

## ***EL EXCURSIONISMO CULTURAL DESDE DESTINOS TURÍSTICOS URBANOS A SITIOS PATRIMONIALES: DE MADRID A TOLEDO***

Luis Alfonso ESCUDERO GÓMEZ ([luisalfonsoescudero@eclm.es](mailto:luisalfonsoescudero@eclm.es))

Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Castilla-La Mancha

Recibido: 11 de noviembre de 2018

Aceptado: 5 de diciembre de 2018

**RESUMEN:** Las ciudades de gran tamaño son destinos turísticos principales. Se trata de un turismo urbano donde se entremezclan los motivos, las experiencias y las actividades. Entre estas últimas, la excursión de unas horas, siempre menos de un día, a un lugar turístico atractivo próximo es una de las habituales. Así sucede con las ciudades históricas cercanas a las grandes urbes. La cultura y el patrimonio forman ahora la motivación principal del visitante. En este artículo se estudia este proceso a través del caso del excursionismo desde Madrid, destino turístico urbano, a Toledo, ciudad histórico-turística. Se desarrollará una metodología de análisis donde se opta por recurrir a la recolección de múltiples informaciones y datos de diversas fuentes y no estrictamente al desarrollo amplio de una sola fuente o de una sola técnica de investigación. El objetivo principal es la comprensión holística del fenómeno, dado que las consecuencias sobre el lugar de destino, Toledo, son obvias: un excursionista gasta menos, y además no pernocta, al tiempo que hace uso de los mismo servicios y equipamientos que un turista. En los resultados, se demostrará que la proximidad geográfica, la conexión mediante tren de alta velocidad y la atracción del patrimonio cultural de Toledo son factores que propician esta movilidad turística. No obstante, se concluirá que es la sobreoferta de los turoperadores que actúan en Madrid la causa principal de este flujo. Desde hace años se actúa desde la ciudad toledana intentando aumentar la estancia de sus visitantes con productos turísticos culturales más elaborados que obliguen la pernoctación. El problema es que no se ha llegado a acuerdos con los turoperadores y agentes turísticos de Madrid. Mientras haya una oferta excesiva de hacer excursiones a Toledo difícilmente se reducirá el número de visitantes que elijan esta opción.

**PALABRAS CLAVE:** turismo urbano, turismo cultural, excursionismo, Madrid, Toledo.

### ***CULTURAL HIKING FROM URBAN TOURISTIC DESTINATIONS TO HERITAGE PLACES: FROM MADRID TO TOLEDO***

**ABSTRACT:** The world's largest cities are main touristic destinations. It's mainly urban tourism where the reasons, experiences and activities are mixed together. Amongst the last three is included an excursion that only lasts a couple of hours, always less than a day, to an attractive touristic sight close to a popular touristic destination. That's what happens to historical cities close to major cities. Culture and heritage are now the main focus of the holidaymaker. In this article we

talk about this process through the case of hiking from Madrid, a major urban touristic destination, to Toledo, a tourist-historic city. A methodology of test results will be developed resorting to collecting multiple information and data from variety of sources and not solely an extended development of just one source of information or just one research technique. The main aim is to have a deep understanding of this phenomenon detail which the touristic destination in this case Toledo, is quite obvious: a hiker spends less, furthermore he doesn't stay overnight, in the meantime he's using the same facilities and services as a tourist does. Geographical vicinity will be proved in the results, the link between the high speed train and the appeal of Toledo's cultural heritage are the main factors that contribute to this touristic mobility. However, it will be concluded that the oversupply of tour operators that work in Madrid are mainly responsible for this flow. For the past few years action has been taken in Toledo trying to increase the stay of the visitors luring them with more appealing touristic packages which force them to stay overnight. The problem is that an agreement hasn't been reached with the tour operators and travel reps in Madrid as long as there is an excess offer for excursions in Toledo it will be difficult to reduce the number of visitors who go for this option.

**KEYWORDS:** Urban tourism, cultural tourism, cultural hiking, Madrid, Toledo.

“Los principales puntos de interés  
de la Península son Andalucía, Madrid,  
donde hay que incluir Toledo”

Ford (1845)

## I. INTRODUCCIÓN

Las ciudades de gran tamaño son destinos turísticos principales. Se trata de un turismo urbano donde se entremezclan los motivos, las experiencias y las actividades (ver imagen 1). Entre estas últimas, la excursión de unas horas, siempre menos de un día, a un lugar turístico atractivo próximo es una de las habituales. Así sucede con las ciudades históricas cercanas a las urbes principales, en las cuales el patrimonio cultural se convierte en un importante recurso turístico (Calle y García, 1998). El patrimonio cultural es uno de los más antiguos y relevantes generadores del turismo en Europa (Thorburn, 1986). En los últimos años, el consumo de todas las formas de cultura se ha expandido con su democratización y el crecimiento de la clase media (Richards, 2005a: 13). Sin embargo, hoy cada vez se consume más cultura, pero no se digiere esta cultura. Al mismo tiempo, la cultura hoy es promocionada principalmente por fines económicos antes que los propios culturales (Richards, 2005d: 27). Es un uso de la cultura como estrategia de consumo, producción e imagen (Freestone y Gibson, 2006).

**Imagen 1.** Actividades del turismo urbano en Madrid: compras, musicales y deporte

Fotografías de Escudero (2016 la del comercio Primark y 2018 las otras)

El fenómeno es complejo y multidimensional, pero, básicamente, ha convertido a los núcleos urbanos patrimoniales en ciudades-histórico-turísticas (Ashworth y Tunbridge, 1990). Estas ciudades cuentan con la importante ventaja que tienen los sitios preindustriales: la presencia de capital cultural real sedimentado (Zukin, 1991). Es esta cultura la que los nuevos productores desbloquearon y explotaron y, por ello, tiene lugar en estas urbes un intenso desarrollo de la actividad turística (Jansen-Verbeke, 1999), que ha generado un proceso de *turistificación*. Jansen-Verbeke y Lievois (1999: 83) lo han calificado como irreversible al afectar el excesivo uso turístico a su sistema urbano en términos físicos, económicos, sociales y culturales.

Sin duda, los riesgos de alterar el equilibrio del sistema urbano en estas ciudades históricas por el predominio de la función del turismo son reales. Núcleos urbanos para ser vividos se convierten en ciudades visitadas donde las personas las recorren en pocas horas, se divierten y se van. Los centros históricos se convierten en escenarios museificados preparados para un turismo que ofrece la cultura como simulacro. Se trata de un fenómeno global que ha impulsado el turismo patrimonial (Boniface y Fowler, 1993), fundamentalmente en los espacios urbanos (Chang *et al.*, 1996).

En este artículo se estudia el excursionismo cultural desde destinos turísticos urbanos a sitios patrimoniales. Se analiza este proceso a través del caso del excur-

sionismo desde Madrid, gran destino turístico urbano, a Toledo, ciudad histórico-turística y Patrimonio de la Humanidad por la Unesco desde 1986. Por un lado, Madrid conforma el área urbana más poblada de España y uno de los destinos turísticos urbanos principales de España tanto para turistas domésticos como internacionales. Por el otro, a poca distancia, se localiza Toledo como sitio patrimonial factible para realizar una visita de unas horas desde la capital madrileña. Además, como conjunto histórico Patrimonio de la Humanidad se le añade un valor añadido crucial que es el certificado de la Unesco de la existencia de un rico patrimonio histórico y cultural que va a satisfacer las demandas de sus visitantes culturales (Cordente *et al.*, 2011: 84).

Las excursiones a Toledo cumplen con las condiciones básicas habituales de este tipo de viaje: no son demasiado complejas en su contenido, son adaptables a públicos con pocos conocimientos culturales previos y son asequibles para todas las clases sociales porque tienen un precio bajo o medio y están muy estandarizadas en el conocimiento de los visitantes (López y Pulido, 2013: 180). Es decir, se trata del aprovechamiento habitual del turismo cultural del patrimonio donde no se requiere una gran atención, consideración o esfuerzo (Timothy, 2011: 105).

El objetivo principal de la investigación es la comprensión holística de esta movilidad turística, dado que las consecuencias sobre el lugar de destino, Toledo, son obvias: un excursionista gasta menos, y además no pernocta, al tiempo que hace uso de los mismos servicios y equipamientos que un turista.

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El turismo urbano en Europa es un mercado en crecimiento, que se beneficia, en particular, del desarrollo de estancias cortas y la división de las vacaciones. Sucede particularmente en las grandes áreas urbanas (Law, 1993). Las ciudades han sido calificadas como máquinas de entretenimiento (Clark, 2011) construidas para sus visitantes (Eisinger, 2000). Se trata de la ciudad turística (Judd y Fainstein, 1999) que da lugar a un turismo urbano formado por múltiples y heterogéneas actividades de ocio (Page, 1995). En ellas, el patrimonio se transforma en una gran atracción turística (Prentice, 1993). Ese turismo urbano ha sido de interés para los académicos con un reciente progreso en las investigaciones (Ashworth y Page, 2011). Se trata de comprenderlo en su complejidad con aspectos como la imagen, la cultura y las experiencias (Selby, 2004).

Al mismo tiempo, se considera que el turismo cultural es el segmento de más rápido crecimiento en el mercado turístico en el continente europeo (Richards, 1996: 87). Las ciudades son el componente más importante del turismo cultural



en Europa, sobre todo las patrimoniales (Van der Borg *et al.*, 1996). La afluencia de visitantes tiende a concentrarse en los centros urbanos, que se superponen de manera desigual con los centros históricos (García *et al.*, 2017). Según un estudio de la Comisión Europea (2016: 6) sobre las preferencias turísticas de los ciudadanos europeos en 2015, el 27% de los encuestados señalaba que la principal razón de sus desplazamientos eran los viajes a ciudades y un 25% indicaba que era la cultura. De manera general, el turismo que se dirige a las ciudades como destino primordial se caracteriza por su selectividad, visita una parte muy limitada de la ciudad; su rapidez, dedica poco tiempo al destino como tal y a cada uno de los puntos que visita; su volatilidad, está sujeto a modas efímeras que encumbran o relegan determinados destinos; y su baja recurrencia, el regreso es menos probable cuanto más pequeña se la ciudad (Ashworth y Page, 2011).

Sin embargo, podemos hacer una distinción entre ciudades de tránsito y ciudades de destino, muy relevante en términos de potencial turístico. Las excursiones de día derivan flujos de visitantes desde los grandes focos de atracción del turismo hacia su entorno más próximo, a través del amplio catálogo de ofertas que organizan los operadores turísticos y el empresariado local, intentando incorporar complementos que sirvan como valor añadido a los paquetes de vacaciones adquiridos inicialmente por el turista (López y Pulido, 2013: 180). En este sentido, los centros históricos de ciudades patrimoniales, su estructura urbana, su arquitectura y sus bienes culturales, son utilizados para crear un producto turístico patrimonial basado en el lugar (Ashworth y Tunbridge, 1990). Hay una venta del arte y de la historia en la relación que se establece entre el patrimonio cultural y el turismo (Zeppel y Hall, 1991). Los recursos patrimoniales se transforman en productos turísticos (Jansen Verbeke y Lievois, 1999: 82). El gran destino turístico urbano, el área urbana principal, sería una ciudad producto consumida como mercancía, que subordina a su vez sus *hinterlands* inmediatos, igualmente tematizados, en un proceso de producción del espacio como mercancía-lugar, espacio de placer y espacio consumible (Díaz, 2016: 217). El turismo urbano y el cultural forman parte así de la espectacular mercantilización actual de las ciudades (Fessler y Berenstein, 2006).

Desde la literatura científica se han estudiado múltiples casos del excursionismo en ciudades histórico-turísticas. Es el caso del núcleo patrimonial de Delft, en los Países Bajos, donde se ha demostrado que forma parte de la promoción turística de Rotterdam (OCDE, 2009: 57). También lo es el de Bath, en el Reino Unido, donde la masificación de visitantes, muchos de ellos permaneciendo menos de un día en la ciudad, da lugar a impactos sociales (Haley *et al.*, 2005). Especialmente significativo es el ejemplo de la histórica ciudad belga de Brujas donde se ha demostrado que el excursionismo tiene una elevada presencia y que eso da lugar

a que los visitantes se limiten al 20% de su centro histórico (Boerjan *et al.*, 1992 citado en Munsters, 2005: 89). Ante esta situación, las autoridades municipales han decidido no hacer promoción de viajes de un día. Además, la llegada masiva de visitantes ha creado problemas con los residentes y se ha creado la plataforma *S.O.S. voor een leefbaar Brugge* («S.O.S. para una habitable Brujas») que demanda medidas para la habitabilidad del centro histórico (Munsters, 2005: 90).

Por cuestiones como el excursionismo, el desarrollo y la gestión del turismo urbano se han convertido en un gran desafío en muchas ciudades europeas (Jansen Verbeke y Lievois, 1999: 81). Las ciudades históricas españolas empiezan a elaborar una política turística propia a lo largo de los años noventa, en un periodo que coincide con su redescubrimiento como destinos turísticos y su tratamiento como un objeto específico de investigación (Calle y García, 2016: 692). Desde el ámbito político, destinos culturales como Toledo empiezan desde entonces a realizar una política turística con el fin de solucionar problemas como el excursionismo. Desde el ámbito académico, estudiosos van a centrarse en la cuestión del turismo cultural en Toledo y tendrán en cuenta, en mayor o menor grado, esta cuestión.

Así, los trabajos previos sobre el turismo cultural en Toledo han tratado directa o indirectamente el problema del excursionismo. M.A. Troitiño ya lo abordaba desde una perspectiva general en 1997. Al año siguiente, es destacable el artículo de Troitiño *et al.* (1998). Este trabajo proporcionaba una explicación detallada de los problemas causados por el turismo en Toledo en ese momento, incluyendo el excursionismo. Zárate (2008) lo trataba dentro de su análisis sobre las estrategias de dinamización turística de Toledo. De nuevo será abordado por Troitiño y Troitiño (2009) como una de las problemáticas de esta ciudad como destino patrimonial.

### III. METODOLOGÍA

Se desarrollará una metodología de análisis donde se opta por recurrir a la recolección de múltiples informaciones y datos de diversas fuentes y no estrictamente al desarrollo amplio de una sola fuente o de una sola técnica de investigación. Con ello, se busca un conocimiento holístico del excursionismo cultural desde destinos turísticos urbanos a sitios patrimoniales a través de un significativo estudio de caso: el desplazamiento desde Madrid a Toledo.

De esta forma, se aplica un método deductivo en el que se manejan informaciones provenientes de referencias bibliográficas, de la encuesta de ocupación

hotelera del Instituto Nacional de Estadística, de Internet, de la prensa digital y escrita, de folletos turísticos y del trabajo de campo.

## IV. RESULTADOS

### IV.1. El excursionismo a Toledo: una realidad difícil de cuantificar

¿Cuántos visitantes tiene Toledo a lo largo del año? ¿Cuántos son turistas? ¿Cuántos son excursionistas? Preguntas simples que deberían ser el argumento inicial de cualquier investigación sobre la actividad turística en Toledo. Son preguntas sin respuesta.

**Cuadro 1.** Viajeros y pernoctaciones en Toledo, 2000-2017

VIAJEROS					PERNOCTACIONES				
Año	Total	Españoles (%)	Extranjeros (%)	Var. anual (%)	Año	Total	Españoles (%)	Extranjeros (%)	Var. anual (%)
2000	389.856	-----	-----	-----	2000	568.398	-----	-----	-----
2001	391.574	-----	-----	0,44	2001	596.170	-----	-----	4,89
2002	379.302	-----	-----	-3,13	2002	590.298	-----	-----	-0,98
2003	375.985	64,49	35,51	-0,87	2003	575.804	65,48	34,52	-2,46
2004	412.495	69,25	30,75	9,71	2004	639.269	69,56	30,44	11,02
2005	434.615	72,46	27,54	5,36	2005	677.065	72,63	27,37	5,91
2006	450.669	70,77	29,23	3,69	2006	729.706	71,51	28,49	7,77
2007	465.418	71,56	28,44	3,27	2007	742.054	72,12	27,88	1,69
2008	448.007	71,10	28,90	-3,74	2008	728.138	71,93	28,07	-1,88
2009	441.644	72,82	27,18	-1,42	2009	694.483	73,20	26,80	-4,62
2010	460.795	70,70	29,30	4,34	2010	719.281	71,99	28,01	3,57
2011	462.063	67,77	32,23	0,28	2011	718.745	68,13	31,87	-0,07
2012	468.633	67,27	32,73	1,42	2012	700.796	67,57	32,43	-2,50
2013	491.362	68,24	31,76	4,85	2013	738.586	69,05	30,95	5,39
2014	593.028	70,43	29,57	20,69	2014	898.547	71,43	28,57	21,66
2015	566.977	70,16	29,80	-4,39	2015	849.133	68,71	31,28	-5,49
2016	591.225	70,43	29,57	4,27	2016	907.897	69,71	30,28	6,92
2017	617.584	65,83	34,16	4,45	2017	917.180	67,10	32,90	1,01

Fuente: INE (2018)

Es cierto que solo los sistemas cerrados permiten conocer el volumen de visitantes. En Toledo el destino es principalmente el centro histórico de la ciudad. Resulta muy costoso y complejo saber exactamente cuántos turistas hay en un sistema abierto. Como señala el ex alcalde la ciudad, Juan Ignacio de la Mesa (en Bachiller, 2017): «Somos una ciudad sin datos. Si quisiéramos conocer los efectos de la presión turística sobre la ciudad, tendríamos dificultades. ¿Cuántos visitantes, su origen, qué visitan y valoran, dónde se alojan, cuánto gastan y dónde?».

Desde el ámbito académico se han apuntado diferentes cifras que hablan de 1,5-1,7 millones de visitantes anuales (Troitiño y Troitiño, 2009: 224); 1,5-2 millones (L. Troitiño, 2005: 421); 1,5-2,5 millones (Calle y García, 2016: 693), 2 millones (J. García, 2007) y más de 3 millones (Zárate, 2016b: 713). Partiendo de esas cifras, Zárate (2016a: 56) sitúa a los excursionistas como el 62% del total de los viajeros. Un año después, en la prensa local se publica un artículo donde se señalaba que los visitantes que no pernoctan en la ciudad representan el 49,1% del total (*La Tribuna de Toledo*, 2017: 4).

Tengamos en cuenta que la encuesta de ocupación hotelera (INE, 2018) da un total de 617.584 viajeros que han pernoctado en el punto turístico Toledo en el año 2017 (ver cuadro 1). Sabemos, no obstante, que aquí no están contabilizados todos los turistas. No se recogen los que se alojaron en casas de familiares y amigos, por ejemplo. Estimemos que la cifra total de visitantes de la ciudad sea de 2 millones, a través de una apreciación de los datos de otros autores. La diferencia entre ambas cifras, 2 millones de visitantes y 620.000 viajeros que pernoctan en unidades productoras de servicios de alojamiento hotelero (hotel, hotel apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, fonda y casa de huéspedes), es muy evidente. No es un dato exacto y preciso, pero sí contundente: más de un millón de personas visitan Toledo y no pernoctan manejando un escenario realista y probablemente subestimando la dimensión real del fenómeno.

#### **IV.2. Un excursionismo libre hacia Toledo, principalmente desde Madrid**

Tradicionalmente, los visitantes de Toledo han estado vinculados a la proximidad de la capital del Estado, Madrid, situada a poco más de 70 kilómetros y a menos de una hora de viaje por carretera. De esta forma, Toledo, como ciudad histórica y patrimonial cercana a Madrid, es un destino interesante como lo son también otros núcleos como Segovia, Ávila, Cuenca, San Lorenzo del Escorial o Aranjuez, todos ellos, al igual que la ciudad toledana, Patrimonio de la Humanidad. Además, en las últimas décadas, se ha producido el surgimiento de nuevas atracciones culturales al tiempo que también se han comenzado a desdibujar los antiguos límites entre la cultura «alta» y la «popular», que se vuelven cada vez

menos distintas a medida que las atracciones patrimoniales se hacen más amigables para los visitantes para aumentar su viabilidad comercial (Richards, 2005b: 227). En esta popularización de la cultura, Madrid actúa como un foco emisor del cual los propios habitantes de la poblada área madrileña se desplazan a Toledo, a su centro histórico patrimonial, para hacer una visita cultural, especialmente los fines de semana y festividades.

Al mismo tiempo, Madrid es el principal destino del interior de España, tanto en el turismo doméstico como en el internacional. Una parte de estos turistas deciden incluir una visita a Toledo como actividad complementaria de su viaje turístico a Madrid, muchos de ellos lo hacen de forma particular. En definitiva, gran número de los turistas urbanos de la capital del Estado simplemente quieren lo que cualquier otro turista desea: una experiencia vacacional que sea entretenida, divertida y memorable (Timothy y Boyd, 2006: 5). La visita a Toledo de una jornada es percibida como tal y, por lo tanto, acaban desplazándose individualmente al centro histórico toledano.

Este fenómeno del excursionismo en Toledo se incrementó, además, desde noviembre de 2005 cuando se inauguró la línea de tren de alta velocidad Madrid-Toledo, con una amplia frecuencia horaria y que reduce la duración del viaje a menos de media hora. Vázquez y Martínez (2016) estudian pormenorizada y brillantemente estos flujos turísticos ferroviarios de Madrid a Toledo.

### **IV.3. Un excursionismo organizado hacia Toledo, principalmente desde Madrid**

Por otro lado, múltiples turistas se desplazan desde Madrid a Toledo en viajes organizados de unas horas de duración. Según Díaz *et al.* (2007), el 21,2% de todos los visitantes de Toledo vienen en viajes con operadores turísticos. La oferta de los turoperadores en Madrid para realizar una excursión a Toledo es muy profusa. Su medio habitual de transporte es el autobús (ver imagen 2). Se trata de grupos de entre 20 y 60 personas que se desplazan en un autocar fletado por el turoperador para hacer una visita temporal conjunta de Toledo. Se ha detectado también el empleo del tren de alta velocidad para grupos reducidos con guía, que también realizan una excursión-visita reducida a la ciudad.

**Imagen 2.** Autobús «Experiencia Toledo» para el traslado de grupos de excursionistas desde Madrid a Toledo



*Fotografía de Escudero (2017)*

El producto de la excursión a Toledo desde la capital del Estado se vende recurrentemente en Internet donde la oferta es muy amplia. El buscador «universal» Google (2018) ofrece 656.000 resultados en 0,51 segundos a la búsqueda, que, por otro lado, aparece automáticamente cuando se van introduciendo las letras, «excursión de Madrid a Toledo». También se oferta en hoteles, en las principales estaciones de los medios de transporte y en diversos establecimientos de Madrid; por ejemplo, en quioscos de prensa (ver imagen 3). En este sentido, la excursión de Toledo se mezcla con otros destinos y atracciones turísticas urbanas madrileñas.



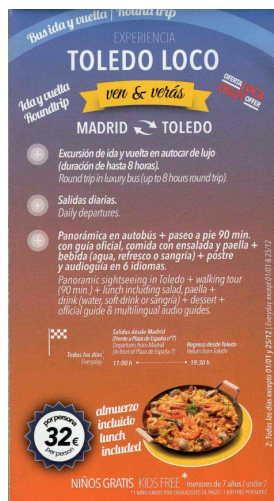
**Imagen 3.** Ofertas de excursiones a Toledo en quioscos de la Gran Vía de Madrid



Fotografías de Escudero (2017 la central y 2018 las otras dos)

Cavlek ha estudiado el papel de los turoperadores en el desarrollo del turismo y señala que sus perjuicios principales son: el comportamiento monopolístico; la homogeneización de la oferta; el declive de los valores religiosos, artísticos y culturales; la visión impuesta por la «cultura del ocio» y la introducción de lo cutre en el contenido de las vacaciones (Cavlek, 2005: 131). Todos estos menoscabos son evidentes en la excesiva oferta de viajes de un día a Toledo desde Madrid que brindan en la capital del Estado. De hecho, se llega a banalizar la excursión con iconos de la imagen turística «España», como la paella y la sangría, que poco o nada tienen que ver con el legado patrimonial toledano (ver imagen 4). Todo vale si se trata de vender un producto turístico.

**Imagen 4.** Oferta de excursión banalizada a Toledo en Madrid



Fuente: folleto promocional (2017)

Toledo se convierte para los turoperadores en una mercancía cultural según el concepto (*cultural commodification*) de Timothy (2011: 154). La demanda turística de Madrid, en concreto del turismo patrimonial, impulsa la producción y el empaque de Toledo para un consumo turístico. Toledo es ensamblado como mercancía para un consumo masivo. Con los bienes patrimoniales se pueden hacer negocios, y se hacen mediante las prácticas comercializadoras de la industria turística (Harvey, 2013: 140). De hecho, se establece un mercado turístico donde se desarrollan productos basados en el patrimonio (Light y Prentice, 1994). Se trata de una manufacturación de las herencias del pasado para el consumo en la actual «era del turismo» (Alsayyad, 2001).

Finalmente, señalar que J.A. García (2013) ha establecido una clasificación de los excursionistas que desde el destino turístico urbano principal, Madrid, llegan a Toledo y habla de 4 categorías: excursionistas breves y compradores; culturales; vagabundos e hiperactivos. De una manera más crítica, estos visitantes temporales de Toledo encajarían en el perfil de *posturista* cultural, que denuncia Timothy (2011: 108), menos interesados en visitar Toledo que visitar *Toledolandia*.

#### IV.4. IV. 4. El excursionismo como problema

Es difícil estimar cuantitativamente el impacto económico real del turismo. Sin embargo, está claro que la distinción entre ciudades de destino, donde se pernocta, y las de tránsito, donde se está solo unas horas, es muy relevante en los ingresos generados por la actividad turística (Jansen Verbeke y Lievois, 1999: 86). Se ha señalado que el gasto medio por persona y día de los visitantes de Toledo es de 70 euros; pero el de los excursionistas sería de 57 euros por día y el de los turistas de 83 euros (SITdCLM, 2009). Además, obviamente, el gasto de los excursionistas se limita a un solo día y el de los turistas se alarga más.

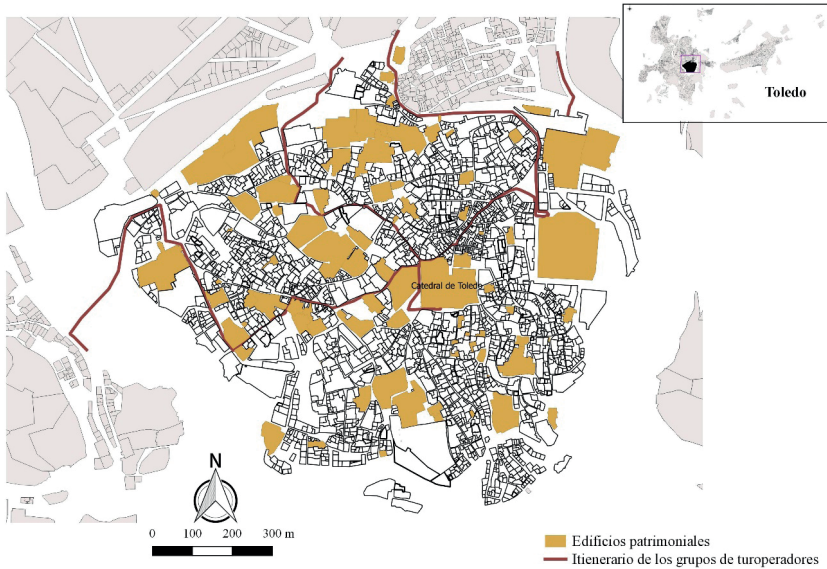
Imagen 5. Oferta de la excursión de pocas horas «Toledopass»



Fuente: folleto promocional (2017)

Por otro lado, la escueta visita de unas horas a un destino turístico cultural implica un contacto somero con el patrimonio local centrado en la visita a un número limitado de grandes hitos monumentales o la asistencia a unos cuantos eventos (Calle, 2013: 214). En la imagen 5 se recoge el producto turístico «Toledopass» ofertado en la estación de tren de Toledo. Al llegar, el visitante se encuentra con esta promoción donde se le dan «consejos útiles». En ellos, se le avisa de que la ciudad tiene más de un centenar de monumentos, que es inabarcable, por lo tanto, y que, ante este hecho, la mejor opción es comprar un paquete turístico que agrupe «los más representativos». Así, se oferta una visita de dos horas o, incluso, de una sola hora (el «pack sencillo»). Finalmente, y en letra pequeña, si por un casual el visitante «dispone de más de un día para visitar la ciudad», también ofrecen sus servicios.

En una excursión de pocas horas, la cultura se reduce necesariamente al mínimo común denominador, como sucede de manera general en el mundo urbano actual (Fishman, 2004: 44). Es un proceso de simplificación de consumo patrimonial (Troitiño y Troitiño, 2010: 101). González (2017: 749) señala que con la aceleración de las tecnologías y el desarrollo de la industria turística ha tenido lugar una creciente banalización que transforma la experiencia de viaje en un *zapping* de lugares.

**Mapa 1.** Itinerarios principales de los grupos de turoperadores en Toledo

Fuente: Calle (2017), trabajo de campo y elaboración cartográfica propia con base CNIG (2018)

Además, los excursionistas, reducida su visita a una duración corta, se mueven en determinadas direcciones y sentidos originando flujos de afluencia a algunos monumentos que tienen específicos ritmos espacio-temporales. En el mapa 1 recogemos los itinerarios principales de los grupos de excursiones de turoperadores que desde Madrid vienen a Toledo a través de una investigación previa presentada por Calle (2017) y del trabajo de campo del investigador de este artículo. Los grupos acceden al centro histórico toledano una vez que son depositados por los autobuses en los entornos tradicionales de la puerta de Bisagra y el puente de San Martín, así como en las proximidades de los dos remotes mecánicos que existen, el de Recaredo y el más reciente de Safont, inaugurado en 2014 (Escudero, 2018: 628). Sea cual sea la entrada, las excursiones acaban dirigiéndose a la catedral de Toledo, el hito turístico principal de la ciudad.

A escala local, hay caminos y senderos cortos que enlazan los sitios históricos más importantes de una ciudad. Estos tipos de itinerarios están presentes en casi todas las partes del mundo donde existen recursos patrimoniales y funcionan más para vincular los sitios individuales entre los turistas que por la importancia de la ruta en un contexto histórico (Timothy y Boyd, 2006: 9). Tiene lugar una discriminación de los recursos valorizados por el turismo que se produce en la

mayoría de los sitios del Patrimonio Mundial, donde existe un importante reduccionismo del uso turístico de sus bienes patrimoniales culturales (Kaltenborn *et al.*, 2013). Es decir, los visitantes de Toledo se focalizan en espacios de la ciudad muy concretos. Su percepción de la riqueza patrimonial de la ciudad es, por tanto, muy limitada. Un hecho que ha sido demostrado mediante trabajo de campo y un cuestionario aplicado a los turistas del centro histórico de Salamanca, los cuales, como los que recorren el casco antiguo toledano, se distribuyen por un eje limitado (Cavaillès *et al.*, 2016). Los centros históricos ven reducida así la complejidad y riqueza de su historia urbana a unas simples, reconocibles y vendibles características (Ashworth y Tunbridge, 1990: 54).

De hecho, los visitantes de las ciudades histórico-turísticas acaban invadiendo las calles principales y generando una sensación de congestión y masificación (M. García, 2000: 134). La alta concentración de visitantes afecta a la movilidad y al uso del espacio público (García *et al.*, 2017). Los viajes turísticos programados contaminan con el desplazamiento hasta el lugar de destino pudiendo, incluso, rebasar la capacidad de carga que poseen (Capel, 2017: 30). Dan lugar a graves problemas de gestión de los visitantes en las ciudades históricas pequeñas (Curtis, 1998). Esta realidad es fácilmente comprobable en las estrechas calles del centro histórico de Toledo, como se ve en la imagen 6 donde un grupo turístico discurre por la calle Comercio guiados por la persona que porta un paraguas blanco.

**Imagen 6.** Congestión turística en el centro histórico de Toledo derivada de excursiones de grupos desde Madrid



*Fotografía de Escudero (2016)*



#### IV.5. Soluciones aplicadas

Son los agentes turísticos públicos los que pueden y han intentado solucionar el problema del excesivo excursionismo en Toledo. Se ha aplicado una política turística con este fin, entendiéndola como un conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan actores gubernamentales -en ocasiones en colaboración con otros agentes- con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con el turismo (Velasco, 2016: 580). En este caso, el fin ha sido aumentar el número de pernoctaciones turísticas en el destino e incrementar el número de turistas.

Así, ante el problema del excursionismo han intentado actuar los actores públicos del turismo cultural de Toledo, pretendiendo aumentar la estancia media de los turistas en la ciudad y que los visitantes pernocten en ella. En Toledo, además de los grandes monumentos de marca que concentran la visita de los excursionistas (la Catedral, el Alcázar, la iglesia de Santo Tomé, el monasterio de San Juan de los Reyes, la puerta de Bisagra, el puente de San Martín...) hay una serie de patrimonios infrautilizados turísticamente. Se ha intentado valorizarlos e incrementar así la oferta turística cultural de la ciudad con el deseo de alargar la estancia del visitante y que el número de personas que se acaben alojando en Toledo aumente. Por ejemplo, en los destinos turísticos culturales se están poniendo en marcha iniciativas como una entrada única para los monumentos y museos de la ciudad, ya que esto animaría a los visitantes a dedicar más tiempo a este tipo de actividades (J.A. García, 2013). En Toledo se hace con la «Pulsera Turística». El arzobispado de Toledo, que posee y gestiona gran parte del patrimonio histórico y artístico de la ciudad, ha propuesto una medida innovadora para promover el turismo cultural y ampliar la oferta con el fin de extender la estancia media de los visitantes (Escudero, 2018: 625). De esta manera, y a través del proyecto denominado Toledo Monumental (<http://www.toledomonumental.com/>), ha reunido siete monumentos de la ciudad para comercializar una entrada compartida con el producto «Pulsera Turística»; la cual, sin embargo, no incluye su principal atractivo turístico, que es la Catedral y se ofrece con una entrada individual aparte.

En el presente, para el Ayuntamiento de Toledo el incrementar el número y duración de las pernoctaciones sigue siendo un objetivo principal para lograr en sus campañas de promoción. De esta forma, ha diseñado, por ejemplo, con motivo de la conmemoración de los 30 años de la designación de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad, doce nuevas rutas que pretenden prolongar la estancia en la ciudad<sup>1</sup> (Ayuntamiento de Toledo, 2018). Por el mismo aniversario, también

---

<sup>1</sup> En este enlace de Internet se puede descargar un amplio folleto promocional: <https://encuen->



puso en marcha la campaña turística #toledoenamora con el fin de mostrar que «Toledo se convierte en una ciudad diferente cuando cae la noche, en una ciudad mágica, cálida, con un paisaje diferente, en una ciudad para disfrutar» (Europa Press, 2017). Dentro de esta iniciativa, se realizó un concurso fotográfico en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram través de la etiqueta #toledoenamoradoche. El ver la ciudad por la noche implica, lógicamente, una mayor posibilidad de que el visitante se quede y pernocte. Ese es el fin principal. Otro ejemplo similar es la organización de «Las Noches Toledanas», nuevamente a través de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Toledo, con más de 70 propuestas culturales y artísticas que se desarrollan en el centro histórico durante la noche (Moreno, 2017). En estas campañas de promoción turística es habitual la participación de las asociaciones privadas del sector, como la Asociación Provincial de Hostelería y Turismo de Toledo o la Cámara de Comercio. Simultáneamente, desde la esfera privada se viene aumentando la oferta y la calidad hotelera disponible en la ciudad.

Como logro final, Toledo ha registrado un aumento de las pernoctaciones que en 2000 eran 568.398 y en 2017, 917.180 (INE, 2018) (ver cuadro 1). No obstante, los resultados siguen siendo insuficientes y el número de excursionistas por turista es de tres a uno, con una estimación realista. Mínguez (2012: 77) ha calificado a Toledo como un destino patrimonial no competitivo con una capacidad limitada de adaptación y poca visión hacia el futuro. Troitiño y Troitiño (2009: 239) también indican que la pervivencia de la imagen de Toledo como destino cultural clásico, la que da lugar a la llegada masiva de excursionistas desde Madrid, es una de sus principales debilidades para el desarrollo futuro de este sector en la ciudad.

Como principal déficit a las soluciones aplicadas consideramos la falta de implicación de los agentes turísticos privados no locales, tanto los madrileños como los «globales». Los operadores turísticos siguen multiplicando su oferta de viajes de un día a Toledo desde Madrid. Otras cuestiones son difícilmente solucionables, como la cercanía del área urbana de Madrid, la más poblada de España y gran destino turístico urbano doméstico e internacional, o como la disponibilidad de un medio de transporte tan cómodo, rápido y disponible como es el tren de alta velocidad que une a la capital del Estado con la próxima Toledo.

---

[tro.fundacionttm.org/wp-content/uploads/2018/03/ENC\\_18\\_LA\\_VUELTA\\_TOLEDO.pdf](http://tro.fundacionttm.org/wp-content/uploads/2018/03/ENC_18_LA_VUELTA_TOLEDO.pdf), consultado el 27/10/2018.

#### IV.6. Un escenario de futuro

A medida que aumenta la competencia entre las ciudades y regiones vecinas por el turismo, los gobiernos locales en muchos países están formando empresas de cooperación (Richards, 2005c: 69). Toledo debe realizar acuerdos con los agentes turísticos madrileños, tanto públicos como principalmente con los turoperadores, si realmente pretende reducir el excursionismo organizado de Madrid a Toledo. En el caso del excursionismo cultural procedente de grandes destinos de turismo urbano la cooperación intersectorial es particularmente importante. La colaboración o asociación entre los sectores privado y público, así como entre destinos, es crucial para promover el turismo patrimonial (Timothy y Boyd, 2006: 10). Por ejemplo, los turoperadores podrían ofertar paquetes turísticos que incluyesen la pernoctación en Toledo del mismo modo que ofrecen su producto principal, la excursión en autobús por unas horas. De por sí, los turoperadores suelen presentar una escasa capacidad de adaptación y de flexibilidad dado que sus paquetes turísticos se prestan poco a las modificaciones (Martos, 2016: 186). Por esta razón, la iniciativa ha de ser tomada por los actores públicos del turismo cultural en Toledo, tratando de llegar a encuentros con los turoperadores que ofertan excursiones en Madrid. Al mismo tiempo, son los responsables políticos del turismo en la ciudad los que pueden reglamentar y gestionar el número de excursiones y grupos que llegan a la ciudad con medidas más o menos impositivas y restrictivas.

La medida clásica aplicada, aumentar la oferta patrimonial cultural turística para alargar la visita y obligar a la pernoctación, todavía tiene un amplio margen de aplicación. Por ejemplo, la adaptación de los paisajes culturales de Toledo como producto turístico en sí mismo sigue siendo defectuosa. De un modo bien estructurado y diferenciado de otras posibilidades de visita en Toledo, los paisajes culturales podrían jugar un papel importante en el aumento del tiempo de estancia (Zárate, 2016a: 58).

En cualquier caso, se trata de un problema de difícil solución. En comparación con monumentos y museos, la gestión de visitantes en ciudades históricas es mucho más difícil porque la libertad de movimiento se establece en la constitución de cada país democrático (Munsters, 2005: 90). De hecho, el cierre del centro histórico es indeseable, aunque físicamente posible. Sería un precio excesivo que pagar por unos residentes y trabajadores en el casco antiguo que ya sufren hoy los problemas derivados por la congestión y masificación turística.

Además, si bien no son estrictamente turistas por definición oficial porque no pasan una noche fuera de casa, los excursionistas son una parte extremadamente

importante de la demanda del patrimonio, y sus actividades son, de hecho, un elemento destacado del fenómeno turístico más amplio (Timothy, 2011: 32). Una reflexión final: ¿desde el punto de vista de la sostenibilidad hasta qué punto interesa aumentar más el número de turistas? Toledo es una ciudad con menos de 90.000 habitantes que ya recibe unos 620.000 turistas registrados en alojamientos hoteleros anuales.

## V. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Se concluye este artículo afirmando que es la sobreoferta de los turoperadores que actúan en Madrid la causa principal del sobreflujo de excursiones de Madrid a Toledo. La cercanía a Madrid y la atracción de Toledo como un lugar patrimonial son hechos estructurales no atajables. El excursionismo Madrid-Toledo siempre existirá mientras haya un interés en nuestra sociedad hacia la cultura, el ocio y el turismo. Sin embargo, la oferta de viajes de un día puede ser regulada.

Las medidas que se han realizado para aumentar el número de pernoctaciones y la oferta turística no han sido suficientes para solucionar el problema del excursionismo y sus consecuencias derivadas. Desde hace años se actúa en la ciudad toledana intentando aumentar la estancia de sus visitantes con productos turísticos culturales más elaborados que obliguen la pernoctación. El problema es que no se ha llegado a acuerdos con los turoperadores y agentes turísticos de Madrid. Mientras haya una oferta excesiva de hacer excursiones a Toledo difícilmente se reducirá el número de visitantes que elijan esta opción. Los costes del turismo cultural caen sobre las ciudades y los beneficios son de los operadores turísticos. Es algo a evitar.

Finalmente, se plantea para el futuro un marco de planificación que incida más en la sostenibilidad y menos en el incremento del número de turistas y en la renta que generan. Se ha de destacar la necesidad de preservar la esencia urbana. El excursionismo convierte a ciudades vividas en ciudades visitadas donde las personas llegan, están unas horas, se divierten y se van. Es preferible ciudades con turismo a ciudades turísticas (ver imagen 7). Es indispensable situar el turismo en su justo término, tanto en sus aportaciones positivas como en las negativas. Cuanto mayor sea la presión turística, mayor debe ser el esfuerzo por mantener la vida normal ciudadana.

**Imagen 7.** Caricatura sobre la excesiva turistificación de las ciudades



Fuente: El Roto (Diario El País, 2017)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsayyad, N. (Ed.) (2001): *Consuming tradition, manufacturing heritage. Global norms and urban forms in the age of tourism*. Londres, Routledge.
- Ashworth, G. J. y Page, S. J. (2011): «Urban Tourism research: recent progress and current paradoxes». *Tourism Management*, vol. 32 (1), 1-15. <DOI: 0.1016/j.tourman.2010.02.002>.
- Ashworth, G. J. y Tunbridge, J. E. (1990): *The tourist-historic city*. Londres, Belhaven Press.
- Ayuntamiento de Toledo (2018): *Vuelta a Toledo en 12 rutas*. En línea: <http://toledo30a-niversario.com/rutas-por-toledo>, consultado el 13/10/2018.
- Bachiller, C. (2017): «Entrevista a Juan Ignacio de Mesa», *eldiario.es*, 2 de julio. En línea: [http://www.eldiario.es/clm/Toledo-puede-dejar-mal-urbanismo\\_0\\_660034823.html](http://www.eldiario.es/clm/Toledo-puede-dejar-mal-urbanismo_0_660034823.html), consultado el 13/10/2018.
- Boniface, P. y Fowler, P. J. (1993): *Heritage tourism in 'the global village'*. Londres, Routledge.
- Calle Vaquero, M. de la (2013): «Turismo cultural y destinos turísticos» en *Turismo cultural* (Pulido, J. I., Coord.). Madrid, Síntesis, 203-234.

- Calle Vaquero, M. de la (2017): «Dinámicas turísticas en centros históricos». Conferencia en el coloquio *Ciudades Históricas y Patrimonio en la Encrucijada del siglo XXI*, 16/11, Toledo
- Calle Vaquero, M. de la y García Hernández, M. (1998): «Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico». *Ería*, nº 47, pp. 249-266.
- Calle Vaquero, M. de la y García Hernández, M. (2016): «Políticas locales de turismo en ciudades históricas españolas. Génesis, evolución y situación actual». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14 (3), 691-704. <DOI: 10.25145/j.pasos.2016.14.045>.
- Capel, H. (2017): «Necesitamos geógrafos comprometidos», *Sociedad Geográfica Española*, nº 58, 18-31.
- Cavallès, C.; Laurent, M.; Maurin, S. y Sánchez Hernández, J. L. (2016): «Los turistas en el centro histórico de Salamanca: tránsito, percepción y (des)conocimiento». *Cuadernos de Turismo*, nº 37, 37-67. <DOI: 10.6018/turismo.37.256131>.
- Cavlek, N. (2005): «El papel de los tour operadores en el desarrollo del turismo internacional, una evaluación». *Revista Política y Sociedad*, vol. 42 (1), 143-148.
- Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG) (2018): *Centro de descargas*. En línea: <http://centrodedescargas.cnig.es/CentroDescargas/index.jsp>, consultado el 10/2/2018.
- Chang, T.C.; Milne, S.; Fallon, D. y Pohlmann, C. (1996): «Urban heritage tourism: The global-local nexus». *Annals of Tourism Research*, vol. 23 (2), 284-305. <DOI: 10.1016/0160-7383(95)00064-x>.
- Comisión Europea (2016): *Preferences of Europeans towards tourism*. En línea: [https://data.europa.eu/euodp/es/data/dataset/S2065\\_432\\_ENG](https://data.europa.eu/euodp/es/data/dataset/S2065_432_ENG), consultado el 23/5/2017.
- Clark, T. N. (2011): *The city as an entertainment machine*. Langham, Lexington Books.
- Cordente Rodríguez, M.; Esteban Talaya, A.; Mondéjas Jiménez, J.A. y Andrés Martínez, M. E. (2011): «Medición de motivaciones del turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad». *Revista de Análisis Turístico*, nº 12, 80-85.
- Curtis, S. (1998): «Visitor management in small historic cities». *Travel and Tourism Analyst*, vol. 3, 75-89.
- Díaz Parra, I. (2016): «Sevilla 1929-1992. La producción de una mercancía» en *Cartografía de la ciudad capitalista. Transformación urbana y conflicto social en el Estado español* (Rodríguez, J.; Salguero, O., Coords.). Madrid, Traficantes de Sueños, 195-218.
- Díaz Sánchez, E.; Esteban Talaya, A.; Martín-Consuegra Navarro, D. y Molina Collado, A. (2007): «Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural». *Revista de Análisis Turístico*, nº 4, 36-48.
- Eisinger, P. (2000): «The politics of bread and circuses. Building the city for the visitor class». *Urban Affairs Review*, vol. 35 (3), 316-333. <DOI: 10.1177/10780870022184426>.
- Escudero Gómez, L.A. (2018): «Realities and problems of a major cultural tourist destination in Spain, Toledo». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 16 (3), 617-636. <DOI: 10.25145/j.pasos.2018.16.045>.
- Europa Press (2017): «La magia de la noche toledana se promociona en redes sociales con #toledoenamorado noche», 11/4. En línea: [http://www.europapress.es/castilla-la-](http://www.europapress.es/castilla-la)

- [mancha/noticia-magia-noche-toledana-promociona-redes-sociales-traves-concurso-fotografia-toledoamoradenoche-20170411151007.html](http://mancha/noticia-magia-noche-toledana-promociona-redes-sociales-traves-concurso-fotografia-toledoamoradenoche-20170411151007.html), consultado el 23/5/2017.
- Fessler Vaz, L. y Berenstein Jacques, P. (2006): «Contemporary urban spectacularisation» *Culture, Urbanism and Planning* (Monclús, J.; Guàrdia, M., Eds.). Routledge, eBook.
- Fishman, R. (2004): «Más allá del suburbio: el nacimiento del tecnoburbio» en *Lo urbano en 20 autores contemporáneos* (Martín, A., Ed.). Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya, 35-47.
- Ford, R. (1845): *Manual para viajeros por España y lectores en casa*. Madrid, Turner, edición de 2008.
- García Álvarez, J. (2007): «Paisajes nacionales, turismo y políticas de memoria: Toledo (1900-1950)». *Eria*, nº 73-74, 193-212. <DOI: 10.17811/er.0.2007.193-212>.
- Freestone, R. y GIBSON, C. (2006): «The cultural dimension of urban planning strategies: An historical perspective» en *Culture, Urbanism and Planning* (Monclús, J.; Guàrdia, M., Eds.). Routledge, eBook.
- García Hernández, M. (2000): «Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes». *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, vol. 20, 131-148.
- García Hernández, M.; Calle Vaquero, M. de la y Yubero, C. (2017): «Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure». *Sustainability*, vol. 9 (8), 1346. <DOI: 10.3390/su9081346>.
- García Martín, J. A. (2013): «Market segmentation based on time use: an empirical analysis in the historic city of Toledo, Spain». *Current Issues in Tourism*, vol. 19 (2), 155-173. <DOI: 10.1080/13683500.2013.842205>.
- González Bracco, M. (2017): «Guías, imágenes y souvenirs: reflexiones sobre los artefactos mediadores de la práctica turística». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 15 (3), 741-750. <DOI: 10.25145/j.pasos.2017.15.049>.
- Google (2018). *Búsqueda «excursión de Madrid a Toledo»*. En línea: <https://www.google.es/search?q=excursi%C3%B3n+de+madrid+a+toledo&oq=excursi%C3%B3n+de+madri&aqs=chrome..69j57j0l5.9517j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>, consultado el 1/5/2018.
- Haley, A.J.; Snaith, T. y Miller, G. (2005): «The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK». *Annals of Tourism Research*, vol. 32 (3), 647-668. <<DOI: 10.1016/j.annals.2004.10.009>.
- Harvey, D. (2013): *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid, Ediciones Akal.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2018). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2017*. En línea: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=238&dh=1>, consultado el 13/10/2018.
- Jansen-Verbeke, M. (1998): «Tourismification of historical cities». *Annals of Tourism Research*, vol. 25 (3), 739-742. <DOI: 10.1016/s0160-7383(98)00015-2>.
- Jansen-Verbeke, M. y Lievois, E. (1999): «Analysing heritage resources for urban tourism in European cities» en *Contemporary Issues in Tourism Development* (Pearce, D. G. y Butler, R. W., Eds.). Nueva York, Routledge, 81-107.



- Judd, D. R. y Fainstein, S. S. (1999): *The touristic city*. New Haven, Yale University Press.
- Kaltenborn, B.; Thomassen, J.; Wold, L.; Linnell, J. y Skar, B. (2013): «World Heritage status as a foundation for building local futures? A case study from Vega in Central Norway». *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 21 (1), 99-116. <DOI: 10.1080/09669582.2012.680465>.
- La Tribuna de Toledo* (2017): «Los turistas se dejan cada año en la ciudad 126,09 millones», 21 de octubre, p. 4.
- Law, C. M. (1993): *Urban Tourism: attracting visitors to large cities*. Londres, Mansell.
- Light, D. y Prentice, R. (1994): «Market based product development in heritage tourism». *Tourism Management*, vol. 15 (1), 27-36. <DOI: 10.1016/0261-5177(94)90024-8>.
- López Sánchez, Y. y Pulido Fernández, J. I. (2013): «Productos del turismo cultural» en *Turismo cultural* (Pulido, J. I., Coord.). Madrid, Síntesis, 171-202.
- Martos Molina, M. (2016): *Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural*. Gijón, Ediciones Trea.
- Mínguez, Carmen (2012): «The management of cultural resources in the creation of Spanish tourist destinations». *European Journal of Geography*, vol. 3 (1), 68-82.
- Moreno, M. (2017): ««Las Noches Toledanas»: más de 24 horas de diversión», *Diario ABC*, 20/4. En línea: [http://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/toledo/ciudad/abci-noches-toledanas-mas-24-horas-diversion-201704202107\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/toledo/ciudad/abci-noches-toledanas-mas-24-horas-diversion-201704202107_noticia.html), consultado el 4/7/2017.
- Munsters, W. (2005): «Cultural Tourism in Belgium» en *Cultural Tourism in Europe* (Richards, G., Ed.). Association for Tourism and Leisure Education, 80-92. En línea: [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF), consultado el 13/10/2018.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009): *The impact of culture on tourism*. París, OECD Publications.
- Page, S. J. (1995): *Urban tourism*. Londres, Routledge.
- Prentice, R. C. (1993): *Tourism and Heritage Attractions*. Londres, Routledge.
- Richards, G. (Ed.) (1996): *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford, UC CAB International.
- Richards, G. (2005a): «Culture and Tourism in Europe» en *Cultural Tourism in Europe* (Richards, G., Ed.). Association for Tourism and Leisure Education, 8-20. En línea: [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF), consultado el 19/10/2018.
- Richards, G. (2005b): «European Cultural Tourism : trends and prospects» en *Cultural Tourism in Europe* (Richards, G., Ed.). Association for Tourism and Leisure Education, 225-241. En línea: [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF), consultado el 19/10/2018.
- Richards, G. (2005c): «The policy context of Cultural Tourism» en *Cultural Tourism in Europe* (Richards, G., Ed.). Association for Tourism and Leisure Education, 67-79. En línea: [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF), consultado el 13/10/2018.

- Richards, G. (2005d): «The scope and significance of cultural tourism» en *Cultural Tourism in Europe* (Richards, G., Ed.). Association for Tourism and Leisure Education, 21-38. En línea: [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF), consultado el 20/10/2018.
- Selby, M. (2004): *Understanding urban tourism: image, culture and experience*. Londres, I.B. Tauris.
- Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM) (2009): *Imagen y marca turística de Castilla-La Mancha*. En línea: <http://www.turismocastillalamancha.com/investigacion/>, consultado el 30/5/2010.
- Thorburn, A. (1986): «Marketing cultural heritage: does it work within Europe?». *Travel and Tourism Analyst*, December, 39-48.
- Timothy, D. J. (2011): *Cultural heritage and tourism: an introduction*. Bristol, Channel View Publications.
- Timothy, D. J. y Boyd, S. W. (2006): «Heritage Tourism in the 21st Century: valued traditions and new perspectives». *Journal of Heritage Tourism*, vol. 1 (1), 1-16. <DOI: 10.1080/17438730608668462>.
- Troitiño Torralba, L. (2005): «La oferta patrimonial y cultural de la ciudad de Toledo y su funcionalidad turística» en *VIII Fórum Internacional sobre las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing. Academia y Profesión* (Ortega, E. et al., Eds.). Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp. 415-434.
- Troitiño Vinuesa, M. A. (1997): «Turismo cultural. La ciudad de Toledo» en *La actividad turística española en 1996*. Madrid, AECIT, pp. 507-513.
- Troitiño Vinuesa, M. A.; Brandis, D.; Río, I. del; Calle, M. de la; Gutiérrez, J.; Lobo, P. y Martín, F. (1998): «Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo». *Ería*, nº 47, 299-325.
- Troitiño Vinuesa, M. A. y Troitiño Torralba, L. (2009): «Toledo: características y problemáticas de un destino patrimonial» en *Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Patrimonio, turismo y recuperación urbana* (Troitiño, M. A., Ed.). Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, 216-251.
- Troitiño Vinuesa, M. A. y Troitiño Torralba, L. (2010): «Patrimonio y turismo: una complementariedad necesaria en un contexto de uso responsable del patrimonio y cualificación de la visita». *Revista Patrimonio Cultural de España*, nº 3, 89-108.
- Van der Borg, J.; Costa, P. y Gotti, G. (1996): «Tourism in European Heritage Cities». *Annals of Tourism Research*, vol. 23 (2), 306-321. <DOI: 10.1016/0160-7383(95)00065-8>.
- Vázquez Varela, C. y Martínez Navarro, J. M. (2016): «High-speed railway and tourism: Is there an impact on intermediate cities? Evidence from two case studies in Castilla-La Mancha (Spain)». *Journal of Urban and Regional Analysis*, vol. 8 (2), 133-158.
- Velasco González, M. (2016): «Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14 (3), 577-594. <DOI: 10.25145/j.pasos.2016.14.038>.
- Zárate Martín, M. A. (2008): «Estrategias de dinamización turística en una ciudad Patrimonio de la Humanidad, Toledo» en *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nue-*

*vas soluciones?* (Troitiño, M. A. *et al.*, Coords.). Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, 355-368.

Zárate Martín, M. A. (2016a): «Los paisajes de Toledo, bajo las dinámicas urbanas y las oportunidades para el desarrollo local» en *Paisajes culturales a través de casos en España y América* (Zárate, M. A., Dir.). Madrid, UNED, pp. 23-76.

Zárate Martín, M. A. (2016b): «Paisajes culturales urbanos, oportunidad para la conservación del patrimonio y el turismo sostenible». *Estudios Geográficos*, vol. 77 (281), 693-728. <DOI: 10.3989/estgeogr.201624>.

Zeppel, H. y Hall, C. M. (1991): «Selling art and history. Cultural heritage and tourism». *Journal of Tourism Studies*, vol. 2 (1), 29-45.

Zukin, S. (1991): *Landscapes of power: From Detroit to Disney World*. Berkeley, University of California Press.