

Actores y políticas turísticas en una Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Toledo

M. Antonio Zárate Martín

Correspondiente

1. EL TURISMO URBANO, UN SECTOR DE ACTIVIDAD EN EXPANSIÓN

Desde sus orígenes, el turismo es un fenómeno social ligado a las ciudades pero ha habido que esperar a la década de los 90 para que podamos hablar de un turismo urbano de masas, de un turismo atraído por los recursos de la ciudad, entre otras razones por las actividades que tienen lugar en su interior. A partir de esos años, el turismo urbano y metropolitano, cuando se trata de las grandes aglomeraciones, no cesa de aumentar su importancia desde el punto de vista económico en el seno de los mercados turísticos nacionales e internacionales. Y lo mismo sucede en cuanto a su creciente papel como elemento de la animación social para el conjunto de las ciudades, sobre todo si se tiene en cuenta que la fiesta y el espectáculo callejero interesan no sólo a los residentes sino a los turistas. El éxito de las “Noches Blancas Europa” de París, Madrid, Roma, Bruselas y Riga, siguiendo una iniciativa surgida en París en 2002, es tan sólo algunos de los muchos ejemplos en este sentido.

En todo el mundo, y de manera especialmente significativa en los países más evolucionados, la demanda del turismo urbano aumenta constantemente. Así, se constata que el 93% de los japoneses son turistas urbanos, los norteamericanos sitúan también las ciudades entre sus principales destinos turísticos y los residentes de la Unión Europea no dejan de incrementar su interés por las ciudades. En España, el turismo urbano representa más del 30 % de las estancias y del 40 % del consumo turístico. En Francia, las ciudades generaron el mayor consumo turístico, con 23,6 mil millones de euros en 2005, de los que el 60 % correspondió a los turistas extranjeros. En un mundo cada vez más urbanizado, el turismo de ciudades refuerza su protagonismo y actúa como un elemento expresivo del dinamismo de los

lugares, de desarrollo local y de transformación funcional e interacción social.

Las razones del aumento de importancia del turismo urbano son muy variadas pero entre ellas destacan indudablemente los cambios económicos y sociales que acompañan a la globalización y una revolución tecnológica que reduce espectacularmente las distancias, acorta los desplazamientos y rebaja los costes de los transportes. Las exigencias de mayores contactos personales inherentes a la nueva economía y la concentración de la actividad en las ciudades multiplican las necesidades de compartir actividades profesionales en otros lugares. Conferencias, congresos, exposiciones, reuniones de trabajo se complementan con prácticas típicamente turísticas, como visitas a museos y monumentos, asistencia a espectáculos, frecuentación de restaurantes y espacios de ocio, y, por supuesto, todo ello repercute necesariamente sobre la necesidad de ampliar las infraestructuras de acogida y de ocupación del tiempo libre. De ese modo, para un sector considerable de la población las fronteras entre lo que es propiamente turismo y lo que no lo es se diluyen cada vez más. Y además, dentro de los flujos definidos convencionalmente como turísticos, la visita de ciudades adquiere un protagonismo creciente no sólo por los motivos ya señalados sino también por motivos culturales y de conocimiento, ya que las urbes son los lugares que mejor expresan y recogen las huellas del pasado. A ello se añaden los efectos que resultan de la transformación de la cultura en un fenómeno más de consumo de masas (museos, exposiciones y espectáculos actúan en todas las ciudades como elementos que atraen un número creciente de turistas y visitantes) y el afán de las personas por buscar señas de identidad en contraposición con los elementos homogeneizadores que la globalización y sus dinámicas imponen en todo el planeta.

Conscientes de la importancia del turismo desde los puntos de vista de la economía y de la animación social, esta actividad se ha convertido en un tema de interés y de preocupación para los responsables de la gestión urbana y, por supuesto, de manera muy especial, de las “Ciudades Patrimonio de la Humanidad”, como Toledo, Ávila, Segovia, Cáceres, etc. A diferencia de lo que sucedió hasta hace relativamente poco tiempo, en general hasta principios de la década de los 90, las administraciones locales han desarrollado estrategias de turismo urbano que han evolucionado en pocos años: desde una primera etapa en la que se centraban en la puesta en turismo del patrimonio histórico monumental y en los recursos económicos y de negocios que ofrecían las ciudades, a una segunda y actual etapa, en la que las políticas turísticas apuestan, sin renunciar a los anteriores valores, por la ampliación de la oferta y la especialización de la demanda, siempre de la mano de un proceso de fragmentación, diversificación y tecnificación de la oferta turística.

ca que se adecua a los desafíos de un mercado cada vez más exigente y que no deja de buscar nuevos nichos para el turismo. Se pasa así de la promoción y comercialización fragmentaria e individualizada de los recursos de la ciudad, considerados como excepcionales (monumentos y acontecimientos festivos), a una concepción sistemática y global de la ciudad como destino que está integrado por muchos recursos, productos y servicios turísticos e integrales.

Hoy, la mayoría de las ciudades disponen de estrategias turísticas y el turismo empieza a ser una de las preocupaciones principales de los responsables políticos de su gestión, tanto en las grandes aglomeraciones urbanas como en las de tipo medio y más pequeñas, y siempre en relación con la posición que ocupan en la jerarquía urbana y con el grado de especialización funcional que detentan. En el caso de Toledo, dentro de un área de influencia directa de la capital de España que ya alcanza el radio de los 100 kilómetros, el turismo constituye una de las actividades más destacadas y características de esta ciudad, con alrededor de 2 millones de visitantes anuales en 2006. Para gestionar estos flujos, los actores públicos y privados de la ciudad ponen en marcha políticas turísticas que también se utilizan para mejorar las infraestructuras y los equipamientos urbanos. No obstante, como en todas las ciudades, estas mismas políticas encuentran dificultades para evitar conflictos de intereses con muchos de los residentes y provocan contradicciones capaces, incluso, de poner en peligro el crecimiento de este mismo sector de la economía local, sobre todo si se consideran criterios medioambientales y de sostenibilidad.

2. LA PRÁCTICA DEL TURISMO TOLEDANO

La imagen de Toledo como destino turístico cultural de primera importancia se ha difundido por el mundo entero gracias a la abundancia de referencias literarias (Cervantes, Tirso de Molina, Maurice Barrès, Waldo Frank, Gregorio Marañón y tantos otros), a las numerosas representaciones a través del grabado y de la pintura (Anton Van den Wyngaerde, George Braun y Franz Hagenberg, El Greco, Roberts, A. Guesdon, Parcerisa, Genaro Pérez Villamil, Aureliano Beruete, Ignacio Zuloaga, etc.), a las descripciones en numerosas guías de viaje desde el siglo XIX y a haber servido como escenario de numerosas películas (Zárate, M. A., 1994). Del mismo modo, su temprana declaración como Conjunto Histórico-Artístico por el gobierno de España, por Decreto del Consejo de Ministros de 9 de marzo de 1940, a la vez que Santiago de Compostela, y al amparo de la Ley de 13 de mayo de 1933, y su más reciente calificación como “Ciudad Patrimonio de la Humanidad” por la UNESCO, en 1986, han contribuido a reforzar sus atractivos

sobre el turismo nacional e internacional, coincidiendo, además, con los procesos de cambio social de la postmodernidad que hacen de la cultura y, especialmente, de determinados aspectos de ella, elementos de prestigio y de consumo de masas (Zárate, 2000).

Con 114 Bienes de Interés Cultural pertenecientes a las culturas romana, visigoda, musulmana y cristiana, con unos paisajes urbanos singulares y un entorno protegido expresamente a través de “Zonas de Protección de Paisaje” definidas por las Instrucciones de la Dirección General de Bellas Artes desde 1965, respetadas por el Plan General de 1986, incorporadas al expediente de declaración de la ciudad como “Patrimonio de la Humanidad” instruido por la UNESCO en 1986, y actualizadas por el Título VII de las Ordenanzas del Plan Especial del Casco Histórico de 17 de septiembre de 1998, Toledo es uno de los lugares obligados de visita turística para muchos españoles y para gran parte de los turistas y viajeros que llegan a Madrid desde otras regiones españolas o desde otros países. Se estima entre seiscientos mil y ochocientos mil los turistas registrados por la hostelería local y tres veces más el número de personas que acuden anualmente a Toledo para visitar la ciudad, pasar el día en ella, recorrer sus calles, conocer sus monumentos, comer en alguno de sus restaurantes de calidad y asistir a acontecimientos sociales, especialmente bodas que muchos madrileños celebran en Toledo, atraídos por la belleza del entorno, la naturaleza del paisaje, el marco incomparable que proporcionan antiguos cigarrales transformados en hoteles y restaurantes, y por la propaganda de los empresarios del sector.

El turismo de Toledo ha estado tradicionalmente muy vinculado a Madrid por razones de proximidad, pero si esto ha sido siempre así, aún lo es hoy mucho más. La frecuencia de servicios interurbanos de autobuses con Madrid, cada media hora, la mejora de la comunicación por carretera con la capital de España y la puesta en servicio del AVE desde el 16 de noviembre de 2005, con 12 servicios diarios de ida y vuelta, facilitan los flujos de relación entre estas dos ciudades y dan protagonismo creciente a los desplazamientos de ocio y turismo que los visitantes de diferentes procedencias organizan y deciden libremente, sin que sean cuantificados por las estadísticas de los organismos oficiales de turismo. En todo caso, hay que tener en cuenta que muchos de los extranjeros y españoles procedentes de otras provincias y que por razones de visita turística acuden a Madrid, dedican por lo menos un día para visitar Toledo, y que va en aumento el número de madrileños que se desplaza ocasionalmente a Toledo para pasar allí el día, sobre todo durante los fines de semana.

El cuadro nº 1 muestra la evolución de los turistas que pernoctaron en Toledo desde el año 1999 hasta 2006, a través de él se comprueba el incre-

mento de los últimos tiempos; sobre el índice 100 en 1999, se ha pasado al índice 114 en 2006 (ligeramente por debajo de la media de aumento de las pernoctaciones en España que fue del 115), y de 615.702 personas que pernoctaron en la primera fecha, se ha pasado a 699.713 en la segunda. Este aumento de las pernoctaciones se corresponde con el notable crecimiento de la oferta hotelera en ese mismo periodo. Sin embargo, el peso de los extranjeros ha retrocedido y su proporción respecto al total de turistas ha disminuido, del 30,9 % del año 2000 se ha pasado a los valores mínimos del 23,3 % en 2005 y el 23,1 % en 2006, lo que no debe dejar insensible a los sectores económicos de la ciudad relacionados con el turismo y a los agentes públicos que son los principales responsables de su gestión

CUADRO 1. PERNOCTACIONES EN LA CIUDAD DE TOLEDO

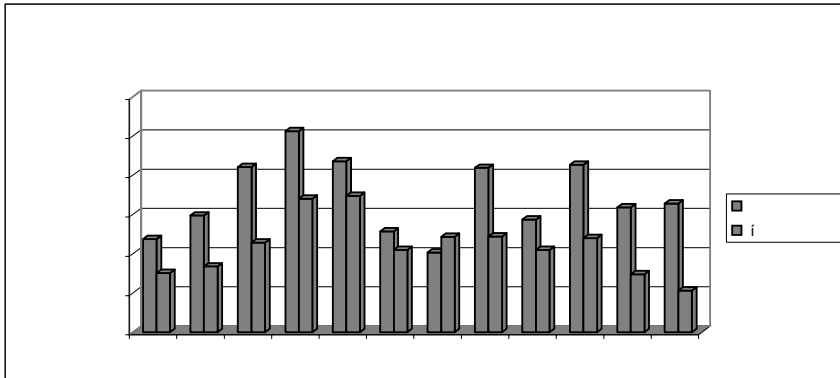
Año	Espanoles	Extranjeros	% Extranjeros	Total	Crecimiento
1999	432.344	183.458	29,8	615.702	100
2000	442.582	197.744	30,9	640.326	104
2001	454.412	188.476	29,3	642.888	104
2002	444.361	192.122	30,2	636.483	103
2003	425.351	176.213	29,3	601.564	98
2004	466.758	163.553	25,9	630.311	102
2005	490.699	148.651	23,3	639.350	104
2006	537.959	161.754	23,1	699.713	114

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Si ahora se analiza la evolución de los viajeros a lo largo del año, se comprueba cómo la proporción de visitantes extranjeros respecto a los españoles es bastante estable y la distribución por meses entre ambos colectivos es muy análoga. En el caso de los españoles, la afluencia de viajeros, de acuerdo con los datos procedentes de las oficinas de turismo de la ciudad, dos municipales y una de la Junta de Castilla La Mancha, varía bastante de unos meses a otros, con las mayores concentraciones en dos picos máximos. El periodo de mayores visitas corresponde a los meses de abril, mayo y junio, coincidiendo con las mejores circunstancias climatológicas para la visita y con la celebración de fiestas que intervienen como elementos significativos de atracción turística: la Semana Santa (Fiesta de Interés Turístico Nacional) y el Corpus Christi (Fiesta de Interés Turístico Internacional). Los otros máximos de visitas se registran en los meses de agosto, septiem-

bre y octubre, aprovechando las vacaciones estivales y, de nuevo, las suaves temperaturas de otoño y las oportunidades de puente que, a menudo, proporciona la celebración del día de la Fiesta Nacional, el 12 de octubre. El comportamiento es semejante para los extranjeros, como se puede ver en la figura 1 adjunta, dejándose también sentir en su curva de evolución anual un segundo máximo de frecuentación en los meses de julio y septiembre, correspondiendo a las vacaciones estivales.

FIGURA 1. EVOLUCIÓN DE LOS VIAJEROS A LO LARGO DEL AÑO



Fuente: Elaboración propia a partir de datos oficinas de información del Ayuntamiento y de la Junta de Comunidades.

La importancia de Madrid como foco emisor en el conjunto de los visitantes de la ciudad se refleja también a través del análisis de la proporción de personas que acuden a la ciudad desde las diferentes regiones españolas. Madrid destaca ampliamente sobre el resto de nuestra geografía, con el 21% del total, seguido de Andalucía, con el 16%, y los propios habitantes de Castilla-La Mancha, con el 13%. El predominio de los madrileños se explica no sólo por la proximidad de Madrid respecto a Toledo, a sólo 70 kilómetros de distancia por carretera y una magnífica comunicación mediante AVE, sino por el volumen de su población, más de 6 millones para el conjunto de la Comunidad, y por un comportamiento especialmente viajero por motivos de ocio y turismo, como lo vienen poniendo de relieve los datos publicados anualmente por el Instituto de Estudios Turísticos y como en Francia sucede con los parisinos. En el año 2006, según la fuente de información citada, el 20,4% de los viajes totales realizados por los españoles correspondió a los madrileños, seguidos por los catalanes, con el 16%. Y si se presta atención a la tasa de viajeros referida al total de la población de cada una de las comunidades autónomas, la tasa de la Comunidad de Madrid

fue del 63,0% en 2004, también la más alta de todos los españoles, seguida del 57% por los vascos.

Por países de procedencia, los visitantes y turistas que acuden a Toledo, presentan una concentración considerable, pues el 62 % llega desde Francia, Estados Unidos e Italia. Y dentro de ese 62%, el mayor porcentaje lo proporcionan los franceses, con el 17,2 % de todos los turistas extranjeros. En este sentido hay que tener en cuenta la aureola de prestigio que Toledo proyecta especialmente en Francia como lugar de interés turístico. Los motivos son muy variados, pero, a las razones generales de valor cultural que derivan de la riqueza patrimonial de Toledo, se añaden las numerosas referencias de viajeros y escritores de esa nacionalidad y los fuertes vínculos que esta ciudad ha tenido con Francia a lo largo de la historia, sobre todo durante la Edad Media. Basta recordar cómo Constanza, la mujer de Alfonso VI, el rey que conquista la ciudad en 1086 para la Corona de Castilla, era francesa, como lo fueron también el primer obispo de la ciudad, Bernardo, los monjes benedictinos que constituyeron el primer cabildo catedralicio, y numerosos caballeros que formaron parte del séquito del rey, entre ellos los que se casaron con hijas suyas: D. Raimundo de Borgoña y D. Enrique de Lorena, y que tanta repercusión por razones bien conocidas y que ahora no son al caso tuvieron para la historia peninsular. Además, los comerciantes francos fueron muy numerosos e influyentes en Toledo durante siglos, hasta el punto de definir la personalidad de un barrio toledano durante gran parte de la Edad Media, el “barrio de los francos”, en torno a la todavía hoy existente iglesia y antigua parroquia de la Magdalena. Y aún se podrían citar otros muchos ejemplos para probar las relaciones intensas que siempre han existido entre Toledo y Francia.

Por otra parte, a los valores históricos y artísticos de la ciudad, que actúan como elemento principal de atracción turística para el conjunto de los visitantes, se suma la importancia creciente en este mismo sentido de los acontecimientos festivos más relacionados con su historia. Otros elementos de atracción son los acontecimientos culturales relacionados con la música y el arte que se celebran cada vez con más frecuencia en Toledo, los primeros, en su mayor parte en el Teatro de Rojas, y los segundos, en el Museo de Santa Cruz, y, de manera más ocasional, en otros lugares, como la Exposición de la Reina Isabel celebrada en la Catedral en 2006, aprovechando para ello la conmemoración del quinto centenario de su muerte y la terminación de importantes obras de restauración en el interior del recinto catedralicio. De este modo, Toledo, considerada en su conjunto como un verdadero monumento, se sitúa con sus cerca de 2 millones de visitantes anuales en 2006 a los mismos niveles de frecuentación que el Museo del Prado, la Sagrada Familia de Barcelona y el Centro de Arte Reina Sofía, alrededor de los

2 millones cada uno de estos lugares, y sólo por detrás de la Alhambra de Granada.

La infraestructura hotelera y de restauración de Toledo aumenta constantemente. En la actualidad, cuenta con más de 1.820 habitaciones y más de 104 restaurantes. Desde el punto de vista espacial, la concentración de hoteles y los restaurantes es muy fuerte, destacando tres espacios bien diferenciados: los Cigarrales, el Casco Histórico y los accesos al mismo, es decir los alrededores de la Plaza de Toros y las inmediaciones del puente nuevo de Alcántara, en la avenida del Marqués de Mendigorría, en la zona de contacto de los barrios de las Covachuelas y la Antequeruela, donde se ubican la estación de autobuses, dos grandes estacionamientos disuasorios para visitantes de la ciudad y donde está prevista la apertura de un nuevo remonte a la ciudad antigua. En el caso de los restaurantes, la proporción de establecimientos de esta naturaleza en el Casco Histórico ha pasado del 50 % en 1995 al 54 % en 2006 y el aumento ha sido auténticamente espectacular en la zona de los Cigarrales, donde en 1995 sólo había 8 locales de restauración, el 8% del total, y en 2006 ya había 16, el 15% del total, y lo que es más importante, la tendencia es seguir incrementándose.

En cuanto a los hoteles y las plazas hoteleras, el peso de los Cigarrales es también muy importante, con una oferta de 582 habitaciones en 2006, el 32 % de todas las de la ciudad; su número es casi el mismo que el de plazas de alojamiento del Casco Histórico, 606, el 33%. La tercera concentración espacial de hoteles, en los accesos al Casco Histórico, se apoya sobre la estación de autobuses y la entrada tradicional de la carretera de Madrid, en los alrededores de la Plaza de Toros y las inmediaciones del antiguo edificio del Hospital Tavera del siglo XVI (próximamente un nuevo hotel) y una de las áreas que a principio de los años 80 ya empezaba a configurarse como una de las de mayor dotación funcional después del propio núcleo fundacional (Zárate, M. A., 1983).

**CUADRO 2. RESTAURANTES Y HABITACIONES DE
HOTELEROS POR BARRIOS**

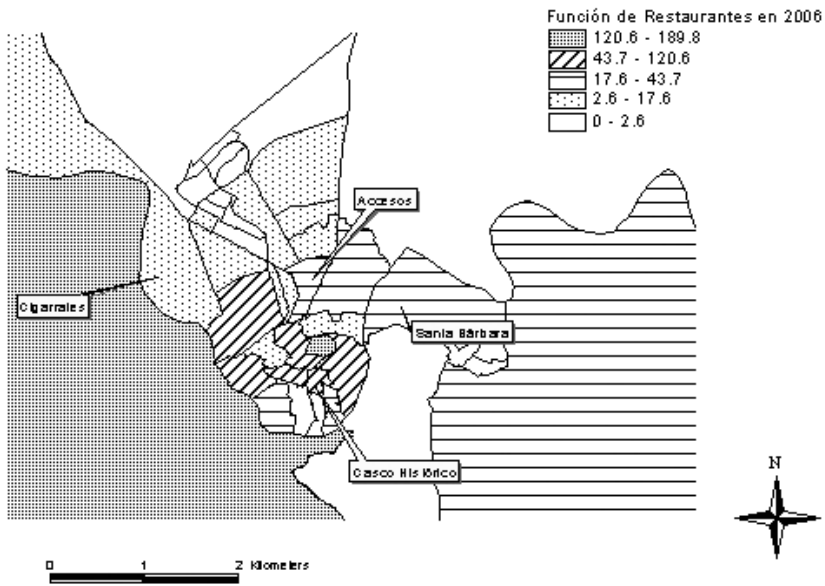
Barrios	Restaurantes				Habitaciones	
	1995		2006		Nº	%
	Nº	%	Nº	%		
Sta María de Benquerencia	11	11	3	3	0	0
Sta Bárbara	5	5	4	4	119	7
Palomarejos y Buenavista	10	10	8	8	40	2
Bloques y Sta Teresa	17	17	7	7	104	6
San Martín y Cigarrales	8	8	16	15	582	32
Acceso Casco Histórico	0	0	10	10	369	20
Casco Histórico	52	50	56	54	606	33
Total	103	100	104	100	1.820	100

Fuente: Elaboración propia.

En los mapas adjuntos de la ciudad, se han cartografiado dos indicadores de las tasas de función turística a escala de sección censal, el primero (Figura nº 2) expresa la proporción de restaurantes por cada 100 habitantes en cada una de las unidades utilizadas como elemento de análisis y de referencia territorial, y el segundo, la proporción de habitaciones de hoteles por cada 100 habitantes (Figura nº 3). De ese modo, se hace evidente la fuerte concentración espacial de la actividad turística existente en Toledo, en barrios y zonas muy concretas, pero siempre vinculadas con factores de importancia monumental, con valores paisajísticos y ventajas de accesibilidad por carretera y transporte público. Respecto a esta última variable, la accesibilidad, a la influencia ya señalada de la carretera de Madrid y de la estación de autobuses en la concentración de hoteles en los accesos al Casco Histórico, se añade la repercusión renovada con el AVE de la estación de ferrocarril para la ubicación hotelera en el paseo de la Rosa, justo enfrente de su bellísimo y restaurado edificio neomudejar. A enorme distancia de las anteriores zonas de concentración hotelera todavía podría citarse la representada por el borde del barrio de la Reconquista, en su lado más próximo al Centro Histórico. La construcción del remonte peatonal del paseo de Recaredo ha mejorado

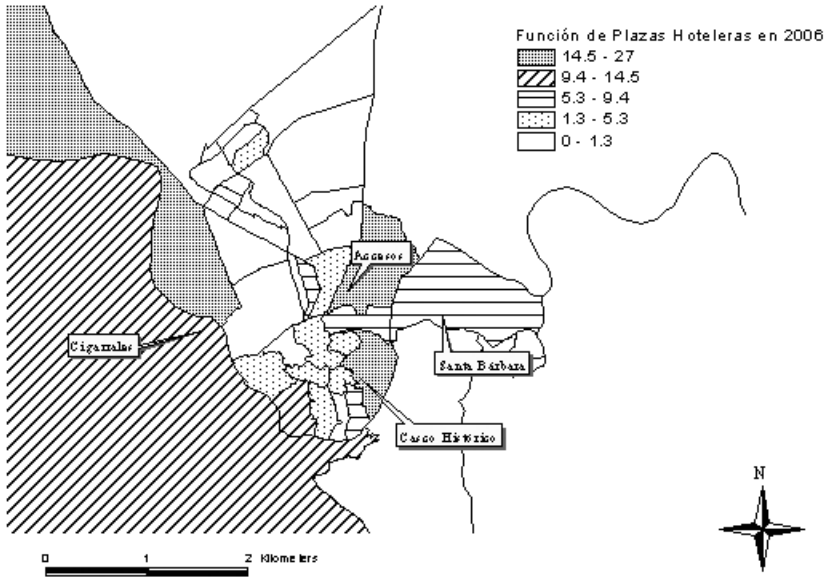
notablemente la conexión de esta parte de la ciudad con el Toledo histórico, a parte de funcionar como una vía de acceso para los visitantes de fin de semana que estacionan sus vehículos en el gran aparcamiento subterráneo construido al pie del mismo y junto a la muralla.

FIGURA 2. RESTAURANTES POR 100 HABITANTES



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 3. HABITACIONES DE HOTELES POR CADA 100 HABITANTES



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la importante expansión de la infraestructura hotelera y de restauración de la ciudad en los últimos años debe de enmarcarse dentro del proceso espontáneo de aumento de movilidad de la población española desde ya hace décadas, en consonancia con el incremento de sus niveles de vida y de bienestar, con la transformación de la cultura en elemento de consumo de masas, la mejora de las comunicaciones con Madrid y el resto de Castilla-La Mancha, y las dinámicas generadas por la instalación de la capitalidad de la región de Castilla-La Mancha en Toledo. También hay que tener presente la influencia de unos procesos de globalización que se manifiestan en el seno de las actividades turísticas como en el conjunto de la economía y, de manera muy decisiva, las políticas de turismo urbano que ponen en marcha los actores públicos y privados de Toledo, como se verá a continuación.

En cuanto a los monumentos más frecuentados dentro de la ciudad y dentro de las carencias estadísticas al respecto, las visitas se concentran excesivamente en unos pocos, 6 concretamente, la mayoría dentro de unas rutas bien definidas por los “turoperadores” que desde los años 60 contro-

lan casi exclusivamente el turismo extranjero de agencia, y que ahora siguen teniendo considerable protagonismo. Cualquier fin de semana es fácil observar riadas de turistas y de visitantes siguiendo unas mismas calles y entrando en unos mismo monumentos: la catedral, la iglesia de Santo Tomás para contemplar el Entierro del Conde de Orgaz de El Greco, la Casa del Greco, las Sinagogas del Tránsito y de Santa María, y el monasterio de San Juan de los Reyes. Fuera de las calles donde se sitúan esos lugares de atracción turística, la tranquilidad es grande, los monumentos susceptibles de visitarse, numerosísimos, y los itinerarios posibles, infinitos. Por eso una de las estrategias locales toledanas de desarrollo turístico consiste en dar a conocer esos monumentos y organizar rutas alternativas a las más frecuentadas por el turismo convencional, en este último caso con una participación decisiva del Consorcio de Toledo.

3. LOS ACTORES PÚBLICOS DEL TURISMO

En un marco como el señalado anteriormente, en el que el turismo es reconocido como elemento importante de crecimiento económico y de dinamismo social, los diferentes escalones de las administraciones públicas participan en su desarrollo, aunque de manera desigual y siempre, como no podría ser de otra manera, con el Ayuntamiento como responsable principal de la política turística a través de la concejalía de turismo y de la oficina municipal de turismo. Como en tantas otras ciudades, el Ayuntamiento ha utilizado los instrumentos legales propiciados por el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICHTE) para poner en marcha un Plan de Calidad Turística, dirigido prioritariamente a sensibilizar a todos los agentes sociales del interés de esta actividad, y un Plan de Excelencia Turística, que cuenta con la colaboración de la administración local, las autoridades de la provincia, el gobierno regional y los actores privados del turismo a través de la Federación de Empresarios de Toledo (FEDETO) y la Asociación de Empresarios de la Hostelería de la provincia de Toledo.

Entre los objetivos del Plan de Excelencia Turística, presentado a principios de 2005, tras un lento proceso de elaboración, destacan la “sustentabilidad” de la actividad turística, la mejora de la infraestructura de acogida, la diversificación de la oferta y el alargamiento de la estancia media de los turistas, ahora de día y medio, según la encuesta última publicada de ocupación turística del INE. Para alcanzar esos fines, los responsables locales estimulan la creación de nuevos servicios turísticos y argumentan la conveniencia de ofertar nuevos productos, siempre con la colaboración de la Federación de Empresarios Toledanos (FEDETO), la Junta de Comunidades y el Ministerio de Industria y Turismo, lo que en la práctica no resulta

nada sencillo, pues las tensiones y conflictos entre el Ayuntamiento y la Junta de Comunidades son constantes, a diferencia de lo sucedido en otros ámbitos geográficos y sin ir más lejos en la propia Comunidad de Madrid, donde, a pesar de que los roces entre las distintas administraciones son inevitables, la colaboración entre el Ayuntamiento y el Gobierno regional siempre ha sido mayor, incluso cuando al frente de ellos han estado partidos políticos distintos.

Dentro de los actores relacionados con el turismo toledano aunque de manera indirecta, se encuentran también la Fundación Real de Toledo, creada por Real Decreto Ley 1424/1998 y puesta bajo la presidencia de honor del rey de España, y el Consorcio de la ciudad de Toledo, organismo de carácter público, personalidad jurídica y capacidad de acción del que el alcalde es su presidente. En la Real Fundación, están representadas las administraciones local, provincial y regional, y su labor principal es la de ayudar en la coordinación de las inversiones que se reciben para la ciudad desde los diferentes niveles territoriales de la administración. También estimula la realización de obras, la creación de servicios e instalaciones en general, la mejora de los transportes y las comunicaciones, y, de manera muy especial, apoya iniciativas y proyectos culturales para la conservación del patrimonio histórico artístico y la extensión del papel de Toledo como lugar de encuentro de culturas diferentes. A su vez, el Consorcio de la Ciudad de Toledo, en el que también están representadas las distintas administraciones, se encarga de las tareas de gestión de todos los asuntos anteriores y actúa como instrumento principal del Ayuntamiento para canalizar las ayudas económicas a la rehabilitación, incluidas las que conceden las diferentes administraciones a los particulares para operaciones de restauración, reforma, mejora de alojamientos y construcción en los sectores urbanos definidos como “Áreas de Rehabilitación Integradas” por el Plan Especial del Centro Histórico de 1997.

La preocupación por el turismo figura respectivamente en las declaraciones de objetivos de la Real Fundación y del Consorcio, si bien el mayor compromiso para el desarrollo de esta actividad corresponde al Consorcio”. Bajo su directa responsabilidad, se organizan visitas guiadas por lugares poco frecuentados pero de enorme valor histórico artístico, desde luego fuera de los itinerarios del gran turismo toledano. Se trata de nuevas rutas que se presentan bajo la denominación común de *Patrimonio Desconocido* y se dirigen fundamentalmente a la puesta en valor de monumentos que han sido recuperados a través de misiones arqueológicas promovidas por el propio Consorcio. Estas iniciativas comportan una elevada dosis de propaganda del Consorcio pero representan también una aportación al descubrimiento de la ciudad por los residentes y los visitantes ocasionales. La publicidad sobre estas rutas está haciendo aumentar el número de turistas y visitantes que se

apuntan a ellas, y más cuando se disponen en torno a monumentos y sitios de excepcional valor patrimonial, capaces de suscitar por sí mismo el interés de los posibles visitantes y con potencialidades más que suficientes para atraer por sí mismas al turismo de masas. Entre estas rutas, se encuentran las siguientes: Termas romanas de la plaza Amador de los Ríos, Baños Árabes de Tenerías, Baños Musulmanes del Cenizal, Cuevas abovedadas de la plaza de El Salvador, Torre de la iglesia de San Román, Salas musulmanas del pasadizo cubierto del Colegio de Doncellas y Grutas de Hércules.

La oferta turística de estas nuevas rutas responde también a recomendaciones del Plan de Excelencia Turística de ampliar el abanico de las ofertas culturales. El recorrido de los lugares visitados se puede efectuar de manera individual o en grupo y siempre mediante solicitud previa a los responsables de las visitas. La organización de las rutas corre a cargo de un Centro de Gestión de Recursos Culturales, dependiente directamente del Consorcio que se ubica en las Termas Romanas de la Plaza de Amador de los Ríos. Sobre este yacimiento arqueológico recientemente recuperado, se ha instalado una oficina que informa al público de todas las posibilidades de visitar los monumentos referidos.

Por otra parte, el Ayuntamiento se esfuerza por mejorar la acogida y la información de los visitantes, siguiendo otra de las indicaciones del Plan de Excelencia Turística. Para ello se ha decidido la creación de un gran centro de acogida en la entrada principal, en la carretera de Madrid. La inauguración estaba prevista para finales de 2004 pero se ha ido aplazando por razones presupuestarias y su construcción no terminará hasta 2007. El centro, de diseño aparatoso, mal integrado paisajísticamente y ubicado demasiado dentro de la ciudad actual, dispondrá de una oficina municipal de información y de un gran estacionamiento para reducir la entrada de vehículos al Centro Histórico. Se ha previsto un servicio de lanzaderas que permitirá a los visitantes alcanzar el centro en muy poco tiempo y con una frecuencia de 10 minutos.

En cuanto a la mejora de la información y la señalización para favorecer los desplazamientos de los turistas dentro de la ciudad, el Ayuntamiento ha multiplicado la instalación de paneles informativos delante de los monumentos más representativos y ha levantado postes con planos del Centro Histórico en sus principales encrucijadas. A este respecto resulta curioso observar cómo los planos han sido orientados hacia el Sur y no hacia el Norte, como es habitual. Esta circunstancia se podría interpretar como un fallo, pero no es así, muy por el contrario, responde a una clara intencionalidad, el deseo de favorecer la movilidad de los visitantes y turistas que llegan en su mayoría desde Madrid, desde el norte, por lo que para ellos es más significa-

tivo que la orientación coincida con la ubicación de conjunto de un Centro Histórico que se extiende hacia el Sur ante sus ojos.

La movilidad en el interior del Centro Histórico resulta harto complicada para cualquier persona por la naturaleza de su propio emplazamiento (un “peñón” rodeado prácticamente por el torno del Tajo), por los desniveles existentes dentro del mismo, por una enrevesada trama viaria de herencia musulmana, con calles estrechas y proliferación de corrales y adarves, y por su gran extensión. El Centro Histórico de Toledo, con una superficie de 121,98 hectáreas, es uno de los más grandes de Europa y desde luego de España, sólo el de Sevilla es comparable por su tamaño. La mayoría de las calles del conjunto monumental son inadecuadas para la circulación automovilista, por lo que la política municipal apunta hacia la progresiva restricción del tráfico rodado, permitiendo por un número creciente de vías el paso sólo a residentes, el reparto de mercancías, la circulación de servicios de seguridad, limpieza y sanidad, y el acceso ocasional de turistas a los hoteles (Campos, 2000).

La inauguración de un aparcamiento subterráneo nuevo junto al Seminario, con plazas en rotación y para residentes, ha completado las previsiones de un total de 4 grandes estacionamientos públicos, más dos privados que existen desde fechas muy antiguas y que se saturan casi todos los fines de semana y siempre que existen acontecimientos festivos que concentran a residentes de otros barrios y visitantes de otros lugares dentro del recinto monumental. El acceso peatonal desde la ciudad moderna y desde la salida de un gran aparcamiento subterráneo en el Paseo de Recaredo, cerca de la Puerta de Alfonso VI y el Hostal del Cardenal, se realiza por una escalera mecánica que, aparte de su funcionalidad, se ha convertido en uno de los pocos símbolos de la modernidad de Toledo y en una solución afortunada para comunicar la ciudad histórica con unas de las zonas modernas, la que corresponde al ensanche de la avenida de la Reconquista y toda su prolongación por los barrios más recientes hacia el norte y el oeste, por las carreteras de Madrid y Ávila respectivamente.

Otro problema pendiente de resolver desde el punto de vista de la movilidad y con clara incidencia en las posibilidades turísticas de Toledo es el del estacionamiento de los autocares de servicio discrecional que prestan servicio a los “turoperadores” y transportan a diario hasta la ciudad a numerosos turistas. Su acceso al centro sólo se permite para subida y bajada de los turistas que se alojan en los hoteles próximos a la plaza de Zocodover y el Alcázar. Los autocares fletados por las compañías de viaje que llegan a diario desde Madrid para efectuar una visita guiada, son obligados a estacionar junto al puente de San Martín, en la orilla izquierda del Tajo. Allí se concentran grandes filas de autocares y desde ese lugar se desplazan riadas de visi-

tantes que atraviesan el puente por las mañanas y regresan a la caída de la tarde para coger los autobuses de regreso hacia Madrid. En cambio, el acceso a la ciudad de los autocares de líneas regulares, entre ellos los que unen la capital de España con Toledo cada media hora, se halla perfectamente resuelto por una confortable estación central de autobús, también situada en las inmediaciones del Tajo, pero en este caso cerca del puente de Alcántara y no lejos de la estación del AVE, por donde el Plan de Ordenación Municipal de Toledo recientemente aprobado de manera definitiva por la Junta de Comunidades ha previsto la creación de un nuevo ensanche (Orden 26/03/2007 de la Consejería de Vivienda y Urbanismo, D.O.C.M. nº 67, de 29 de marzo de 2007).

Para ofrecer a los visitantes una aproximación rápida y cómoda a la historia de la ciudad y para permitirles disfrutar de los bellos panoramas y magníficos paisajes del conjunto de la ciudad, existe un tren turístico semejante a los que hay en la mayoría de las ciudades turísticas, siempre según razones diferentes en relación con los atractivos específicos y circunstancias propias de cada localidad. En Toledo, el Ayuntamiento ha sido el promotor de este transporte, aunque su gestión ha sido otorgada a una empresa privada en forma de concesión del servicio. También hay que contar con la existencia de dos nuevos elementos para favorecer la movilidad de los visitantes: un servicio de préstamo gratuito de bicicletas a cargo de la empresa concesionaria del estacionamiento del Alcázar, apenas utilizado por las características topográficas de la ciudad histórica y su entramado urbano, y el alquiler de vehículos eléctricos monoplasas de dos ruedas que exigen el acompañamiento de un monitor y el desplazamiento en pequeños grupos.

La movilidad de los turistas discapacitados y de más edad no es objeto de una atención específica de las autoridades ni del resto de los agentes turísticos, a diferencia de lo que empieza a ser habitual en los entornos más turísticos de otros países. La atención a los desplazamientos de los discapacitados y de los mayores es la que se deriva exclusivamente de las legislaciones del Estado y de la Junta de Castilla-La Mancha, que, como en todas partes, se esfuerzan por garantizar la seguridad y la movilidad de estos colectivos locales (autobuses de suelo bajo y plataformas para facilitar la subida y bajada de estas personas, mobiliario urbano adaptado a sus necesidades, desaparición de barreras arquitectónicas, etc.).

Por último, las administraciones públicas multiplican sus esfuerzos por mejorar la información y la comunicación a distancia de la ciudad, si bien todavía queda mucho por hacer. En este sentido, sorprende comprobar cómo la información que se facilita a través de los portales institucionales en Internet, o a través de otros muchos vinculados con actividades propiamente turísticas, se encuentra en español o en el mejor de los casos en inglés,

pero nunca en francés y menos en otros idiomas. Aunque de manera sorprendente y un tanto paradójica en relación con los flujos del turismo procedente actualmente del exterior, la Junta de Castilla-La Mancha proporciona alguna información turística en mandarín. En lo referente a la ausencia del francés, este hecho indica una falta importante de sensibilidad hacia el país que proporciona el mayor número de turistas y visitantes extranjeros. Además, los franceses figuran entre los turistas que acuden por motivos culturales con mayor curiosidad, impulsados en gran medida por imágenes mentales colectivas de Toledo forjadas a través de la literatura, la pintura y la historia, como ya se ha comentado anteriormente.

CUADRO 3. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS

País de procedencia	Número	%
Alemania	7.060	5,5
Argentina	5.757	4,5
Brasil	4.642	3,6
EE.UU.	19.766	15,5
Francia	21.965	17,2
Italia	11.926	9,3
Méjico	7.469	5,8
Portugal	2.721	2,1
Reino Unido	5.113	4
Otros	41.431	32,4
Total extranjeros	127.850	100

Fuente: Elaborado con datos de las oficinas de turismo de 2006.

4. LOS ACTORES PRIVADOS DEL TURISMO

La importancia económica del turismo justifica el interés creciente de las asociaciones de empresarios locales por esta actividad y, consecuentemente, de la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, en la que todos ellos se hallan representados. Dentro de la “Federación de Asociaciones de Empresarios de Toledo” (FEDETO), la “Asociación de Hoteleros y Restauradores de la provincia de Toledo” se muestra especialmente interesada por la promoción de acciones y actividades dirigidas a aumentar el número de pernoctaciones, puesto que el principal problema del turismo

toledanos sigue siendo la escasa permanencia de los visitantes en la ciudad, debido a la proximidad de Madrid y a la naturaleza del turismo toledano, que no ha cambiado esencialmente respecto a sus características, estructura y composición en 1995 (Zárate, A., 1995). Hace 11 años, la mayoría de los turistas eran madrileños que acudían masivamente los fines de semana o durante las fiestas de mayor renombre. Otros eran visitantes nacionales y extranjeros que en su mayor parte llegaban también desde Madrid. Sólo el turismo cinegético, muy importante en la provincia, mostraba una mayor independencia de la aglomeración madrileña por su origen, ya que procedía en una proporción muy elevada de otras provincias españolas e incluso del extranjero, sobre todo de Italia y Francia.

En 1995, la ocupación hotelera mensual oscilaba entre el 40 % y el 65 % y la estancia media era corta, poco más de un día, mientras la media nacional era de cinco, fundamentalmente por la proximidad de la capital pero también por la falta de atractivos nocturnos. Los esfuerzos de los empresarios se han concentrado desde entonces en la creación de nuevos recursos turísticos y en la mejora de una oferta hotelera que ya era buena a mediados de los 90, con un 68% de plazas de alojamiento en hoteles de 3 y 4 estrellas frente al 44 % para el conjunto de España. Desde que se toma mayor conciencia de la importancia del turismo a finales de los años 80 por parte de los agentes económicos de la ciudad y de fuera de ella, se vienen creando numerosos hoteles y las infraestructuras de restauración no dejan de mejorar y aumentar. Paulatinamente, el volumen de las pernoctaciones ha crecido y el tiempo de estancia también, 1,5 días en 2006, aunque todavía ese indicador se sitúa por debajo de las respectivas medias provinciales de Castilla-La Mancha (desde el mínimo de Ciudad Real con 1,6 días al máximo de Albacete con 2,0) y lejos de la media del conjunto de España que era de 3,2 días (Cuadro nº 3). Sólo la tasa de ocupación hotelera de 2006, el 50,5%, constituye un dato relativamente bueno desde el punto de vista económico, al colocarse por encima de las medias mensuales de ocupación de las provincias de la región castellano manchega (Cuadro nº 4), aunque también es cierto que sigue estando por debajo de la media española, 54,8 %.

CUADRO 4. OCUPACIÓN HOTELERA EN LAS PROVINCIAS DE

CASTILLA-LA MANCHA Y EN LA CIUDAD DE TOLEDO, 2006

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Albacete	22,2	32,7	32,2	33,7	42,4	42,2	41,0	37,7	45,0	39,5	31,6	27,7	35,7
Ciudad Real	19,6	25,6	26,8	34,8	29,6	30,4	35,3	35,1	33,5	34,3	29,4	23,8	29,8
Cuenca	23,8	27,0	27,7	46,1	29,6	33,4	35,7	43,8	43,4	34,9	30,1	31,5	33,9
Guadalajara	23,9	27,4	31,8	33,7	34,3	35,4	36,2	35,5	37,0	35,9	30,7	30,0	32,7
Toledo	29,9	36,9	35,2	45,0	35,7	37,0	37,8	44,5	44,6	41,3	33,0	30,6	37,6
Ciu. Toledo	38,9	50,0	45,2	65,5	45,0	48,2	48,2	63,4	61,7	56,4	40,5	42,2	50,4
España	40,9	46,5	48,9	56,2	53,4	61,0	67,9	74,5	64,7	54,6	46,5	42,2	54,8

Fuente: INE, 2007.

Hoy, los objetivos siguen pasando por aprovechar las ventajas de la proximidad de Madrid, el principal destino turístico español de interior, y por hacer de Toledo un destino capaz de atraer por sí mismo a un número creciente de viajeros. El número de camas de Toledo se ha elevado de 1.991 en 1987 a más de 3.800 en 2006 y las plazas hoteleras y los restaurantes se incrementan cada año que pasa, con una apuesta importante por la calidad que se ha materializado en la creación reciente de cuatro hoteles de 5 estrellas, uno de ellos en la zona de los Cigarrales, rompiendo con todos los criterios vigentes de protección de paisaje por la enorme masa de su volumen construido, la naturaleza y color de los materiales empleados y la forma del edificio, a pesar de haber contado con la autorización del Ayuntamiento y la Junta de Comunidades.

En esta misma línea, los empresarios de 9 hoteles y restaurantes de la ciudad acordaron en marzo de 2006 crear la marca “Cigarrales de Toledo” y elaborar un catálogo general que, con el lema “Elige con vista”, describe las instalaciones y servicios de los establecimientos ubicados en la zona de mayor calidad medioambiental del municipio toledano, los Cigarrales, y hace una oferta de actividades y ocio. En este caso, los promotores pretenden dar valor añadido a la ciudad con una marca de calidad, “Los Cigarrales de Toledo”, y así atraer a una clientela de niveles medios y altos de rentas, y aumentar el tiempo de estancia de los turistas. En los catálogos, se realiza un recorrido por la historia de la ciudad y se describen detalladamente en inglés y español las instalaciones y servicios de los establecimientos hoteleros y de restauración de los Cigarrales.

Como una prueba más de los escasos niveles medios de ocupación de las plazas hoteleras, se presenta el cuadro nº 5. A través de él, se reconoce una ocupación mensual media de las plazas hoteleras bastante baja entre 1999 y 2006, aunque con fuertes oscilaciones que van desde los mínimos del 35 % en los meses de enero de 2004 y 2005 a los máximos por encima del 70 % en los meses de agosto de 1999, 2000, 2001 y 2004. Por otro lado, esos datos

muestran también un descenso de las tasas de ocupación media anual a lo largo del periodo considerado. Este hecho resultaría más que alarmante si no se explicara fundamentalmente por el fuerte incremento de plazas hoteleras y la constante apertura de nuevos hoteles durante los últimos años, coincidiendo con otro fenómeno bastante reciente, la progresiva integración de los hoteles de la ciudad en grandes cadenas nacionales e internacionales del sector.

CUADRO Nº 5. TASA DE OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS HOTELERAS

Meses	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	%	%	%	%	%	%	%	%
Enero	38,07	35,22	45,12	34,91	37,09	35,1	34,78	38,9
Febrero	49,49	40,92	42,88	39,93	41,87	39,81	46,00	50,0
Marzo	50,28	47,36	50,63	51,31	41,07	45,88	53,21	45,2
Abril	66,82	62,22	64,06	58,22	57,1	59,81	50,44	65,5
Mayo	66,16	57,85	55,9	55,08	52,76	52,46	55,61	45,0
Junio	61,27	51,88	53,55	51,83	52,14	54,11	47,19	48,2
Julio	53,86	56,6	55,92	54,42	51,78	50,5	45,97	48,2
Agosto	78,35	73,76	75,43	67,5	64,95	72,73	62,89	63,4
Septiembre	73,21	66,25	63,17	67,8	59,07	65,46	60,76	61,7
Octubre	68,97	66,5	60,88	53,94	56,72	59,9	57,79	56,4
Noviembre	51,55	52,37	49,18	43,09	40,79	40,65	44,63	40,5
Diciembre	44,61	44,75	37,46	41,15	39,61	40,58	42,46	2,2
Media anual	58,73	54,78	54,61	51,75	49,73	51,6	50,33	50,4

Fuente: Encuesta de ocupación hotelera INE

En cualquier caso, el éxito económico del turismo toledano exige un incremento de la ocupación hotelera, que realmente sólo es muy alta en la actualidad durante los periodos de fiestas más señaladas y durante los fines de semana, con una media anual del 68,4 % en 2006. En ese empeño por aumentar la duración del tiempo de estancia en la ciudad y el nivel de ocupación de las plazas hoteleras, participan todos los actores privados del turismo, y en ese contexto se enmarcan sus iniciativas para mejorar las posibilidades de Toledo como destino turístico.

En consonancia con los anteriores objetivos, destaca la creación de un *Convention Bureau* por la Cámara de Comercio e Industria de Toledo. Se trata de una oficina encargada de la gestión y comercialización de Toledo como destino de negocios. El *Convention Bureau*, creado en 2003, es actualmente una realidad consolidada que se encarga de la selección, presentación y comercialización de servicios y de la puesta en marcha de programas adaptados a las necesidades de las reuniones de negocios y susceptibles de ser movilizadas en todo momento. Como resultado de su actuación, en 2006 se

organizaron 136 congresos, 440 convenciones y 1.059 jornadas de trabajo en las que hubo un total de 120.202 participantes con los consiguientes efectos económicos sobre el conjunto de los sectores de economía de la ciudad y especialmente con los relacionados con la hostelería, la restauración y el comercio.

Del mismo modo que los hoteles y los restaurantes no dejan de aumentar a lo largo de los últimos años, los locales comerciales dedicados a la venta de recuerdos y de productos elaborados por talleres artesanales han experimentado un fuerte impulso; hoy existen más de 140 locales comerciales de esta naturaleza. Entre ellos sobresalen los especializados en la venta de espadas, armaduras, damasquinado, cerámica y confiterías. La mayoría de estos comercios se localiza en el casco histórico, en las calles más frecuentadas por el turismo y en los alrededores de los monumentos más famosos. La Federación de Empresarios (FEDETO), la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento favorecen la especialización comercial del centro histórico en productos artesanales y de calidad para el turismo y los visitantes y, además, esta especialización refleja los cambios funcionales de un centro histórico que durante décadas ha ido perdiendo de manera alarmante población, de 29.184 vecinos en 1950 a sólo 10.924 en 2006.

La función residencial ha sido sustituida en gran parte por actividades terciarias y los comercios más tradicionales, relacionados con las necesidades de la población, han ido desapareciendo de manera espontánea al perder clientela. En este marco, y en un afán por recuperar la vitalidad del núcleo funcional de la ciudad, la administración concede ayudas para abrir galerías de arte y estimula la rehabilitación de antiguos locales comerciales, entre ellas las que ha decidido conceder el Consorcio de la Ciudad de Toledo para financiar hasta el 50 % de las obras en comercios del Casco histórico, según resolución del mes de mayo de 2007 recogida en el Boletín Oficial de la Provincia de Toledo. Sin embargo toda esta política a quien más ha beneficiado ha sido a las actividades vinculadas con el turismo y con empresas multinacionales de la moda que buscan las mejores localizaciones en el centro histórico, especialmente en la calle Ancha o del Comercio, intentando atraer a una doble clientela, la de la propia ciudad y la de los visitantes que acuden a ella de manera esporádica por diferentes razones, incluidas las administrativas.

Para favorecer las ventas de los productos tradicionales del artesanado de Toledo tratando de aprovechar las ventajas del turismo, la Cámara de Comercio y las Asociaciones de Empresarios han elaborado una guía comercial que se distribuye gratuitamente a los visitantes y turistas en todas las oficinas de información de la ciudad y en las recepciones de los hoteles. Es una iniciativa más para dinamizar el turismo aprovechando las ventajas que

han supuesto la inauguración de la línea de alta velocidad Madrid-Toledo en 2005, a pesar de un retraso de este proyecto de más de dos años sobre plazo previsto, y la construcción de una autopista de peaje entre la capital castellano-manchega y la capital de España, puesta en servicio el 29 de diciembre de 2006.

Finalmente, la Cámara de Comercio y Turismo promociona el denominado “turismo de descubrimiento económico” o de “visita de empresa” como otra estrategia para ampliar y diversificar la oferta turística de Toledo. En este caso, se trata de aprovechar la existencia de un tejido industrial relativamente importante en la provincia que se interesa por abrir sus instalaciones al gran público. Los empresarios muestran así los procesos de elaboración de sus productos, difunden los artículos que fabrican y aspiran a aumentar sus ventas. Como resultado de esta iniciativa, se ha elaborado una guía de turismo industrial y se ha puesto en servicio una dirección en Internet donde se recogen las empresas que participan de estas iniciativas y se señalan las condiciones para efectuar la visita de cada una de ellas. De nuevo, lo que se pretende es aprovechar la proximidad de la aglomeración madrileña para atraer a un número potencialmente importante de personas que se sentirían interesados por conocer estas empresas y que podrían pernoctar en la capital o en alguna otra localidad de la provincia, aparte de las visitas organizadas que muchas de ellas ofrecen ya para grupos escolares y personas de la tercera edad (Zárate, M. A., 2006).

Por otra parte, toda estrategia de desarrollo del turismo pasa por la optimización de la acogida, lo que implica contar con la colaboración de los residentes y mejorar las actitudes de los residentes hacia los turistas. Se trata de evitar comportamientos contrarios al turismo que resultan relativamente frecuentes en ciudades especializadas en esta función, como Venecia, Florencia o Brujas, donde la presión turística es muy elevada y puede llegar a hacerse agobiante, sobre todo en ciertos periodos o días (Borg y Gotti, 1995). En el caso de Toledo, distintas encuestas sobre la actitud de los vecinos hacia el turismo han revelado la existencia de sentimientos de rechazo por parte de numerosas personas hacia esta actividad, si bien finalmente y en general se imponen las actitudes favorables.

El propio Plan de Excelencia Turística de la ciudad recomienda sensibilizar al conjunto de la población sobre la importancia del turismo. Se considera imprescindible emprender medidas para estimular las relaciones entre los residentes y los turistas, y motivar la complicitad de todos los que trabajan en el sector turístico con vistas a conseguir que la estancia de los viajeros en la ciudad resulte lo más agradable posible. En Toledo, los presidentes de varias asociaciones de vecinos encuestados por nosotros mismos a este respecto, se muestran favorables a la promoción turística del centro histórico,

pero siempre que se pongan en marcha mecanismos de control que eviten los perjuicios de esta actividad para los residentes, sobre todo en lo referente a ruidos nocturnos, problemas de circulación, dificultades de estacionamiento y efectos más indirectos y no visibles pero muy sensibles para la población como son el encarecimiento de los bienes de consumo y de los restaurantes. Todos los entrevistados se muestran también de acuerdo sobre la existencia de algunos efectos positivos del turismo, como su repercusión a favor de la mejora de los equipamientos urbanos, sobre todo del centro histórico, y todos ellos valoran los esfuerzos de la administración local por coordinar la puesta en turismo de la ciudad con las acciones culturales y las estrategias de rehabilitación del patrimonio histórico.

La participación de los habitantes en los acontecimientos festivos se produce de manera espontánea, al margen de cualquier estrategia de desarrollo turístico, pero en la práctica esa participación actúa como un elemento más de atracción turística y, a veces, de manera muy destacada, como sucede en el Corpus o la Semana Santa, y cuyos efectos sobre la ocupación hotelera han sido espectaculares, llegando a una ocupación de casi el 100% durante esos días. Las asociaciones de vecinos y los organismos oficiales y privados participan de una u otra manera en los acontecimientos festivos y especialmente en el Corpus, que es el principal evento religioso de Toledo, con una antigüedad que se remonta al siglo XIV, y que se ha convertido en uno de los símbolos universales del poder de atracción turística de la ciudad. La preparación y organización de esta fiesta durante varias semanas dependen de la Iglesia y del Ayuntamiento, pero es fundamental la colaboración de la Junta Pro-Corpus, asociación consagrada de manera expresa a esa finalidad. Esta asociación es de carácter privado y se financia con las aportaciones voluntarias del vecindario, asume el adorno de calles y plazas, e interviene en la elaboración del programa semanal de fiestas y en la preparación de una procesión que desde su traslado en 1991 por decisión de la Iglesia del jueves, como era tradicional desde la Edad Media, al domingo no ha dejado de estar envuelta en una polémica ciudadana por este hecho. Para resolver esta polémica, desde 2004, se ha decidido a iniciativa del Ayuntamiento la celebración dos procesiones, una el jueves, y otra, el domingo, ésta última con un carácter más oficial por ser la que cuenta con la presencia de las autoridades civiles.

Los otros grandes acontecimientos festivos de la ciudad son la Fiesta de la Virgen del Sagrario, a mediados de agosto, y el Carnaval. Los hosteleros, restauradores y comerciantes participan en la organización de todos estos acontecimientos y colaboran con ellos financieramente. Por otra parte, la Federación de Empresarios de Toledo (FEDETO), consciente del valor de las celebraciones festivas y de los eventos como elementos animación

social y de atracción turística, apuesta por su multiplicación, en especial de aquellos que tienen o pueden tener una orientación cultural, aprovechando conmemoraciones de significado histórico: la conquista de la ciudad por Alfonso VI (1086-1986), el V Centenario del nacimiento de Carlos V (1500-2000), el Año del Quijote (1605-2005), el Centenario de la muerte de la Reina Isabel, etc. Estas conmemoraciones se han utilizado ocasionalmente para la organización de exposiciones, espectáculos de luz y sonido, fuegos artificiales y representaciones escénicas, como la entrada triunfal del Emperador Carlos V en Toledo, que han atraído a un elevado número de visitantes de otros lugares y, como siempre, de manera muy especial de Madrid.

Todos los anteriores actos, de naturaleza extraordinaria y de excepcionalidad en cuanto a su celebración en el tiempo, aprovechan los atractivos que representan siempre en sí mismos y, de una u otra manera, la espectacularidad del emplazamiento de la ciudad, la belleza de sus paisajes y la singularidad de sus monumentos. En todos los casos, como sucede cada vez más en las aglomeraciones urbanas, se trata de fiestas o de eventos que buscan la participación de los ciudadanos, convirtiéndoles al mismo tiempo en espectadores y actores. Pero, además de ser acontecimientos que se dirigen al conjunto de la sociedad, estas celebraciones actúan cada vez más como elementos de atracción de visitantes y turistas, por lo que repercuten en el aumento de los flujos turísticos, en el alargamiento de las pernoctaciones y el incremento de los visitantes de un solo día. No sorprende, por lo tanto, su progresiva integración en las políticas de turismo urbano.

5. CONCLUSIONES: LUCES Y SOMBRAS DEL TURISMO TOLEDANO

En el contexto actual, Toledo funciona como un destino turístico realmente importante de interior gracias fundamentalmente a la importancia de su patrimonio histórico, cultural y paisajístico, a la proyección internacional de su nombre y a su papel en la historia como crisol de diferentes culturas y aglutinante de la historia española en momentos significativos del pasado. La proximidad a Madrid, la mejora de las comunicaciones, la transformación de la cultura en un producto de consumo de masas y los factores inherentes a la globalización que se manifiestan en el aumento de la movilidad de la población y en la interrelación del tejido empresarial local, nacional e internacional, favorecen también el desarrollo del turismo en la ciudad. A su vez, las actuaciones de las instituciones públicas y de los agentes privados de la ciudad, la Cámara de Comercio e Industria y la Federación de Empresarios de Toledo (FEDETO) de manera muy significativa, resultan determinantes a la hora de poner en marcha iniciativas orientadas a la diversificación de la oferta turística, a aumentar la ocupación hotelera y a incrementar las

pernoctaciones. Resultado de todas estas acciones son la constante ampliación de las infraestructuras de acogida y de ocupación del tiempo libre y las mejoras de infraestructuras y equipamientos urbanos, aunque alguno de ellos, como la construcción del Palacio de Congresos y Exposiciones acumula retrasos y se alarga excesivamente en el tiempo, a pesar del lugar tan emblemático en el que se va a construir, debajo del Paseo del Miradero, y del daño que su vaciado representa para la imagen de la ciudad, una impresionante herida en la roca que sirve de asiento a la vieja ciudad, en su fachada norte. Lamentablemente, ese enorme vaciado es la primera visión que reciben actualmente los viajeros que llegan de Madrid, sin entrar en la polémica sobre la conveniencia o no de un emplazamiento de esta naturaleza para un Palacio de Exposiciones y Congresos, bajo tierra, en lugar de lo que se hace en la mayoría de las ciudades, donde estas construcciones se utilizan de manera emblemática como símbolos de modernidad dentro de los tejidos urbanos y como puente entre el pasado y el presente.

La complejidad de las políticas turísticas y la variedad de actores que intervienen en ellas justifica la importancia de contar con un Plan de Excelencia Turística, como el que Toledo tiene actualmente, y de proceder a su constante actualización y adecuación a circunstancias que por la propia naturaleza del turismo y la dinámica de la vida urbana son muy cambiantes. En principio, este plan da respuesta al deseo del Ayuntamiento de disponer de un instrumento legal para conseguir un modelo turístico competitivo y sostenible, ligado a políticas de renovación de los destinos turísticos maduros como es el caso del turismo urbano y cultural. Sin embargo, la aplicación del « Plan de Excelencia Turística » resulta irregular e incompleta, y muchas de sus propuestas no han pasado del papel a la realidad, quedando como propaganda o simple declaración de intenciones, de tal modo que las acciones más comprometidas con el desarrollo del turismo corresponden en la práctica a la Cámara de Comercio de Toledo y a los empresarios privados, en definitiva a los actores privados del turismo. Todos ellos promueven iniciativas orientadas a la diversificación turística, como celebración de congresos y exposiciones, utilización del recinto ferial, turismo gastronómico, enoturismo, golf, turismo de naturaleza, turismo de compras y *team building*, es decir, actividades que buscan la participación de las personas dentro de programas como «Aprende en Toledo», «Explora Toledo» y «Outdoor».

No obstante, pese a los grandes avances experimentados en los últimos años, el turismo toledano tiene que superar problemas de investigación, gestión, organización y promoción que derivan en buena parte del escaso entendimiento entre las instituciones públicas de las administraciones local, provincial y regional. Tampoco existen canales fluidos de colaboración de estas administraciones con la Iglesia, cuyos monumentos, entre

ellos la Catedral y San Juan de los Reyes, son los más visitados de la ciudad y constituyen los primeros elementos de atracción turística. La propia Dirección General de Patrimonio y Museos carece de datos estadísticos al respecto. Así, la insuficiencia estadística por parte de las instituciones oficiales constituye evidentemente uno de los problemas importantes para gestionar con eficacia el turismo toledano y un inconveniente a la hora de poner en marcha o aplicar estrategias concretas dirigidas a racionalizar los flujos turísticos.

Hasta hoy, Toledo, a diferencia de la mayoría de las ciudades en las que el turismo es una actividad importante, carece de un dispositivo permanente consagrado a la observación económica y medición estadística del turismo y a la valoración de sus efectos desde todos los puntos de vista. Los temas relacionados con la organización y gestión del turismo se hallan muy compartimentados entre los diferentes agentes políticos, sociales y económicos que detentan responsabilidades en el sector y sería imprescindible contar con un “laboratorio permanente de estudio y seguimiento del turismo en la ciudad”. En las actuales circunstancias, los empresarios son quienes sufren más las carencias señaladas y, consecuentemente, deberían ser los primeros y más interesados en disponer de un dispositivo permanente de observación del turismo, si bien para asegurar su eficacia sería más que conveniente la colaboración y participación en el mismo de los actores públicos del turismo.

Por otra parte, la excesiva presión turística sobre determinados lugares dentro de la ciudad y la fuerte concentración de las visitas en unos pocos monumentos crean problemas de conservación y mantenimiento que pueden resultar difíciles de resolver, y a ello se añaden, lo que todavía puede ser más grave, los inconvenientes que derivan de una excesiva puesta en turismo del casco histórico, en detrimento de otros usos del suelo y actividades de esta zona de la ciudad. La normativa del propio Plan Especial de 1997 estimula esta “turistificación” al permitir una aplicación laxa de ciertas normas de edificación en las tareas de rehabilitación siempre que se trate de adecuar construcciones para hoteles y equipamientos de restauración, lo contrario de lo que hace cuando se plantean obras de rehabilitación y de renovación para fines residenciales, que se aplica la legislación con todo rigor. Y si esto es así dentro del casco histórico, todavía lo es más en los Cigarrales, donde se ha permitido la proliferación de hoteles con volúmenes de construcción y usos de materiales que rompen con sus valores históricos y culturales, que alteran el paisaje tradicional y modifican el parcelario, a pesar de las normas de protección existentes y de estar a la espera de la aprobación de un Plan Especial para la zona.

Por último, y ello no deja de ser paradójico si se tiene en consideración la apuesta realizada por los agentes públicos y privados de la ciudad a favor

del turismo, Toledo se halla ante una seria amenaza de pérdida de elementos de su patrimonio y de sus paisajes por la aprobación, primero por el Ayuntamiento, el 3 de junio de 2006, y luego por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, el 26 de marzo de 2007, de un Plan de Ordenación Municipal (POM) que propone la urbanización del fondo del valle del Tajo. La edificación en la Huerta del Rey y la Alberquilla, en la Vega Alta, ocasionará daños irreversibles al paisaje de la ciudad tal como ha llegado hasta nuestros días y, además, amenaza con provocar la desaparición de uno de los espacios de mayor calidad medioambiental y paisajística, que forma parte indisoluble de los valores que hicieron de Toledo merecedora del calificativo de Ciudad Patrimonio de la Humanidad en 1986.

En la Vega Baja, la Junta de Castilla-La Mancha ha decidido la suspensión del PAU así denominado y la sustitución de la urbanización prevista por un Parque Arqueológico que sacará a la luz los restos de lo que fue la capital de la España visigoda. La ciudad dispondrá de este modo de un elemento más de atracción turística, pero la posible urbanización de los terrenos más próximos a ese parque y al propio Circo Romano mediante otros dos PAU, el del Circo Romano y el del Cristo de la Vega, supondrá la eliminación de restos arqueológicos, puesto que la zona es exactamente la misma que la que la Junta ha decidido proteger, y los daños al paisaje serán más que evidentes.

En ambos casos, la urbanización de la Vega alta y de la Vega baja pondrá fin a paisajes y perspectivas de la ciudad que han llegado hasta nosotros excepcionalmente bien conservados y que son citados reiteradamente por la literatura e inmortalizadas por los grandes maestros de la pintura. Desde el punto de vista turístico, los organismos y las instituciones relacionados con esta actividad no se muestran sensibles a los perjuicios que la urbanización masiva, total o parcial, de las vegas provocará sobre las vistas tradicionales del conjunto de la ciudad, y tampoco son conscientes de que esos daños, de carácter irreversible, podrán afectar el turismo como actividad económica. La Real Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas de Toledo, la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Hispania Nostra, la Real Sociedad Geográfica e ICOMOS han alertado a la sociedad sobre estos peligros y sobre el riesgo de que Toledo pierda su calificación como Ciudad Patrimonio de la Humanidad, lo que indudablemente supondría un grave perjuicio para una ciudad cuyo dinamismo y vitalidad se basa en buena parte sobre el desarrollo del turismo.

BIBLIOGRAFÍA

Ahmed, Z. U. (1991): "The influence of the components of a state's tourist image on product positioning strategy". *Tourisme Mangement*, nº 12, pp. 331-340.

Ayuntamiento de Toledo (1997): *Plan Especial del Casco Histórico de Toledo*. Director del Plan: J. Busquets

Ayuntamiento de Toledo / Banco Europeo de Inversiones (2000): *Plan Estratégico del Centro Histórico de Toledo*.

Ayuntamiento de Toledo (2003): *Plan de Ordenación Municipal de Toledo*. Director del Plan: Mario Muelas.

Borg, J. y 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.

Busquets Grau, J. (1996): *Plan Especial del Casco Histórico de Toledo*, Ayuntamiento de Toledo.

Calle, M. de La (2002): *La ciudad histórica como destino turístico*. Ed. Ariel Turismo, Barcelona.

Cárea de Comercio e Industria de Toledo (2005): *Guía de Congresos*, Convection Bureau, Toledo.

Campesino Fernández, A. J. (2003): "Planificación estratégica del turismo cultural en ciudades patrimoniales: calidad, innovación y sostenibilidad». En *Turismo Cultural y Urbano*. Ed. Tirant lo Blanch, Valencia.

Campos Romero, L. (2000): "Movilidad y preservación ambiental en las ciudades patrimonio: el ejemplo de Toledo". En *Ciudades históricas: conservación y desarrollo*, Castillo, M. A. (ed.), Ed. Fundación Argentaria y Visor, pp. 45-55.

Campos Romero, L. Coordinadora (2002): *El turismo en Castilla-La Mancha: análisis y prospectiva*. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha., Col. Estudios nº 83, Ponencias celebradas en las 1 Jornadas sobre Turismo Regional en Toledo, del 2 al 6 de abril de 2001.

Carta Internacional sobre Turismo Cultural. Icomos. Comité Científico Internacional de Turismo Cultural, México, 1999.

Castañó, J. M.: Sáez, A., García, S. y Crego, A. (2003) : "Aproximación psicosocial a la motivación turística". *Revista de Estudios Turísticos*, Instituto de Estudios Turísticos, nº 158, pp. 5-43.

Comisión de Seguimiento del Plan de Excelencia Turística de Toledo (2005): *El Plan de Excelencia Turística de Toledo, 2000-2005*, 94 pp.

Dévé, M. O. (2003): "Les clientèles du tourisme urbain". *Cahier Espaces*, nº 78.

Équipe Mit (2002): *Tourismes. Lieux communs*. París, Éd. Belin, coll. Mappemonde, 317 pp.

Gravari-Barbas, M. (2006): "La ville à l'ère de la globalisation des loisirs". En *Espaces, tourisme et loisirs*, nº 234, pp. 48-56.

Gómez Ibáñez, J. A. y McCueu, G. M. (eds.) (1995): *Revitalización del Casco*

Histórico de Toledo. Patronato Universitario de Toledo/Real Colegio Complutense de Harvard. Bolenger Publication/Creative Printing, Inc. USA.

Laguna García, M. (2005): “La celebración de eventos culturales como atractivos turístico en las ciudades históricas: Análisis del impacto económico y turístico”. En *Estudios Turísticos*, n° 166, pp. 65-96.

Lobo Monteros, P. (2001): “Promoción y comercialización turística de las ciudades históricas españolas”. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, n° 36, pp. 150-169.

Moptma (1994): *Estudio de reordenación viaria y del transporte en el Casco Histórico de Toledo. Una experiencia piloto*, Madrid, ETT.

Stock M. (Coordination) (2003): *Le Tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. Éd. Belin, coll. Géographie, Licence- IUT, París, 304 pp.

Troitiño Vinuesa, M. Á. (1998) : “Turismo cultural: Toledo”. *Actualidad Turística Española en 1996*, Madrid, AECIT, pp. 507-514.

Troitiño Vinuesa, M. Á. y Prats, F. (1998): *Toledo 21. Una estrategia turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad*. Documento Propuesto. Cámara de Comercio e Industria de Toledo, Toledo.

Troitiño Vinuesa, M. Á.; Brandis, D.; del Río, I.; Calle, M., Gutiérrez, J.; Lobo, P. Martín, F. (1998): “Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo”. *Eria*, n° 47, pp.299-325.

Troitiño Vinuesa, M. Á. (2000): “Ciudades históricas, turismo y desarrollo sostenible”. En *Ciudades históricas: conservación y desarrollo*, Castillo, M. Á (ed.), Fundación Argentaria y Visor, Madrid.

Violier Ph. (1999): “Les acteurs du système touristique et leurs logiques spatiales”. En: Ph. Violier (dir.): *L'espace local et les acteurs du Tourisme*. Presses Universitaires de Rennes, Rennes, p. 57-67

World Tourism Organization (2002): *City, Tourism and Culture: The European Experience*, World Tourism Organization, Madrid.

Zárate Martín, M. A. y Vázquez González, A. (1982): *El casco histórico de Toledo. ¿Un espacio urbano vivo?* Ed. Zocodover, Toledo.

Zárate Martín, M. A. (1994): “España a través de los artistas”. En *Geografía de España*, Ed. Instituto Gallach, Barcelona, Vol. 1, pp. 141-192.

Zárate Martín, M. A. (1995): “Imagen y potencial turístico de un Centro Histórico singular, Toledo”. En *Los turismos de interior*. Valenzuela Rubio, M. (coord.). Ed. Universidad Autónoma de Madrid, pp. 289-304.

Zárate Martín, M. A. (2000): “Toledo, Ciudad Patrimonio de la Humanidad”. En *Boletín de la Real Sociedad Geográfica*, Tomo CXXXVI, pp. 137-184.

Zárate Martín, M. A. (2006): “Las ciudades españolas en la Era de la globalización”. En *El espacio geográfico español y su diversidad*, Ed. Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, pp. 91-131.

Zárate Martín, M. A. (2006): “La visite d´entreprise en Espagne. Une filière à développer”. En *Les Cahiers Espaces*, n° 92, pp. 35-38.