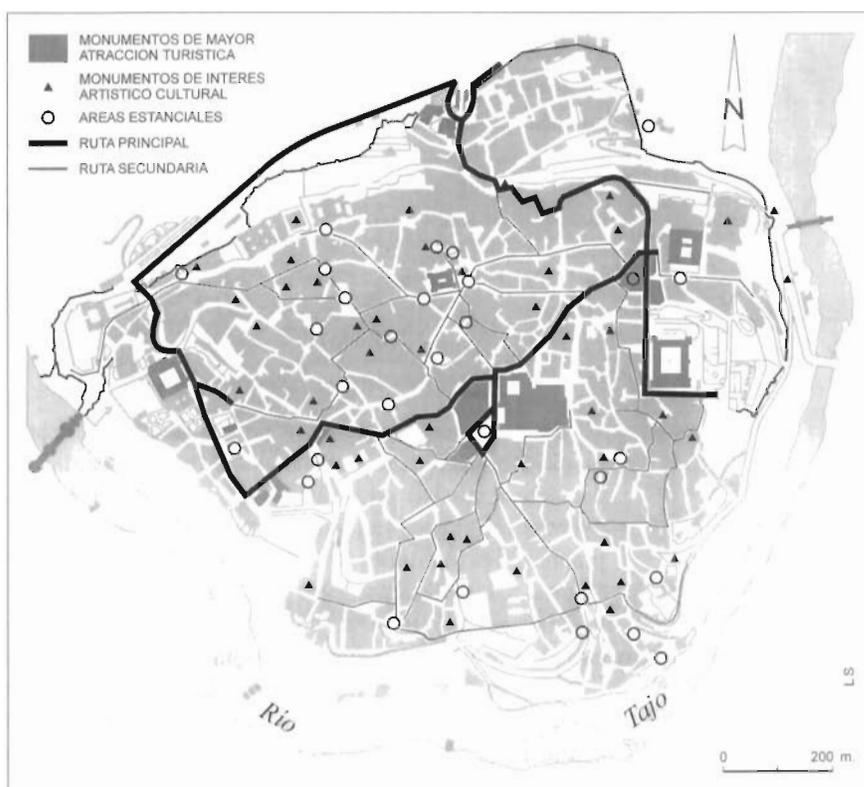


FIG. 2. Patrimonio cultural e itinerarios turísticos (MOPTMA, 1994).

Antonio de Padua y Espíritu Santo, y las iglesias de los Santos Justo y Pastor, San Nicolás y San Torcuato.

La crisis bélica relacionada con la invasión francesa, y la Desamortización, acentúan una situación ya crítica y la vida de la ciudad se encierra en el interior de la muralla. Durante la segunda mitad del siglo XIX tiene lugar un cierto renacer arquitectónico en relación con la capitalidad provincial. De esta etapa destacan el casino, el colegio nacional Santa Eulalia, escuela de artes y oficios, la fábrica de harinas, el seminario metropolitano y el teatro Rojas.

El *Plan Especial del Casco Histórico* (AYUNTAMIENTO DE TOLEDO, 1994) identifica 103 edificios con valor monumental, de los que 34 cuentan con declaración como Bien de Interés Cultural. De estos 103 monumentos, sólo una pequeña parte están debidamente acondicionados para la realización de visitas¹; un buen número de ellos acogen oficinas administrativas, instalaciones universitarias o servicios asistenciales.

En otras ocasiones, la escasez de recursos financieros impide la apertura al público de edificios de considerable valor monumental. Estas dificultades son especialmente acuciantes en el caso del patrimonio religioso, cuya funcionalidad turística es muy limitada. Los meros costes de mantenimiento resultan prohibitivos para el arzobispado, las congregaciones o las parroquias.

En consecuencia, ya sea por conflictos de uso o carencias presupuestarias, la mayor parte del patrimonio monumental se limita a conformar la escena urbana y, en la práctica, su contemplación queda limitada a los elementos externos. Por otro lado, en más del 70% de los monumentos inventariados se ha detectado una señalización cuando menos deficiente.

Los valores y recursos culturales del conjunto histórico desbordan el significado del patrimonio arquitectónico. La valorización de la ciudad y su utilización como recurso turístico requieren dar entrada a aspectos paisajísticos y culturales. En este sentido, la diferenciación histórica en barrios y parroquias, el patrimonio residencial, los espacios libres urbanos, los restos arqueológicos, el meandro del Tajo y las cornisas y fachadas de la ciudad adquieren un especial protagonismo.

¹ En el marco del proyecto realizado por encargo de TURESPAÑA (1996), mediante trabajo de campo se ha evaluado el aprovechamiento turístico de la totalidad de los edificios monumentales del casco histórico: uso principal y secundario, señalización, estado de conservación, condiciones de la visita, etc.

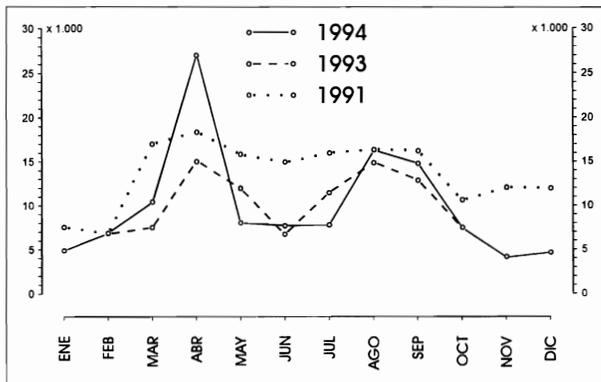


FIG. 3. Flujo anual de visitantes.

El patrimonio residencial corresponde a diversas expresiones de la casa-patio, que mantiene íntegras ciertas constantes de la cultura urbanística y arquitectónica popular. La práctica totalidad de las edificaciones de uso residencial no se pueden visitar y, por ello, presenta una funcionalidad turística muy reducida. Además, este patrimonio se encuentra gravemente amenazado dado su deficiente estado de conservación, ya que un 18% de los edificios no monumentales requieren cuando menos ser rehabilitados, y se llega al 40% si se añaden los edificios que es aconsejable rehabilitar.

2. MUSEOS Y GRANDES CONTENEDORES CULTURALES

Toledo, la ciudad de las tres culturas, ha sabido conservar buena parte de la herencia del pasado y utilizar monumentos histórico-artísticos para que cumplan una función museística. La imbricación de turismo y cultura resulta más que evidente en los museos: Alcázar, Santa Cruz, Catedralicio, Santo Domingo el Antiguo, de los Concilios y la Cultura Visigoda, de Arte Contemporáneo, Taller del Moro, Santo Tomé, Casa de El Greco, Sefardí, Santa María la Blanca, San Juan de los Reyes y Duque de Lerma. Son los grandes «hitos arquitectónicos y culturales» que, en ocasiones, ocultan el valor del conjunto.

Estos grandes contenedores culturales no siempre están acondicionados como espacios de uso público. Los análisis realizados detectan problemas de accesibilidad debido a la existencia de barreras arquitectónicas, señalización deficiente y débiles servicios de atención al público (PATRONATO DE TURISMO, 1995). La Catedral, el monumento más emblemático de Toledo, presenta las mayores incomodidades y saturaciones; también sufren problemas de sobrecarga turística Santo Tomé, el edifi-

cio que menos condiciones reúne para un turismo masivo, y, en menor medida, el Museo-Casa de El Greco.

En última instancia, dentro de este amplio repertorio destaca la ausencia, tal como han señalado responsables de la Real Fundación de Toledo, del museo de la ciudad, que bien podría ser utilizado como centro de acogida, donde los turistas tuvieran la ocasión de acercarse a la riqueza y complejidad cultural y urbanística de la ciudad de El Greco.

3. FIESTAS Y EVENTOS LÚDICO-CULTURALES

La oferta turístico cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos, la ciudad ofrece muchas posibilidades en relación con fiestas, eventos religiosos, salas de exposiciones, teatros, programaciones culturales, etc (JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA, 1994). La tradición religiosa está fuertemente enraizada en la vida de la ciudad y en relación con ella se encuentran algunos de los acontecimientos de mayor relieve, especialmente la Semana Santa y el Corpus Christi. En estas dos festividades el centro histórico se convierte en protagonista pues a los eventos religiosos se incorporan las calles, las gentes y, en suma, la vida de la ciudad.

El Corpus, declarado de Interés Turístico Internacional, es uno de los emblemas de la ciudad y la fiesta que atrae un mayor número de visitantes. La dimensión religiosa, cuyo eje central es la procesión, se complementa con un amplio programa de actividades festivas y culturales. La ciudad antigua se convierte en protagonista, los residentes y el visitante se hacen dueños de la calle y disfrutan de sus olores, sus ambientes, sus monumentos y espectáculos. Constituye, en suma, un buen ejemplo de utilización integrada de las posibilidades turísticas que un centro histórico ofrece.

El calendario festivo se completa con las fiestas del carnaval, la romería del Valle, las fiestas de la Virgen y diferentes celebraciones a nivel de barrio. La oferta de festivales y eventos culturales de diferente índole (Cultural Toledo, Semana de Música Toledana, Universidad de Castilla-La Mancha y de diferentes fundaciones y asociaciones, etc) resulta bastante limitada y además tiene el inconveniente de la dispersión, la falta de difusión y la ausencia de una programación que se incorpore a la oferta turística y establezca un calendario mas acorde con los flujos de visitantes.

En líneas generales, existe una clara infrautilización del potencial cultural y una reordenación de la oferta

podría contribuir a incrementar la estancia media de los turistas. Aunque aparentemente existe una amplia oferta de instalaciones, los locales disponibles no siempre reúnen las condiciones adecuadas para la celebración de conciertos, congresos, exposiciones, montajes teatrales, etc. Por otra parte, el marco urbanístico y arquitectónico del conjunto histórico ofrece la posibilidad, al contar con un elevado número de pequeñas plazas y plazuelas, para el desarrollo de festivales al aire libre de música, teatro, etc. Esta vía, hasta ahora muy poco utilizada, pero con amplia tradición en ciudades de reconocido valor patrimonial (Aix-en-Provence, Salzburgo, Guanajuato, Avignon, etc), permitiría materializar algunas de las iniciativas que están fermentando y sacar partido de las potencialidades de un medio urbanístico tan singular.

IV

FLUJOS DE VISITANTES E INFRAESTRUCTURAS DE ACOGIDA, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO

Toledo, por la riqueza y diversidad de su patrimonio cultural y por la proximidad a Madrid, así como por una larga tradición como destino turístico, constituye uno de los hitos de referencia en el turismo cultural de nuestro país, recibiendo del orden de un millón y medio de visitantes al año.

1. LOS FLUJOS DE VISITANTES Y LA CARGA TURÍSTICA

Calcular el número de turistas que llega a cualquier ciudad de nuestro país resulta un ejercicio complicado, por la inexistencia de fuentes estadísticas desagregadas a escala municipal. En Toledo este problema ha tenido importantes repercusiones, puesto que en algunos ámbitos de la administración se han manejado cifras muy alejadas de las reales: dos millones y medio de visitantes.

Tras ponderar los datos procedentes de las oficinas de información, las pernoctaciones en los hoteles, los datos de visitas a los museos, las opiniones de los expertos locales y los resultados de una «*encuesta muestra*», estimamos que la cifra anual de visitantes que recibe Toledo es de 1.500.000 visitantes al año, incluyendo tanto excursionistas como turistas residenciales.

Varios son los factores que explican el gran número de visitantes y el predominio de los excursionistas. Su rico patrimonio cultural y la difusión, a escala planeta-

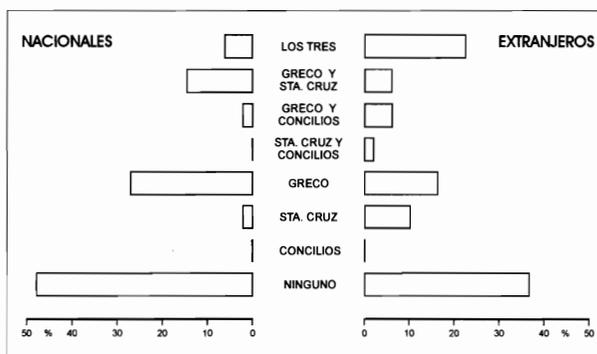


FIG. 4. Visitas efectuadas a los museos de Sta. Cruz, Concilios y Casa del Greco.

ria, de una imagen de ciudad romántica han facilitado su incorporación a los circuitos turísticos mundiales; por otro lado, la proximidad a Madrid, principal centro emisor de turismo nacional y gran puerta de entrada y redistribución de turismo extranjero de España.

La distribución del flujo turístico difiere significativamente a lo largo del año y en relación con el conjunto del país. La temporada alta se da en primavera y otoño, la media en verano y la baja en invierno, correspondiendo las mayores concentraciones a Semana Santa, Corpus Cristi y fines de semana. En estos breves períodos de tiempo, la gran afluencia de turistas puede llegar a saturar la capacidad de acogida de las infraestructuras de alojamiento y restauración.

A. Características de la demanda y tipologías de visitantes

El turismo en Toledo es un fenómeno protagonizado fundamentalmente por jóvenes (el 42% de los visitantes son menores de treinta años), heterogéneo en cuanto a características y comportamiento de la demanda. El turista tipo es un viajero independiente, que llega en automóvil a lo largo de todo el año, con máximos en primavera, verano y fines de semana, viene acompañado por familiares o amigos y no pernocta en la ciudad. El grueso de los visitantes son de origen nacional, predominando madrileños, castellano-manchegos, levantinos y andaluces. Entre los extranjeros, Francia aporta el mayor número; a continuación se sitúan Alemania y EEUU, ocupando un lugar destacado, aunque variable en función de la coyuntura económica interna, países latinoamericanos como México, Argentina y Brasil. El colectivo de japoneses e italianos es cada día mas numeroso.

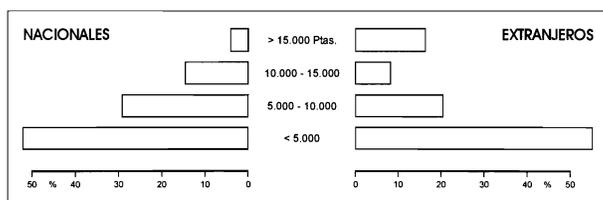


FIG. 5. Gasto efectuado por los visitantes en la ciudad de Toledo.

Apenas el 20% del total se aloja en establecimientos hoteleros y su estancia media es de 2,4 noches², correspondiendo el grueso de las pernотaciones (81%) a los españoles. El turismo en Toledo es heterogéneo en cuanto a procedencia, forma de viajar, status económico y nivel cultural. A la ciudad llegan tres tipos básicos de visitantes (viajeros individuales, grupos de agencia y grupos libres) y otros cuatro complementarios (visitantes de fin de semana, visitantes en ruta, congresistas, cursillistas y personas que viajan por negocios).

Aunque el visitante mayoritario organiza el viaje de forma independiente, la presencia de otros grupos de visitantes configura una demanda heterogénea y constata el carácter de Toledo como destino turístico consolidado y maduro. Alrededor del 6% del total son turistas que viajan en grupos de agencia y llegan a la ciudad a lo largo de todo el año, aunque con mayor intensidad en abril, mayo y septiembre. Este colectivo se caracteriza por un nivel cultural medio bajo y por predominar las personas entre cuarenta y sesenta años que suelen alojarse en Madrid. Los grupos de agencia permanecen en Toledo unas horas, realizan visitas rápidas y superficiales a los principales hitos culturales, y gastan entre 3.000 y 4.500 pesetas por persona y día en artesanías, recuerdos y bebidas. Suelen comer en establecimientos contratados previamente por la agencia, aunque también es relativamente frecuente que, tras permanecer la mañana en la ciudad, se trasladen a comer a ciudades próximas como Aranjuez.

También es significativa la presencia de grupos libres, de asociaciones culturales, vecinales, parroquiales, tercera edad y escolares, que llegan a lo largo de todo el año pero con máximos de afluencia entre abril y octubre. Este colectivo, de nivel cultural bajo y caracterizado por tener en el viajar su principal motivación, permanece en la ciudad menos de un día. Sólo ocasionalmente contratan guías, se dedican a pasear sin itinerario con-

creto, apenas visitan monumentos y su gasto medio oscila entre las 2.000 y 4.000 pesetas de las cuales en torno a 60% corresponde a alimentación y el resto a la compra de recuerdos y visitas a monumentos.

A Toledo también llegan otros grupos de visitantes minoritarios pero de gran importancia estratégica; son los de fin de semana, los visitantes en ruta, los congresistas y cursillistas y los que llegan por viajes de negocio. El visitante de fin de semana se caracteriza por su elevado nivel cultural y por manifestar un fuerte interés por la ciudad y por sus recursos histórico-artísticos; permanece fines de semanas completos y se aloja en establecimientos hoteleros, su comportamiento es similar al de los visitantes individuales, pero destina más tiempo a visitas culturales y su gasto es muy superior, oscilando entre las 15.000 y las 25.000 pesetas por día.

El perfil del turista en ruta corresponde a personas en viaje hacia otros destinos, preferentemente a Andalucía y Marruecos, que se detienen algunas horas y realizan una visita con frecuencia acompañados por guías locales. Entre ellos es relativamente frecuente la pernотación y su gasto medio, al margen del alojamiento, varía entre las 2.500 y las 7.000 pesetas. Los congresistas y cursillistas llegan para participar en cursos o seminarios, preferentemente entre los meses de mayo y septiembre y, finalizado su trabajo diario, se comportan como turistas. Aunque su número es reducido, tienen gran importancia porque efectúan un importante gasto (entre las 15.000 y las 25.000 pesetas). Por último, el visitante de negocios se asemeja a los anteriores en la motivación de la visita, gasto efectuado y comportamiento turístico; se diferencia porque consume menos cultura y porque su presencia disminuye considerablemente entre julio y agosto.

En definitiva, considerando el millón y medio de visitantes al año, su procedencia y la proporción que pernотa, se puede establecer la primera caracterización turística de la ciudad: Toledo es un destino maduro, que cuenta con una importante presencia de turismo internacional y un claro predominio del excursionista.

B. El comportamiento de los turistas y su nivel de satisfacción

En Toledo se reproducen fenómenos observados en otras ciudades históricas europeas: predomina el excursionista sobre el turista que pernотa y la mayoría de los visitantes tiene una capacidad de gasto media y media-baja. En relación al gasto efectuado, interesa señalar que

² La media de pernотaciones, pese a crecer desde 1975, todavía es muy inferior a la registrada en el conjunto de España (4,5).

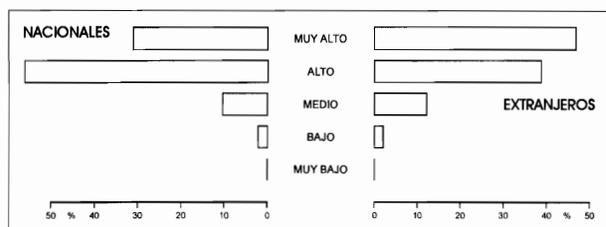


FIG. 6. Grado de satisfacción con la visita.

sólo en el 10% de los casos se superan las 15.000 pesetas/día, sin apenas diferencias entre visitantes nacionales y extranjeros; el turista gasta más que el excursionista, incluso después de excluir la partida destinada al alojamiento. Todo ello configura un conjunto de aspectos de interés a la hora de diseñar estrategias de desarrollo turístico.

El análisis de la utilización que hacen los visitantes de los servicios públicos de información turística revela otra cuestión de interés: el 60% de los encuestados no los utilizan, sin diferencias relevantes entre excursionistas y turistas. Entre los segundos, el principal factor explicativo es que en sus hoteles reciben suficiente información sobre la ciudad. También resulta muy significativo que el 9% de los encuestados no hicieran uso del servicio por encontrarlo cerrado, cuestión que remite al problema de la inadecuación de los horarios a las necesidades de los visitantes.

El hecho de que Toledo esté considerado como un destino de turismo cultural no implica que los visitantes estén especialmente interesados por la cultura, ni que predomine el turista de alto nivel cultural. De hecho, los resultados de la encuesta rompen, en parte, con el mito de Toledo como destino de turismo cultural. Ciertamente, la mayoría de los turistas visitan algún monumento, pero también es verdad que casi siempre son visitas superficiales centradas en los hitos más representativos. Sólo el 42,3% de los encuestados señaló haber visitado alguno de los tres incluidos en el cuestionario (Santa Cruz, Los Concilios y Casa del Greco) y sólo el 14,4% reconoció haber visitado los tres.

El grado de satisfacción con la visita resulta, en términos globales, alto, puesto que el 47,4% de los encuestados se van de la ciudad con un nivel de satisfacción elevado y el 39,2% con un nivel de satisfacción muy elevado. Sin embargo, la desagregación por satisfactores evidencia divergencias significativas.

Los mayores niveles de satisfacción se dan en la visita a museos y monumentos; el medio ambiente también es altamente valorado, puesto que sólo el 48,4%

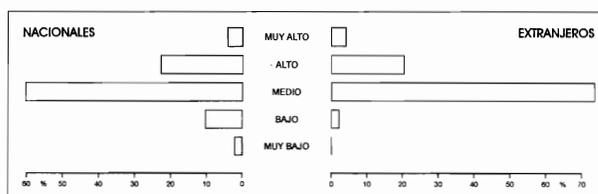


FIG. 7. Grado de satisfacción con los servicios de restauración.

declara un nivel de satisfacción medio, bajo o muy bajo, siendo las principales causas de insatisfacción la escasez de zonas verdes y de fuentes públicas de agua potable; la valoración descende en el apartado de accesibilidad y movilidad, el 50,5% declara un nivel de satisfacción medio, bajo o muy bajo y apunta a las molestias generadas por el tráfico rodado, la existencia de demasiados coches, la deficiente señalización de calles y monumentos y la escasez de zonas peatonales; por último, es en la restauración donde se producen los principales problemas: el 74,2% mostraba niveles de satisfacción medios, bajos o muy bajos debidos, fundamentalmente a la inadecuada relación entre calidad y precio del servicio.

En definitiva, el análisis del comportamiento de la demanda permite extraer una serie de conclusiones de interés para futuras estrategias turísticas. Roto el mito del visitante de alto nivel cultural, existe un amplio margen de actuación, tanto en el ámbito de la gestión comercial como cultural, para mejorar el aprovechamiento de los recursos. Otra línea de actuación debe encaminarse a disminuir los desajustes entre necesidades de la demanda y servicios prestados. Por último, la disminución del tráfico rodado, la mejora de la señalización de calles y de los recursos turísticos y la reducción de los desequilibrios en la relación calidad-precio de los servicios, se configuran como áreas prioritarias de actuación.

2. INFRAESTRUCTURAS DE ACOGIDA Y DE GESTIÓN DEL TURISMO

Toledo, salvo en períodos concretos como Semana Santa, Corpus Christi y fines de semana de primavera, cuenta con una infraestructura de alojamiento y restauración suficiente para acoger a los visitantes que llegan cada año. Los principales problemas del sector giran en torno a la relación calidad-precio y a la escasa diferenciación de la oferta.

En los últimos años, el sector del alojamiento se caracteriza por mantener una tendencia global de crecimiento, con un incremento significativo de la oferta de categorías media y alta, y cambios relevantes en la dis-

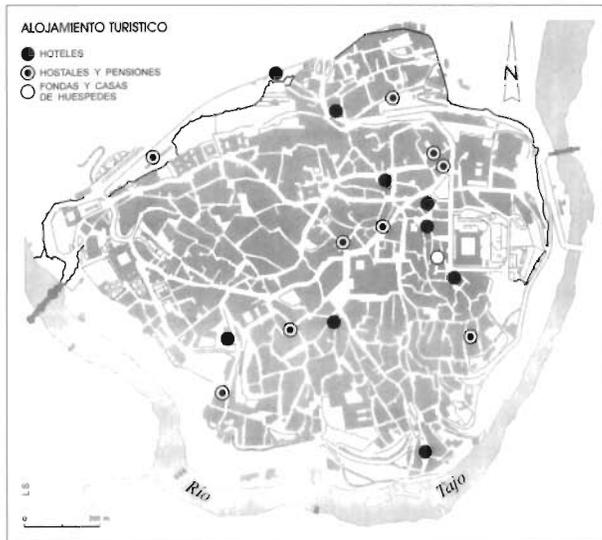


FIG. 8. Alojamientos turísticos en el recinto histórico.

tribución espacial de la oferta. En 1980, la ciudad contaba con 11 establecimientos y 591 camas; una década y media después ambas magnitudes ascendían a 40 y 2.358 respectivamente. En este intervalo de tiempo no sólo ha crecido la oferta sino que también se ha producido una espectacular variación en su distribución por categorías, puesto que si en 1980 el 52% de las camas correspondía a hoteles de tres y cuatro estrellas, en 1995 la proporción ascendía al 65,4%.

Las 2.358 plazas en hoteles, hostales y pensiones y las 1.901 distribuidas en campings, apartamentos, albergues y residencias suponían, en 1995, una capacidad máxima de acogida de 1.554.535 pernотaciones al año y 4.259 al día. Si a ello se suma las segundas residencias, la oferta en alojamiento no declarado y la de tres establecimientos en construcción, se concluye en la existencia de una capacidad de acogida suficiente para alojar a la totalidad de visitantes anuales.

En 1980 la mayoría de las plazas se concentraban en el recinto amurallado, pero en 1995 el 64,1% del total ya se localizaba fuera de éste. La desaparición de establecimientos de categorías inferiores, emplazados en edificios deteriorados del casco histórico, explica en parte esta dinámica. Otros factores explicativos son: la escasa disponibilidad de espacio sin edificar y de edificios suficientemente amplios para la instalación de hoteles, el precio del suelo, las restricciones que impone la normativa urbanística, la presencia de restos arqueológicos que encarece, retrasa y dificulta los proyectos de construcción o rehabilitación y los problemas de accesibilidad.

Estas dificultades explican que los empresarios, sobre todo quienes gestionan hoteles de tres y cuatro estrellas, prefieran localizarse en áreas extramuros.

Los niveles de ocupación hotelera son altos (77% de media en temporada alta y un 42% en baja). La pernотación de un elevado número de turistas nacionales y extranjeros, y la de personas que llegan a la capital regional a realizar gestiones³, explican esta situación de privilegio.

En definitiva, el crecimiento del sector, la presencia de una oferta diversificada y de calidad y la elevada ocupación configuran un sector rentable, dinámico, adaptado a las nuevas demandas y, por tanto, competitivo. La tendencia mayoritaria a localizarse fuera del casco histórico implica la pérdida de oportunidades para la puesta en valor de edificios de valor arquitectónico.

La restauración, una de las actividades turísticas que más ha crecido en los últimos años y que aporta mayor número de empleos, atraviesa una crisis que afecta a la rentabilidad y al grado de satisfacción de la demanda. En 1995 la ciudad disponía de 118 restaurantes con una capacidad de acogida de 12.765 personas al día y 4.659.225 al año, cifras que avalan la magnitud del sector y que avanzan una de las causas de la actual crisis: el excesivo volumen de la oferta.

El 44% de los restaurantes se concentra en el Casco Histórico, fundamentalmente en torno a las áreas más turísticas, siendo también las que concentran el grueso de los servicios político-administrativos y el comercio. A diferencia del sector hotelero, la localización apenas muestra variaciones en los últimos años, puesto que las características específicas del centro histórico condicionan en menor medida el desarrollo de los negocios y, en cualquier caso, los problemas pueden ser compensados con las ventajas asociadas a la presencia de gran número de turistas, funcionarios y residentes.

Aunque las dimensiones medias de los establecimientos (108 plazas por restaurante) son suficientes para garantizar la rentabilidad de los negocios, y a pesar de que en los últimos años se incorporan empresarios locales y foráneos que introducen nuevos productos, abundan los restaurantes pequeños y medios, de media y baja categoría, gestionados por pequeñas y medianas empresas locales que mantienen una oferta excesiva.

³ Según datos recogidos en el inventario realizado para la investigación encargada por TURESPAÑA (1996), el 26,5% de la ocupación corresponde a este colectivo.

mente homogénea, basada en platos tradicionales poco elaborados.

El exceso de oferta, su gran homogeneidad y el desequilibrio en la relación calidad-precio, conforman la tríada de factores desencadenantes de la crisis de rentabilidad. La inadecuada relación calidad-precio, sobre todo en los restaurantes del centro, es uno de los principales motivos de insatisfacción para los turistas. Ahora bien, este problema y la práctica inexistencia de establecimientos económicos, también afectan a las personas que llegan a la ciudad a realizar gestiones administrativas o a trabajar, así como a los residentes que con frecuencia se trasladan a comer a los barrios periféricos.

Desde la perspectiva empresarial, la restauración se caracteriza por ser un sector atomizado, por la abundancia de pequeñas y medianas empresas, por predominar la mano de obra familiar con problemas de cualificación y por la inestabilidad de las plantillas. Todos estos factores inciden en el problema de la inadecuada relación calidad-precio del sector.

Toledo dispone de suficiente infraestructura e incluso de un exceso de capacidad. Los principales problemas del sector se centran en la precaria calidad del servicio, el predominio de precios medios elevados y la escasa diferenciación de la oferta. En la resolución de estos problemas, la cualificación de empresarios y trabajadores se configuran como uno de los ámbitos prioritarios de actuación.

3. INFRAESTRUCTURAS Y AGENTES DE GESTIÓN

En Toledo confluyen intereses diversos, políticos, económicos, culturales, turísticos, etc, no siempre coincidentes, siendo numerosos los espacios de encuentro y de conflicto entre los diversos agentes implicados. La capitalidad político-administrativa, su carácter de destino turístico maduro, la presencia de multitud de propietarios de patrimonio histórico-artístico y el mantenimiento de funciones históricas urbanas, como la artesanía, explican la presencia del gran número de agentes que operan en el turismo.

La gestión de la administración local corresponde a la concejalía de Personal y Turismo, siendo el Patronato Municipal de Turismo el principal instrumento de intervención. El Patronato, coordinado y financiado por el Ayuntamiento, desarrolló hasta hace poco tiempo una importante labor de promoción, creación de imagen, comercialización y diversificación de productos. Ahora bien, en 1996 se redujo drásticamente el presupuesto, se

desmanteló su plantilla técnica y se abandonó la política desarrollada hasta entonces, no existiendo actualmente un programa explícito de actuación.

Las oficinas de información turística, financiadas por la Junta de Castilla-La Mancha y el Ayuntamiento, han desarrollado una amplia labor de divulgación y de información al turista en materia de alojamientos, restauración y oferta complementaria. Sin embargo, tienen planteadas problemas que inciden negativamente en la gestión: la falta de rigor en la recogida de estadísticas básicas, horarios poco adecuados a las necesidades del visitante, insuficiente información para satisfacer la segmentación de la demanda y problemas de cualificación de los trabajadores.

La Dirección General de Turismo y Artesanía de la Junta de Castilla-La Mancha mantiene dos áreas de trabajo en el ámbito turístico: la ordenación y la promoción. Las líneas prioritarias de actuación se centran en la regulación de la oferta, el control del cumplimiento de la normativa legal y la promoción. En el haber de la institución destaca las buenas relaciones establecidas con los empresarios locales y la posición destacada que ocupa la ciudad en las ferias nacionales e internacionales de turismo. Mención especial merece la puesta en marcha, en 1991, del centro de promoción de la artesanía «Mezquita de Tornerías», centro que, pese a contar con recursos humanos limitados, ha logrado implicar a cien artesanos en diversas actividades. En la gestión de la Junta también existen carencias, entre las que destacan la débil actividad en materia de dinamización y diversificación de la oferta turística complementaria y su escasa intervención en la coordinación entre los agentes locales.

La Iglesia, en su calidad de primer propietario de patrimonio histórico-artístico de Toledo, es una de las instituciones con mayores implicaciones en el turismo; por esta razón cualquier iniciativa de desarrollo sectorial debe impulsar su incorporación activa al proceso. Numerosos recursos carecen de aprovechamiento lo cual, por un lado, favorece el deterioro y, por otro, se pierden oportunidades para enriquecer y diversificar la oferta turística. En los últimos años diferentes agentes de la institución intentan aumentar la oferta cultural y en esta línea se han desarrollado iniciativas como el Plan de Conventos, en colaboración con la Junta de Castilla-La Mancha, orientado a recuperar para usos turístico-culturales parte de este patrimonio. Estas iniciativas, entre otras, evidencian una nueva forma de entender las relaciones entre conservación del patrimonio y turismo.

Instituciones como la Cámara de Comercio e Industria, la Fundación Toledo y las Asociaciones de Artesanos, Damasquinadores, Comerciantes, Empresarios de Hostelería y de vecinos del centro histórico, directa o indirectamente vinculadas a la gestión del sector, configuran un rico tejido socioeconómico y, en definitiva, un importante recurso para la puesta en marcha de iniciativas innovadoras.

La Cámara de Comercio, además de asesorar jurídica, administrativa y económicamente a sus socios, desarrolla un trabajo importante en el ámbito de la formación y cualificación profesional, así como en la elaboración de informes sobre los principales problemas de la ciudad (CRITERIOS PARA DESARROLLAR UN PLAN DE REVITALIZACIÓN DEL CASCO, 1994; la DECLARACIÓN CIUDAD Y COMERCIO, 1996). En la actualidad impulsa el documento *Toledo Agenda 21: Estrategia Turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad*, donde se apuesta por la integración del turismo en el marco de una estrategia urbana global (CÁMARA DE COMERCIO, 1998).

Entre las asociaciones culturales⁴ sobresale, por la amplitud de sus ámbitos de actuación, la «Fundación Toledo», creada en 1988 y constituida por personas físicas e instituciones del ámbito político, científico, empresarial y administrativo, trabaja en el ámbito de la recuperación del patrimonio y de la cultura.

El asociacionismo corporativo implica la presencia de un cuerpo social organizado para la defensa de intereses sectoriales estrechamente vinculados al turismo. Ocupan lugares destacados la Asociación de Regional de Artesanos, la Asociación de Damasquinadores, la de Comerciantes de Artesanías y la de Empresarios de Hostelería. Las dos primeras, que agrupan a la mayoría de artesanos de Toledo, mantienen una intensa actividad en el ámbito de la formación, la promoción, la comercialización, el reconocimiento social de los artesanos y el control del fraude mediante la creación de sellos de garantía.

Por último, las asociaciones de vecinos enriquecen el tejido social implicado directa o indirectamente en la gestión del turismo. En particular, la asociación «La Cornisa» que, a lo largo de dieciséis años de funcionamiento, está realizando una intensa actividad como interlocutora de los vecinos con el Ayuntamiento, organi-

zaciones sociales, festivas, deportivas, culturales y turísticas.

En definitiva, Toledo cuenta con un cuerpo social complejo, que conforma un recurso de primera magnitud a la hora de plantear cualquier estrategia turística. Este rico tejido, organizado inicialmente para la defensa de intereses sectoriales, genera multitud de ideas e iniciativas para el desarrollo del turismo y para su gestión, desaprovechadas por el escaso conocimiento que tiene cada uno de los agentes acerca del trabajo desempeñado por el resto.

4. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD

Toledo constituye un destino turístico de primer orden dentro del panorama turístico español, hecho que podría llevar a pensar en una comercialización turística cuidada y significativa, pero la realidad es muy distinta. La identificación y el estudio de los productos turísticos relacionados con la ciudad, tanto el viaje combinado o paquete turístico en sus distintas versiones, como los servicios turísticos han permitido evidenciar las limitaciones de la comercialización de la ciudad.

A. La comercialización desde la propia ciudad

El análisis pone de manifiesto un primer problema: no existen programas de visita turística ofrecidos desde la propia ciudad. Ninguna de las diecisiete agencias de viajes existentes en Toledo ofrece productos o servicios relativos a la ciudad, más allá de las reservas de hoteles y la venta de billetes para medios de transporte. No existe tampoco ninguna iniciativa pública, privada o mixta que ofrezca productos turísticos específicos, ya que el proyecto «Servicios turísticos de Toledo», promovido por el círculo de empresarios, no prosperó. De igual manera existe carencia de iniciativas con respecto a la diversificación de la oferta de artesanías, no existiendo denominación de origen o etiquetado de calidad para sus productos cerámicos, bordados, mazapanes, damasquino, etc.

En cuanto a los servicios turísticos, ofrece los más comunes: oficinas de información e informadores, si bien recientemente se inauguró el punto de información turística de la Cámara Oficial de Comercio e Industria, integrado en la red Infotur de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Los informadores turísticos toledanos, organizados en torno a la Asociación Regional de Informadores Tu-

⁴ Entre otras, «Amigos del Museo Sefardí», «Cervantina de Toledo», «Doménico», «Hermandad de Caballeros Mozárabes» «Estudios de Heráldica y Genealogía» y «Obra Social y Cultural Sopena».

rísticos de Castilla-La Mancha, constituyen un grupo de unos veinte profesionales de gran experiencia; a ellos se unen más de doscientos con capacidad legal para actuar en Toledo, pero residentes en Madrid.

A pesar de la pobre panorámica de la comercialización desde la propia ciudad, se observa un cierto interés por mejorar la situación, si bien muchos de los proyectos no están diseñados pensando en la singularidad de los valores de Toledo y las múltiples posibilidades de visita que ofrece. Puede citarse en este sentido el «Tren Imperial», tren turístico que ofrece este servicio de forma estandarizada a distintos municipios turísticos.

Algunos proyectos presentan aspectos positivos, como la iniciativa empresarial «*Convenciones Toledo*», grupo aparecido en 1997, que trata de ofrecer Toledo como lugar ideal de reuniones, tratando de vender el producto de forma integrada con el resto de los agentes turísticos, con un tratamiento de alta consideración hacia el marco singular que representa Toledo.

Proyectos también positivos son: «*Toledo Islámico*»; la recuperación del palacio de los Condes de Mora para instalar el hotel palacio de la Emperatriz, de cinco estrellas, cuya apertura está prevista para 1999; la ampliación y mejora de la Jornada Gastronómica de Toledo; la edición de una revista bimensual de ocio y cultura, «*Travel Toledo*». Estas iniciativas son insuficientes para mejorar la actividad turística, siendo necesario un tratamiento integral del turismo de cara a desarrollar una estrategia propia de comercialización.

B. El protagonismo de Madrid

Madrid, como centro de comunicaciones y sede de la mayor parte de las agencias de viaje mayoristas y minoristas, es un importante centro de comercialización turística y, respecto a Toledo, es su núcleo emisor más importante. El análisis de los programas de los catálogos de viajes de agencias que operan en Madrid y la información facilitada por la Asociación Profesional de Informadores Turísticos de Madrid, nos permiten identificar las modalidades del producto turístico bajo las cuales se comercializa Toledo.

La excursión es la forma más generalizada de comercialización; dentro de esta modalidad se diferencian entre la excursión de destino único, con diferente duración (medio día, día completo) y la excursión de destino múltiple, en la que Toledo figura como un punto más a visitar dentro de un recorrido de un sólo día. En ambos casos se puede afirmar que tres agencias de viajes espa-

ñolas vienen realizando la comercialización turística de Toledo desde Madrid: Pullmantour, S.A., Trapsatur, S.A. y Juliá Tours, S.A. Las tres incluyen Toledo en su programa de visitas a Madrid y sus alrededores, ofreciendo exactamente los mismos productos: «*Toledo todo el día*»; «*Toledo medio día*»; «*Toledo-Escorial-Valle de los Caídos*».

Las tres agencias funcionan de forma independiente en cuanto a la distribución de sus folletos y catálogos, pero tienen establecidos acuerdos en cuanto a programas, precios y horarios, lo cual les permite colaborar en la prestación de los servicios, funcionando en realidad como un monopolio (TOMILLO, 1996). Se orientan fundamentalmente a los visitantes extranjeros que pasan por Madrid, retocando sus programas anualmente en función de los que presentan mayor demanda. Los responsables del turismo local califican esta oferta de «línea regular con Madrid», considerando que este tipo de comercialización no es adecuada en términos económicos y ambientales para los intereses de la ciudad, ya que transmite la idea de que la visita puede realizarse en unas horas.

Existe también otras agencias de viaje que comercializan Toledo como destino excursión. Ofrecen sus programas en fechas concretas, generalmente sábados o domingos, y con propuestas generalmente más sugestivas, orientadas al mercado nacional o a visitantes que permanecen una temporada larga en la ciudad. Dentro de este grupo, que va haciéndose cada vez más numeroso, destacan con ofertas de destino único el Grupo Mundo, Caminos de España, Record Vacaciones, Unijoven y Cosmopolitan Tours. Algunas de estas agencias también ofrecen programas de excursión de destino múltiple.

Toledo, como producto de fin de semana, aparece generalmente como destino único y es comercializado más por hoteleros que por agentes de viajes. La Sociedad Estatal Paradores de España comercializa Toledo en esta línea, ofreciendo precios especiales, igualmente, el Club Tiempo Libre tiene programas de colaboración con Paradores. Pullmantour, en un programa con una noche de estancia, ofrece «*Toledo a su aire*». La oferta de fin de semana, actualmente escasa, ofrece posibilidades de crecimiento, si se enfoca la visita de forma global la ciudad en su conjunto y se desarrollan iniciativas complementarias.

En lo referente a circuitos, de nuevo Trapsatur, Pullmantour y Juliá Tours aparecen como agentes de comercialización, incluyendo Toledo como «visita en ruta», dentro de sus circuitos con destino hacia el sur de Espa-

ña o Marruecos. Vuelve aquí a repetirse la idea de la visita de Toledo en unas pocas horas. Igual situación presentan los circuitos hacia el Sur comercializados por Marsans. Trapsatur ofrece en circuitos dos programas singulares que incluyen Toledo: «*Ciudades Patrimonio de la Humanidad*» y «*España en Paradores*». En ambos casos vuelve a aparecer Toledo como una visita en ruta, de tan sólo unas horas el último día del circuito. La misma situación se repite en la oferta de Cóndor Vacaciones, incorporando Toledo como visita en ruta de su circuito «*Andalucía. Arte hispano-árabe*». Por parte de Mundicolor se está iniciando la comercialización de «*Caminos de Sefarad*», que constituye una ruta temática, orientada a los mercados de Estados Unidos e Israel.

En los programas combinados la aparición de Toledo viene más asociada a los productos de sol y playa o turismo urbano, que a otro tipo de combinaciones: ciudad-naturaleza, deporte-cultura, etc. Destacan en esta línea los circuitos de Marsans «*Toledo-Andalucía-Costa del Sol*» y «*Toledo-Andalucía-Marruecos*», volviendo a aparecer como visita en ruta.

C. La comercialización desde otros puntos de España

Toledo es un destino prioritario de excursión para la población residente en un radio de doscientos kilómetros en torno a la ciudad, pero para estos visitantes no existe canales de comercialización; son visitantes libres, bien en grupos o individualmente. Fuera de este radio de acción la venta de la ciudad se realiza de forma esporádica, de cara a puentes y fines de semana y siempre como un complemento de la visita a Madrid. Esta oferta está muy generalizada por todo el país y participan en ella tanto mayoristas como minoristas.

En cuanto a circuitos convencionales por España, Toledo vuelve a aparecer como visita de una hora en las rutas que parten del sur hacia el centro del país: «*Andalucía-Marruecos-Toledo*», «*Andalucía-Costa del Sol-Toledo*». Sólo en algunos recorridos por España de carácter individual o en programaciones de grupo (estudiantes, centros culturales, etc), figura como destino turístico con permanencia superior a unas horas.

D. La comercialización desde fuera de España

Existen dos canales fundamentales de comercialización directa que realizan algunos tour operadores y agencias de viajes extranjeras, contratando los servicios a incluir en sus paquetes turísticos; son empresas que

mueven grupos de franceses, italianos, americanos o japoneses. La comercialización indirecta, contratando con una agencia española un paquete turístico, generalmente a la demanda, como es el caso de la americana A&A Tours, con la española Trafalgar Tours.

El análisis de los catálogos de las agencias francesas, italianas y japonesas y los estudios de los principales mercados emisores de turismo hacia España (TURESPAÑA, 1997), así como estudios monográficos sobre los mercados alemán y norteamericano (SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO, 1994), permiten señalar que Toledo aparece como uno de los destinos culturales más importantes, ofreciendo diversas modalidades de venta.

La excursión es una modalidad muy común de comercialización, repitiéndose la situación de Madrid como centro emisor, tanto para los visitantes de países americanos, Alemania, Italia, Gran Bretaña o Japón. En el caso de Alemania la oferta más frecuente viene como destino complementario de la visita a Madrid, que figura como destino único en los catálogos de algunos tour operadores (Ikarus Tours, Studiosus Reisen). Igualmente sucede con Japón, que de forma mayoritaria tienen programas sobre Madrid y Barcelona, con salidas diarias ofrecidas por el tour operador Look JYB, y más espaciadas Holiday, I'll. Situación similar presenta la italiana Teorema Tours en su programa *Fly & Drive*, o las inglesas Thomas Cook y Cresta.

En relación a la comercialización desde fuera de España de fines de semana habría que incorporar también estancias cortas, que están empezando a ofrecerse por algunos tour operadores ingleses, muy volcados hasta ahora en el turismo de sol y playa, como es el caso de la inglesa Thomson, que desde 1994 ofrece el programa *City Short Break*, en relación a Madrid, volviendo a aparecer Toledo como destino excursión.

Junto a los fines de semana es preciso considerar también las estancias cortas (uno o dos días), pero no necesariamente en fin de semana. Esta modalidad de comercialización, debido a la proximidad geográfica, la ofrecen la mayor parte de los programas de Francia e Italia. En el caso de Francia no existe un destino fin de semana que sea Toledo, pero sí una extensión de Madrid en programas tales como *Les Villes d'Art* del tour operador Donatello.

En la modalidad de circuitos es donde la comercialización de Toledo aparece mejor representada y, en ocasiones, formando parte de itinerarios temáticos elaborados con gran acierto como en el caso de la francesa Donatello, que incluye Toledo en circuitos tales como el

denominado *Siglo de Oro*. En los circuitos de «*Spain Tour Operator Association*» (STOA), organización que agrupa a los touroperadores americanos especializados en programas sobre España, Toledo aparece formando parte de *Touring* por el centro de la península.

La modalidad de combinados también es muy utilizada por la comercialización desde el exterior, representativa es la oferta que realiza Alpi Tours desde Italia en sus programas *Vacanze Mix*, de dos semanas de duración, que comprende una estancia en Benidorm y un recorrido por Castilla, incluyendo la visita de Toledo.

El panorama que ofrece en su conjunto la comercialización turística de Toledo permite resaltar, en primer lugar, que se realiza fundamentalmente desde fuera de España. Además los programas ofrecidos por los tour operadores extranjeros son, en muchas ocasiones, más sugestivos que los ofrecidos desde España.

La oferta realizada desde el exterior viene a coincidir con la realizada desde España en el predominio de Toledo como destino excursión, si bien cambia en cuanto a circuitos, ya que desde el exterior es más variada y rica en contenidos. Por otra parte a la ausencia de comercialización desde la propia ciudad es muy llamativa, ya que en los últimos años, ciudades históricas con menores recursos turísticos han iniciado estrategias de comercialización más agresivas.

V

IMPLICACIONES ECONÓMICAS, FUNCIONALES Y SOCIOCULTURALES DEL TURISMO

El turismo tiene un papel decisivo en la economía de la ciudad y muy especialmente en su centro histórico. La llegada del orden de 1,5 millones de visitantes genera un importante flujo de recursos que se distribuye principalmente entre los sectores del alojamiento, la restauración, la artesanía, el comercio, la cultura y el transporte, pero además incide, en mayor o menor medida, en otras muchas facetas de la vida urbana. El turismo, con más de 500 establecimientos y por encima de 2.000 puestos de trabajo, se sitúa en un primer lugar entre las actividades privadas de la ciudad.

El centro histórico continua siendo un espacio multifuncional donde conviven actividades administrativas, culturales, religiosas, educativas, comerciales, residenciales, financieras y turísticas. El sector turístico está reforzando su presencia pero, por sus múltiples implicaciones, no resulta fácil evaluar su significación real. En cualquier caso, contabilizando el empleo directo, el in-

directo y el inducido, la cifra de empleo del sector turístico se aproxima a los 4.000 puestos de trabajo.

En el discurso de los comerciantes existe una queja bastante generalizada sobre la falta de compradores; en realidad, podemos estar ante una crisis de crecimiento: el número de establecimientos crece de forma continua y no todos pueden obtener ingresos suficientes al estar saturada la oferta.

La concentración del comercio turístico en el eje Alcázar-Comercio-Santo Tomé, así como en las inmediaciones de los museos, genera problemas de congestión, conflictos de intereses y tensiones para captar la clientela. Esta circunstancia, al existir una clara polarización en la ruta turística, tiene efecto negativo sobre actividades tradicionales y también sobre el espacio público.

El comercio del centro histórico, tal como reconoce la *Declaración Ciudad y Comercio*, se enfrenta ante un reto de modernización y adaptación a las nuevas demandas y necesidades de una estructura urbana que ha conocido una profunda reorganización en las dos últimas décadas. El turismo es un sector fundamental en la vida de Toledo y su aportación económica se suele cifrar en un tercio de la renta urbana.

El volumen de ingresos generados por el turismo, sobre la base de 1.500.000 visitantes (1.200.000 excursionistas y 300.000 turistas), con un nivel de gasto medio en los excursionistas de 4.000 pesetas y de 20.000 en los turistas, se sitúa en 10.800 millones de pesetas, cifra que, aún cuando tenga un carácter meramente indicativo, habla de la importancia del negocio turístico y de las múltiples implicaciones en la economía urbana.

1. ECONOMÍA URBANA Y ESTRUCTURA FUNCIONAL EN LA DÉCADA DE LOS NOVENTA

A partir de los primeros años ochenta se produce un fuerte impulso de la economía de la ciudad con la implantación de la administración regional. En 1990, la administración pública, la sanidad y la educación conformaban los pilares fundamentales del empleo; generaban 12.018 puestos de trabajo, el 44,57% del empleo registrado en la ciudad. El turismo era un sector decisivo en la vida económica, el sector del alojamiento contaba con 39 establecimientos y 738 ocupados; bares y cafeterías con 185 y 438. En cuanto al comercio al por menor, generaba 2.174 puestos de trabajo en 1.096 locales activos.

El centro histórico continúa siendo el centro funcional de la ciudad, sufriendo las tensiones propias de la

terciarización. En 1994, sobre un total de 1.739 licencias de actividades económicas en el centro histórico, 1.123 tributaban por negocios que total o parcialmente dependían del consumo de los visitantes.

El inventario de locales del *Plan Especial del Casco Histórico* apunta hacia una estructura funcional similar: la ciudad tradicional cuenta con 878 establecimientos activos, de los que 528 corresponden a actividades comerciales, 155 a diversos tipos de oficinas y 129 al conjunto formado por bares, cafeterías y restaurantes.

La distribución espacial de las actividades dista mucho de ser homogénea. Las administraciones públicas ocupan el sector noroccidental; el turismo se concentra en el tramo Zocodover-Catedral-Santo Tomé-San Juan de los Reyes; la zona comercial se desarrolla a ambos lados del área anterior en su sector oriental; por último, la función residencial ocupa básicamente el sector meridional.

2. EL TURISMO EN LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL CENTRO HISTÓRICO

Los establecimientos relacionados con el turismo en el centro histórico y los núcleos extramuros, ya sea en función del producto ofrecido («actividades turísticas primarias») o de la ubicación del local («actividades turísticas secundarias»), asciende a 445⁵, que suponen el 67% de los establecimientos en planta baja detectados en el inventario del Plan Especial. El número de puestos de trabajo asciende a 1.784; sin embargo, al ponderar este valor por el porcentaje de negocio turístico, reconocido por los dueños de los establecimientos, se reduce el «empleo turístico» a 1.070.

El *comercio turístico* cuenta con 117 establecimientos, el 26% de los locales inventariados, genera 210 puestos de trabajo, en su práctica totalidad ligados al turismo; de estos establecimientos, 61 corresponden a tiendas de artesanía. El tamaño medio empresarial, 1,8 puestos de trabajo por local activo, denota una estructura minifundista, derivada de la primacía del negocio familiar. Aunque sector maduro, el comercio turístico se

⁵ Dadas las dificultades que existen para determinar la incidencia funcional del turismo en las ciudades históricas, en el marco del proyecto encargado por TURESPAÑA (1996) se ha realizado un inventario de los establecimientos relacionados, de forma primaria o secundaria, con la actividad turística. La encuesta hacía referencia a aspectos como el sector de actividad, la localización, el número de puestos de trabajo y el porcentaje de negocio derivado de turistas y excursionistas.

CUADRO I. Estructura funcional del casco histórico

SECTORES DE ACTIVIDAD	LOCALES	%
Comercio alimentación	78	8,88
Comercio turístico	99	11,37
Comercio textil y calzado	85	9,69
Otro comercio	266	30,29
Bares, cafeterías y restaurantes	129	14,69
Hoteles, hostales y similares	16	1,82
Garajes y parkings	8	0,91
Sucursales bancarias	21	2,39
Oficinas	155	17,65
En blanco	21	2,39
TOTAL	878	100,00

Fuente: Ayto. de Toledo: *Plan Especial del Casco Histórico de Toledo*, 1995.

ha configurado como una alternativa a actividades comerciales en recesión; sin embargo, no se ha creado una oferta diferenciada y los nuevos establecimientos se limitan a imitar los modelos tradicionales. En un contexto de estancamiento del gasto turístico, el incremento de la competencia genera pérdida de rentabilidad de los negocios y defensa corporativa de las cuotas de mercado.

El *comercio tradicional*, afectado negativamente por la disminución de la población residente, ha incorporado, en diferente medida, a los turistas en su clientela habitual. El carácter turístico de estos establecimientos no depende tanto de la naturaleza del bien ofrecido como de la ubicación del local en relación a los flujos de visitantes. En conjunto suman 141 establecimientos y generan 384 puestos de trabajo. El resultado de ponderar el número de puestos de trabajo con el porcentaje de negocio turístico admitido, extraordinariamente variable en función de la naturaleza y localización del local, reduce este valor a 60 empleos, el 5,55% del empleo turístico.

Los *bares, cafeterías y restaurantes* constituyen uno de los sectores de actividad más importantes, en conjunto suman 135 establecimientos con 599 puestos de trabajo (252 «empleos turísticos»). Relacionado con el aprovechamiento lúdico que hace de la ciudad tradicional una buena parte de la población toledana, constituye, paralelamente, uno de los sectores más sensibles a la dinámica turística.

Con 37 locales activos que generan 408 puestos de trabajo, el *sector del alojamiento* (hoteles, hostales, pensiones y campings) constituye la primera actividad en cuanto a generación de empleo turístico directo, con 376. Las dimensiones de los establecimientos, tanto en



FIG. 9. Distribución del comercio turístico.



FIG. 10. Estructura funcional del turismo.

parámetros físicos como económicos, determinan una fuerte disociación en sus pautas de localización. Los grandes hoteles tienden a ubicarse en inmuebles singulares en espacios periféricos aunque con buena comunicación con el centro histórico, mientras que los establecimientos medianos y pequeños tradicionalmente se han ubicado en las áreas centrales.

El *equipamiento turístico-cultural*, soporte del turismo o de las prácticas culturales, cuenta con 15 establecimientos y 183 empleos.

El empleo relacionado con las «actividades turísticas intermedias» resulta difícil de cuantificar. La aplicación de valores utilizados en otros países da como resultado 2.498 puestos de trabajo intermedio, si se considera el empleo total, y 1.507 si únicamente se toma en cuenta el empleo ponderado en relación al negocio turístico. Si se considera el empleo total, el volumen de empleo asciende a 4.282 puestos de trabajo, mientras que si acepta como válida la ponderación del empleo en relación al negocio turístico admitido, el número de puestos de trabajo se reduce a 2.569.

3. LA CAPACIDAD DE CARGA SOCIOECONÓMICA

Toledo, como otras ciudades históricas Patrimonio de la Humanidad, no puede soportar un número ilimitado de visitantes. En este sentido, su «capacidad de carga turística» constituye un límite para el crecimiento de la demanda turística, puesto que la superación de la capacidad de carga socioeconómica se asocia a los procesos

de «expulsión» de residentes y de otras funciones por las actividades relacionadas con el turismo.

El centro histórico sufre un acusado proceso de despoblación, impulsado por las deficiencias dotacionales, ambientales y de movilidad y el escaso confort habitacional de buena parte del parque de viviendas. Entre 1940 y 1996 se ha pasado de 31.000 habitantes a 10.318 y el descenso continúa. La incidencia del turismo en la expulsión de los residentes y en el proceso de terciarización es limitada, pues el desplazamiento residencial obedece a las condiciones internas del centro histórico. El sector hotelero tiene escasa representación en el ámbito intramuros y el comercio turístico no parece haber desplazado las actividades comerciales tradicionales. Es más, el turismo ha permitido la supervivencia de determinados establecimientos que, sin el concurso de los turistas como clientes, estarían abocados al cierre.

La incidencia del turismo como función urbana dista mucho de ser homogénea a nivel urbanístico. El eje turístico principal, formado por la plaza Zocodover y las calles del Comercio, Hombre de Palo, Trinidad y Santo Tomé concentra la mayor parte de los visitantes. El área turística secundaria conforma una gran zona que circunda a la anterior y se prolonga por determinadas calles de reconocida funcionalidad turística. Monumentos y otros puntos de atracción focalizan la atención de turistas y excursionistas, cuyos movimientos se encuentran restringidos a un número muy reducidos de calles. En el resto del espacio urbano, el centro histórico no turístico, la presencia de visitantes resulta muy limitada; son los

CUADRO II. *Estructura funcional del eje turístico principal*

SECTOR DE ACTIVIDAD	LOCALES	P.T.	P.T.P.	I.N.T.
Comercio turístico	36	69	64,53	0,93
Hoteles	1	2	1,9	0,95
Alimentación	14	37	17,46	0,46
Librerías y similares	12	18	5,83	0,32
Sucursales bancarias	10	136	3,36	0,02
Moda y calzados	17	36	7,05	0,19
Menaje, droguería y ferretería	10	19	0,72	0,03
Joyería y relojerías	6	8	0,6	0,07
Bares y cafeterías	11	60	32,06	0,53
Restaurantes	14	137	60,65	0,44
Otros establecimientos comerciales	14	31	2,37	0,07
TOTAL	145	554	197,43	0,35

P.T.: Puestos de trabajo totales.

P.T.P.: Puestos de trabajo ponderados por el porcentaje de negocio turístico admitido.

I.N.T.: Índice de Negocio Turístico, valor resultante de dividir P.T.P. por P.T. Adopta el valor 0 cuando no existe ninguna relación con el turismo; el valor 1 señala una vinculación total.

Fuente: TURESPAÑA (1996), *Estudio sobre turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*.

espacios de dominancia administrativa y residencial. Los núcleos turísticos periféricos, exteriores al recinto amurallado, son focos de concentración puntual de visitantes; son los casos de la estación de ferrocarril, los aparcamientos de autobuses turísticos, los Cigarrales o las inmediaciones del hospital Tavera.

La competencia entre el turismo y las otras funciones urbanas plantea problemas en el «eje turístico principal». En este conjunto de calles se han detectado un total de 145 locales activos, el 22,41% de los establecimientos en planta baja del ámbito del centro histórico. El volumen de empleo total generado asciende a 554, de los que 197 corresponden a la actividad turística. Aunque la mayor vinculación con la actividad turística se produce en el sector del alojamiento y el comercio turístico, la concentración de visitantes determina que la práctica totalidad de los establecimientos incorporen a turistas y excursionistas dentro de su clientela habitual.

La coincidencia del centro vital de la ciudad con las zonas de mayor concentración de visitantes limita la aparición de espacios monofuncionales dominados por las actividades dependientes del turismo. En efecto, al eje central del centro histórico afluyen diariamente desde las personas que tienen allí su lugar de trabajo o de estudio, a las que vienen a realizar gestiones o simplemente a comprar. En definitiva, el riesgo de que la acti-

vidad turística supere la capacidad de carga socioeconómica depende, en buena medida, de la vitalidad de las otras funciones urbanas. Donde éstas son dinámicas, caso del área Zocodover-Comercio-Hombre de Palo, la presencia de visitantes no modifica sustancialmente las pautas de localización de los sectores de actividad tradicionales. En zonas de menor centralidad, la función turística tiende a ser dominante, pero no se asiste a un desplazamiento de los negocios más tradicionales ya que éstos se transforman lo suficiente para incorporar a turistas y excursionistas en su clientela habitual. En suma, los análisis realizados señalan que las actividades relacionadas directa o indirectamente con el turismo no están desplazando a otras actividades del área central, sino que los cambios se derivan de la reestructuración funcional del centro histórico.

4. LA DIMENSIÓN SOCIOCULTURAL DE LA PRESIÓN TURÍSTICA

El impacto del turismo sobre la vida local presenta varias dimensiones y la sociocultural sirve para medir la percepción que tienen los residentes. Aunque existen algunos indicadores de uso frecuente (relación visitantes/residentes, plazas de alojamiento/residentes, etc), no resulta fácil determinar la presión exacta de turistas y excursionistas sobre la sociedad local. A nivel de ciudad, en Toledo el número de visitantes por cada habitante asciende a 23,4, cifra significativamente superior a la registrada en ciudades como Ávila (8,2) y Salamanca (3,8), aunque más reducida que la soportada por destinos turísticos de prestigio mundial como Salzburgo (26) y Venecia (27,6).

Los visitantes no se reparten de forma homogénea por el espacio urbano ni lo hacen de la misma forma a lo largo del año, sino que tienden a concentrarse en determinadas calles y plazas (Zocodover, Santo Tomé, San Juan de los Reyes...) y en períodos muy específicos (primavera, fines de semana, Semana Santa, Corpus...). El conjunto histórico, con 111 visitantes por residente, es uno de los centros históricos que mayor presión turística soporta, sensiblemente superior a la que registran centros como el de Venecia (89).

La incorporación de la variable oferta de alojamiento, que corresponde hipotéticamente al máximo nivel que puede alcanzar el turismo residencial, introduce nuevos matices. La relación plazas de alojamiento por cada 100 residentes es mayor en Toledo (3,9) que en Ávila (2,6) y Salamanca (2,6) pero sustancialmente in-

CUADRO III. Sector turístico-estructura funcional

RAMA DE ACTIVIDAD	ÁREAS FUNCIONALES														
	Eje turístico principal			Área turística secundaria			Casco histórico no turístico			Núcleos turísticos periféricos			TOTAL		
	Est.	Emp.	ETP	Est.	Emp.	ETP	Est.	Emp.	ETP	Est.	Emp.	ETP	Est.	Emp.	ETP
Comercio turístico	36	69	64,5	71	126	121,7	1	1	1,0	9	14	12,0	117	210	199,2
Comercio tradicional	69	264	37,3	47	77	16,8	8	14	0,5	17	29	4,6	141	384	59,4
Hostelería	25	197	92,6	67	260	115,7	12	26	10,0	31	116	33,9	135	599	252,3
Alojamiento	1	2	1,9	14	172	156,7	6	27	24,2	16	207	196,6	37	408	376,4
Equipamiento turístico-cultural*	1	6	6,0	11	163	163,0	1	9	9,0	2	5	5,0	15	183	183,0
TOTAL	132	538	202,4	210	798	573,9	28	77	44,8	75	371	249,2	445	1.784	1.070,4

Est.: Número de Establecimientos; Emp.: Empleo Total; ETP: Empleo Turístico Ponderado.

* Dado el intenso aprovechamiento turístico de los equipamientos culturales de la ciudad, se ha considerado que la totalidad del empleo cumple una función turística, aunque en sentido estricto la razón de su existencia no viene determinada por el fenómeno turístico sino por su función cultural.

Fuente: TURESPAÑA (1996), *Estudio sobre turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*.

ferior a los valores registrados en ciudades como Venecia y Florencia, donde el sector del alojamiento está desplazando a otras funciones. En cambio, en el centro histórico es considerablemente más reducido en Toledo (6,7) que en Ávila (14,8) y Salamanca (7,8). El mayor predominio del excursionismo y las dificultades que impone el casco antiguo para la implantación de grandes hoteles ayudan a explicar estas diferencias.

No existen grandes problemas entre visitantes y residentes; en líneas generales se registra una percepción positiva del turismo, especialmente del turismo residencial. El corto período de estancia, sin embargo, impide a los visitantes mantener una mínima relación con los residentes, de modo que para la mayoría de los toledanos, turistas y excursionistas son solamente unos extraños. El contacto con personas de otras culturas y países, una de las motivaciones del turismo cultural, apenas si tiene lugar. En la mayoría de las ocasiones, el único contacto del visitante con la población local se limita a comerciantes y hosteleros.

Visitantes y residentes, aunque apenas establezcan relaciones, compiten por el mismo espacio y, con frecuencia, por los mismos productos; así el incremento de los precios deriva, en parte, de la presencia de miles de turistas. Existen campos de conflicto que, aunque latentes, pueden transformarse en manifiestos cuando aparece un catalizador adecuado. Así, el flujo de visitantes, al estar canalizado y orientado por un reducido número de calles, provoca sensación de congestión. El ritmo lento

de los turistas y excursionistas, necesario para contemplar y disfrutar del patrimonio, dificulta el movimiento de los residentes e incluso de otros visitantes que acuden al centro histórico por motivos de trabajo, compras, gestiones, etc.

Si los turistas se mueven en grupos, en torno a unas 40 personas, el conflicto puede pasar de latente a manifiesto y los residentes pueden apremiar, no siempre de buenos modos, a los visitantes. Es más, un número excesivo de turistas y excursionistas, o la simple percepción de aglomeración, que no siempre responde a circunstancias objetivas sino a determinadas percepciones, deteriora la propia experiencia turística, factor clave en la difusión informal de un destino vacacional.

CUADRO IV. Indicadores de presión turística

	Visitantes/ Residentes	Plazas alojamiento/ 100 Residentes
<i>Ávila</i>		
Casco Histórico	81,74	14,46
Municipio	8,19	2,75
<i>Salamanca</i>		
Casco Histórico	24,23	7,81
Municipio	3,75	2,14
<i>Toledo</i>		
Casco Histórico	110,08	6,66
Municipio	23,41	3,94

Fuente: TURESPAÑA (1996), *Estudio sobre turismo y desarrollo...*

La elevación de los precios es un fenómeno que afecta a la práctica totalidad de los lugares turísticos. Existe cierto consenso entre los residentes sobre las subidas de precio en cafeterías y restaurantes, e incluso en el comercio más tradicional. También afectan al valor de los inmuebles, factor que favorece el desplazamiento residencial hacia los barrios extramuros. Estos incrementos de precios, que también constituyen uno de los motivos de queja de turistas y excursionistas, resulta especialmente perjudicial para la población local.

En un contexto de restricciones presupuestarias, la asignación de los fondos públicos constituye otro de los motivos de conflicto. Las actuaciones y los servicios en materia de turismo necesitan dotarse, tal y como sucede con otras políticas urbanas, de recursos. Los sectores relacionados con el turismo (hostelería, comerciantes de artesanía, etc) manifiestan su malestar por la poca atención que las autoridades municipales prestan, mientras que las quejas de los residentes van dirigidas a los gastos corrientes que provoca la masiva presencia de visitantes: mayores dotaciones policiales, sanitarias, de limpieza urbana, etc. Se argumenta que los costes generados por el incremento de los servicios son pagados por el conjunto de la colectividad y únicamente benefician a aquellos que tienen intereses en el sector turístico.

VI MOVILIDAD GENERAL Y MOVILIDAD TURÍSTICA

El emplazamiento defensivo de Toledo, sobre un meandro del río Tajo, dificulta los accesos al centro histórico, que sólo pueden realizarse a través de un reducido número de puertas y calles.

El viario interior es sumamente complejo, con calles estrechas y tortuosas, y fuertes desniveles. Lógicamente un viario de estas características resulta poco adecuado para la movilidad motorizada, y particularmente para los autobuses, que por su tamaño sólo pueden circular por un número reducido de calles. Dentro de ese complejo viario se pueden distinguir un conjunto de ejes principales. El principal acceso hasta el centro de la ciudad lo constituye el eje Bisagra-Zocodover. Desde Zocodover hasta San Juan de los Reyes se extiende un importante eje este-oeste que articula los principales enclaves turísticos y comerciales de la ciudad. Por último, una vía de cornisa permite rodear el casco cerca del río por el oeste, sur y este, continuando en su tramo norte por el exterior de la muralla.

CUADRO V. Entradas de vehículos con motivo turístico por las distintas puertas del casco histórico

Puertas	Entradas	Porcentaje
Puerta Bisagra	220	82,40
Puerta Cambrón	17	6,37
Cornisa	13	4,87
Calle Cervantes	16	5,99
Total	267	100,00

Fuente: MOPTMA (1994): *Estudio de reordenación viaria...*

Por su carácter multifuncional, el casco histórico de Toledo se comporta como un importante foco de atracción de viajes. En un día laborable medio se registran unas 20.000 entradas de vehículos, de las cuales unas 15.000 son imputables a los no residentes en el casco (MOPTMA, 1994). Un 40% de las entradas tienen como motivo el trabajo, un 25% las gestiones y un 18% la vuelta a casa. Es significativo el porcentaje de un 7,5% de las entradas correspondiente a vehículos pesados, que hay que poner en relación con la importancia comercial y turística del casco histórico.

La mayor parte de los flujos exteriores son canalizados por la Puerta de Bisagra y la Puerta del Cambrón. La primera se comporta fundamentalmente como lugar de entrada, mientras que la segunda lo hace como lugar de salida. Las zonas del casco que atraen un mayor número de viajes son la del Alcázar y la del norte del casco.

La avalancha de vehículos que invade diariamente el centro histórico produce graves conflictos con los peatones, así como una excesiva ocupación del espacio público: de los 20.000 vehículos que cada día acceden al casco, un 25% aparca en garajes privados y aparcamientos públicos, pero el 75% restante lo hace en la vía pública, donde existen 3.600 plazas de aparcamiento que quedan totalmente saturadas en las horas centrales del día.

Por lo que se refiere al transporte público, varias líneas de autobuses enlazan los distintos barrios de la ciudad con el casco histórico. La mayor parte de ellas penetran por la Puerta Bisagra y finalizan su recorrido en la Plaza de Zocodover. En consecuencia, esta plaza se convierte en punto de ruptura de carga casi obligado, a partir del cual se produce la canalización de los flujos peatonales por el casco.

A pesar de que en muy pocos lugares se priorizan los flujos peatonales, la movilidad interna se basa fundamentalmente en este tipo de desplazamientos. Efecti-

CUADRO VI. Lugares de bajada y recogida de visitantes transportados en autobuses turísticos

Lugar de bajada (%)		Lugar de recogida (%)	
Alcázar	70,7	S. Juan de los Reyes	75,6
S. Juan de los Reyes	14,6	Bisagra	9,7
Bisagra	12,1	Alcázar	7,3
Resto	2,4	Resto	7,3
Total	100,0	Total	100,0

Fuente: MOPTMA (1994): *Estudio de reordenación viaria...*

vamente, en la encuesta origen-destino efectuada a los peatones que transitaban por la calle de Comercio esquina a Zocodover, se pudo comprobar que un número importante de viajes peatonales atraviesan parcial o totalmente el casco, alcanzando los barrios residenciales del sur y la zona monumental de San Juan de los Reyes.

Los aforos realizados confirman la existencia de importantes flujos peatonales en el interior del casco. El mayor volumen de flujo se registra en la Calle del Comercio, con 25.000 viandantes en el período horario que va de las 8 a las 22 horas. También se registran importantes volúmenes de flujo en las calles de la Plata y de Hombre de Palo. Por lo que se refiere a los accesos al casco, la Puerta Bisagra registra un volumen apreciable de flujos peatonales, con casi 2.000 entradas entre las 8 y las 15 horas, muy por encima de las casi 700 entradas de la Puerta del Cambrón. Pero estas cifras son muy modestas si se comparan con las 15.000 entradas netas de vehículos a lo largo del día, lo que confirma que el acceso al casco histórico se realiza de forma generalizada por medios de transporte mecanizado.

I. LA MOVILIDAD TURÍSTICA

Los turistas que acceden en coche suelen aparcar en alguna de las calles o explanadas del casco histórico, sobre todo en la zona del Alcázar, y continuar su visita a pie; los que lo hacen en autobuses turísticos suelen descender en la plaza de Zocodover y después son recogidos por los autobuses al otro lado del Puente de San Martín o en el Paseo de Recaredo. La mayor parte de los vehículos acceden al casco por la Puerta de Bisagra, en una proporción mucho mayor (82%) que la del total de los vehículos (50%) y por lo tanto contribuyen de forma desproporcionada a complicar las condiciones ambientales y de circulación en el eje Puerta de Bisagra-Zocodover. Ante la ausencia de información, los tu-

CUADRO VII. Combinaciones de los lugares de bajada y recogida de los autobuses turísticos

Alcázar-S. Juan de los Reyes	63,4
Bisagra-Bisagra	9,7
S. Juan de los Reyes-S. Juan de los Reyes	9,7
S. Juan de los Reyes-Alcázar	4,8
Alcázar-Serrería	4,8
Resto	7,3
Total	100,0

Fuente: MOPTMA (1994): *Estudio de reordenación viaria...*

ristas penetran por la primera puerta que encuentran (la de Bisagra) y buscan un lugar donde aparcar en el interior del casco.

Por lo que se refiere a los autobuses turísticos, alrededor de un 70% deja a los visitantes en el Alcázar y un 75% los recoge en las proximidades de San Juan de los Reyes, generalmente junto al Puente de San Martín, lo que indica que la mayor parte de los visitantes que acuden en autobuses turísticos a Toledo realizan su recorrido en sentido este-oeste. Este hecho se explica por la propia topografía de la ciudad, ya que el Alcázar es el punto más elevado. Asimismo cabe destacar que son pocos los autobuses turísticos que dejan y recogen a los visitantes en el mismo punto.

Finalmente, los turistas que acuden a Toledo en tren o autobuses de línea deben utilizar el transporte público para acceder al casco, ya que tanto la estación de autobuses como la de ferrocarril quedan fuera del recinto histórico. Ambas estaciones están conectadas con la plaza de Zocodover por líneas de autobuses urbanos.

Debido a la gran riqueza monumental de Toledo, los turistas se dispersan, recorriendo itinerarios muy diversos o simplemente visitando algún monumento en particular. Pero sin duda los mayores flujos peatonales de turistas se registran a lo largo del eje Zocodover-San Juan de los Reyes. No se trata de un eje único, ya que presenta diversas ramificaciones en forma de rutas alternativas. Así, en el primer tramo del eje existe una gran variedad de rutas alternativas según se parta de la Plaza de Zocodover o de El Alcázar y se bordee la catedral por sus flancos norte o sur. Pero tanto en un caso como en otro los visitantes tienden a confluir en la Calle de Santo Tomé. A partir de aquí se producen nuevamente diferentes ramificaciones: unos continúan directamente hacia San Juan de los Reyes y otros se desvían para pasar por las sinagogas y la Casa de El Greco previamente a su llegada al citado monasterio.

CUADRO VIII. Aforos peatonales en día laborable medio*

Punto de aforo	Total peatones	Turistas	Porcentaje de turistas
Calle Comercio esquina Zocodover	25.600	787	2,3
Calle de la Plata junto P. San Vicente	10.545	212	2,0
Calle Hombre de Palo	9.394	838	8,9
Calle Cardenal Cisneros	3.167	466	14,7
Calle Santo Tomás	5.677	1.372	24,2
Puerta del Cambrón	2.957	333	11,3
Puerta del Sol	4.468	804	18,0
Calle Cristo de la Luz	2.823	84	3,0
Puerta Bisagra	7.290	888	12,2
Puerta de Alcántara	878	273	31,1

* Los aforos se realizaron durante el período comprendido entre las 8 y las 15 horas, excepto en el punto de aforo de la Calle del Comercio junto a la Plaza de Zocodover, en el que se prolongó hasta las 20 horas. Para estimar la cifra total de peatones y turistas en los demás puntos de aforo se utilizaron coeficientes de expansión basados en la distribución horaria del primer punto de aforo: 1,75 para los flujos peatonales totales y 2,33 para los de los turistas.

Fuente: MOPTMA (1994): *Estudio de reordenación viaria...*

Fuera de este eje principal también se detecta una fuerte presencia de turistas en el entorno de la Puerta de Bisagra, los cuales se dirigen hacia la zona de Zocodover por dos rutas: la mayoría lo hace por la vía principal Bisagra-Zocodover, pasando junto a la Puerta del Sol; una minoría toma la calle del Cristo de la Luz.

Los turistas, como el resto de los peatones, sufren las molestias y los peligros del tráfico rodado. Así, a lo largo del eje turístico Zocodover-San Juan de los Reyes apenas existen espacios en los que el peatón tenga preferencia sobre el automóvil y se permite el aparcamiento en la mayor parte de las calles, lo que supone una dificultad adicional para los flujos peatonales y produce un impacto visual negativo en las áreas monumentales. En los inventarios de aparcamiento diurno y nocturno (MOPTMA, 1994) se han contabilizado a lo largo del eje turístico 367 vehículos durante el día y 212 durante la noche.

En conclusión, la movilidad, tanto general como turística, en el casco histórico de Toledo es esencialmente peatonal, pero los desplazamientos a pie se encuentran sometidos a constante conflictos con el coche. Parece necesario acometer actuaciones que, sin eliminar el coche, modulen su presencia, lo que repercutiría en la calidad de vida de los ciudadanos y revalorizaría los espacios públicos, haciéndolos más atractivos. Tanto el Estudio de Reordenación Viaria y del Transporte en el Casco Histórico de Toledo, como el Plan Especial del Casco Histórico de Toledo, se orientan en esa línea.



FIG. 11. Las formas singulares que presentan muchas de las plazas pasan inadvertidas por la ocupación masiva de su planta con los coches aparcados. Plaza de la Estrella, en el Arrabal.

VII TURISMO Y CALIDAD AMBIENTAL

El atractivo turístico de Toledo deriva de una singular relación entre las condiciones físicas y las formas urbanas que el hombre ha ido creando a lo largo del tiempo. La imbricación entre naturaleza y cultura ofrecen la posibilidad de captar la imagen completa de una ciudad donde la armonía entre la topografía, el roquedo y las formas constructivas, calles y marco edificado, han dado lugar a un conjunto de extraordinaria belleza y equilibrio.

Tras analizar las relaciones y los impactos del turismo en las condiciones físicas, trama urbana, patrimonio edificado y entorno del conjunto histórico, mediante una metodología multicriterio, resulta evidente que el turismo viene a reforzar los efectos negativos relacionados con el tráfico, la señalización, la terciarización, la renovación edificatoria o la ocupación del espacio público.

1. LOS VALORES AMBIENTALES

Destaca en Toledo, sobremanera, la posibilidad de captar desde el exterior la imagen completa de la ciudad facilitada, sobre todo, por el emplazamiento en una topografía de colina y por la existencia del río Tajo que, encajado, la rodea. Junto a esta peculiaridad, sobresale asimismo la armonía que existe entre topografía y roquedo y las formas constructivas, calles y marco edificado, que ha dado lugar a un conjunto indisoluble de gran belleza. Todo esto hace que la imagen global de la ciudad histórica y su entorno alcancen unas cualidades



FIG. 12. La promiscuidad de terrazas y coches aparcados impide al visitante captar la singular forma de la plaza de la Magdalena.

paisajísticas únicas, muy reconocidas y resaltadas por historiadores, viajeros y escritores.

Puertas adentro, la ciudad no desmerece de la imagen que desde el exterior presenta, ya que la relación íntima entre la los espacios vacíos y los ocupados, entre la planta y el alzado es fácilmente reconocible por el observador. En efecto, la permanencia de la trama medieval y la adaptación a la misma del marco construido, de forma sabia y bien entendida a lo largo del tiempo, es la causa esencial de este magnífico paisaje urbano. Así pues, este conjunto de realidades es el que define la singularidad y la calidad del medio ambiente de la ciudad histórica de Toledo.

La adaptación de la trama a la topografía es una constante en el callejero medieval donde lomas, cuevas y bajadas definen la riqueza de perspectivas que sabiamente ha sabido aprovechar la cultura musulmana y que se reconocen en las calles estrechas, sinuosas, quebradas y con numerosos adarves o callejones sin salida. La irregularidad de la trama también se significa en los espacios abiertos y plazas de variadas formas que airean el angosto callejero. Por su parte, el caserío busca las formas constructivas más acordes con los rigores climatológicos, abriéndose hacia el interior de las grandes e irregulares manzanas, con patios de muy diferente tamaño y forma a fin de generar beneficiosos microclimas que suavicen el largo y caluroso estío.

El marco construido es uno de los elementos que contribuye a definir mejor la calidad del medio ambiente de la ciudad, en donde el ensamblaje armonioso entre los monumentos dispersos y la arquitectura doméstica, que tapiza los espacios intermedios y ejerce de engarce entre todos ellos, da lugar a conjuntos de gran belleza y personalidad. Esto se acrecienta cuando hay elementos



FIG. 13. Las características del caserío tradicional de la calle de Santo Tomé se ocultan ante la presencia de los grandes escaparates que acompañan al comercio de artículos turísticos.

tan significativos como la muralla medieval que con sus lienzos y puertas constituye una de sus señas de identidad.

La diversidad funcional y social, que históricamente participaba en las características de su medio ambiente, se ha visto en los últimos años modificada por la introducción de oficinas institucionales y por la grave disminución de la población residente y de gran parte de las actividades tradicionales. Sin embargo, actualmente hay intereses en recuperar la heterogeneidad perdida combinando el uso turístico, el comercial, el institucional y el residencial.

La relación íntima que se establece entre la ciudad intramuros y su entorno hace que ambos formen parte de una misma identidad histórica y medioambiental, y las perspectivas paisajísticas que se obtienen mutuamente al observar los entornos desde la ciudad y a ésta desde los miradores, que jalonan la cornisa sobre el Tajo, constituyen uno de los grandes valores medioambientales de la ciudad de Toledo. El río deja un espacio abierto y libre que permite visualizar la ciudad desde sus entornos meridionales, ámbitos ocupados tradicionalmente por los cigarrales, cuya personalidad no reside en:

«Ser una casita encajada, ni por los olorosos y discretos jardines, ni por el sereno olivar. Es porque mira a Toledo y porque no sirve para nada más... y para qué más!— que para esto» (MARAÑÓN, *Llego y nostalgia de Toledo*).

2. LOS EFECTOS DEL TURISMO EN EL MEDIO AMBIENTE

Los impactos provocados por algunas de las manifestaciones del turismo en la trama urbana de Toledo llegan, en ocasiones, a ser negativos para la misma, má-



FIG. 14. Las señales de tráfico resultan especialmente agresivas cuando se adosan o clavan en las fachadas de los edificios porque deterioran su calidad y dañan su imagen. Plaza de El Salvador.



FIG. 15. En los entornos del Puente de San Martín los reclamos que emplean los restaurantes nada tienen que ver con la sobriedad que presentaban las ventas y las casas de comida tradicionales.

xime cuando se conjugan la estrechez y tortuosidad del viario. La circulación motorizada, el aparcamiento de vehículos, la concentración de las actividades económicas, los sistemas de señalización y el mobiliario urbano pueden deteriorar las cualidades de la trama y perturbar su adecuada visualización.

Estos problemas se agudizan en el viario que rodea los hitos monumentales y que suele coincidir con los itinerarios más frecuentados por los turistas. Así, Zocodover se ha convertido en un lugar incómodo y molesto por el paso y estacionamiento de vehículos e igualmente ocurre en los accesos a la ciudad a través de las Puertas de Bisagra y del Cambrón. La concentración de actividades relacionadas con el turismo es especialmente significativa en el tramo viario entre Zocodover y Santo Tomé, en donde los ensanches de las calles, adarves, plazas y plazuelas, aparecen ocupados por terrazas, veladores, mostradores de artículos de venta, máquinas expendedoras, reclamos publicitarios, etc. Entre los elementos del mobiliario urbano son las papeleras, los contenedores de basura y las cabinas de teléfonos los que más deterioran la imagen de la trama y molestan el tránsito peatonal por su inadecuada ubicación y diseño, poco acorde con las características del marco en el que se inscriben.

Las relaciones entre el turismo y el patrimonio construido son de variado signo. Por un lado, el turismo ha contribuido a la conservación y rehabilitación de edificios para la hostelería, destacando los hoteles Cardenal, Real o el de Santa Isabel, pero por otro lado, las reformas de los bajos para el comercio turístico de las calles del Comercio, Trinidad y Santo Tomé contrastan con los modos constructivos locales al introducir diseños, materiales y colores poco acostumbrados. Igual-

mente, las fachadas de los edificios de este itinerario con bajos comerciales aparecen ocupadas por anuncios, reclamos y artículos de venta en general que ocultan gran parte de sus características formales y arquitectónicas. El patrimonio edificado también se ve afectado por los elementos de señalización que aparecen apoyados o clavados de manera arbitraria en las fachadas ante la imposibilidad de instalarlos en el estrecho viario. De igual forma, el estacionamiento de vehículos delante de los edificios dificulta lo que debería ser la correcta contemplación de los mismos y hacen desmerecer el conjunto.

Los riesgos que el turismo introduce en la diversidad funcional de la ciudad se manifiestan en la transformación de los usos comerciales tradicionales y en el reforzamiento del comercio turístico. Así, la calle del Comercio y, en menor medida, en la plaza de Zocodover, centro vital de la ciudad y donde se llevan a cabo la mayor riqueza de intercambios sociales, están experimentando cambios importantes. Esto puede conllevar un empobrecimiento de las relaciones sociales y pérdida de calidad medioambiental.

Considerado el entorno de la ciudad histórica como una zona de gran fragilidad, susceptible de todo tipo de agresiones de las que no están exentas las que proceden del turismo, en el de Toledo, tras una degradación continuada de sus elementos físicos y culturales y el reconocimiento de sus potencialidades medioambientales, se puso en práctica recientemente el Plan de Recuperación de las riberas y márgenes del río (CAMPOS, 1995). Estos logros ayudan a consolidar el itinerario turístico que bordea la cornisa de la vertiente sur del río. Sin embargo, la afluencia de visitantes conlleva la aparición de autobuses turísticos y de coches aparcados, así como de

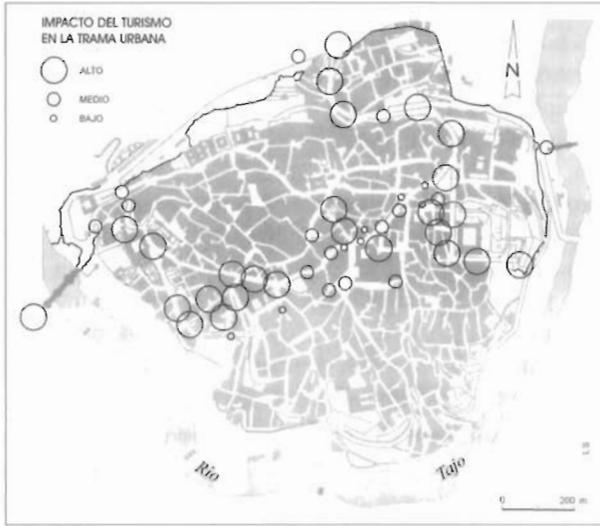


FIG. 16. Impacto provocado por el turismo en la trama urbana.

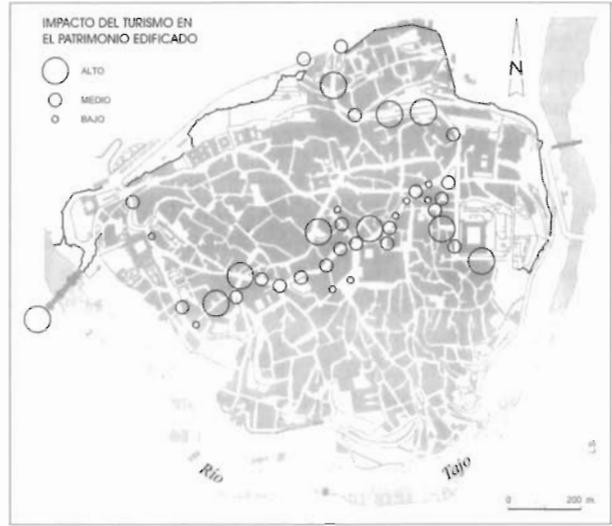


FIG. 17. Impacto provocado por el turismo en el patrimonio edificado.

comercios y hostelería que deterioran la calidad visual y medioambiental en puntos concretos del entorno, en especial en los alrededores del puente de San Martín.

VIII

A MODO DE CONCLUSIÓN: TOLEDO UN DESTINO TURÍSTICO MADURO CON DÉBILES INFRAESTRUCTURAS DE GESTIÓN

El turismo constituye un elemento fundamental en la economía y un factor decisivo en la problemática urbanística, funcional y medioambiental de la ciudad de Toledo. Esta realidad, tal como hemos puesto de manifiesto en el análisis, es cada día más evidente y así lo constatan los diversos agentes urbanos. Sin embargo, la preocupación por la gestión del turismo es bastante limitada, continúan siendo muy débiles las infraestructuras de gestión y pobres las conexiones de la planificación turística con las políticas económicas, urbanísticas y medioambientales.

La inserción armónica del turismo en la vida de la ciudad plantea nuevos retos y la planificación turística tiene que ir mucho más allá de la promoción y de la mejora del equipamiento hostelero. El turismo es una cuestión general de la ciudad y no sólo, como en ocasiones se piensa, un problema de la hostelería y del comercio turístico.

El paulatino incremento de la carga turística, especialmente de visitantes de un día o de unas horas, el reforzamiento de la función político administrativa del centro histórico y su debilitamiento como espacio resi-

dencial, el agravamiento de los problemas relacionados con la movilidad, tanto para los vecinos como para los visitantes, así como la conflictividad entre diversas funciones y la crisis de las estructuras comerciales tradicionales, plantean la necesidad de perfilar estrategias urbanas orientadas al logro de nuevos equilibrios funcionales que ayuden a preservar el patrimonio urbanístico y a garantizar una elevada calidad de vida a los vecinos de la ciudad.

En el marco de la «teoría del ciclo vital» de los destinos turísticos, podemos considerar que Toledo se encuentra en la tercera fase, caracterizada por un relativo estancamiento del turismo. La ciudad cuenta con un valiosísimo patrimonio cultural pero, una vez que ya se ha alcanzado un elevado número de visitantes, es necesario movilizarlo, de forma adecuada, como recurso turístico. El desarrollo futuro de la ciudad se encuentra estrechamente asociado al turismo y éste debe desenvolverse, dado el carácter no renovable de los recursos que lo sustentan, en el marco de los principios de la ciudad sostenible y habitable.

El turismo tiene un fuerte protagonismo en la vida de la ciudad y ello plantea, junto a una coyuntura de relativo estancamiento en el número de visitantes, un importante desafío: superar la fase meramente promocional de la gestión turística y afrontar el reto de ordenar el turismo en la ciudad y regular el flujo de visitantes. La integración de esta poderosa actividad en la vida de la ciudad debe realizarse en base a una realidad urbana viva y multifuncional. Los circuitos y rutas turísticas deben diseñarse para que la visita se configure como una

nueva fórmula de práctica cultural. La lectura cultural y la reutilización del patrimonio ofrecen oportunidades nuevas y la administración local, al ser la más directamente afectada, debería comprometerse y formular estrategias sostenibles.

Toledo, a lo largo de su dilatado acontecer histórico, ha tenido que afrontar muchos retos; no hay duda de que uno de los actuales está relacionado con la inserción equilibrada del turismo en la vida de la ciudad. La aplicación a la realidad toledana de estrategias y actuaciones que ya han sido ensayadas en otros lugares, en la línea de la *Agenda Local 21*, con las pertinentes adaptaciones, puede contribuir a perfilar el marco de un «*Plan de Excelencia Turística*». La dinámica reciente del turismo urbano, los conflictos identificados y las dimensiones múltiples del fenómeno turístico aconsejan situar el tema en el marco de estrategias urbanas integradoras, adaptadas a las características y condicionantes de la ciudad. Sólo así el turismo puede ser un poderoso instrumento para dinamizar la economía urbana y para hacer eficaces planteamientos de conservación activa.

Un desarrollo sostenible del turismo sólo puede plantearse desde concepciones democráticas construidas desde la premisa de la participación y corresponsabilidad de

la población y de los diferentes agente locales. En Toledo no se han puesto en marcha estructuras eficientes de gestión del turismo que contemplen el fenómeno en su complejidad. Tampoco se ha llegado a consolidar un organismo que representara los diferentes intereses en juego, al estilo de los City Center Management. Ésta es, probablemente, la causa principal de la falta de resolución para afrontar los problemas actuales, del excesivo peso de las políticas turísticas promocionales, de la relativa parálisis que afecta tanto a instituciones públicas como privadas y, sobre todo, de la descoordinación de una sociedad que cuenta con recursos potenciales suficientes para plantear iniciativas y soluciones.

La gestión debería articularse en torno a estrategias orientadas a incrementar los beneficios de los agentes locales, su protagonismo en la toma de decisiones y su corresponsabilidad en el desarrollo de los proyectos. Por último, la complejidad de los problemas de Toledo y las múltiples interrelaciones existentes entre turismo, economía urbana, sociedad, cultura, medio ambiente y calidad de vida urbana, llevan a considerar la conveniencia de elaborar un *Plan Estratégico de la Ciudad* donde se considere la inserción del turismo en un modelo de desarrollo sostenible.

B I B L I O G R A F Í A

AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1997): *Plan Especial del Casco Histórico de Toledo*.

BORG, J.; GOTTI, G. (1995): *Tourism and cities of art. The impact of tourism and visitors flow management in Aix-en-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice*. UNESCO-ROSTE. Venecia.

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (1994): *Criterios para desarrollar un Plan de Revitalización del Casco*.

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (1996): *Declaración Ciudad y Comercio*.

CAMPOS ROMERO, L. (1995): «Actuación integral sobre el Tajo: Plan de recuperación de las riberas y márgenes del río en la Ciudad de Toledo». *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 15, págs. 183-194.

CERRO et al. (1991): *Arquitecturas de Toledo*. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. 2 vols. Toledo.

COMISIÓN EUROPEA (1996): *Ciudades europeas sostenibles. Informe del grupo de expertos sobre medio ambiente urbano*. Dirección General XI. Bruselas.

CORRAL, C. (1994): «Proyecto piloto de accesibilidad al Centro Histórico de Toledo», *Alfoz* 109, págs. 114-119.

JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA (1994): *Guía de recursos culturales de Castilla-La Mancha*. Toledo.

GÓMEZ IBÁÑEZ, J. A.; MCCUE, G. M. (Edts): *Revitalización del Casco Histórico de Toledo*. Patronato Universitario de Toledo-Real Colegio Complutense. Bolger publications.

LORENTE, E. et al. (1993): *Rutas de Toledo*. Electa-Real Fundación Toledo. Toledo.

MOPTMA (1994): *Estudio de reordenación viaria y del transporte en el casco histórico de Toledo. Una experiencia piloto*. Director del estudio: P. Puig Pey, E.T.T.

MOTPMA (1995): *Turismo, accesibilidad y medio ambiente en ciudades históricas*. Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense. Director del estudio: M. A. Troitiño Vinuesa.

TOMILLO, F. (1996): «España 1994. Turismo cultural». En *La Actividad Turística Española en 1994*. AECIT. Madrid, págs. 503-525.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1998): «Turismo cultural: Toledo». En *La Actividad Turística Española en 1996*. AECIT. Madrid, págs. 507-514.

TURESPAÑA (1996): *Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas con patrimonio arquitectónico-monumental*. Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense. Director del estudio: M. A. Troitiño Vinuesa.