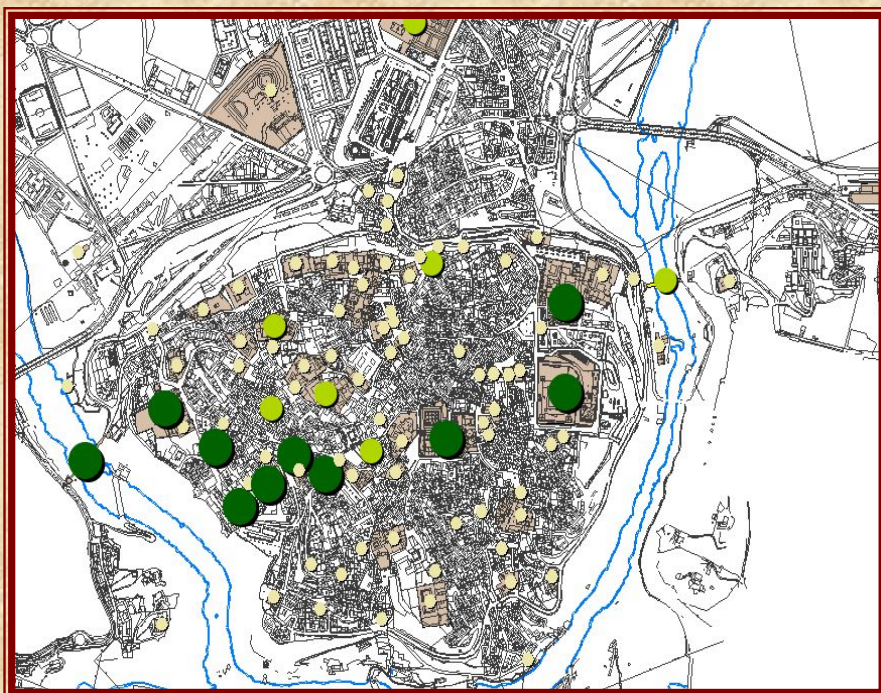


# ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS PERSPECTIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE TOLEDO



**Grupo de Investigación "Turismo y Ciudades  
Históricas" UCM**

**Director: Miguel Ángel Troitiño Vinuesa  
Manuel de la Calle Vaquero  
María García Hernández  
Libertad Troitiño Torralba**

**Colaboradora:  
María del Carmen Sánchez Jurado**



SECRETARÍA DE  
ESTADO  
DE COMERCIO Y  
TURISMO





# ÍNDICE

## PRESENTACIÓN

### 0. PLANTEAMIENTO, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.

0.1.- Introducción general.....	0-1
0.2.- Marco teórico de referencia.....	0-4
0.3.- Objetivos del Estudio.....	0-7

## BLOQUE I: ANÁLISIS DEL MODELO TURÍSTICO DE TOLEDO

### I. RECURSOS Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD.

<b>I.1.- Un potente y diversificado patrimonio cultural .....</b>	<b>I-2</b>
I.1.1. Oferta museística de la ciudad	
I.1.2 . Limitada funcionalidad turística de los principales monumentos y contenedores culturales de la ciudad	
I.1.3 . Principales festividades: importante complemento de la oferta turístico cultural de la ciudad	
I.1.4. Eventos culturales.	
<b>I.2. Infraestructura de acogida: Planta Hotelera .....</b>	<b>I-20</b>
I.2.1. Distribución por categorías y espacios de los establecimientos hoteleros	
I.2.2. Una planta hotelera donde predominan los establecimientos de pequeño tamaño.	
I.2.3. Una ocupación hotelera baja, marcada por las estancia de fin de semana.	
I.2.4. Caracterización de la planta hotelera	
<b>I.3. El sector de la restauración: un fuerte incremento favorecido por el excursionismo.....</b>	<b>I-40</b>
I.3.1. Caracterización del sector de la restauración	
<b>I.4. Actividad comercial.....</b>	<b>I-48</b>
I.4.1. Artesanía y otros recuerdos.	
I.4.2. Otros establecimientos comerciales.	
I.4.3. Proyecto <i>"Turismo de Compras y Ocio en Toledo"</i> .	
<b>I.5. Otros productos de receptivo local.....</b>	<b>I-54</b>
I.5.1. Visitas guiadas a la ciudad.	
I.5.2. Cursos de español para extranjeros.	
I.5.3. Congresos, convenciones y otros tipos de reuniones.	

## **II. DEMANDA TURÍSTICA: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES Y CARACTERIZACIÓN BÁSICA DE LOS FLUJOS DE VISITANTES.**

- II.1. Volumen y evolución reciente de los flujos de visitantes.....II-2**
- II.2. Distribución temporal de la afluencia de visitantes.....II-8**
- II.3. Composición de los flujos turísticos (tipos básicos de visitantes).....II-18**
  - II.3.1. Turistas vs excursionistas.
  - II.3.2. Visitantes individuales vs visitantes en grupo.
- II.4. Procedencia de los visitantes. Principales mercados emisores de flujos turísticos a la ciudad de Toledo.....II-28**
- II.5. Perfil de los visitantes.....II-39**

## **III. LA CONFIGURACIÓN DE LA CIUDAD HISTÓRICO TURÍSTICA: USO TURÍSTICO E IMPACTOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD.**

- III.1. Movilidad y uso turístico del espacio urbano.....III-2**
  - III.1.1. Uso de los recursos turístico-culturales y modelo básico de visita patrimonial.
  - III.1.2. Accesibilidad y movilidad turística en el casco histórico.
    - III.1.2.1. Modos de acceso.
    - III.1.2.2. Aparcamiento.
    - III.1.2.3. Movilidad turística en el casco histórico.
- III.2. La configuración de la ciudad histórico-turística.....III-16**
- III.3. Impactos de la actividad turística sobre el casco histórico.....III-17**
  - III.3.1. Capacidad de acogida física: turismo y congestión del tráfico.
  - III.3.2. Impactos económicos y funcionales: cambio funcional y proceso de turistización.

## **IV. COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE “TOLEDO” COMO DESTINO TURÍSTICO.**

- IV.1. Comunicación y promoción turística de la ciudad de Toledo.....IV-2**
  - IV.1.1. La imagen turística de Toledo: génesis y percepción.
  - IV.1.2. Los agentes emisores de comunicación turística: estrategias de comunicación y canales utilizados.
- IV.2. La comercialización de Toledo como “producto turístico”.....IV-8**
  - IV.2.1. Los agentes de comercialización turística
  - IV.2.2. La oferta comercial de viajes organizados.
    - IV.2.2.1. Las excursiones radiales desde Madrid
    - IV.2.2.2. Toledo en los circuitos culturales ofertados por los touroperadores.



## **V. POLÍTICAS, ESTRATEGIAS E INFRAESTRUCTURAS DE GESTION.**

### **V.1. Políticas urbanísticas y de recuperación urbana.....V-1**

- V.1.1. El Plan Especial del Centro Histórico y la preparación de la ciudad turística
- V.1.2. El programa de Renovación de Centro Histórico (1998-2002)
- V.1.3. Real Patronato de la ciudad de Toledo y Consorcio de Toledo
- V.1.4. Revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Toledo (2004)

### **V.2. Políticas turísticas e infraestructuras de gestión turística.....V-11**

- V.2.1. El Plan de Excelencia Turística
- V.2.2. El Plan de Calidad Turística de Toledo
- V.2.3. El Patronato Municipal de Turismo
- V.2.4. Toledo Convention Bureau
- V.2.5. El servicio de Turismo de la Cámara de Comercio e Industria
- V.2.6. La Asociación de Guías de Turismo

### **V.3. Grandes proyectos de equipamientos e infraestructuras turísticas.....V-26**

- V.3.1. Centro cultural San Marcos/ Centro de Interpretación de Toledo
- V.3.2. El palacio de congresos
- V.3.3. Centro de exposiciones de Safont
- V.3.4. Centro de recepción de visitantes. "Toletum"

## **BLOQUE II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DE TOLEDO**

### **VI. DIAGNÓSTICO: UN DESTINO CULTURAL POTENTE ANTE EL RETO DE CUALIFICAR Y MODERNIZAR SU MODELO TURÍSTICO.**

VI.0. Introducción.....	VI-1
VI.1. Fortalezas turísticas.....	VI-2
VI.2. Algunas debilidades.....	VI-7
VI.3. Perspectivas del sector turístico.....	VI-12
VI.4. Demandas y necesidades urbanísticas.....	VI-18
VI.5. Demandas y necesidades culturales .....	VI-21
VI.6. Demandas y necesidades turísticas.....	VI-22

## **VII. BIBLIOGRAFÍA**

### **VIII.- ANEXOS:**

**I. Inventario de los Monumentos declarados BIC y principales Museos de la ciudad.**

**II. Inventario de establecimientos vinculados al sector hotelero**

**III. Inventario de establecimientos vinculados al sector de la restauración en el centro histórico de Toledo**

**IV. Inventario de establecimientos dedicados al comercio turístico en el centro histórico de Toledo**

## **0.-PLANTEAMIENTO, OBJETIVOS Y METODOLOGIA.**

### **0.1. Introducción general.**

A comienzos del siglo XXI las ciudades históricas españolas, en especial las Ciudades Patrimonio de la Humanidad como **Toledo**, reciben una importante afluencia de visitantes, tanto turistas como excursionistas, debido a su concentración de referentes patrimoniales. Toledo, declarado "conjunto monumental" en 1940 e incluido en la Lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1986, reúne toda una serie de circunstancias positivas para convertirse en "**hito de referencia**" entre los destinos de turismo cultural, tanto a escala española como internacional, cuenta con un patrimonio cultural de primera fila, ya recibe un elevado número de visitantes y se encuentra en una situación geográfica privilegiada por su proximidad a la región urbana madrileña.

El modelo turístico de Toledo, un modelo maduro con debilidades en sus infraestructuras de gestión, viene manifestando, por un lado, a pesar de los esfuerzos

realizados en los últimos años, síntomas de cierto agotamiento y, por otro, dificultades para lograr una plena y equilibrada integración del turismo en la realidad económica, social y urbanística de la ciudad. Parece necesario introducir algunos cambios de rumbo y, ciertamente, el contexto parece favorable tanto en términos urbanísticos, al estar en marcha la Revisión del Plan General de Ordenación Urbana, como turísticos, en el marco de los trabajos del Plan de Excelencia Turística.

Toledo, quizás con más necesidad que otras ciudades históricas, se enfrenta al reto de **construir la ciudad del siglo XXI** y en esa ciudad no hay duda que el patrimonio y la oferta cultural, así como las actividades turísticas y de ocio, pueden y deben tener un importante protagonismo. Existe una opinión bastante generalizada entre los agentes urbanos más directamente implicados, ya sean del sector turístico, del patrimonial o del urbanístico, sobre la necesidad de afrontar la cuestión con realismo y trabajar para que el turismo se integre, más allá de visiones sectoriales, en la vida de una ciudad que durante las dos últimas décadas ha realizado un importante esfuerzo, que continúa en la actualidad, en la recuperación y puesta en valor de su patrimonio arquitectónico, urbanístico y medioambiental. **El reto de futuro está**, por tanto, en **diseñar una estrategia de actuación que contribuya a consolidar un destino de turismo cultural potente y competitivo**. De forma paralela, resulta de sumo interés considerar el posicionamiento de Toledo en el competitivo mercado de los destinos patrimoniales españoles y europeos, no en vano Toledo comparte perfil turístico con ciudades como Salamanca, Santiago, Segovia, Évora, Brujas, Carcassonne, Estrasburgo, Florencia o Amsterdam.

Los documentos y cartas internacionales (UNESCO, ICOMOS, Unión Europea, O.M.T. Asociación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Agendas 21, Consejo de Europa, etc) apuestan por modelos de desarrollo turísticos sostenibles, integrados en la economía y sociedad local, así como respetuosos con el patrimonio cultural y medioambiental.

Por otra parte, los estudios de prospectiva, así como los relacionados con los cambios en los comportamientos de la demanda, más allá de crisis puntuales que puedan afectar a determinados mercados emisores, tal como ha ocurrido con el norteamericano tras los atentados del 11 de septiembre de 2001, apuntan hacia un reforzamiento del turismo de ciudad y de circuitos culturales, dentro de los cuales Toledo tiene un importante protagonismo, por su proximidad al mercado emisor madrileño, por ser capital autonómica y por ser una de las ciudades pioneras en el turismo cultural español. En este sentido, señalar que en la encuesta realizada con motivo de la muestra promocional del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la

Humanidad en Barcelona, entre el 19 y 21 de septiembre de 2003, **Toledo aparece en primer lugar del ranking de visita**, dentro del mercado catalán, de las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad (Boletín del Observatorio Turístico de Ávila, 3/2003).

La llegada cada año de unos cientos de miles de turistas y excursionistas constituye una importante oportunidad de desarrollo local, tanto en términos socioeconómicos como en relación a la recuperación física de determinados espacios urbanos. Ello requiere dotarse de infraestructuras y equipamientos adecuados para así evitar que el turismo, especialmente si los flujos de visitantes no se gestionan adecuadamente, se convierta en vector de deterioro urbano y de conflictividad social. A estos efectos, **resulta fundamental realizar una lectura transversal sintética del turismo toledano** que, sin descuidar las necesidades específicas del sector, contemple las principales problemáticas de su inserción urbanística y funcional.

Hay todo un conjunto de circunstancias, tanto internas como externas, que aconsejan a plantear la **cuestión turística** desde una **perspectiva transversal multicriterio** que ayude tanto a evidenciar las interdependencias como a buscar soluciones a los problemas planteados. Toledo está conociendo importantes transformaciones urbanísticas y funcionales y, a corto plazo, se avecinan cambios importantes relacionados con la accesibilidad y movilidad (autopista de peaje, AVE, nuevos remotes mecánicos, etc.), así como con infraestructuras y equipamientos (palacio de congreso, centro de recepción de visitantes, centro de interpretación urbana, etc) que, sin duda, introducirán cambios en las tipologías de turismo.

En el marco de las políticas turísticas, tanto a nivel estatal como autonómico, el contexto para el relanzamiento y recualificación del destino turístico Toledo es también favorable. El Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006) ha apostado en esa dirección, tal como evidencia el Plan de Excelencia Turística de Toledo (2000/2004), línea de actuación que se ha visto reforzada con el Plan de Impulso del Turismo Cultural e Idiomático (2002), ámbitos en los que Toledo puede mejorar su posición. A nivel de la ciudad se vienen ensayando nuevos modelos de gestión patrimonial/urbanística (Consortio de Toledo) y Turística ( Plan de Excelencia Turística, Plan de Calidad en Destino, Toledo Convention Bureau, etc.), siendo oportuno valorar los resultados obtenidos y ver si los rumbos elegidos han sido o no los correctos.

## 0.2. Marco teórico de referencia.

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, una de las creaciones más brillantes de la cultura universal, encierran un rico y diversificado patrimonio cuya lectura, conservación y utilización turística requiere de una visión innovadora, dinámica e integradora, que afronte los desafíos culturales, económicos, medioambientales y funcionales que el uso responsable del patrimonio cultural y la presión del turismo plantean.

El Manifiesto de Santiago de Compostela (O.C.P.M. 1999) apunta en esta dirección y apuesta por la cooperación en la conservación activa y gestión sostenible de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, reclamando tanto un mayor compromiso social con la conservación como una implicación más explícita del sector turístico. Se hace necesario un importante esfuerzo que ayude a superar los desencuentros o las disfuncionalidades entre los modelos de gestión del patrimonio cultural, la gestión urbanística y la gestión turística.

Las expectativas que el turismo y la cultura despiertan son muchas, sin embargo hay que ser conscientes, por un lado, que no toda la ciudad histórica es ciudad turística y, por otro, que la dinamización a partir del turismo y de los equipamientos o infraestructuras culturales también tiene límites importantes. El éxito de un destino

turístico cultural depende tanto de la capacidad para coordinar políticas sectoriales con implicación urbana como de la formulación explícita de políticas turísticas. También es imprescindible interpretar el turismo en el marco de la dinámica actual de las ciudades y de sus centros históricos, así como del papel que estos espacios desempeñan en el marco de las estructuras territoriales del siglo XXI.

El *Grupo de Investigación "Turismo y Ciudades Históricas"* del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid, tras una década de investigaciones, estudios y proyectos, a la hora de afrontar el estudio turístico de Toledo tiene como referencias y puntos de partida básicos los siguientes:

**1º. El desarrollo turístico sostenible como oportunidad.** El desarrollo turístico sostenible ofrece caminos para conciliar la conservación patrimonial con las nuevas perspectivas económicas y sociales que abre el turismo. Las ciudades históricas tienen que lograr la plena integración del turismo en la economía, en la sociedad y en el urbanismo, en el marco de modelos que permitan conciliar la conservación y la recuperación funcional.



**2º. La ciudad histórica como patrimonio cultural y recurso turístico.** La lectura del patrimonio cultural como fuente de riqueza abre nuevas vías de acción, basadas en el buen uso como garantía para su conservación. El patrimonio cultural, lejos de bloquear el desarrollo económico y social de las ciudades, tiene que convertirse en un poderoso aliado y de ahí que abra nuevas perspectivas económicas y sociales, especialmente en el sector turístico. La revalorización de las ciudades históricas, en cuanto memoria colectiva de nuestra sociedad, les ha convertido en potentes focos de atracción turística y cultural, oportunidad que hay que saber aprovechar de forma razonable.

**3º. Naturaleza transversal del turismo y múltiples implicaciones urbanísticas.** Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad, como es el caso de Toledo, se encuentran estrechamente asociadas al turismo. Esta realidad compleja les plantea retos nuevos en relación con la gestión urbana, el equilibrio funcional, el control de los flujos de visitantes, la conservación, la movilidad o los cambios funcionales. El turismo, sea de motivación cultural o de masas, se está convirtiendo en un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística y arquitectónica de importantes conjuntos monumentales, así como de mejoras en el espacio público y en las infraestructuras y los equipamientos culturales. Las relaciones entre urbanismo y funcionalidad turística son cada día mas evidentes, aunque no siempre se han entendido de forma correcta.

**4º. Dinámica urbana y desarrollo turístico.** El turismo apunta a consolidarse como una de las principales industrias del mundo, con un importante crecimiento en los destinos culturales. La aplicación de la "teoría del ciclo vital" de los destinos turísticos, así como el **análisis comparativo de los costes y beneficios** que genera el turismo, así como **los estudios de capacidad de acogida**, permiten dar contenido y operatividad al concepto de sostenibilidad. El desarrollo sostenible del sector turístico es una estrategia necesaria para insertar esta poderosa actividad en el medio ambiente, la sociedad y la economía.

**5º. Impactos económicos, funcionales, culturales y sociales de naturaleza diversa.** El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza diversos sectores de la actividad económica, genera riqueza y empleo e introduce nuevos hábitos y modos de vida. El turismo puede y debe significar una revitalización económica de las ciudades históricas en general y de sus centros históricos en particular. La influencia cultural del turismo debe revertir positivamente sobre los residentes y sobre la conservación del patrimonio, propiciando la reutilización de recursos infrautilizados. También el turismo tiene un abanico de efectos positivos y

negativos sobre el cuerpo social de una ciudad viva que el **urbanismo cultural**, entendido como una nueva forma de comprender y hacer la ciudad para el bienestar de sus habitantes y visitantes, debe contemplar.

**6º. Los flujos turísticos y la capacidad de acogida.** Una que los visitantes se cuentan por millones, tal como ocurre en Toledo, hay que diseñar políticas turísticas en donde el crecimiento en el número de visitantes vaya en relación con la capacidad de acogida de la ciudad, algo que depende tanto de sus características urbanísticas y recursos patrimoniales como de sus equipamientos e infraestructuras. **Hay que asumir que la capacidad de acogida de la ciudad histórica es limitada**, en términos físicos, económicos, sociales y culturales. La fijación de límites de tolerancia para la gestión de los flujos de visitantes es una de las cuestiones que el urbanismo, al ser el responsable de la gestión de las dimensiones físicas y funcionales, debe tomar en consideración. El desmedido incremento de los flujos turísticos, así como los desajustes entre turistas y excursionistas, son amenazas que es necesario gestionar de forma inteligente.

**7º. Turismo, cultura y multifuncionalidad de los centros históricos.** Los centros históricos se enfrentan a una nueva realidad funcional y desde el urbanismo, por sus carencias sociofuncionales, no siempre se están dando las respuestas adecuadas. Hay que lograr que se consoliden nuevas estructuras funcionales y sociales donde los huecos dejados por funciones o actividades del pasado, religiosa, comercial, residencial, etc., sean ocupados, de forma equilibrada, por otras nuevas como la cultural, la educativa o la turística. En este sentido, ya en 1998 la Declaración Ciudad y Comercio de la Cámara de Comercio de Toledo planteaba la necesidad de estar atentos a estas cuestiones. **Se trata, en suma, de apostar por nuevas estrategias de multifuncionalidad que permitan la conservación de los centros históricos como realidades urbanas vivas.**

**8º. Una necesaria y urgente conexión entre estrategias turísticas y estrategias urbanas.** Las ciudades históricas caminan, aunque con lentitud, en la búsqueda de modelos de gestión más sostenibles. En este sentido preocupa tanto preparar bien la ciudad para los ciudadanos como adecuarla y no supeditarla a las demandas turísticas, en el marco de políticas activas de recuperación urbana y de cualificación turística. Resulta urgente tender puentes claros de comunicación entre las políticas urbanísticas, las turísticas y las de patrimonio cultural, siendo necesario que se pongan en marcha infraestructuras de gestión de nuevo cuño (consorcios, City Center Management, etc.). **Se trata de una cuestión compleja que requiere de liderazgo institucional, implicación empresarial y participación social.**

### 0.3. Objetivos del Estudio.

**El Estudio sobre Situación y Perspectivas del Sector Turístico persigue, a nivel general, responder, por un lado, a las demandas y necesidades del sector turístico, en el marco de los trabajos del Plan de Excelencia Turística, y, por otro, aportar una visión urbanística integral del turismo, de forma que responda a las demandas generadas por la Revisión del Plan General de Ordenación Urbana y permita una plena integración del turismo en la realidad urbanística y funcional de Toledo.**

A nivel más concreto los objetivos específicos del estudio, teniendo en cuenta los recursos y el tiempo disponible, son los siguientes.

**1º. Aportar una caracterización básica, sintética y cualitativa, sobre la realidad actual del sector turístico toledano.**

**2º. Proporcionar una visión transversal del turismo orientada, desde un primer momento, a identificar cuestiones relevantes, interdependencias y necesidades funcionales.**

**3º. Analizar e interpretar los diversos componentes del sistema turístico de la ciudad, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda: patrimonio y oferta cultural, alojamiento y restauración, flujos de visitantes, accesibilidad y movilidad, comercialización y promoción e infraestructuras de gestión.**

**4º. Evaluar los impactos económicos, sociales, funcionales y urbanísticos del turismo.**

**5º. Aportar una visión e interpretación general del modelo turístico de Toledo, en relación tanto con los destinos de turismo cultural como con las características del ámbito geográfico donde se ubica.**

**6º. Identificar, con la mayor claridad posible, los puntos débiles y fuertes del sector turístico toledano.**

**7º. Presentar las perspectivas del sector a corto y medio plazo, en relación tanto con los destinos de turismo cultural como con las características del ámbito geográfico donde se ubica.**

**8º. Identificar las demandas y necesidades turísticas en conexión con los**

## retos urbanísticos de Toledo.

**9º. Perfilar las bases de una estrategia de actuación coordinada** que tenga presente los aspectos específicamente turísticos, los urbanísticos, los patrimoniales y los de gestión.

**El conocimiento y la experiencia acumulada nos permiten señalar que Toledo**, un destino turístico maduro y muy dependiente de Madrid, tal como evidencia el fuerte protagonismo del excursionismo, entre el 70/80% de los visitantes, **se enfrenta a algunas cuestiones relevantes:**

1ª. Prepararse como destino **cultural de calidad** que renueva y cualifica su oferta turístico/patrimonial, manteniendo una posición de liderazgo.

2ª. Perfilar una oferta turística singularizada y competitiva en el contexto de la potente Región Turística de Madrid.

3ª. Contribuir a articular y complementar los recursos turísticos de Toledo y Castilla-La Mancha.

4ª. Aprovechar las ventajas que el turismo ofrece para generar riqueza, actividad urbana y recuperar o poner en valor patrimonio cultural y medioambiental.

5ª. Dotarse de infraestructuras de gestión eficaces y acordes con las demandas de los nuevos tiempos.

## I.-RECURSOS Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD

El Patrimonio cultural de Toledo constituye un recurso turístico de primer orden, es el ambiente, resultado de la interrelación de los factores físicos y humanos, el principal atractivo de la ciudad. Toledo, fue declarado en 1940 "**Conjunto Monumental**" e incluido en la Lista de **Patrimonio Cultural de la Humanidad** desde 1986, en esta ciudad concurren toda una serie de factores que potencian su monumentalidad: una singularidad natural como consecuencia de las excepcionales características de su emplazamiento, una trama urbana de base medieval donde se conserva una parte importante de los trazados y la organización musulmana, un elevado número de edificios monumentales, correspondientes a diversas épocas históricas y que conservan la huella de estilos y culturas que dejaron su impronta en el plano de la ciudad (Troitiño et alii 1998).

Su proximidad respecto a Madrid, tan sólo dista 80 Km., convierte a Toledo en el principal destino cultural de los madrileños. Es precisamente el factor distancia el que



determina que Toledo se vea afectado por la fuerte presencia del excursionista frente al turista, lo que tiene efectos preferentemente negativos sobre la ciudad.

El visitante madrileño acude a Toledo durante un día y regresa a su lugar de residencia habitual. Lo mismo ocurre con aquellas personas que establecen en Madrid su centro de vacaciones, las buenas comunicaciones existentes entre las dos ciudades, ya sea por carretera, a través de la Autovía de Toledo, o bien por Ferrocarril, propician que la estancia en la ciudad quede reducida a media jornada, y no pernocten en ella, sino que regresan a Madrid, donde la oferta desde el punto de vista turístico es mayor. Al igual que ocurre en otras ciudades históricas españolas, la corta duración de la estancia implica un conocimiento somero de la realidad patrimonial, limitado a los principales hitos monumentales, en el caso de Toledo, la ciudad turística se reduce a la Catedral, Iglesia de Santo Tomé, Monasterio de San Juan de los Reyes, Casa-Museo del Greco y la Sinagoga de Santa María la Blanca, diseñando un eje en el que se concentra un gran número de visitantes, y en épocas de máxima afluencia, como fines de semana, Semana Santa, festividades especiales ( Corpus Christi, puente del Pilar, Consritución, etc...), puede denotarse una cierta saturación. Esta ruta principal viene delimitada por la Plaza Zocodover-Calle Comercio-Calle Hombre de Palo-Calle Trinidad-Calle Santo Tomé y Calle del Ángel. La escasa disponibilidad de tiempo para recorrer detenidamente Toledo, implica que muchos de los rincones más singulares de la ciudad de las Tres Culturas queden fuera precisamente de los itinerarios turísticos.

### **I.1. Un potente y diversificado patrimonio cultural:**

La ciudad de Toledo cuenta con un total de 104 Bienes de Interés Cultural, de los cuáles más del 90% se ubican en el interior del centro histórico, y el resto se localizan en su entorno más inmediato. Toledo es una muestra que la huella de la historia de las civilizaciones ha dejado en nuestro país. (plano 1)

Su origen en un emplazamiento estratégico en la colina del Alcázar, fue utilizado por los carpetanos y posteriormente por los romanos. De esta época en Toledo se conservan el circo romano y una serie de restos arqueológicos en su entorno, situado en Vega Baja, y el acueducto-conjunto hidráulico en las inmediaciones del Puente de Alcántara al noreste del casco histórico. Todos ellos, catalogados como Bienes de Interés Cultural, en el caso del circo romano y el acueducto en la categoría de Monumentos y en el de los restos romanos de la Vega Baja, en la categoría de Zona Arqueológica. Su ubicación fuera del recinto intramuros, fuera de las rutas turísticas tradicionales, hace, que pese a su valor cultural, no sean unos de los elementos más visitados, y que por lo tanto su funcionalidad turística sea incidental (anexo Inventario

de Bienes de Interés Cultural). De hecho, muchos de los visitantes incluso desconocen de la existencia de estos vestigios.

### **Zonas Arqueológicas declaradas BIC en el Municipio de Toledo.**

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Ruinas Circo Romano	Declarado	Otros	Incidental	31-03-1920	13-04-1920	Monumento
Restos del Acueducto del Conjunto Hidráulico	Declarado	Otros	Incidental	29-09-1998	09-10-1998	Monumento
Yacimiento Arqueológico de la Vega Baja	Declarado	Otros	Incidental	28-04-1992	20-05-1992	Zona Arqueológica

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2003  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

La huella de la ciudad visigótica es limitada, aunque puede observarse en edificios como las iglesias de Santa Eulalia, San Román y El Salvador, la calle de San Ginés, la muralla de Wamba entre las Puertas de Alcántara y Doce Cantos.

Sin embargo, es el impacto de la cultura urbanística musulmana lo que más atrae al visitante. El centro histórico de Toledo, se estructura como una ciudad musulmana de acuerdo con el esquema de la medina, alcazaba, zocos y arrabales, lo que transporta a aquellas personas que recorren sus estrechas y angostas calles a otra época. El legado hispano musulmán pervive en el trazado y la organización actual del casco, pero también queda patente en los numerosos monumentos que se convierten en los principales hitos visitados, como son Puerta del Sol, Plaza de Zocodover- Arco de la Sangre, mezquitas del Cristo de la Luz y Tornerías (actualmente alberga una sala de exposiciones), los baños árabes del Pozo Amargo.

### **Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística musulmana**

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Puerta del Sol	Declarado	Otros	Incidental	13-03-1878	18-03-1878	Monumento
Mezquita del Cristo de la Luz	Declarado	Cultural	Secundaria	15-05-1998	15-05-1998	Monumento
Mezquita de las Tornerías	Declarado	Cultural	Incidental	31-03-1998	03-04-1998	Monumento
Baños árabes	Declarado	Otros	Incidental	03-06-1931	04-06-1931	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

La mezcla de culturas de Toledo sirve de explicación para comprender la configuración de la propia ciudad. El visitante que acude a esta ciudad busca un viaje al pasado y los vestigios de las diferentes épocas permiten entender así la historia de las civilizaciones que en Toledo se conjugan a la perfección.

La huella de la importante comunidad judía que residía en Toledo, considerada como la "segunda Jerusalén" tiene sus máximos representantes en tres de los hitos monumentales más importantes de la ciudad, las sinagogas Santa María la Blanca y del Tránsito, y la casa-museo del famoso pintor El Greco.

***Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística judía.***

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Sinagoga Santa María La Blanca	Declarado	Cultural	Primaria	04-07-1930	08-07-1930	Monumento
Sinagoga del Tránsito	Declarado	Cultural	Secundaria	01-05-1877		Monumento
Casa del Greco	Declarado	Cultural	Primaria	03-06-1931	04-06-1931	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

La conquista de Toledo por Alfonso VI supone una nueva etapa en la evolución urbana. La trama musulmana se reajusta para reinsertar la ciudad cristiana, se refuerza el papel de la parroquia como centro de articulación y el estilo gótico se impone. Los hitos monumentales de esta etapa se convierten en referentes inevitables de la visita turística, la Catedral de Santa María, San Juan de los Reyes, el Convento de la Concepción Francisca, la Iglesia de San Andrés, el monasterio de San Bernardo de Montesino, el Castillo de San Servando, ubicado en la margen este del río Tajo, en la actualidad actúa como albergue juvenil, y el Puente de Alcántara.

Son fundamentalmente la Catedral y San Juan de los Reyes, los monumentos de esta época los que reciben un mayor número de visitantes, de hecho todas las rutas turísticas de la ciudad tienen parada obligatoria en ambos hitos, lo que implica una cierta saturación de estos espacios, si tenemos en cuenta que a Toledo acuden aproximadamente 1.500.000 y 2.000.000 de visitantes al año, que recorren las calles más simbólicas de la ciudad que les llevan a su vez a los edificios monumentales más representativos de la ciudad, como es el caso de la Catedral, San Juan de los Reyes, las Sinagogas de Santa María la Blanca y del Tránsito, el Puente de Alcántara, etc.

**Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística cristiana**

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Catedral de Santa María	Declarado	Religioso	Primaria	14-05-1909	15-05-1909	Monumento
San Juan de los Reyes	Declarado	Religioso	Primaria	03-07-1926	07-07-1926	Monumento
Convento de Concepción Francisca	Declarado	Religioso	Incidental	19-05-1884	10-06-1884	Monumento
Iglesia de San Andrés	Declarado	Religioso	Incidental	03-06-1931	04-06-1931	Monumento
Castillo de San Servando	Declarado	Mixto (docente residencial)	Incidental	26-08-1874		Monumento
Puente de Alcántara	Declarado	Otros	Incidental	21-12-1921	25-12-1921	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

Al llegar a Toledo el visitante puede contemplar como la ciudad se ha configurado a través de la mezcla de las diferentes culturas, prueba de ello son ejemplos de la arquitectura múdejar, en la que se combinan las estructuras musulmana y cristiana, su herencia puede evidenciarse en las iglesias Santiago del Arrabal, Santo Tomé, San Lázaro, en edificios civiles como el Palacio de Fuensalida y Taller del Moro.

**Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística mudéjar**

Denominación	Situación adtva.	Uso	B.O.CL.M. Incoación	B.O.E. Incoación	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Iglesia de Santiago del Arrabal	Declarado	Religioso	Incidental		03-06-1931	04-06-1931	Monumento
Iglesia de Santo Tomé	Declarado	Mixto (religioso-cultural)	Primaria		03-06-1931	04-06-1931	Monumento
Palacio de Fuensalida	Declarado	Administrativo	Incidental		15-03-1962	30-03-1962	Monumento
Taller del Moro	Declarado	Cultural	Cultural		03-06-1931	04-06-1931	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

Con la llegada del Renacimiento, en Toledo cobra especial protagonismo, la nobleza, el clero y el ayuntamiento. La ciudad comienza a sufrir importantes transformaciones, se producen remodelaciones de ciertos elementos arquitectónicos que definen el paisaje

actual. Entre los edificios más relevantes destacan el Alcázar, el Ayuntamiento, los conventos de Jesús y María, las Comendadoras, San Clemente, San Pedro Mártir, Santo Domingo el Antiguo, Santo Domingo el Real y los Hospitales de Santa Cruz y Cardenal Tavera.

***Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística renacentista***

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Alcázar	Declarado	Cultural	Primaria	04-07-1930	08-07-1930	Monumento
Ayuntamiento	Declarado	Administrativo	Incidental	01-05-1877		Monumento
Convento de las Comendadoras de Santiago	Declarado	Religioso	Incidental	03-06-1931	04-06-1931	Monumento
Convento San Pedro Mártir	Declarado	Religioso	Incidental			
Convento Santo Domingo El Real	Declarado	Religioso	Incidental	15-06-1934	16-06-1934	Monumento
Convento Santo Domingo El Antiguo	Declarado	Religioso	Incidental	30-06-1998	17-07-1998	Monumento
Hospital de Santa Cruz	Declarado	Cultural	Primaria	01-03-1962	09-03-1962	Monumento
Hospital de Tavera	Declarado	Cultural	Secundaria	01-03-1962	09-03-1962	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

Con el traslado de la Corte a Madrid, Toledo pierde protagonismo, la nobleza se traslada a la nueva capital, la economía se hunde. Se asiste entonces a un proceso de "conventualización", que configura la imagen barroca. En el siglo XVIII, el cardenal Lorenzana protagoniza el mecenazgo eclesiástico y un cierto renacer cultural. La huella arquitectónica de este período es importante y sus elementos más representativos son el Palacio del Cardenal Lorenzana, actual sede de la Universidad de Castilla-La Mancha, el Colegio de las Doncellas, actual Consejería de Educación y Cultura, San Antonio de Padua, y las iglesias de los Santos Justo y Pastor, San Nicolás y San Torcuato, de ésta última, tiene especial valor su portada.



***Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística barroca***

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Palacio Universidad Lorenzana	Declarado	Docente	Incidental	04-07-1930	08-07-1930	Monumento
Colegio de las Doncellas Nobles	Declarado	Religioso	Incidental	01-05-1877		Monumento
Convento San Antonio de Padua	Declarado	Religioso	Incidental	03-06-1931	04-06-1931	Monumento
Iglesias de los Santos Justo y Pastor	Declarado	Religioso	Incidental			
Iglesia de San Nicolás	Declarado	Religioso	Incidental	15-06-1934	16-06-1934	Monumento
Portada de San Torcuato	Declarado	Religioso	Incidental	03-12-1998	13-11-1998	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

Con la Revolución Francesa y la Desamortización, la vida de la ciudad se cierra dentro de las muralla. Durante la segunda mitad del siglo XIX tiene lugar un cierto renacer arquitectónico en relación con la capitalidad provincial. De esta etapa destacan el casino, la Escuela de Artes y Oficios, la Fábrica de Harinas de San José y el Teatro Rojas.

***Elementos patrimoniales declarados BIC de la cultura urbanística de la época de la Revolución Francesa y Desamortización***

Denominación	Situación adtva.	Uso	Funcionalidad Turística	Fecha declaración	B.O.E. Declaración	Categoría
Casino	Declarado	Administrativo	Incidental	15-12-1998	19-12-1998	Monumento
Escuela de Artes y Oficios	Declarado	Docente	Incidental	17-02-1998	27-02-1998	Monumento
Fca. de Harinas de S. José	Declarado	Otros	Incidental	09-12-1997	19-12-1997	Monumento
Teatro Rojas	Declarado	Cultural	Incidental	17-03-1998	03-04-1998	Monumento

Fuente: Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.  
 Inventario Bienes de Interés Cultural. 2004

Los valores y recursos culturales del conjunto histórico desbordan el significado del patrimonio arquitectónico. La valorización de la ciudad y su utilización como recurso turístico requieren dar entrada a aspectos paisajísticos y culturales. En este sentido, la diferenciación histórica en barrios y parroquias, el patrimonio residencial, los espacios libres urbanos, los restos arqueológicos, el meandro del Tajo y las cornisas y fachadas de la ciudad adquieren un especial protagonismo. (Troitiño et alii, 1998).

El patrimonio residencial corresponde a diversas expresiones de la casa-patio, que mantiene íntegras ciertas constantes de la cultura urbanística y arquitectónica popular. La práctica totalidad de las edificaciones de uso residencial no se pueden visitar, por ello, presenta una funcionalidad muy reducida. Además, este patrimonio presenta un deficiente estado de conservación, ya que un 18% de los edificios no monumentales requieren cuanto menos ser rehabilitados, y se llega al 40% si se añaden los edificios que es aconsejable mejorar. (Plan Especial del Casco Histórico de Toledo, 1997)

### **I.1.1. Oferta museística de la ciudad**

Toledo ha sabido conservar buena parte de la herencia del pasado, a través de la reutilización de edificios de gran valor monumental para la función museística. En una ciudad de gran atractivo turístico la complementación con la oferta cultural resulta esencial y muy beneficiosa, tanto para el visitante como para el residente.

En la actualidad Toledo cuenta con un total de 18 museos, todos ellos ubicados en edificios de relevante valor arquitectónico y patrimonial, de los cuales 17 están declarados como Bienes de Interés Cultural.

- **Alcázar-Museo del Ejército:** reconstruido en la década de los 50 del pasado siglo XX, respetando la estructura diseñada por Alonso de Covarrubias, se crea el Museo del Asedio, que acoge una sección del Museo del Ejército de Madrid, pendiente de su traslado total. En la actualidad permanece cerrado, puesto que se están llevando a cabo nuevas obras de rehabilitación.

- **Museo de Santa Cruz:** situado en el antiguo Hospital de Santa Cruz supone una verdadera joya artística heredera del período renacentista. Destacan en él su fachada plateresca, el patio y la escalera, obra de Covarrubias, y sus artesonados mudéjares y renacentistas. A partir de 1961 se convirtió en el hoy museo, donde se comprenden secciones de *Bellas Artes*, en la que destaca la colección de pintura toledana de los siglos XVI-XVII, *Arqueología*, con materiales procedentes de la España romana, visigótica y musulmana y *Artes decorativas*, con manifestaciones de la cultura popular y tradición artesana local (cerámica, vidrio, orfebrería).

- **Museo Tesoro Catedralicio :** dentro del conjunto catedralicio, cabe destacar el Tesoro Relicario, Sala Capitular, Sacristía, Coro y capilla Mayor. En el se exhiben obras de el Greco, Tiziano, Rafael, Velásquez, así como todas una serie de artes plásticas vinculadas con el arte sacro, orfebrería, pintura, ornamentos y libros miniados).

◦ **Convento de Santo Domingo el Antiguo:** monasterio de religiosas cistercienses, fue abierto parcialmente al público en 1984. En él puede visitarse el coro donde se exponen diversas piezas de interés artístico que se hallaban anteriormente en clausura, y la iglesia, en cuyo altar se conservan las primeras pinturas y contratos de El Greco, así como su sepulcro.

◦ **Museo de los Concilios y la Cultura Visigoda:** ubicado en la iglesia de San Román, sus colecciones arqueológicas (siglos VI, VII y VIII), muestran algunos de los vestigios de lo que fue la antigua capital del reino visigodo de Toledo. Muestra que se complementa con las muestras del Museo de Santa Cruz.

◦ **Museo de Arte Contemporáneo:** situado desde 1975 en la Casa de las Cadenas, prototipo de la casa-patio toledana. En sus salas se exponen obras del siglo XX. Desde 2002 hasta la actualidad permanece cerrado puesto que se están acometiendo obras de mejora y rehabilitación.

◦ **Museo Taller del Moro:** El museo nació en 1963 cuando el Estado adquirió y restauró el edificio, hoy dependiente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. La pieza central está dedicada a la cerámica y a azulejería mudéjar toledana de los siglos XIV y XV. Permanece cerrado desde septiembre de 2002, hasta la actualidad por motivo de obras de rehabilitación.

◦ **Museo Parroquia de Santo Tomé:** en una sala anexa, se ubica el "Entierro del Conde Orgaz", uno de los cuadros más importantes de El Greco, lienzo que se configura como uno de los principales reclamos turísticos de Toledo.

◦ **Museo- Casa de El Greco:** situada en el barrio de la Judería, constituye una muestra clara de la casa acomodada de los siglos XVI-XVII. Casa y Museo fueron abiertos al público en 1910 bajo el patrocinio del Marqués de Vega-Inclán. En la actualidad las salas destinadas a museo permanecen abiertas. La visita a la Casa del ilustre pintor no se puede realizar, puesto que hoy en día permanece cerrada.

◦ **Museo Sefardí:** el museo ocupa el Convento de los Caballeros de Calatrava, anejo a la Sinagoga de "El Tránsito". Se compone de cinco salas que muestran aspectos del pasado judío en España, así como de los sefardíes.

◦ **Sinagoga Santa María la Blanca:** Sinagoga mayor de la Aljama de Toledo, es considerada como el mejor ejemplo del arte mozárabe en España.

◦ **Monasterio de San Juan de los Reyes:** erigido por los Reyes Católicos para conmemorar la batalla de Toro (1476), constituye uno de los mejores conjuntos del gótico hispano-francés

◦ **Hospital Tavera-Museo Duque de Lerma-Palacio Fundación Casa Ducal de Medinaceli:** La fundación se debe a la Duquesa viuda de Lerma, quien restauró y acondicionó el antiguo hospital. En el se exponen pinturas del El Greco, Ribera, Tintoretto, Lucas Jordán, Canaleto, etc.

◦ **Mezquita de Tornerías:** El edificio original es de planta casi cuadrada de época califal. Su estado de conservación es prácticamente íntegra y constituye, por su originalidad, la más importante muestra del arte islámico en Toledo. Se levantó en el año 999 por el arquitecto Musa ibn Alí, según reza una inscripción en caracteres cúficos en la fachada principal, Interiormente las naves se compartimentan en nueve espacios cubiertos con bóvedas nervadas, todas diferentes, gracias a cuatro columnas exentas con capiteles visigóticos sobre las que voltean doce arcos de herradura. En el siglo XII se le añadió una cabecera románico-mudéjar, formada por un ábside semicircular y presbiterio recto, y decorada interiormente con frescos románicos, para adaptarla al culto cristiano. Exteriormente se decora con arquerías ciegas de herradura.

◦ **Mezquita Cristo de la Luz:** En diciembre de 1999 se cumplieron mil años de la construcción de la mezquita del Cristo de la Luz, también conocida como "**de Bab al Mardum**", posiblemente el monumento más antiguo de Toledo y uno de los menos conocidos por los miles de visitantes que llegan a diario a la ciudad.

◦ **Real Fundación de Toledo-Museo Victorio Macho:** ubicado sobre un impresionante cortado del Tajo con vistas al Puente de San Martín, alberga obras de Victorio Macho, dibujos y se proyectan audiovisuales explicativos. También tienen lugar en sus instalaciones, actividades culturales, exposiciones temporales, ciclos de conferencias y celebraciones de cursos.

◦ **Casa Profesa e Iglesia Compañía de Jesús (Iglesia de San Ildefonso):** Se construyó en conmemoración de San Ildefonso por creerse que en su solar estuvo la casa natal del arzobispo toledano. Levantada entre los siglos XVII y XVIII. Recientemente se ha abierto a la visita pública, pudiendo acceder a sus torres, permitiendo obtener una visión distinta de Toledo.

◦ **Iglesia de San Marcos:** Desaparecido el antiguo convento de trinitarios, se instaló en su iglesia la parroquia de San Marcos. Se trata de un gran templo de tres naves separadas por arcos de medio punto, apareciendo la central más alta y dominante y con dos capillas al fondo, que se encuadra dentro del primer barroco toledano. Construido por Jorge Manuel Theotocópuli, la portada es obra de Juan Bautista Monegro. Destaca el aspecto nuevo, tanto de la plaza como del costado, fruto de la última intervención, realizada por el Ayuntamiento, para instalar allí el Archivo Municipal. Se ubica también el Centro de Interpretación del Casco Histórico de Toledo, a través del cual se pretende que el visitante una vez recorridas las diferentes salas del centro, tenga un conocimiento suficiente para entender la configuración de la ciudad de las Tres Culturas, profundizando en sus tradiciones, patrimonio e historia.

Además de estos museos, existen en la ciudad algunos conventos que han habilitado una serie de salas para la visita pública, cuya aportación económica reviste en el mantenimiento de los edificios, como ocurre en el Convento de Santa Úrsula o el Convento de San Antonio de Padua.

La ciudad cuenta con un importante potencial cultural que puesto en valor de manera adecuada y preparado convenientemente para la visita turística, a través de mejoras en su señalización, por ejemplo, permitirá dotar a la ciudad de una oferta más variada que permita al visitante alargar su estancia en Toledo.

### **1.1.2. Limitada funcionalidad turística de los principales monumentos y contenedores culturales de la ciudad.**

La oferta cultural de Toledo está directamente relacionada con la mezcla de culturas persistente en la ciudad. En este sentido, se ha sabido conservar buena parte de la herencia del pasado y utilizar monumentos histórico-artísticos para que cumplan una función museística. La combinación de la función turística y la cultural resulta más que evidente en los museos: Alcázar (Museo del Ejército y Biblioteca Regional), Santa Cruz, Catedralicio, Santo Domingo el Antiguo, de los Concilios y la Cultura Visigoda, de Arte Contemporáneo, ubicado en un palacio (en fase de rehabilitación), muestra excepcional de la arquitectura civil mudéjar, y que en la actualidad permanece cerrado, Taller del Moro (cerrado en la actualidad), Santo Tomé, cuyo gran atractivo es el cuadro del Greco "El entierro del Conde de Orgaz", instalado en una sala anexa al templo. Otro de los grandes contenedores culturales, son el Museo del Greco, pues la Casa del pintor aún hoy sigue permaneciendo cerrada a la visita pública, el Museo Sefardí, la Sinagoga Santa María la Blanca, el Monasterio de San Juan de los Reyes y Antiguo Hospital Tavera, actual museo y sede del Archivo Nacional, y la recientemente



inaugurada Iglesia de San Ildefonso (Jesuitas). Todos ellos se comportan como los grandes hitos arquitectónicos y culturales, que en ocasiones, ocultan el valor del conjunto de la ciudad.

De los más de 100 Bienes de Interés Cultural de la ciudad de Toledo 36 son los edificios de carácter religioso, numerosas son las iglesias, conventos y ermitas forman parte de la ciudad, pero tan solo tres de ellos tienen una **funcionalidad turística principal**, como es el caso de la Iglesia de Santo Tomé, el Monasterio de San Juan de los Reyes, y el hito monumental por excelencia de la ciudad, la Catedral (tabla I-1). Otros edificios religiosos como el Convento de Santo Domingo el Antiguo y la Iglesia de Santiago del Arrabal, son elementos culturales con unos horarios estipulados para la visita pública pero cuya funcionalidad turística es secundaria.

**Tabla I-1: Principales museos de la ciudad.**

IDENTIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN	Posibilidad de visita turística	Estado Conservación edificio	Estado del entorno	Señalización turística
<b>Catedral</b>	Calle Arco De Palacio-Calle Cardenal Cisneros	Sí	bueno, (fase rehabilitación)	bueno	Sí
<b>Iglesia San Marcos</b>	Calle Trinidad Nº 7	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Convento Santa Úrsula</b>	Calle Santa Úrsula	Sí	bueno	bueno	No
<b>Taller Del Moro</b>	Calle Taller Del Moro	Cerrado	Cerrado	-	-
<b>Iglesia Santo Tomé</b>	Plaza Del Conde	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Museo Sefardí Sinagoga Tránsito</b>	Calle Samuel Levi	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Casa Museo El Greco</b>	Calle Samuel Levi	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Sinagoga Santa María La Blanca</b>	Calle Reyes Católicos	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Monasterio San Juan De Los Reyes</b>	Calle San Juan De Los Reyes	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Museo De Los Concilios</b>	Calle San Román	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>Alcázar-Museo Del Ejercito</b>	Cuesta Carlos V	Cerrado	En obras	Bueno	Sí
<b>Museo De Santa Cruz</b>	Calle Cervantes Nº 3	Sí	bueno	bueno	No
<b>Mezquita Cristo De La Luz</b>	Cuesta De Los Carmelitas Descalzos Nº 10	Sí	bueno	bueno	No
<b>Santo Domingo El Antiguo</b>	Plaza De Santo Domingo	Sí	bueno	bueno	Sí
<b>San Ildefonso</b>	Plaza del Padre Juan Mariana	Sí	bueno	bueno	No
<b>Museo Fundación Tavera</b>	Calle Del Cardenal Tavera Nº 2	Sí	Bueno	bueno	No
<b>Museo Arte Contemporáneo</b>	Calle Las Bulas	Cerrado	En obras	bueno	Sí
<b>Iglesia San Vicente</b>	Plaza De San Vicente	0	bueno	bueno	No
<b>Convento San Antonio De Padua</b>	Calle Santo Tomé Nº 37	Sí	bueno	bueno	No
<b>Real Fundación De Toledo Museo Victorio Macho</b>	Plaza Victorio Macho Nº 2	Sí	bueno	bueno	No
<b>Mezquita De Tornerías</b>	Calle Tornerías	Sí	bueno	bueno	No

Fuente: Inventario Recursos Culturales

A pesar del importante valor patrimonial de Toledo, únicamente **18 de los Bienes de Interés Cultural están habilitados para la de visita turística**, como es el caso de la Iglesia de San Román-Museo de los Concilios, Hospital de San Cruz, Mezquita Cristo de la Luz, Hospital Tavera, Museo Sefardí-Sinagoga del Tránsito, Sinagoga Santa María La Blanca, y recientemente la Iglesia de San Ildefonso (Jesuitas). No todos ellos tienen una funcionalidad turística principal, pues contenedores culturales como el Antiguo Hospital Tavera, o el Museo de los Concilios con una **funcionalidad turística secundaria**, no pueden competir con el poder de atracción de la Sinagoga de Santa María la Blanca, Museo Sefardí- Sinagoga del Tránsito o el Monasterio de San Juan de los Reyes, ya que éstos son algunos de los hitos monumentales que configuran de las rutas turísticas de la ciudad, huella de la cultura judaica, que todavía hoy permanece en la ciudad (plano 2).

Contenedores culturales como la Iglesia de Vicente (Centro de Arte de Toledo), ubicado en la plaza del mismo nombre, o la Mezquita de Tornerías, en la Calle Tornerías, poseen una **funcionalidad turística incidental**, y están orientados a albergar actividades de carácter cultural, tales como exposiciones, conciertos, etc., orientadas más hacia el público local que hacia los visitantes a pesar de estar habilitados para su visita.

La reducida oferta monumental-museística de Toledo se ve afectada en la actualidad por el cierre de algunos de sus contenedores como el caso de el Taller del Moro por reforma y sin fecha de apertura, el Alcázar donde se están llevando a cabo las obras de acondicionamiento para albergar el futuro Museo del Ejército, y el Museo del Arte Contemporáneo localizado en la Casa de las Cadenas, antiguo palacio neomudéjar, y la Casa del Greco. Otros han sufrido reformas y permanecieron cerrados durante un corto periodo de tiempo como es el caso de la Iglesia de San Vicente, y en la actualidad la Catedral donde se están llevando a cabo obras de rehabilitación provocando el cierre de uno de los accesos principales, como es el caso de la Puerta Llana, habilitando una nueva entrada por la Puerta de los Leones de manera provisional.

Sin embargo aunque en la actualidad la oferta museística es limitada hay iniciativas privadas que contribuyen a ampliarla y potenciarla es el caso, del Centro de Interpretación de la ciudad de Toledo, ubicado en la Iglesia de San Marcos. En este sentido se ha recuperado un espacio que anteriormente era escasamente utilizado, tan solo de manera temporal como consecuencia de algún acto social. En la actualidad, alberga una extensa y completa visión de la evolución histórica y urbanística de la ciudad, que permite al visitante conocer, interpretar y entender lo que va a encontrar posteriormente cuando recorra las calles angostas y sinuosas del casco histórico.

Edificios con una funcionalidad turística incidental como el Ayuntamiento, o el Convento de San Gil (Cortes de Castilla La Mancha), el edificio que alberga la Diputación Provincial de Toledo en la Calle de Santa Leocadia y el Palacio de Malpica (Subsede del Ministerio de Obras Públicas) cuyo uso principal es el administrativo han sabido aprovechar los recursos monumentales de la ciudad para desarrollar en ellos actividades administrativas.

Otros de los edificios declarados bienes de interés cultural con una funcionalidad turística incidental han sido habilitados para acoger diversas actividades alejadas de las puramente turísticas, como es el caso de El Convento de Santo Domingo El Real, o el Colegio Nacional de Santa Eulalia, El Colegio de Los Infantes, Escuela de Artes y Oficios, Palacio del Cardenal Lorenzana donde se encuentra el Vicerrectorado de la Universidad de Castilla La Mancha cuyo uso principal es el docente; la Maternidad y Hospital del Rey de uso asistencial, La Casa del Temple y Corral de don Diego orientados a la restauración y el Mercados de Abastos de uso Comercial.(plano 3)

Hay otros elementos de valor monumental, como el caso de los puentes y puertas que rodean toda la ciudad, dentro de los cuales unos tienen una funcionalidad turística primaria, como el Puente de San Martín y Puerta del Sol, acceso peatonal a la ciudad, o la Puerta de Bisagra acceso rodado al casco histórico, y Puente de Alcántara otro de los accesos peatonales al centro. Con una funcionalidad turística no tan definida tendríamos la Puerta de Los Doce Cantos, Puerta del Cambrón o Puerta Valmardón, que a pesar de configurar el recinto amurallado de la ciudad, a penas tienen peso en la visita.

A pesar de la riqueza patrimonial que posee la ciudad, su funcionalidad turística es muy limitada, tendencia que se viene manteniendo desde la última década, pues ya quedó reflejada esta situación en el estudio elaborado para la Cámara de Comercio e Industria, "Toledo 21: Una estrategia turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad" (1998); en él ya se señalaba que existía una excesiva concentración de los visitantes en determinados hitos monumentales de la ciudad, como son la Catedral, la parroquia de Santo Tomé, el Monasterio de San Juan de los Reyes, quedando fuera de la visita, todos aquellos elementos patrimoniales que no se localicen dentro de las "rutas turísticas" que parecen ya asumidas por la ciudad, y que por lo tanto, suponen en el visitante un conocimiento bastante simplificado de la realidad de un centro histórico de gran valor y grandes problemáticas como es el de Toledo.

En base el inventario de contenedores culturales realizado, se extrajo información que nos permite conocer el estado de los mismos desde el punto de vista turístico, conservación del edificio y su entorno, señalización turística, servicios ofrecidos al visitante y empleo.

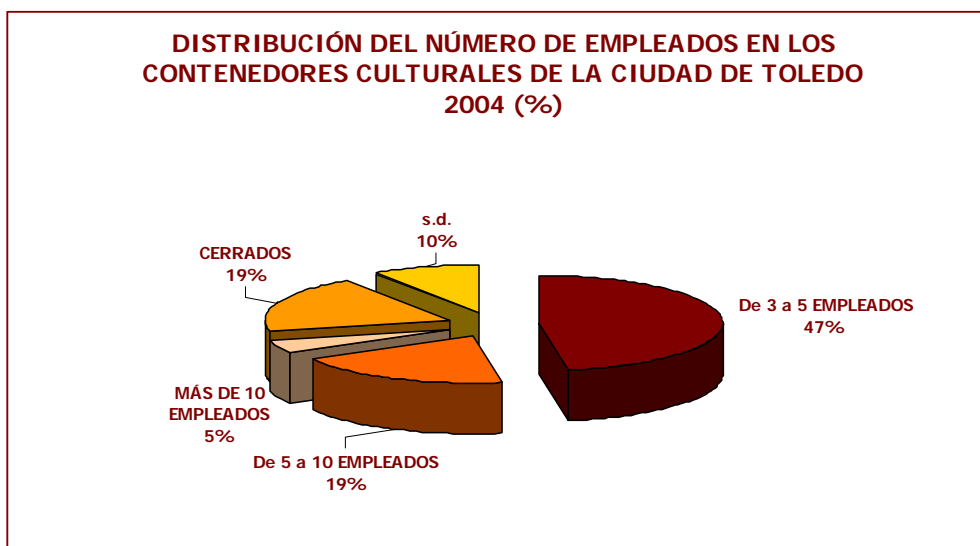
La situación de Toledo, refleja que todos aquellos edificios y espacios urbanos en los que se concentra la actividad turística poseen un estado de conservación bueno a pesar de ello en la actualidad dos de los iconos más relevantes de la ciudad como son el caso del Alcázar y de la Catedral, se están llevando a cabo obras de rehabilitación y mejora. Sin embargo la realidad de la ciudad histórica fuera de las rutas turísticas preestablecidas no es tan favorable, numerosos son los recorridos que se pueden realizar por la ciudad para conocer el importante patrimonio, y sin embargo el estado en el que se encuentran determinadas calles y edificios catalogados como BIC , no es el más propio para una ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad.

En la actividad turística tan importante es tener en cuenta la oferta como la demanda, por ello es necesario dotar a la ciudad de un adecuado sistema de señalización e información turística; en la actualidad ni siquiera los principales contenedores culturales disponen de una adecuada señalización, hitos como las Sinagogas, Casa Museo el Greco, Alcázar o la Catedral, cuentan únicamente con paneles informativos muy disgregados por la ciudad y escasos, que impiden al visitante orientarse con facilidad por las calles de Toledo.

La escasa e inadecuada señalización turística también afecta a las Oficinas de información turística, a las cuales el visitante accede con dificultad; además la ciudad únicamente cuenta con tres oficinas de información; una localizada en una de las entradas a la ciudad, en la Puerta de Bisagra (gestionada por la Conserjería de Industria y Trabajo), otra en la Plaza del Ayuntamiento (gestionada por el Ayuntamiento) y en Sillería se localiza otra dependiente del Ayuntamiento y de gestión privada, estas son las que permanecen abiertas todo el año, pero en momentos puntuales, como fiestas de Semana Santa, y Corpus Christi se abre un puesto de información turística localizada en la explanada de los remotes mecánicos del Paseo de Recaredo, y se habilita un puesto de información en la Plaza de Zocodover. No siendo suficientes para acoger la demanda de visitantes que llega a Toledo.

Los museos de la ciudad, además de situarse en los principales hitos monumentales, son una fuente de empleo; su peso no es tan importante como el de otras actividades turísticas (restauración, hostelería, comercio) ya que apenas supone un 7% del empleo turístico, pero si es significativo teniendo en cuenta que en la actualidad sólo

permanecen abiertos a la vista turística 18 contenedores y algunos de ellos como los conventos de Santa Úrsula, Santo Domingo el Antiguo y San Antonio de Padua, son las religiosas las que se encargan de su gestión; el 47% de los contenedores emplea entre 3 y 5 personas y el 23,81% emplea a más de cinco personas (gráfico 1), siendo EL Hospital-Museo de Santa Cruz y la Casa Museo de El Greco quienes emplean a mayor número de personas; 35 y 7 empleados respectivamente.



Fuente: Inventario Museos de la ciudad.

### **I.1.3. Principales festividades: importante complemento de la oferta turística cultural de la ciudad**

La oferta turístico cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico o los museos, la ciudad ofrece otras muchas posibilidades en relación con el patrimonio intangible, como son sus principales festividades. En este sentido, en Toledo tienen lugar toda una serie de celebraciones, tanto de carácter religioso, como lúdicas, que permiten complementar la experiencia turística del visitante con las tradiciones de la ciudad.

#### ***a.- Festividades religiosas:***

La tradición religiosa está fuertemente enraizada en la vida de la ciudad y en relación con ella se encuentran algunos de los acontecimientos de mayor relieve, especialmente la Semana Santa y el Corpus Christi. En estas dos festividades toda la ciudad se convierte en protagonista pues a los acontecimientos se incorporan las calles, las gentes y, en suma, la vida de la ciudad. Son las manifestaciones más brillantes de la

tradición religiosa, especialmente el espectacular desfile por el dédalo de calles toledanas de los pasos de Semana Santa o la Custodia del Hábeas.

En ***Semana Santa***, tienen lugar un total de doce procesiones, que se inician el Viernes de Dolores y culminan el Domingo de Resurrección.

- Nuestra señora de la Soledad. Viernes de Dolores
- Procesión de las Palmas. Domingo de Ramos
- Santo Cristo de la Esperanza. Lunes Santo
- Vía Crucis. Martes Santo
- Cristo Redentor. Miércoles Santo
- Procesión del Jueves Santo.
- Santísimo Cristo de la Vega. Viernes Santo
- Santo Encuentro. Viernes Santo
- Santo Entierro. Viernes Santo
- Cristo de la Buena Muerte. Sábado Santo
- Santísima Virgen de la Alegría y Jesús Resucitado. Domingo de Resurrección

El ***Corpus Christi***, declarado de Interés Turístico Internacional, es uno de los símbolos más emblemáticos de la ciudad de Toledo y la fiesta que atrae un mayor número de visitantes. La significación religiosa de estas fiestas, cuyo eje central es la magna Procesión de la Custodia de Arfe, una impresionante joya de orfebrería, se complementa con un amplio programa de actividades festivas y culturales que están orientadas a consolidar una semana festiva: ***La Semana Grande del Corpus***, con la finalidad de convertirla en una de las citas fundamentales en el calendario festivo de nuestro país.

El Corpus Christi, además de su significación religiosa, tiene la singularidad de convertir la ciudad antigua en la protagonista de la fiesta, al tener un amplio recorrido, engalanar la ciudad en general y el recorrido de la procesión en particular (tapices, mantones, colchas, flores, cuadros, esculturas, faroles, etc...). El residente y el visitante se hacen dueños de la calle y disfrutan sus olores (tomillo, romero, etc.), sus ambiente, sus monumentos y espectáculos. Constituye, en suma, un buen ejemplo de utilización integrada de las posibilidades que la ciudad ofrece.

El itinerario de la Procesión del Corpus (plano 4) permite acercarse al corazón y alma de la ciudad histórica. Su recorrido es el siguiente: Catedral- c/ Cardenal Cisneros- c/ Sixto Ramón Parro- Plaza Mayor- c/ Tornerías- c/ Gamero- c/ Comercio- c/ Plaza

Zocodover- c/ Sillería- c/ Alfileritos- Plaza de San Vicente- c/ Alfonso X El Sabio- c/  
Nuncio Viejo- Arcos de la Catedral- Ayuntamiento y Catedral.

### ***b.- Fiestas patronales y lúdicas***

El calendario festivo se completa con las fiestas del carnaval, la romería del Valle, y las fiestas de la Virgen y diferentes celebraciones a nivel de barrio.

- ***Fiestas del Carnaval:*** tiempo lúdico previo a la Cuaresma, de tradición pagana, tiene sus días centrales el lunes de gallo. El martes de carnaval y el miércoles de ceniza. Estas fiestas se encuentran en proceso de recuperación y se incrementa de año en año la participación ciudadana.
  
- ***Romería del Valle:*** se celebra el día uno de mayo
  
- ***Fiestas de la Virgen:*** celebración de las Fiestas y Ferias de Agosto que tienen como patrona a la Virgen del Sagrario (quince de agosto). Estas ferias tuvieron, e n origen, una importante funcionalidad comercial, en la actualidad su carácter es fundamentalmente lúdico y festivo.

Entre las fiestas de los barrios del Casco Histórico, destacan las organizadas por la Asociación de vecinos La Cornisa, con colaboración del Ayuntamiento de Toledo y diferentes centros y establecimientos comerciales. De evidente ambiente popular (concursos de mus, cocina y pesca, verbenas, degustación de platos típicos, etc), se llevan celebrando, en la primera quincena de julio.

#### **I.1.4. Eventos culturales.**

Los eventos culturales, del tipo exposiciones, seminarios, conferencias... constituyen la parte viva de la oferta cultural de la ciudad. A diferencia del patrimonio histórico, esta oferta depende en líneas generales de la potencia urbana que la ciudad tiene en la actualidad, de su posición dentro de la jerarquía urbana nacional y regional. En este sentido, Toledo cuenta con una programación cultural significativa, característica de una ciudad media que actúa como capital regional de Castilla-La Mancha.

La mayor parte de estos eventos están orientados a la población residente en la ciudad y su entorno, considerado en sentido amplio. Únicamente una parte muy reducida de dichos eventos presenta cierta dimensión turística, más allá de la presencia ocasional

de algún visitante de origen extralocal. De hecho, sólo un número muy reducido de grandes eventos ha conseguido concitar la atención externa y se ha convertido en un factor específico de atracción turística, caso de la Exposición *Carolus*.

La mayor de los eventos desarrollados en la ciudad de Toledo han sido impulsados por los **departamentos de cultura de las administraciones públicas** que trabajan en Toledo, caso de la Consejería de Cultura de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha. De forma específica:

- **Ayuntamiento de Toledo.** El "buque insignia" de la actuación del Ayuntamiento de Toledo en materia cultural es el Teatro Rojas, gestionado a través de un Patronato Municipal e integrado en la Red de Teatros de Castilla-La Mancha. Este teatro cuenta con una actuación permanente formada por representaciones teatrales, conciertos, danza, ópera y un largo etcétera.
- **Diputación Provincial de Toledo.** El Área de Cultura y Educación de la Diputación de Toledo también desarrolla una importante labor de promoción cultural en la ciudad. Por ejemplo, organiza el *Festival Internacional de Música de Toledo* ([www.toledofestival.com](http://www.toledofestival.com)) cuya décima edición se celebró en mayo del 2004 en las instalaciones del Museo de Santa Cruz.

Además de su función educativa, la **Universidad de Castilla-La Mancha** también desarrolla una amplia labor de difusión cultural que tiene como ámbito privilegiado el casco histórico de Toledo (Convento de San Pedro Mártir, Palacio del Cardenal Lorenzana, etc.).

A otro nivel, existe un conjunto cada vez más amplio de **fundaciones, asociaciones y entidades similares** que impulsan un número significativo de iniciativas culturales de diferente tipo. Entre otras, cabe señalar:

- **Real Fundación de Toledo** ([www.realfundaciontoledo.es](http://www.realfundaciontoledo.es)). Desarrolla una amplia programación cultural centrada en la ciudad de Toledo. Entre otras actuaciones, destaca la gestión del Museo Victorio Macho.
- **Asociación de Amigos de los Patios de Toledo.** Entre otras actividades, ha realizado exposiciones fotográficas centradas en los patios toledanos: "Fotografías de Patios de Edificios Oficiales y Entidades" (2003) y "Fotografías de Patios y Claustros de Edificios Religiosos" (2004).



Desde una perspectiva diferente, distintas **entidades financieras** colaboran en el impulso a la oferta cultural local. En unas ocasiones impulsan directamente diferentes acontecimientos, en otras únicamente se encargan de la financiación mediante operaciones de patrocinio. Entre otras, cabe citar:

- **Caja Castilla La Mancha.** La Obra Social y Cultural de Caja Castilla - La Mancha financia una parte importante de las iniciativas culturales desarrolladas en la ciudad y cuenta con un Centro Cultural específico. De otra parte, dispone de un servicio de venta de entrada, vía telefónica o a través de Internet, al que se acogen una parte significativa de los actos celebrados en Toledo.
- **Ibercaja.** Su Obra Social y Cultural también financia diferentes iniciativas culturales, caso de diferentes ciclos de conciertos celebrados en el Teatro Rojas (Ciclo "Los grandes quintetos de la historia de la música"...).
- **Caja Rural de Toledo.** Dentro de la ciudad tiene una actuación más limitada que otras entidades financieras, no obstante también financia determinadas iniciativas como la edición de folletos de museos y monumentos (Mezquita Cristo de la Luz), etc.

Como se ha señalado anteriormente, la mayor parte de los **eventos culturales** tienen una **repercusión turística muy escasa**. En todo caso destaca la importancia y significado turístico que tuvo la **Exposición Carolus** (celebrada en el año 2000), un conjunto amplio de eventos en cuyo marco se realizó una Ruta de Conventos (con visita incluida), con gran éxito de público.

## **I.2.- Infraestructura de acogida: planta hotelera.**

La proximidad de Toledo a Madrid supone, desde el punto de vista del sector hostelero, un inconveniente, puesto que la ciudad se convierte en un claro destino de excursionismo, el visitante no pernocta en la ciudad excepto en fechas concretas, como pueden ser períodos que coincidan con festividades de gran relevancia en la capital manchega, como pueden ser el Corpus Cristhi, Semana Santa y fines de semana en la primavera y el otoño.

Toledo, está asistiendo a una profunda renovación de su planta hotelera, a través de la construcción de nuevos hoteles de tres y cuatro estrellas, ubicados en el exterior del casco histórico, como es el caso de AC Ciudad de Toledo, o el Hotel Doménico, o bien

en los ejes de acceso a la ciudad, como el recientemente inaugurado Hotel Hesperia, en la c/ Marqués de Mendigorria situado en la vía de entrada desde Madrid, todos ellos de cuatro estrellas. En el interior del centro histórico, resulta más complejo construir grandes establecimientos, pues la disponibilidad de espacio es muy reducida, por lo tanto se construyen en las zonas de borde de casco, como es el caso del Hotel San Juan de los Reyes, localizado en la C/ Reyes Católicos.

La situación de los alojamientos en el casco histórico viene marcada por una mejora de los mismos, los establecimientos se adecuan a las nuevas demandas y se convierten en lugares con encanto, como es el caso entre otros, de La Posada de Manolo, o La Casa de Cisneros, el Hostal Infantes, ubicado frente al Colegio de Infantes, o el Hostal Puerta de Bisagra, frente a la puerta de acceso al recinto de la que adquiere su nombre. En ellos se respeta y recupera la estructura tradicional de las casas toledanas, y en las que el patio adquiere un gran protagonismo.

Toledo cuenta con una infraestructura suficiente para acoger a los visitantes que recibe cada año, teniendo en cuenta que se trata de una ciudad en el que el *excursionismo* adquiere un mayor peso frente al turismo de *pernoctación*. Durante la última década, el sector del alojamiento ha experimentado un crecimiento bastante notable, casi llegándose a duplicar su planta (cuadro 1). Especialmente significativo, ha sido el incremento de la oferta de categorías media y alta y la elección de nuevas localizaciones para la ubicación de estos establecimientos. A principios de la década de los 80, la ciudad contaba con 11 establecimientos y 591 camas, durante los años 90 el crecimiento de la oferta es constante, en 1993, Toledo contaba con un total de 27 establecimientos y 2.117 plazas, y ya en 1999 la oferta ascendía a 38 locales y 2.573 plazas. Ya en el siglo XXI, es cuando se produce un mayor incremento en ambas magnitudes, alcanzando en el año 2004, los 61 establecimientos y superando la cota de las 3400 plazas hoteleras. Lo que implica desde el año 1995 hasta el presente año, 2004, un incremento del 34,43% en lo que a número de establecimientos se refiere, y un 29,23% respecto al número de plazas.

Al igual que ocurre en la actualidad, la evolución de la planta hotelera en la última década, muestra una disparidad entre el número de establecimientos y la concentración del número de plazas. El ritmo de crecimiento se ha mantenido constante en la mayor parte de la categorías, de hecho, tan solo las pensiones de una estrella, han visto disminuir de manera considerable el número de establecimientos, pasando de ocho en 1997, que suponían 179 plazas a dos en 2004, implicando tan solo 12 plazas.

La evolución de los hoteles, en cada una de sus categorías, nos muestra un importante crecimiento del número de plazas en los hoteles de cuatro estrellas, no tanto así como en el número de establecimientos, pasando de tres establecimientos en 1993 (895 plazas), a cinco en 1999 donde se supera la barrera de las 1000 plazas. Pero es a partir del año 2003 cuando se produce un mayor incremento, en cuanto a número de plazas se refiere, pasando de 1.088 a 1.254 en un total de siete establecimientos. Similar comportamiento refleja la evolución de los hoteles de tres estrellas, durante la década de los noventa, se produce un incremento de un establecimiento cada año, así en 1993 había un total de seis locales que suponían 645 plazas, ya en 1999, había ocho establecimientos y 824 plazas. Es en el cambio de siglo, cuando se produce un mayor incremento, se ponen en marcha cuatro nuevos hoteles que permiten dotar a la ciudad de 1029 plazas, doscientas cinco plazas más de las que se contaba en 1999. Y ya en el año 2004, hay un total de catorce hoteles que suponen 1.125 plazas.

Respecto a los hoteles de categorías inferiores, destaca fundamentalmente el incremento del número de hostales de dos estrellas, pasando de cuatro establecimientos en 1993 (150), a los diecinueve existentes en la actualidad, que implican 494 plazas. Este incremento, se identifica con los procesos de rehabilitación y conservación que se están llevando a cabo en el centro histórico, que han facilitado la instalación de este tipo de establecimientos, en edificios de valor patrimonial, reconvirtiéndolos en lugares con encanto y recualificándose para albergar la actividad turística.

Por lo tanto la dinámica de crecimiento del sector hotelero toledano, nos muestra un fuerte incremento del número de plazas en alojamientos de categorías superiores (cuatro y tres estrellas), ubicados fundamentalmente en el borde del casco histórico y en las afueras de la ciudad, en detrimento de categorías medias, como es el caso de los hoteles de dos y una estrella, con menor presencia en la ciudad. La recuperación de antiguas casonas toledanas, y la demanda del visitante por alojarse en "lugares con encanto", están propiciando que en el casco histórico surjan nuevos establecimientos (hostales de dos estrellas, en su mayoría), de pequeño tamaño, que dotan a la ciudad de una oferta más asequible para todo tipo de público.

### **I.2.1. Distribución por categorías y espacios de los establecimientos hoteleros**

A principios de la década de los 80 los edificios del *centro histórico* que albergaban este tipo de actividad económica venían mostrando un importante grado de deterioro lo que conllevaba a la posterior clausura de los mismos. Esta situación supuso que

durante esta etapa, y en años posteriores el 70% de los establecimientos hoteleros se ubicaran fuera del recinto histórico. La situación del centro histórico de Toledo y el crecimiento de la ciudad hacia el norte y este del casco, propició la aparición de nuevos establecimientos de altas categorías y de mayor capacidad, puesto que la escasa disponibilidad de espacios sin edificar, el precio del suelo, la restricciones que impone la normativa urbanística y los problemas de accesibilidad son condiciones de peso para las nuevas ubicaciones.

Con la llegada del nuevo siglo, esta tendencia se ha invertido, se reinterpreta el valor de los edificios históricos desde el punto de vista económico y comienzan a recuperarse, en este interés por "rescatar el patrimonio" la actividad turística actúa como uno de los elementos clave. La ubicación de nuevos alojamientos de pequeño a medio tamaño, ha dotado al centro histórico de una infraestructura similar a la que se localiza fuera del recinto amurallado. Cabe señalar por lo tanto que en un período de 10 años la situación del sector hotelero en lo que a su localización respecta ha experimentado un cambio considerable, encontrando incluso una mayor presencia de establecimientos en el interior, 54,10% y 45,90% respectivamente. (plano 5)

El análisis global de las tipologías de los establecimientos nos muestra como la fórmula predominante en la ciudad es el *hotel*, que representa el 47,54% del total de alojamientos. A continuación, los *hostales* tienen una importante presencia en la ciudad, identificándose con el 39,34% de locales que albergan esta actividad. Y por último menor representación tienen las *pensiones*, que suponen el 13,11% de la oferta total. El análisis adquiere mayor relevancia si se presta atención al número de plazas que albergan estos establecimientos en función de su tipología, prueba de ello, es que los *hoteles* toledanos, agrupan aproximadamente el 80% de la oferta total, frente al 16% de los *hostales*, y tan solo el 4% representado por las *pensiones*.

Toledo cuenta con una oferta diversa en lo que a categorías se refiere, y es precisamente en este aspecto donde se establecen las mayores diferencias. En este sentido, y elaborando la comparativa entre el número de establecimientos y el número de plazas que alberga cada uno de ellos, se observa como los hoteles de cuatro estrellas, son los que agrupan el mayor número de plazas, 1.254 (36,40%), a pesar de contar la ciudad con siete establecimientos (11,48%), ubicados en el exterior del recinto histórico. Los hoteles de tres estrellas, suponen la segunda tipología más numerosa de la ciudad en cuanto a número de establecimientos y número de plazas, contando con un total de catorce establecimientos y 1.125 plazas (32,66%). Especialmente reseñable, es la situación de los hostales existentes en la ciudad, de

hecho es la fórmula más numerosa, contabilizándose un total de veinticuatro establecimientos, agrupando ambas categorías, lo que supone el 39,28% del total de la oferta de la ciudad, sin embargo, al tratarse en su mayor parte de negocios de pequeño tamaño su representatividad en cuanto al número de plazas se refiere, queda reducida a 16,14%, con un total de 556 plazas. (tabla I-2)

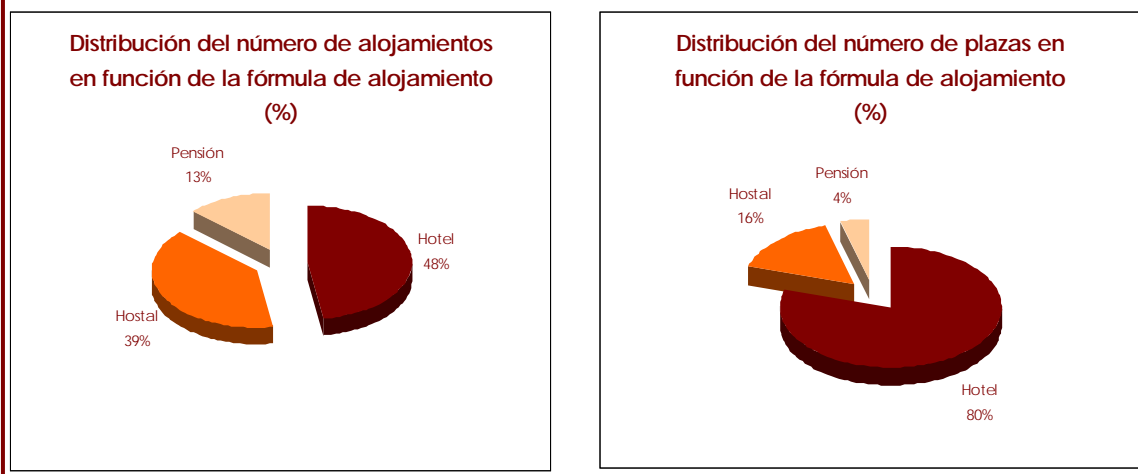
**Tabla I-2: Distribución de Alojamientos por categorías en función del número de establecimientos y número de plazas**

	Nº establecimientos	Nº establecimientos (%)	Nº de plazas	Nº de plazas (%)
Hotel 4 estrellas	7	11,48	1.254	36,40
Hotel 3 estrellas	14	22,95	1.125	32,66
Hotel 2 estrellas	7	11,48	333	9,67
Hotel 1 estrella	1	1,64	36	1,04
Hostal 2 estrellas	19	31,15	494	14,34
Hostal 1 estrella	5	8,20	62	1,80
Pensión 2 estrellas	2	3,28	12	0,35
Pensión 1 estrella	6	9,84	129	3,74
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>	<b>3.445</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

Por último, nos referiremos al total de pensiones existentes en la ciudad, en la actualidad hay un total de ocho establecimientos (13,11%), y dos más permanecen cerradas, la Pensión Santa Úrsula, ubicada en la calle del mismo nombre, y la Pensión La Posada, localizada en el Callejón de San Pedro. Este tipo de alojamientos de categorías inferiores, tienen una escasa representatividad en la ciudad en cuanto al número de plazas se refiere, agrupando tan solo un 4% (141 plazas) (gráfico I-2)

**Gráfico I-2: Distribución del número de establecimientos y del número de plazas en función de la fórmula de alojamiento.**



Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

Especial atención hay que prestar a los establecimientos por categorías en función de su localización, mientras que en el casco histórico se localizan en las proximidades del eje turístico principal, fuera del mismo, son las vías de acceso los principales emplazamientos, como es el caso, de la Avenida de Madrid, Avenida de Castilla-La Mancha, Carretera Toledo-Ávila, o las zonas de borde de casco como las calles Cardenal Tavera, Calle Marqués de Mendigorría, Paseo de la Rosa y Avenida de la Reconquista; también las carreteras de circunvalación como la Carretera de Piedrabuena o la carretera de Argen-Polán, son lugares privilegiados para la localización de este tipo de negocios, pues permite obtener una vista panorámica de la ciudad una vez atravesado el río Tajo, convirtiéndose este aspecto en un verdadero atractivo para la selección de este tipo de alojamientos.

Respecto a las categorías superiores, hay que señalar que se localizan fundamentalmente en el exterior del recinto histórico, 71,43%, frente al 28,57% que se ubican en el recinto intramuros, como es el caso del Hotel Alfonso VI, en la calle General Moscardó, y el Hotel San Juan de los Reyes, en la calle Reyes Católicos. La mayor disponibilidad de espacio fuera del casco histórico, permite dotar a estos establecimientos de toda una serie de servicios que les permiten alcanzar estas categorías, como es el caso del Parador Nacional, de arquitectura más tradicional, y el hotel Beatriz complejo de tipología más moderna. En lo referente a los hoteles de tres estrellas, existe una distribución similar, encontrando el mismo número de establecimientos tanto dentro como fuera del casco histórico (50%), la arquitectura es muy diversa, aunque en general se pretende recuperar el estilo de las edificaciones

tradicionales toledanas, como es el caso del Hotel Las Conchas, Hotel Carlos V, Hotel Maria Cristina, el Hotel Cardenal o el Hotel Princesa Galiana. Otros establecimientos de esta categoría se localizan en antiguos Cigarrales en las afueras de la ciudad, como es el caso del Cigarral de Caravantes o Abacería. (tabla I-3)

**Tabla I-3: Distribución espacial de los establecimientos hoteleros**

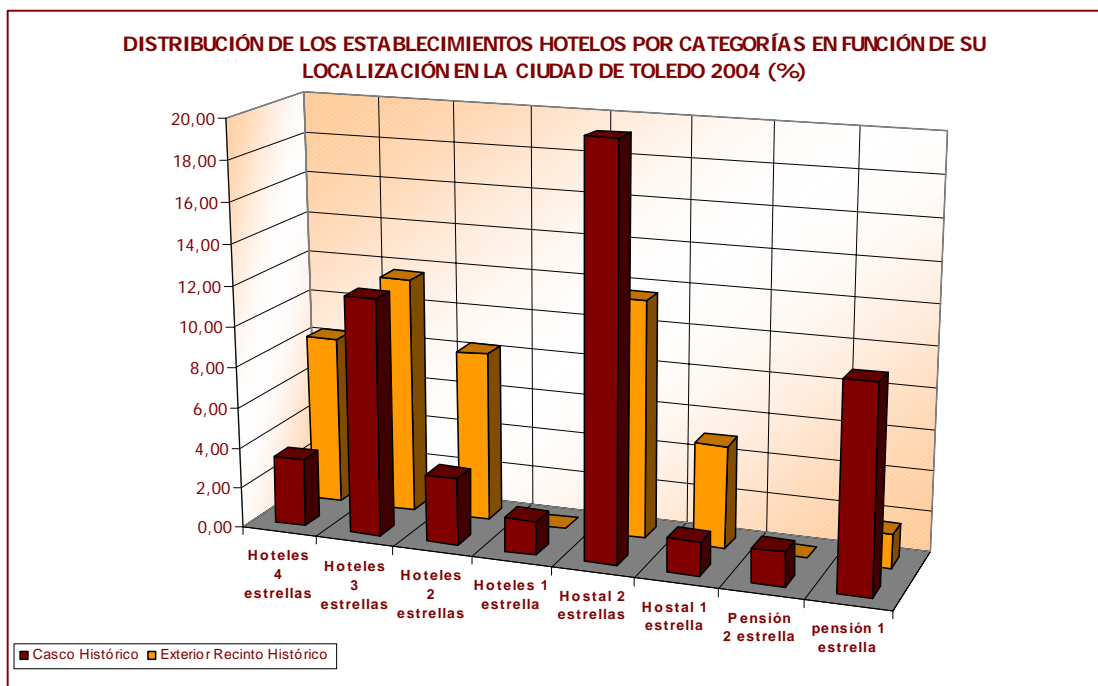
	CASCO HISTÓRICO	EXTERIOR RECINTO HISTÓRICO	TOTAL
<b>Hoteles 4 estrellas</b>	28,57	71,43	100,00
<b>Hoteles 3 estrellas</b>	50,00	50,00	100,00
<b>Hoteles 2 estrellas</b>	28,57	71,43	100,00
<b>Hoteles 1 estrella</b>	100,00	0,00	100,00
<b>Hostal 2 estrellas</b>	63,16	36,84	100,00
<b>Hostal 1 estrellas</b>	25,00	75,00	100,00
<b>Pensión 2 estrellas</b>	100,00	0,00	100,00
<b>Pensión 1 estrellas</b>	85,71	14,29	100,00

Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia

Los hoteles de dos estrellas muestran una mayor presencia en el exterior del casco histórico, ubicándose fundamentalmente en las zonas de borde de casco, como es el caso del Hotel Diamantista, próximo a la Torre del Hierro y la Casa de la que recibe el nombre, a orillas del río Tajo, y en las carreteras de circunvalación, como ocurre con el Hotel los Cigarrales, y la Almazara (Ctra. Piedrabuena).

Los hoteles de una estrella no tienen mucha presencia en Toledo, y tan solo hay un establecimiento, localizado en el interior del casco histórico, el Hotel Imperio en la calle Cadenas.

La recuperación de edificios de valor monumental para la actividad turística se ha hecho en base a la instalación en éstos, de pequeños alojamientos con encanto, que adquieren la categoría de hostales de dos estrellas, que tratan de hacer sentir al turista que en ellos pernoctan, la diversidad cultural que Toledo posee. La mayor parte de ellos se ubican en el centro histórico de la ciudad, el 63,16% como es el caso de la Posada de Manolo, Hostal Casa Cisneros, Hostal Infantes, Hostal la Campana, Almunia San Miguel, etc. Fuera del recinto histórico (36,84%), la ubicación de este tipo de establecimientos se localiza en el barrio de Covachuelas, como es el caso de la Hospedería de la Reina. Ya en las vías de acceso la tipología cambia y los establecimientos adquieren un carácter más moderno, como ocurre en los hostales Los Guerreros, Boxes o Madrid. (gráfico I-3)



Fuente: Inventario de Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia.2004

Respecto a los hostales de una estrella, existe un mayor número en el exterior del casco histórico, con un total de tres establecimientos (75%), mientras que en el casco solo se localiza uno el Hostal La Posada de Zocodover.

Por último, el análisis de las pensiones nos muestra como prácticamente la totalidad se encuentra en el interior del casco histórico, se ubican en edificios cuyo propietario destina alguna de sus plantas a este tipo de actividad, como es el caso de la Pensión Segovia, Virgen de la Estrella o la Belviseña.

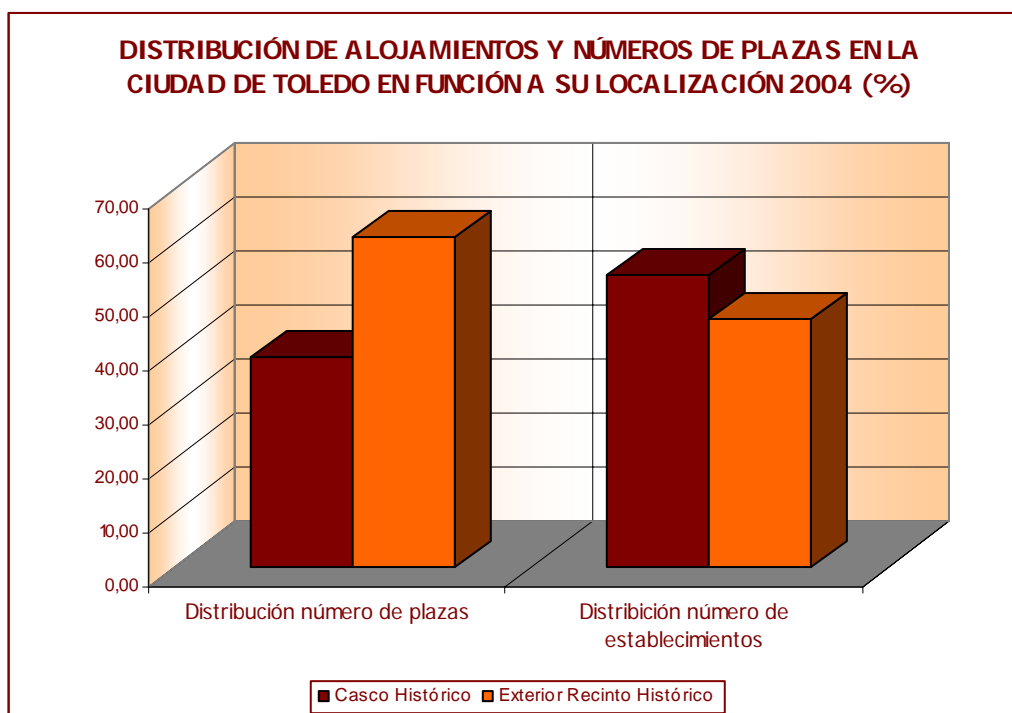
Toledo, hasta la actualidad no contaba con ningún hotel de cinco estrellas, sin embargo, está pendiente la apertura del gran complejo hotelero de el Cigarral "El Bosque", que se convertirá en el establecimiento de mayor número de plazas de la localidad, así como el primer alojamiento de la categoría máxima de la comunidad autónoma castellano manchega, y supondrá un fuerte apoyo para la opción "Toledo: Ciudad de Congresos", puesto que vendrá a complementar la oferta del Palacio de Congresos que se está construyendo en la actualidad, en el Paseo de Miraredo, para la celebración de congresos, reuniones y otro tipo de actividades vinculadas con el turismo de negocios.



### I.2.2.- Una planta hotelera donde predominan los establecimientos de pequeño tamaño

El sector hotelero de Toledo muestra importantes cambios si se analiza con respecto al número de plazas, la escasez de espacio para edificar, así como el reducido tamaño de las parcelas en el interior del Casco Histórico, implica que los establecimientos sean de una dimensión pequeña o media, y por lo tanto concentren un menor número de plazas (38,84%), tan sólo existen 7 establecimientos que superan las 60 plazas ( como es el caso de San Juan de Los Reyes, Alfonso VI y Carlos V) ubicados en el borde del casco. La posibilidad de construir establecimientos de mayor capacidad en el exterior, situándose por ejemplo, en antiguos cigarrales, implica que haya una concentración del 61,16% del número de plazas totales que oferta la ciudad. (gráfico I-4)

La distribución de las plazas en función de la localización de los establecimientos, nos muestra como la mayor parte de la oferta se ubica en el exterior del recinto histórico, puesto que la disponibilidad de suelo es mayor y las restricciones urbanísticas son menores, permitiendo que los grandes hoteles toledanos se puedan ubicar con más facilidad. Especialmente relevante es que el 80,22% del número de plazas de los hoteles de cuatro estrellas se ofertan en el exterior del recinto histórico, frente al 19,78% que se encuentra en el interior. (tabla I-4)



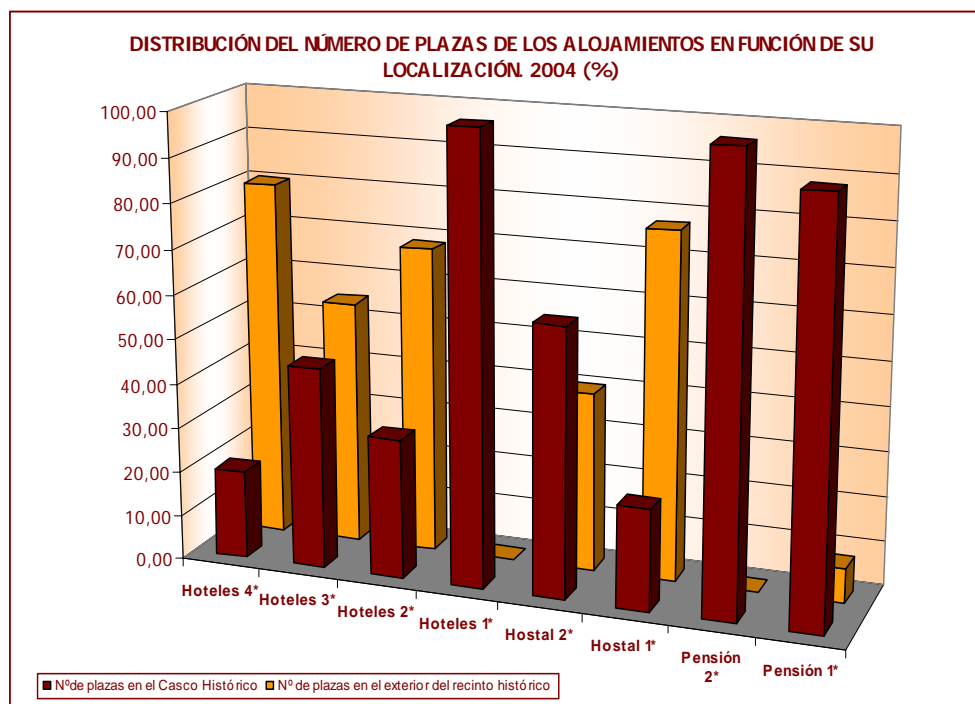
Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

**Tabla I-4: Distribución espacial por categorías de la planta hotelera**

	Total nº de plazas	Nº plazas Casco histórico	Nº plazas en el exterior del recinto histórico	% plazas en el caso histórico	% plazas en el exterior del recinto histórico	Total
Hoteles 4*	1254	248	1006	<b>19,78</b>	<b>80,22</b>	100,00
Hoteles 3*	1125	509	616	<b>45,24</b>	<b>54,76</b>	100,00
Hoteles 2*	333	104	229	<b>31,23</b>	<b>68,77</b>	100,00
Hoteles 1*	36	36	0	<b>100,00</b>	<b>0,00</b>	100,00
Hostal 2*	494	296	198	<b>59,92</b>	<b>40,08</b>	100,00
Hostal 1*	62	14	48	<b>22,58</b>	<b>77,42</b>	100,00
Pensión 2*	12	12	0	<b>100,00</b>	<b>0,00</b>	100,00
Pensión 1*	129	119	10	<b>92,25</b>	<b>7,75</b>	100,00

Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

El casco histórico, acoge fundamentalmente la oferta vinculada a pequeños establecimientos tales como hostales y pensiones, localizándose la práctica totalidad de las plazas en el interior del recinto amurallado. (gráfico I-5)



Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

El auge del "turismo cultural" al que estamos asistiendo en la última década y la proximidad de Toledo a uno de los principales emisores turísticos de España como es Madrid, ha propiciado que el casco histórico vuelva a recuperar en cierta medida su funcionalidad hotelera, perdida en la década de los 80. De este modo, son numerosos los establecimientos que, a través de su nueva apertura así como aquellos que mejoran sus instalaciones, tratan de atraer visitantes que pernocten en el interior de la ciudad y conseguir así en cierta manera revitalizar el Casco.

La rehabilitación de edificios históricos ubicados en el centro histórico, implica a su vez una recuperación de la vitalidad del mismo, sin embargo, es necesario adecuar este espacio a las necesidades que una actividad como es la turística requiere. Numerosos son los factores favorables a los alojamientos situados en el recinto histórico, por lo general son edificios de alto valor monumental y son éste, junto a su ubicación sus mayores atractivos, sin embargo, el trazado urbano del casco histórico de Toledo, implica unas limitaciones, fundamentalmente en lo que respecta al tráfico rodado, por lo tanto se deben poner en marcha planes vinculados a las mejoras de aparcamiento que favorezcan que los visitantes pernocten en los alojamientos del recinto amurallado, mejorar la señalética de la ciudad, tanto del viario local, como de los establecimientos vinculados al sector, así como de los monumentos de la ciudad. De este modo, la lectura de la ciudad, por parte del visitante será más cómoda y a su vez más provechosa.

### **I.2.3.- Una ocupación hotelera baja marcada por las estancias de fin de semana**

La situación de Toledo, con respecto al nivel de ocupación de los establecimientos hoteleros, responde a una dinámica que se repite en otras ciudades históricas del interior peninsular. Al contrario de lo que ocurre en los destinos de sol y playa, donde las temporadas de máxima y mínima afluencia turística están claramente delimitadas, en Toledo, esta temporalidad no se refleja de forma tan exacta a la hora de determinar que períodos se identificarían con la temporada alta de la ciudad. En base a la evolución del grado de ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros de la ciudad, durante el último quinquenio (1999-2003), y en tras el análisis de los resultados obtenidos en la Encuesta de Ocupación hotelera (INE), en este período el nivel de ocupación medio se cifró en un 52,64%.

En base a los datos de los últimos años, se ha producido un descenso en la ocupación de los establecimientos hoteleros, especialmente reseñable en la media anual, en la que se observa una pérdida del 5,05% en un período de tres años. Mientras que el año

2000, presenta el máximo obtenido en el quinquenio analizado, 54,78%, el año 2001 supone el punto de inflexión, propiciado por los acontecimientos de repercusión internacional que incidieron directamente en la actividad turística, y especialmente en la recepción de turistas extranjeros, y es a partir de este año, cuando los niveles disminuyen, ligado a su vez a la "crisis turística" que vive el país en general, obteniéndose en 2003, el nivel de ocupación más bajo obtenido en los últimos cinco años, 49,73%. (tabla I-5)

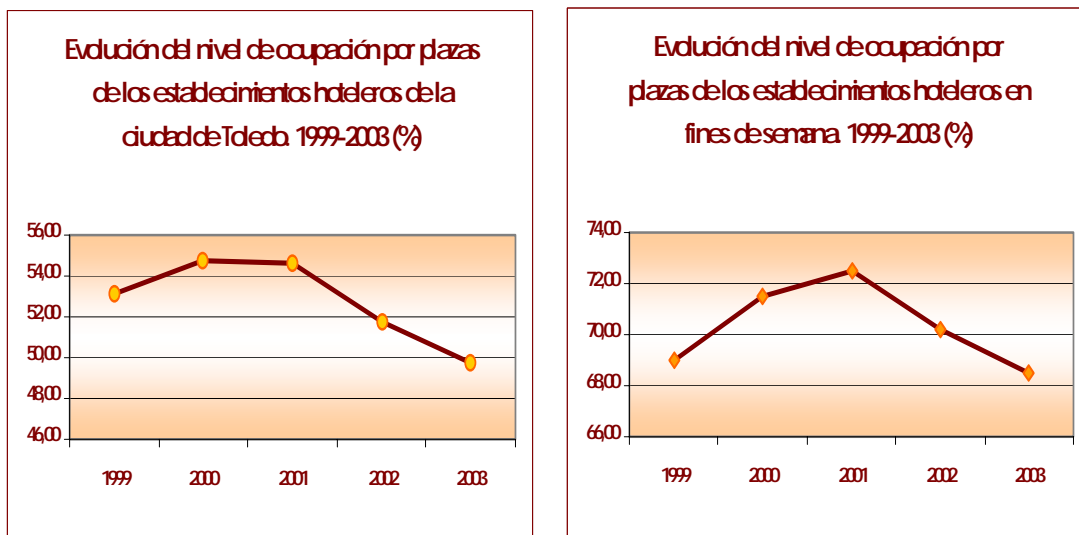
**Tabla I-5 : Niveles de Ocupación media de los establecimientos hoteleros. 1999-2003**

	Ocupación media anual por plazas (%)	Ocupación media anual por plazas en fin de semana (%)
1999	53,1	68,98
2000	54,78	71,53
2001	54,61	72,48
2002	51,75	70,18
2003	49,73	68,48

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. 1999-2003

Toledo, es un destino en el que el excursionismo, y las estancias cortas de fin de semana, son las principales fórmulas de viaje. Prueba de ello, es que mientras los valores de ocupación media anuales, se sitúan próximos al 50%, durante los fines de semana, estas variables se superan notablemente alcanzando valores próximos al 70%. En los últimos años, estamos asistiendo a un ligero descenso en la recepción de visitantes internacionales, ausencia que se cubre en cierta manera con un mayor incremento del turismo nacional. (gráfico I-6)

**Gráfico I-6: Evolución del nivel de ocupación media anual de los establecimientos hoteleros. 1999-2003**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. 1999-2003

La estacionalidad es uno de los factores que determinan el nivel de ocupación, aunque en los destinos culturales, no es tan marcada como en los destinos de sol y playa. A pesar de ello, es la época invernal la que registra los valores mínimos, próximos al 40%. En el período analizado, tan solo en el año 2001 se superó esta cifra, situándose en un 41,82%. Los acontecimientos de 2001 (11-S, SARS) tuvieron especial repercusión en el año 2002, registrándose una caída de tres puntos, (38,66%) con respecto al año anterior. En el año 2003 los valores recogidos muestran una ligera recuperación 39,52%.

La temporada media se identificaría con los meses de primavera y otoño, cuyos ritmos de ocupación muestran ciertas diferencias en función de los años analizados. Mientras que la época primaveral se caracteriza una cierta estabilidad, marcada por las diversas festividades que acontecen en estas fechas, como es el caso de Semana Santa, y la celebración del Corpus Christi. Tan solo el año 2003, registra inferior a la media, 50,31%, reflejo de la tendencia que está teniendo lugar desde el punto de vista turístico en el resto del país.

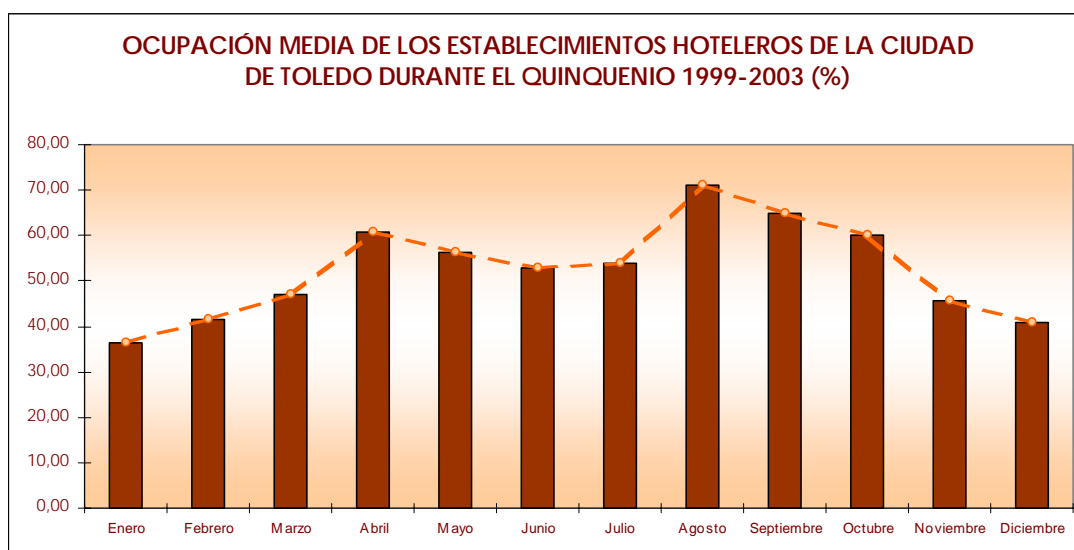
El nivel de ocupación de la época otoñal, atiende a un ritmo desigual, marcado por constantes altibajos. Mientras que en 1999 se registró un 57,71%, en el año 2000 se produjo un importante incremento, llegando a niveles próximos al 62%, muy superiores a la media, 56,86%. El cambio de siglo supone para esta temporada un

descenso constante, que se inicia en el año 2001 (57,74%) y culmina en 2003 obteniéndose un 52,19%. (tabla I-6)

La época estival, implica en Toledo, la temporada en la que los establecimientos hoteleros de la ciudad registran mayores índices de ocupación, estableciéndose una media de un 59,38%. Sin embargo los cambios en la coyuntura social y económica tanto nacional, como internacional han incidido de manera directa en la actividad turística. En este sentido desde 1999 a 2001 se produjo un incremento correlativo, 60,32%, 60,75% y 61,63%, respectivamente. De nuevo, el 2001 es el punto de inflexión que marca el freno de este aumento, comenzando de este modo un receso en los valores registrados, de tal modo en 2002 se obtiene un nivel de ocupación del 57,92%, ligeramente inferior a la media quinquenal, sin embargo es en 2003, cuando los establecimientos hoteleros recogen cifras notablemente más bajas a las alcanzadas en años previos, 56,29%, situándose 3,09 puntos por debajo de la media obtenida entre los años 1999-2003.(gráfico I-7)

**Tabla I-6: Temporalidad de los niveles de ocupación de los establecimientos hoteleros. 1999-2003**

	1999	2000	2001	2002	2003	Media quinquenio
<b>Temporada invierno</b>	37,59	40,30	41,82	38,66	39,52	39,58
<b>Temporada primavera</b>	55,88	55,81	56,86	54,87	50,31	54,75
<b>Temporada verano</b>	60,32	60,75	61,63	57,92	56,29	59,38
<b>Temporada otoño</b>	57,71	61,71	57,74	54,94	52,19	56,86



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. 1999-2003

La situación de Toledo en el ámbito de la región turística madrileña, incide de manera directa en los ritmos de afluencia turística a la ciudad. La proximidad al principal foco emisor de visitantes, Madrid, implica que durante los fines de semana y las estancias vacacionales cortas, se registren los niveles de ocupación mayores en la ciudad, próximos a una media del 70% en el último quinquenio estudiado.

El análisis por temporadas durante los períodos de fin de semana nos muestra valores de ocupación muy superiores a los registrados en la media anual, siempre en base a los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE). Mientras que a lo largo del año la estacionalidad atiende a tres etapas, *baja*, que se identifica con los meses de invierno, *media*, que abarca tanto la primavera como el otoño, y por último, temporada alta, que se registra en la época estival, y fundamentalmente en los meses de verano.

La ocupación de fines de semana, viene marcada por una ligera variación, el invierno sigue siendo la estación con menor afluencia de visitantes que pernoctan en los establecimientos hoteleros, sin embargo, se produce un cambio entre las estaciones que albergan la temporada alta, coincidiendo en este caso con los meses de primavera y otoño (74,15% y 75,73% respectivamente), favorecidos por la presencia de visitantes de proximidad, que durante el verano y con motivo de la mayor duración del período vacacional eligen destinos más lejanos, de ahí que los niveles de ocupación registren un ligero descenso (71,68%). El siglo XXI, comenzó en Toledo con un incremento en los niveles de ocupación, en todas las estaciones menos en la primavera, pasando de un 78,80% a un 72,81%. Durante el 2001 se obtienen niveles próximos al 75% en los meses de primavera y verano, y del 80% en la época otoñal. Sin embargo, este año actúa como punto de inflexión y freno en la recepción de turistas, prueba de ello, es que a excepción de la época invernal de 2002, en la que los acontecimientos internacionales ya están relativamente asimilados, se produce un ligero incremento, 60,25% frente al 59,71% registrado en el año anterior. En el resto de las estaciones por el contrario se refleja esta caída, fundamentalmente en el otoño, perdiendo en un año 4,45 puntos (80,58% en 2001, y 76,09% en 2002). Esta tendencia a la baja se mantiene durante 2003, especialmente notable en los meses de la época estival y la otoñal, 66,69% y 73,60% respectivamente, situándose por debajo de la media quinquenal (tabla I-7). Tan solo durante los meses de invierno se denota una ligera recuperación alcanzando una ocupación media del 61,06% (gráfico I-8)

En el año 2004, la percepción obtenida es de una cierta recuperación con respecto a la caída registrada en los últimos dos años, como se recoge en el *Inventario de Establecimientos Hoteleros*. En el que la mayor parte de los hoteleros, cifran un nivel

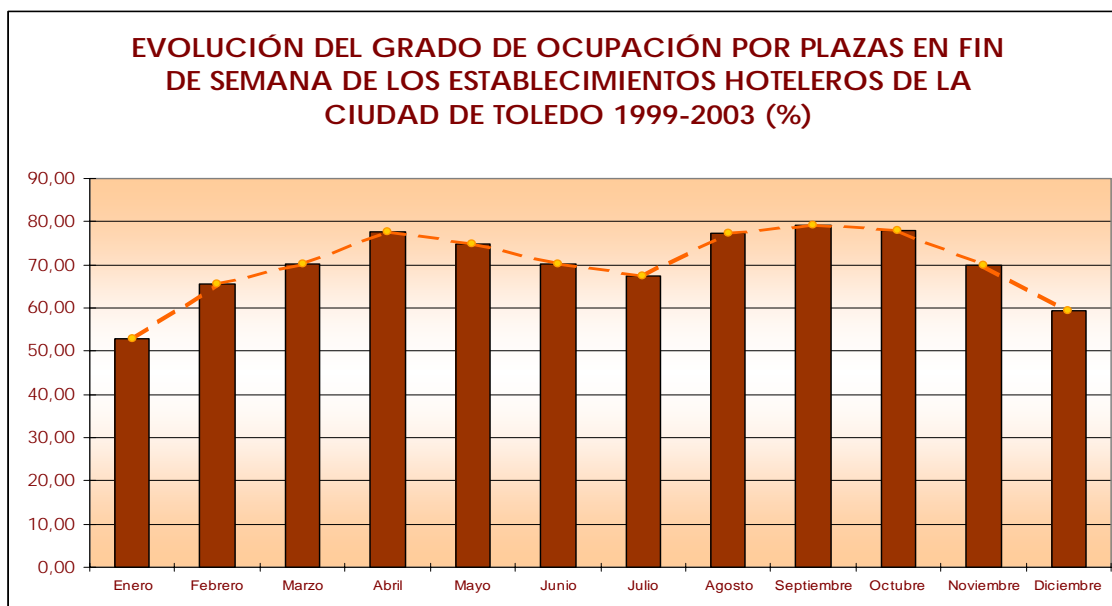
de ocupación entre el 60% y 80% en épocas de máxima afluencia turística, propiciado fundamentalmente por la presencia del turismo nacional.

**Tabla I-7: Evolución del nivel de ocupación durante fines de semana. 1999-2003**

	1999	2000	2001	2002	2003	Media del quinquenio
<b>Invierno</b>	54,08	61,08	59,71	60,25	61,06	59,23
<b>Primavera</b>	78,80	72,81	74,73	72,22	72,19	74,15
<b>Verano</b>	71,13	74,47	74,44	71,67	66,69	71,68
<b>Otoño</b>	70,99	77,39	80,58	76,09	73,60	75,73

**Tabla I-7: Evolución mensual de los niveles de ocupación durante fines de semana. 1999-2003**

	1999	2000	2001	2002	2003	MEDIA QUINQUENIO
<b>Enero</b>	44,75	56,20	58,64	51,61	53,00	52,84
<b>Febrero</b>	65,39	63,60	63,21	63,48	72,03	65,54
<b>Marzo</b>	73,68	66,50	73,54	70,63	66,81	70,23
<b>Abril</b>	82,13	79,33	76,82	71,39	77,76	77,49
<b>Mayo</b>	80,6	72,59	73,84	74,63	72,01	74,73
<b>Junio</b>	68,19	71,72	73,32	68,5	68,93	70,13
<b>Julio</b>	64,24	68,67	68,46	71,41	64,44	67,44
<b>Agosto</b>	80,97	83,03	81,54	75,09	66,69	77,46
<b>Septiembre</b>	76,89	79,09	81,21	81,85	77,59	79,33
<b>Octubre</b>	72,27	79,43	83,97	75,65	79,02	78,07
<b>Noviembre</b>	63,81	73,64	76,55	70,77	64,19	69,79
<b>Diciembre</b>	52,09	63,43	57,27	65,66	58,14	59,32



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. 1999-2003



Toledo es uno de los destinos turísticos por excelencia del interior peninsular, sin embargo, su proximidad a Madrid, tiene implicaciones tanto positivas como negativas. Madrid se comporta como el principal foco emisor de visitantes, sin embargo, la oferta que dispone esta gran ciudad no es competitiva para una ciudad media como es el caso de Toledo. Todo ello contribuye a que en esta ciudad la tipología de viaje dominante sea el excursionismo, frente a aquellos que deciden pernoctar, fundamentalmente aprovechando los fines de semana, en los que la planta hotelera toledana, alcanza sus máximos niveles de ocupación.

#### **I.2.4.-Caracterización de la planta hotelera**

Tomando como base el "Inventario de establecimientos hoteleros", precisaremos algunos aspectos como el nivel de ocupación, tipología de clientes y motivo de la visita, empleo, etc...

- Frente a los datos que arroja la Encuesta de Ocupación Hotelera, los empresarios de la ciudad. Tienen su percepción sobre la situación que está atravesando el sector turístico toledano. Es generalizada la sensación de un importante descenso en el número de visitantes, como consecuencia de los diferentes acontecimientos vividos en los tres últimos años, y que ha repercutido tanto en los destinos de interior como los destinos de sol y playa.

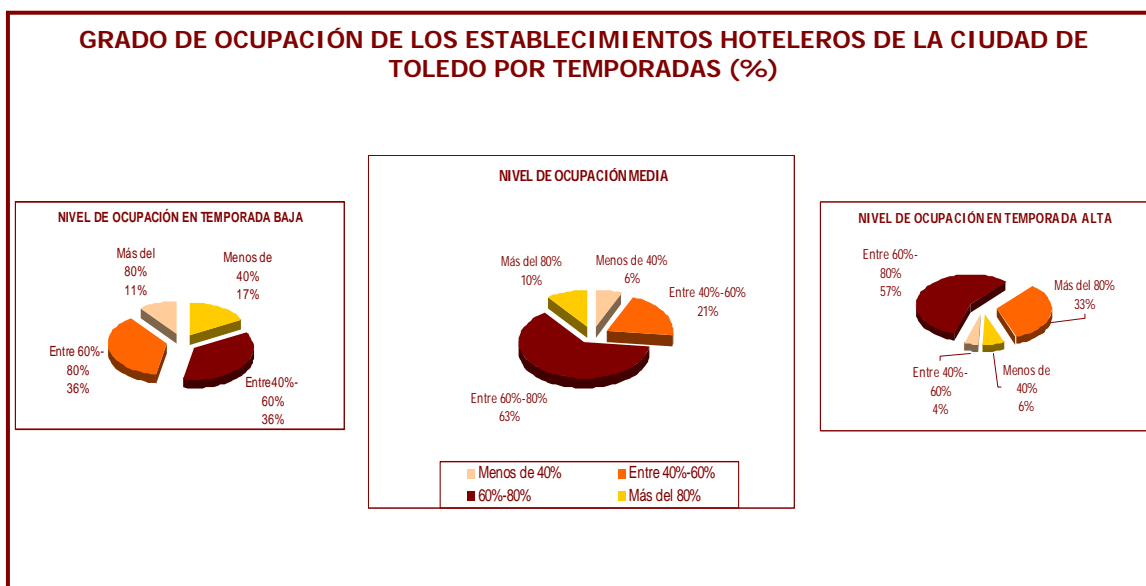
Sin embargo, a pesar de esta "crisis", las cifras nos muestran como el sector hotelero no es uno de los más afectados en la ciudad, de hecho un 62,50% de los encuestados considera que el nivel medio de ocupación anual se encuentra entre el 60 y el 80%, el 20,83% entre un 40% y un 60%; un 10,42% afirma que durante la mayor parte del año mantiene cuotas de ocupación superiores al 80%, y tan solo un 6,25% se sitúan en los niveles inferiores al 40%. (tabla I-8)

**Tabla I-8: Percepción de los hoteleros sobre las tasas de ocupación (2004)**

	Temporada alta	Temporada baja	Ocupación media anual
<40%	6,25	17,02	6,25
40%-60%	4,17	36,17	20,83
60%-80%	56,25	36,17	62,50
más del 80%	33,33	10,64	10,42

Fuente: Inventario de Establecimientos Hoteleros. 2004

Una tendencia general entre los encuestados es la dificultad de establecer las diferentes temporadas en Toledo, resulta verdaderamente complejo diseñar un ritmo exacto de los flujos turísticos, que atienden más bien a estancias de fin de semana, períodos vacacionales cortos, y festividades tradicionales de la ciudad como es el caso del Corpus Christi, no a meses completos como ocurre en otros destinos turísticos del país. (gráfico I-9)



Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

- Respecto a la *tipología de clientes* de los establecimientos hoteleros, cabe señalar que el 86,47% son visitantes individuales, frente al 13,53% que viaja en grupo. Ello se debe fundamentalmente a dos razones, la primera de ellas es que la capacidad de los establecimientos no es muy grande, y por lo tanto la posibilidad de acoger grandes grupos es muy limitada. Y la segunda razón, es que la mayoría de los grupos que visitan la ciudad no pernoctan en ella. Prácticamente la totalidad de los viajes organizados por los touroperadores se limitan a pasar unas horas en la ciudad, y tan solo aquellos que se incluyen en rutas hacia otros destinos consideran la ciudad como centro de pernoctación. La ubicación de Toledo en las proximidades a Madrid, implica un factor negativo en este caso, convirtiéndose de este modo en un destino donde el excursionismo tiene un gran peso.

- El valor patrimonial, cultural e histórico de Toledo es el verdadero atractivo de la visita, prueba de ello, es que el 64,72% de las respuestas obtenidas de los hoteleros señalen que el principal motivo por el que los clientes acuden a Toledo es por ocio, fundamentalmente durante los fines de semana, Semana Santa, la celebración del Corpus Christi y en el verano, principalmente en el mes de agosto. (gráfico I-10)



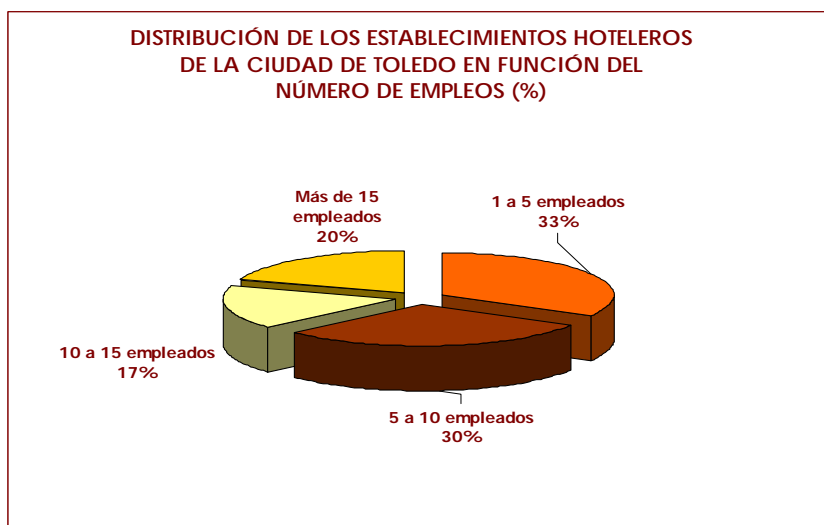
Fuente: Inventario de Establecimientos Hoteleros. 2004

Frente a ello, los motivos profesionales se posicionan como la segunda causa más importante por la que los clientes demandan este tipo de establecimientos, 34,06% , especialmente a lo largo de la semana, donde el número de turistas disminuye considerablemente. Por lo tanto, el sector hotelero presenta una complementariedad de clientelas que permite mantener los niveles de ocupación anteriormente indicados de manera bastante constante a lo largo del año.

- El turismo, se comporta como uno de los sectores más importantes de la ciudad, tanto desde el punto de vista económico, como desde el punto de vista social. Resulta complejo establecer un número exacto del total de empleados que poseen los establecimientos hoteleros de la ciudad, pues no siempre fue facilitada este tipo de información, por ello, podemos estimar el empleo total próximo a las 850 personas desarrollando labores varias dentro de este sector.

El tipo de alojamientos predominante en la ciudad de Toledo es de tamaño medio y pequeño, lo que incide directamente en los puestos de trabajo que acogen, de hecho el 33,33% de los establecimientos tienen en plantilla entre uno y cinco empleados. Se trata de pequeños negocios en los que la ayuda familiar adquiere un importante protagonismo. A continuación, los alojamientos de un tamaño medio suponen el 30% cuyo número de trabajadores se encuentra entre los cinco y los diez. En cuanto el tamaño se amplía, la representación es menor, y solo el 16,67% contrata entre diez y quince personas. Los hoteles más grandes se ubican fuera del recinto histórico, en cuanto se superan las cien plazas hoteleras, el número de empleos se incrementa,

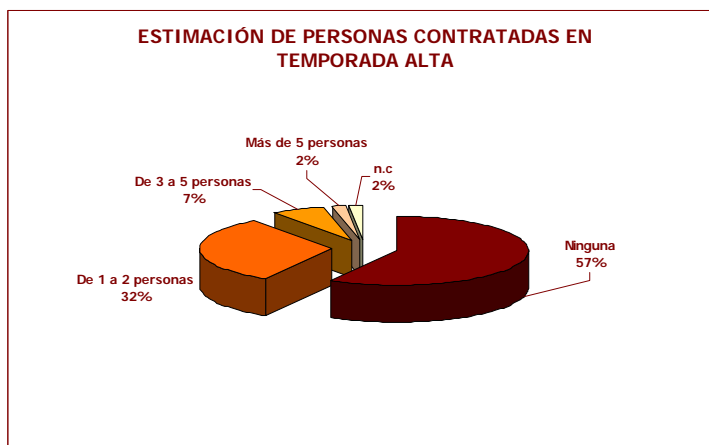
superando los quince, lo que sucede en el 20% de los establecimientos toledanos, el caso más significativo es el Hotel Beatriz que supera los 150 empleados. (gráfico I-11)



Fuente: Inventario de Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia. 2004

Es precisamente el reducido tamaño de los establecimientos lo que incide directamente en la contratación de empleados temporales, especialmente en momentos de máxima afluencia turística. Prueba de ello, es que el 57% de los hoteleros entrevistados no contrataba a ninguna persona, y solo aquellos establecimientos de carácter más familiar afirmaban reclamar ayuda de manera informal.

Conforme aumenta el tamaño del establecimiento, mayor es la necesidad de ampliar la plantilla en fechas donde se llegan a alcanzar niveles de ocupación que oscilan entre el 80% y el 90%, como ocurre por ejemplo en el mes de agosto. Por ello, el 32% de los alojamientos toledanos incorpora entre una y dos personas, y un 7% contrata de tres a cinco personas. (gráfico I-12)



Fuente: Inventario de Establecimientos Hoteleros. 2004-12-08

La tendencia de empleo se rompe en cuanto analizamos la situación de un gran complejo hotelero, que cuenta con más de 500 plazas, en el que la necesidad por cubrir los múltiples servicios ofrecidos a los turistas implica la contratación de un mayor número de personal superior a las quince personas.

El análisis de las dos fuentes documentales consultadas, tanto la EOH, como las labores de investigación realizadas, demuestran, que pese al descenso en la llegada de visitantes a nuestro país, y por lo tanto a los diferentes destinos turísticos, entre los que se encuentra Toledo, el sector hotelero es uno de los menos afectados, manteniendo niveles de ocupación medios superiores al 60%, a pesar de la dificultad de la ciudad por conseguir que el visitante pernocte, pues Toledo sigue siendo uno de los destinos patrimoniales españoles en los que el peso del excursionismo (75%) alcanza cotas muy superiores a las del turista (25%).

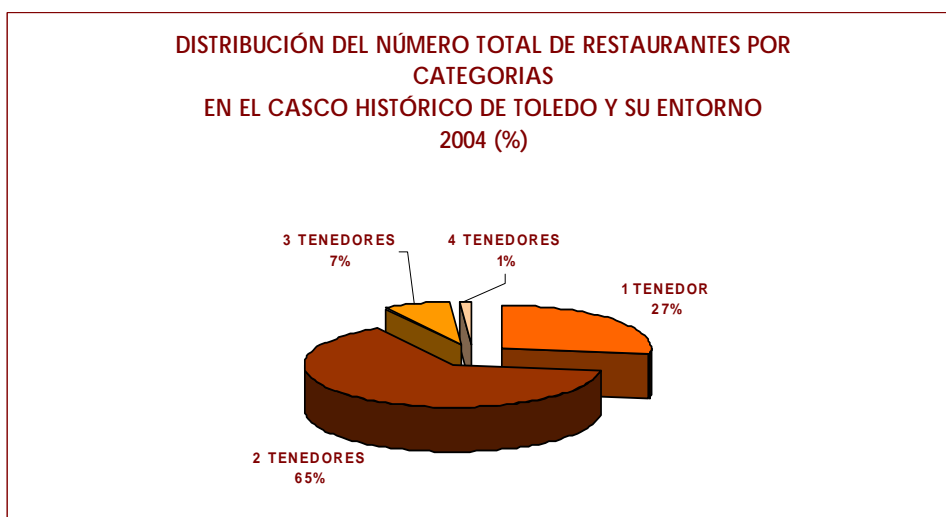
### **I.3.- El Sector De La Restauración: Un Fuerte Incremento Favorecido por el Excursionismo.**

La proximidad de Madrid con respecto a Toledo, así como su condición de destino cultural y patrimonial del centro peninsular, propicia que la tipología de visitante predominante sea el excursionista, que permanece en la ciudad durante unas horas, factor que beneficia al sector de la restauración toledana, teniendo en cuenta; además, que durante años la gastronomía ha sido de uno de los principales reclamos turísticos de Toledo y uno de los sectores de actividad más importantes.

El sector de la restauración de Toledo ha experimentado en la última década un importante crecimiento ya que en 1996 contaba con un total de 118 restaurantes, frente a los más de 200 que hay en la actualidad produciéndose así un incremento del 45,37% y generando más de 660 empleos.

La situación turística en Toledo viene caracterizada por la existencia de un eje turístico principal donde se localizan los hitos monumentales más representativos de la ciudad . A pesar de las limitaciones de la ciudad histórica (accesibilidad, precios y disponibilidad de suelo), la mayoría de los restaurantes se ubican en el recinto histórico el 64,35% del total, distribuyéndose en las calles como C/ Comercio, C/ de la Trinidad; C/ Reyes Católicos, C/ Santo Tomé y C/ Real del Arrabal; quedando el 35,65% disgregado por el resto de la ciudad, pero principalmente por los bordes de casco (Paseo del Circo Romano) y ejes del acceso al centro histórico (C/ Marqués de Mendigorría, Avenida de Madrid, C/ del Cardenal Cisneros y Paseo de la Rosa). (plano 6)

La dinámica de la ciudad durante los últimos diez años en relación a la categoría de los establecimientos muestra un ligero incremento de restaurantes de tres tenedores que se instalan principalmente en el centro histórico y en las vías de acceso a la ciudad, ya que en la actualidad nos encontramos con un total de tres locales en el casco histórico y de seis en las inmediaciones del recinto monumental, como Cardenal Tavera, Paseo de la Rosa y Carretera de Navalpino. Aunque estamos asistiendo a una mejora y renovación de la planta de restauración, las categorías medias y bajas son las que mayor representatividad poseen, prueba de ello es que el 91,37% de la oferta total está englobada por restaurantes de dos tenedores y de un tenedor (64,03% y el 27,34% respectivamente), mientras que los de categorías superiores tienen una presencia notablemente inferior; así el 8,63% restante de la oferta total esta representado por restaurantes tres tenedores con un 7,19 % y de cuatro tenedores con un 1,44%. (gráfico I-13)



Fuente: Inventario Establecimientos Restauración. Elaboración propia.2004

Respecto a los establecimientos ubicados en el Centro Histórico cabe señalar que existe una mayor oferta de restaurantes cuya categoría es media-baja y baja, fundamentalmente predominan los establecimientos de dos tenedores (73,33%), seguidos por los de un tenedor con un 14,67%. Los restaurantes de categorías superiores tienen menor presencia en el casco histórico y representando un 9,33% en el caso de los locales de tres tenedores y 2,67% en los restaurantes de cuatro tenedores; es significativo señalar que en la década de los 90 la ciudad no contaba con restaurantes de cuatro tenedores, pero ya en la actualidad cuenta con "El Casón de los López Toledo" ubicado en la C/ Sillería en pleno casco histórico y con El Peñón en la C/ Carrera en la zona de borde.(tabla I- 9)

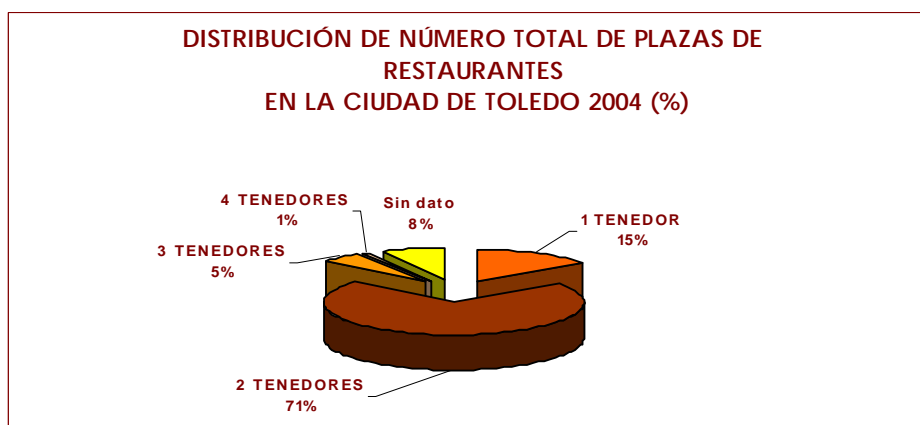
**Tabla I-9: Distribución de restaurantes por categorías**

CATEGORIA	TOTAL N° DE RESTAURANTES ( en la Ciudad de Toledo)	PORCENTAJE (%)
1 Tenedor	38	27.34%
2 Tenedores	89	64.03%
3 Tenedores	10	7.19%
4 Tenedores	2	1.44%
<b>TOTAL</b>	<b>*139</b>	<b>100%</b>

Fuente: Inventario Establecimientos Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004

\*Establecimientos inventariados vinculados a una mayor funcionalidad turística.

Respecto al número de plazas de los restaurantes que actualmente engloban la oferta gastronómica de la ciudad de Toledo, se ha producido un incremento próximo al 22%, ya que en 1996 había un total de 12.765 plazas y en la actualidad hay aproximadamente 16.000 (tabla I-10), un crecimiento importante aunque no tan significativo como el del número de restaurantes, ya que esto indica que Toledo tiene una capacidad de acogida suficiente para satisfacer las necesidades de todos sus visitantes (gráfico I-14)



**Tabla I-10: Planta de restauración por categorías**

CATEGORIA	TOTAL N° DE PLAZAS ( en la Ciudad de Toledo)	PORCENTAJE (%)
1 Tenedor	2434	14.93%
2 Tenedores	11588	71.07%
3 Tenedores	839	5.15%
4 Tenedores	190	1.17%
Sin dato	*1255	7.70%
<b>TOTAL</b>	<b>16306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Inventario de Establecimientos del Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004

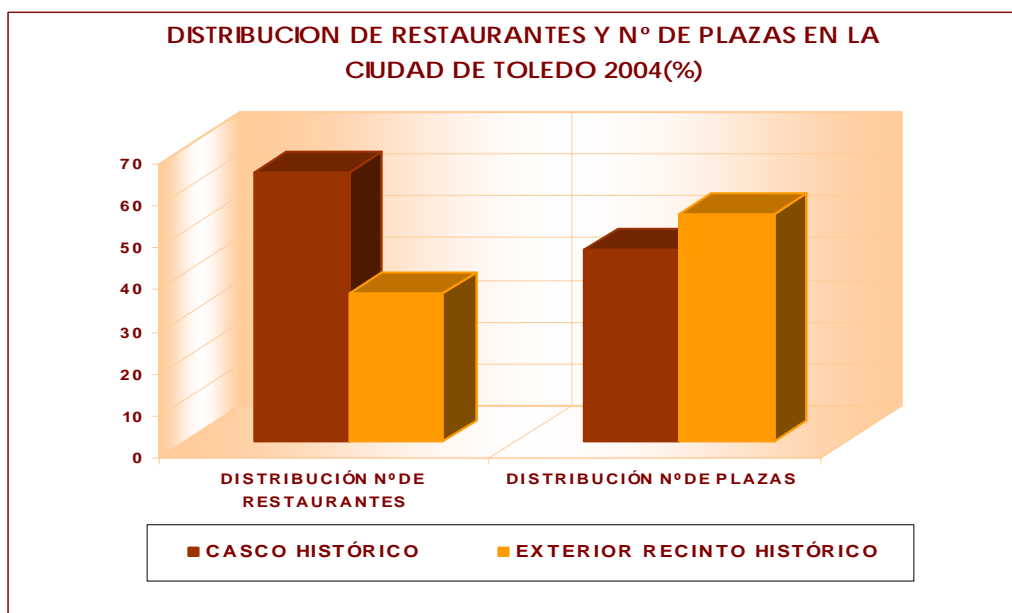
\* Número de plazas de establecimientos inventariados de mayor funcionalidad turística, de los que no se tienen datos de categoría.

En relación al número de plazas es la categoría de dos tenedores la mayor oferta, tanto fuera del centro con un 43,28% como dentro del casco histórico con un 35.51%, situación que se viene manteniendo durante la última década (gráfico I-14). Al igual que ocurría con el sector hotelero aquellos restaurantes con mayor capacidad se ubican fuera del casco histórico y en sus bordes como es el caso de El Cigarral de la Merced en la Ctra. de Piedrabuena, El Rincón de Polo en la C/ Valdecavero y Venta de Aires en el Paseo del Circo Romano, que cuentan con una capacidad superior a las 500 plazas, mientras que los restaurantes que hay en el casco histórico son de menor aforo, ya que la disponibilidad de suelo impide que sean establecimientos de gran tamaño; es el caso del Mesón Vía Máxima en la C/ de la Trinidad, La Campana Gorda en C/ Hombre de Palo y La Taberna ubicada en la Plaza de San Marcos que apenas cuentan con 50 plazas. (tabla I-11)

**Tabla I-11: Distribución espacial de la planta de restauración**

	Nº DE RESTAURANTES	PORCENTAJE (%)	Nº DE PLAZAS	PORCENTAJE (%)
Casco Histórico	139	64.35 %	7460	45.75%
Exterior Recinto Histórico	77	35.65%	8846	54.25%
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>	<b>16306</b>	<b>100%</b>

Fuente: Inventario Establecimientos Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004



Fuente: Inventario Establecimientos del Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004



Tanto el sector hotelero como el de la restauración están suponiendo para el centro histórico factores para la rehabilitación, recuperación y recualificación del Patrimonio; algunos de ellos se ubican en edificios históricos como es el caso del Casón de los López Toledo en la C/ Sillería Nº 3, Los Cuatro Tiempos en la C/ Sixto Ramón Parro Nº 5 incluso algunos de ellos están declarados Bienes de Interés Cultural como la Casa del Temple en la C/ de la Soledad. Este tipo de iniciativas están intentando revitalizar el Casco Histórico toledano a través de la atracción turística, puesto que desde el punto de vista social, la pérdida de población en este espacio se viene haciendo cada vez más notable en la última década.

### **I.3.1.-Caracterización del sector de la Restauración**

Ante las limitaciones de las fuentes de información disponibles (registro de establecimientos, datos de empleo, etc), la investigación se ha centrado en la elaboración de un inventario de establecimientos vinculados con el sector de la restauración y la posterior explotación de las fichas realizadas por el equipo de investigación expresamente para el presente estudio. Teniendo en cuenta, que la obtención de este tipo de información no resulta sencilla de conseguir, los resultados pueden plantear un cierto sesgo y mostrar una realidad que difiere en ocasiones de la observada sobre el terreno.

Para evaluar la influencia del turismo en el sector, se han analizado varios factores como:

- Porcentaje del volumen de negocio generado por el turismo.
- Número de empleados.
- Tipología de clientes en función de la procedencia:
  - Residentes en el barrio
  - Residentes en el resto de la Ciudad
  - Residentes en el resto de la Región
  - Funcionarios y personal de la Administración
  - Visitantes
  - Otros

- La información obtenida con respecto al *volumen de negocio* generado por el turismo arroja valores medios entre el 40 y el 50%. Estas variables se entienden en función de la percepción que los empresarios y empleados del sector poseen sobre el turista, ya que ellos identifican frecuentemente el turismo con el visitante extranjero y

cuya forma de viaje es un grupo. Cuando en realidad como se viene reflejando en los últimos años, es el turismo nacional el dominante en este tipo de destinos.

El volumen de negocio varía en función de la localización, la presencia de un hito monumental de gran peso en la ciudad próximo a un establecimiento implica que los valores superen el 70% como ocurre en el café de las Monjas en la Calle Santo Tomé, Mesón de don Diego en el Corral de Don Diego o el Restaurante la Casona en la Calle Barrio Rey.

Los establecimientos ubicados fuera de las rutas turísticas establecidas, reflejan una realidad totalmente diferente obteniendo valores entorno al 15%, como es el caso del restaurante Venta de Aires cuya capacidad es superior a las 1000 plazas y donde la oferta está vinculada a otro tipo de eventos ( bodas, bautizos, comuniones, reuniones de empresa...) y se ve complementada con la actividad turística favorecida por la presencia de las ruinas del Circo Romano, a pesar de no ser este uno de los hitos con un mayor poder de atracción turística. La presencia de comercios especializados en la venta y elaboración de artesanía en las proximidades de este restaurante incide a su vez en el porcentaje de visitantes, aunque este tipo de negocios de gran capacidad suelen trabajar con grupo de visitantes cuya reserva la realizan con anticipación. Otro ejemplo reseñable es el caso del restaurante de los Cigarrales ubicado en la Carretera de Circunvalación, es un restaurante que sólo trabajan con los grupos de los visitantes, que vienen con viajes concertados a través de agencias, donde el volumen de negocio supera el 90%.

- En lo que a *empleo* respecta el sector de la restauración es uno de los sectores económicos más importantes de la ciudad de Toledo, ya que genera aproximadamente 660 puestos de trabajo.

La capacidad de los restaurantes está estrechamente ligada al empleo; en Toledo hay un predominio de los establecimientos de pequeño y medio tamaño y por lo tanto el volumen de empleo mayoritariamente se cifra entre 1 y 5 empleados (52,29%), son establecimientos que principalmente se ubican en el casco histórico, aunque aquí también hay restaurantes de gran capacidad como es el caso del restaurante Gambrinus en plena calle de Santo Tomé y Mcdonald´s que superan las 300 plazas y emplean a más de 15 personas.

Los restaurantes que emplean a más de 10 personas apenas suponen un 10%, y son aquellos cuya capacidad supera la de los establecimientos ubicados en el centro histórico, como es el caso de los restaurantes el Cigarral de Monterrey en la carretera

de Piedrabuena, y Venta de Aires en el Circo Romano, que superan las 500 plazas y por lo tanto requieren un mayor número de empleados. (gráfico I-15)



Fuente: Inventario de Establecimientos del Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004

La importante afluencia de visitantes en fiestas y momentos puntuales a la ciudad, como la fiesta del Corpus Christi, Semana Santa, y temporada de verano, hace que los establecimientos de restauración amplíen su plantilla contratando a más personal para acoger la importante afluencia de visitantes (tabla I-12).

**Tabla I-12: Establecimientos de restauración por umbrales de empleo**

INTERVALOS	TOTAL N° DE RESTAURANTES ( en la Ciudad de Toledo)	PORCENTAJE (%)
Uno a Cinco empleados	57	52.29%
De cinco a diez empleados	41	37.61%
De diez a quince empleados	5	4.59%
más de quince empleados	6	5.50%
<b>TOTAL</b>	<b>* 109</b>	<b>100%</b>

Fuente: Inventario de Establecimientos del Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004

\*Establecimientos inventariados de mayor funcionalidad turística, de los que se disponen datos de empleo.

- En relación con la *tipología de clientes* que acuden a los establecimientos de restauración, la explotación de la información nos ha permitido conocer la complementariedad existente entre los clientes que proceden de la ciudad de Toledo

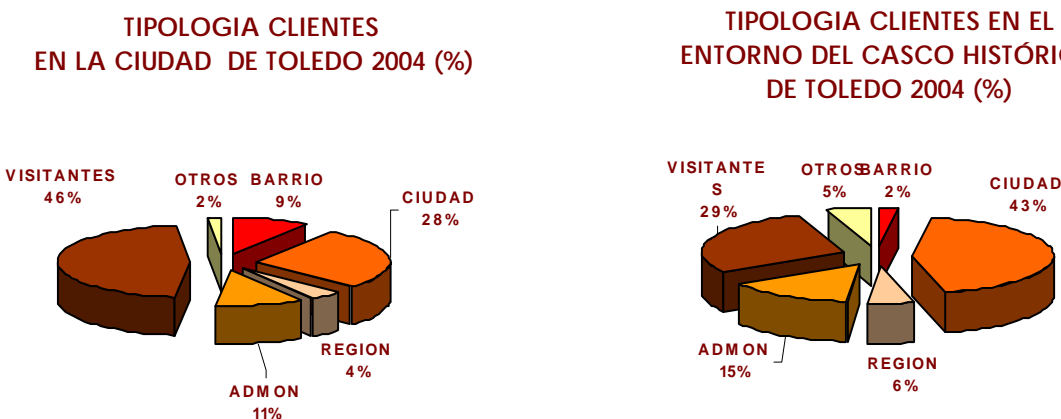
que suponen el 48,25% del total de clientes y el 51,68% que está representado por los visitantes.

La localización de los establecimientos es un factor fundamental a la hora de diferenciar la tipología de clientes propia de cada establecimiento. Conforme nos adentramos en el eje turístico principal queda patente la importancia que el turismo tiene en estos establecimientos pues el 62,39% de la clientela está representado por visitantes mientras que la clientela de la ciudad solo representa el 37,17%. No olvidemos que este es el eje más transitado de la ciudad por los visitantes debido a su importancia monumental y turística y donde la oferta de restauración es mayor.

La pérdida poblacional del Casco Histórico se refleja en la escasa presencia de residentes en esta área de la ciudad en los locales del sector; este tipo de usuarios los encontramos fundamentalmente en establecimientos tales como bares o cafeterías, aunque era frecuente el comentario entre los empleados y empresarios de la "inexistencia de la imagen de barrio" pues apenas hay residentes, tan solo representan un 12,83%.

Son los establecimientos ubicados en las calles Santo Tomé, Trinidad, Comercio y Reyes Católicos donde los visitantes suponen más del 80% de la clientela ya que se ubican en las rutas turísticas por excelencia de la ciudad, donde se localizan los hitos monumentales más visitados de la ciudad, tales como la Catedral, Iglesia de Santo Tomé, el Monasterio de San Juan de los Reyes, las Sinagogas Santa María la Blanca y Tránsito y la Casa-Museo del Greco (gráfico I-16).

**Gráfico I-16: TIPOLOGÍA DE CLIENTES EN LOS ESTABLECIMIENTOS VINCULADOS A LA RESTAURACIÓN EN LA CIUDAD DE TOLEDO 2004 (%)**



Fuente: Inventario de Establecimientos del Sector de la Restauración. Elaboración propia. 2004

En los bordes de la ciudad y sobretodo en las vías de acceso la tipología de clientes es completamente distinta pues ya aquí el grueso de la clientela está representado por los residentes en la ciudad 60,5% ( 46% del resto de la ciudad y 14,5% funcionarios y personal de la administración), el visitante con un 34,50%, tiene una menor presencia pues se aleja del "Toledo turístico".

El porcentaje de personal de la administración y funcionarios en las vías de acceso responde a la localización de organismos públicos como la Jefatura de Tráfico en la Calle Marqués de Mendigorría o los Juzgados localizados en la Bajada de Castilla- La Mancha.

En los últimos años, la oferta del sector de la restauración se ha incrementado considerablemente. A pesar de la disminución en la llegada de visitantes tal como apuntan tanto las estadísticas oficiales, como los propios empresario de la ciudad, el sector sigue incrementando su planta, y se ha iniciado un proceso de mejora de los servicios, surgiendo nuevos locales que apuestan por la calidad. Muchas son las voces que apuestan por el aumento de los turistas, sin embargo, la realidad de Toledo es que el mayor porcentaje de los visitantes son excursionistas, y es precisamente este tipo de clientes los que han propiciado que el sector de la restauración siga en expansión, así como la mejora del nivel de vida de los Toledanos

#### **I.4. Actividad comercial.**

El comercio constituye una de las funciones tradicionales de las ciudades históricas; tiendas y mercados son elementos indispensables de los cascos antiguos que mantienen una elevada centralidad funcional. Este tipo de establecimientos están orientados básicamente a satisfacer las necesidades de la población residente y del área comercial de influencia, sin embargo existe una demanda creciente de productos por parte de turistas y excursionistas. De una parte, aumenta la afluencia de visitantes y en consecuencia se incrementa notablemente el mercado turístico potencial. De otra, existe una progresiva simbiosis entre consumo y ocio, de forma que la propia acción de la compra incorpora una dimensión creciente de ocio urbano.

De hecho, el turismo de compras, un segmento turístico específico, se sustenta en la oferta comercial de la ciudad, especialmente en el comercio especializado de bienes no muy voluminosos (recuerdos, ropa, zapatos, libros, prensa, perfumes, etc.). Es más, la práctica totalidad de los desplazamientos incluyen las compras como un aspecto importante dentro de la visita en un marco general de ocio. En estos casos el visitante

constituye un comprador adicional respecto a la clientela habitual, y su única diferencia estriba en un lugar de procedencia distinto de la ciudad y su entorno inmediato. En suma, la oferta comercial tiende a configurarse como uno de los atractivos turísticos de un buen número de localidades.

#### **I.4.1. Artesanía y otros recuerdos.**

La práctica totalidad de las ciudades históricas españolas conservan tradiciones artesanas centenarias. A diferencia de la artesanía rural, ligada a objetos con evidente funcionalidad práctica, la producción artesana urbana ha estado tradicionalmente orientada a bienes suntuarios y decorativos: el mueble de estilo en León y Salamanca, la forja de hierro en Burgos y Segovia, o la imaginería de León y Burgos. A nivel turístico, únicamente una parte muy reducida de estas tradiciones tienen posibilidades de devenir en actividades de orientación turística. Además del carácter suntuario, estos productos han de ser fácilmente transportable y presentar una estética agradable para el visitante, a cuyo gusto se adecuan diseños y materiales. Estas características han favorecido la proyección turística de un número limitado de productos y de las ciudades con ellos asociados, como sucede con Venecia y el cristal de Murano, Córdoba y la platería y trabajos en cuero (cordobanes, guadamecés) y, en menor medida, Granada y la taracea y la cerámica de fajalauza.

Los trabajos del metal de Toledo constituyen un buen ejemplo de actividad orientada al mercado turístico. Dentro del ámbito de la producción aparece una clara diferenciación entre las actividades del damasquino, espadería y armaduras, aunque en todo caso predominan empresas de reducidas dimensiones, con un importante papel de los trabajadores autónomos, ayudas familiares e incluso de la mano de obra sumergida. Es frecuente la instalación del taller en la propia vivienda y el empleo de trabajo domiciliario. La utilización de intermediarios comerciales es mayoritaria y únicamente una parte reducida de las empresas aúnan producción y venta directa al consumidor. En estos casos la contemplación de las propias labores artesanas constituye un atractivo turístico en sí mismo, un elemento susceptible de incrementar las ventas de un establecimiento.

La existencia de una demanda creciente de productos favorece la mecanización de buena parte de las tareas y la aparición de series de productos semiindustriales de diseño más simple, menores costes y calidad, con destino a un visitante menos dispuesto a asumir el coste inherente al trabajo estrictamente artesano. Si bien algunos talleres de espadería y armaduras mantienen las técnicas tradicionales, la mayoría han procedido a una mecanización avanzada. En el damasquinado aparecen

dos líneas enfrentadas: de una parte, los artesanos puros, que no han introducido maquinaria alguna, defienden la calidad y autenticidad del trabajo artesano y se agrupan en torno a las asociaciones gremiales tradicionales; y de otra, varias empresas de mayores dimensiones que se basan en el trabajo asalariado y han procedido a la semiindustrialización, aún cuando mantienen líneas de mayor calidad elaboradas con técnicas tradicionales.

A nivel de venta al público, el comercio del recuerdo artesano también muestra esta dualidad: por un lado se encuentran una multitud de pequeños comercios con características muy similares al resto de las actividades comerciales minoristas, aunque sus rasgos más específicos (estrategias de localización, etc.) derivan de su orientación prácticamente exclusiva al mercado de visitantes; de otra parte, existe un número reducido de empresas medias que combinan producción (¿industrial?) y venta, orientándose básicamente hacia el mercado del turismo colectivo, con acuerdos de exclusividad con determinados touroperadores.

Los trabajos de campo realizados en el marco de este Proyecto han permitido identificar sobre el terreno un total de 99 establecimientos orientados mayoritariamente a la venta de recuerdos. El número de puestos de trabajo generados asciende a 247, de los que 198,85 están directamente asociados al mercado turístico (a nivel de establecimiento, puestos de trabajo totales x porcentaje de negocio asociado al turismo). El tamaño medio, 2,49 empleos por local, denota una estructura empresarial minifundista derivada de la primacía del negocio familiar con escasa capitalización.

La venta de productos artesanos más o menos genuinos constituye el eje de la actividad de la mayor parte de estos establecimientos; sin embargo, buena parte de las tiendas venden también toda una serie de productos semisuntuarios asociados por el visitante extranjero a la manufactura nacional (Cerámicas Lladró, Perlas Majórica, etc.) y/o ciertos elementos ligados al consumo turístico de masas (camisetas, sombreros, pañuelos, postales, llaveros, guías locales y un largo etcétera). En este sentido, los análisis efectuados permitieron identificar tres tipos básicos de establecimientos en función de su orientación estratégica: (plano 7)

1. *Establecimientos de orientación exclusiva al producto artesano.* Dada la naturaleza suntuaria de buena parte de estos productos, en muchos casos presentan un perfil similar a las joyerías, aunque con una orientación dominante hacia el mercado externo (visitantes y regalos de la población local para personas no residentes). Responden a esta tipología los locales especializados en el damasquino, forma de

ornamentación que consiste en la incrustación de oro y plata en metales más comunes.

2. *Establecimientos mixtos*, en los que coexisten en diferente proporción productos más o menos artesanos con toda una serie de recuerdos estandarizados que evocan la ciudad de Toledo e incluso la imagen turística de España (trajes de sevillana, carteles de espectáculos taurinos, etc.).
3. *Establecimientos especializados en recuerdos de consumo masivo y elevada estandarización* (camisetas, gorros y sombreros, pañuelos, llaveros, figuritas, etc.), que ocasionalmente incorporan productos como carretes de fotografías, botellas de agua, botes de refrescos, bocadillos y un largo etcétera. Su vinculación con la localidad se limita a los motivos impresos en los productos y, en consecuencia, apenas presentan diferencias con establecimientos análogos de otras ciudades.

La estrecha dependencia de este tipo de comercio respecto de la presencia de visitantes determina una localización prácticamente exclusiva en las áreas de fuerte tránsito turístico peatonal, de ser posible en las proximidades de los principales hitos culturales. Así, el comercio turístico de Toledo ha tendido tradicionalmente a localizarse en tres áreas:

1. El eje Zocodover, Comercio, Hombre de Palo, Trinidad y Santo Tomé, itinerario que conecta peatonalmente buena parte de los hitos turísticos del casco y presenta un elevado atractivo ambiental.
2. Una serie de calles y plazas del casco en relación directa con determinados puntos de fuerte afluencia turística, caso de Horno de los Bizcochos y el Alcázar, Puerta Llana y la Catedral, San Juan de Dios y la parroquia de Santo Tomé, o Reyes Católicos y San Juan de los Reyes.
3. Una reducido número de espacios extramuros de estacionamiento cuasiobligado de los vehículos de los visitantes, en especial de los autobuses turísticos (puente de San Martín, paseo del Circo Romano, Hospital Tavera, etc.).

A nivel dinámico, el subsector del comercio de recuerdos parece haberse estabilizado e incluso puede estar experimentando una dinámica ligeramente negativa. Aunque actividad madura, durante bastante tiempo este comercio ha crecido de forma constante, especialmente en ciertas áreas del casco, ya que se ha configurado como una alternativa a actividades comerciales en recesión (alimentación...). Sin embargo,



no se creaba una oferta diferenciada y los nuevos establecimientos se limitaban a imitar los modelos tradicionales.

Esta estrategia de crecimiento sin innovación (de producto, de sistemas organizativos...) ha demostrado tener un límite. De una parte, los establecimientos de mayores dimensiones monopolizan las relaciones con los canales del turismo organizado (touroperadores externos y guías locales). En este sentido, cabe destacar la oposición frontal de buena parte del comercio local a las prácticas de los establecimientos de mayor entidad, acusados por las asociaciones de minoristas de competencia desleal. Y de otra parte se observa una reposicionamiento de una parte de la demanda hacia este tipo de productos, en el marco de una ampliación del interés del visitante hacia una gama mucho más amplia de productos no siempre asociada a la idea de recuerdo.

Como sucede en el resto del comercio minorista tradicional, las respuestas a estos cambios son múltiples. En unos casos se mantiene el negocio hasta su cierre por jubilación del titular o cambio de uso. La dinámica de cambio es especialmente significativa en las inmediaciones de Zocodover, donde el crecimiento de la centralidad comercial apoya la apertura de nuevos establecimientos comerciales (franquicias de moda, etc.). En otros se opta por la ampliación del negocio de acuerdo a los cánones tradicionales, aumentando la superficie de venta y/o diversificando los productos ofertados de acuerdo a los requerimientos de la demanda (bolsos, pañuelos...). De hecho se produce mayor estancamiento en la dinámica de los locales afectos a este uso que en el empleo asociado, en un contexto general de crecimiento del tamaño medio empresarial.

#### **I.4.2. Otros establecimientos comerciales.**

La adquisición de productos artesanos y otros recuerdos es una práctica turística de larga trayectoria. Más reciente es sin embargo la compra de diferentes productos en destino no asociados necesariamente a la idea del recuerdo. Turistas y excursionistas adquieren artículos de vestido y calzado, elementos de decoración, libros... en el marco de una progresiva simbiosis entre la compra y el ocio. De forma paralela, los visitantes recurren a otros establecimientos de servicio como las sucursales bancarias, establecimientos de revelado fotográfico y agencias de alquiler de coches.

Este fenómeno se hace especialmente patente en los grandes destinos urbanos, pero también emerge con fuerza en todas aquellas ciudades con una oferta comercial significativa, caso de Toledo. No obstante, el gasto turístico que se efectúa en el

comercio minorista no se reparte homogéneamente por toda la ciudad, sino que se concentra en aquellas áreas donde coincide una fuerte aglomeración comercial -de hecho, un atractivo turístico en sí mismo- con una presencia significativa de visitantes. Dentro del casco histórico, es el caso del eje Zocodover - Comercio -Hombre de Palo - Trinidad - Santo Tomé y calles aledañas como Real del Arrabal, Horno de los Bizcochos y San Juan de Dios. En la monografía sobre Toledo realizada en el marco del *Estudio sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en las Ciudades Históricas con Patrimonio Arquitectónico Monumental* (Troitiño *et alii*, 1996), se identificaban ya a mediados de los noventa un total de 141 establecimientos comerciales tradicionales situados en esta zona que incorporaban visitantes entre su clientela habitual. Generaban un total de 341 puestos de trabajo, de los que 53,6 eran imputables a la demanda turística.

A otro nivel, la distribución sectorial del negocio turístico refleja situaciones bastante contrastadas. De una parte, responden a una utilización diferencial de los establecimientos comerciales de las distintas ramas de actividad por parte de turistas y excursionistas. De otra, obedecen a diferentes dinámicas sectoriales y distintas estrategias de negocio de los titulares de los locales. Como en otras ciudades de perfil turístico similar, en Toledo la demanda turística incide especialmente en dos subsectores de actividad:

- Comercio de alimentación, dentro del cual panaderías y tiendas de ultramarinos orientan una parte de su negocio a la venta de bocadillos, refrescos y productos alimenticios de tradición artesanal con destino a los visitantes.
- Librerías, papelerías, jugueterías y quioscos, que progresivamente incorporan entre sus productos guías locales, mapas y una amplia gama de recuerdos turísticos de la ciudad.

La dinámica demográfica que ha mantenido el casco histórico durante muchos años, con pérdida de efectivos poblacionales y envejecimiento, deriva en una reducción de la demanda tradicional de los residentes. En cambio, crece el número de visitantes. La confluencia de ambos factores favorece cierta reconversión de buena parte del comercio tradicional en locales parcialmente ligados al consumo turístico.

#### **1.4.3. Proyecto "Turismo de Compras y Ocio en Toledo".**

Las crecientes oportunidades que el turismo de compras -más bien las compras como una de las prácticas turísticas en crecimiento- pueden suponer para los establecimientos comerciales de la ciudad, ha motivado que el Servicio de Turismo de

la Cámara de Comercio e Industria haya desarrollado un proyecto específico a efectos de impulsar esta modalidad turística.

Este proyecto se denomina *Turismo de Compras y Ocio de Toledo* y tiene como elemento central la elaboración de una **Guía de Compras y Ocio de Toledo** con información de todos los establecimientos que se adhieran voluntariamente al proyecto, previa aportación de 120 euros (los miembros de Toledo Convention Bureau están exentos de esta cuota). Esta Guía pretende ser el escaparate comercial de Toledo, ofreciendo a los visitantes una selección de establecimientos de calidad ordenados por sectores y subsectores de actividad:

- Comercio: moda, complementos, regalos, souvenirs, calzado, alimentación, etc.
- Servicios turísticos: restaurantes, bares de tapas, cafeterías, bares de copas, locales de espectáculos, etc.

De cada establecimiento, se aporta una ficha con distinta información de interés para el visitante: artículos de venta, dirección, horario de apertura, idiomas de atención al público, aparcamiento, servicio de mensajería. Además de las fichas, la Guía incluirá un plano de Toledo y un mapa de la provincia, así como una tarjeta individual que garantizará una atención personalizada al usuario.

El Proyecto establece que la distribución de la Guía, de la que en una primera momento se harán 60.000 ejemplares, se apoyará en agencias de viaje, touroperadores que incluyan o puedan incluir Toledo como lugar de visita, oficinas de turismo de la ciudad y del entorno amplio (objetivo central: Madrid), oficinas de turismo de Turespaña en el extranjero, hoteles de la provincia de Toledo. Asimismo, la publicación se difundirá en las principales ferias turísticas y acciones promocionales de Toledo Convention Bureau y se elaborará una versión electrónica en el dominio web de la Cámara de Comercio e Industria de Toledo.

### **I.5. Otros productos del receptivo local.**

En este apartado se hace referencia a un conjunto de productos que se ofrecen en la ciudad al visitante más allá del alojamiento, la restauración y el comercio de orientación más o menos turístico. Se trata de un conjunto de actividades emergentes, indicativas de la creciente profesionalización del sector turístico local, que cada vez diseña y oferta productos turísticos más complejos y de valor añadido más elevado. No obstante la participación de diferentes entidades públicas todavía es elevada, como

corresponde a un conjunto de actividades incipientes que necesitan de cierto liderazgo público en el marco de diferentes actuaciones en favor del desarrollo turístico de la ciudad.

### **I.5.1. Visitas guiadas a la ciudad.**

Tradicionalmente, las visitas guiadas a la ciudad eran un producto destinado únicamente al visitante en viaje colectivo, fundamentalmente los montados por los diferentes touroperadores que ofertaban la visita a la ciudad, ya sea como destino único o formando parte de un circuito. La visita y presentación de la ciudad es realizada, de acuerdo a la legislación vigente, por los **Guías Oficiales de Turismo**. Actualmente forman parte de la Asociación de Guías de Toledo 30 profesionales, aunque existen 350 guías habilitados para ejercer la profesión en la ciudad.

En la actualidad al formato clásico de visita se ha unido una serie de productos más complejos ofrecidos por una serie de **empresas locales de servicios turísticos** que también cuentan con Guías Oficiales. Estas empresas ofertan sus servicios también al visitante en viaje individual y en muchas ocasiones diseñan productos "a la carta". Aunque estos paseos no duran demasiado (generalmente unas pocas horas), suponen una forma distinta de adentrarse en la ciudad, más allá de las formas convencionales de presentación de la ciudad, en general demasiado monumentalistas y/o anecdóticas.

Por ejemplo, **Toledo Paisajes** ([www.toledopaisajes.com](http://www.toledopaisajes.com)) ofrece tres tipos distintos de visitas:

- Visitas Teatralizadas, con el casco histórico como escenario.
- Visitas Monumentales (sábados tarde y domingos mañana), con visita a los monumentos más representativos de la ciudad.
- Visitas Nocturnas (viernes y sábados noche), en forma de visitas tematizadas y ambientadas en leyendas y tradiciones toledanas (Toledo Judío, Leyendas de Bécquer, La Inquisición en Toledo...).

La empresa **Eartech Systems** ([www.eartech-systems.com](http://www.eartech-systems.com)) también oferta visitas guiadas por la ciudad en viernes, sábado y domingo.

- Toledo Desconocido: Plazas y Cobertizos, de carácter nocturno.

- Toledo Monumental, con visita a hitos como el Monasterio de San Juan de los Reyes, Sinagoga de Santa María la Blanca y el Entierro del Conde de Orgaz.
- Judíos, Moros y Cristianos: el Toledo de las Tres Culturas, centrado en la Sinagoga del Tránsito, la Mezquita del Cristo de la Luz y la Catedral.
- Los Templarios y las Cuevas de San Miguel, por los barrios mudéjares.
- Toledo Artístico, programada para los domingos.

De forma paralela, **Entorno Toledo** ([www.entornotoledo.com](http://www.entornotoledo.com)) ofrece visitas guiadas diurnas y nocturnas, con formatos y precios similares a los anteriores (Toledo Literario, Toledo Mágico, Mujeres e Inquisición, Leyendas y Enigmas Árabes, Los Gremios Artesanales Toledanos, Carlos V y Felipe II, etc.).

Además de los guías locales y diferentes empresas de servicios turísticos, diferentes **entidades públicas** están ofreciendo la posibilidad de realizar visitas guiadas por la ciudad, de acuerdo a diferentes intereses y en general orientadas hacia aquellos elementos más desconocidos del patrimonio toledano. Estas visitas están orientadas tanto a la población toledana como a los visitantes, y para su realización recurren a los guías oficiales de la ciudad y/o a diferentes empresas de servicios turísticos.

El **Patronato Municipal de Turismo de Toledo** desarrolla una importante labor en este sentido, con una oferta de visitas a la ciudad bastante amplia y diversificada. Durante el invierno 2004-2005 ofrece la posibilidad de realizar dos rutas guiadas gratuitas de lunes a viernes (10:00 y 12:30, previa cita):

- Puertas y Murallas: Puerta de Alarcones, Puerta del Sol, Puerta de Balmardón, Puerta de Alfonso VI y Puerta del Vado.
- Patios y Baños Árabes: Casa del Diamantista, Torre del Hierro, Molinos del Hierro y Baños de San Cipriano.

Además, desde el Patronato se ofertan visitas monumentales guiadas (12 euros) en horario nocturno (de mayo a septiembre: 21:00 y 23:00; de octubre a abril: 19:00 y 21:00), con el objetivo de generar un atractivo adicional que impulse la pernoctación en la ciudad.

- Monasterio de San Juan de los Reyes + Iluminación Artística.

- Centro de Interpretación del Toledo Histórico San Marcos.
- Iglesia de Santo Tomás - El Entierro del Señor de Orgaz.
- Iglesia de los Jesuitas, con vista panorámica desde sus torres.
- Visita panorámica comentada en el tren turístico.

En última instancia, el Patronato Municipal de Turismo participa en diferentes eventos culturales con dimensión turística. Es el caso de la V Jornada Europea de la Cultura Judía 2004, realizada en colaboración con la Red de Juderías de España - Caminos de Sefarad. Del 3 al 5 de septiembre tuvieron lugar diferentes actos relacionados con el pasado judío de Toledo (conferencias, degustación de productos sefardíes, proyección de documentales, gymkhana cultural por la judería, recitales poéticos, conciertos...), con especial protagonismo de dos visitas por las calles de la ciudad:

- Una serie de visitas guiadas por la Judería toledana.
- Y un itinerario tematizado y teatralizado "Regreso a Sefarad", amenizado por un narrador, actuaciones teatrales, música y la degustación de los sabores de la Pascua judía.

De forma paralela, el **Área de Cultura y Educación de la Diputación de Toledo** también cuenta con un *Programa de Visitas Culturales* cuyo objetivo es mostrar el patrimonio histórico-artístico de la ciudad y provincia de Toledo. Sus destinatarios son estudiantes de enseñanza secundaria matriculados en los centros de la provincia, asociaciones de mujeres y amas de casa, y ayuntamientos y otras instituciones. Las visitas diseñadas en la ciudad de Toledo son las siguientes:

- Ciudad de las Tres Culturas (Mezquita del Cristo de la Luz, Catedral, Sinagoga de Santa María La Blanca y Monasterio de San Juan de los Reyes).
- El Greco en Toledo (Convento de Santo Domingo El Antiguo, Museo Parroquia Santo Tomás, Museo de El Greco y Museo de Santa Cruz).
- Museos de Toledo (Museo de Santa Cruz, Iglesia de San Román-Museo de los Concilios y de la Cultura Visigoda, Sinagoga del Tránsito-Museo Sefardí y Casa Museo de Victorio Macho).

- Puentes, Puertas y Murallas (Puentes de Alcántara y San Martín; Puertas del Cambrón, Alfonso VI, Bisagra, del Vado, Baab al Mardúm, del Sol y Plaza del Zocodover).
- Toledo Romántico (itinerario nocturno con visita a Conventos y Cobertizos).
- Rincones Cervantinos (Plaza de Zocodover, Calle Miguel de Cervantes, Museo de Santa Cruz, Plaza de la Concepción, Puerte de Alcántara, Doce Cantos, San Lucas, San Justo, Posada de la Hermandad y Biblioteca Regional).
- Barrios y Baños Mudéjares (Plaza de Zocodover, Tornerías, Plaza Mayor, Calle del Barco, Plaza del Colegio Infantes, Baños del Cenizal, Baños de las Tenerías, Torre de El Salvador y Torre de San Román).
- Judería Toledana (itinerario nocturno por el barrio de la Judería).

De forma más específica, el **Consortio de la Ciudad de Toledo** viene realizando una serie de *Jornadas de Puertas Abiertas "Patrimonio Desconocido"* destinadas a mostrar a toledanos y visitantes diferentes espacios del patrimonio residencial, monumental y arqueológico sobre las que el Consorcio ha estado o está actuando en favor de su rehabilitación.

- Las *II Jornadas* tuvieron lugar entre abril y mayo del 2004. Acompañados por guías oficiales de Toledo y de forma gratuita, los visitantes tuvieron oportunidad de visitar las Termas Romanas de Amador de los Ríos, el Convento de las Jerónimas de San Pablo, los Baños Árabes del Cenizal y el Convento de las Concepcionistas.
- Las *III Jornadas* se están desarrollados a lo largo de los meses de noviembre y diciembre del 2004. De nuevo acompañados por guías y de forma gratuita, los visitantes tienen oportunidad de visitar el Salón Islámico del Colegio de Doncellas (27 y 28 de noviembre), las Cuevas de Hércules (4, 5 y 6 de diciembre), diferentes cuevas en rehabilitación en el Callejón de San Pedro (11 y 12 de diciembre) y la Casa del Armiño (18 y 19 de diciembre).

En última instancia, cabe destacar la visita comentada que se realiza en el **Zocotren** de UNAUTO. Esta visita permite contemplar los principales monumentos del casco histórico, así como obtener una panorámica externa de la ciudad antigua desde miradores privilegiados como la carretera que transcurre entre el Tajo y los Cigarrales.

El año 2003 utilizaron este servicio un total de 69.279 viajeros, situándose la media de usuarios/día en el mes de máxima afluencia (agosto) en torno a 400 viajeros.

### **I.5.2. Cursos de español para extranjeros.**

El turismo idiomático constituye un segmento emergente a nivel nacional, y también en la ciudad de Toledo. El núcleo de la oferta de cursos de español para extranjeros corresponde al centro ESTO (Español en Toledo), de la Universidad de Castilla-La Mancha ([www.uclm.es](http://www.uclm.es) / Español en Toledo) y al Centro de Estudios Internacionales San Juan de la Penitencia, dependiente de la Fundación José Ortega y Gasset.

Desde 1983, **ESTO (Español en Toledo)** ofrece cursos de español bajo el concepto de "Toledo, mi aula de español". De acuerdo a sus planteamientos, "toda la ciudad - sus plazas, comercios, empresas, restaurantes, calles- se ofrece como espacio de comunicación donde practicar el español en el marco de un sorprendente legado histórico-artístico".

En el año 2003, ESTO ofreció 11 programas de español sobre temáticas específicas. Entre otros, cabe destacar los siguientes:

- Curso de Español de Señas, para estudiantes sordomudos.
- Curso de Artesanía y Sociedad toledana, para profesores de español de enseñanza secundaria.
- Curso de Español Comercial, con prácticas en empresas toledanas.

En el año 2004 ESTO amplía y renueva su oferta de cursos, siempre con la filosofía de utilizar la ciudad y su entorno como marco ordinario de conocimiento y comunicación. Por ejemplo, en colaboración con la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, oferta los siguientes cursos:

- Español de los Negocios, con prácticas en empresas de la ciudad (80 horas, un mes).
- Español de la Hostelería, con prácticas en restaurantes y hoteles (60 horas, dos semanas).
- Español del Turismo (60 horas, dos semanas).



- Español de los Vinos (60 horas, dos semanas).
- Español de la Gastronomía (60 horas, dos semanas).

Junto con la Universidad destaca en este ámbito la oferta del **Centro de Estudios Internacionales San Juan de la Penitencia**, dependiente de la Fundación Ortega y Gasset, una institución privada sin fines lucrativos creada en 1978 y dedicada a la promoción de actividades culturales en el ámbito de las Ciencias Sociales y las Humanidades. De la Fundación dependen 5 instituciones entre las que se encuentra el Centro de Estudios Internacionales San Juan de la Penitencia. Las actividades de este centro se inauguran en 1982 con el patrocinio académico de la Universidad de Minnesota (Estados Unidos) y el apoyo institucional de la Diputación Provincial de Toledo.

En el Centro de Estudios Internacionales San Juan de la Penitencia se desarrolla el *Programa de Estudios Hispánicos, Latinoamericanos y Europeos* que se propuso como alternativa a los modelos que para esta clase de enseñanzas ofrecían habitualmente las universidades españolas, organizando para ello una educación dirigida específicamente a alumnos extranjeros, con una gran variedad de asignaturas (desde Antropología y Arqueología hasta Ciencias Políticas pasando por Economía, Geografía, Historia, Arte, Lengua Española, Literatura...)

La oferta del Programa incluye un total de setenta cursos, a los que deben agregarse los estudios dirigidos bajo la supervisión de profesores del Programa sobre aspectos parciales de cada una de esas materias. Todas las clases se imparten en castellano. Los estudiantes que asisten a los cursos proceden de Canadá, Estados Unidos, Japón, y los diferentes países de América Latina (ocasionalmente, también de países europeos). Además el currículum de cada semestre se completa con un programa de cuatro viajes culturales a la Ruta del Quijote, Cuenca y Segóbriga, EL Escorial, Madrid y/o Segovia. También se ofrecen viajes opcionales a Andalucía, y a Salamanca y Ávila.

Se realiza, asimismo, un programa de conferencias que acerca a nuestros estudiantes a pensadores e investigadores de prestigio españoles y extranjeros. Vídeo-coloquios, tertulias, un taller literario, y otro de cine constituyen actividades permanentes del Programa. Actualmente la Residencia Universitaria San Juan de la Penitencia que aloja el programa cuenta con plazas para un centenar de alumnos y todos los servicios de apoyo necesarios : aulas, biblioteca, gimnasio, comedor y cafetería. En el mismo edificio funcionan el Conservatorio de Música, y la Universidad de Castilla - La Mancha.

### I.5.3. Congresos, convenciones y otros tipos de reuniones.

El turismo de reuniones (congresos, convenciones, seminarios...), en fase de acusado crecimiento, constituye una de las modalidades turísticas de mayor interés para los destinos urbanos. En primer lugar, este interés deriva de que constituye una actividad turística claramente desestacionalizada, ya que la mayor parte de las reuniones se celebran en días laborables a lo largo de la primavera y otoño, en contrapunto a la distribución de los turismos del ocio. En segundo lugar, aunque se trata de una modalidad turística cuantitativamente minoritaria, el reducido número de participantes queda compensado por un elevado gasto medio por persona y día. Y en tercer lugar, su importancia estratégica radica en los beneficios que este tipo de eventos aportan a la ciudad en términos de imagen, en especial aquellas reuniones internacionales de fuerte repercusión en los medios de comunicación de masas.

Durante los últimos años Toledo ha apostado fuerte por este segmento del negocio turístico, apoyando una estrategia expansiva soportada en tres elementos:

- La inmediatez con el área urbana de Madrid, uno de los grandes nodos del mercado internacional de reuniones con graves problemas de acogida en determinados momentos del año. Frente a Madrid, la ciudad de Toledo ofrece precios más competitivos y mayor seguridad; el único factor negativo es la distancia al Aeropuerto de Barajas (80 km.), aspecto clave en una modalidad turística donde la accesibilidad es especialmente valorada.
- Un legado histórico de valores ampliamente reconocidos, que otorgan a cualquier reunión un escenario altamente singular.
- Su peso específico como capital regional, hecho que genera múltiples eventos a raíz de su actividad administrativa y universitaria.
- Una oferta de servicios turísticos amplia y creciente, con unos niveles de calidad profesionalidad muy elevados capaz de responder a las exigencias planteadas por las entidades impulsoras y organizadoras de los eventos.

La punta de lanza de esta estrategia es el ***Toledo Convention Bureau*** y la ***Fundación Toledo Ciudad de Congresos***. El primero actúa como oficina de congresos de la ciudad y está gestionada por la Cámara de Comercio e Industria, la Federación Empresarial Toledana y la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería. En la actualidad cuenta con más de sesenta entidades asociadas, que

cubren diversos campos de actuación (hoteles, restaurantes, empresas de ocio, etc.). La segunda integra los tres anteriores más la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, el Ayuntamiento de Toledo y Caja Castilla-La Mancha. Actúa como una organización rectora del turismo de reuniones en la ciudad.

<b>Toledo Convention Bureau: miembros.</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Entidades</b>
Centros y salas para congresos	Ayuntamiento de Torrijos (Palacio I de Castilla), Biblioteca de Castilla-La Mancha (Alcázar de Toledo), Bodegas Osborne, Caja Castilla-La Mancha (Sede Central y Palacio de Benacazón), Cámara de Comercio e Industria de Toledo (Sede Central y Centro de Formación), Casa de la Moneda (Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha), Centro Cívico Santa María de Benquerencia, Centro Cultral San Marcos, Cigarral Santo Angel Custodio, Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, Convento de San Pedro Mártir, Federación Empresarial Toledana (Sede Central y Centro de Formación), Palacio Lorenzana de la Universidad de Castilla-La Mancha, Real Fundación de Toledo, Teatro de Rojas, Bodegas Martúe La Guardia S.A., Escuela Superior de Gastronomía y Hostelería de Toledo, Eventos Monte del Águila Finca Montealegre.
Hoteles	Casona de la Reyna, AC Ciudad de Toledo, Beatriz Toledo, Doménico, Hesperia Toledo, Las Conchas, Pintor El Greco, San Juan de los Reyes, Parador de Oropesa, Parador de Toledo Conde de Orgaz, Alfonso VI, Carlos V, Cigarral de Caravantes.
Restaurantes	Cigarral Hierbabuena, Cigarral de las Mercedes, Finca Los Valdespinos, Restaurantes Adolfo, Restaurantes Aurelio, Casón de los López de Toledo, Casa del Temple, Restaurante Las Provincias, Restaurante La Rama, Venta de Aires, Viñedos Cigarral Santa María, Hostal del Cardenal.
Catering	Alfonso Beltrán Catering
Organizaciones Profesionales de Congresos	Nexo Viajes y Congresos Toledo MCM Publicidad, S.A., Viajes El Corte Inglés.
Otras empresas de organización de eventos	Internacional de Congresos, S.L., PRIORITY, coach & management, Evocarte.
Agencias de viaje especializadas	Viajes Solymar, S.A.
Agencias de comunicación	JER Publicidad, Tangente Publicidad, S.L.
Servicios turísticos	Ayuntamiento de Consuegra, Grupo SEO, Inventa S.L., Madrid Shopping Tour, Mansiones de España y Enoturismo S.L., Navelengua Centro de Ocio, Turismo Rural y Multiaventura, Ayuntamiento de El Toboso.
Autocares	Rubicar S.A., Unauto S.L.
Regalo profesional	Bermejo S.A.

Según los datos aportados por el *Toledo Convention Bureau*, durante el año 2002 se celebraron en la ciudad un total de 997, de los que 39 correspondieron a congresos, 164 a jornadas y 794 a jornadas, conferencias y reuniones. En relación al año 2003, la oficina de congresos de la ciudad contabilizó 818 reuniones con un total de 88.524 participantes. Un análisis más específico de los eventos del año 2003 permite resaltar los siguientes aspectos:

- Tipo de reunión. De las 818 reuniones computadas, 612 fueron Jornadas, 134 Convenciones y 72 Congresos. Aunque el número global de eventos descendió respecto al año anterior, destaca el crecimiento del número de congresos, el tipo de reunión más compleja y que mayores beneficios deja para la ciudad.
- Participantes. De los 88.524 participantes, 64.183 asistieron a las diferentes Jornadas, 14.248 a las Convenciones y 10.093 a los Congresos. El promedio de participantes por evento fue de 108,22 (Jornadas - 104,87; Convenciones - 106,32; Congresos - 140,18).
- Ámbito territorial. De las 818 reuniones celebradas, 331 presentan un ámbito regional, 450 nacional y 37 internacional. En cuanto a los participantes, 35.197 corresponden a eventos regionales, 49.215 a nacionales y 4.112 a internacionales. En todo caso destaca la importancia de los Congresos internacionales, un total de 21 con 2.709 participantes.
- Sectores de actividad. El ámbito de actividad más importante en cuanto a las entidades generadoras de las reuniones es el Económico / Comercial (19,69%), seguida del Público (19,17%), Médico-Sanitario (15,03%) y Universidad (10,88%). En todo caso el 55,44% de las reuniones han estado impulsadas por organizaciones de vocación pública, del tipo colegio, asociación o sociedad profesional.
- Sedes. La mayor parte de las reuniones tuvieron lugar en los salones y salas acondicionadas al efecto en los hoteles de la ciudad, hasta un total del 82,15% de los eventos contabilizados. Los Auditorios de carácter público asumieron un 12,83% (Biblioteca de Castilla-La Mancha, Palacio de Benacazón, Sede Central de la Caja Castilla-La Mancha, Sede de la Caja Rural de Toledo, Sede de la Cámara e Industria, Casa de la Moneda, Centro Polivalente Santa María de Benquerencia, Colegio de Caminos, Canales y Puertos, Escuela Superior de Gastronomía y Hostelería de Toledo, Sede de la Federación Empresarial Toledana, Real Fundación de Toledo, Teatro de Rojas) y las instalaciones de la Universidad un 5,02% (Convento de San

Pedro Mártir, Escuela de Traductores de Toledo, Palacio del Cardenal Lorenzana). Está en construcción el Palacio de Congresos "Miradero", dotado con las más modernas prestaciones con un auditorio-sala principal con capacidad para 1.100 personas y recinto para ferias y exposiciones. Su conclusión está prevista para el año 2006.

- Distribución temporal. Los meses de temporada alta corresponden a la primavera (junio: 9,66%) y el otoño (noviembre: 13,81%); el verano marca el mínimo anual (agosto: 1,83%) y el invierno un mínimo secundario (enero: 7,33%).
- Duración. La duración media de las reuniones celebradas fue de 1,9 días. En concreto, el 78,24% duraron hasta dos días, un 18,13% de 3 a 4 días, y únicamente un 3,63% más de cuatro días.

En suma, Toledo cuenta con una buena base para seguir incrementado su participación en el competitivo mercado del turismo de reuniones durante los próximos años, lo que hace imprescindible la consolidación y refuerzo operativo de las infraestructuras de gestión (*Toledo Convention Bureau* y Fundación Toledo Ciudad de Congresos) y la próxima apertura del Palacio de Congresos.

## **II.-DEMANDA TURÍSTICA: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES Y CARACTERIZACIÓN BÁSICA DE LOS FLUJOS DE VISITANTES.**

Toledo goza de una posición privilegiada dentro del contexto turístico español. Es uno de los destinos de turismo cultural más populares del país y, como tal, son numerosos los flujos de visitantes que se acercan a la ciudad cada año. A nivel nacional, constituye un destino clásico de visita tanto para los visitantes de proximidad que se llegan a Toledo a lo largo de todo el año como para aquellos otros que se desplazan desde regiones más alejadas durante los periodos vacacionales clásicos. Además, su proyección internacional y popularidad hacen de esta ciudad punto de visita obligada para gran número de los visitantes extranjeros que recalcan en Madrid. Así mismo, es destino de múltiples viajes de estudios, visitas culturales e institucionales, excursiones de grupos organizados de carácter comercial y parada casi obligada en los circuitos de turismo urbano que desde Madrid parten hacia las ciudades andaluzas y Marruecos.

A nivel metodológico la caracterización básica de los flujos de visitantes que recibe actualmente la ciudad de Toledo requiere el análisis de múltiples fuentes de información. En este estudio se han utilizado los registros de consultas de las oficinas

de información turística, los registros de visitantes de los principales museos y monumentos, la *Encuesta de Ocupación Hotelera* (INE), resultados de distintos trabajos de campo realizados por este equipo de investigación durante los últimos años e información extraída de la documentación aportada por distintas instituciones. En concreto dos estudios de público: uno llevado a cabo en la Real Fundación de Toledo-Museo Victorio Macho (año 2002) y otro realizado en el Museo Sefardí (año 2000)<sup>1</sup>.

### **II.1. Volumen y evolución reciente de los flujos de visitantes.**

Resulta sumamente complejo cuantificar el número total de visitantes que pasan cada año por un destino turístico debido, en buena medida, a la ausencia de registros estadísticos en los que quede constancia del paso de los turistas. Por una parte, a Toledo acude un elevado número de excursionistas que no pernoctan en la ciudad y de los que no queda, por tanto constancia en los registros de los establecimientos hoteleros. Por otra parte, en un destino maduro de las características de Toledo es de suponer la existencia de un elevado porcentaje de segundas y sucesivas visitas, es decir de visitantes que ya conocen la ciudad y no recalán en museos o monumentos por lo cual tampoco los registros de entrada de estos elementos sirven para conocer de forma exacta el número de turistas de la ciudad. Finalmente tampoco se dispone de un registro fiable del número de visitantes del monumento más visitado, la Catedral que proporcionaría, sin duda, una idea bastante aproximada del volumen total de los flujos turísticos de Toledo.

No obstante las estimaciones indirectas realizadas a partir de múltiples fuentes y técnicas de investigación permiten dar algunas cifras. En Toledo tradicionalmente, y a pesar del profundo desconocimiento existente acerca del volumen real de visitantes que se acercan cada año a la ciudad, se ha venido sobreestimando la magnitud de este parámetro. De esta manera, desde algunas instancias oficiales ya se manejaba a mediados de los años ochenta una cifra superior a los dos millones de visitantes anuales (Avance del Plan Especial del Casco Histórico, Ayuntamiento de Toledo, 1994a; 185). Esta cifra era impensable durante aquellos años, de hecho aún en la actualidad las estimaciones más realistas, aunque aproximadas a falta de trabajos de campo específicos y sistemáticos que nos permitieran afinarlas, no aconsejan hablar de más de 1,6 - 1,8 millones de visitantes anuales.

---

<sup>1</sup> *Estudio de Público. Museo Sefardí.* Encuesta realizada a los visitantes individuales (mayo-octubre 2000). Población infinita. Tamaño de la muestra: 625. Error estimado: 4%. Nivel de confianza: 95,5%. *Estudio de los visitantes de la Real Fundación de Toledo – Museo Victorio Macho.* Encuesta a los visitantes individuales (verano 2002). Tamaño de la muestra: 147.

Nuestro equipo de investigación estimó en 1996 la afluencia de visitantes a Toledo en torno al millón y medio de personas (Troitiño *et alii*, 1996) y sostiene que el volumen de visitantes de Toledo ha estado sujeto durante la última década del siglo XX a un ritmo de crecimiento más o menos constante que se situaba en torno al 5-6% anual. A partir del año 2001, Toledo, sin embargo se ve también afectado por el leve retroceso o estancamiento que han experimentado todos los destinos de turismo cultural.

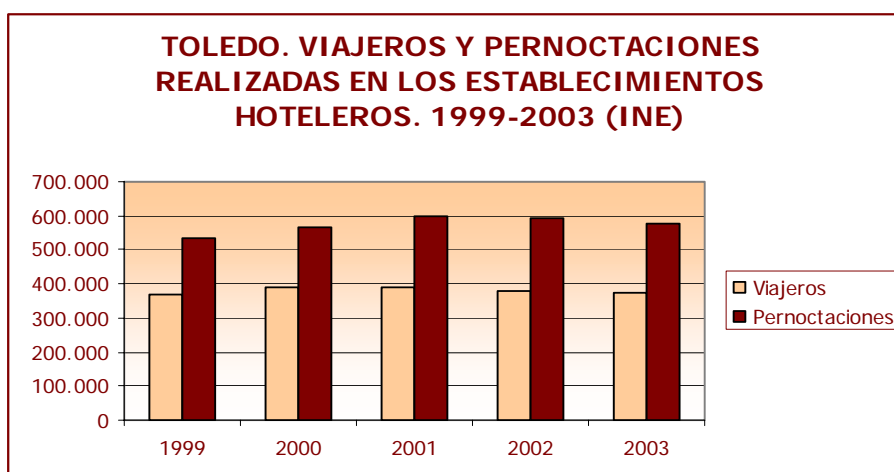
Los datos que sustentan estas afirmaciones provienen de fuentes diversas. Tomando en consideración, por ejemplo, los datos que proporciona la *Guía Oficial de Hoteles* que edita TURESPAÑA y los resultados del trabajo de campo realizado para el año 2004 se observa un marcado crecimiento en la **evolución de la planta hotelera** entre 1991 y el año 2004, con un ritmo medio interanual del 8,55%. La planta de los establecimientos casi se ha duplicado desde 1991. Ha aumentado en 1.328 plazas. En la actualidad se contabilizan 3.445 (dato referido al año 2004). Sin embargo, tanto los viajeros alojados como las pernoctaciones realizadas en los establecimientos hoteleros de la ciudad durante los últimos cinco años se han mantenido más o menos estables; en torno a 380.000 viajeros y 560.000 pernoctaciones anuales. En global las **pernoctaciones** realizadas en estos establecimientos han crecido durante los últimos cinco años un 7,86%, pasando de 533.804 en 1999 a 575.802 en 2003 según los datos de la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE, aunque vienen disminuyendo desde el año 2001 (en global un 3,42%). Por su parte, el número de **viajeros** apenas ha aumentado respecto a 1999 en un 1,66% (de 369.851 a 375.895) y ha venido disminuyendo también durante los últimos dos años a un ritmo del 2% anual (en conjunto un 3,98%).

Así pues, tanto los viajeros alojados como las pernoctaciones realizadas en los establecimientos hoteleros han descendido especialmente a partir del año 2001 en consonancia con el retroceso general experimentado en otros destinos de turismo urbano y cultural del país como Córdoba, Granada o Ávila. En Santiago de Compostela la celebración del año Santo en 1999 y en Salamanca la capitalidad europea de la cultura en 2002 introducen modificaciones que desajustan sus curvas al comportamiento global del resto de los destinos del país.



<b>Toledo. Evolución de la planta hotelera (1989-2004)</b>		
	Número de plazas	Número de establecimientos
1989	1.626	21
1991	1.987	24
1993	2.117	27
1995	2.274	31
1997	2.350	34
1999	2.573	38
2002	2.928	45
2003	3.007	47
2004	3.445	61

Fuente: *Guía Oficial de Hoteles* (TURESPAÑA, varios años). Inventario de Elaboración propia para el año 2004.



<b>Evolución de los viajeros alojados en hoteles en algunos destinos de turismo cultural</b>						
Año de referencia	Granada	Córdoba	Santiago de Compostela	Salamanca	Toledo	Ávila
1999	1.269.700	674.789	488.806	385.004	369.850	170.228
2000	1.270.115	697.296	381.024	432.520	389.856	125.424
2001	1.317.530	710.954	339.948	424.006	391.574	202.229
2002	1.285.706	652.108	376.441	478.813	381.375	203.956
2003	1.236.723	630.818	440.328	470.159	375.985	199.954
Var 99-03	-2,60%	-6,52%	-9,92%	22,12%	1,66%	17,46%
Var 01-03	-6,13%	-11,27%	29,53%	10,88%	-3,98%	-1,12%

Fuente: *Encuesta de Ocupación Hotelera* (I.N.E.)

A nivel global, también se observa una tendencia de crecimiento más o menos sostenido hasta el año 2001, aunque menos clara, en **la evolución del número de visitas efectuadas a los principales museos y monumentos de la ciudad**, especialmente a aquellos que, como Santo Tomé, se encuentran entre los más conocidos de la capital de Castilla-La Mancha. En estos elementos patrimoniales, la fuerte tendencia expansiva de la década de los años noventa se quiebra, sin embargo durante los tres últimos años (a partir de 2001) con el estancamiento e incluso la caída en las cifras de visita. Otros museos y monumentos como el de la Casa del Greco, Santa Cruz o San Juan de los Reyes venían presentando desde mediados de los años noventa líneas evolutivas más estancadas y en algunos casos, como en el de la Casa del Greco, incluso levemente recesivas.

<b>TOLEDO. Evolución del número de visitantes de los principales museos y monumentos</b>								
	<i>Casa. del Greco</i>	<i>Sta. Cruz</i>	<i>Concilios</i>	<i>Taller. del Moro</i>	<i>Sto. Tomé</i>	<i>M. Sefardí</i>	<i>S. Juan de los Reyes</i>	<i>Alcázar</i>
<b>1990</b>	360.059	122.491	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	523.675	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1991</b>	325.878	114.136	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	452.428	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1992</b>	342.660	210.412	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	505.273	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1993</b>	198.726	130.063	25.615	<i>sin datos</i>	475.120	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1994</b>	257.716	120.478	32.164	<i>sin datos</i>	522.949	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1995</b>	208.219	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	507.122	228.077	258.336	<i>sin datos</i>
<b>1996</b>	200.474	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	489.724	218.174	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>1997</b>	218.065	120.858	31.429	23.041	510.698	244.402	312.401	296.566
<b>1998</b>	232.865	122.336	31.105	28.207	590.442	252.477	315.091	315.697
<b>1999</b>	172.146	142.424	39.387	25.359	615.029	278.669	299.727	300.811
<b>2000</b>	cerrado	61.721	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>	639.252	298.370	315.215	<i>sin datos</i>
<b>2001</b>	cerrado	104.283	52.309	26.894	562.645	cerrado	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>2002</b>	205.234	131.067	53.385	15.114	476.967	cerrado	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>
<b>2003</b>	205.000	137.178	51.165	cerrado	418.351	129.954	<i>sin datos</i>	<i>sin datos</i>

Fuente: Consejería de Cultura (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). Parroquia de Santo Tomé. *Estudio de Público del Museo Sefardí*. Casa del Greco. *Inventario de patrimonio* (Troitiño *et alii*, 1996). *Revitalización del Casco Histórico de Toledo* (Gómez Ibáñez y McCue, 1995). Elaboración propia.

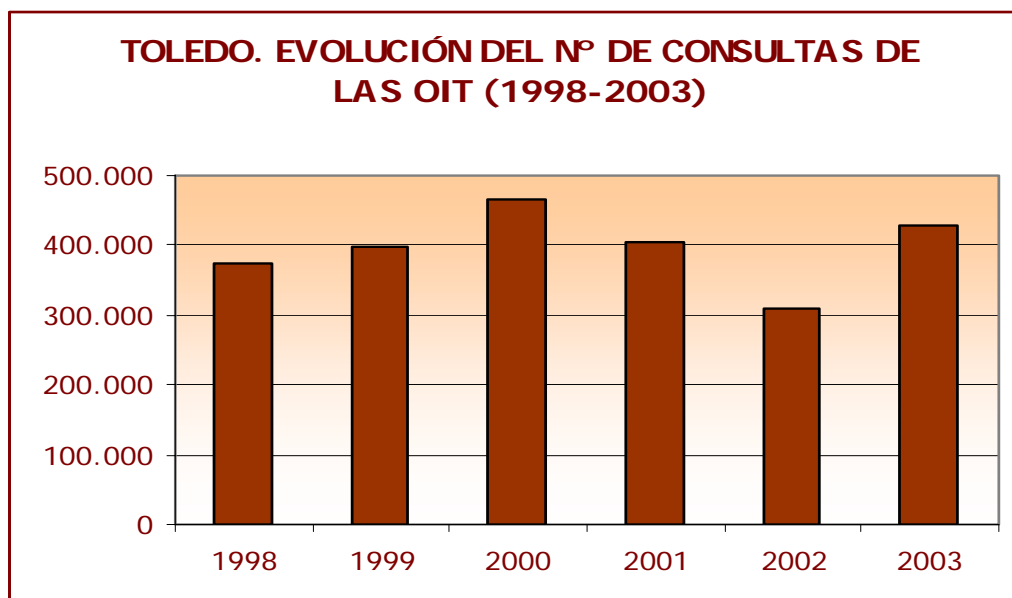
Las razones que explican estas variaciones en las líneas evolutivas de las visitas a los museos y monumentos de Toledo son múltiples y responden a circunstancias variadas.

En primer lugar parece constatarse una tendencia clara hacia el rápido aumento del porcentaje de repetición de las visitas de las ciudades históricas en general. Es decir, por una parte ha venido aumentando el número de visitantes, pero han aumentado también el número de aquellos visitantes que, debido a un conocimiento previo de la ciudad, no repiten la visita de museos y monumentos. Por otra parte, conforme crece la popularidad de un destino turístico, la imagen de dicho destino se consolida y focaliza sobre uno o unos cuantos elementos del patrimonio local, los más potentes, aquellos que encarnan o esencializan lo "mejor" del patrimonio local. Son, pues, estos elementos los que concitan la atención mayoritaria de visitantes quedando el resto confinados a un segundo lugar. En el caso de Toledo estos elementos son fundamentalmente la Catedral y la Parroquia de Santo Tomé (donde se expone al público el famoso cuadro del Greco "El entierro del Conde de Orgaz"). Finalmente, existen también razones de otra índole relacionadas con las políticas de gestión interna de los propios museos y monumentos que explican la evolución de las cifras de visitantes, caso de la existencia de restricciones de entrada a determinadas tipologías de visitantes, la limitación o contingentación de la entrada por razones de conservación, la ampliación o reducción de horarios, etc (García Hernández, 2003).

Por último, **la evolución del número de consultas efectuadas en las oficinas de información turística** de Toledo viene también a confirmar las tendencias observadas de comportamiento de la demanda. Existen actualmente tres oficinas de atención al visitante: la Oficina del Patronato Municipal de Turismo (ubicada en la Plaza del Ayuntamiento), la Oficina de la Junta de Castilla-La Mancha (situada junto a la Puerta de Bisagra) y desde el año 2003 otra oficina situada en Sillería. En los registros de estos servicios de información se observa un fuerte aumento de las consultas efectuadas durante los últimos años de la década de los noventa en relación con los datos de los primeros años de dicho periodo, así como el fuerte retroceso experimentado durante los años 2001 y 2002, especialmente marcado en este último año. El año 2003, sin embargo arranca con una recuperación en las cifras globales de consultas atendidas que podría venir explicada, en parte, por el aumento y mejora de los puntos de información de la ciudad (apertura de una nueva oficina). En total el año pasado (2003) hubo 428.427 atendidas por las oficinas de información turística.

<b>Toledo. Evolución del número de consultas de las OIT</b>				
	<b>Número de consultas</b>			
<b>Año</b>	<b>TOTAL</b>	<i>Of. Bisgra (JC-LM)</i>	<i>Of. Ayto. (Patronato Municipal)</i>	<i>Of. Sillería</i>
1993	87.505			
1994	89.995			
1995	151.869			
1996	<b>Sin datos</b>			
1997	<i>Sin datos</i>			
1998	373.187	179.786	193.451	
1999	399.578	182.930	216.648	
2000	466.496	216.597	249.899	
2001	403.922	209.720	194.202	
2002	309.355	128.083	181.272	
2003	428.847	97.276	197.349	134.222

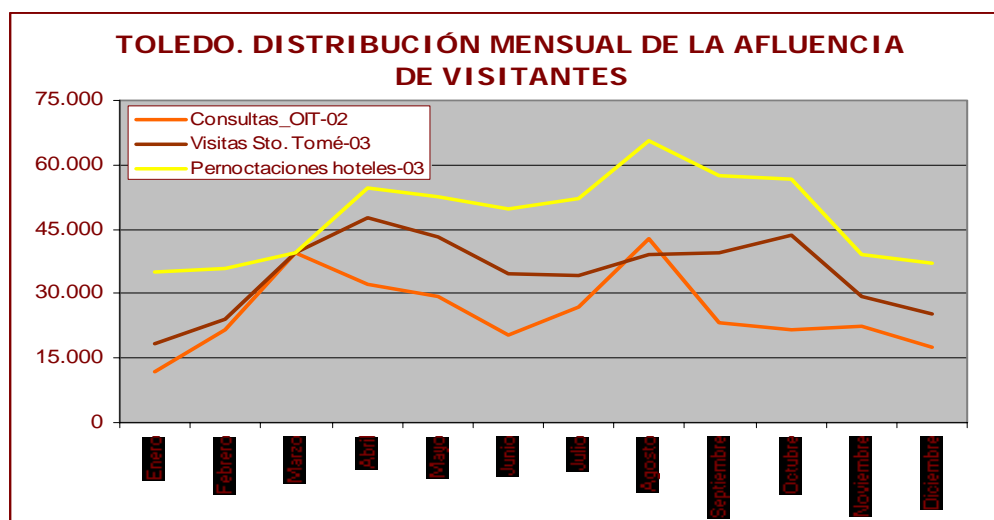
Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).



## II.2. Distribución temporal de la afluencia de visitantes.

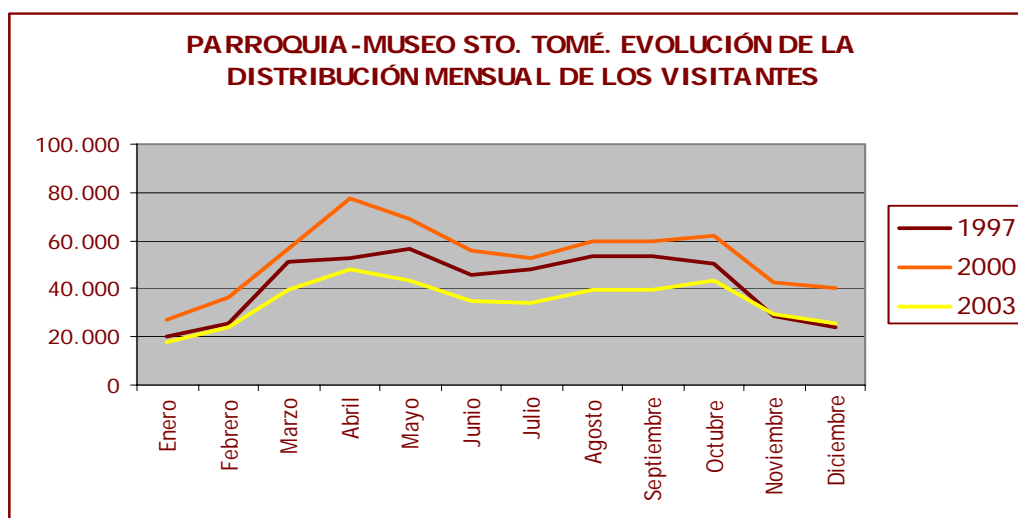
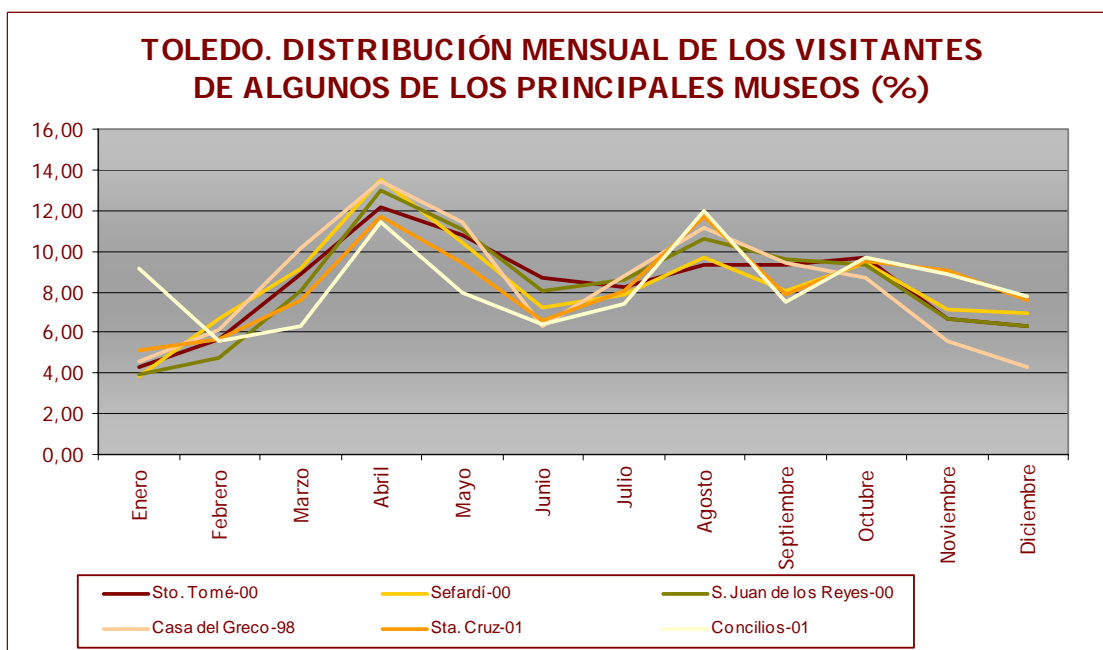
En líneas generales, la distribución mensual de la afluencia de visitantes de Toledo muestra un perfil muy similar al del resto de ciudades patrimoniales del interior peninsular. En este sentido, tanto la distribución mensual de las visitas de distintos museos y monumentos como la que se desprende de las consultas realizadas en las oficinas de información turística y aquella otra que recoge el reparto mensual de las pernотaciones coinciden en marcar, aunque con leves diferencias, tres temporadas claramente diferenciadas:

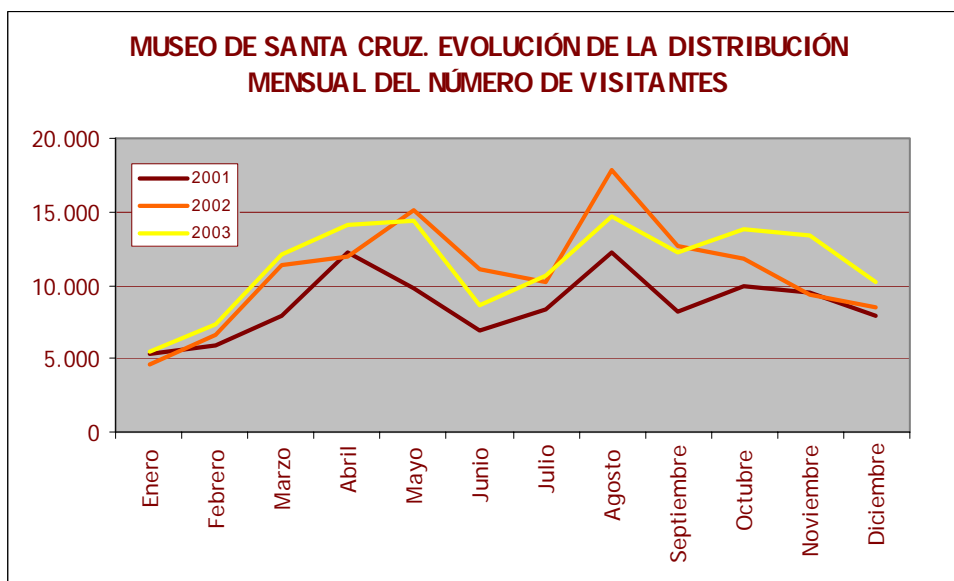
- Temporada alta formada por los meses de primavera (abril y mayo) y verano-otoño (agosto, septiembre y octubre).
- Temporada media integrada por los meses de marzo, junio y julio.
- Temporada baja formada por noviembre, diciembre, enero y febrero.



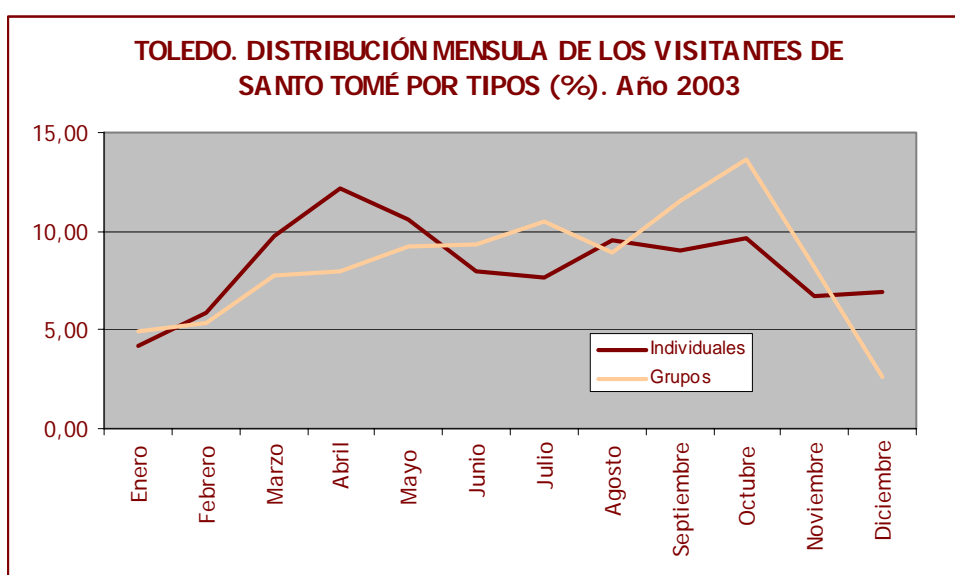
No obstante, es preciso señalar cómo las diferencias observables entre las tres curvas representadas en el gráfico responden a realidades diferentes. **La distribución mensual de la afluencia de los principales museos**, por ejemplo, tiende a acentuar el pico máximo de primavera respecto al del verano. En los meses de primavera y otoño, adquieren especial importancia en la ciudad la presencia de grupos organizados: escolares (fundamentalmente concentrados en primavera), otros grupos organizados de turismo social y grupos comerciales (programas de circuitos que trasladan fundamentalmente visitantes extranjeros y refuerzan también el pico máximo

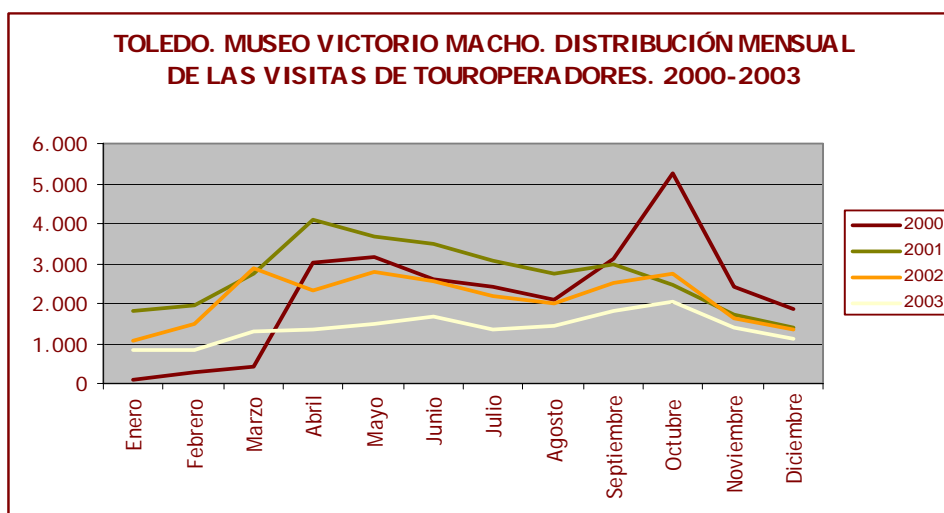
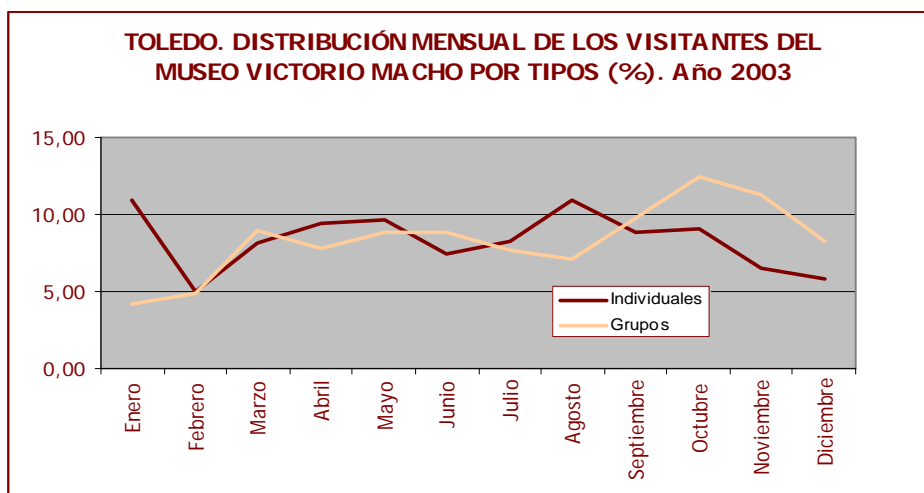
secundario de otoño). La primavera se convierte así, desde el punto de vista de la afluencia de visitantes a museos y monumentos en la temporada alta por excelencia; época en la que convergen los numerosos visitantes en grupo (escolares y circuitos de turismo cultural) con el fuerte componente vacacional de la Semana Santa, los excursionistas de los puentes festivos de abril y mayo y la alta presencia de visitantes extranjeros. No obstante, en los museos donde la presencia de visitantes en grupo es mucho menor caso del Museo de Santa Cruz, o el Museo de los Concilios el pico máximo de afluencia se corresponde con el verano (época en la que se concentra la llegada masiva de visitantes individuales). Estos rasgos distintivos de la distribución mensual de las visitas a los museos y monumentos se han venido manteniendo prácticamente constantes durante los últimos años.





Por tipo de visitante cabe destacar la **diferencia** que se observa entre la curva de **distribución de los visitantes individuales y la de los visitantes en grupo**. En este sentido sólo se cuenta con datos suficientemente desagregados de las visitas realizadas a la Parroquia-Museo de Santo Tomé y el Museo de Victorio Macho. En ambos casos los registros de entradas muestran como la presencia de los visitantes en grupo es especialmente marcada en otoño, mientras los visitantes individuales se concentran sobre todo en Semana Santa y verano. En concreto, los registros de visitas del Museo Victorio Macho muestran cómo las visitas correspondientes a las excursiones diarias de tres de los grandes touroperadores que operan en España (Pullmantur, Julià y Trapsatur) aumentan considerablemente durante los meses de primavera y otoño (fundamentalmente octubre) respecto al verano y el invierno.





Por su parte, la curva que marca la **distribución temporal de las consultas realizadas en la oficinas de información turística** muestra también dos picos de afluencia álgidos en primavera y otoño (abril-mayo y septiembre-octubre), que se complementan con un pico también alto en verano, concretamente durante agosto. Abril fue el mes durante el cual se atendieron el mayor número de consultas en 2003, en total 61.764, el 14,40% del total anual. Le siguieron octubre y agosto que contabilizaron por ese orden 56.850 y 46.386 consultas, el 13,26% y 10,82% del total anual respectivamente. Los meses de mínima afluencia fueron diciembre y enero con 14.301 y 15.938 consultas (en torno al 3,5% del total).

Esta distribución, representativa del reparto temporal de la llegada de visitantes individuales a la ciudad, marca fundamentalmente los picos de máxima afluencia que se corresponden con los periodos vacacionales más largos: agosto y en segundo lugar primavera (vacaciones de Semana Santa, las vacaciones de Pascua europeas, etc.), quedando también marcados los meses que comprenden periodos festivos cortos



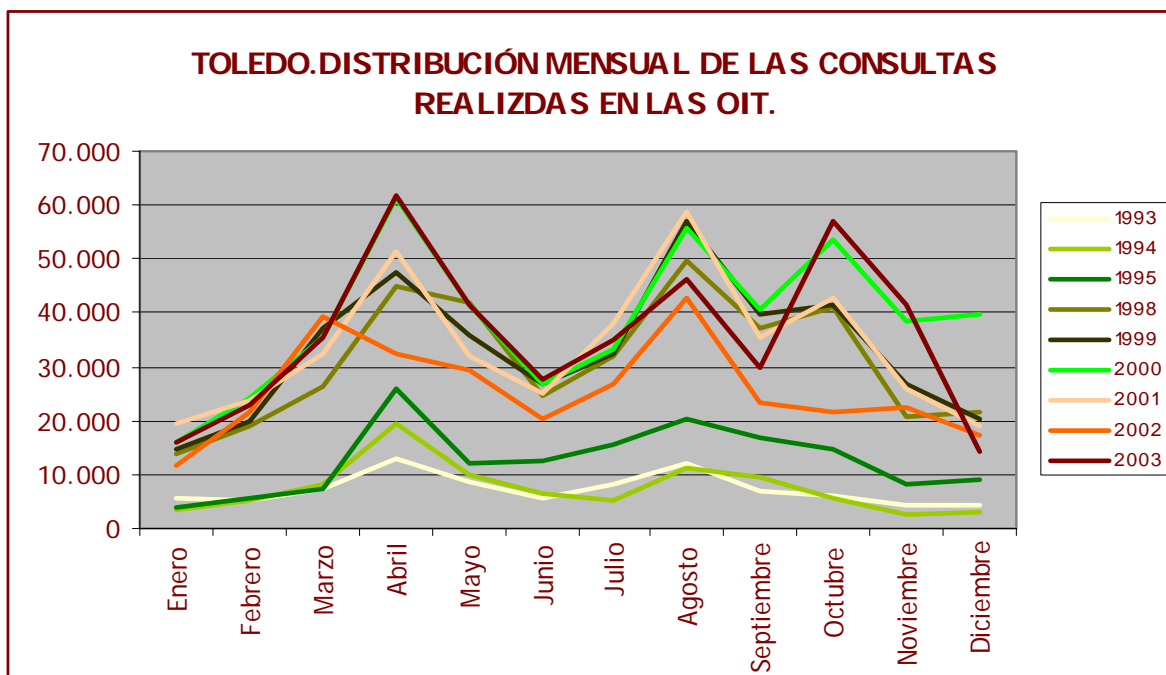
donde es muy importante el componente excursionista (abril, mayo, septiembre y octubre).

<b>Toledo. Distribución mensual de las consultas realizadas en las distintas OIT. Año 2003</b>					
	<b>Of. Bisagra</b>	<b>Of. Ayto.</b>	<b>Of. Sillería</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Enero	4.261	6.546	5.131	15.938	3,72
Febrero	5.889	9.352	7.537	22.778	5,31
Marzo	6.868	14.703	13.843	35.414	8,26
Abril	19.910	24.526	17.328	61.764	14,40
Mayo	8.194	19.541	13.960	41.695	9,72
Junio	8.138	10.107	9.338	27.583	6,43
Julio	9.359	14.250	11.262	34.871	8,13
Agosto	11.895	19.089	15.402	46.386	10,82
Septiembre	0	15.506	14.119	29.625	6,91
Octubre	8.480	36.359	12.011	56.850	13,26
Noviembre	6.869	27.370	7.403	41.642	9,71
Diciembre	7.413	0	6.888	14.301	3,33
<b>TOTALES</b>	<b>97.276</b>	<b>197.349</b>	<b>134.222</b>	<b>428.847</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

<b>Toledo. Distribución mensual de las consultas realizadas en las distintas OIT. Año 2002</b>				
	<b>Of. Bisagra</b>	<b>Of. Ayto.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Enero	5.766	6.008	11.774	3,81
Febrero	10.473	11.213	21.686	7,01
Marzo	17.410	21.932	39.342	12,72
Abril	13.288	19.078	32.366	10,46
Mayo	13.716	15.828	29.544	9,55
Junio	9.735	10.593	20.328	6,57
Julio	9.457	17.294	26.751	8,65
Agosto	17.177	25.640	42.817	13,84
Septiembre	10.631	12.674	23.305	7,53
Octubre	7.450	14.282	21.732	7,02
Noviembre	6.374	15.959	22.333	7,22
Diciembre	6.606	10.771	17.377	5,62
<b>TOTALES</b>	<b>128.083</b>	<b>181.272</b>	<b>309.355</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).



**Toledo. Distribución mensual de las consultas efectuadas en las OIT. 1993-2003**

	1993	1994	1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Enero	5.411	3.317	3.697	13.694	14.864	16.125	19.230	11.774	15.938
Febrero	5.210	5.201	5.468	19.040	20.034	24.341	23.765	21.686	22.778
Marzo	7.246	8.035	7.531	26.294	37.149	35.260	32.214	39.342	35.414
Abril	13.148	19.358	26.010	45.098	47.461	61.292	51.567	32.366	61.764
Mayo	8.701	10.040	11.985	42.075	35.761	41.346	31.984	29.544	41.695
Junio	5.706	6.598	12.588	24.717	26.842	26.768	25.201	20.328	27.583
Julio	8.351	5.201	15.617	31.828	32.538	33.138	37.926	26.751	34.871
Agosto	12.096	11.105	20.280	49.684	57.001	55.919	58.561	42.817	46.386
Septiembre	6.931	9.544	16.705	37.309	39.560	40.518	35.565	23.305	29.625
Octubre	6.028	5.779	14.695	41.223	41.444	53.401	42.771	21.732	56.850
Noviembre	4.148	2.753	8.038	20.592	26.641	38.661	26.056	22.333	41.642
Diciembre	4.529	3.064	9.255	21.633	20.283	39.727	19.082	17.377	14.301
<b>TOTALES</b>	<b>87.505</b>	<b>89.995</b>	<b>151.869</b>	<b>373.187</b>	<b>399.578</b>	<b>466.496</b>	<b>403.922</b>	<b>309.355</b>	<b>428.847</b>

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

<b>Toledo. Distribución de las consultas realizadas en las OIT por temporadas. Años 2002 y 2003</b>				
	<b>Año 2002</b>		<b>Año 2003</b>	
	<i><b>Totales</b></i>	<i><b>%</b></i>	<i><b>Totales</b></i>	<i><b>%</b></i>
<b>Invierno</b>	50.837	16,43	53.017	12,36
<b>Primavera</b>	101.252	32,73	138.873	32,38
<b>Verano</b>	89.896	29,06	108.840	25,38
<b>Otoño</b>	67.370	21,78	128.117	29,87
<b>TOTAL</b>	<b>309.355</b>	<b>100,00</b>	<b>428.847</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

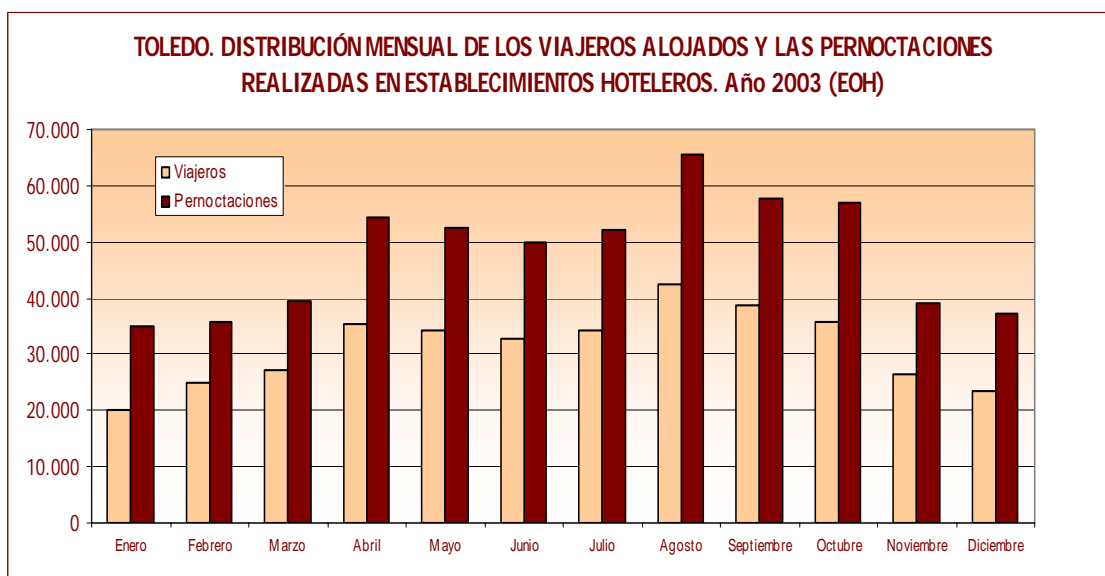
Durante los periodos de máxima afluencia se pueden llegar a atender hasta 6.500 consultas/día en los servicios de información turística de Toledo. De hecho durante la pasada Semana Santa (entre el lunes 5 y el lunes 12 de abril de 2004) se llegaron a contabilizar un total de 29.990 consultas en 8 días atendidas por los tres puntos de información. Sólo la oficina de la Plaza del Ayuntamiento llegó a atender 3.523 consultas el viernes santo.

<b>Toledo. Semana Santa 2004. Consultas atendidas en las OIT</b>				
	<i><b>Of. Bisagra</b></i>	<i><b>Of. Ayto.</b></i>	<i><b>Of. Sillería</b></i>	<i><b>TOTAL</b></i>
<b>Total</b>	10.046	14.232	5.712	29.990
<b>Promedio diario</b>	1.256	2.033	714	3.749

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

Según **la distribución mensual del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros y del número de pernoctaciones realizadas en dichos establecimientos** los picos de máxima afluencia se corresponden con los meses de agosto, septiembre y octubre, configurándose como temporada media los meses de primavera (abril y mayo). La temporada baja se corresponde al igual que ocurre en la curva del resto de distribuciones temporales con los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero. En el año 2003 agosto fue el mes que más viajeros y pernoctaciones registró: 42.388 viajeros y 65.673 pernoctaciones. Por el contrario enero es el mes más bajo con 20.121 viajeros y 35.055 pernoctaciones.

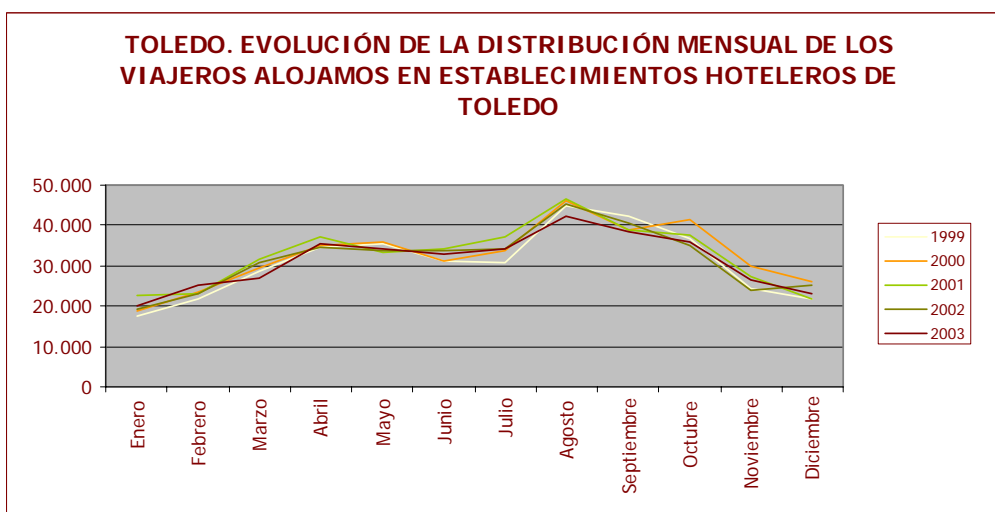
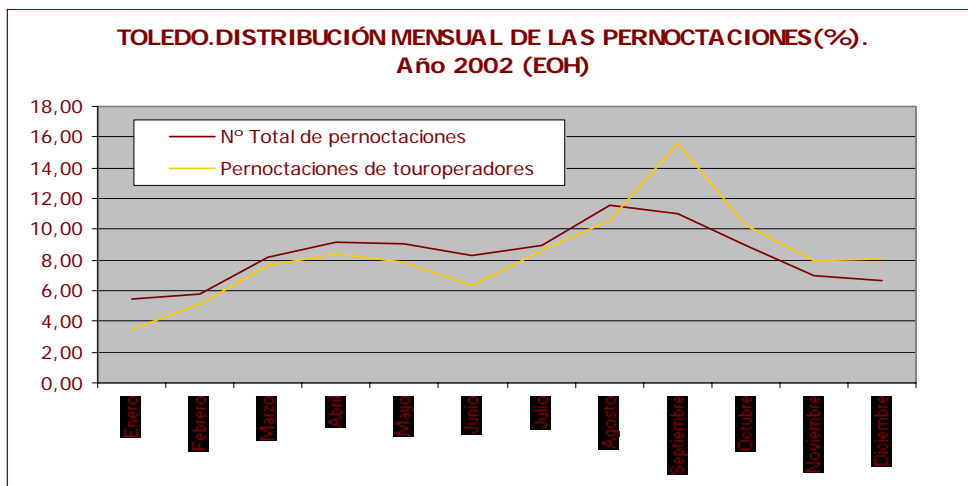
El pico máximo de pernoctaciones parece, por tanto, corresponderse con la máxima presencia de visitantes individuales en la ciudad ya que respecto a los grupos organizados, Toledo se configura como un destino casi exclusivamente de excursionismo o parada en ruta hacia otro lugar. El peso de los grupos organizados dentro de las pernoctaciones en Toledo es aún bastante bajo, aún así su distribución temporal muestra diferencias respecto a la curva general.



**Toledo. Distribución mensual de los viajeros alojados y las pernoctaciones realizadas en establecimientos hoteleros. Año 2003**

	Viajeros		Pernoctaciones	
	Total	%	Total	%
Enero	20.121	5,35	35.055	6,09
Febrero	25.056	6,66	35.865	6,23
Marzo	27.118	7,21	39.650	6,89
Abril	35.457	9,43	54.443	9,46
Mayo	34.331	9,13	52.425	9,10
Junio	32.838	8,73	49.839	8,66
Julio	34.325	9,13	52.175	9,06
Agosto	<b>42.388</b>	<b>11,27</b>	<b>65.673</b>	<b>11,41</b>
Septiembre	38.651	10,28	57.572	10,00
Octubre	35.908	9,55	56.809	9,87
Noviembre	26.515	7,05	39.017	6,78
Diciembre	23.277	6,19	37.279	6,47
<b>TOTAL</b>	<b>375.985</b>	<b>100,00</b>	<b>575.802</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)



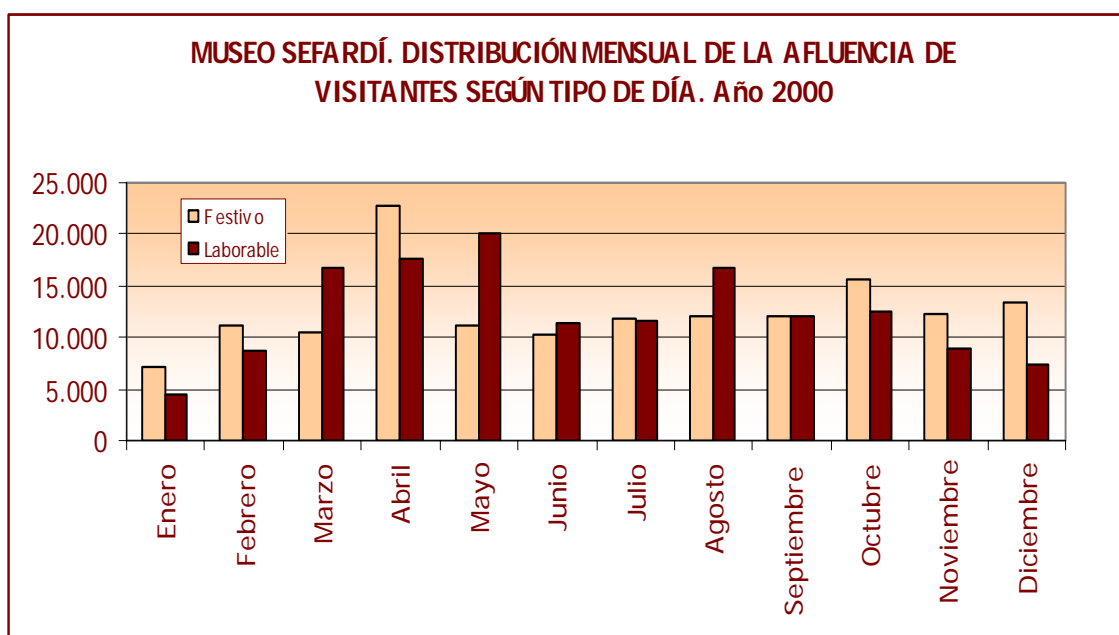
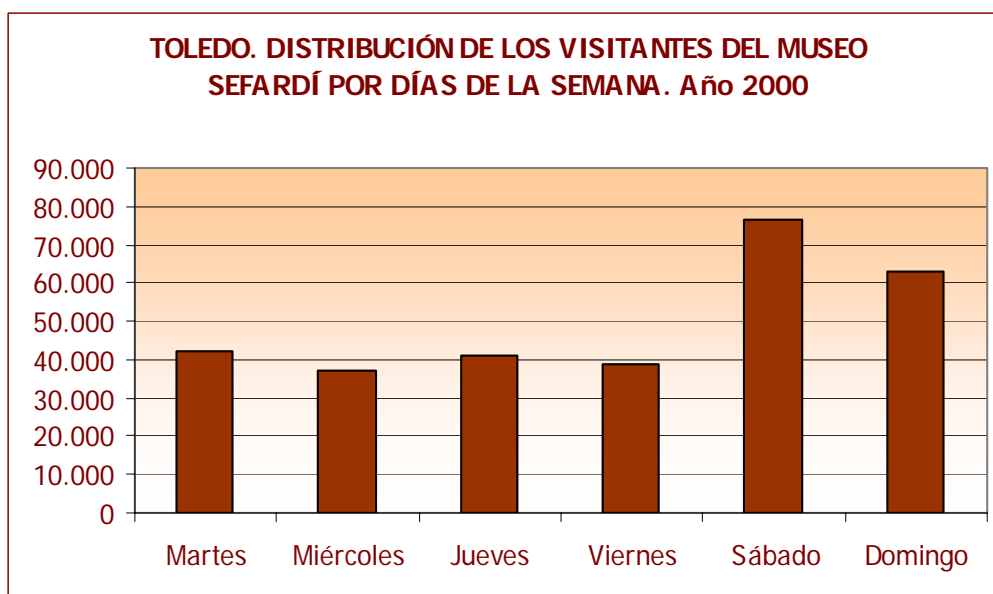
Finalmente, en lo que respecta a la **distribución intrasemanal**, cabe señalar que fuera de los periodos vacacionales clásicos (Semana Santa y agosto fundamentalmente), los fines de semana y los periodos festivos cortos (puentes) concentran mayor número de visitantes que los días laborables. Agosto y determinadas semanas de primavera y otoño, en cambio, presentan un reparto más homogéneo de los flujos de visitantes a lo largo de la semana. En los meses de afluencia media y baja, el número de visitantes registrado los fines de semana puede ser entre un 30-40% superior al de los días laborables.

En Santo Tomé, por ejemplo, los datos de un mes de afluencia media como puede ser julio ponen en evidencia esta realidad. Así mientras en días laborables la afluencia puede rondar los 1.300-1.600 visitantes (1.596 se contabilizaron el día 8 de julio de 1999, jueves y 1.367 el 5 del mismo mes, jueves también), los fines de semana el número total de visitantes que se acercan a contemplar el cuadro del Greco supera los 2.000 (2.369 registrados el día 10 de julio de 1999, sábado y 2.209 el día 11 de julio, domingo).

Los registros de entradas del Museo Sefardí del año 2000, desagregados a nivel diario, muestran una realidad semejante. De esta forma la media anual de visitantes diarios (966) oculta una realidad dispar en la que los días festivos (fines de semana y fiestas del calendario laboral) registraron una media de casi el doble visitantes que los días laborables (1.331 frente a 755 visitantes/día). De hecho, el 50% del total de visitantes del museo entraron en él durante los días festivos, que sólo representaron el 36% del tiempo que permaneció abierto durante dicho año 2000. Por días de la semana, el sábado es la jornada que mayor número de visitantes concentra, seguida del domingo. Durante el año 2000, el 25% del total anual de visitantes accedieron al Museo Sefardí en sábado y un 21% en domingo. Por el contrario los miércoles son los días de menor afluencia (12,50% del total anual). La diferencia entre días festivos y laborables a favor de los primeros es más acusada durante los meses de la temporada baja (noviembre, diciembre, enero y febrero), así como en los meses de marzo, abril y octubre en los cuales las visitas se concentran especialmente los fines de semana y los numerosos puentes festivos. Durante el periodo vacacional clásico (verano) y en los meses de mayo y junio (en los que destaca la presencia de visitantes escolares en el museo) las diferencias entre la afluencia de los días festivos y los laborables se atenúan considerablemente.

<b>Museo Sefardí. Distribución de la afluencia de visitantes según tipo de día. Año 2000</b>						
	<b>Festivo</b>	<i>Laborable</i>	<i>Total</i>	<i>Promedio visitantes/día festivo</i>	<i>Promedio visitantes/día laborable</i>	<i>Promedio visitantes diario</i>
Enero	7.090	4.417	11.507	709	294	460
Febrero	11.258	8.713	19.971	1.407	513	799
Marzo	10.437	16.767	27.204	1.491	882	1.046
Abril	22.701	17.549	40.250	1.622	1.462	1.548
Mayo	11.073	20.042	31.115	1.384	1.113	1.197
Junio	10.358	11.329	21.687	1.295	629	834
Julio	11.882	11.545	23.427	1.188	722	901
Agosto	12.074	16.746	28.820	1.342	930	1.067
Septiembre	12.056	12.073	24.129	1.340	710	928
Octubre	15.720	12.447	28.167	1.572	778	1.083
Noviembre	12.269	8.974	21.243	1.363	528	817
Diciembre	13.455	7.395	20.850	1.223	569	869
<b>Total general</b>	<b>150.373</b>	<b>147.997</b>	<b>298.370</b>	<b>1.331</b>	<b>755</b>	<b>966</b>

Fuente: Museo Sefardí. Estudio de Público (2000).



### 11.3. Composición de los flujos turísticos (tipos básicos de visitantes)

Debido a la fragmentación y dispersión de los datos disponibles resulta difícil segmentar de forma exacta la cifra global de visitantes de acuerdo con las **tipologías básicas** normalmente estudiadas: excursionistas *vs.* turistas y visitantes individuales *vs.* visitantes en grupo. No obstante se esbozan a continuación algunos datos que permiten aproximarnos al análisis de estas tipologías.

### II.3.1. Turistas *versus* excursionistas.

En función de la duración de la estancia es posible diferenciar a los visitantes que pernoctan (turistas) de aquellos que sólo pasan un día o unas horas en la ciudad (excursionistas). Esta diferenciación resulta clave para la estrategia turística urbana que busca rentabilizar al máximo la permanencia de los visitantes y el gasto turístico en destino. Alargar la duración de la estancia y aumentar los niveles de pernoctación en destino constituyen el objetivo básico de toda política turística local. Sin embargo, el conocimiento exacto de las magnitudes del fenómeno turístico a escala local no siempre es posible por la gran incertidumbre con la que se estima el volumen de excursionistas de un destino.

En Toledo, según la *Encuesta de Ocupación Hotelera* son alrededor de **400.000 viajeros alojados al año** en los establecimientos hoteleros de la ciudad. Estos viajeros generan en torno a **600.000 pernoctaciones**. En el año 2003 se contabilizaron 375.985 viajeros (un 1,32% menos que el año anterior). Estos viajeros realizaron 575.985 pernoctaciones (2,75% menos que en 2002). La estancia media rondó las 1,5 noches por viajero, siendo el nivel medio anual de ocupación de la planta hotelera de la ciudad del 50% (cifra inferior a la obtenida en el inventario de establecimiento de alojamiento realizado para este trabajo).

Los porcentajes más altos de ocupación hotelera se registran, como es lógico en los meses de mayor demanda hotelera. El nivel medio de ocupación de la planta alcanza el 66,72% en agosto, en septiembre el 59,65%, abril registra un 57,89% y octubre un 57,27%. En el extremo opuesto enero y diciembre presentan unos niveles de ocupación que apenas alcanzan el 40% del total (37,19% y 39,91% respectivamente). Por el contrario en esos meses de temporada baja la estancia media es muy superior a la del resto del año: 1,74 noches por viajero en enero y 1,6 en diciembre. Las diferencias en el perfil de los viajeros alojados a lo largo del año podrían explicar estas disparidades: los viajeros de negocios o gestiones que permanecen más tiempo en la ciudad frente a aquellos viajeros de ocio que pasan menos tiempo, pero son más numerosos en la temporada alta.

*Grosso modo* la cifra de los viajeros se corresponde con los turistas que pernoctan anualmente en la ciudad, si bien hay que considerar la infraestimación respecto del volumen real de viajeros y pernoctaciones que presentan los datos de esta fuente del



Instituto Nacional de Estadística<sup>2</sup>. Además, también es preciso considerar que dentro de este colectivo de viajeros se contabilizan visitantes que acuden a la ciudad por motivos no relacionados con la visita turística-cultural en sentido estricto (negocios, gestiones, salud, etc.).

Entre este colectivo de turistas que pernoctan en la ciudad destacan los visitantes individuales. De hecho, las pernoctaciones de visitantes que movilizan los touroperadores suponen tan sólo el 10,37% (año 2002) del total de pernoctaciones anuales, según la encuesta del INE. En 2002 la cifra de pernoctaciones de grupos de touroperadores fue de 61.441. Toledo no se encuentra entre los nodos importantes de pernoctación para los grupos organizados de carácter comercial.

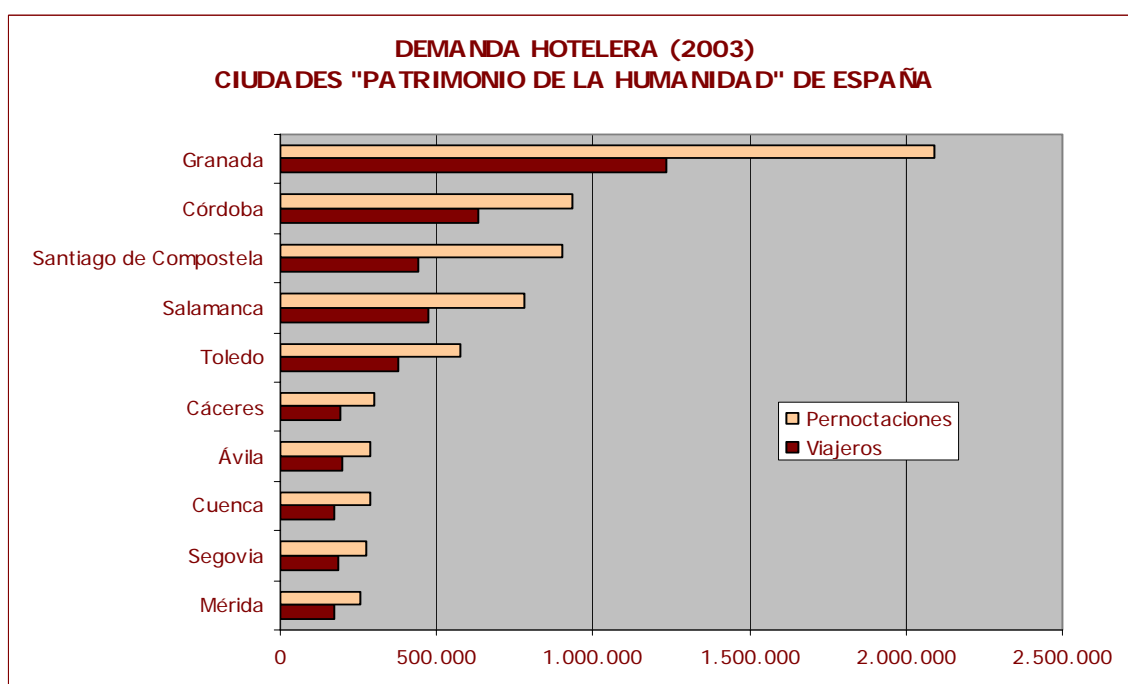
<b>Toledo. Datos básicos de la demanda de alojamiento. Año 2003</b>				
	<i>Viajeros</i>	<i>Pernoctaciones</i>	<i>Estancia media</i>	<i>% Ocupación</i>
Enero	20.121	35.055	1,74	37,19
Febrero	25.056	35.865	1,43	42,12
Marzo	27.118	39.650	1,46	41,41
Abril	35.457	54.443	1,54	57,89
Mayo	34.331	52.425	1,53	53,13
Junio	32.838	49.839	1,52	52,52
Julio	34.325	52.175	1,52	52,35
Agosto	42.388	65.673	1,55	66,72
Septiembre	38.651	57.572	1,49	59,65
Octubre	35.908	56.809	1,58	57,21
Noviembre	26.515	39.017	1,47	41,07
Diciembre	23.277	37.279	1,60	39,91
<b>Total / medias</b>	<b>375.985</b>	<b>575.802</b>	<b>1,53</b>	<b>50,10</b>

Fuente: *Encuesta de Ocupación Hotelera* (INE)

Las cifras de demanda de alojamiento actuales sitúan a Toledo entre los principales destinos de turismo cultural del interior peninsular. Sin embargo, aunque se configura como uno de los destinos con mayor número total de visitantes, muy similar al volumen de visitantes que reciben anualmente ciudades como Granada, Córdoba o

<sup>2</sup> Los datos de la *Encuesta de Ocupación Hotelera* deben ser considerados con cierta precaución. Aunque el Instituto Nacional de Estadística no tiene finalidad fiscal, existe una acusada tendencia a la ocultación de datos por parte del sector del alojamiento, de tal forma que estas cifras pueden estar infraestimadas hasta en un 20-30%.

Santiago de Compostela, y en algunos casos superior (en torno a los 1,6-1,8 millones de visitantes anuales), la cercanía a Madrid, principal nodo emisor y reemisor de flujos turísticos del centro de la península hacen de la ciudad un destino de perfil netamente excursionista. Por lo tanto, y a pesar de situarse por volumen global de visitantes en las primeras filas del posible "ranking de popularidad turística" a nivel nacional, sus cifras de demanda hotelera (375.985 viajeros – 575.802 pernoctaciones) lo alejan de los datos de los principales puntos de pernoctación ligados al turismo cultural del país como pueden ser los destinos clásicos andaluces como Granada (1.236.723 viajeros – 2.090.141 pernoctaciones) o Córdoba (630.818 viajeros – 932.289 pernoctaciones) y a otro nivel Santiago de Compostela (440.328 viajeros – 899.015 pernoctaciones) o Salamanca (470.149 – 780.905 pernoctaciones).



En perspectiva dinámica, tanto el número de viajeros como el de pernoctaciones ha experimentado un descenso desde el año 2001. Como ya se ha comentado el número de viajeros ha descendido desde ese año un 3,98% (-15.589) y las pernoctaciones un 3,41%, (-20.368) manteniéndose la estancia media en torno a las 1,53 noches por viajero desde entonces. Semejante evolución se observa en el resto de los grandes destinos patrimoniales que conforman la región turística madrileña (Ávila, Segovia, Cuenca y Salamanca) e incluso en los grandes destinos de turismo cultural como son Córdoba o Granada. De hecho, del año 2002 al año 2003 el número de viajeros alojados y pernoctaciones realizadas en estos destinos ha descendido en proporciones semejantes a las registradas en Toledo (excepto en Santiago de Compostela que registra una dinámica de crecimiento positiva).

<b>Toledo. Viajeros alojados y pernoctaciones realizadas en los establecimientos hoteleros</b>					
	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>Viajeros alojados</b>	369.851	389.856	391.574	381.051	375.985
<b>Pernoctaciones realizadas</b>	533.804	568.399	596.170	592.004	575.802
<b>Estancia media (noches/viajero)</b>	1,44	1,46	1,52	1,55	1,53
<b>Pernoctaciones touroperadores</b>	47.190	21.917	54.701	61.411	Sin datos

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

<b>Toledo. Viajeros alojados y pernoctaciones realizadas en los establecimientos hoteleros</b>				
	<b>Var. 99-03</b>		<b>Var. 01-03</b>	
	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Viajeros alojados</b>	+ 6.134	+ 1,66%	- 15.589	- 3,98%
<b>Pernoctaciones realizadas</b>	+ 41.998	+ 7,87%	- 20.368	- 3,42%
<b>Estancia media (noches/viajero)</b>	+ 0,09	-	+ 0,01	

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

<b>Demanda hotelera Ciudades "Patrimonio de la Humanidad de España"</b>						
	<b>Viajeros</b>			<b>Pernoctaciones</b>		
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>Var. 02-03</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>Var. 02-03</b>
<b>Granada</b>	1.285.706	1.236.723	-3,81%	2.120.965	2.090.141	-1,45%
<b>Córdoba</b>	652.108	630.818	-3,26%	958.529	932.289	-2,74%
<b>Santiago de Compostela</b>	376.441	440.328	16,97%	874.221	899.015	2,84%
<b>Salamanca</b>	478.813	470.159	-1,81%	823.722	780.905	-5,20%
<b>Toledo</b>	<b>381.051</b>	<b>375.985</b>	<b>-1,33%</b>	<b>592.004</b>	<b>575.802</b>	<b>-2,74%</b>
<b>Ávila</b>	203.956	195.057	-4,36%	295.185	289.484	-1,93%
<b>Cuenca</b>	189.251	174.913	-7,58%	312.174	286.530	-8,21%
<b>Segovia</b>	185.044	182.738	-1,25%	301.459	274.919	-8,80%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

Ahora bien, Toledo es fundamentalmente un destino turístico ligado a la práctica del **excursionismo**. La mayor parte del total de visitantes de Toledo son excursionistas, es decir visitantes que sólo pasan una jornada en la ciudad y en algunos casos, apenas unas horas. La estimación del volumen total de este colectivo resulta sumamente compleja pues no queda registro estadístico de su paso por la ciudad. Tan sólo algunas referencias a las encuestas realizadas en determinados puntos de la ciudad permiten extraer algunas conclusiones. De esta manera, los resultados encuesta realizada en el año 2002 a los visitantes individuales del Museo Sefardí entre los meses de mayo y octubre arroja un porcentaje de excursionistas del 55,8% frente al 44,2% de turistas. Por su parte los resultados del Estudio de Público del Museo Victorio Macho (2002) para los visitantes individuales de los meses de verano dieron datos muy dispares con los anteriores: 29% de excursionismo frente a 71% de turismo.

Las peculiaridades de los universos que sirvieron de referencia para la elaboración de estas encuestas vienen a explicar resultados tan dispares. En principio, cabe suponer que el nivel de excursionismo total en Toledo es muy superior a los porcentajes que se desprenden de estos estudios pues éstos hacen referencia a un tipo de visitante especial: el visitante de los museos. Y no todos los visitantes de Toledo visitan los museos. De hecho los 300.000 visitantes anuales del Museo Sefardí (298.370 en 2000, último año con registro de visita completo) apenas supondrán un 15% del total estimado de visitantes de la ciudad y mucho menos representativo resultan las cifras de visita del Museo Victorio Macho (29.031). Nos encontramos por tanto ante un colectivo, el de los visitantes individuales de los museos, que pernocta en mayor medida en la ciudad que el visitante medio y que por tanto al pasar más tiempo en destino se muestra más interesado en visitar todos o gran parte de sus museos y monumentos.

El volumen total de excursionistas, aunque se supone muy elevado resulta, pues, imposible de calcular de forma exacta con la información disponible actualmente. En otros destinos de turismo patrimonial de la región turística madrileña los resultados de encuestas y los recuentos de visitantes realizados a pie de calle arrojan porcentajes de excursionismo bastante altos: Aranjuez 91% (temporada 1999-2000) y Ávila 74% (temporada 2000-2001) y 69,05% (primer semestre de 2004). Suponiendo que en Toledo también se moviera cerca de los porcentajes de excursionismo obtenidos en Ávila (70-75%), el volumen total de excursionistas (utilizando como referencia los 375.985 viajeros de los hoteles registrados en 2003) rondaría 1,2 millones anuales. No obstante, estas cifras, tanto la referida al volumen mencionado de excursionistas como la de los viajeros alojados, infraestiman con seguridad la realidad pues es preciso tener en cuenta que además de la infraestimación que presentan tradicionalmente los datos

de visitantes que utilizan alojamientos no reglados (casas de familiares y amigos), camping o establecimientos que no entran a formar parte del universo considerado dentro de la propia encuesta del INE (pensiones, residencias universitarias o religiosas, etc.).

### II.3.2. Visitantes individuales *versus* visitantes en grupo.

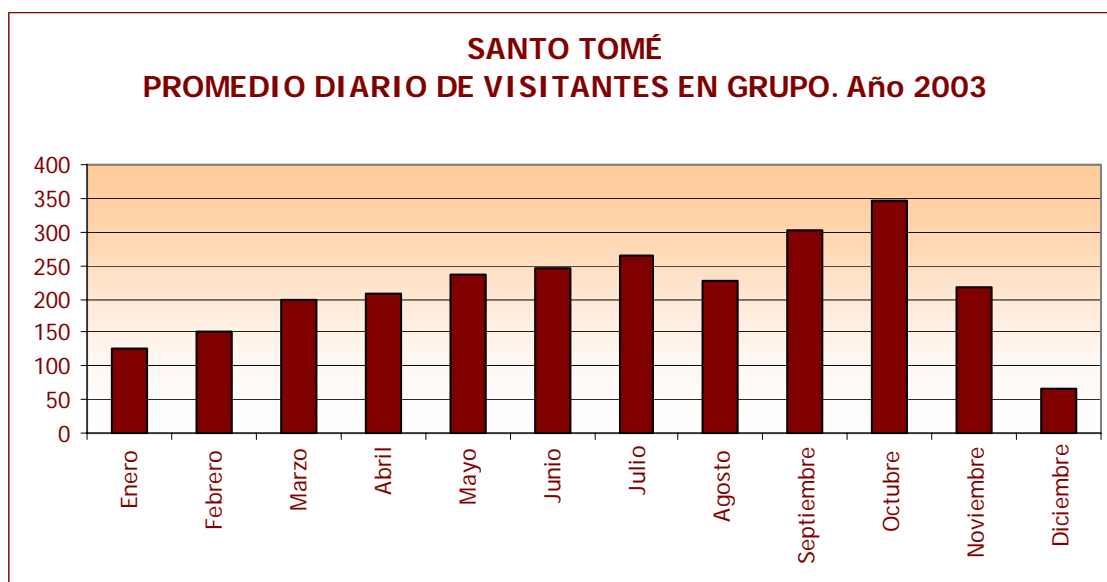
La diferenciación básica que se realiza en función de la forma de organización del viaje entre visitantes individuales y visitantes en grupo, resulta en Toledo especialmente difícil de establecer. En efecto, no existen datos disponibles que permitan trazar un panorama general al respecto. En general, responsables de la gestión de algunos de los museos y monumentos más visitados de la ciudad (Parroquia de Santo Tomé, Museo Sefardí, etc.) estimaban a finales de los años 90 en un 25-35% el porcentaje anual de visitantes en grupo dentro del volumen total de visitantes que recibían.

Los trabajos de campo realizados en el estudio que E.T.T. llevó a cabo a principios de los años noventa para el MOPTMA (*Estudio de reordenación viaria del transporte en el casco histórico de Toledo*) durante días laborables de meses de baja afluencia (noviembre-diciembre) situaban entre 30 y 50 el número diario de autocares que accedían con turistas a la parte antigua de la ciudad de Toledo. Es decir, entre 1.000 y 1.750 visitantes grupo/día (situando en 35 el número medio de visitantes por autocar) lo que representaría un **total anual (mínimo) de visitantes en grupo** que rondaría las **500.000-600.000 personas**. Actualmente, se estima que la cifra media de autocares diarios registrada durante los **meses de máxima afluencia** de visitantes en grupo a la ciudad puede alcanzar los 100 vehículos, llegando en los días punta a acumularse hasta 200; por tanto, entre **3.500 y 7.000 visitantes grupo/día**.

Por su parte, los resultados del conteo llevado a cabo en la Catedral durante un sábado del mes de agosto (28-9-1999), (temporada media-alta respecto a la afluencia general y media-baja respecto a la llegada de grupos organizados) arrojaron una cifra de 1.426 visitantes en grupo (el 35% del total de visitantes registrados ese día en el monumento). En total se contabilizaron 43 grupos, todos ellos de agencia, con una media de 33,16 personas/grupo.

Sin embargo **los últimos años, especialmente a partir de 2001, se ha observado** un fuerte retroceso en el segmento de mercado de los viajes organizados. En general, se constata entre los profesionales del sector (guías, responsables de museos y monumentos, etc.) **una fuerte bajada de las visitas en grupo a la ciudad**. Por ejemplo, en la parroquia de Santo Tomé los visitantes en grupo

contabilizados el año 2003 fueron 78.829, que sólo representaron el 19% del total de visitantes del monumento. Con esta cifra global de afluencia los promedios diarios de visitantes en grupo se situaron entre los 67 visitantes grupo/día del mes con menor afluencia (diciembre) y los 346 y 303 de los meses más altos (octubre y septiembre), muy por debajo de los registrados en años anteriores.



El retroceso de las visitas en grupo puede estar relacionado con factores diversos:

- Por una parte, el descenso de la llegada de turistas extranjeros al país que afecta de forma muy especial a los destinos más populares donde su presencia tenía un peso mayor dentro del volumen total de la demanda de visita. Es preciso tener en cuenta que los visitantes extranjeros han sido tradicionalmente los clientes mayoritarios de la oferta de visitas en grupo de carácter comercial en los destinos clásicos de turismo cultural como Toledo, ya fuera en la fórmula de excursión de una jornada o parada dentro de un circuito más amplio.
- Por otra parte, también podemos estar ante un ciclo de agotamiento de las fórmulas comerciales tradicionales de viaje organizado. De hecho, según los registros de visita del Museo Victorio Macho, donde desde hace cuatro años (abril del año 2000) recalcan casi todos los grupos de las excursiones organizadas por los principales touroperadores (Julià, Trapsatour y Pullmantur), el número total de visitantes movilizadas en estos viajes ha descendido un 48,23% desde 2001, pasando el número medio de visitantes en grupo por excursión de cerca de 50 (con grupos de hasta 80 personas) a 30.

- Finalmente, es preciso tener en cuenta el aumento de los destinos competidores que afecta especialmente al segmento de los visitantes nacionales. En este sentido, se constata que el retroceso de los visitantes en grupo afecta también al segmento de los grupos no comerciales (turismo escolar y turismo social). Dado que buena parte de estos grupos son de origen nacional, a este nivel, se deja sentir especialmente la competencia que ejercen nuevos destinos de turismo cultural más dinámicos que luchan por hacerse con una mayor cuota de mercado. Por ello, la diversificación de la oferta de turismo cultural a escala nacional e incluso regional supone para los destinos tradicionales como Toledo una seria amenaza que obliga a replantearse las bases de lo que ha sido su modelo de desarrollo turístico tradicional.

En relación con el tipo de grupo, cabe destacar la importancia que adquieren en Toledo, junto con las visitas de escolares y grupos de turismo social, presentes en todos los destinos de componente patrimonial, los **grupos de agencias comerciales**. Toledo está presente en los catálogos de todos los touroperadores españoles y de muchos de los extranjeros que operan en nuestro país. Aunque no es posible cuantificar el volumen total de grupos de agencia que llegan cada año a la "ciudad imperial", la oferta española permanente supone un importante número de viajes al año entre excursiones y paradas de circuitos programados por los principales touroperadores españoles (Pullmantur, Juliàtours, Trapsatur, Marsans, Unijoven, etc...).

Según el informe de trabajo elaborado por la consultora Advanced Leisure Services para el Plan de Excelencia Turística sobre *Las implicaciones del Mercado de los Touroperadores en el futuro Centro de Recepción de Visitantes de Toledo* (año 2004), Julià, Trapsatur y Pullmantur, los tres grandes touroperadores que operan en la ciudad, canalizan el 90% de los autobuses de grupos de turismo comercial (principalmente extranjero) que llegan a Toledo. Según dicho informe ese porcentaje equivaldría a unos 310.000 visitantes al año que llegarían a la ciudad agrupados en 6.200 grupos con un tamaño medio de 50 personas/grupo (cifras referidas a las cuotas de mercado de los años 2002 y 2003, inferiores en un 20% aproximadamente a las de años anteriores).

La oferta de estos touroperadores para Toledo engloba excursiones radiales diarias desde Madrid y las paradas puntuales que se realizan dentro de los circuitos con destino en Andalucía. En relación con los grupos de las excursiones radiales desde Madrid, cabe señalar que durante los últimos años (2000-2003) los registros de visita del Museo Victorio Macho permiten estimar entre 25.000 y 30.000 las personas

de los grandes touroperadores (Julià, Trapsatur y Pullmantur). Cada uno de estos mayoristas tiene programados al menos cuatro tipos de excursiones diarias a Toledo: Toledo día entero, Toledo medio-día (mañana), Toledo medio-día (tarde) y Toledo-Escorial-Valle de los Caídos.

<b>Toledo. Museo Victorio Macho. Visitantes de los grupos organizados movilizados por touroperadores</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Enero	113	1.812	1.074	838
Febrero	296	1.935	1.467	834
Marzo	418	2.749	2.902	1.300
Abril	3.013	4.081	2.304	1.372
Mayo	3.142	3.671	2.770	1.476
Junio	2.625	3.493	2.548	1.667
Julio	2.416	3.063	2.192	1.344
Agosto	2.075	2.754	2.013	1.441
Septiembre	3.111	2.995	2.504	1.810
Octubre	5.269	2.442	2.755	2.051
Noviembre	2.414	1.743	1.609	1.379
Diciembre	1.876	1.392	1.370	1.123
<b>Total</b>	<b>26.768</b>	<b>32.130</b>	<b>25.508</b>	<b>16.635</b>

Fuente: Registro de visitantes (Real Fundación de Toledo – Museo Victorio Macho).

Respecto a otro tipo de grupos organizados, los grupos de turismo social en general (escolares, tercera edad, asociaciones culturales, etc.) no se disponen de referencias que permitan conocer en parte su número y distribución temporal básica. No obstante, en el Museo Sefardí, según muestran los datos recogidos en el estudio de público realizado a lo largo del año 2000 (Jiménez, 2000), el reparto de los visitantes en grupo durante los meses de mayo a octubre arroja un predominio de las visitas escolares (niveles de primaria, secundaria y estudios universitarios). En conjunto los visitantes de este tipo representaron el 49% de la afluencia total de visitantes en grupo; los grupos de la tercera edad supusieron el 5%, siendo el 46% restante básicamente grupos de agencia y otros tipos (asociaciones culturales, amas de casa, etc.).

En cuanto a la distribución temporal de los grupos de escolares y turismo social cabe destacar la existencia de dos picos máximos que se corresponden con las temporadas de primavera y verano y una temporada baja muy acusada durante los periodos de invierno y verano.



<b>Visitantes en grupo del Museo Sefardí.</b>				
<b>Tipos básicos. 2000</b>				
	<i>Escolares</i>	<i>Tercera Edad</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
Mayo	10.268	471	2.970	13.709
Junio	3.409	508	3.221	7.138
Julio	907	139	2.007	3.053
Agosto	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Sin datos
Septiembre	5.23	299	3.878	4.700
Octubre	2.030	381	4.235	6.646
<b>Totales</b>	<b>17.137</b>	<b>1.798</b>	<b>16.311</b>	<b>35.246</b>

Fuente: *Museo Sefardí. Estudio de Público (2000).*

#### **II.4. Procedencia de los visitantes. Principales mercados emisores de flujos turísticos a la ciudad de Toledo.**

Los registros de las consultas realizadas en las oficinas de información turística así como, de manera secundaria, otras fuentes disponibles nos permiten aproximarnos al estudio de la procedencia de los visitantes de la ciudad de Toledo. En líneas generales predominan los visitantes nacionales, sin embargo Toledo se configura dentro del panorama nacional como uno de los destinos de turismo cultural con mayor presencia de visitantes extranjeros. De esta manera, si normalmente los porcentajes de visitantes extranjeros en otras ciudades históricas del interior peninsular se sitúan entre el 25 y el 30%, en Toledo están más cerca del 40%. Así suponen el 35,5% de los viajeros alojados en los establecimientos hoteleros y el 34,5% de las pernoctaciones (año 2003). Para ese mismo año en las consultas realizadas en las Oficinas de Información Turística los visitantes extranjeros representaron el 43,37%.

<b>Procedencia de los visitantes de la ciudad de Toledo (%)</b>		
	<i>Nacionales</i>	<i>Extranjeros</i>
Viajeros 2002 (EOH)	62,33%	37,77%
Viajeros 2003 (EOH)	64,49%	35,51%
Consultas OIT 2002	60,23%	39,77%
Consultas OIT 2003	56,63%	43,37%
Museo Sefardí 2000 (Vist. Individuales)	39,4%	60,6%
Museo Victorio Macho 2000 (vist. Individuales)	75,2%	24,8%

<b>Procedencia de los visitantes individuales de algunas ciudades históricas. Consultas OIT. Año 2001</b>						
	<b>Totales</b>			<b>Porcentajes</b>		
	<i>Españoles</i>	<i>Extranjeros</i>	<i>Total</i>	<i>Españoles</i>	<i>Extranjeros</i>	<i>Total</i>
<b>Toledo</b>	<b>245.802</b>	<b>158.120</b>	<b>403.922</b>	<b>60,85%</b>	<b>39,15%</b>	<b>100,00</b>
Salamanca	123.738	47.600	171.338	72,22%	27,78%	100,00
Ávila	102.583	31.462	134.045	76,53%	23,47%	100,00
Segovia	56.489	24.321	80.810	69,90%	30,10%	100,00

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

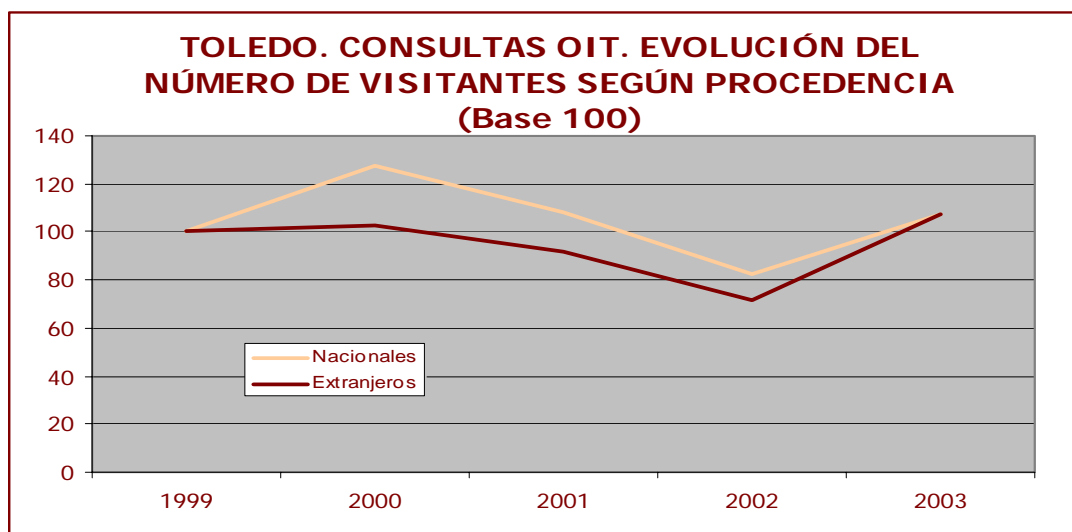
<b>Procedencia de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros de algunas ciudades históricas. Año 2002</b>						
	<b>Totales</b>			<b>Porcentajes</b>		
	<i>Españoles</i>	<i>Extranjeros</i>	<i>Total</i>	<i>Españoles</i>	<i>Extranjeros</i>	<i>Total</i>
Salamanca	346.068	138.516	484.584	71,42%	28,58%	100,00
<b>Toledo</b>	<b>237.532</b>	<b>143.519</b>	<b>381.051</b>	<b>62,34%</b>	<b>37,66%</b>	<b>100,00</b>
Ávila	168.181	33.749	201.930	83,29%	16,71%	100,00
Cuenca	164.751	24.500	189.251	87,05%	12,95%	100,00
Segovia	137.753	47.291	185.044	74,44%	25,56%	100,00

Fuente: *Encuesta de Ocupación Hotelera* (INE)

Según los datos de las consultas de las oficinas de información turística de Toledo, el turismo extranjero individual parece recuperarse tras la crisis experimentada a partir del año 2000. El número de visitantes extranjeros atendidos durante el año 2003 ha aumentado considerablemente respecto al año anterior. En conjunto se han atendido 62.958 consultas de extranjeros más que el año anterior, lo que implica un crecimiento del 51%, mientras que las consultas de los visitantes nacionales crecieron un 30% (56.534 nuevas consultas). No obstante es preciso tomar con precaución estos datos pues parecen estar más relacionados con el aumento general de la oferta de servicios que con una variación tan marcada de la coyuntura turística. Máxime tomando en consideración la tendencia general recesiva que se venía produciendo en el número de consultas atendidas tanto a extranjeros como españoles desde el año 2000.

<b>Toledo. Consultas de las OIT.</b>					
<b>Tipos de visitantes según su procedencia</b>					
	<b>Visit. Nacionales</b>		<b>Visit. Extranjeros</b>		<b>TOTAL</b>
<b>Año</b>	Total	%	Total	%	
<b>2003</b>	242.854	56,63	185.993	43,37	428.847
<b>2002</b>	186.320	60,23	123.035	39,77	309.355
<b>2001</b>	245.802	60,85	158.120	39,15	403.922
<b>2000</b>	289.270	62,01	177.226	37,99	466.496
<b>1999</b>	226.880	56,78	172.698	43,22	399.578

Fuente: Consejería de Turismo (Junta de Castilla-La Mancha),



Para el colectivo de turistas que pernoctan en Toledo, en cambio, la *Encuesta de Ocupación Hotelera* parece mostrar sólo un aumento del colectivo de visitantes nacionales durante el último año (+4.948). Los viajeros extranjeros, según esta fuente, han disminuido en un 6,97% de 2002 a 2003 (en conjunto -10.014 viajeros).

<b>Toledo. Demanda hotelera</b>				
<b>Viajeros alojados en establecimientos hoteleros según su procedencia</b>				
	<b>Visit. Nacionales</b>		<b>Visit. Extranjeros</b>	
<b>Año</b>	Total	%	Total	%
<b>2003</b>	242.480	64,49	133.505	35,51
<b>2002</b>	237.532	62,33	143.519	37,77

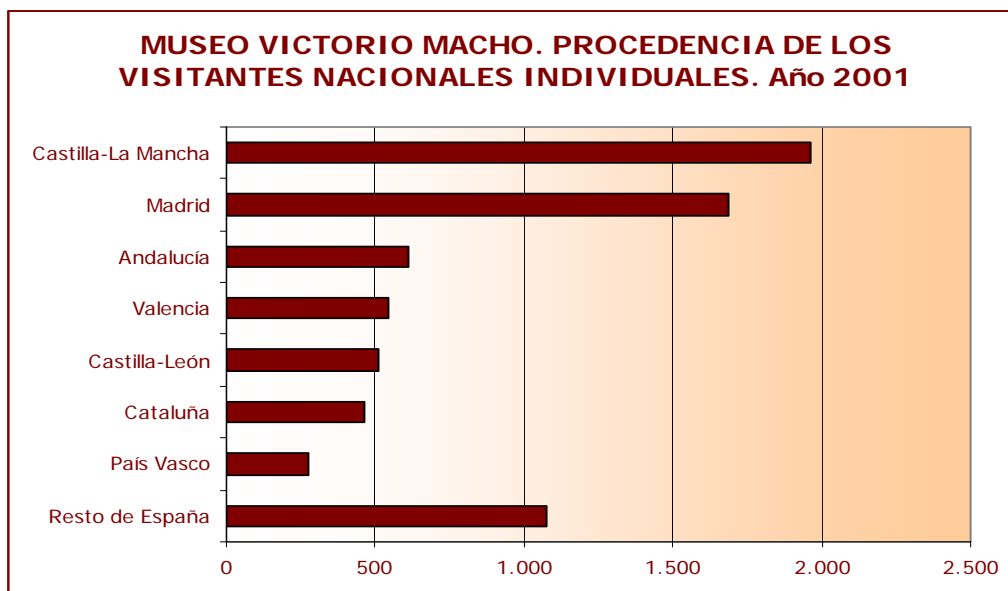
Fuente: *Encuesta de Ocupación Hotelera* (INE)

Entre los **visitantes individuales** se puede señalar que predomina, pues, aunque levemente, el componente nacional. Como se ha señalado, de acuerdo con los registros de consultas de las oficinas de información turística, el 57% de las solicitudes de información de 2003 corresponden a visitantes nacionales mientras que el 43% restante derivan de visitantes extranjeros. Dentro de los **visitantes nacionales**, existe un predominio muy acusado de los madrileños, que representan el 29,33% de los visitantes españoles y el 16,60% del total de visitantes. Tras los madrileños se sitúan los residentes en Andalucía, que concentran el 12,92 % de las consultas realizadas por españoles, seguidos valencianos (11,39%), catalanes (9,15%) y castellano-manchegos (8,37%). En conjunto vendrían a suponer el 71,14% de los visitantes nacionales, porcentaje muy elevado que deriva de la concurrencia de dos tipos de factores: el factor proximidad (en tanto que en este tipo de destinos predomina un visitante de tipo excursionista que realiza desplazamientos bastante reducidos en tiempo y en espacio) y el factor potencia demográfica (entendido como mercado turístico potencial).

<b>Toledo. Consultas OIT.</b>		
<b>Procedencia de los visitantes nacionales. Año 2003</b>		
	<b>Total</b>	<b>%</b>
Madrid	71.219	29,33
Andalucía	31.340	12,90
Valencia	27.662	11,39
Cataluña	22.228	9,15
Castilla-La Mancha	20.329	8,37
Castilla-León	15.907	6,55
Pais Vasco	10.889	4,48
Aragón	7.089	2,92
Galicia	6.924	2,85
Murcia	6.444	2,65
Asturias	5.277	2,17
Extremadura	4.575	1,88
Canarias	3.747	1,54
Cantabria	2.877	1,18
Navarra	2.340	0,96
La Rioja	1.920	0,79
Baleares	1.760	0,72
Ceuta y Melilla	327	0,13
<b>TOTAL</b>	<b>242.854</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

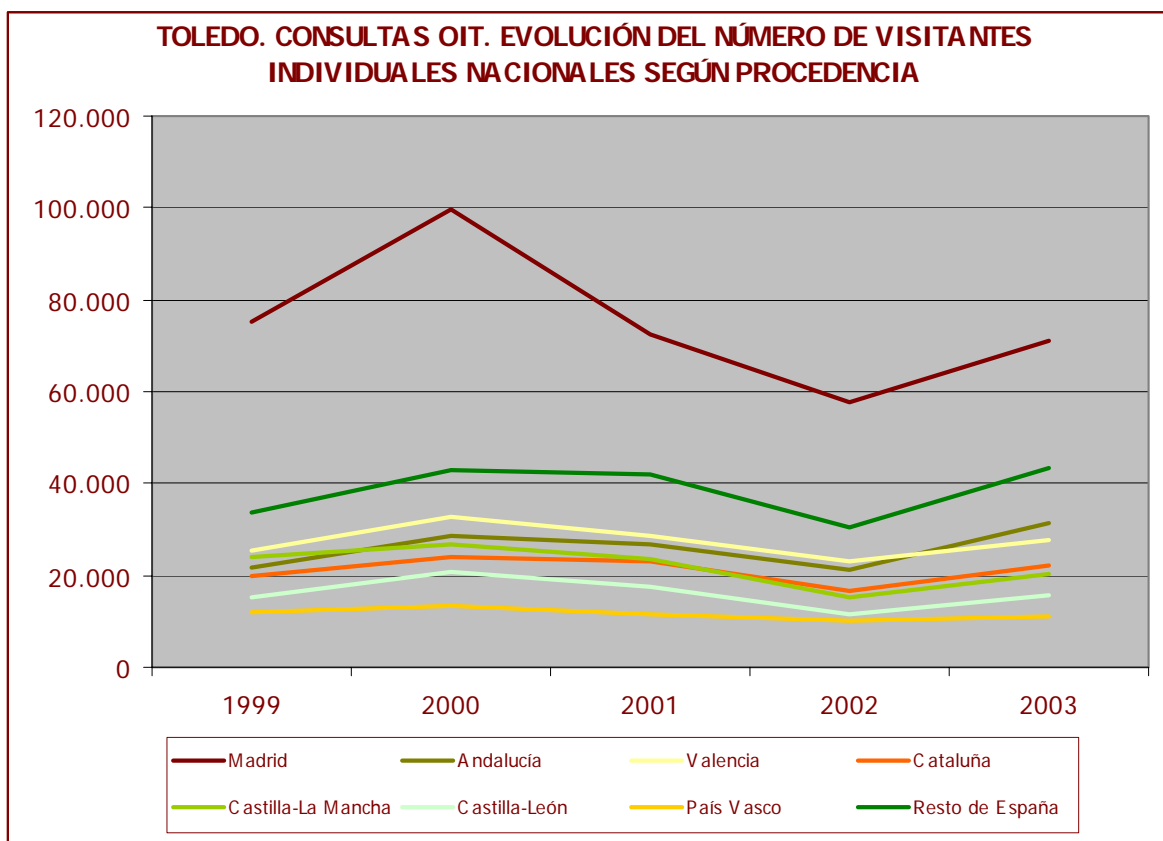
Los registros de visitantes individuales del Museo Victorio Macho corroboran, para la variable procedencia de los visitantes individuales, los resultados que arrojan las consultas de las oficinas de información ya expuestos. En todo caso se acentúan la importancia de los castellano-manchegos, debido al elevado número de toledanos que aún visitan un museo relativamente nuevo, y de los castellano-leoneses, debido a la afluencia de visitantes de Palencia (tierra natal del escultor Victorio Macho).



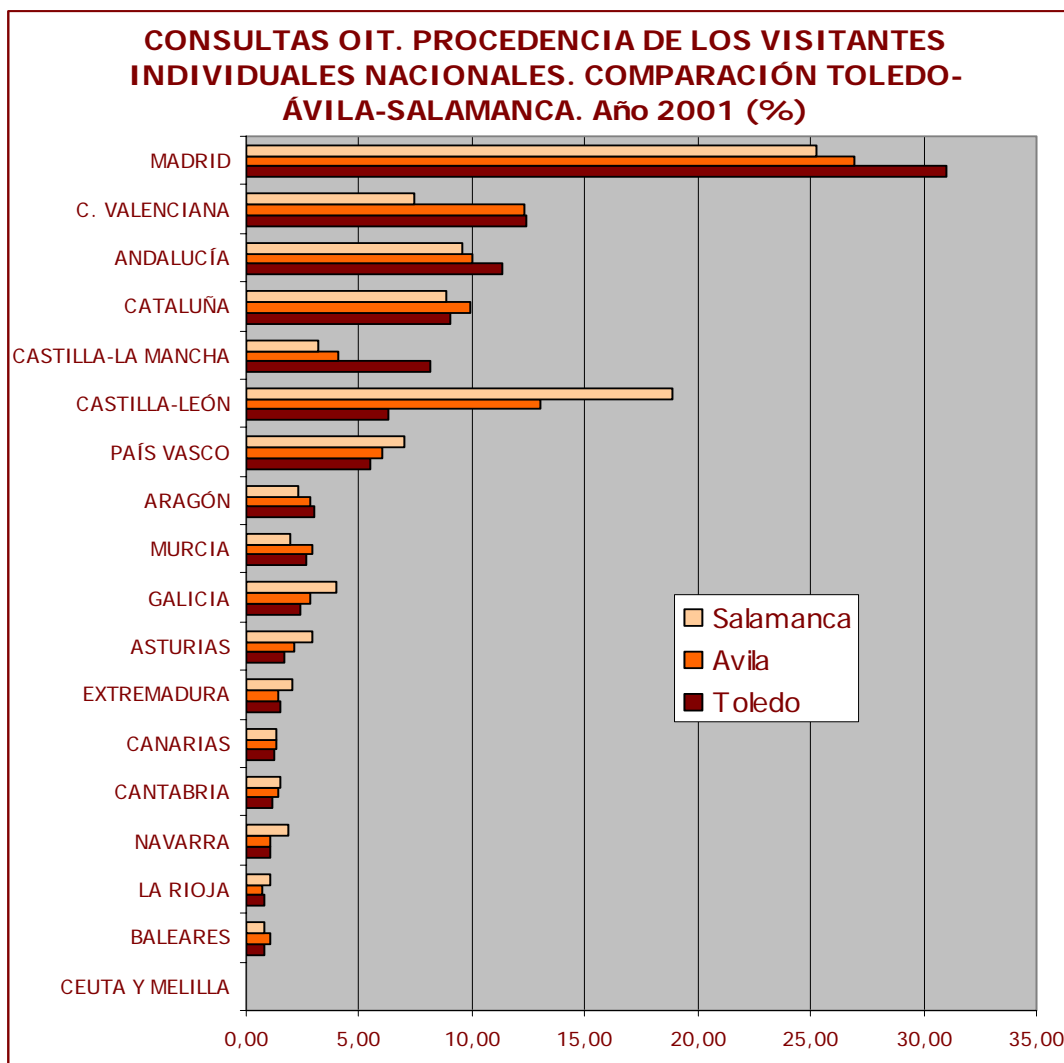
La evolución de los principales mercados emisores de visitantes nacionales a Toledo no presenta diferencias muy marcadas a lo largo de los últimos cinco años. Casi todos los colectivos presentan una línea evolutiva muy semejante y parecen haber respondido de igual manera a la tendencia que marca la curva general: crecimiento sostenido hasta el año 2000, descenso en el año 2001 y 2002 y tímida recuperación en 2003.

<b>Toledo. Consultas OIT.</b>					
<b>Evolución del número de visitantes nacionales por procedencias</b>					
	1999	2000	2001	2002	2003
Madrid	75.105	99.554	72.566	57.788	71.219
Andalucía	21.559	28.827	26.838	21.081	31.340
Valencia	25.171	32.561	28.639	23.058	27.662
Cataluña	19.842	24.184	23.191	16.811	22.228
Castilla-La Mancha	24.045	26.815	23.337	15.223	20.329
Castilla-León	15.167	20.948	17.523	11.713	15.907
País Vasco	12.107	13.499	11.675	10.190	10.889
Resto de España	33.884	42.882	42.033	30.456	43.280

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).



A grandes rasgos los grandes mercados emisores de visitantes nacionales a Toledo se corresponden con los principales mercados emisores del resto de los destinos de turismo cultural del país. Los porcentajes de consultas realizadas en las oficinas de información turística de otras ciudades así lo pone de manifiesto. Por ejemplo para Salamanca y Ávila, también son los visitantes madrileños el principal colectivo de visitantes individuales nacionales seguidos en este caso de castellano-leoneses por el efecto proximidad. Andaluces, valencianos y catalanes, al igual que en Toledo constituyen los siguientes mercados principales. Para todos ellos Toledo constituye uno de los destinos más populares del país y acapara buena parte de los flujos de turismo interno que emiten a nivel nacional las regiones citadas.



La popularidad turística de Toledo queda patente en los resultados de una encuesta realizada en septiembre de 2001 en Barcelona con motivo de una acción de promoción conjunta realizada por el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Los resultados de este trabajo mostraron cómo las ciudades Patrimonio de la Humanidad del Grupo constituían en buena manera destinos turísticos ya consolidados para el mercado emisor catalán y Toledo se configura como la ciudad más visitada de todas ellas. Entre los encuestados, en su gran mayoría residentes en la ciudad de Barcelona, más de la mitad habían visitado ya alguna vez las ciudades de Toledo, Santiago de Compostela, Segovia y Córdoba. Entre el 30 y el 40% habían visitado Salamanca, Ávila, Cuenca e Ibiza. Finalmente, incluso hasta las ciudades menos visitadas (Cáceres, Alcalá de Henares y La Laguna) se habían acercado más del 20% de los encuestados. El nivel de conocimiento de estos destinos es, pues, alto entre la población urbana catalana, máxime teniendo en cuenta que tan sólo un 8% de los

encuestados declaró no haber estado nunca en ninguna de las ciudades del grupo (*Boletín del Observatorio Turístico de Ávila*, nº 3/octubre 2003).

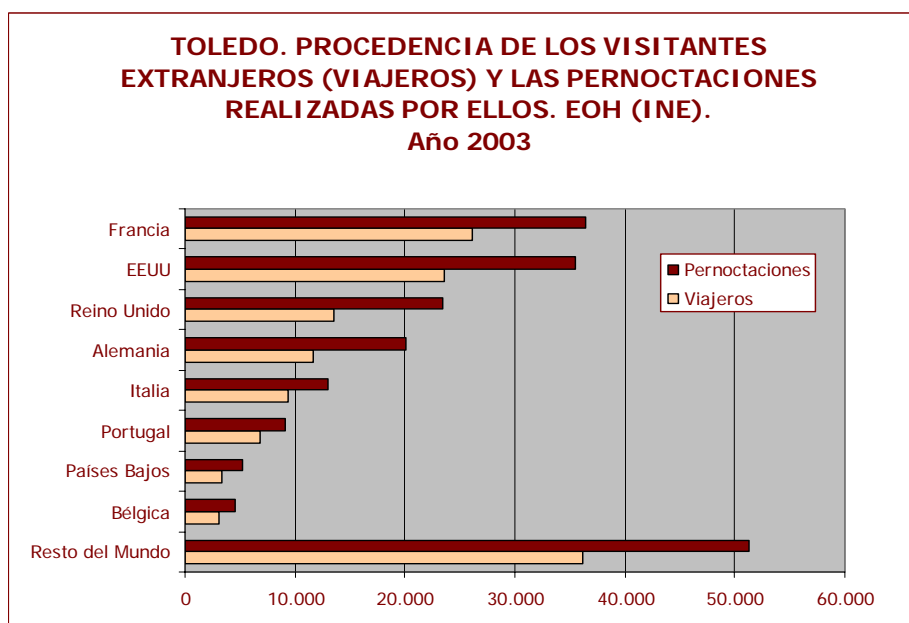


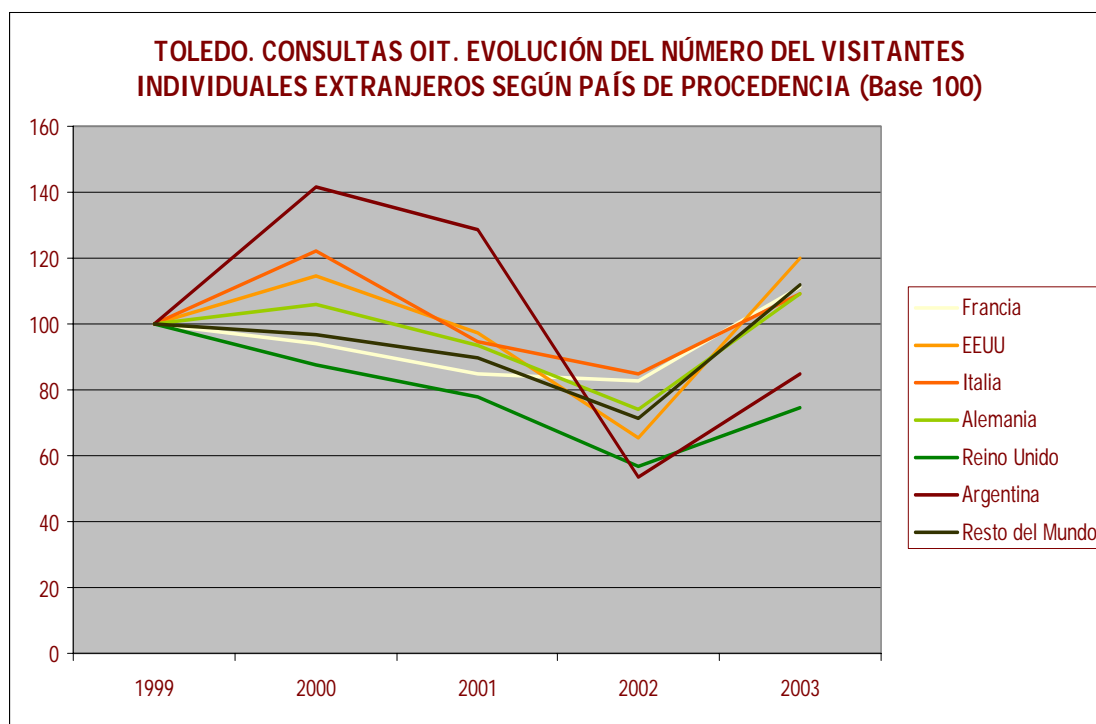
Por su parte, entre los **visitantes extranjeros** destaca la concurrencia en las oficinas de información turística de visitantes procedentes de la Unión Europea: franceses, alemanes, italianos y británicos, es decir, residentes de países tradicionalmente emisores de turistas hacia España. También tienen una participación destacada Estados Unidos, que es el segundo país con mayor número de consultas realizadas, Argentina y México. Entre los viajeros alojados en los hoteles de Toledo destacan igualmente los mismos colectivos: franceses, estadounidenses, británicos y alemanes por ese orden. La evolución de estos mercados emisores de visitantes extranjeros a Toledo, al igual que ocurría con los visitantes nacionales, no presenta a nivel interno grandes diferencias. Tan sólo se marca más el descenso de los visitantes de algunos países como puede ser el de Argentina, quizás debido a la fuerte crisis que ha sacudido el país, y el de EEUU, que a pesar de su bajada tras los atentados del 11-S en el año 2003 se ha recuperado de forma notable.



<b>Toledo. Consultas OIT.</b>					
<b>Procedencia de los visitantes extranjeros. Año 2003</b>					
<i><b>País</b></i>	<i><b>Totales</b></i>	<i><b>%</b></i>	<i><b>País</b></i>	<i><b>Totales</b></i>	<i><b>%</b></i>
Francia	31.936	17,17	Venezuela	2.157	1,16
EEUU	26.618	14,31	Suiza	1.838	0,99
Italia	13.796	7,42	Perú	1.774	0,95
Alemania	13.729	7,38	Austria	1.497	0,8
Reino Unido	9.071	4,88	Grecia	1.275	0,69
Argentina	8.592	4,62	Irlanda	813	0,44
Méjico	8.463	4,55	Dinamarca	751	0,4
Holanda	5.892	3,17	Suecia	701	0,38
Japón	4.384	2,36	Puerto rico	664	0,36
Brasil	3.942	2,12	Finlandia	495	0,27
Bélgica	3.735	2,01	Sudáfrica	456	0,25
Portugal	3.732	2,01	Noruega	407	0,22
Canadá	3.434	1,85	Filipinas	276	0,15
Australia	3.074	1,65	Marruecos	166	0,09
Israel	2.730	1,47	Luxemburgo )	106	0,06
Rusia	2.701	1,45	Egipto	56	0,03
Chile	2.592	1,39	Argelia	20	0,01
Colombia	2.379	1,28	Otros países	21.741	11,69

Fuente: Patronato Municipal de Turismo. Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

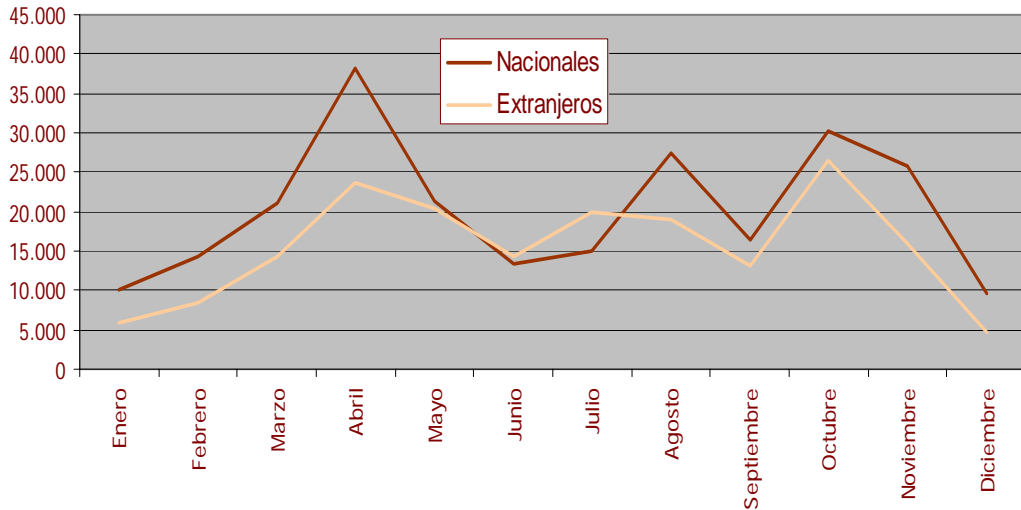




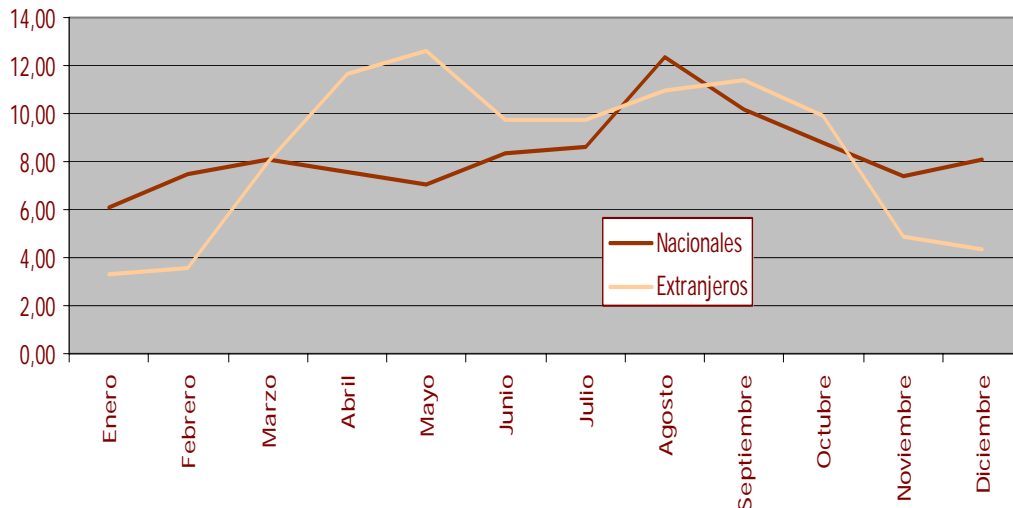
La distribución mensual de las consultas efectuadas en las oficinas de información turística no muestra grandes diferencias entre visitantes nacionales y extranjeros. En todo caso, los visitantes extranjeros son porcentualmente mucho menos numerosos en temporada baja y se reparten, en cambio, de forma más homogénea de marzo a octubre, marcando como picos máximos abril y agosto. Entre los nacionales, sin embargo, se agudiza de forma más marcada el pico máximo de agosto, quedando también como secundarios abril y octubre. Por su parte, entre los viajeros alojados la variable procedencia introduce variaciones más considerables en la curva de la distribución mensual: los viajeros extranjeros se concentran sobremanera en primavera, siendo el pico de verano menos marcado que en el caso de los visitantes nacionales. Al igual que ocurre con las consultas de las oficinas de información, la presencia de visitantes extranjeros en los hoteles de la ciudad es muy escasa en los meses de la temporada baja (enero, febrero, noviembre y diciembre).

A nivel interno, las diferencias más notables en las curvas de distribución mensual aparecen para el colectivo de visitantes nacionales. Dentro de él se marca de forma notable la diferencia entre los visitantes de proximidad (madrileños fundamentalmente) y los visitantes con origen en comunidades del resto de España. La llegada de los primeros se reparte de forma más homogénea a lo largo de todo el año y, en cambio, los segundos tienden a concentrarse de forma más marcada en los periodos vacacionales más largos (Semana Santa y agosto).

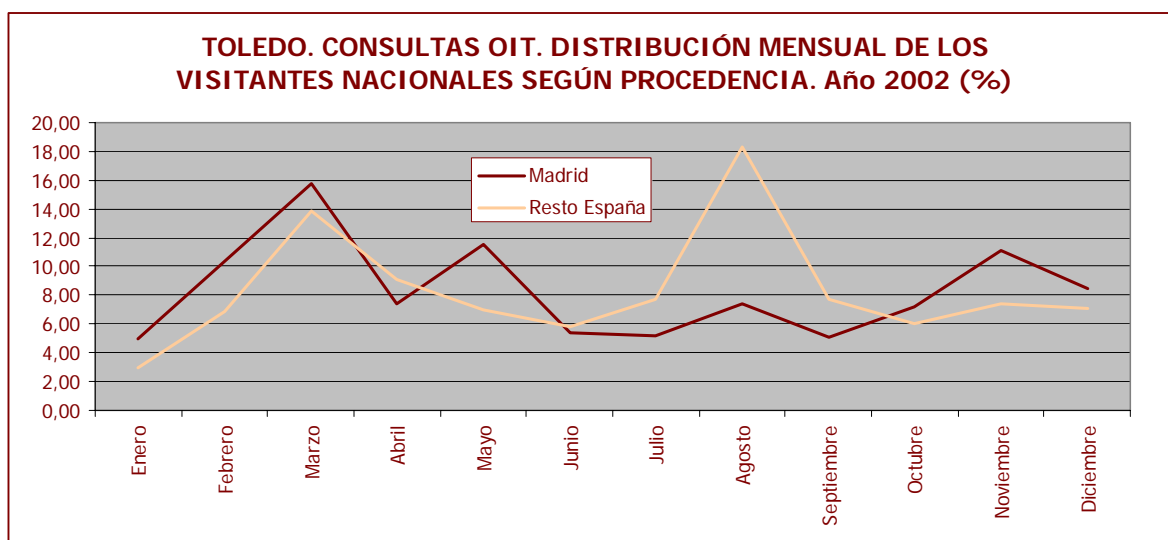
### TOLEDO. CONSULTAS OIT. DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE LOS VISITANTES SEGÚN PROCEDENCIA. Año 2003



### EOH. VIAJEROS ALOJADOS. DISTRIBUCIÓN MENSUAL SEGÚN PROCEDENCIA. Año 2002 (%)



<b>Toledo. Encuesta de Ocupación Hotelera.</b>						
<b>Distribución mensual según la procedencia de los visitantes. Año 2002</b>						
Meses	Viajeros			Pernoctaciones		
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero
Enero	19.256	14.536	4.720	32.167	23.302	8.865
Febrero	22.950	17.801	5.149	34.066	26.651	7.415
Marzo	30.603	19.146	11.457	48.712	32.127	16.585
Abril	34.596	17.908	16.688	54.259	28.495	25.764
Mayo	34.765	16.683	18.082	53.573	27.293	26.280
Junio	33.903	19.930	13.973	48.979	29.502	19.477
Julio	34.379	20.450	13.929	53.228	33.003	20.225
Agosto	45.095	29.352	15.743	68.544	46.243	22.301
Septiembre	40.446	24.127	16.319	65.007	38.811	26.196
Octubre	35.093	20.902	14.191	53.037	31.942	21.095
Noviembre	24.488	17.474	7.014	41.246	29.946	11.300
Diciembre	25.477	19.223	6.254	39.186	30.029	9.157
<b>TOTALES</b>	<b>381.051</b>	<b>237.532</b>	<b>143.519</b>	<b>592.004</b>	<b>377.344</b>	<b>214.660</b>



## II.5. Perfil de los visitantes.

La mayoría de los expertos en turismo y los cuerpos técnicos de la administración turística coinciden en mantener que los visitantes de los destinos de turismo cultural son en principio unos turistas de elevado nivel formativo y alta capacidad adquisitiva. En parte, los datos disponibles a partir de los trabajos de campo realizados por el

*Grupo de Investigación "Turismo y ciudades históricas"* en distintas ciudades vienen a corroborar esta teoría.<sup>3</sup>

En las ciudades históricas las diferencias respecto a otros destinos desde el punto de vista del perfil del visitante se acentúan en relación a dos aspectos básicos: el nivel educativo y la categoría socioprofesional. Tomando como referencia el **nivel de estudios**, en Ávila, por ejemplo, un 63,7% de los visitantes encuestados en la temporada 2000-2001 contaban con estudios de nivel universitario, un 27% estudios secundarios, un 5,24% estudios primarios, y tan sólo el 0,30% decían no tener estudios (Troitiño, Calle y García, 2002). En principio puede parecer un porcentaje de estudios universitarios muy elevado; sin embargo resulta coincidente con los resultados obtenidos en estudios similares realizados en otros destinos patrimoniales del país (Aranjuez, Santiago de Compostela, Granada, Salamanca). Así, García Docampo (1998) en Santiago apunta un porcentaje del 55%; en Aranjuez también se sitúa en torno al 60%; y en la Alhambra de Granada de un 48%.

En buena medida, este perfil educativo resulta acorde con la distribución de los visitantes en relación a las categorías socioprofesionales, con fuerte presencia de ocupados en trabajos que requieren titulación universitaria y de estudiantes. En Ávila, los primeros representan el 40,58% de los entrevistados y los estudiantes otro 11,20%. En tercer lugar destaca la presencia de personas ocupados en trabajos de

---

<sup>3</sup> En concreto, los proyectos de investigación donde se han hecho trabajos de campo en los que se basan los datos expuestos en este epígrafe son los siguientes:

**"Salamanca 2002: Experiencia turística, flujos y perfil de los visitantes. Bases para la gestión turística de la ciudad"** (2002-2003). *Plan de Excelencia Turística de Salamanca*: Ayuntamiento de Salamanca, Junta de Castilla y León y Ministerio de Economía y Hacienda.

**"Afluencia y perfil del visitante de Ávila. Temporadas de verano y otoño (I) - Temporadas de invierno y primavera (II)"** (2001). *Plan de Excelencia Turística de Ávila*: Ayuntamiento de Ávila, Junta de Castilla y León y Ministerio de Economía y Hacienda.

**"Imágenes, motivaciones y prácticas turísticas: bases para la gestión de los flujos turísticos en la ciudad de Aranjuez"** (2000). *Plan de Dinamización Turística de Aranjuez*: Ayuntamiento de Aranjuez, Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid y Ministerio de Economía y Hacienda.

**"Afluencia y perfil del visitante de Aranjuez"** (1999) *Plan de Dinamización Turística de Aranjuez*: Ayuntamiento de Aranjuez, Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid y Ministerio de Economía y Hacienda.

**"Agenda for research on tourism by integration of statistics/strategies (ARTIST)"**. DG VII-Unión Europea. Contract N° UR-SC.3018. Mayo 1999 - Diciembre 1999. TNO (Holanda), INRETS (Francia), Ciset (Italia), Universidad Complutense de Madrid (España) y Universidad de Kent (Reino Unido).

**"Estudio previo para la Revisión del Plan Especial de la Alhambra y Aljares"** (1999) Patronato de la Alhambra y Generalife - Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

**"Estudio sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en las Ciudades Históricas con Patrimonio Arquitectónico Monumental"** (1996). TURESPAÑA - Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMES.

naturaleza administrativa (16,73%), niveles medios y bajos de lo que tradicionalmente se ha denominado "trabajadores de cuello blanco". En cambio destaca la escasa proporción, respecto a la estructura ocupacional de la población española, de los trabajadores manuales, trabajadores de servicios de baja cualificación, jubilados, etc. (Troitiño; Calle Vaquero y García Hernández, 2003).

Aunque para Toledo no se disponen de una encuesta que permita conocer en profundidad estos aspectos, la información recogida en trabajos realizados en el Museo Sefardí y en el Museo Victorio Macho arrojan datos muy parecidos. De esta manera, entre los visitantes del Museo Sefardí del año 2002 un 75% tenía estudios superiores (Jiménez, 2000). El porcentaje era semejante entre los visitantes del Museo Victorio Macho (67%), que además se repartían por categorías socioprofesionales de la siguiente manera: un 53% eran ocupados superiores, un 21% trabajadores manuales, un 10% empleados en trabajos de naturaleza administrativa y un 8% estudiantes.



### **III. LA CONFIGURACIÓN DE LA CIUDAD HISTÓRICO TURÍSTICA: USO TURÍSTICO E IMPACTOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD.**

El uso turístico que los visitantes hacen de Toledo y sus recursos genera una serie de impactos sobre la ciudad. El impacto turístico tiene varias dimensiones: una dimensión económica, positiva en términos de creación de empleo y generación de ingresos directos para las empresas del sector turístico local; una dimensión física, relacionada con los impactos que la llegada de visitantes tiene sobre la trama urbana y la movilidad general de la ciudad y una dimensión funcional que tiene que ver con las modificaciones que la inserción de la función turística general sobre los usos y actividades que se implantan en el casco histórico.

Los impactos se producen a distinta escala: el impacto económico permeabiliza la totalidad del sistema productivo local, pero los impactos físicos y funcionales se concentran en el espacio que se consume turísticamente: la "ciudad histórico-turística", es decir aquella porción de la ciudad, y más concretamente del casco histórico, donde se concentran los visitantes y se localizan la mayor parte de las actividades de orientación privada que les dan servicio (bares, cafeterías, restaurantes, comercio

turístico, hoteles, etc.).

### III.1. Movilidad y uso turístico del espacio urbano.

Los visitantes de Toledo de acuerdo con sus pautas de comportamiento y las motivaciones básicas de visita utilizan de forma selectiva el casco histórico. La organización y desarrollo de la visita implica cierta selección espacial y temática de los recursos disponibles ya se trate de los elementos patrimoniales, los espacios públicos o la oferta turística de orientación privada. El conocimiento de las pautas de movilidad y el uso turístico del espacio, así como de las razones que sustentan el consumo turístico del casco (intereses de los turistas, conocimiento previo del destino, características del espacio adecuado para la visita, configuración y legibilidad de la trama urbana, etc.) resulta clave a la hora de adecuar el diseño de determinadas actuaciones urbanas: creación de aparcamientos, acondicionamiento de áreas estanciales, señalización, localización de puntos de información y recepción de visitantes, etc.

#### III.1.1. Uso de los recursos turístico-culturales y modelo básico de visita patrimonial.

El patrimonio cultural de Toledo, en especial los elementos del patrimonio edificado de carácter monumental configuran el principal atractivo turístico de la ciudad. En torno a ellos pivota el desarrollo de la visita turística tipo. Sin embargo, no todos estos recursos patrimoniales se materializan de forma efectiva como recursos turísticos. Sus niveles de funcionalidad turística varían e incluso un buen número de elementos patrimoniales no son visitables ya sea por problemas de conservación, inadecuación funcional o incompatibilidad de usos. En este contexto, y para los elementos visitables que cuentan con entrada reglada, los datos de afluencia de visitantes permiten caracterizar los **niveles de uso** del patrimonio (respecto al total estimado de visitantes que recibe Toledo), así como los ritmos temporales que marcan la distribución anual de la llegada de esos visitantes (plano 8).

Toledo. Visitantes de los museos y monumentos.			
	Número de Visitantes	Porcentaje respecto al total de visit. estimado	Año de referencia
Nº total de visitantes (estimado)	1.800.000	100%	2004
Catedral	>1.000.000	> 56%	1999
Santo Tomé	418.351	23%	2003
Alcázar-Museo del Ejército	300.811	17%	1999
San Juan de los Reyes	315.215	17%	2000
Santa María la Blanca	300.000	17%	2003



Museo Sefardí	298.370	16%	2000
Casa Museo del Greco	205.000	11%	2003
Museo de Santa Cruz	137.178	8%	2003
Museo Victorio Macho	29.031	2%	2003
Museo de los Concilios	51.165	2%	2003
Taller del Moro	26.894	1%	2003
Santo Domingo el Antiguo	< 30.000	< 2%	1999

Fuente: Registros de visitantes de varios museos, *Museo Sefardí de Toledo. Estudio de público* (C. Jiménez, 2000).

Aunque no se disponen de datos al respecto, el elemento patrimonial más visitado de Toledo es la **Catedral**, por donde pasan gran número de los visitantes que se acercan cada año a la ciudad. Punto básico de referencia de toda visita turística, la Catedral es, además, uno de los edificios monumentales más importantes de Toledo, tanto por su arquitectura como por las obras de arte que atesora. Ya a finales de los años noventa se estimaba que su número de visitantes sobrepasa ampliamente el millón anual, llegando a superar los 4.000 visitantes en los días de máxima afluencia (García Hernández, 2003).

#### Catedral de Toledo. Recuento de visitantes. Sábado 28- 8-1999.

Nº total de visitantes: 4.129

Nº de visitantes en grupo: 1.426 (35%)

Nº de visitantes individuales: 2.703 (65%)

Nº de grupos: 43 (29 por la mañana y 14 por la tarde)

Porcentaje de visitantes que entraron a los museos (respecto al total diario): 62%.

Nº visitantes de Santo Tomé: 1.714 (41% del total de visitantes de la Catedral).

Fuente: Troitiño *et alii* 1(999); García Hernández (2003).

El segundo elemento patrimonial más visitado es la **Parroquia de Santo Tomé**. Recibía anualmente más de 600.000 visitantes, lo que suponía cerca del 34% del total de visitantes que se estima visitan la ciudad cada año. En los últimos años, en cambio, ha visto disminuir su afluencia a un ritmo anual de aproximadamente el 15%, un 35% en global desde el año 2000. En el año 2003 han sido en total 418.351, de los cuales el 19% (78.829 personas) pertenecen a grupos organizados tanto de carácter comercial (agencias y touroperadores) como turismo social (escolares, tercera edad, etc.). Dispone de un sistema de gestión de la entrada de visitantes por el cual el número máximo permitido de visitantes diarios se sitúa en 4.000. No obstante, en determinadas fechas (fundamentalmente Semana Santa) la demanda de visitas supera este umbral formándose largas colas de visitantes en la plaza aledaña al acceso.

Si la Catedral y Santo Tomé son los elementos patrimoniales que más visitantes reciben en Toledo, en un **segundo nivel** se encuentran el **Alcázar, San Juan de los Reyes, el Museo Sefardí y la Sinagoga de Santa María la Blanca** (aunque se desconoce la cifra exacta de visitantes de éste último). En conjunto cada uno de estos elementos recibe en torno a **300.000 visitantes al año**. Excepto el Museo Sefardí, constituyen puntos básicos de la visita de los grupos organizados de carácter comercial que representan un importante porcentaje dentro de sus cifras de visitantes anuales.

La **Casa-Museo del Greco y el Museo de Santa Cruz** se sitúan en un **tercer nivel** con una afluencia anual que ronda los **150.000-200.000 visitantes**, en su mayoría individuales y colegios e instituciones de carácter cultural. Por último, **el resto de los elementos visitables** de los que se tiene noticia registran **cifras de afluencia inferiores a los 50.000 visitantes** al año.

Este *ranking* de uso turístico del patrimonio queda también refrendado por la percepción y el conocimiento previo que tienen los visitantes de su existencia e importancia. De hecho, el orden que en la encuesta sobre intención de visita realizada a los visitantes del Museo Sefardí en el año 2000 coincide en gran parte con el orden que se desprende de los registros de afluencia de los visitantes de cada uno de estos museos y monumentos.

Toledo. Ranking turístico de elementos visitables		
	Número de visitantes	Intención de visita (Encuesta Visit. Museo Sefardí)
Catedral	>1.000.000 (año 1999)	80,09%
Santo Tomé	418.351 (año 2003)	43%
Alcázar-Museo del Ejército	300.811 (año 1999)	42%
San Juan de los Reyes	315.215 (año 2000)	32%
Casa Museo del Greco	205.000 (año 2003)	49%
Museo de Santa Cruz	137.178 (año 2003)	18%
Museo de los Concilios	51.165 (año 2003)	9%
Taller del Moro	26.894 (año 2003)	12%

Fuente: Registros de visitantes varios; *Museo Sefardí de Toledo. Estudio de público* (C. Jiménez, 2000)

Las diferencias que se aprecian respecto al nivel de utilización de los recursos patrimoniales turísticos depende en gran medida de tres factores: su popularidad, su "visibilidad-monumentalidad" y, en mayor grado, su ubicación. De esta manera, el nivel de popularidad de elementos como el cuadro de "El entierro del Conde de Orgaz" o la magnificencia del Alcázar y la Catedral determinan que sean los puntos más visitados de la ciudad. Los dos últimos conforman, además, grandes conjuntos monumentales

que dotan de personalidad a los sectores urbanos donde se asientan: el área del Alcázar, cima y balcón de la ciudad, y el entorno de la Catedral, con una gran plaza en cuyos lados se sitúan el Palacio Arzobispal y el Ayuntamiento. En el caso del resto de los elementos patrimoniales el factor localización juega un papel determinante. Así, independientemente su interés intrínseco, los museos y monumentos situados sobre el eje de mayor tránsito turístico peatonal registran un nivel más elevado de frecuentación turística que aquellos que se ubican en posiciones más alejadas (García Hernández, 2003).

En buena medida, la contundencia de los hitos arquitectónicos de especial relevancia como la Catedral o el Alcázar en ocasiones llega a ocultar el valor del conjunto y el potencial del patrimonio visitable como distribuidor de flujos turísticos por toda la ciudad. Como consecuencia la capacidad de atracción de estos elementos genera unos flujos turísticos importantes y de elevada cuantía que conllevan problemas derivados de su propia concentración espacial y temporal. Por otra parte, la permanencia de dichos flujos turísticos es muy corta, de manera que su elevada rotación plantea problemas de congestión y conservación.

Finalmente, el ritmo diario de la afluencia del conjunto de elementos patrimoniales visitables en Toledo habla de la existencia de varios modelos básicos de visita. Por una parte se diferencia claramente la visita de los grupos organizados de carácter comercial con dos ciclos de visita: uno de mañana (para las excursiones de día completo, las visitas de medio día de mañana y los circuitos que se encuentran de camino hacia Andalucía) y un ciclo de tarde (generalmente para los grupos que se encuentran en ruta y realizan una parada puntual en Toledo de vuelta a Madrid). Por otra parte los visitantes individuales y los grupos de turismo social, cuya visita algo más dilata en el tiempo, se desarrolla en las horas centrales del día, de 11:30 a 17:00 horas.

### **III.1.2. Accesibilidad y movilidad turística en el Casco Histórico.**

El casco histórico de Toledo, espacio en el que se concentran los principales atractivos turísticos de la ciudad, se ve sometido diariamente a múltiples problemas relacionados con el acceso de las personas que trabajan, estudian en la universidad, acuden para realizar gestiones o compras o van a "hacer turismo". En este sentido, a los problemas de accesibilidad (limitados puntos de entrada al casco que convergen en un único espacio: la Plaza de Zocodover) se unen los problemas de aparcamiento (convertido en mal endémico de la ciudad) y la movilidad por el interior del casco. La llegada de alrededor de 1.800.000 visitantes al año no es la causa principal de estos problemas, pero los acrecienta en buena manera por la concentración de los picos máximos de

afluencia: concentración temporal (en determinadas épocas del año, en determinados días y en determinadas horas del día) y concentración espacial (uso de un único itinerario que se sobrepone a las zonas de mayor centralidad funcional de la ciudad, y por tanto de mayor uso por los propios toledanos).

### III.1.2.1. Modos de acceso.

Aunque no se disponen de datos suficientes para cuantificar de forma exacta los visitantes que llegan anualmente a Toledo y mucho menos la utilización del transporte público, lo cierto es que la mayor parte de los visitantes acuden en coche o autocar turístico a la ciudad. El uso del transporte público (tren y autobús de línea regular) resulta minoritario. En un día medio del mes de agosto (temporada media-alta), por ejemplo, llegan a Toledo entre un mínimo de 600 y un máximo de 800-900 personas en transporte público, de ellas 500-600 lo hacen en tren (con un alto predominio de visitantes extranjeros) y de 100 a 200 en autobús<sup>1</sup>. Esto supone una baja utilización del transporte público, sólo un 20-25% de los visitantes de un día de alta afluencia (fin de semana de temporada media-alta) acceden en estos medios de transporte (si tomamos como referencia los aproximadamente 4.000 visitantes diarios que puede recibir la catedral por esas fechas) (Troitiño *et alii*, 2000; García Hernández, 2003).

Junto a ellos, hay una media diaria de 40-50 autocares turísticos, lo que supone que entre 1.400 y 1.700 visitantes acceden cada día al casco histórico de Toledo en ese medio de transporte. Se dispone al respecto de los datos del conteo de afluencia a la catedral del conteo realizado el día 28-8-99 (43 grupos) y del aforo de autocares turísticos realizado por ETT para el *Estudio de Reordenación Vía del Casco Histórico* de 1994 (47 autocares aforados con un total de 1.700 visitantes en grupo). No obstante, durante los **días de máxima afluencia de visitantes en grupo**, el número de autocares supera el centenar alcanzándose cifras cercanas a los **150 autocares** (aproximadamente **4.500 visitantes en grupo**). Los principales puntos de aparcamiento de los autocares turísticos se sitúan en las inmediaciones de la Puerta del Cambrón, en la Venta de Aires y en el Paseo de Recadero, a veces en lugares no habilitados para tal fin. Existe un aparcamiento de autobuses situado cerca de la estación de autobuses (fuera del casco histórico) que ya sea por su localización (un tanto alejado), como por el coste sólo es parcialmente utilizado por los autocares turísticos.

---

<sup>1</sup> Fuente: recuentos efectuados en agosto de 1999 (Troitiño, García Hernández, Calle Vaquero (2000), "Reorganising accessibility by car: the case of Toledo" in M. Manente and V. Minghetti (eds.), *Visitor and Mobility Management in Tourism Destinations. Spatial Behaviour, Accessibility and Information*. Cafoscarina; Ciset. Venice. Pp. 93-108.)

El resto de los visitantes, aquellos visitantes individuales que deben acceder en vehículo particular, propio o alquilado, a Toledo pueden suponer pues, entre el 35 y el 40% de la afluencia diaria. Si tomamos como referencia la cifra total de visitantes a la catedral obtenida del conteo realizado el día 28 de agosto de 1999, 4.129 visitantes de los cuales 2.703 fueron visitantes individuales, entre éstos últimos alrededor 800-900 pudieron acceder en transporte público (según los resultados de los aforos realizados para esas fechas en las estaciones) y el resto, unos 1.800-1.900 en vehículo privado. Tomando como cifra media de ocupación por vehículo 2,5 (Javier Gutiérrez Puebla, MOPTMA, 1995), el **volumen de vehículos privados** que llega a Toledo por motivo de turismo un **día de máxima afluencia** de visitantes individuales puede ser de **720-760**.

Una vez en Toledo, el acceso de los visitantes al casco histórico se ha venido realizando de forma generalizada por medio de transporte mecanizado (vehículo privado, autobús urbano desde las estaciones o autocar turístico), contribuyendo a la congestión de la vía de acceso principal (calle Real del Arrabal-Cuesta de las Armas). Los visitantes que acceden en coche propio suelen penetrar por la Puerta Bisagra, buscar aparcamiento en la zona del Alcázar o en alguna de las calles o explanadas del casco histórico y continuar su visita a pie. Los autocares turísticos, por su parte, han venido dejando a los turistas en uno de los extremos del casco (Alcázar-Plaza de Zocodover) y los recogían en el opuesto (Puerta del Cambrón-Puente de San Martín).

Según el estudio del MOPTMA realizado hace diez años (1994) alrededor de un 70% de los autocares dejaban a los visitantes en el Alcázar y un 75% los recogían en las proximidades de la Puerta del Cambrón, lo que indica que la mayor parte de los visitantes que acudían en autocares turísticos a Toledo realizaban su recorrido en sentido este-oeste (Alcázar-San Juan de los Reyes). Hecho que se explica por la propia topografía de la ciudad (el Alcázar es el punto más elevado del casco) y la disposición de los elementos visitables.

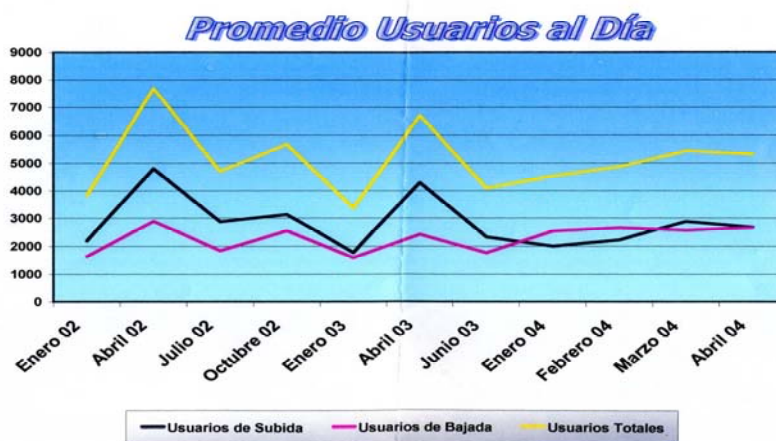
<b>LUGARES clásicos de BAJADA Y RECOGIDA DE VISITANTES TRANSPORTADOS EN AUTOBUSES TURÍSTICOS (1994).</b>			
<i>Lugar de bajada (%)</i>		<i>Lugar de recogida (%)</i>	
Alcázar	70,7	Cambrón	75,6
Cambrón	14,6	Bisagra	9,7
Bisagra	12,1	Alcázar	7,3
Resto	2,4	Resto	7,3
<b>TOTAL</b>	100	<b>TOTAL</b>	100

Fuente: *Estudio de Reordenación Viaria y del Transporte en el Casco Histórico de Toledo* (MOPTMA,1994).

La inauguración de las escaleras mecánicas del Paseo de Recaredo (verano del 2000) introdujo algunas variaciones en las rutas básicas de acceso y movilidad de los grupos. Quedó temporalmente prohibido el acceso de los autocares a la parte alta del casco. Se dejaba a los visitantes en grupo en las inmediaciones de la Puerta de Bisagra o cerca del aparcamiento del Paseo de Recaredo y se instaba al acceso peatonal por los remotes. No obstante, se ha vuelto a permitir el acceso de autocares hasta las inmediaciones del Alcázar y los grupos continúan discurriendo por los itinerarios clásicos (Alcázar –Zocodover –Catedral –Santo Tomé –Tránsito –San Juan de los Reyes –Puente de San Martín). En buena medida las escasas dimensiones de la dársena de autobuses y las dificultades de maniobra con la que se encuentran los autocares turísticos en las inmediaciones del acceso al aparcamiento y escaleras de Recaredo obstaculizan su utilización en este sentido. Por otra parte, también resulta complejo insertar en el itinerario clásico de los grupos que empiezan su visita en el Alcázar, la utilización de las escaleras. Si los grupos acceden por ese punto al casco histórico aún han de recorrer a pie un amplio tramo en pendiente ascendente hasta Zocodover y el Alcázar para iniciar su visita.

Por tanto, desde el punto de vista turístico actualmente los remotes mecánicos de Recaredo son frecuentados fundamentalmente por visitantes individuales que depositan sus vehículos en el aparcamiento de Recaredo o en las inmediaciones del circo romano y algunos escasos grupos. No obstante las escaleras registran un gran tránsito de personas debido al uso que probablemente hacen de ella residentes del casco, y en mayor medida, trabajadores y estudiantes que acuden diariamente a la parte alta de la ciudad. En el año 2002 el mes de menor tránsito, enero, registró un promedio de 4000 usuarios/ día en ambos sentidos, situándose ese promedio en mayo, mes de mayor tránsito, en torno a los 7.800 usuarios/ día (datos proporcionados por el Ayuntamiento de Toledo, ver gráfico adjunto).

### AFLUENCIA ESCALERAS MECANICAS



### III.1.2.2. Aparcamiento.

El aparcamiento es uno de los problemas endémicos de los centros de nuestras ciudades históricas. También en Toledo, a las difíciles condiciones de accesibilidad al casco histórico se unen los problemas que la escasez de suelo disponible en la vía pública genera respecto al aparcamiento de los vehículos en el interior del recinto amurallado. En 1994, el número de plazas de aparcamiento existentes en el casco era aproximadamente de 6.600 (dato recogido por los autores del estudio de la Universidad de Harvard, Gómez Ibáñez y McCue, año 1995). De ellas, el número de espacios en garajes y aparcamientos públicos era de unos 1.200, el de espacios de aparcamiento privados fuera de la calle (garajes, patios de casas, etc.) era de unos 1.800 y el de espacios de aparcamiento libre en la calle de unos 3.600.

Para esas mismas fechas, según el estudio el *Estudio de Reordenación Viaria y del Transporte en el Casco Histórico de Toledo* (MOPTMA, 1994) de los 20.000 vehículos que accedían al casco diariamente, el 25% aparcaban en garajes privados y aparcamientos públicos y el 75% lo hacían en la vía pública. Por otra parte, se estimó respecto al aparcamiento en la vía pública que, dado que en el interior del recinto amurallado sólo existían 3.600 plazas de aparcamiento en la vía pública, que durante la noche sólo 1.700 de las plazas eran ocupadas por los residentes y que durante el día unos 650 residentes no movían el coche, las plazas efectivas disponibles para los usuarios del casco histórico no residentes (trabajadores y visitantes) eran alrededor de 3.000 y quedaban totalmente saturadas hacia las 11 horas de la mañana. La rotación media era de unos 4 vehículos/ plaza.

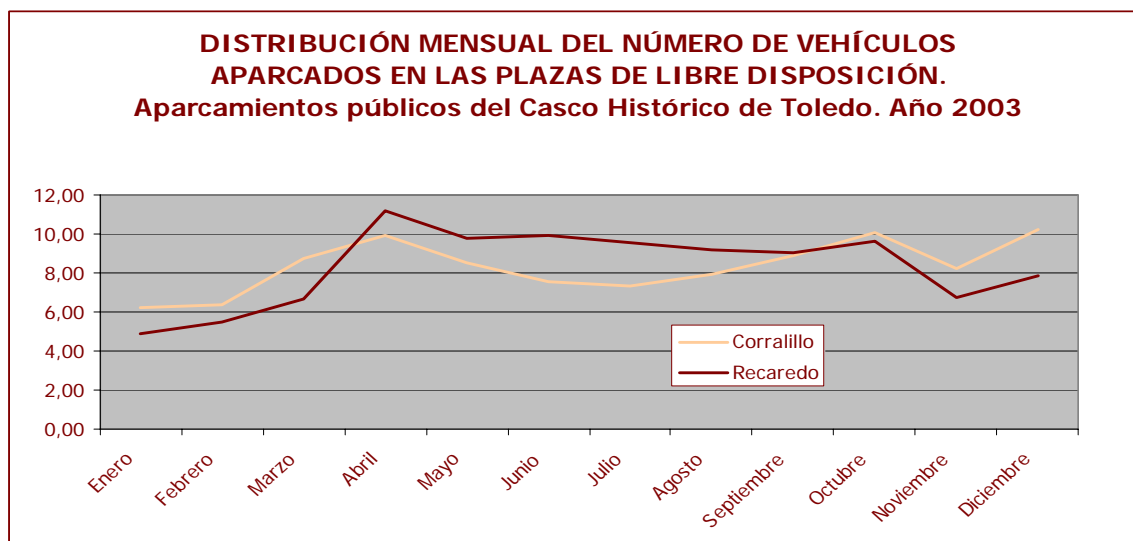
Actualmente la oferta de plazas de aparcamiento es mayor, pues a los aparcamientos públicos existentes a principios de los años noventa dentro del casco (Miradero, hoy en remodelación, y Corralillo de San Miguel) hay que añadir los aparcamientos de Recaredo y el Tránsito (éste último reservado sólo para residentes y los hoteles aledaños) que se unen a las plazas disponibles en la vía pública (1.176 reguladas mediante un sistema de control horario o "Zona ORA") y a varios garajes privados que funcionan como aparcamiento público. El número de plazas disponibles en los aparcamientos de Recaredo y Corralillo de San Miguel es de 1.071 (358 en Recaredo y 713 en Corralillo de San Miguel). De ellas, el 68%, 729 plazas, están ocupadas permanentemente (plazas en propiedad o abonados), quedando en libre disposición para vehículos de visitantes del casco (turistas, trabajadores, etc.) 342 plazas. No obstante, los problemas de congestión del tráfico y aparcamiento irregular en superficie subsisten.

<b>Aparcamientos públicos subterráneos en el Casco Histórico</b>			
<b>Aparcamiento</b>	<b>Nº total plazas</b>	<b>Plazas ocupadas permanentemente</b>	<b>Plazas de libre disposición</b>
Corralillo de San Miguel	713	512	201
Paseo de Recaredo	358	187	171
Av. de Bruselas	434	220	214
Paseo del Tránsito		<i>Uso de residentes</i>	

Fuente: Vinci Park, S.A.; Ayuntamiento de Toledo.

A pesar de los problemas de aparcamiento existentes en el casco histórico, las plazas disponibles en los aparcamientos públicos no parecen estar ocupadas al 100%. De hecho, según el estudio sobre la situación del aparcamiento incluido en el *Plan de Ordenación Municipal de Toledo*, en el aparcamiento de Recaredo los niveles de ocupación durante una mañana del mes de enero (día laborable) rondan el 46% y por la tarde bajan hasta el 11%. La oferta de este aparcamiento está ocupada por personas que trabajan en la zona o que van a realizar gestiones y compras al centro. El aparcamiento de Corralillo de San Miguel presenta, en cambio, unos niveles de ocupación más elevados: 88% durante la mañana y 53% por la tarde. La mayor parte de los usuarios son igualmente personas que van a realizar gestiones o compras al centro. Los tiempos medio de permanencia vienen a corroborar este hecho pues son de alrededor de 3 horas en Corralillo de San Miguel y algo más elevado en Recaredo (3-4 horas).

La utilización de los aparcamientos por parte de turistas es difícil de precisar. No obstante, según las estimaciones realizadas la necesidad de aparcamiento para vehículos de turistas generada los días de máxima afluencia de visitantes a Toledo es de alrededor de 800 plazas.





<b>Utilización de los aparcamientos públicos subterráneos (plazas de rotación). Año 2003</b>						
	<b>Nº Total de vehículos</b>			<b>Nº medio vehículos/día</b>		
	<b>Corralillo</b>	<b>Recaredo</b>	<b>Bruselas</b>	<b>Corralillo</b>	<b>Recaredo</b>	<b>Bruselas</b>
Enero	15.014	3.027	9.681	484	98	312
Febrero	15.351	3.371	11.102	548	120	397
Marzo	21.170	4.099	9.972	683	132	322
Abril	23.945	6.883	8.065	798	229	269
Mayo	20.597	6.017	9.848	664	194	318
Junio	18.257	6.087	9.785	609	203	326
Julio	17.760	5.894	7.165	573	190	231
Agosto	19.220	5.654	4.291	620	182	138
Septiembre	21.512	5.547	7.371	717	185	246
Octubre	24.443	5.921	9.870	788	191	318
Noviembre	19.887	4.133	9.626	663	138	321
Diciembre	24.787	4.823	8.619	800	156	278
<b>TOTAL</b>	<b>241.943</b>	<b>61.456</b>	<b>105.395</b>			

Fuente: Vinci Park, S.A.

### III.1.2.3. Movilidad turística en el casco histórico.

La movilidad turística dentro del caso histórico es esencialmente peatonal. Los turistas realizan toda su visita al casco a pie. El itinerario básico discurre a lo largo de un eje discontinuo de dirección E-O, formado por las calles en las que se concentran los principales monumentos históricos de la ciudad. En este eje, que presenta diversas ramificaciones en forma de rutas alternativas, se registran además los mayores flujos peatonales de la ciudad, pues sobre parte de él se asienta la zona comercial por excelencia del centro urbano.

Los visitantes suelen iniciar su visita en la Plaza de Zocodover (inmediaciones del Museo de Santa Cruz) o en el Alcázar, la zona más alta y visible de la ciudad y punto de ruptura de carga en el que desembocan el principal acceso rodado al casco, las líneas de transporte público urbano y el camino que conduce a pie desde la estación del ferrocarril. Desde ahí continúan los visitantes hacia la catedral por el eje de la calle del Comercio-Hombre de Palo o por la paralela (Tornerías-Horno de Bizcochos). El número de turistas que bordea la catedral por el norte (Hombre de Palo) es casi el doble de los que lo hacen por el sur (Cardenal Cisneros), pero tanto en un caso como en otro los visitantes tienden a confluir en la Calle de Santo Tomás. De hecho, los datos

que manejaba el estudio de reordenación viaria realizado por el MOPTMA en el año 1994, mostraban que el flujo turístico aforado en esta calle equivalía aproximadamente a la suma del registrado en las calles Hombre de Palo y Cardenal Cisneros. (plano 9)

A partir de la Catedral-Plaza del Ayuntamiento se producen dos ramificaciones: una de ellas discurre por el Pasadizo del Ayuntamiento y la calle del Taller del Moro y la otra por las calles Trinidad-Santo Tomé, siendo utilizado el primer itinerario básicamente por los visitantes en grupo y el segundo por los individuales. Ambas ramificaciones convergen en la Iglesia de Santo Tomé. De ahí, los visitantes individuales bajan por la Calle de Samuel Leví hacia el Museo del Greco, las sinagogas del Tránsito (Museo Sefardí) y Santa María la Blanca. Por su parte los visitantes en grupo descienden por la calle del Ángel hacia la calle Reyes Católicos (mucho menos transitada por peatones, pero con un importante volumen de tráfico rodado) o por detrás de la calle de Samuel Leví hacia el Paseo del Tránsito. Finalmente, el último tramo del eje turístico discurre por la Calle de los Reyes Católicos hacia el monasterio de San Juan de los Reyes.

Aunque no es seguido por la totalidad de los visitantes que acceden al casco histórico, el itinerario descrito canaliza los flujos de mayor magnitud convirtiendo en áreas estanciales de visitantes cuatro enclaves privilegiados: la Plaza de Zocodover, la Plaza del Ayuntamiento, la Plaza del Conde y el Miradero del Tránsito. La potenciación de este itinerario como eje turístico principal y la concentración de los visitantes en las calles que lo conforman viene explicado por varias razones:

- La dependencia de la información visual y la escasa familiaridad de los turistas y excursionistas con el "laberinto toledano". En líneas generales, el visitante encuentra muy poco legible el trazado de un casco histórico de trama árabe.
- La secuencia visual que favorece la contemplación de los principales hitos de referencia de la visita: la Catedral, Alcázar y San Juan de los Reyes.
- La vitalidad funcional del entorno de Zocodover-Alcázar y las calles del Comercio y Hombre de Palo. La presencia de comercios refuerza el atractivo de estos espacios y orienta en cierta manera las pautas de movilidad de los visitantes.
- El encauzamiento de la señalización direccional de los museos y monumentos.

El eje turístico principal aprovecha, además, las condiciones topográficas de la colina donde se ubica el casco, desde el Alcázar y la plaza de Zocodover hasta la salida por el

puede de San Martín o la puerta de la Bisagra se desciende prácticamente en todo momento, y una físicamente nueve de los trece grandes hitos turístico-culturales de Toledo. Además, este conjunto de calles y plazas proporcionan al recorrido un "ambiente histórico" coherente con la imagen externa de la ciudad, ambiente derivado de la pervivencia de la trama hispano-musulmana (calles en zig-zag, adarves, encrucijadas y ensanchamientos, etc.), la presencia de grandes monumentos asociados a la capitalidad del catolicismo español (conjunto catedralicio, palacio arzobispal, Museo de los Concilios, etc.), las resonancias hebreas (judería, Museo Sefardí, Sinagoga de Santa María la Blanca, etc.) y la asociación con la figura de El Greco (*Entierro del Conde de Orgaz*, Museo de Santa Cruz, Casa-Museo del Greco, etc.).

En líneas generales el eje turístico principal divide el casco en dos mitades, apenas utilizadas turísticamente a pesar de que los edificios con valor patrimonial de Toledo se encuentran distribuidos prácticamente por todo el recinto intramuros. No obstante, mientras la mitad norte, zona conventual e institucional, apenas es transitada por turistas, la zona sur, es decir, la comprendida entre el eje turístico hacia el río es mucho más permeable para los visitantes. El fenómeno tiene posibles causas: la zona norte está más alta, la calle comercio, (situada en el eje turístico) tiene un potente efecto barrera hacia la zona más septentrional. Desde este eje turístico y comercial apenas hay visibilidad de esa zona. Sólo unas cuantas calles estrechas, umbrías y empinadas parten en empinado ascenso hacia la zona norte y los turistas apenas se adentran en ellas. En cambio la mitad, a favor de la pendiente goza de mayor visibilidad y apertura y se proyecta visualmente hacia los Cigarrales. Es mucho más común encontrar visitantes en ella.

Los visitantes individuales recorren el caso de E O y viceversa por el itinerario descrito y suelen finalizar su visita en el entorno de Zocodover. Los grupos, en cambio, realizan la visita de E a O exclusivamente. Hasta fechas muy recientes (verano del 2000) los autocares depositaban a los grupos en la zona del Alcázar y los recogían en las inmediaciones del Puente de San Martín. Sin embargo, con la puesta en funcionamiento de las escaleras mecánicas del aparcamiento de Recaredo los autocares depositan a los grupos junto a la muralla y éstos acceden a pie bien por la el eje Puerta de Bisagra-Zocodover, bien por las escaleras mecánicas hacia Diputación.

Una vez en la parte alta, la visita, especialmente de los grupos organizados de carácter comercial se canaliza por un itinerario fijo que evita, en parte, el eje turístico principal, las calles más transitadas y comerciales (plano 10). Se desplazan así por las calles aledañas al eje en su parte sur con el objetivo de evitar aglomeraciones, retrasos y comercios que puedan distraer y dispersar al grupo. Este tipo de grupos sólo visita los

elementos más

emblemáticos del patrimonio toledano (Catedral, Alcázar, Santo Tomé) y/o aquellos otros que posibilitan el desarrollo de una visita puntual y poco detenida que no retrase el desarrollo de un apretado programa de viaje. Es el caso de Santa María la Blanca, Santo Tomé o San Juan de los Reyes donde sólo se contempla el claustro. Se evitan así los museos de gestión pública bien porque son más restrictivos en sus horarios y en los cupos asignados a las visitas de grupo (Casa del Greco, Museo Sefardí), bien porque exigirían una visita más pausada y no se ubican en la ruta básica (Museo de Santa Cruz, Museo de los Concilios, etc.).

Las visitas de los grupos de turismo social tiene pautas de movilidad menos rígidas y en líneas generales se desplazan por las mismas calles y plazas que los visitantes individuales, al igual que los grupos de las visitas guiadas que se organizan en la propia ciudad. A este respecto tanto la oferta del Patronato Municipal de Turismo como la oferta privada (A.T.C. Global) programan visitas diarias (una de mañana y otra de tarde) por el itinerario clásico (Catedral, Santo Tomé, Sinagoga de Santa María la Blanca y San Juan de los Reyes).

#### **TOLEDO. VISITANTES EN GRUPO.**

**Excursión "Toledo día entero". Oferta diaria de los tourperadores: Julia Tours, Pullmantur y Transaptur. -Desarrollo de la visita-**

- 11.00 Llegada a Toledo.
- 11:05 Parada en la Puerta de Bisagra para tomar una foto.
- 11:10. Descenso del autocar en el Alcázar.
- 11:10-11:35. Visita del Alcázar.
- 11:50-12:35. Visita de la Catedral.
- 12:40-12:50. Visita de Santo Tomé.
- 13:00-13:15. Visita al Museo Victorio Macho.
- 13:20-13:30. Visita Santa María la Blanca.
- 13:30-13:45. Visita del Claustro de San Juan de los Reyes.
- 13:50. Vuelta al autobús en el Puente de San Martín
- 14:00-15:15. Comida (restaurante de la zona de los Cigarrales).
- 15:30-16:30. Visita a una fábrica de Damasquino.
- 16:30-17:10. Visita al Palacio del Duque de Lerma (Hospital de Tavera).
- 17:30. Regreso a Madrid.

Por último cabe señalar la utilización del "Zocotren" como alternativa a los "city tours" que se desarrollan en otras ciudades con autocares normales o descubiertos. (plano 11)

En Toledo, dada la estrechez de sus calles y los problemas de circulación rodada existentes, existe un servicio de transporte turístico que permite a los visitantes recorrer la ciudad en un pequeño tren. Este servicio, denominado "Zocotren" y anteriormente "Tren Imperial" hace un itinerario por el exterior e interior del casco histórico y su recorrido por el recinto intramuros discurre por las calles del eje turístico principal en horario de mañana y tarde. El año 2003 utilizaron este servicio un total de 69.279 viajeros, situándose la media de usuarios /día en el mes de máxima afluencia (agosto) en torno a 400 viajeros.

<b>ZOCOTREN. Distribución mensual del número de usuarios. Año 2003</b>		
	<b>Total mensual</b>	<b>Media diaria</b>
Enero	1.389	45
Febrero	2.132	76
Marzo	4.672	151
Abril	8.102	270
Mayo	6.222	201
Junio	6.536	218
Julio	9.444	305
Agosto	12.904	416
Septiembre	8.776	293
Octubre	4.112	133
Noviembre	2.731	91
Diciembre	2.259	73
<b>Totales</b>	<b>69.279</b>	<b>190</b>

Fuente: Albino Pérez. UNAUTO S.L.

Desde la administración local existe una gran preocupación por resolver los problemas de accesibilidad y movilidad del casco. De hecho, muchas han sido las actuaciones llevadas a cabo en la última década (construcción y ampliación de los aparcamientos públicos, peatonalización, remotes mecánicos, etc.). Desde el ámbito turístico destaca además la inquietud existente por facilitar la accesibilidad física a los principales recursos monumentales. De hecho, desde el Plan de Excelencia Turística se ha impulsado un proyecto titulado "Toledo accesible" que pretende facilitar el acceso generalizado a los museos y monumentos: construcción de rampas y eliminación de barreras arquitectónicas tanto en los monumentos como en sus entornos inmediatos (Plan de Excelencia Turística, 2004).

### III.2. La configuración de la ciudad histórico-turística.

En conjunto y a pesar de la dimensión patrimonial del casco histórico de Toledo, el uso turístico del espacio se focaliza sobre unos cuantos ejes y enclaves en los que convergen tanto los visitantes individuales como los grupos organizados. Este hecho es achacable a que en Toledo, al igual que se puede constatar en otras muchas ciudades históricas, desde la perspectiva de los visitantes, únicamente una parte muy reducida del casco histórico y de los recursos patrimoniales parecen concitar atención y presentan un uso turístico intensivo. De forma paralela, desde la perspectiva de la oferta, únicamente estos espacios son adecuados para la implantación de actividades vinculadas directamente con el consumo de visitantes: tiendas de recuerdos, restauración turística, oficinas de información turística y pequeños negocios de alojamiento vinculados con la movilidad peatonal.

En buena medida este fenómeno de concentración espacial de los visitantes y de gran parte de las actividades turísticas sobre una porción muy reducida del casco antiguo de Toledo constituye el reflejo en el espacio del proceso de simplificación cultural inherente al fenómeno turístico en destinos de dominante patrimonial (Calle Vaquero, 2002). De esta manera, al igual que la identidad turística demandada y consumida por los visitantes constituye únicamente una versión reducida de las claves de la identidad de consumo local (referentes históricos y culturales), las atracciones turístico-culturales más demandadas sólo representan una parte mínima del conjunto del patrimonio local, aquella que enlaza de manera más directa con la imagen o imágenes turísticas más conocidas del destino: Santo Tomé en relación con el Toledo del Greco, las sinagogas respecto al Toledo judío, la Catedral y la festividad de Corpus Christi, etc.

A nivel espacial, el resultado de este proceso es la concentración del interés y el uso de los visitantes sobre una porción muy reducida de la ciudad histórica, en líneas generales aquella que encarna de manera más espectacular la identidad local y contiene las manifestaciones más grandiosas de su patrimonio, lo que Ashworth y Tunbridge (1990) denominan la *"ciudad histórico-turística"*. Los procesos de selección y concentración espacial que dan como resultado la conformación de esta *"ciudad histórico-turística"* ha sido conceptualizado bajo distintos nombres, pero en esencia se puede considerar que la conformación de la ciudad histórico-turística se debe a la confluencia de tres factores: en primer lugar, la existencia previa de una serie de espacios de concentración monumental que reúnen las condiciones idóneas para convertirse en importantes recursos de atracción y uso turístico; en segundo lugar, el uso que realizan los visitantes de la ciudad a partir de sus intereses, expectativas, imágenes y mapas mentales; y en tercer lugar, las estrategias de localización de los

principales sectores de actividad turística, en especial las tiendas de artesanía y recuerdos, la restauración turística y el alojamiento.

La "ciudad histórico-turística" de Toledo se conforma en torno a los itinerarios seguidos por los turistas Eje de Zocodover, Calle Comercio – Hombre de Palo– Tornerías, Catedral – Pza. del Ayuntamiento, Calles Trinidad – Santo Tomé, Samuel Leví y Paseo del Tránsito – San Juan de los Reyes). Las tiendas de artesanía y otros productos han competido tradicionalmente por localizarse en este conjunto de calles y plazas. Existe un núcleo importante en las proximidades del Alcázar; un segundo espacio de aglomeración en el eje Comercio-Hombre de Palo; en las calles Santo Tomé, San Juan de Dios y Reyes Católicos. Y en menor medida, aparecen también en otros espacios de tránsito turístico menos intenso (inmediaciones de Puerta de Bisagra, Tornerías y Puente de San Martín). De forma análoga en estos espacios se ubican los establecimientos de restauración que registran mayor presencia de turistas entre sus clientes así como los comercios tradicionales orientados parcialmente al consumo turístico (prensa, panaderías, comestibles, etc.). El sector alojamiento, debido a la especial configuración de la trama urbana y la edificación no presenta pautas de localización tan concentradas sobre estos ejes. Sin embargo se configura en Toledo un espacio de concentración de actividad turística que contrasta con la infrautilización desde el punto de vista turístico del resto del casco histórico.

### **III.3. Impactos de la actividad turística sobre el casco histórico.**

La actividad turística no actúa en el vacío, se superpone a una realidad urbana preexistente y su impronta espacial genera un impacto de dimensiones físicas, económicas, sociales y funcionales. En este sentido en Toledo, el turismo se configura como una pujante función urbana cuya impronta espacial plantea problemas complejos que tienen efectos diversos sobre la ciudad. De hecho a nivel urbano es posible diferenciar la incidencia económica del turismo de su incidencia espacial. En términos económicos el impacto del turismo permeabiliza la totalidad del sistema productivo local, pero los impactos físicos y funcionales (incidencia espacial) se concentran en el espacio que se consume turísticamente: la "ciudad histórico-turística", como se ha señalado, la porción de la ciudad donde se concentran los visitantes y se localizan las actividades turísticas.



Fuente: Elaboración propia

A nivel físico, el uso turístico del casco histórico, selectivo desde el punto de vista patrimonial y espacial, plantea problemas de saturación y congestión tanto de los recursos acondicionados para la visita como del espacio público. En este sentido, la llegada masiva de visitantes, autocares y vehículos privados refuerzan la situación conflictiva del casco respecto a los temas de accesibilidad, movilidad y aparcamiento. No obstante, el impacto del desarrollo turístico es sobre todo importante a nivel económico y funcional. A este respecto, el desarrollo de la actividad ha propiciado la aparición de áreas de especialización turística dentro de un proceso general de cambio funcional que viene explicado por la convergencia de dos factores: de una parte la importancia y pujanza de la función turística y de otra los procesos de despoblamiento y abandono residencial del casco histórico, así como la situación de declive económico a la que se ven abocados distintos sectores del mismo.



### **III.3.1. Capacidad de acogida física: turismo y congestión del tráfico.**

A nivel físico, los principales problemas que plantea el uso turístico del casco histórico de Toledo son aquellos relacionados con la movilidad y la congestión y saturación del espacio público. El complejo entramado viario unido a la escasez de información específica para turistas produce una cierta desorientación entre los visitantes y son frecuentes los conflictos entre el tráfico rodado y el peatonal.

La mayor parte de los vehículos que atraviesan el casco son coches de Toledo y de turistas nacionales en busca de aparcamiento. Los visitantes y trabajadores de Toledo no parecen haber renunciado a atravesar el casco en coche. De esta forma, en calles y plazas ya invadidas por los vehículos que acceden diariamente al casco de Toledo, la llegada masiva de visitantes plantea inevitables conflictos de tráfico, congestión peatonal y aparcamiento en el interior del mismo.

Las mayores intensidades medias de tráfico se registran en el anillo perimetral del casco, en el eje Bisagra-Zocodover y los puntos de acceso (Puertas de Bisagra, del Cambrón y de los Doce Cantos). Las intensidades que soporta el viario interior del casco son excesivas, sobre todo si se tienen en cuenta las características de la trama urbana; la mayor parte de las calles son de un solo carril, de trazado irregular, con fuertes pendientes y escasa visibilidad en los cruces.

En el interior del casco histórico, además, los puntos que registran mayor tráfico coinciden con las áreas de mayor vitalidad comercial y tránsito turístico. Son el entorno del Alcázar y la Plaza del Salvador (situada sobre el eje turístico principal). También son destacables la Plaza de San Vicente y el cruce de las calles Nuncio Viejo y Alfonso X el Sabio. La Plaza del Salvador soporta también el mayor tráfico de vehículos de carga y descarga en el interior del casco, así como un volumen importante de peatones. El periodo comprendido entre las 10 y las 12:30 horas es el de mayor actividad de vehículos de distribución.

La situación es similar respecto a la movilidad peatonal. Dadas las características del viario, poco aptas para la movilidad rodada y el tamaño relativamente reducido del casco (la distancia máxima entre sus extremos es de 1.200 metros) la movilidad interna se basa fundamentalmente en los desplazamientos peatonales. Los aforos peatonales realizados con ocasión del estudio de Reordenación Viaria del Casco Histórico de Toledo (MOPTMA, 1994) confirman la existencia de importantes flujos peatonales en el interior del casco, fundamentalmente en torno la eje turístico-comercial que partiendo de la Plaza de Zocodover discurre por las calles del Comercio y

Hombre del Palo. Este eje alberga el mayor tránsito peatonal del casco que se bifurca hacia el interior del mismo en dos ramales: uno que se dirige hacia la zona institucional del norte y otro hacia la zona turístico-monumental del oeste (Santo Tomé-San Juan de los Reyes). Los flujos peatonales generales son más intensos a media mañana, la hora punta se localiza a las 12 h en la mayor parte del casco coincidiendo con la hora de mayor actividad comercial y flujo de visitantes. Son calles especialmente conflictivas: el entorno de la catedral (Tornerías, Puerta Llana), las calles de Santo Tomé y el Ángel y el entorno del Palacio de Fuensalida y la Iglesia de Santo Tomé.

El aparcamiento constituye otro de los problemas clave relacionados con la accesibilidad turística. Para el turismo que pernocta se convierte además en un factor determinante a la hora de escoger la ubicación del alojamiento. De esta manera, si bien la ubicación de hoteles y hostales en el casco histórico constituye un factor atractivo (entorno con encanto, cercanía a los recursos turístico patrimoniales, al centro comercial, a los lugares de celebración de eventos, congresos, etc.), las dificultades de aparcamiento y conectividad actúan como factores limitantes. En el casco histórico de Toledo se localiza el 40% de las plazas de alojamiento de la ciudad, 1.338 plazas repartidas en 32 establecimientos, aunque tan sólo se concentran en el casco el 32% de las plazas de los alojamientos de categorías medias-altas (hoteles de tres y cuatro estrellas). Este hecho supone que en días de alta ocupación se puede generar necesidad de aparcamiento para los vehículos de hasta 1.338 clientes de hoteles, hostales y pensiones ubicados en el casco (suponiendo, claro está, que todos accedieran a la ciudad en transporte privado).

En conjunto el casco no alberga establecimientos hoteleros de grandes dimensiones, 42 plazas por establecimiento de media, lo que no contribuye a agravar los problemas de accesibilidad en su entorno. Sin embargo existen desigualdades notables pues en el casco se ubica 9 establecimientos de categorías alta y media (hoteles de 3 y 4 estrellas) con un tamaño medio de 84 plazas por establecimiento (124 en los dos hoteles de 4 estrellas y 73 en los de tres) frente a las 47 plazas de los hoteles de 1 y 2 estrellas y las 24 plazas por establecimiento de los hostales.

En relación con el tamaño y la ubicación de estos establecimiento resulta evidente que las dificultades de aparcamiento y movilidad rodada por el interior del casco actúan como elemento restrictivo de la capacidad de acogida que presenta este espacio en relación con la función hotelera. En este sentido, la recuperación y adecuación de edificios del casco como establecimientos hoteleros constituye una importante oportunidad de revitalización económico-funcional de esta parte de la ciudad, pero puede generar importantes impactos sobre la movilidad interna del casco (acceso y

aparcamiento de los clientes y carga y descarga de proveedores), así como problemas *a posteriori* para los gestores de los establecimientos (que han de indicar complicadas rutas de acceso para sus clientes) y los responsables del tráfico y la movilidad urbana.

<b>LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA HOTELERA DE TOLEDO</b>					
	<b>Total nº de plazas</b>	<b>Nº plazas CH</b>	<b>Nº plazas exterior CH</b>	<b>% plazas en el CH</b>	<b>% plazas exterior CH</b>
<b>Hoteles 4 y 3 *</b>	2.379	757	1.622	31,82	68,18
<b>Hoteles 2 y 1 *</b>	369	140	229	37,94	62,06
<b>Hostales</b>	556	310	246	55,76	44,24
<b>Pensiones</b>	141	131	10	92,91	7,09
	<b>3.445</b>	<b>1.338</b>	<b>2.107</b>	<b>38,84</b>	<b>61,16</b>

Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia (2004). *Registro de Establecimientos Turísticos* (Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

<b>Tamaño medio de los establecimientos de alojamiento del Casco Histórico</b>			
	<b>Establecimientos</b>	<b>Nº plazas</b>	<b>Nº plazas/establ.</b>
Hoteles 4*	2	248	124
Hoteles 3*	7	509	73
Hoteles 2*	2	104	52
Hoteles 1*	1	36	36
Hostal 2*	12	296	25
Hostal 1*	1	14	14
Pensión 2*	1	12	12
Pensión 1*	6	119	30
<b>TOTAL/media</b>	<b>32</b>	<b>1.338</b>	<b>42</b>

Fuente: Inventario Establecimientos Hoteleros. Elaboración propia (2004). *Registro de Establecimientos Turísticos* (Consejería de Industria y Tecnología (Dirección General de Turismo y Artesanía).

### **III.3.2. Impactos económicos y funcionales: cambio funcional y proceso de turistización.**

El turismo es un potente factor de transformación económica y es indudable su impacto dentro de la economía local de una ciudad como Toledo. Sin embargo el análisis económico del sector turístico a escala local presenta múltiples dificultades

conceptuales y operativas. En primer lugar el turismo constituye una actividad transversal, no es posible su identificación como una única rama de actividad ya que la dimensión característica de la demanda turística es el origen extralocal de los visitantes. Aunque existen determinadas actividades claramente turísticas (alojamiento, restauración comercio de recuerdos, etc.), el gasto de turistas y excursionistas se reparte de manera directa por un conjunto muy amplio de los sectores de actividad orientados a la demanda final y de forma indirecta sobre la práctica totalidad de la economía local, en forma de consumos intermedios. Así pues cabe considerar al sector turístico como una agrupación de sectores definibles desde la demanda, que cubre buena parte del sistema productivo local.

Las dificultades en la delimitación del turismo como sector de actividad se superponen a las dificultades operativas de investigación, en especial aquellas relacionadas con la falta de operaciones estadísticas sistemáticas y de amplio rango. El recurso al trabajo de campo resulta ineludible, y a partir de él es posible estimar el impacto del turismo vía demanda, a través de la extrapolación del gasto que turistas y excursionistas realizan en la ciudad de destino, y vía oferta, a partir del inventario de actividades turísticas de la ciudad (número de establecimientos y empleos vinculados a ellos).

Dado que no se ha realizado una encuesta a la demanda turística de Toledo que permita obtener datos precisos respecto al gasto turístico en destino de los visitantes de la ciudad se aplicará para estimar el ingreso directo generado por los turistas en la economía local los resultados obtenidos en ciudades históricas de perfil similar. En la ciudad de Ávila, por ejemplo, los visitantes encuestados durante el primer semestre del año 2004 tenían el siguiente gasto turístico medio en destino (sin incluir los costes del desplazamiento): 40 euros/persona/día en el caso de los excursionistas y 96 euros/persona/día en el caso de los turistas que pernoctan (*Observatorio Turístico del Ayuntamiento de Ávila, 2004*). Aplicando estas cifras, y dado que estimamos en no más de 1.800.000 los visitantes que cada año se acercan a visitar Toledo (400.000 turistas y 1.400.000 excursionistas), el **gasto turístico en destino** en la ciudad de Toledo puede rondar los **94,4 millones de euros al año**.

Desde el lado de la oferta el inventario de locales de actividad realizado (limitado por cuestiones de tiempo y recursos) ha permitido tener conocimiento exhaustivo del número de locales y puestos de trabajo generados por algunas de las principales ramas de actividad relacionadas con el sector turístico en Toledo (alojamiento, hostelería y comercio turístico). Se han inventariado un total de 302 establecimientos que concentran 1.995 puestos de trabajo (3,95 personas ocupadas por local activo). No obstante, el resultado de ponderar este valor por el porcentaje de negocio turístico

reduce el empleo generado a 1.123<sup>2</sup>. Para estas mismas ramas de actividad el inventario realizado en el año 1996 recogió un total de 289 establecimientos, 1.217 empleos y 828 empleos vinculados directamente con el turismo (Troitiño *et alli*, 1996).

Las variaciones más importantes entre los resultados del trabajo de campo realizado en 1996 y el actual muestran un crecimiento importante del alojamiento, un cierto crecimiento de los locales de restauración (restaurantes, bares y cafeterías) y un descenso del número de los establecimientos de comercio turístico (artesanía, recuerdos y regalos). Este descenso va acompañado de una reestructuración del sector: disminuye el número de locales, se mantiene el empleo que generan, pero los locales reformados o los que sustituyen a antiguos comercios se amplían en superficie.

Sin embargo, para conocer en profundidad el impacto directo del turismo sobre la economía local sería necesario adjuntar al empleo generado por el sector del alojamiento, la restauración y el comercio turístico, todos aquellos empleos vinculados con el equipamiento público que da servicio a los visitantes (museos, Centro de Interpretación, oficinas y puntos de información turística, equipamientos culturales), y con otras empresas de servicios turísticos (visitas guiadas, ZOCOTREN, guías locales de turismo, organización de congresos....). En conjunto un amplio sector vinculado con la actividad que genera sobre Toledo importantes beneficios en términos de ingresos y empleo.

<b>Toledo – Sector turístico (actividades turísticas privadas)</b>						
	<b>1996</b>			<b>2004</b>		
<b>Ramas de Actividad</b>	<b>Establ.</b>	<b>Emp.</b>	<b>ETP</b>	<b>Establ.</b>	<b>Emp.</b>	<b>ETP</b>
Comercio Turístico	117	210	199	99	247	199
Hostelería	135	599	252	142	862	445
Alojamiento	37	408	376	61	846	479
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>1.217</b>	<b>828</b>	<b>302</b>	<b>1.955</b>	<b>1.123</b>
Establ.: Número de Establecimientos						
Emp.: Empleo Total						
ETP: Empleo Turístico Ponderado						

Fuente: Inventario de locales de actividad turística 1996 (Troitiño *et alli*, 1996); Inventario de locales de actividad turística 2004.

<sup>2</sup> Una cifra que infraestima en parte la realidad pues, por ejemplo, las respuestas obtenidas por los establecimientos de comercio turístico señalan un nivel de negocio turístico posiblemente inferior al real pues la orientación del producto ofertado hace pensar su vinculación casi total con el turismo.

A nivel espacial, la impronta de estas actividades turísticas refuerza los procesos de cambio del perfil funcional de áreas de fuerte presencia de visitantes. El resultado final puede ser una primacía absoluta de las actividades relacionadas con el turismo en el sector urbano considerado. En Toledo, algunos sectores de la ciudad histórico-turística presentan un avanzado proceso de turistización con la aparición de enclaves de monofuncionalidad turística.

En el conjunto de calles y plazas que conforman "**ciudad histórico-turística**" (eje formado por Zocodover-Comercio-Hombre de Palo-área de la Catedral-Santo Tomás-San Juan de Dios y San Juan de los Reyes y sus calles aledañas) los trabajos de campo en profundidad realizados en 1996 detectaron un total de 145 locales activos relacionados con la actividad turística de manera directa (vía producto) o indirecta (vía localización), el 22,41% de los establecimientos en planta baja del ámbito del casco histórico. El volumen de empleo total generado ascendía a 554, de los que 197,43 correspondían directamente a la actividad turística (empleo turístico ponderado) (Troitiño *et alii*, 1996). En el año 2004, el empleo generado en los establecimientos de actividad turística directa (comercio, alojamiento y restauración) que se ubican sobre este eje turístico principal se elevan a 414 puestos de trabajo.

Sin embargo, en esta zona la concentración de visitantes determina que la práctica totalidad de los establecimientos, sea cual sea su rama de actividad (alimentación, calzado, librerías, etc.), incorporen a turistas y excursionistas dentro de su clientela habitual. Por ello, la relación entre el empleo total y el empleo turístico (calculado en función del nivel de vinculación del negocio con el consumo de los visitantes) ponía de manifiesto la existencia de diferencias respecto al grado de vinculación de los establecimientos comerciales con la actividad turística en los distintos tramos del eje turístico principal. Estas diferencias son resultado del protagonismo del resto de las funciones urbanas actuantes (Calle Vaquero, 2002).

A grandes rasgos, el tramo que discurre entre Zocodover y el Palacio Arzobispal corresponde a la arteria principal de la ciudad, la zona comercial por excelencia. El turismo es una más de las funciones urbanas, no la única ni la dominante. En cambio, de la calle Arco de la Sangre-Santo Tomás hasta San Juan de los Reyes las actividades relacionadas con el turismo adquieren mucha mayor relevancia debido a que constituye un ámbito escasamente demandado para la implantación de otro tipo de actividades.

Así pues, debido a la segregación y distribución de las principales funciones urbanas dentro del casco histórico, el riesgo de la aparición de espacios turísticos

monofuncionales depende en buena medida de la vitalidad del resto de las funciones urbanas. Donde éstas son dinámicas, caso del área Zocodover-Comercio-Hombre de Palo (sedes de bancos y cajas de ahorro, franquicias de moda, joyerías, relojerías, etc.), la presencia masiva de visitantes es compensada por la existencia de otros tipos de usuarios que demandan otros tipos de bienes y servicios. El equilibrio funcional se mantiene.

En zonas de menor centralidad, caso de la zona que comprende Arco de la Sangre, Santo Tomé, San Juan de Dios y San Juan de los Reyes, la función turística tiende a ser dominante. Sin embargo no cabe atribuir al turismo una presión excesiva, más bien se debe a la debilidad de las actividades tradicionalmente orientadas a dar servicio a los residentes. En conjunto, la reducción de los efectivos demográficos y el proceso de envejecimiento población del casco histórico están mermando considerablemente la base de la demanda de tiendas de alimentación, droguerías, bares, cafeterías y establecimientos similares. Es más, muchos de estos negocios están abocados al cierre por falta de renovación e incapacidad de competir con las nuevas fórmulas comerciales imperantes en el ámbito extramuros.

En este contexto, el comercio turístico ha sido considerado como una alternativa rentable ante la escasa viabilidad que ofrecían los sectores de actividad tradicionales. Las tiendas de artesanía y otros recuerdos se han configurado como una alternativa interesante a muchos negocios de dudosa viabilidad por factores ajenos al propio crecimiento turístico. De forma paralela, bares, cafeterías y tiendas de alimentación se han ido adecuando para dar servicio a los visitantes, en un proceso de adaptación escasamente traumático que ha permitido la supervivencia de muchos establecimientos que, sin el concurso de turistas y excursionistas como clientes, estarían abocados al cierre. Desde esta perspectiva, la afluencia turística está sirviendo de soporte a actividades de interés social, caso de las tiendas de alimentación en los centros históricos, incapaces de sustentarse sobre la base de la demanda de los residentes (Calle Vaquero, 2002).

## IV.-COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE "TOLEDO" COMO DESTINO TURÍSTICO.

Se analizan en este capítulo los aspectos más relevantes relacionados con la proyección exterior de Toledo como destino turístico. Es decir cómo "se vende" fuera la ciudad a través de todas aquellas acciones encaminadas a la captación de visitantes. Esta captación se realiza a dos niveles:

- En un nivel general vía acciones de *comunicación* (promoción, relaciones públicas, publicidad,...). Estas acciones sirven para dar a conocer los recursos y equipamientos turísticos de la ciudad, pero a la vez proyectan hacia el exterior una determinada imagen que despierta en el visitante potencial el deseo de visitar Toledo como destino concreto de viaje.
- Y en un nivel más específico vía *comercialización* (venta de productos y paquetes turísticos). La comercialización se realiza a título individual por parte de todos aquellos agentes que ofrecen servicios y productos que satisfacen la demanda de los visitantes (alojamientos, restaurantes, comercios, operadores de transporte, equipamientos culturales y de ocio, etc...), pero también a nivel



de conjunto por agentes profesionales (touroperadores y agencias de viaje mayoristas) que componen los tradicionales "paquetes turísticos" (viajes estandarizados que se montan ensamblando esos servicios y productos individuales).

A nivel de destino todos los agentes implicados en la actividad turística comunican y comercializan en alguna medida, y de forma aislada, sus productos y servicios (el guía local, el dueño de un restaurante, los gestores de museos, los hoteleros, etc...). No obstante, por las dimensiones del fenómeno y la imposibilidad de analizar en detalle estrategias de comunicación y comercialización de agentes privados este capítulo se centrará sólo en el análisis de los siguientes aspectos:

- Los planteamientos generales de la comunicación y promoción turística de Toledo como destino de visita (a través de las acciones que realizan los agentes institucionales).
- Y las fórmulas tradicionales de comercialización turística: la oferta de paquetes y viajes organizados de los operadores turísticos.

#### **IV.1. Comunicación y promoción turística de la ciudad de Toledo.**

Toledo, desde el punto de vista de su proyección externa, es uno de los destinos de turismo cultural más importantes de España. Durante décadas ha ostentado un lugar privilegiado dentro del mercado del turismo interior y ha recibido una gran cantidad de visitantes. Sin embargo las administraciones con competencias en la materia apenas realizaban esfuerzos en los aspectos relacionados con la comunicación y promoción turística del destino y buena parte del sector privado tampoco se preocupaba en exceso de este tema. No era necesario volcar los esfuerzos en captar visitantes pues la demanda existente aseguraba un volumen de negocio, no sólo suficiente sino creciente, al sector turístico de la ciudad.

En el contexto turístico actual, en cambio, las nuevas condiciones del mercado turístico (el espectacular crecimiento de la demanda, las exigencias del consumidor turístico y el notable crecimiento de la oferta) han incrementado la competencia entre destinos. Este cambio en la industria turística está obligando a los distintos destinos turísticos a desarrollar y poner en práctica estrategias de comunicación y comercialización encaminadas a lograr una posición más ventajosa en el mercado y así poder sobrevivir en un contexto cada vez más competitivo.

Sin embargo en Toledo, como sucede en la mayor parte de los destinos turísticos encontramos una ausencia de una estrategia de comunicación planificada y coordinada, debido en parte a la dispersión y fragmentación del control de la oferta (multitud de agentes privados involucrados en el desarrollo de la actividad) y a la descoordinación existente a veces entre las administraciones públicas que realizan campañas de promoción. No obstante si que se han ido desarrollando durante muchos años actuaciones de comunicación de diverso tipo. Con el análisis de algunas de esas actuaciones se pretende dar respuesta a preguntas del tipo:

- ¿Cuál es la imagen turística de Toledo? ¿Qué se está comunicando?
- ¿Qué agentes intervienen en la comunicación de Toledo como destino turístico?
- ¿Cómo se está haciendo esa comunicación? ¿Cuáles son sus objetivos y qué canales se utilizan?
- ¿Qué repercusión tiene la promoción sobre los visitantes de la ciudad, actuales y/o potenciales?.

#### **IV.1.1. La imagen turística de Toledo: génesis y percepción.**

La imagen de una ciudad desempeña un papel fundamental en las posibilidades de su desarrollo turístico. No obstante, a efectos analíticos resulta sumamente complejo abordar este tema. Es preciso delimitar los componentes que conforman la imagen de un destino turístico. En este sentido es preciso tener en cuenta que la imagen de un destino es fruto de la percepción global que de él tienen los turistas y que se forma a través de diferentes fuentes de información y a lo largo de un determinado periodo de tiempo (Esteban Talaya *et alii*, 2000). Estas percepciones pueden ser positivas o negativas, pero constituyen los principios sobre los que se asienta la elección de una ciudad como destino de viaje, es decir resultan clave en los procesos de compra de productos turísticos.

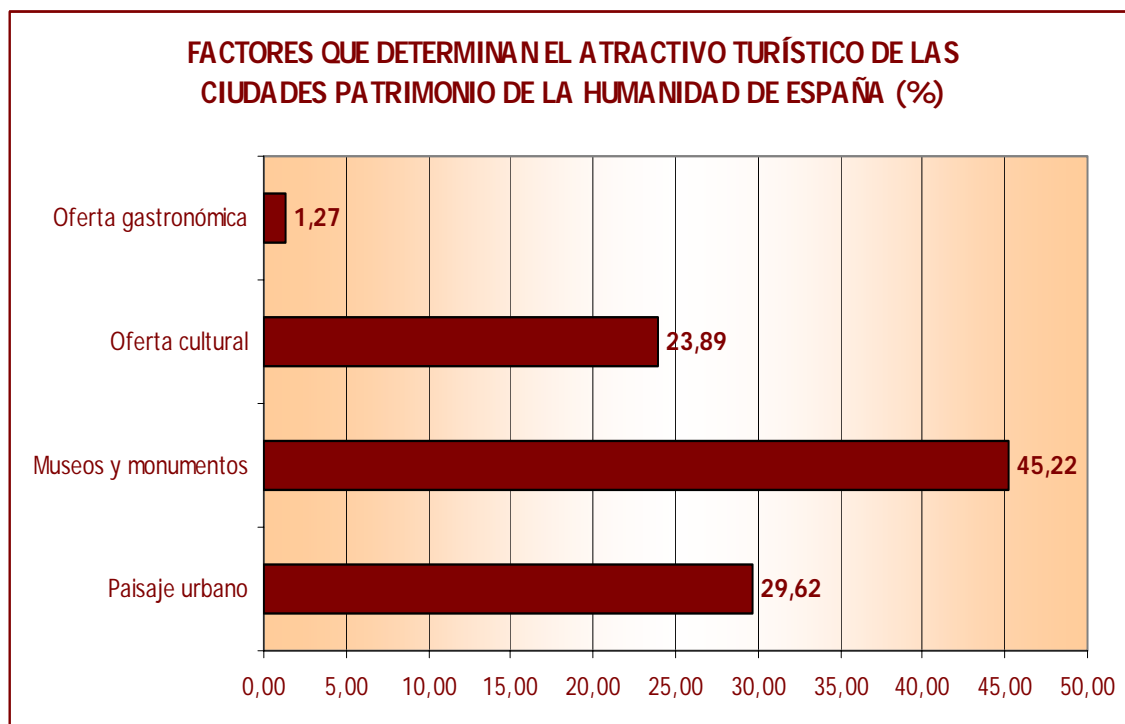
La imagen además es un elemento clave de la política de comunicación y comercialización turísticas. De hecho, a nivel de destino, debido a la intangibilidad de los servicios turísticos y a la distancia que existe entre la oferta y la demanda, las ciudades lo único que pueden proyectar al exterior son imágenes que se han de transmitir al público por medio de acciones de comunicación.

La imagen de Toledo como destino turístico está asociada al interés de su pasado histórico y sobretodo a la magnificencia de los elementos arquitectónicos y monumentales que conserva la ciudad. Se asienta esta imagen sobre una serie de

lugares comunes vinculados principalmente con la época visigoda (Toledo, Ciudad de los concilios), con Carlos V (Toledo Imperial), con la Escuela de Traductores y la presencia de judíos y mozárabes (Ciudad de las Tres Culturas) y con la figura de El Greco. Estos tópicos forman parte de las imágenes "orgánicas", es decir aquellas formadas a lo largo de muchos años a partir de fuentes no asociadas directamente a la condición de destino turístico de la ciudad: literatura, imágenes tradicionales, películas, noticias, documentos...

Sin embargo, estos elementos de la imagen genérica de Toledo se hayan también en las imágenes turísticas inducidas, es decir en aquellas que emanan del destino en función de los esfuerzos de marketing realizados por los agentes turísticos para construir una imagen que logre formar parte del conjunto evocado después por el turista tipo. De esta manera, durante los últimos años se han seguido alimentando las imágenes vinculadas con esos momentos históricos incluso en la promoción de algunos servicios y productos turísticos específicos. Por ejemplo, *PROMOTRAIN*, la empresa de ofrecía a modo de "city tour" una visita panorámica de la ciudad en el trenecito turístico hasta el año 2001 lo denominaba "Tren Imperial". También la iniciativa emprendida por la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Toledo con motivo del V Centenario de Carlos V se denominó "La Mesa del Emperador" (proyecto gastronómico basado en la oferta de un menú con platos de época).

Toledo encarna desde el punto de vista turístico la imagen de la ciudad histórica por excelencia. Se configura como un destino turístico clásico que atrae la visita de los turistas nacionales y extranjeros por la magnificencia de sus monumentos. Forma parte de aquellos destinos que, como las grandes ciudades del arte europeas (Venecia, Florencia, Avignon,...) "hay que visitar al menos una vez en la vida". Sin embargo esta imagen "excesivamente" museística que ha propiciado la llegada sostenida de visitantes desde hace décadas, tiene algunos aspectos negativos que dificultan la renovación o "puesta al día" de la imagen turística de Toledo. Entre ellos cierta idea peyorativa del "aburrimiento" asociado a la visita en formato clásico de museos y monumentos (manifestaciones de la alta cultura clásica) frente a otras formas de producción cultural más innovadora y atractiva con las que se asocian otras ciudades (exposiciones, teatro de calle, festivales, vanguardia creativa, diseño, locales de moda, etc...) y que despiertan el interés del visitante de "ocio cultural urbano" que repite visita y al que luchan por fidelizar todos los destinos.



Fuente: Encuesta Mercado Catalán. Sept. 2003 (Observatorio Turístico de Ávila).

No obstante, la posición ventajosa que Toledo obtiene en las encuestas realizadas a los visitantes de distintas ciudades históricas parece indicar la preeminencia que el visitante tipo de estos destinos concede a la ciudad de Toledo respecto de su contexto competitivo inmediato. De hecho, en una encuesta realizada a residentes en Barcelona con motivo de un acto promocional del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España celebrado en la ciudad condal en septiembre de 2003 (Boletín del Observatorio Turístico de Ávila, nº 3), más del 58% de los encuestados habían visitado alguna vez Toledo, reconocida como la ciudad más "popular" del Grupo para el mercado catalán (uno de los principales mercados emisores de turistas a los destinos culturales del interior). Ocupa además posición privilegiada del ranking de lugares que los visitantes individuales encuestados en ciudades históricas como Salamanca o Ávila prefieren o recomendarían para la visita a familiares y o amigos (Troitiño *et alii*, 2002 y 2003).

<b>Visitantes individuales.</b>		
<b>Valoración de las ciudades históricas del entorno</b>		
	<b>Salamanca 02</b>	<b>Ávila 01</b>
<b>Toledo</b>	487,50	657,10
<b>Ávila</b>	318,65	636,20
<b>Salamanca</b>	769,05	559,65
<b>Segovia</b>	368,91	539,00
<b>Burgos</b>	335,95	342,75
<b>Cáceres</b>	470,35	261,70
<b>Cuenca</b>	230,60	243,15
<b>León</b>	348,25	235,90
<b>Valladolid</b>	233,55	145,80

Fuente: Troitiño *et alii* (2002 y 2003).

#### **IV.1.2. Los agentes emisores de comunicación turística: estrategias de comunicación y canales utilizados.**

Entre los emisores de comunicación turística están las empresas privadas (empresas turísticas de servicios y actividades) y las administraciones públicas de distinto nivel (nacional, regional y local). En Toledo existen múltiples instituciones y agentes que comunican la ciudad con un interés turístico: el Ayuntamiento (a través del Patronato Municipal de Turismo), la Diputación Provincial, el Plan de Excelencia Turística, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, etc. Además Turespaña incluye la ciudad en sus campañas de promoción exterior y el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España realiza así mismo campañas de comunicación en la que Toledo también está presente.

En líneas generales las acciones de comunicación tradicionales de las distintas administraciones de Toledo se han venido basando en dos tareas básicas: la edición de folletos y la asistencia a las ferias del sector (FITUR, INTUR,...). Con una visión bastante clásica se han venido realizando folletos que recogían a modo de guías de mano información sobre productos y servicios concretos (museos, alojamiento, restauración,...). La repercusión de estos folletos como medio para dar a conocer en los mercados de origen Toledo es muy baja por cuanto sirven fundamentalmente para proporcionar información útil para la visita a los turistas y excursionistas que ya se encuentran en la ciudad. La orientación de los contenidos de los folletos editados sobre Toledo resulta en este sentido también muy clásica: formatos convencionales (tríptico

o díptico desplegable) en el que se proporciona información de los tipos de recursos turísticos que tradicionalmente se conceptualizaban como factores de atracción de visitantes: museos, gastronomía, fiestas y tradiciones. Sirve a modo de ejemplo el folleto que el Patronato Municipal de Turismo ha editado desde 1999 sobre los "Museos de Toledo", especie de guía práctica que recoge como si de un directorio se tratara la relación de los principales museos y monumentos de la ciudad, dirección, horario y breve referencia a su contenido.

Ahora bien, a nivel de los agentes públicos es preciso tener en cuenta que actualmente se están produciendo modificaciones profundas en las relaciones y estrategias comunicacionales promovidas en el ámbito institucional lo que afecta a la percepción externa y la imagen de los destinos turísticos. Este cambio hace referencia a la diversificación de la política de comunicación turística. En este sentido, las administraciones públicas empiezan a diferenciar o segmentar sus acciones de comunicación turística en base a tres estrategias básicas de comunicación: una estrategia dirigida a captar al público o consumidor final, otra estrategia dirigida a los intermediarios que venden el destino como producto turístico (canales de distribución) y otra estrategia de comunicación interna volcada sobre el sector turístico local y la población residente (en cuanto anfitriones del visitante foráneo). Cada una de ellas lleva aparejado la utilización de diferentes canales de comunicación: folletos, inserciones publicitarias en prensa, desarrollo de portales WEB son los medios más utilizados para llegar al visitante potencial; en cambio viajes de familiarización, asistencia a ferias, mercados de contratación y relaciones públicas se utilizan para comunicar y promocionar el destino entre los agentes intermediarios (touroperadores y mayoristas). La comunicación a la población local se realiza mediante campañas de sensibilización que tienen como objetivo crear una determinada opinión pública favorable (inserciones en prensa escrita, editoriales de periódicos, actos de presentación, jornadas formativas, etc.).

En Toledo este cambio se ha hecho explícito por ejemplo en la estrategia de comunicación desarrollada por el Plan de Excelencia Turística. Entre las acciones del Plan figura un plan de sensibilización orientado a la población local, la creación de una página web de promoción de la ciudad ([www.toledo.org](http://www.toledo.org)) y una campaña de comunicación concreta orientada de forma específica a un tipo de visitante (otoño 2003): aquel visitante nacional que ya ha visitado Toledo y que puede volver a la ciudad pernoctando en ella. La campaña que tenía el siguiente slogan: *"Yo estuve en Toledo... y aún no lo conozco... porque Toledo no se conoce en un día"* tenía como objetivo motivar las pernoctaciones en la ciudad y dar a conocer la oferta de ocio y cultura de la ciudad como factor de renovación del interés por el destino.

No obstante Toledo adolece de una imagen de marca propia y de un logotipo que los visitantes potenciales puedan asociar con el destino. La comunicación que realizan los agentes institucionales sigue basándose en la asistencia a ferias y la edición de material promocional. Estas acciones de comunicación se siguen basando además en imágenes turísticas muy clásicas (acumulación de fotografías de grandes monumentos, fiestas o "platos típicos" como reclamos principales) y no en el diseño de ilustraciones, esquemas, dibujos o logotipos que se corresponden con imágenes más generalistas y abstractas, centradas en las sensaciones, como intentan desarrollar otros destinos turísticos.

#### **IV.2. La comercialización de Toledo como "producto turístico".**

La comercialización turística tiene como finalidad la puesta en contacto de productos o servicios turísticos con los mercados mediante una serie de acciones cuyo objetivo es llegar a establecer las relaciones deseadas entre los sujetos que participan en este proceso: los productores que elaboran el producto turístico o prestan un servicio, los intermediarios que lo venden y los compradores o consumidores finales (Lobo Montero, 1998).

Normalmente se asocia la comercialización turística con la venta de paquetes turísticos, en parte por la tradicional inercia que ha impuesto el modelo de desarrollo turístico del sol y playa, muy centrado en ese tipo de "productos" estandarizados. En cambio en las ciudades históricas la comercialización funciona a otro nivel. Gran parte de los visitantes organizan el viaje por su cuenta a partir de la adquisición de los múltiples productos y servicios que satisfacen sus necesidades (alojamiento, restaurante, comercio, transporte, museos, etc.). Por tanto, en gran medida la comercialización turística se realiza a título individual por parte de todos aquellos agentes que ofrecen esos servicios y productos. Hay que hablar en consecuencia de comercialización hotelera, comercialización de las entradas de monumentos y museos, etc.

Sólo una parte muy minoritaria de los visitantes de las ciudades históricas recurre al consumo de los tradicionales "paquetes turísticos" (viajes estandarizados que se montan ensamblando los servicios y productos necesarios para el desarrollo de la visita). De hecho el segmento de mercado integrado por los visitantes de los grupos organizados de carácter comercial no resulta excesivamente representativo en el conjunto de los flujos turísticos que recibe una ciudad como Toledo (algo menos del 15-20%). Se trata además de un "turismo cautivo" que genera en global para la ciudad menos ingresos que el conjunto de los visitantes individuales por cuanto buena parte de los beneficios que genera quedan en manos de los agentes intermediarios

(operadores ajenos a la ciudad). Sin embargo, resulta un tema muy sensible para la opinión pública local por cuanto estos viajes organizados están compuestos mayoritariamente por visitantes extranjeros y su mayor o menor presencia en la ciudad resulta "muy visible". A la vez que su descenso incide especialmente sobre los establecimientos cuyo negocio está estrechamente vinculado con estos grupos (por acuerdos casi históricos con los touroperadores).

#### **IV.2.1. Los agentes de comercialización turística.**

La comercialización turística se configura como un proceso complejo en el que intervienen múltiples agentes tanto públicos (administraciones de distinto rango) como privados (hoteleros, agencias de viaje, OPCs, touroperadores...). Sin embargo el papel de los agentes públicos en la comercialización es muy indirecto. Sólo participan o intervienen en el proceso de forma colateral: investigando, fomentado y dando facilidades o apoyo a la comercialización (caso de la organización de mercados de contratación). Su labor está más relacionada con la comunicación y promoción turística.

En este contexto, los Convention Bureau constituyen un ejemplo de comercialización indirecta pues se configuran como entidades de iniciativa eminentemente pública encargadas de "vender la ciudad" a los organizadores de eventos; se encargan en suma de captar eventos de diverso tipo para la ciudad (congresos, seminarios, festivales...). El Convention Bureau de Toledo se creó en el año 2000 con el objetivo de integrar, coordinar y promover la oferta de recursos profesionales que la ciudad y la provincia ponen a disposición de los organizadores y promotores de reuniones e incentivos. Se trata de un organismo constituido por la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, la Federación Empresarial Toledana, la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, el Ayuntamiento de Toledo, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y Caja Castilla-La Mancha. Entre sus labores recientes está la edición de una Guía en la que se promocionan buena parte de los recursos con los que se cuenta en Toledo: 15 centros para la celebración de reuniones de todo tipo, nueve hoteles de tres y cuatro estrellas, doce restaurantes, una empresa de catering especializada en alta cocina y organizaciones profesionales de congresos, además de servicios técnicos y turísticos (visitas guiadas,...).

No obstante, la comercialización turística es una labor fundamental de los agentes privados. Hoteleros y touroperadores son los principales agentes privados que comercializan en el exterior la ciudad. En un contexto cada vez más competitivo los



hoteleros tratan de buscar clientes que aseguren ciertos niveles de ocupación y sus estrategias de comercialización están cada vez más profesionalizadas. De hecho los establecimientos de las categorías altas (tres, cuatro y cinco estrellas), y especialmente aquellos que pertenecen a cadenas hoteleras, no se limitan a aparecer en las guías y directorios de hoteles esperando la reserva de sus plazas a nivel individual. Negocian con los touroperadores, pero también cuentan con comerciales que asisten a las principales ferias de negocio e intentan captar clientes que les permitan diversificar sus segmentos de mercado: reuniones, congresos, celebraciones varias (bodas, banquetes,...). La apuesta por esta estrategia de diversificación queda reflejada en el aumento y mejora de las instalaciones de los grandes hoteles de las categorías superiores de Toledo. Algo más de diez establecimientos poseen ya salones para reuniones y ofrecen servicios de apoyo para su celebración (traducción, proyecciones, servicio de azafatas,...). Entre ellos destaca el Hotel Beatriz con instalaciones capaces de albergar reuniones de hasta 3.000 participantes, o el Salón para Incentivos de la cadena Husa (Salón "Sancho IV") con capacidad para 1.500 personas y vinculado a las instalaciones de los hoteles Carlos V y Alfonso VI.

También son cada día más numerosos los establecimientos que recurren al uso de las nuevas tecnologías como vía para la comercialización de sus productos. De hecho, en Toledo, de los 61 establecimientos hoteleros con que cuenta actualmente la ciudad, dieciséis han desarrollado una página WEB propia. Once de ellos realizan además reservas *on-line* a través de esa página y tres más permiten hacer la reserva vía correo electrónico.

Los hoteles de Toledo también se comercializan en España a través de las agencias de viajes mediante programas de compra de talonarios o cheques canjeables por noches de hotel. Se trata de programas de reservas montados por agencias de viaje mayoristas que llegan a acuerdos con los hoteles y elaboran guías en las que incluyen hoteles de destinos diferentes con los que han llegado a un acuerdo para ofertar reservas de habitaciones a un precio especial (inferior en todo caso a la tarifa general del hotel). Estas tarifas especiales sólo son válidas para determinadas fechas (las que fija el hotel, normalmente temporadas bajas). Estos productos se venden exclusivamente en agencias de viaje o en internet (a través de las páginas WEB de los mayoristas). La agencia vende al cliente un bono que éste entregará al establecimiento hotelero y, en algunas ocasiones reserva además las habitaciones en las fechas indicadas. Las agencias mayoristas que elaboran estos programas (guías) son mediadores que actúan como coordinadores o *broker* entre las agencias de viaje que venden estos productos y los diferentes establecimiento de los destinos que ofrecen,

excepto en el caso de Halcón Viajes que actúa como mayorista-minorista y vende su programa (Talones Week-end) exclusivamente en su página web y en sus oficinas de venta al público. Encontramos hoteles de la ciudad de Toledo en las principales guías de talones que se comercializan en España como:

- *Retel oh tel – Guía hotelera*. Un programa montado por la mayorista Restel, S.A.. Su guía incluye para Toledo los hoteles: Hesperia Toledo, San Juan de los Reyes, AC Ciudad de Toledo, Abacería, Alfonso VI, Beatriz, Bulevar, Carlos V, Doménico, Duque de Lerma, Los Cigarrales, Martín, Real de Toledo, Abad de Toledo, Toledo Imperial, Casona de la Reina, Cigarral de Caravantes, María Cristina, Mayoral, Pintor el Greco y Hostal Maravilla.
- Transhotel, agencia de viajes mayorista, comercializa su programa de reservas *GEA Hotel* a través de GEA, Grupo de Agencias de Viaje Independientes. En este programa están incluidos los siguientes establecimientos de Toledo: AC Ciudad de Toledo, Hotel Doménico, Duque de Lerma, María Cristina, Mayoral, Pintor el Greco, Princesa Galiana, Martín y apartahotel Bulevar.
- El *Plan Weekend* de Halcón Viajes cuenta con los hoteles siguientes: Los Cigarrales, Martín, Doménico, Abacería, Bulevar, Duque de Lerma, María Cristina, Mayoral, Princesa Galiana, Real de Toledo y Pintor el Greco.
- *Bancohotel* incluye sólo en su talonario de reservas el Hotel Beatriz.
- Por último *Ibercheque hotel*, de la mayorista Grupo Iberrail S.A. incluye los hoteles: Alfonso VI, Mayoral, Carlos V y María Cristina.

No obstante, la comercialización de productos turísticos más estandarizados está en manos de touroperadores y agencias de viaje mayoristas y mayoristas-minoristas que organizan y venden paquetes combinados de viajes. Toledo constituye junto con las ciudades históricas andaluzas uno de los destinos de turismo cultural más comercializados del país, tanto dentro de la programación permanente como formando parte de la oferta de carácter más irregular de los grandes touroperadores que operan en España. En Toledo es posible encontrar grupos movilizados por importantes touroperadores estadounidenses (Colette Tours, Pillgrimage Tours and Travel, Welcome Tours Hispanidad), alemanes (TUI, Mundicolor-AI, Ibertours), franceses (Visit France, Clio, Fram, Marsans-Fr, Planete, Tourmonde, Donatello), británicos (Martín

Randall, Kirker, Mundicolor-UK, Thomson, Gulliver, Thomas Dook, Cresta), italianos (Squirrel, Sapnamania, Alpitour, Bilberry, Innocenti, Pumaviaggi, Rallo) o japoneses (Look JTB, Look World, Jetour, Holiday). Entre los españoles destacan Pulmantur, Julià Tours, Trapsatur, y en mucha menor medida: Marsans, Halcón Viajes-Travel Plan, Turimar-Rhodasol, Viajes Iberia, Viajes El Corte Inglés, Okay Tours, Mundicolor-ES y Unijoven.

Sin embargo los principales touroperadores que operan en Toledo son Pullmantur, Julià Tours y Trapsatur, que son a su vez los agentes básicos de comercialización de circuitos culturales por España. Comercializan de forma directa sus propios productos, pero actúan también como agencias de receptivo que venden excursiones y circuitos a los touroperadores extranjeros que traen turistas a España. Aunque estos tres touroperadores son agentes independientes entre sí, actúan de forma coordinada ofreciendo los mismos programas con idénticas características e introduciendo siempre los cambios de manera conjunta. Su oferta está orientada a los visitantes extranjeros y se difunde y vende a través de agencias minoristas, en los hoteles, en agencias y touroperadores extranjeros (en el lugar de origen del turista) y en Internet.

Ejercen de hecho, un cierto monopolio comercial sobre Toledo. Según el informe de trabajo elaborado por la consultora Advanced Leisure Services para el Plan de Excelencia Turística (*Las implicaciones del Mercado de los Touroperadores en el futuro Centro de Recepción de Visitantes de Toledo*), Julià, Trapsatur y Pullmantur canalizan el 90% de los autobuses de grupos comerciales que llegan a Toledo (dato quizás un poco excesivo). Este hecho se debe a que el resto de los operadores sólo montan grupos cuando tienen reservadas las plazas que les proporcionan rentabilidad, si no es así pasan las reservas a uno de estos tres grandes touroperadores (con el que hayan llegado a un acuerdo) y se llevan comisión por plaza reservada actuando como simplemente como agencia de viajes.

Según este mismo informe Trapsatur es el operador que mayor cuota de mercado tiene (45%, frente al 28% de Pullmantur y el 27% de JuliàTour). Cuenta con una extensa red de ventas y las excursiones a Toledo que elabora las ofrecen otros touroperadores en origen o destino: Surland Terramar, Eurovips, Omvesa, Mundicolor, Panavision Politours y Special Tours. Pulmantur y Julià Tours operan de igual manera.

#### **IV.2.2. La oferta comercial de viajes organizados.**

Los touroperadores y las agencias de viaje mayoristas-minoristas comercializan Toledo bajo diferentes fórmulas: excursiones, paquetes de fines de semana, circuitos,

estancias cortas, viajes a demanda, etc. En todas ellas la ciudad se comercializa en viajes de destino único como en viajes de destino múltiple. Sin embargo el grueso de la oferta comercial permanente se limita básicamente a dos fórmulas: las excursiones radiales diarias desde Madrid y las paradas puntuales que se realizan dentro de los circuitos con destino en Andalucía.

A nivel global resulta muy difícil cuantificar y rastrear la oferta total de viajes organizados de carácter comercial que incluye visita a Toledo. Este hecho se debe no sólo al gran número de agentes comercializadores, sino también a su dispersión geográfica, acorde con el amplio rango que abarcan los mercados emisores de visitantes a la ciudad. Sólo el análisis de los folletos y programas que realizan los touroperadores y algunos estudios aislados permiten aproximarnos a esta realidad.

Como punto de partida cabe señalar el estudio que coordinó Venancio Bote (2003) sobre los viajes combinados de turismo cultural del mercado europeo e interior. En él se realizó una encuesta<sup>1</sup> a los principales touroperadores extranjeros y nacionales que operaban en los destinos de turismo cultural y urbano de España con el objetivo de identificar los siguientes aspectos:

- qué tipos de viajes combinados de turismo cultural con destino a España se programan dentro del país y en los principales países emisores europeos
- quiénes son sus principales touroperadores
- y cuáles son las principales ciudades españolas de destino.

Los resultados del estudio mostraron que Toledo aparecía ampliamente representado en los viajes combinados ofertados por touroperadores extranjeros. La ciudad se programaba como parada en 42 circuitos (el 18,8% del total de los circuitos culturales con destino España). Era punto de pernoctación en 22 paquetes (9,8% del total), pero aparecía como viaje de destino único tan sólo en 2 paquetes extranjeros. Respecto a

---

<sup>1</sup> La encuesta realizada a los touroperadores extranjeros recogió información de 52 touroperadores de Reino Unido, Francia, Alemania e Italia (los que programaban productos de turismo cultural). Este número representa el 15,3% del censo total de touroperadores extranjeros que operan en España (339). Se analizaron 73 folletos que contenían información sobre un total de 358 viajes combinados de turismo cultural con destino España.

La encuesta realizada a los touroperadores españoles recogió información de 15 (sobre un censo total de 27). Se analizaron 21 folletos que contenían información sobre 241 viajes combinados de turismo cultural con destino a las ciudades españolas para el conjunto del mercado español.

todos estos indicadores (punto de parada en circuito, punto de pernoctación y destino único de viaje) Toledo ocupa entre el 8º y el 10º lugar en el ranking de ciudades ligadas al turismo urbano – cultural extranjero en España tras destinos como Sevilla, Granada, Córdoba, Madrid, Ronda, Barcelona y Málaga.

Su posición en el contexto nacional, hasta cierto punto privilegiada, se debe a dos factores: por una parte la vinculación que Toledo tiene con los circuitos mixtos que programan destinos andaluces y del interior peninsular, y por otra su cercanía a Madrid, primer nodo receptor de turistas extranjeros del país. Es preciso tener en cuenta que a nivel nacional, Andalucía es la región que mayor cuota de mercado turístico extranjero recibe (capta casi la mitad, el 49%, de los viajes combinados de turismo cultural con destino España: el 57% de los circuitos y el 35% de los viajes combinados con destino único) y que las Comunidades Autónomas del Centro de la Península se sitúan en un segundo lugar. Captan el 22% del mercado europeo de viajes combinados con destino España: el 21,5% de los circuitos culturales y el 24% de los viajes combinados de destino único. En esta zona el aeropuerto de Madrid facilita el acceso y la constitución de circuitos fundamentalmente con nueve ciudades con importante patrimonio entre las que se encuentra Toledo (Madrid, El Escorial, Aranjuez, Ávila, Segovia, Salamanca, Burgos, Toledo y Cáceres).

Junto a los resultados generales del estudio de Venancio Bote, el análisis de los catálogos de touroperadores y mayoristas permite completar de forma más detallada las características principales de la oferta de viajes comerciales a Toledo. En los folletos encontramos básicamente una oferta permanente de circuitos comerciales que unen Toledo y diferentes ciudades del sur y el centro de la Península, junto con las excursiones radiales programadas desde Madrid.

#### **IV.2.2.1. Excursiones radiales desde Madrid**

La excursión radial desde Madrid ha sido la forma predominante bajo la cual se han comercializado las ciudades históricas del entorno de la capital (Aranjuez, Segovia, Ávila, El Escorial, etc.) ya sea de destino único o bien de destino múltiple. Toledo ha constituido tradicionalmente el destino estrella de este tipo de producto. Actualmente la oferta mayoritaria de excursiones a Toledo corresponde a los tres operadores citados, Julià Tours, Trapsatour y Pullmantur, que, como se ha dicho ya, en la práctica actúan de forma combinada. Estos tres touroperadores tienen programadas al menos cuatro excursiones diarias en las que insertan Toledo:

- "Toledo día completo". Excursión de ocho horas de duración que incluye la visita a la Catedral (incluido las Salas Capitulares, Sacristía, Coro y Tesoro), Santo Tomé, Real Fundación Toledo (Museo Victorio Macho), San Juan de los Reyes, Sinagoga de Santa María la Blanca y Museo Tavera. También incluye la comida en un restaurante típico y una demostración de artesanía (elaboración de damasquinado). Su precio es de 63 euros.
- "Toledo medio día (mañana)". Excursión de cinco horas de duración que incluye la visita a la Catedral, Santo Tomé, San Juan de los Reyes y Sinagoga de Santa María la Blanca. También se asiste a una demostración de artesanía (elaboración de damasquinado). Cuesta 42 euros.
- "Toledo medio día (tarde)". Al igual que la anterior esta excursión dura aproximadamente cinco horas e incluye las mismas visitas (Catedral, Santo Tomé, San Juan de los Reyes y Sinagoga de Santa María la Blanca) junto con una demostración de artesanía (elaboración de damasquinado). Su precio también es de 42 euros.
- "Toledo-El Escorial-Valle de los Caídos". Es una excursión de once horas de duración que en Toledo incluye la visita a la Catedral, Santo Tomé, San Juan de los Reyes y Sinagoga de Santa María la Blanca. También se asiste a una demostración de artesanía (elaboración de damasquinado). Tras el almuerzo se visita el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial y el Valle de los Caídos. El coste de la excursión es de 89 euros.

De forma esporádica otros touroperadores españoles programan también excursiones a Toledo, pero su oferta se limita a unos cuantos días al año. Por ejemplo, Unijoven algunos años ha ofrecido la excursión *Toledo ciudad imperial-Aranjuez-Chinchón* con cuatro salidas al año.

#### **IV.2.2.2. Toledo en los circuitos culturales ofertados por los touroperadores.**

Los circuitos (viajes combinados de destino múltiple) constituyen la segunda fórmula dominante de comercialización turística de Toledo. De hecho es una de las fórmulas más habituales de visita a las ciudades históricas por parte de los grupos movilizados por los touroperadores. Estos viajes incluyen la visita de varias localidades donde se hace una parada en ruta o, en un menor número de casos, se pernocta. Tienen una duración de entre tres y ocho días para los circuitos culturales por España, y entre nueve y catorce para los grandes circuitos o los que incluyen Portugal y Marruecos.

Como sucede con las excursiones desde Madrid, Julià Tours, Trapsatour y Pullmantur son los tres primeros agentes de comercialización de circuitos culturales en los que se inserta la ciudad de Toledo. Su oferta de carácter permanente se centra en las ciudades del sur, principalmente las andaluzas, y en menor medida ofertan itinerarios por las ciudades patrimoniales del interior y por las del ámbito atlántico (Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco). Buena parte de estos circuitos tienen su lugar de origen y de destino final en la ciudad de Madrid, de forma que la primera o bien la última de las localidades que visitan suele estar cerca de la ciudad capital; de ahí la importancia de Toledo como lugar de paso en las rutas con origen o destino en el sur peninsular. No obstante ofrecen también circuitos con origen en Barcelona y la Costa del sol y los clientes no proceden únicamente de estas zonas, ya que estas empresas ofertan sus productos en toda España e incluso buena parte de su demanda procede de los visitantes extranjeros en la medida en que actúan como agencias de receptivo que movilizan por España a los turistas que compran paquetes combinados a agencias mayoristas y touroperadores de sus lugares de origen.

TRAPSATUR ofrece la oferta más amplia, 16 circuitos con parada en la ciudad de Toledo (aunque en ninguno de los casos se pernocta en ella). Los circuitos son los siguientes:

- *Andalucía con Toledo* (4 días). Se trata de un viaje de cuatro días con salida programada todos los lunes del año. Este circuito recorre desde Madrid (punto de origen y destino): Mérida, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Andalucía con Toledo* (4 días-II). Se trata también de un viaje de cuatro días con salida programada todos los lunes del año. Pero en este caso se recorre desde Madrid (punto de origen y destino): Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Andalucía con Toledo* (5 días). Circuito en el que se visita Madrid, Córdoba, Sevilla, Málaga, Granada y Toledo en la vuelta hacia Madrid. Se programa los martes de todo el año.
- *Andalucía fiesta* (5 días). Circuito programado todos los viernes de abril a octubre en el que se visita desde Madrid: Mérida, Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Andalucía con Toledo* (6 días). Circuito que se realiza los sábados de todo el año y que incluye paradas en Mérida, Córdoba, Sevilla, Ronda, Marbella, Málaga, Granada y Toledo. El origen y final del circuito es la ciudad de Madrid.

- *Castilla y León + Andalucía con Toledo*. Se trata de un viaje de seis días con salida programada todos los jueves de abril a octubre. En su itinerario se desplaza desde Madrid por Segovia, Ávila, Salamanca, Cáceres, Mérida, Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Andalucía-Costa del Sol (8 días-I)*. Circuito en el que se visita Córdoba, Sevilla, Costa del Sol, Granada y Toledo. Se programa todos los jueves del año desde Madrid.
- *Andalucía-Costa del Sol (8 días-II)*. Variación del circuito en el que se visita Mérida, Córdoba, Sevilla, Ronda, Marbella, Costa del Sol, Granada y Toledo. Se programa los sábados de todo el año desde Madrid.
- *Andalucía-Marruecos-Costa del Sol*. Viaje de quince días de duración que sale de Madrid los jueves de todo el año. Se visita Córdoba, Sevilla, Costa del Sol, Algeciras, Fez, Meknes, Marrakech, Casablanca, Rabat, Tánger, Granada y Toledo.
- *Portugal y Andalucía (7 días)*. Circuito de siete días de duración que desde Madrid se programa los viernes de todo el año. Recorre Mérida, Lisboa, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Portugal y Andalucía (9 días)*. Al igual que el circuito anterior se programa desde Madrid, pero sólo se oferta los miércoles de abril a octubre. Recorre Mérida, Lisboa, Fátima, Córdoba, Sevilla, Ronda, Costa del Sol, Málaga, Granada y Toledo.
- *Castilla-Portugal-Andalucía*. Se trata de un circuito de ocho días con salidas programadas todos los jueves de abril a octubre. Se visita desde Madrid: Segovia, Ávila, Salamanca, Cáceres, Mérida, Lisboa, Sevilla, Granada y Toledo.
- *Andalucía con Toledo (5 días desde Barcelona)*. Circuito con salida en Barcelona que recorre Zaragoza, Madrid, Mérida, Sevilla, Granada y Toledo. Sale los domingos de todo el año.
- *Granada-Toledo-Madrid (2 días)*. Circuito de dos días con salida desde la Costa del Sol. Incluye la visita de Málaga, Granada, Toledo y Madrid. Se programa los miércoles de todo el año.



- *Granada-Toledo-Madrid* (3 días). Circuito de tres días con salida desde la Costa del Sol. Incluye también la visita de Málaga, Granada, Toledo y Madrid. Se programa los jueves y sábados de todo el año.
- *Andalucía* y Madrid. Circuito de siete días de duración que se programa los miércoles de todo el año desde la Costa del Sol. Se visita Granada, Toledo, Madrid, Mérida, Córdoba, Sevilla y Ronda.

Por su parte PULLMANTUR oferta también en torno a una decena de circuitos con parada en Toledo. En ninguno de ellos incluye pernoctación y ha suprimido un viaje que se ofertaba en el año 2001 titulado "*Toledo a su aire*". Era el único paquete de destino único que se ofertaba para Toledo. Duraba dos días, salía desde Madrid e incluía una noche en Toledo. Los circuitos ofertados en el catálogo 2004 son los siguientes:

- *Portugal – Ciudades de Andalucía* (9 días). Con el siguiente recorrido: Madrid, Lisboa, Fátima, Lisboa, Aracena, Sevilla, Córdoba, Granada, Toledo y Madrid. Se oferta los domingos todo el año.
- *Portugal – Ciudades de Andalucía* (8 días). Se trata de una variante del circuito anterior más corta, sin la visita a Córdoba. En este caso el recorrido es el siguiente: Madrid, Lisboa, Fátima, Lisboa, Aracena, Sevilla, Granada, Toledo y Madrid. Se oferta también los domingos todo el año.
- *Galicia-Portugal-Ciudades de Andalucía* (14 días). Este circuito recorre desde Madrid, Astorga, Lugo, A Coruña, Santiago, Rías Bajas, La Toja, Vigo, Oporto, Coimbra, Fátima, Batalha, Nazare, Lisboa, Aracena, Sevilla, Córdoba, Granada, Toledo y Madrid. Se programa para los martes entre mayo y noviembre.
- *España-Portugal-Ciudades Andaluzas* (17 días). Se trata de uno de los circuitos más largos en el que se recorre desde Madrid: Burgos, San Sebastián, Bilbao, Castro Urdiales, Santander, Santillana del Mar, Covadonga, Oviedo, Gijón, Lugo, A Coruña, Santiago de Compostela, Rías Bajas, La Toja, Vigo, Oporto, Coimbra, Fátima, Batalha, Nazare, Lisboa, Aracena, Sevilla, Córdoba, Granada, Toledo y de vuelta a Madrid. Se oferta los sábados de mayo a octubre.
- *Portugal-Andalucía-Costa del Sol* (9 días). Circuito que se oferta los domingos de todo el año y recorre desde Madrid: Lisboa, Fátima, Aracena, Sevilla, El Puerto de Santa María, Cádiz, Costa del Sol, Granada y Toledo.

- *Andalucía-Costa del Sol-Toledo (6 días)*. Circuito de seis días que parte de Madrid y recorre: Córdoba, Sevilla, Jerez de la Frontera, Cádiz, Costa del Sol, Granada y Toledo. Se oferta los miércoles de todo el año y los sábados de mayo a octubre.
- *Andalucía-Costa del Sol-Toledo (7 días)*. Este circuito se programa los martes de todo el año y recorre desde Madrid: Córdoba, Sevilla, Jerez de la Frontera, Cádiz, Véjer de la Frontera, Costa del Sol, Granada y Toledo.
- *Andalucía-Toledo (4 días)*. Circuito que recorre desde Madrid: Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo. Se oferta los lunes entre abril y octubre y los jueves de todo el año.
- *Ciudades andaluzas y Toledo (5 días)*. Este circuito recorre Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo desde Madrid y se programa los jueves de todo el año.
- *Andalucía desde Barcelona (6 días)*. Es el único circuito que desde Barcelona incluye parada en la ciudad de Toledo. Se programa los sábados de abril a octubre e incluye la visita de Zaragoza, Madrid, Córdoba, Sevilla, Granada y Toledo.

Finalmente el catálogo de JULIÀ TOURS es el más escueto, recoge tan sólo dos circuitos que incluyen parada en la ciudad de Toledo:

- *Andalucía-Toledo (5 días)*. Este circuito que parte desde Madrid incluye la visita a Toledo el primer día, camino de Córdoba y además luego se visita Sevilla y Granada. Se programa los domingos de marzo a octubre.
- *Andalucía-Toledo (6 días)*. Circuito que parte de Madrid y también incluye la visita a Toledo el primer día de viaje, camino de Córdoba para luego visitar Sevilla y Granada. Se programa los domingos de marzo a octubre.

La oferta del resto de touroperadores españoles no es tan amplia. A modo de ejemplo cabe citar la mayorista RHODASOL TURIMAR que sólo oferta dos itinerarios con parada en Toledo:

- *Ciudades Patrimonio de la Humanidad*. Se trata de un viaje que dura ocho días con veintinueve salidas programadas a lo largo del año y que incluye la visita a Aranjuez, Toledo, Talavera de la Reina, Trujillo, Cáceres, Plasencia, Salamanca,

Ávila y Segovia. Toledo, Cáceres, Salamanca y Ávila son los puntos de pernoctación.

- *Madrid y Castilla-La Mancha*. Circuito de ocho días de duración en el que se visita Madrid, Almagro, Aranjuez, Toledo, Ciudad Real, Talavera de la Reina y Arenas de San Pedro. Se pernocta en Madrid, Almagro y Talavera y se programa con veintitrés salidas al año.

Además de esta oferta clásica de circuitos comerciales existen operadores que intentan ofrecer un panorama de España diferente al que se ofrece en los circuitos tradicionales, presentando con mayor rigor los valores históricos y naturales del país y resaltando la diversidad de ambientes y culturas locales de las diferentes regiones españolas. Además se pretende una aproximación alternativa, en buena medida con grupos poco numerosos y a través de guías especializados. Dentro de estos operadores destaca una serie de agencias españolas orientadas al mercado norteamericano, en concreto a un segmento de público que consideran desatendido por los grandes operadores nacionales y extranjeros. Es el caso de OKAY TOURS, operador salmantino que trabaja con grupos de tamaño reducido, nunca de más de 16 personas. Dentro de su programa *Cultural and Gastronomic Tours* oferta un circuito con parada en Toledo:

- *Sefarad*. Se trata de un viaje de 13 días (12 pernoctaciones) por algunas de las principales localidades de interés patrimonial del centro y sur de España. En concreto, el circuito presenta el siguiente itinerario: Madrid, Segovia, Ávila, Salamanca, Sierra de Francia, Hervás, Plasencia, Trujillo, Cáceres, Mérida, Sevilla, Córdoba, Granada y Toledo.

De forma paralela, el operador madrileño OLÉ SPAIN TOURS (FIESTA TOURS) oferta dentro de su programa *Special Tours* una serie de circuitos que tienen parada en Toledo. Por ejemplo, el circuito *Spanish Mosaic* permite apreciar en dos semanas la belleza de muchas localidades de Castilla y Andalucía, caso de Ávila, Sevilla, Jerez de la Frontera, Arcos de la Frontera, Ronda y, por supuesto, *Toledo*. El circuito *Spain and Portugal*, también de dos semanas de duración, presenta un recorrido más amplio, con estancias en Madrid, Toledo, algunas de las grandes capitales andaluzas y portuguesas, Extremadura, Salamanca y Ávila.

Los operadores extranjeros presentan circuitos similares a los nacionales, aunque en general presentan recorridos de mayor entidad en espacio y tiempo: se visita un mayor número de localidades en un tiempo también relativamente mayor, en especial en los productos destinados al mercado americano. Dentro de estos circuitos la ciudad de

Toledo presenta una posición importante porque en muchas ocasiones no sólo es objeto de una visita puntual, sino que incluyen en buena medida también pernoctación. En estos casos el aeropuerto de entrada y salida es Madrid-Barajas y las ciudades donde se realiza la pernoctación en mayor medida son Salamanca, Córdoba, Sevilla y Granada.

Aunque el panorama es muy amplio y la oferta está bastante dispersa se pueden señalar los siguientes circuitos dentro de la oferta de viajes que realizan los tuoroperadores extranjeros a España:

- *Grand Tour of Portugal & Spain*. Del touroperador estadounidense Globus-Cosmos. Es un circuito de 16 días de duración que incluye la visita a Lisboa, Oporto, Santiago de Compostela, León, Madrid, Toledo, Granada, Córdoba, Sevilla, El Algarve.
- *The Best of Spain & Portugal* (14 días). Globus-Cosmos programa también este circuito que incluye la visita a Madrid, Toledo, Granada, la Costa del Sol, Sevilla, Lisboa, Oporto y Salamanca.
- *Historical Spain*. Circuito del tuoroperador estadounidense Plus Ultra Tours con seis días de estancia en España, de acuerdo al siguiente itinerario: Madrid, Segovia, Ávila, Salamanca, Cáceres, Córdoba, Sevilla, Granada, Toledo, Madrid.
- *Iberian Vacation* es un circuito del touroperador Globus (EEUU) que discurre por las principales ciudades de España y Portugal: Madrid, Salamanca, Fátima, Lisboa, Sevilla, Tánger, Torremolinos, Granada y Toledo.
- *Highlights España y Portugal*. Circuito ofertado por Trafalgar Tours (EEUU) que incluye visitas a Madrid, Toledo, Córdoba, Granada, Costa del Sol, Sevilla, Lisboa, Cascais, Fátima y Salamanca.
- *Highlights España, Portugal y Marruecos* del operador estadounidense Trafalgar Tours tiene un recorrido muy similar al circuito anterior, pero incluyendo Marruecos. Visita las ciudades de Madrid, Toledo, Granada, Costa del Sol, Fez, Marrakech, Casablanca, Tánger, Sevilla, Lisboa y Salamanca.
- *Vacaciones en la Península Ibérica*. Este paquete del operador Spain Tours (EEUU) dura 14 días e incluye visita a Madrid, Segovia, Ávila, Salamanca,

Lisboa, Sevilla, Jerez de la Frontera, Gibraltar, Ceuta, Tetuán, Tánger, Costa del Sol, Granada y Toledo.

- *Kalidoscopio ibérico*. Tiene una duración de 17 días. Se trata de un circuito ofertado por Spain Tours (EEUU) en el que se visita: Madrid, Ávila, Segovia, Salamanca, Lisboa, Sevilla, Jerez de la Frontera, Algeciras, Gibraltar, Ceuta, Tánger, Costa del Sol, Granada, Toledo, Madrid y Barcelona..
- *El circuito "Extremadura y las Dos Castillas"* (5 días) recorre Madrid, Pedraza, Segovia, Ávila, Salamanca, Hervás, Plasencia, Cáceres, Trujillo, Guadalupe, Toledo y Aranjuez. Touroperadores: A Prova di Sogno y World Wide Tours (Italia).
- *El circuito "Andalucía, Extremadura y las Dos Castillas"* (7 días) amplía el circuito a las ciudades andaluzas y se visita: Madrid, Toledo, Granada, Córdoba, Sevilla, Mérida, Trujillo, Cáceres, Plasencia, Salamanca y Ávila. Touroperadores: A Prova di Sogno y World Wide Tours (Italia).
- Bigben Viaggi (Italia) ofrece el circuito denominado *Santa Teresa* de marcado carácter religioso, en cuya ruta se visitan las ciudades de Toledo, Ávila, Salamanca, Alba de Tormes, Burgos y Segovia.
- Por su parte, Viaggi Avventure nel Mondo y Notri Viaggi (Italia) ofrecen otra tipología de circuitos en los que se incluye Toledo, organizados fundamentalmente entorno a Madrid. En este caso, se realizan viajes de cuatro días desde Madrid a Toledo, El Escorial, Segovia y Salamanca.
- *Castilla con Madrid* emitido por el touroperador británico Martín Randall con una duración de 11 noches. En este circuito se visitan nueve ciudades (Madrid, El Escorial, Segovia, Coca, Tordesillas, Salamanca, Ávila, Toledo, Aranjuez) y se pernocta en cuatro: Toledo (tres noches), Salamanca (2 noches), Segovia (2 noches) y Madrid (4 noches). Se programa desde Londres y el aeropuerto de ida y vuelta es Madrid.
- *Madrid y Castilla*, programado por el touroperador francés Richou con una duración de 6 noches. En este circuito se visitan diez ciudades (Vitoria, Burgos, Segovia, Madrid, Ávila, El Escorial, Aranjuez, Toledo, Santa María de Huerta y Pamplona) y se pernocta en tres (Madrid, Pamplona y Vitoria).

- *De la Ruta de la Plata hacia Madrid* del touroperador Mundicolor (Alemania) que utiliza el aeropuerto de Sevilla como entrada y el de Madrid como Salida. Visita siete ciudades y pernocta en cinco: Sevilla, Mérida, Guadalupe, Cáceres y Toledo.
- *Extremadura Ruta de la Plata* del Touroperador Ibertours (Alemania) que visita once ciudades y pernocta en Mérida, Jarandilla, Guadalupe, Cáceres y Toledo. Se utiliza como aeropuerto de ida y vuelta Madrid.
- *Castilla y Andalucía* del touroperador francés Art et vie. Utiliza el aeropuerto de Madrid de entrada y el de Sevilla de regreso. En este circuito se pernocta en siete ciudades: Madrid, Segovia, Salamanca, Toledo, Granada, Córdoba y Sevilla, pero pasa también por El Escorial, Valladolid, Ávila, Almagro, Úbeda, Baeza y Carmona.



## **V.-POLÍTICAS, ESTRATEGIAS E INFRAESTRUCTURAS DE GESTIÓN.**

La naturaleza transversal del turismo implica que sea necesario analizar políticas, estrategias e infraestructuras de gestión de naturaleza diversa. Nos centraremos fundamentalmente en dos ámbitos: el urbanístico y el turístico. Toledo, a lo largo de estos últimos años, ha realizado un importante esfuerzo en estos campos pero pensamos que los problemas de coordinación continúan estando presentes y es necesario un análisis pormenorizado tanto para identificar las cuestiones críticas como para poder formular estrategias verdaderamente eficaces. En este campo de las políticas, estrategias e infraestructuras de gestión los niveles competenciales de las diversas instituciones y organizaciones implicadas son de naturaleza diferente, siendo decisivo, en cualquier caso, el papel del ayuntamiento de Toledo

### **V.1. Políticas Urbanísticas y de Recuperación Urbana.**

En los destinos culturales, caso de Toledo, el principal recurso turístico es, sin duda, el patrimonio cultural y urbanístico y de ahí deriva la necesidad de analizar en que



medida las políticas urbanísticas y las de patrimonio cultural están o no incardinadas con las necesidades y las demandas turísticas. Se trata en suma de evidenciar como se trabaja en la preparación de la ciudad y de su patrimonio para la visita pública.

#### **V.1.1. El Plan Especial del Centro Histórico y la preparación de la ciudad turística.**

La singularidad urbanística y patrimonial de Toledo, así como los cambios funcionales y sociales que han tenido lugar en el centro histórico, cuya situación era tremendamente crítica, al inicio de la transición democrática, han exigido un esfuerzo extraordinario en la formulación e instrumentación de políticas urbanas de protección, recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural de la ciudad, siendo, sin duda, una de las ciudades españolas donde las diferentes administraciones, estatal, autonómica y local, han realizado importantes inversiones. Centrándonos en la dinámica reciente, podemos considerar que en 1997, con la aprobación del Plan Especial de Protección del Casco Histórico, se abre un **nuevo ciclo** donde, quizás por primera vez, hay una voluntad explícita de coordinación entre administraciones y también, aunque en menor medida, entre actuaciones de naturaleza diferente.

El Plan Especial del Casco Histórico apuesta por una estrategia de recuperación física y funcional de la ciudad. En relación con el turismo, tras señalar que la ciudad tiene una demanda superior a los dos millones de visitantes, evidencia como, al igual que en la mayoría de las ciudades turísticas, esta actividad tiene pros y contras. Como aspectos negativos resalta que **"en los periodos punta las masas de turistas crean una interrupción en las formas normales de desenvolverse la ciudad y sus ciudadanos"** y se pueden incrementar los precios de los servicios de acceso diario y un incremento de costes de limpieza y mantenimiento. Como aspectos positivos destaca el soporte económico importante que ofrece a museos, monumentos y sectores de comercio y servicios, así como ser una importante fuente de empleo con posibilidades de intensificación.

La visión prospectiva a corto plazo se inclina por pensar que el turismo puede aumentar su protagonismo y su repercusión económica positiva en la ciudad. Se inclina por propiciar el incremento del tiempo de estancia de los visitantes, aumento de la imagen y la publicidad de Toledo y sus atributos históricos y culturales, ofertas integradoras, diversificación del turismo, etc. Considera que los monumentos y sus dimensiones culturales pueden todavía aumentar su oferta en Toledo, así como que existen potencial latente en museos y centros monográficos y recorridos turísticos alternativos que pueden diversificar la demanda, especialmente en relación con los

segmentos más activos del turismo cultural, la universidad y el centro de congresos o reuniones.

**El Plan Especial del Casco Histórico no define una propuesta específica y diferenciada en relación con el sector turístico, ni tampoco aborda la evaluación de su capacidad de acogida, sin embargo sus estrategias urbanísticas en relación con el paisaje, circulación y tráfico, funciones principales y grandes equipamientos, infraestructuras de soporte funcional, zonas verdes, plazas y patios, rehabilitación residencial y zonificación, propician la puesta en valor del patrimonio arquitectónico, urbanístico y paisajístico y con ello la posibilidad de reforzar de su dimensión turística.**

En Toledo, la asociación entre la singularidad del emplazamiento, una colina fruto de un meandro encajado del río Tajo, y la artificialidad de la ciudad construida es un aspecto fundamental de la monumentalidad de la ciudad y de su imagen turística. En base a la dualidad de la imagen de Toledo entre topográfica y urbana, el plan propone una gradación de la protección del entorno, de manera que este y la propia ciudad se beneficien mutuamente. En este mismo sentido, se presta especial atención a la franja de transición, cigarrales, circo romano y entorno y del río. Para dar respuesta a los problemas de movilidad y amortiguar la presión del tráfico individual, se propone la creación de **dos puertas urbanas** que actúen como rotura de carga entre medios de transporte de vehículos y el peatón visitante de la ciudad, son las llamadas **puertas de Recaredo** ( ya en funcionamiento) y **Safón-Alficén** ( en fase de proyecto), con la construcción de aparcamientos y escaleras mecánicas.

En relación con la circulación y el tráfico, se apuesta por la racionalización y una mejora en los accesos para los diferentes modos de transporte. Para propiciar el uso racional de la trama histórica se considera que la circulación peatonal ha de ser prioritaria, asegurar un buen mantenimiento de las funciones económicas, mejorar la calidad ambiental de los espacios monumentales y dar prioridad al uso residente. Para ello se proponen una serie de medidas: aparcamientos para evitar que el coche parado tenga que utilizar la calle; recorridos peatonales en exclusiva o en régimen de prioridad; potenciar el acceso del transporte público desde el exterior y creación de un sistema interno no contaminante; mejoras puntuales de trazado; construcción de aparcamientos interiores para servicio al residente; creación de áreas de abastecimiento y distribución, sistemas de accesibilidad de emergencia; cabinas de transformación y tendidos subterráneos, etc. . Las medidas propuestas no hay duda que propiciarán, una vez implantadas, la movilidad turística, una estancia más

satisfactoria en la ciudad y, también, nuevas oportunidades para disfrutar del patrimonio monumental y urbanístico de la ciudad.

En relación a la funcionalidad, el Plan Especial apuesta por la multifuncionalidad, diferenciando entre funciones principales y grandes equipamientos, por un lado, e infraestructuras de soporte funcional, por otro. **El tratamiento de la función turística, aunque considerada dentro del apartado cultural y turístico (museos, monumentos y centros culturales), está francamente minusvalorada en su significación urbanística y temas como la hostelería, restauración o el comercio turístico están abordados muy precariamente cuando tienen un potente significado económico y ofrecen, bien controladas, muchas oportunidades para la recuperación y puesta en valor de elementos arquitectónicos y espacios urbanos.**

Las propuestas que el Plan realiza en relación con las zonas verdes, plazas y patios refuerzan la dimensión pública del espacio urbano y propician, sin duda, una mejores condiciones de calidad de vida para los residentes, mejoran la capacidad de acogida turística, la cualificación de la visita y crean condiciones para que la estancia de los visitantes se pueda prolongar.

El Plan, en el marco de una estrategia de multifuncionalidad, apuesta por mantener el casco como una realidad social viva y propone la rehabilitación de la residencia como una de las actuaciones prioritarias, sometiendo todas las actuaciones a las condiciones y garantías de preservación del patrimonio edificado. La función residencial es clave para mantener el centro histórico como una realidad urbana viva, aspecto fundamental de la dimensión turística y factor clave para evitar fenómenos de "turistización" cuyos efectos perversos ya se están sufriendo en otros destinos.

Más allá de la protección singularizada del patrimonio arquitectónico, **103 edificios monumentales, cerca de 300 edificios con valor patrimonial y del orden de 450 edificios con elementos de interés**, hace una apuesta decidida por la puesta en valor del patrimonio diferenciando ocho distritos monumentales: Antequeruela/arrabal de Santiago; Fachada norte; Cobertizos; Judería; Centro/Zocodover; Alficén; Mudejar/Seminario; Mudéjar/Barco. Por otro lado se identifican los sectores monumentales principales (fachada, colina y ladera) y los sectores monumentales complementarios (miradores, racimos, plazas, sectores eje, fluvial). **La lectura urbanística del patrimonio monumental de la ciudad, además de una puesta en valor cultural, permitirá su revalorización turística y, por tanto, ampliar el ámbito del "Toledo turístico" articulado, en exceso,**

**alrededor del eje Alcázar- Zocodover- Catedral- San Tomé- puente San Martín/ puerta del Cambrón.**

### **V.1.2. El Programa de Renovación del Centro Histórico de Toledo (1998-2002).**

El Programa de Renovación Urbana, dentro del Plan Estratégico del Centro Histórico de Toledo, se concibió como el instrumento de ejecución de las actuaciones propuestas en el Plan Especial del Casco Histórico. El 27 de julio de 1997 se firmó el convenio entre el Banco Europeo de Inversiones y el Ayuntamiento de Toledo, con el visto bueno del Ministerio de Economía y Hacienda, para la puesta en marcha del Proyecto de Renovación Urbana del Centro Histórico de Toledo. La condición de Toledo como Ciudad Patrimonio de la Humanidad y su proyección internacional propiciaron el acceso a una subvención de 22,8 millones de euros a cargo del mecanismo financiero del Espacio Económico Europeo y que junto con las aportaciones de la Excmá Diputación, los demás concesionarios y del propio Ayuntamiento, permitió contar con un montante global de 39 millones de euros. El proyecto de Revovación Urbana explicitaba una voluntad de mantener y potenciar la capacidad residencial del casco.

El Proyecto de Renovación se ha vertebrado en los siguientes programas:

- Accesos y mejoras del trazado.
- Ajardinamientos.
- Aparcamientos.
- Mejora o reurbanización de infraestructuras, plazas y miradores.
- Equipamientos culturales y deportivos.
- Viviendas.

Los 35 proyectos desarrollados ha sido los siguientes ( Ayto de Toledo, 2003):

1. Ensanchamiento de la subida de la Granja.
2. Peatonalización de la puerta del cambrón y ensanchamiento de la subida de San Martín.
3. Ensanchamiento de la calle María Pacheco.
4. Aparcamiento del Tránsito (residentes y sector turístico, 120 plazas).
5. Urbanización y ensanchamiento de la calle Reyes Católicos.
6. Aparcamiento subterráneo del seminario y travesía de Santa Catalina (residentes, 173 plazas).
7. Ribera oriental del río Tajo.
8. Aparcamiento y remotes mecánicos de Recaredo (171 plazas de aparcamiento y seis escaleras mecánicas).

9. Aparcamiento, remonte mecánico y equipamiento cultural- palacio de congresos en el Miradero (en ejecución).
- 10-11 Aparcamiento San Juan de la Penitencia y plaza Padilla. (fase de estudios).
12. Remonte peatonal en la puerta del Cambrón.
13. Ordenación del corral de Don Diego (en ejecución).
14. Ordenación de la cuesta del Can.
15. Jardín Corralillo San Miguel.
16. Espacios libres de la Antequeruela.
17. Ensanchamiento de la calle Descalzos y Paseo de San Cristobal.
18. Plaza de San Marcos.
19. Jardines e instalaciones deportivas en el entorno del Alcázar.
20. Mirador cerro de Melojas y plaza San Cipriano.
21. Mirador de la Cruz Verde.
22. Plaza San Justo.
23. Plaza Zocodover.
24. Plaza Amador de los Ríos.
25. Plaza del Conde.
26. Plaza San Agustín.
27. Plaza de Andaque.
28. Ordenación Bisagra- Santiago del Arrabal.
29. Plaza de la Emperatriz.
30. Bajada de la Antequeruela.
31. Rehabilitación y Reurbanización de ejes urbanos.
32. Rehabilitación de San Marcos y Equipamiento Cultural.
33. Mejora de fachadas de conventos.
34. Viviendas (22) en el Corralillo de San Miguel.
35. Viviendas (36) en la calle de los Bécquer.

Las actuaciones del Programa de Renovación Urbana ya desarrolladas o en vías de ejecución, están permitiendo una importante mejora en las condiciones de accesibilidad y movilidad del centro histórico, una significativa recualificación del espacio público y de la imagen urbana, la creación de una mejores condiciones para la pervivencia y mejora de la función residencial y, también, el reforzamiento de los equipamientos culturales. **En todos los casos son actuaciones que contribuyen a una mejor adecuación y preparación de la ciudad turística, siendo de reseñar que la rehabilitación de San Marcos como centro cultural ha permitido que la exposición Claves de Toledo/ Llaves de Futuro se haya consolidado como**

**Centro de Interpretación de la Ciudad, con cerca de 50.000 visitantes en el año 2003.**

### V.1.3. Real Patronato de la Ciudad de Toledo y Consorcio de Toledo.

Por Real Decreto 1424/1998 se crea el **Real Patronato de la Ciudad de Toledo** y el artículo 1º del mencionado decreto señala: "**Se constituye el Real Patronato de la Ciudad de Toledo, que funcionará como órgano permanente colegiado, con el fin de promover y coordinar todas aquellas actuaciones que deben realizar en Toledo las Administraciones y entidades que lo componen, orientadas a la conservación de Toledo, a la difusión de los valores que simboliza, así como al desarrollo y potenciación de las actividades culturales y turísticas vinculadas a la ciudad**".

El Real Patronato, creado con la finalidad de contribuir a fortalecer y potenciar las posibilidades de **desarrollo cultural y turístico de la ciudad**, se constituyó el 2 de octubre del 2000. Tras el Real Decreto 1603/2000, su composición, bajo la Presidencia de Honor de Su Majestad el Rey, es la siguiente: Presidente: el Presidente del Gobierno; Vicepresidente: El Ministro de Educación, Cultura y Deporte; Vocales: El Vicepresidente del Gobierno para Asuntos Económicos y Ministro de economía, Ministro de Asuntos Exteriores, Ministro de Hacienda, Ministro de Fomento; Ministro de Administraciones Públicas; Presidente de la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha, Secretario de Estado de Cultura, Delegado del Gobierno en Castilla- La Mancha, Alcalde de Toledo, Presidente de la Diputación Provincial de Toledo, Arzobispo de Toledo, Rector de la Universidad de Castilla- La Mancha, Director de la Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas de Toledo, Un Representante de la Real Fundación de Toledo; Secretario: Subsecretario de Educación, Cultura y Deporte.

**El Consorcio de Toledo**, concebido como ente gestor del Real Patronato, se constituyó el 10 de enero de 2001. Se trata sin duda de **uno de los acontecimientos, tal como ha señalado su actual alcalde, José Manuel Molina García, de mas importancia que ha vivido la ciudad de Toledo en los últimos tiempos**. El 27 de febrero de 2001, el Consejo de Administración del Consorcio de la Ciudad de Toledo procedió a la aprobación del Presupuesto Ordinario para el ejercicio 2001 cuyo importe ascendió a 9,6 millones de euros, de los cuales 6 millones son aportados por el Gobierno Central, 2,4 millones por la Junta de Comunidades de Castilla- la Mancha, 1,2 millones por el Ayuntamiento de Toledo y 0,6 millones por la Diputación Provincial.

En el año 2001, las inversiones reales ascendieron a 6,75 millones de euros, siendo los principales programas los de patrimonio monumental ( 1,8 millones), adecuación de paisaje urbano (1,5 millones), rehabilitación de viviendas ( 1,2 millones), conventos

(1,2 millones), patrimonio arqueológico (0,6 millones) y actividades comerciales ( 0,15 millones).

Para el año 2002 el presupuesto del Consorcio ascendió a 10.220.000 euros, manteniéndose en líneas generales, los programas existentes en el año 2001. En el programa de rehabilitación de viviendas y edificios se iniciaron 385 expedientes y se concedieron 155 ayudas. El programa de elementos especiales se centró en la restauración de la fachada de la C/ Aljibillos 8, restauración de armadura de par y nudillo en C7 Plata 3, acondicionamiento del salón islámico del cobertizo colegio Doncellas 2. En el Programa de Áreas de Rehabilitación Integrada, el trabajo se centró en la puesta en marcha del Plan de Estrategia, redactándose los borradores de convenios con varios propietarios de 5 Áreas de Rehabilitación.

En el programa de Restauración Monumental, las actuaciones se centraron en las torres de las iglesias de San Román, San Andrés, San Pedro Mártir, San Miguel el Alto y San Cipriano y en los conventos de Santa Isabel la Real, Concepción Francisca, Jerónimas de San Pablo y Agustinas Calzadas de Santa Ursula; Teatro Rojas, sede del consorcio y portada de San Torcuato. Las actuaciones desarrolladas en el Programa de Patrimonio Arqueológico son: catalogación de aljibes, morteros de revestimiento, portadas y escudos, carta arqueológica y programas de puesta en valor y gestión de recursos arqueológicos (Toledo prehistórico, Toledo medieval, baños de Cenizal, paseo del Carmen, ruinas del Salvador, termas de Amador de los Ríos, investigación arqueológica). El Programa de Adecuación del Paisaje Urbano ha centrado sus actuaciones en Zocodover y calle Sillería, entorno hostel del Cardenal, urbanización calles bajada del barco y Pozo Amargo. También se contrató la asistencia técnica para la redacción de la Ordenanza del Plan de Color.

**Durante esta primera fase de puesta en marcha del Consorcio, ciertamente han sido muy escasas las actuaciones directamente relacionadas con el sector turístico, sin embargo no hay duda que los programas de rehabilitación de viviendas, restauración monumental, paisaje urbano y arqueológico, donde se está prestando atención a las cuestiones de puesta en valor y acondicionamiento para la visita pública, a corto y medio plazo tendrán rentabilidad turística. En cualquier caso, desde el sector turístico, se puede demandar al Consorcio una mayor atención a las cuestiones relacionadas con la función y adecuación del patrimonio cultural, en cuanto que uno de los cometidos asumidos por el Real Patronato.**

Las relaciones directas establecidas entre las necesidades turísticas y la planificación patrimonial y urbanística han sido, hasta ahora, bastante limitadas y la preparación urbanística de la "ciudad turística" no parece responder a una estrategia unitaria. En cualquier caso, no hay duda que el Plan Especial del Casco Histórico de Toledo, por un lado, y el Consorcio de Toledo, por otro, ofrecen posibilidades e instrumentos de gestión, especialmente en el caso del Consorcio, para que los planteamientos de conservación, puesta en valor y mejora del patrimonio arquitectónico y urbanístico, así como las respuestas a los problemas de la accesibilidad y la movilidad, tengan en cuenta las necesidades específicas de la funcionalidad turística.

#### **V.1.4. Revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Toledo (2004).**

La Revisión del Plan General de Ordenación Urbana, en fase de exposición al público del Avance y de concertación interadministrativa, diseña la ciudad moderna de Toledo en un horizonte temporal amplio y se plantea cubrir los déficits urbanísticos, **un nuevo modelo de accesibilidad y movilidad** y, también, una estrategia de vertebración de los distintos barrios y, muy especialmente, de las conexiones con el casco antiguo, aspecto fundamental desde una perspectiva turística.

A nivel de **infraestructuras territoriales** se va a producir, a muy corto plazo, un cambio importante que implica el reforzamiento de Toledo como nodo **regional de infraestructura** y la mejora de las conexiones con la región urbana de Madrid. En efecto, la **autovía de Castilla- La Mancha**, la **autopista de peaje Madrid-Toledo- Ciudad Real- Córdoba**, la **autovía de los Viñedos** y la **línea de Alta velocidad Madrid-Toledo** reforzarán la posición de Toledo dentro del sistema de ciudades de la región central española y ello repercutirá, sin duda, en el sector turístico.

Se apuesta por una ciudad más cohesionada y equilibrada, competitiva de más calidad de vida y con un modelo urbano más sostenible, apoyándose, entre otras variables, en el patrimonio cultural y medioambiental para sustentar una importante actividad terciaria entorno al turismo.

La Revisión del Plan General tiene entre sus objetivos la mejora de la movilidad, promoviendo la circulación peatonal y la mejora del transporte público. Por su incidencia en el futuro desarrollo turístico de la ciudad tiene especial relevancia la propuesta de **creación de una plataforma de transporte público eficiente que recorre la zona central de la nueva ciudad en dirección este- oeste, desde el Polígono de Santa María de Benquerencia a la Peraleda**. Esta plataforma de



transporte permitirá revisar y cualificar todo el sistema de conexiones con el casco antiguo.

Otras propuestas que contribuirán a mejorar o cualificar la ciudad turística son el **parque fluvial del Tajo y los parques periurbano. Las nuevas áreas de centralidad previstas: Nuevo Ensanche-Oeste, Puerta Bisagra, Ave-Puerta de Toledo y Nuevo Ensanche Este** también crearán condiciones para que la ciudad turística, entendida mas allá del centro monumental, mejore sus infraestructuras y equipamientos, especialmente en los ámbito de Puerta Bisagra y Ave-Puerta de Toledo. La recualificación y reordenación del ámbito Bisagra-Tavera permitirá su reforzamiento turístico y en la zona Ave-Puerta de Toledo se configura un " vestíbulo de entrada" que conecta directamente con el Palacio de Exposiciones y, mediante remotes mecánicos, con el palacio de Congresos y Zocodover.

Las previsiones de suelo para usos deportivos, campos de golf, equipamientos, comerciales, ocio, etc., permitirán un mejor posicionamiento turístico de la ciudad y una estructura urbanística mas acorde con el peso que el turismo tiene en Toledo.

La Revisión del Plan General recoge, en las páginas 34 y 35 de la Memoria del Avance, dentro del apartado El **turismo valor central de Toledo como ciudad monumental**, recoge los planteamiento y necesidades que el equipo redactor de este estudio preparó en su momento, a demanda del equipo encargado de la Revisión del Plan General.

En relación con la preparación y cualificación de la futura ciudad turística, además de las medidas de protección y puesta en valor del patrimonio cultural y del patrimonio medioambiental, la Revisión del Plan Especial contempla una serie de unidades de actuación que inciden de forma importante en la nueva configuración turística del destino. Estas son, fundamentalmente las siguientes:

UA2: Sector Fábrica de Armas-Universidad ( dotacional).

UA6: Cristo de la Vega ( dotacional).

UA9: Sector Hospital Tavera ( terciario, hotelero y rotacional).

UA12: Puente de la Cava ( terciario/ hotelero).

UA35: Sector Puerta de Toledo ( rotacional).

UA38: Plan Especial Centro Histórico ( usos mixtos)

UA41: Parque rotacional del Tajo ( rotacional).

UA46: Conexión viaria entre Ronda de Buenavista- sector hotel Beatriz ( actuación en viario).

UA48: Reordenación y reurbanización del rotor de entrada a la ciudad ( actuación en viario) .

UA50: Túnel de tráfico rodado entre glorietas de Azarquiel y Reconquista ( actuación en viario).

UA-52: Remodelación Tavera- Plaza de Toros ( actuación en viario).

Por otro lado, los nuevos desarrollos urbanos previstos en el suelo urbanizable, especialmente el Sector Huerta del Rey, Galiana, estación del AVE, contribuirán a una mejora organización y articulación de toda una gama de servicios e instalaciones que contribuirán a un mejor funcionamiento de la ciudad turística. También la mejora y ampliación del sistema de espacios libres, especialmente el parque fluvial del Tajo, contribuirán a reforzar la imagen turística y a cualificar la estancia de turistas y excursionistas.

## **V.2. Políticas Turísticas e Infraestructuras de gestión turística.**

Hasta bien avanzada la última década del siglo XX, Toledo apenas se había planteado políticas turísticas mas allá de las promocionales, tampoco se habían desarrollado planteamientos que partiesen de la necesidad de integrar la gestión del turismo en el conjunto de la políticas urbanas. La descoordinación entre los diferentes agentes locales, la ausencia de proyectos comunes, la limitada atención al turismo y la ausencia de un verdadero liderazgo municipal eran sentidos como problemas relevantes, tal como se evidenció en el documento **Toledo 21: Una Estrategia Turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad (1998)**.

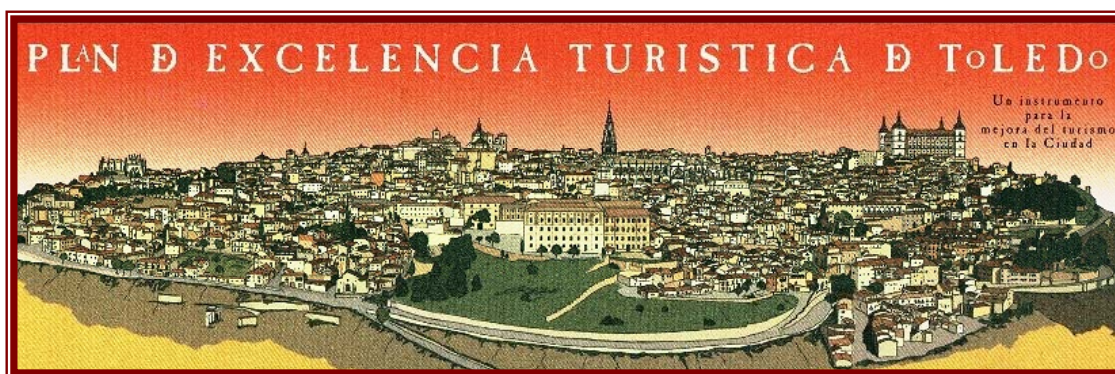
A partir del año 2000 se van a producir cambios importantes en la política turística de la ciudad y está teniendo lugar una apuesta, cada día mas decidida, por la calidad. Los instrumentos van a ser, fundamentalmente, el Plan de Excelencia Turística, el Plan de Calidad Turística y algunas iniciativas del sector empresarial, especialmente Toledo Convention Bureau.

### **V.2.1. El Plan de Excelencia Turística.**

En el marco de las políticas turísticas, tanto a nivel estatal como autonómico, de finales del siglo XX y principios del XXI, especialmente del Plan Integral de Calidad del Turismo Español ( 2000-2006), se crearon las condiciones necesarias para la puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística de Toledo (2000/2004).

El 5 de octubre de 2000 se firmó el Convenio de Colaboración entre el Ministerio de Economía, la Consejería de Industria y Trabajo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, el Ayuntamiento de Toledo y la Federación Empresarial Toledana (FEDETO) para el desarrollo del Plan de Excelencia Turística. En la exposición de motivos del mencionado convenio se señala:

**“Que todas las partes consideran que la mejora de la competitividad turística de Toledo y su sostenibilidad económica, social y medioambiental, precisa de una mejora de la calidad del medio urbano y natural del municipio, una mejora y ampliación de los servicios públicos, su adaptación a las tendencias de la demanda y la puesta en valor de nuevos recursos turísticos”.**



Se trata, sin duda, de una apuesta compartida orientada a cualificar el destino para posicionarlo y mejorar su competitividad.

El Plan de Excelencia persigue la realización de actuaciones concretas orientadas a cubrir los siguientes objetivos:

Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino.

La mejora del medio urbano y natural del municipio.

Ampliación y mejora de los espacios de uso público.

Mejora de los servicios públicos.

Aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.

Puesta en valor de los recursos turísticos.

Creación de nuevos productos.

Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad.

En función de los objetivos el **Ministerio de Economía se compromete a considerar prioritarios los proyectos turísticos del municipio y a interesar a otros departamentos de la Administración General del Estado**, a través de la Comisión Interministerial del Turismo, en la adopción de iniciativas y solución de problemas del municipio de carácter turístico. La Consejería de Industria y Trabajo de Castilla- La Mancha se compromete a considerar prioritarios los proyectos turísticos del municipio. El Ayuntamiento de Toledo se compromete a procurar el conocimiento y difusión de la filosofía, objetivos y realizaciones del Plan entre la población y agentes turísticos del municipio, velar por el desarrollo de la actividad turística en el municipio, fomentar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del municipio y la de los servicios públicos, evitar el crecimiento incontrolado de los núcleos turísticos y de la oferta de alojamiento y velar por el estricto cumplimiento de la normativa urbanística y de ordenación territorial. Por su parte, la Federación Empresarial Toledana se compromete a estimular entre sus ciudadanos la adopción de iniciativas y proyectos de modernización, mejora, elevación de la calidad, ampliación de la oferta complementaria y mejora de la competitividad de los establecimientos, difundir la filosofía y objetivos del Plan, participar activamente en el diagnóstico y propuesta de actuaciones y promover actuaciones con vistas a garantizar la continuidad de los impulsos generados por el Plan.

Las actuaciones previstas se valoraron en 3.606.072,63 euros, a financiar conjuntamente por las tres administraciones. La aportación de las administraciones es paritaria, cada una aporta 1.202.024,21 euros. A nivel operativo, el Plan implica la puesta en marcha de la **Comisión de Seguimiento**, formada por los representantes de las partes firmantes, y como órgano de apoyo, sin personalidad jurídica, de la **Gerencia del Plan**.

El proceso de puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística es una tarea compleja pues implica un cambio significativo en los modelos de gestión turística y, además, tiene que hacer frente a la coordinación interadministrativa y a la de estas con el sector privado, tarea nada fácil en una actividad transversal como el turismo y en una ciudad donde primaban las prácticas sectoriales y los conflictos institucionales.

Durante la primera anualidad, incluyendo los honorarios de la Gerencia, las actuaciones realizadas fueron los trabajos preparatorios para el acondicionamiento del Centro de Recepción de Visitantes ( 1ª fase) con un importe de 513,061,31 euros; estudio de la

señalización y flujos turísticos ( 55.894,13 euros); 1ª Fase de la campaña de informadores turísticos ( 20.900, 3 euros).

La Comisión de Seguimiento decidió la ubicación del **Centro de Recepción de Turistas**, la apuesta mas relevante del Plan, en la entrada de la actual carretera de Madrid, en el paraje del Salto del Caballo, acordándose la participación en un 50% del coste de adquisición del parcela e inmueble, asumiendo el Ayuntamiento de Toledo el restante 50%. El estudio sobre la señalización y los flujos turístico, realizado por la empresa Lendínez y Asociados. Arquitectura Integral, tiene una acusada debilidad, esta no es otra que realizar toda la propuesta de señalización sin realizar un pormenorizado estudio de los flujos turísticos. Las actuaciones de informadores turísticos se desarrollaron durante el Corpus de 2001 y durante el mes de agosto.

Durante la **segunda anualidad**, con un presupuesto total de 1.412. 78, 44 euros, se desarrollaron un total de 25 actuaciones:

**Tabla V-1: Actuaciones segunda anualidad del Plan de Excelencia Turística de Toledo .**

Num	Descripción	Consignación	
		Euros	Ptas
1	Imagen (logotipo) del Plan de Excelencia	901,52	150.000
2	Materiales de difusión del Plan de Excelencia Turística	12.020,24	2.000.000
3	Plan de sensibilización	51.687,04	8.600.000
3.1	Gymkhana Plan Sensibilización	25.797,00	4.292.260
4.1	Jardines del Alcázar	127.941,21	21.287.626
4.2	Ajardinamiento de la mediana del Puente de la Cava	35.298,73	5.873.214
5.1	Estudios geotécnicos de la parcela del Centro de Recepción de Turistas	5.472,82	910.601
5.2	Demolición del inmueble Palacio del Automóvil (1ª fase)	71.200,73	11.846.805
6	Suministro e instalación de la señalización de bienvenida a Toledo	61.190,58	10.181.256
7	Acondicionamiento de la caseta de información turística en los remontes de Recaredo	11.831,00	1.968.513
8.1	Remodelación de aseos públicos en S. Juan de los Reyes	46.265,23	7.697.887
8.2	Instalación de aseos en la zona del Paseo del Tránsito	90.151,81	14.999.999

9.1	Redacción y dirección de obra del proyecto OIT Puerta de Bisagra	12.616,01	2.099.127
9.2	OIT Puerta de Bisagra	157.405,16	26.190.015
9.3	OIT Zocodover	62.453,33	10.391.360
9.4	OIT provisional Puerta de Bisagra	17.508,30	2.913.136
10	Honorarios de la gerencia del Plan de Excelencia	83.202,53	13.843.736
11	Página web turística de la ciudad de Toledo	29.149,08	4.849.999
12	Informadores turísticos (segunda fase)	23.954,84	3.985.750
12.1	Informadores turísticos (ampliación)	58.673,60	9.762.466
13	Gastos de gestión vinculados a la gerencia del Plan de Excelencia	30.023,92	4.995.560
14	Rutas nocturnas teatralizadas (1ª fase)	21.936,94	3.650.000
15	Difusión del Plan de Excelencia en la feria Fitur	10.420,04	1.733.749
16	Proyecto Toledo Excelente	45.075,91	7.500.000
17	Instalación de puntos de información turística	68.565,92	11.408.409
18	Banco fotográfico de la ciudad de Toledo	17.450,00	2.903.436
19	Difusión del Plan de Excelencia en medios de comunicación	16.420,05	2.732.066
20	Plan de mejora de las pernoctaciones en Toledo (primera fase)	56.675,37	9.429.988
21	Acondicionamiento y embellecimiento de los accesos al Centro de Recepción de Turistas (1ª fase)	43.034,28	7.160.302
22	Rutas nocturnas teatralizadas (2ª fase)	18.000,00	2.994.948
23	OIT provisional Casas Consistoriales	44.169,97	7.349.265
24	Equipamiento OIT Bisagra y Casas Consistoriales (primera fase)	20.007,28	3.328.931
25	Informadores turísticos (3ª fase)	35.878,00	5.969.597
	<b>Total</b>	<b>1.412.378,44</b>	<b>234.999.999</b>

Las actuaciones realizadas, tal como evidencia el cuadro anterior, son de naturaleza y entidad diversa. En relación con la **mejora de los servicios e infraestructuras turísticas** están el acondicionamiento de las casetas y oficinas de información turística (Recaredo, Bisagra, Zocodover, Casas Consistoriales), los aseos públicos (San Juan de los Reyes y paseo del Tránsito), los informadores turísticos y actuaciones en relación con el Centro de Recepción de Turistas. Otro grupo importante

de actuaciones está en relación con la **preparación y mejora del espacio público para la visita turística**: jardines del Alcázar, mediana del puente de la Cava y accesos al Centro de Recepción de Turistas. En relación a **la imagen y la difusión** están: logotipo, materiales de difusión del Plan, Plan de Sensibilización, señalización, página web turística, banco fotográfico, Fitur, etc. Entre los proyectos más específicamente turísticos destacan **las rutas nocturnas teatralizadas** (1ª y 2ª fases), **Toledo Excelente y Plan de Mejora de las Pernoctaciones en Toledo** (1ª fase). (plano 12)

La actuación **rutas nocturnas teatralizadas** consiste en la realización de una serie de recorridos nocturnos con la finalidad de, por un lado, diversificar el producto e incitar a los turistas a pernoctar en la ciudad, la **Asociación Escuela Teatro Rojas** (plano 13) fue la encargada de realizar la primera fase, 30 rutas entre el 1 de mayo y el 31 de julio de 2003, con éxito de participación y aceptación por turistas, visitantes y vecinos. La segunda fase, también de 30 rutas, fue realizada por la empresa Yolanda Navarro **"Toledo Paisajes"** entre los meses de mayo y junio de 2003.

El proyecto **Toledo Excelente (1ª fase)** que, tal como luego señalaremos **enlaza con el I SICTED**, consiste en el diseño del modelo de aproximación a la **calidad turística**, atendiendo a las necesidades de las empresas e incluye la realización de **manuales de aproximación a la calidad turística**. La relevancia de este proyecto y su enlace con el Plan de Calidad nos ha inclinado a tratarlo de forma individualizada..

**Finalmente, el Plan de Mejora de la Pernoctaciones en Toledo** (1ª fase) consiste en un plan de medios para incentivar la pernoctación en Toledo, con el anuncio **"Yo estuve en Toledo y aún no lo conozco porque Toledo no se conoce en un día"**. Esta campaña, realizada entre septiembre y octubre de 2003, se estima que pudo ser vista 11.500.000 personas en el ámbito nacional.

Durante la tercera anualidad las actuaciones se han centrado, con una consignación presupuestaria de 264.880.015,96 euros, en actuaciones de naturaleza diversa: **promoción de la ciudad** : Open de Golf en Madrid, Radio Toledo/ Onda Cero, Tiempo de Viajar para Televisión de Canal 4 de Castilla y León, campaña de promoción de la ciudad en otros medios (MUPIS, carteles anunciadores, etc.); **difusión y sensibilización** (exposición del Plan de Excelencia Turística, curso de sensibilización turística a la policía local); **continuación de acciones de mejora de infraestructuras y servicios turísticos** (oficinas de información, puntos de

información...);  **acondicionamiento de espacios públicos y recursos culturales (accesos Centro de Recepción de Turistas (2ª fase), paseo Merchán, mezquita Cristo de la Luz...); continuación de actuaciones y proyectos iniciados en fases anteriores** (proyecto Toledo Accesible, rutas nocturnas teatralizadas, proyecto Toledo Excelente, Plan de Mejora de las Pernoctaciones y modelo de aproximación a la calidad turística).

El Plan de Excelencia Turística aún no ha terminado su andadura y, por tanto, no se disponen de todos los elementos para evaluar sus resultados pues los efectos de actuaciones de sensibilización, promoción, mejora de infraestructuras, etc. tardan algún tiempo en percibirse. En cualquier caso,  **la apuesta por el Centro de Recepción de Turísticas, en la ubicación elegida, plantea algunas dudas con respecto a los nuevos accesos a la ciudad** (autopista y estación del AVE) y también con relación al modelo de movilidad previsto en el Avance del Plan General de Ordenación Urbana;  **nuevamente se evidencia que las decisiones en relación con las infraestructuras y equipamientos turísticos no siempre están correctamente integradas en los modelos urbanísticos.**

Por otra parte, la necesidad de tener que recurrir al Plan de Excelencia para la adecuación de determinados espacios públicos o elementos patrimoniales evidencia que es necesario asumir que la  **"ciudad turística"**  necesita equipamientos y servicios diferenciados; ello requiere inversiones específicas, mas allá de las que coyunturalmente puedan proceder del sector turístico.

Parece adecuado el esfuerzo realizado para diversificar la oferta patrimonial urbanística ( rutas teatralizadas), por la mejora de la calidad (Toledo Excelente), la mejora de los servicios e instalaciones de información turística (oficinas y puntos de información turística, página web), cualificación profesional y mejora de la accesibilidad (Toledo Accesible). Son terrenos donde hay que seguir apostando y mejorando las dotaciones y la coordinación entre diferentes servicios y departamentos municipales, son los casos de la accesibilidad, la mejora de la calidad y la cualificación profesional en los recursos humanos relacionados con el sector turístico.

Todos los indicadores nos inclinan a pensar que la oportunidad ofrecida por el Plan de Excelencia Turística para modernizar y rediseñar el modelo de gestión turística de la ciudad, en el marco de planteamientos de concertación entre el sector público y el privado, no ha sido del todo rentabilizada. En cualquier caso, el Plan de Calidad Turística puede permitir avanzar en este campo.



### V.2.2. El Plan de Calidad Turística de Toledo.

El Plan de Calidad Turística de Toledo ha tenido dos vías o pilares de actuación complementarios, uno que nace del Plan de Excelencia Turística de Toledo (Proyecto Toledo Excelente- MACT (Modelo de Aproximación a la Calidad Turística) y otro de funcionamiento autónomo (Plan de Calidad Turística de Toledo- SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos). Ambos proyectos, al coincidir en el tiempo, concertaron objetivos y, por tanto, son complementarios e interdependientes.

#### a) Toledo Excelente ( MACT).

**La Comisión de Seguimiento del Plan de Excelencia de Toledo, junto con las tres administraciones que financian el Plan**, en sesión del 26 de septiembre de 2001, **consideraron oportuno llevar a acabo: alguna actuación con la finalidad de proporcionar un cauce sistemático para mejorar la calidad de los servicios que se prestan a los turistas desde una perspectiva de conjunto, integrando tanto los establecimientos considerados estrictamente turísticos como aquellos otros cuyos servicios se utilizan indistintamente por turistas y residentes pero que tienen indudable efecto sobre la satisfacción de turistas y visitantes.** Esta actuación tomó cuerpo en el proyecto "Toledo Excelente". La Secretaría de Turismo manifestó su interés por el proyecto, tanto por sus objetivos intrínsecos como por ser extensible a otros Planes de Excelencia, actuando Toledo como destino piloto para su diseño y puesta en práctica. Para su desarrollo se desarrolló un convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Toledo y la Federación de Empresarios de Toledo.

Este plan fue contratado por FEDETO (Federación Empresarial Toledana) el 23 de diciembre de 2003 y las empresas participantes con la consultora DIT asesores pertenecen a los subsectores de: bares, restaurantes, alojamientos turísticos, oficinas de información turística, museos y centros de interpretación y comercios turísticos.

El objetivo conjunto del **Plan de Calidad Turística de Toledo es: contribuir a la profesionalización de las empresas y servicios turísticos de la ciudad de Toledo como clave para la mejora de la competitividad del sector turístico y por ende del destino, aportando una visión clara de los beneficios de la gestión profesional turística y de la calidad.** Propone los pasos necesarios para implantarla y, en cualquier caso, mejorar conjuntamente los servicios turísticos ofrecidos por el destino.

Los participantes fueron 76 establecimientos: 12 bares; 23 alojamientos turísticos; 19 restaurantes; 8 museos y centros de interpretación; 3 oficinas de turismo y 11 comercios turísticos. El desarrollo del plan implica presentaciones públicas, sesiones formativas, visitas individualizadas a cada una de las empresas y talleres de dudas-soluciones. En total son trece pasos en la secuencia del proyecto. Finalmente se realiza una propuesta de **Certificables y Distinguidos dentro del Modelo de Aproximación a la Calidad Turística**.

El grado de implicación de los sectores y establecimientos que iniciaron el proceso ha sido bastante elevado y los establecimientos que obtienen la distinción son los siguientes (tabla V-2):

**Tabla V-2 : Establecimientos participantes y distinción de calidad.**

TIPOLOGÍA ESTABLECIMIENTOS	ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES	ESTABLECIMIENTOS CON DISTINCIÓN DE CALIDAD
<b>Bares</b>	12	<b>9</b>
<b>Alojamientos turísticos</b>	23	<b>21</b>
<b>Restaurantes</b>	19	<b>18</b>
<b>Museos y centros de interpretación</b>	8	<b>6</b>
<b>Oficinas de Información Turística</b>	3	<b>2</b>
<b>Comercios turísticos</b>	11	<b>7</b>

Un total de 63 establecimientos de los 76 inicialmente implicados han sido propuestos para Distinción de Calidad. Las personas propuestas para los Certificados de Calidad ha sido 67: 7 en bares; 20 en alojamientos turísticos; 14 en restaurantes; 11 en museos y centros de interpretación; 7 en oficinas de turismo y 8 en comercios turísticos.

Ciertamente, el grado de implicación de los diversos sectores ha sido desigual, pero se evidencia que empieza a consolidarse la idea de trabajar en una línea de calidad integral de destino, algo que hasta fechas muy recientes no ocurría.

## b) Plan de Calidad Turística ( SICTED).

El destino turístico Toledo firmó el protocolo de adhesión al SICTED el 27 de enero de 2003, pero por circunstancias diversas no empezó a desarrollarse hasta el 22 de enero de 2004 , día de presentación del Plan de Calidad Turística de Toledo.

Este proyecto, asesorado por la consultora LEO PARTNERS, contó con el arbitraje de la representante de la Secretaría de Estado de Turismo en la Comisión de Seguimiento del Plan de Excelencia para garantizar la perfecta coordinación con el proyecto " Toledo Excelente".

En el SICTED han participado siete sectores:

SECTORES PARTICIPANTES SICTED	NÚMERO PARTICIPANTES
Guías	18
Taxis	5
Actividades Deportivas Y De Ocio	1
Artesanos	1
Convention Bureau	1
Opc	1
Policía Local	1

Esta previsto que entre diciembre 2004 y enero de 2005 se realicen las evaluaciones para otorgar Iso **Distintivos de Calidad**.

El 14 de octubre de 2004 tuvo lugar la constitución de la **Mesa de Calidad Turística de Toledo**, como órgano **preconstituyente del Ente Gestor de Calidad Turística de Toledo**. Esta Mesa de Calidad está conformada por los miembros de la Comisión de Seguimiento del Plan de Excelencia Turística de Toledo: Secretaría general de Turismo, Junta de Comunidades de Castilla- La mancha, Ayuntamiento de Toledo y Federación Empresarial Toledana.. El técnico de calidad turística será D<sup>a</sup> Cristina Jordán, gerente del Plan de Excelencia, con lo cual se asegura la continuidad y la coordinación entre los dos proyectos.

A nivel general de los 24 subsectores de Iso que el SICTED ha desarrollado manuales de Buenas Prácticas en Toledo existe de: agencias de viajes; albergues; alquiler de coches; artesanos; bares y cafeterías; camping; casas rurales; centros de interés turístico (museos, centros de interpretación, etc.); comercio turístico; Convention Bureau; ocio activo; guías; hoteles y apartamentos; oficinas de turismo; OPCs; policía; restaurantes y taxis.

En suma, el Plan de Calidad ha abierto un nuevo campo de actuación y si se le dotan de los adecuados recursos, así como del Ente Gestor, no hay duda que permitirá avanzar hacia la calidad integral del destino, incorporando establecimientos y equipamientos turísticos que hasta ahora han estado reacios a la hora de incorporarse al proceso.

### **V.2.3. El Patronato Municipal de Turismo.**

**El Patronato Municipal de Turismo**, tras la reforma de sus estatutos el 14 de julio de 1992, **es una entidad de derecho público**, creada por acuerdo del Ayuntamiento pleno, **a la que se le encomienda, en régimen de descentralización, la organización y administración de la actividad municipal en el campo del turismo.**

**El Patronato**, según el artículo 3º de sus Estatutos, **tiene por objeto la promoción, fomento y desarrollo del turismo en el municipio de Toledo, para cual asume un amplio abanico de funciones:** promover la presencia activa de Toledo en el mercado turístico; estudiar la situación de la industria turística local; analizar las condiciones de los servicios turísticos; potenciar los recursos, bienes y servicios que potencien la oferta turística local; promover la comercialización de "paquetes" y otras ofertas; organizar misiones y campañas de promoción; favorecer proyectos tanto oficiales como privados; apoyar y fomentar la creación de instalaciones públicas y privadas para propiciar actividades culturales y recreativas relacionadas con visitantes y turistas; producir materiales de promoción adecuados; solicitar de los Organismos y Autoridades competentes la tramitación de ciertos económicos; realizar campañas de educación ciudadana; promover el desarrollo de " turismo para todo"; revisar y modernizar la formativa fiscal actual.

Los **Órganos de Gobierno** son el Presidente (el Alcalde), el Vicepresidente (el concejal encargado de turismo) y la Comisión Ejecutiva (integrada por el presidente, el vicepresidente y un número de vocales proporcional a la representación de cada grupo político del Ayuntamiento).

El órgano de participación es el **Consejo Consultivo, órgano colegiado con funciones de asesoramiento a los Órganos de Gobierno**. El Consejo consultivo está integrado por:

El presidente del de Patronato; El Vicepresidente; los concejales de la Comisión Ejecutiva; un representante de la Dirección general de Turismo de la Comunidad Autónoma; Un representante de la Cámara de Comercio e Industria; un representante del ramo de hostelería; un representante del ramo de los artesanos; un representante de las Asociaciones de Vecinos; un representante de la asociación de comerciantes e industriales del Casco Histórico; un representante de los comerciantes de artesanía; un representante de los guías turísticos; un representante de la Federación Empresarial; un representante de la Consejería de Educación y Cultura de la Comunidad Autónoma; un representante de los servicios periféricos del Ministerio de Cultura; un representante del patrimonio eclesiástico (arzobispado); un representante de la Diputación provincial; un representante de agencias de viajes; y un representante de la Dirección general de Consumo. La Comisión Ejecutiva por mayoría absoluta, tras escuchar al Consejo Consultivo, podrá incorporar representantes de entidades o personas a título individual de reconocida autoridad o relación con el turismo.

**A nivel operativo los estatutos contemplan las figuras del Gerente**, responsable de la dirección y gestión técnica, **secretario e interventor**. La hacienda del Patronato depende de los presupuestos municipales, de las subvenciones o ayudas que pueda conseguir y de los recursos que sea capaz de generar.

Se trata, en suma, de una estructura eminentemente administrativa, dependiente del partido mayoritario y donde la participación empresarial y de las diversas asociaciones implicadas en el turismo de la ciudad es meramente consultiva. En buena medida, todo depende de la voluntad política y de la capacidad económica del Ayuntamiento.

El Patronato Municipal de Turismo, con un recursos económicos , 172.000 euros en 2004, y humanos limitados, un técnico, tres informadores turísticos y un auxiliar administrativo, poco puede hacer mas allá de las tradicionales tareas de información (Oficinas de Información Turística) y de promoción. Tareas necesarias pero insuficientes en un destino de las características e importancia de Toledo.

#### V.2.4. Toledo Convention Bureau.

Para garantizar la multifuncionalidad, calidad y competitividad de un destino turístico es imprescindible la implicación empresarial, la participación social y el liderazgo institucional. En nuestro país, y muy especialmente en los destinos culturales de interior, ha primado una visión y una práctica en la cual se solía pensar que todos los aspectos relacionados con la preparación y promoción del destino eran **"obligación del sector público"**, por suerte los planteamientos van cambiando y al menos en algunos tipos de turismo, caso el de negocios, se va avanzando hacia nuevas fórmulas de gestión.

La Fundación Toledo Ciudad de Congresos está integrada por la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, Federación Empresarial Toledana y Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería, la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha, el Ayuntamiento de Toledo y Caja Castilla- La Mancha, siendo las tres primeras las responsables de la gestión.

La Oficina de Congresos, creada en enero de 2000, se propone, tal como señala Fernando Jerez Alonso, presidente de Toledo Convention Bureau, en la presentación de la Guía 2004-2005, integrar, dinamizar y promover la completa oferta de recursos profesionales que la ciudad y provincia ponen a disposición de los organizadores y promotores de reuniones e incentivos. En el año 2003 se celebraron 818 reuniones (72 congresos, 134 convenciones y 612 jornadas o programas de incentivos).

**Tabla V-3: Distribución de los miembros de Toledo Convention Bureau (2004)**

CATEGORÍAS	NÚMERO DE MIEMBROS
Salas para Congresos y Sedes Especiales	21
Hoteles	13
Restaurantes	9
Catering	1
Organizadores Profesionales de Congresos	1
Otras Empresas Organizadoras de Eventos	4
Agencias de Viajes	3
Agencias de Comunicación	3
Servicios Turísticos	7

Autocares	2
Regalo Profesional	2
Audiovisuales	2
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>

Fuente: Toledo Convention Bureau. Guía de Congresos. 2004.

La agrupación de los miembros por sede social y por categorías nos permite un análisis más detallado (tabla V-3). Del total de miembros, 65, tienen su sede social en Toledo 52 y si descontamos los de vinculación institucional, siete, nos encontramos que la implicación empresarial no es muy fuerte, en relación con el significado que el turismo tiene en la economía toledana.

#### V.2.5. El Servicio de Turismo de la Cámara de Comercio e Industria.

El turismo cada día se diversifica más y se relaciona con actividades culturales, de ocio y de compras. La Cámara de Comercio e Industria de Toledo ha creado un **Servicio de Turismo** que, además de acoger a la Oficina de Congresos, ha puesto en marcha otras iniciativas de desarrollo turístico empresarial. Uno de estos proyectos es el denominado "**Turismo de compras y ocio en Toledo**".

La iniciativa de la Cámara persigue la selección y la colaboración de un conjunto de comercios y servicios de interés turístico que por sus características y singularidad estén representados en la **Guía de Compras y Ocio** de Toledo y ofrezcan una atención diferenciada al turista. Los comercios y empresas de servicios adheridos se publicitarán en una guía específica, de la que editarán 60.000 ejemplares y se difundirán entre empresas y profesionales del turismo, oficinas de información turística, hoteles, restaurantes y colectivos profesionales y asociativos, fundamentalmente de Madrid y Castilla-La Mancha.

Toledo se ha integrado en la **Red InfoShopping in Spain**, junto con Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Córdoba y Marbella y en la guía primavera-verano de 2004 ya aparecían 39 tiendas de la ciudad, especialmente del sector de la artesanía y productos típicos (damasquinado, espadas, armaduras, bordados, cerámica y productos típicos). También se reseñan las principales calles y plazas comerciales: Comercio, Hombre de Palo, Trinidad, Zocodover, Santo Tomé, Consistorio, Santa Úrsula y Circo Romano. En la actualidad se han incorporado al programa un total de 112 establecimientos de diversas ramas de actividad (tabla V-4).

**Tabla V-4: Establecimientos Incorporados al programa de Turismo de Compras y Ocio en Toledo ( 2004).**

ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO
Alimentación	1
Artesanía	37
Artículos de regalo	9
Centros comerciales	1
Tiendas Gourmet	4
Joyería y Relojería	3
Moda	17
Restaurantes	20
Cafeterías	2
Copas	5
Tapas	4
Rutas guiadas	2
Otros servicios turísticos	3
Turismo activo	2
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Toledo. 2004.

Al tratarse de una programa en su fase de arranque, puede considerarse que existe un aceptable nivel de implicación de los establecimientos mas directamente relacionados con la actividad turística de la ciudad, especialmente destacado en las ramas de la artesanía y la restauración .

#### **V.2.6.- La Asociación de Guías de Turismo.**

Toledo, uno de los destinos culturales mas clásicos de nuestro país, tiene una importante **Asociación de Guías**, con 30 guías asociados y 350 habilitados, reflejo evidente de la importancia que el turismo organizado ha tenido y tiene en la ciudad. La Asociación apuesta por una mejora de la calidad y se preocupa para que sus afiliados puedan atender a los nuevos segmentos de demanda, para ello consideran que se deben mejorar y cualificar los servicios de inspección, preparar de forma adecuada la ciudad turística, especialmente en lo relacionado con la movilidad y los servicios de atención al turista, y cualificar los recursos humanos relacionados directa o indirectamente con el turismo.



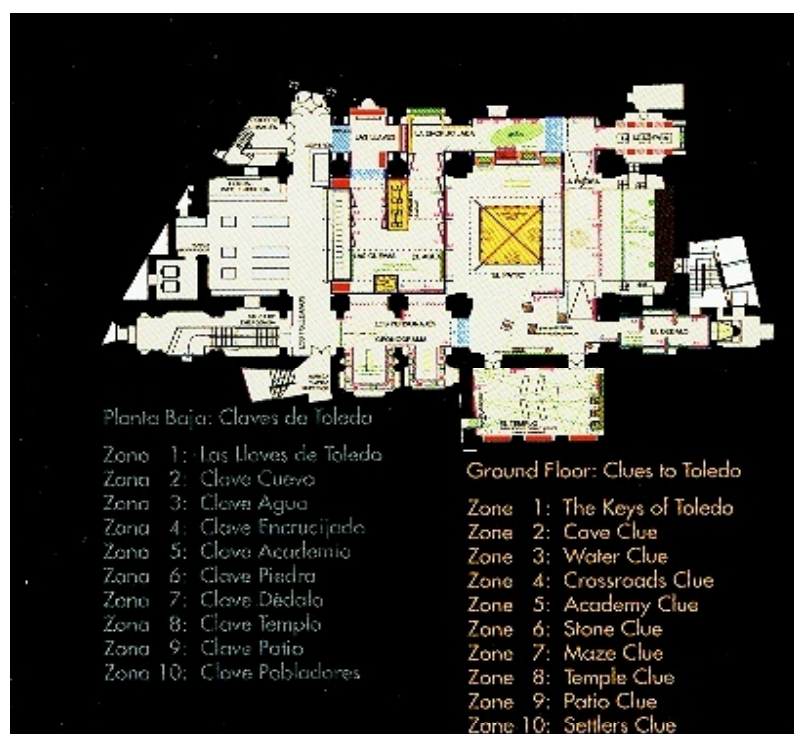
### **V.3. Grandes Proyectos de Equipamientos e Infraestructuras Turísticas.**

Más allá del patrimonio y la oferta cultural, la oferta de alojamiento y restauración, el comercio turístico o las oficinas de información, los destinos de turismo cultural maduros, tal es el caso de Toledo, están realizando un importante esfuerzo por dotarse de nuevas infraestructuras y equipamientos que les permitan tanto una mejor adecuación de la ciudad a las nuevas demandas como una cualificación de la visita y un mejor servicio, aspecto fundamental de la competitividad, a visitantes de la ciudad, ya sean turistas o excursionistas. En los epígrafes anteriores ya hemos señalado como estas infraestructuras y equipamientos se intentan lograr por diferentes vías y en el caso de Toledo estas son la urbanística ( Plan de Renovación del Centro Histórico, 1998-2002), la de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural (Real Patronato y Consorcio de Toledo) y la turística ( Plan de Excelencia Turística 2000-2004, Plan de Calidad Turística. En este sentido hay tres proyectos cuya dimensión turística es fundamental: El Centro Cultural San Marcos/ Centro de Interpretación de Toledo; el Centro de Recepción de Turistas; y el Palacio de Congresos del Miradero.

#### **V.3.1. Centro Cultural San Marcos/ Centro de Interpretación de Toledo.**

En el Centro Cultural San Marcos, una de las actuaciones estrella del Plan de Renovación del Centro Histórico de Toledo, se instaló en el año 2003 el montaje expositivo **Claves de Toledo, Llave del Futuro** que, en el marco de un contrato entre el Ayuntamiento de Toledo y Antonio Pareja Editor S.L. ( 26 de marzo de 2003) se ha ido configurando como un **Centro de Interpretación del Toledo Histórico**. Su finalidad es, mediante instalaciones fijas y exposiciones temporales, contribuir a comprender y descubrir Toledo en profundidad, tanto desde el conocimiento como desde la exposición. En 1000 m<sup>2</sup> de espacio expositivo y 30 audiovisuales se recurre, de forma sugerente, el pasado, el presente y el futuro de la ciudad. Se aportan los elementos básicos para que el visitante, con cierto nivel de formación y motivación cultural, pueda convertir la visita a Toledo en una experiencia enriquecedora.

El centro se organiza en 14 zonas o espacios expositivos articulados alrededor de una clave interpretativa. En la planta baja hay 10 zonas: 1: Las llaves de Toledo; 2. Clave cueva; 3. Clave Agua; 4. Clave encrucijada; 5. Clave Academia; 6. Clave piedra; 7. Clave dédalo; 8. Clave templo; 9. Clave patio; 10. Clave Pobladores. La planta alta (llave del futuro) se organiza en cuatro zonas: 1. Ciudad Patrimonio; 2. Toledo futuro; 3. La brújula alquímica y 14. Zona de exposiciones y futuro centro de documentación.



Una de las novedades más interesantes de este centro, más allá de ser un nuevo elemento en la oferta cultural de la ciudad, es su **modelo de gestión**. Se trata de un centro de gestión privada con horario de apertura continuado, de martes a sábado de 10 a 20 horas y domingos de 10,30 a 14,30 y un precio para el visitante individual de 4 euros. Los lunes solamente está abierto para las visitas concertadas previamente.

Las dificultades de este centro derivan, por un lado, de su ubicación en el corazón del centro histórico y, por otro, de un diseño mixto, a caballo entre un centro de interpretación de la ciudad y un museo interactivo de nuevo diseño. La ubicación, dentro del eje turístico de la ciudad, pero a donde se accede cuando ya se ha recorrido una parte significativa del centro histórico, dificulta su funcionamiento como Centro de Interpretación de la Ciudad que conectado directamente con la visita turística pues este tipo de equipamientos, para que cumplan adecuadamente su función, deben estar localizados en los puntos de acceso donde se inician se a las rutas o itinerarios de

visita. Por otra parte, sus contenidos y el tiempo de duración de la visita, del orden de dos horas necesarias para garantizar una comprensión razonable de contenidos y una estancia enriquecedora, no son muy acordes con la tipología de los visitantes de la ciudad, excursionistas y turistas con estancias cortas. Todo ello explica que este equipamiento, que durante el primer año de apertura ha recibido 48.882 visitantes (individuales, grupos de pago y grupos de visita gratuita) tenga, hoy por hoy, una funcionalidad más educativa y cultural que realmente turística. **No disponemos de información más detallada, en relación con distribución de los flujos, tipología de visitantes, etc. porque la empresa gestora del Centro no ha considerado oportuno facilitarla a este equipo redactor.**

### V.3.2. El Palacio de Congresos.

La diversificación turística de la ciudad, así como una mejor rentabilización del patrimonio y la oferta cultural, plantean la necesidad de dotarse de nuevas infraestructuras y equipamientos, este es el caso del palacio de Congresos. Su ubicación en el Miradero, en conexión con los nuevos accesos de Safont, Zocodover y el futuro Centro de Exposiciones, además de dotar a la ciudad de un equipamiento, imprescindible para reforzar el turismo de congresos, permitirá recualificar una fachada del centro histórico y, especialmente, abrir un potente eje para la movilidad peatonal, en conexión rápida con puntos clave de la ciudad turística ( Alcázar, Zocodover y Santa Cruz).

El proyecto, obra de Rafael Moneo, Joan Busquets y Jesús Jiménez, se encuentra en fase de ejecución y mediante una potente remodelación de El Miradero tiene un programa que contempla un Centro de Congresos con: una auditorio con capacidad para 1225 personas y sus correspondientes servicios; una sala de usos múltiples con capacidad para 636 personas y susceptible de ser dividida en tres salas; y seis salas más con capacidad para 600 conferenciantes. También incluye un espacio para banquetes con capacidad para 1.000 congresistas; más servicios, almacenes y parking. Las dos plantas altas recogen los servicios sociales del programa, la tercera se destina a las infraestructuras y las cuatro inferiores se destinan a parking con una capacidad de 597 vehículos. Los sistemas de comunicación vertical y un sistema de escaleras mecánicas conectan el aparcamiento de Safont con la calle Almas y Zocodover. El rescate El Miradero dará lugar a una plataforma ajardinada que se convertirá en un balcón sobre el Tajo.

Se trata de una actuación potente, en el marco de un Convenio de Colaboración, del primer trimestre de 2002, entre la Consejería de Industria y Trabajo de la Junta de

Castilla- La Mancha, la Excm. Diputación de Toledo y el Excmo. Ayuntamiento de Toledo, que en las tres fases que contempla implica una inversión de 51.086.028 euros.

Se trata, por tanto, de un equipamiento fundamental para la ciudad con dimensiones ciertamente urbanísticas, en estrecha relación con otras como la remodelación del Alcázar para museo del Ejército, pero fundamentalmente turísticas.

### **V.3.3.- Centro de Exposiciones de Safont.**

El Centro de Exposiciones, en fase de anteproyecto, se contempla en conexión con los nuevos accesos y la reordenación de la zona de Antequeruela- Safont y contempla un espacio expositivo del orden de 10.000 m<sup>2</sup> entre espacios institucionales, áreas de exposiciones, almacenes y servicios. Este equipamiento ayudará a reforzar la funcionalidad turístico/ cultural de un espacio urbano clave para la "ciudad turística", al propiciar la conexión entre la estación del AVE, la vega del Tajo y el Centro Histórico.

### **V.3.4.- Centro de Recepción de Visitantes. "TOLETUM"**

Al analizar el programa de actuaciones del Plan de Excelencia Turística de Toledo ya hemos señalado como una buena parte de los recursos disponibles se ha destinado a la adquisición y acondicionamiento de la parcela y entornos del futuro **Centro de Recepción de Visitantes**, en el actual acceso desde Madrid y en el paraje del Salto del Caballo, un emplazamiento de cornisa desde donde, ciertamente, se tiene una privilegiada visión de la fachada norte del Centro Histórico, de la vega del río y del comienzo de meandro del Tajo en el monumental puente de Alcántara.

En el marco del contrato de 17 de febrero de 2003, entre la Empresa GRIMO 3113 S.L., el Ayuntamiento de Toledo adjudicó **la concesión administrativa del uso del bien de dominio público de la antigua pista de atletismo de Toledo para la construcción y explotación de un Centro de Recepción de Visitantes**, por un canon anual de 18.031,33 euros y un plazo de concesión de 50 años. Los adjudicatarios se comprometen a la construcción del Centro y a su explotación con los usos propios de un equipamiento de esta naturaleza, información y asesoramiento para la visita, conocimiento previo de la ciudad en un Centro de Visita Virtual, posibilitando el empleo alternativo de transporte público; también se compromete el concesionario a habilitar una superficie aproximada de 250 m<sup>2</sup>, con acceso prioritario, para ubicar la Oficina Municipal de Información Turística.

El pliego de prescripciones técnicas para la construcción del Centro de Recepción de Visitantes contempla, centro de recepción de turistas, edificación para un recorrido virtual, aparcamientos y accesos. El presupuesto mínimo de referencia establecido fue de 1.836.100 euros.

Los servicios con los que debe contar el Centro de Recepción de visitantes son: Stand de información general donde se ubicará la oficina municipal de turismo; stand para alquiler de coches; stand para guías turísticos; zona expositiva; cafetería para 50 personas; servicios públicos; despachos administrativos; vestuarios; almacén; consigna; cajeros automáticos; sala de servicio para visitas guiadas y " cualquier otro que se estime para el aumento de la experiencia turística". Se trata de un programa mínimo con una superficie útil de 650 m<sup>2</sup>.

La instalación para la "**presentación multimedia**" podrá ser exenta o integrarse en el Centro de Recepción de Visitantes, se prevé una superficie útil de 600 m<sup>2</sup>, con una sala de proyección con capacidad para 200 personas. Para **los accesos y aparcamientos** se contempla una superficie entre los 5.000-7.500 m<sup>2</sup>.

El Plan de Negocio realizado por la empresa concesionaria ("Toletum. Centro de Recepción de Visitantes) opera sobre una base de 1.500.000 visitantes a Toledo durante el año ( 60% turistas individuales; 5% de grupos libres; 20% de Grupos de tres touroperadores (Juliátours; Trapsaturs; Pullmantur); 5% de grupos de otras agencias y 10% de turistas de fin de semana), estimándose que 250.000 pasarían por el centro. Para diseñar el centro se trabaja con tres horizontes de capacidad, con 1.359 visitantes día medio y 150.000 visitantes año, 2.266 visitantes día medio y 250.000 visitantes y 2.765 visitantes día medio y 350.000 visitantes. En este marco se contemplan tres horizontes de inversión: 7.200.000 euros, 5.400.000 euros y 3.600.000 euros. Además de considerar los días medios parece lógico que, teniendo presente los flujos turísticos, también se consideren las situaciones punta, tanto de visitantes individuales como de grupos.

El Plan de Marketing del Centro de Recepción de Visitantes de Toledo señala que el Centro, como acción del **programa mejora de accesibilidad** dentro del Plan de Excelencia Turística de Toledo, tiene como objetivos: minimizar la incidencia de vehículos por el casco histórico; ordenar la presencia de autobuses de turistas y excursionistas; ofrecer información previa sobre potencial turístico de Toledo; facilitar el acceso a la oferta; ofrecer servicios a visitantes y a residentes. Las instalaciones mínimas que se consideran para cumplir sus objetivos son: zona de aparcamiento de turismos (125 plazas); flota de vehículos lanzadera al casco; zona de aparcamiento-

estancia de autobuses (53 plazas); centro de visitantes; información turística; sistema de reservas; oferta de restauración; tienda de recuerdos; aseos y ocio.

La captación de clientela por el Centro de Recepción de Visitantes y el cumplimiento de los objetivos para los que está previsto depende tanto de factores estrictamente turísticos como de otros especialmente urbanísticos y, fundamentalmente, de las conexiones con el sistema de accesibilidad y movilidad de la ciudad. En este último sentido, ya hemos señalado en otro momento, que puede quedar descolgado de las futuras vías de acceso y, especialmente, de la gran Puerta del futuro Toledo como es el eje AVE-SAFONT-Zocodover. Tampoco parece muy lógico preveer zonas estanciales para autobuses, mas cuando las dimensiones de la parcela son más bien reducidas; sería lógico pensar en un aparcamiento para autobuses turísticos, dentro de un intercambiador de transportes o en un área de actividad logística.

## **VI.- DIAGNÓSTICO: UN DESTINO CULTURAL POTENTE ANTE EL RETO DE CUALIFICAR Y MODERNIZAR SU MODELO TURÍSTICO.**

### **VI.O. Introducción.**

Tras la presentación de las características y problemáticas básicas de Toledo como destino de turismo cultural, un destino maduro potente en fase de reorganización urbanística y de reposicionamiento turístico, vamos a plantear de forma sintética, de cara a perfilar el marco de una estrategia turística, los aspectos que consideramos fundamentales tanto en relación a las fortaleza y las debilidades como a las perspectivas del sector turístico y a las demandas, urbanísticas, culturales y turísticas, relacionadas con la configuración de un destino cultural potente bien posicionado tanto en el mercado interior, cada día mas importante, como en el internacional, en el marco de reforzamiento de los destinos culturales, impulsado tanto a nivel estatal como de Castilla- la Mancha.

## VI.1. Fortalezas Turísticas .

Toledo es, sin duda, uno de los principales destinos de Turismo Cultural de España, ocupando también una posición relevante en el concierto internacional, trataremos de evidenciar cuales son sus principales fortalezas de cara a mantenerlas, mejorarlas o, en su caso, reforzarlas. El turismo es un sector dinámico y cambiante donde las fortalezas de hoy se pueden convertir en debilidades de mañana, algo que es necesario tener presente para definir estrategias o diseñar infraestructuras de gestión de nuevo cuño y adaptadas a las nuevas demandas y al papel que el turismo tiene hoy en las economías urbanas. Solo así Toledo podrá conservar la posición de privilegio que ocupa dentro del ranking de visita de los destinos patrimoniales.

- Toledo, conjunto monumental desde 1940 e incluido en la lista del Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1986, es, sin duda, uno de los destinos culturales españoles con una oferta de recursos mas potente en términos de patrimonio arquitectónico y urbanístico, museos, rutas culturales, tradiciones, paisaje y diversidad patrimonial. **La ciudad cuenta con 104 Bienes de Interés Cultural, cerca de 300 edificios con valor patrimonial y del orden de 450 edificios con elementos de interés**, que reflejan la diversidad e imbricación de culturas en esta ciudad (patrimonio romano, visigótico, musulmán, judío, cristiano, mudéjar, renacentista, barroco, del siglo XIX y comienzos del XX). Además hay un rico y diversificado patrimonio museístico, residencial de casas-patio, arquitectura popular, etc. Todo ello la sitúa en un lugar destacado entre los conjuntos patrimoniales de la Humanidad.
- Desde la instauración de los ayuntamientos democráticos (1979) y la decisión de instalar en Toledo la capital de Castilla- La Mancha, la ciudad ha realizado un extraordinario esfuerzo en la conservación y puesta en valor de su patrimonio arqueológico, arquitectónico, urbanístico y paisajístico superando los 1.000 millones de euros la inversión realizada. En la última década, tras la aprobación del **Plan Especial del Centro Histórico (1997)** se ha abierto un **nuevo ciclo en la recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural y medioambiental de la ciudad**, con actuaciones tan importantes como **El Programa de Renovación del Centro Histórico (1998-2002)**, la puesta en marcha del **Consortio de Toledo (2001)**, el **Plan de Excelencia Turística** o actuaciones vinculadas a la Real Fundación Toledo, Caja Madrid, instituciones eclesiásticas, Junta de Comunidades (Toledo a Plena Luz, etc.). No hay duda que los elementos patrimoniales y la ciudad en su conjunto están mejor preparadas para la visita pública; incluso se han acondicionado nuevos



espacios para la visita: torres de la iglesia de los Jesuitas, mezquita del Cristo de la Luz, muralla, restos arqueológicos, espacios públicos, etc. También desde el Plan de Excelencia se ha intentado introducir nuevos espacios en la visita pública: rutas teatralizadas, visitas nocturnas, apertura nocturna de los museos ( Sefardí, El Greco, Victorio Macho), etc.

- En los diversos ranking de visita y de **valoración de los destinos culturales** españoles y mundiales, **Toledo ocupa** siempre una **posición destacada**.
- Durante la última década Toledo ha incrementado y modernizado, de forma significativa, su planta hotelera que ha pasado de 24 establecimientos y 1.987 plazas en 1991 a 61 establecimientos y 3.445 plazas en 2004. La mejora de la calidad en los segmentos de tipo medio, tres y cuatro estrellas y de pequeños hoteles y hostales con encanto en el interior del recinto intramuros, que tiene una planta hotelera importante, está ayudando, sin duda, a la recuperación funcional del patrimonio.
- La ciudad cuenta con una oferta de restauración que, según el Registro de Establecimientos Turísticos de Castilla- La Mancha y el Inventario de Locales realizado para este Estudio, supera la cifra de 200 y una capacidad de 16.130 plazas. Esta oferta se concentra, en buena medida, en el centro histórico y su entorno inmediato, guardando estrecha relación con el fuerte protagonismo que en la ciudad tiene el excursionismo. También es de reseñar el esfuerzo de cualificación que se ha realizado en los últimos años.
- Toledo, por tradición y por demanda, cuenta con una potente oferta de comercio turístico (damasquinado, espadas, mazapanes, bordados) aproximándose a 200 el número de establecimientos, concentrándose en el eje turístico del Centro Histórico, en las vías de acceso y en el entorno de los monumentos y museos mas visitados. La iniciativa impulsada por la Cámara de Comercio e Industria de Toledo, **Toledo ciudad de compras**, contribuirá, sin duda a cualificar el sector, diversificar la oferta y dar respuestas mas ajustadas a las nuevas demandas.
- Las infraestructuras y equipamientos turístico/ culturales han mejorado de forma significativa en los últimos años: **aparcamientos** ( San Miguel, Recaredo y paseo del Tránsito), **remontes mecánicos de Recaredo**, Trenecito turístico, "ZocoTren" (con mas de 60.000 usuarios al año), **Centro**

## **Cultural San Clemente, Centro Cultural/ Centro de Interpretación de San Marcos, etc.**

- Los proyectos o iniciativas en marcha, tanto en el ámbito turístico como en el cultural, permiten pensar en un reforzamiento de la posición turística de Toledo: **Centro de Recepción de Visitantes, Palacio de Congresos, Palacio de Exposiciones, Museo del Ejército, Campo de Golf, nuevos accesos y zonas de aparcamiento.**
- Con el apoyo del Plan de Excelencia Turística se está trabajando en la creación de nuevos productos turísticos (rutas nocturnas, rutas de los conventos, rutas arqueológicas, guía de compras y ocio, Toledo de noche, rutas teatralizadas, etc.). También dentro del **Club de Producto**, del Grupo español de **Ciudades Patrimonio de la Humanidad**, impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo, Toledo podrá canalizar mejor sus ofertas y llegar a nuevos segmentos de demanda.
- Existe una actitud favorable por parte de los gestores culturales de los principales recursos patrimoniales de Toledo, especialmente los museos (Greco, Sefardí, Victorio Macho), a colaborar por la creación de una **"Red de Museos y Monumentos de la ciudad"** para compartir experiencias y promover actuaciones conjuntas para la revalorización y estructuración de la oferta turístico-cultural. También hay una actitud favorable por parte de las Concejalías de Turismo y Relaciones Institucionales y de Cultura y Festejos a colaborar en la realización conjunta de actividades turístico-culturales.
- El Plan de Excelencia Turística de Toledo, no sin dificultades, está propiciando una mayor coordinación entre la Administración Nacional, Regional y Local junto con los empresarios de la ciudad. También se está buscando una mayor coordinación entre las políticas turísticas del Ayuntamiento y la Diputación Provincial .
- A través del **Plan de Calidad Turística de Toledo** se está trabajando en la **sensibilización turística y en el concepto destino** con subsectores relacionados tanto directa como indirectamente con el turismo. Está constituida la Mesa de Calidad y seleccionado el técnico correspondientes, existiendo la intención de crear un **Ente Gestor de Calidad Turística** de Toledo que se encargaría de la planificación estratégica del turismo de calidad.

- Algunas de las actuaciones del Plan de Excelencia Turística, en relación con la señalización, organización de los flujos turísticos de la ciudad y adecuación de espacios están ayudando a una mejor adecuación de Toledo como destino turístico (acceso al futuro Centro de Recepción de Visitantes, Paseo Merchán, etc.) .
- La ciudad está apostando por una mayor diversificación como destino turístico y en esta línea se sitúan el Convention Bureau, el Servicio de Turismo de la Cámara o las actuaciones para crear una Sociedad de Promoción entre la Cámaras e Comercio e Industria, FEDETO y la Asociación de Hosteleros.
  - La proximidad a Madrid y su potente aeropuerto, aunque tiene algunas dimensiones negativas, es también una fortaleza pues posiciona la ciudad en los circuitos internacionales y tiene muy cerca una potente región urbana, emisora de excursionistas, fundamentalmente, pero también de turistas, al ser un gran centro distribuidor de turismo internacional. Esta posición se verá reforzada con la nueva autopista y con la llegada del AVE.
  - Toledo, a pesar de la crisis de los tres últimos años, tiene un elevado número de visitantes, entre 1.600.000/1.800.000, cifra que le permite mantener una importante infraestructura turística y le deja margen para apostar por estrategias más cualitativas que, sin incrementar el número de visitantes, se posibilite ampliar la duración de la estancia y, por tanto, obtener un mayor volumen de ingresos.
  - La implicación empresarial empieza a ser más importante, apostándose, aunque todavía con cierta timidez, por **renovar la marca** y una mayor profesionalización, pasando, en palabras de un empresario local, de "**despachar a vender**", asumiendo que el patrimonio cultural es muy importante pero que la ciudad, ante el fuerte incremento de la competitividad entre los distintos culturales, no se vende sola.
  - La ciudad atrae un segmento de mercado muy importante en el turismo interior, segundas y terceras visitas y en el de grupos no organizados por touroperadores. Se trata de un dato más que positivo pues en los tres últimos años ha tenido que competir, dentro de la región turística de Madrid, con ofertas culturales tan importantes como la capitalidad cultural de Salamanca 2002 y la exposiciones de Edades del Hombre, El Árbol de la Vida en Segovia durante 2003 y Testigos, en Ávila, durante 2004.

- La posición privilegiada que la ciudad ocupa en el ranking de los destinos culturales mundiales le permite captar nuevos segmentos de públicos ( Europa Oriental, China, Corea) que han amortiguado la caída de clientelas mas tradicionales, mundo anglosajón, sobretodo norteamericanos, tras los atentados del 11 de septiembre del 2001, y japoneses. Por otro lado señalar que durante el 2004, a juzgar por las consultas en las Oficinas de Información Turística, parece que se está recuperando el turismo extranjero en visita individual.
- La función de capital de Castilla-la Mancha también le posiciona bien en el momento de diversificar su oferta turística en el marco de planteamientos de complementariedad. Este hecho explica que ocupe un papel destacado en la Ruta del Quijote, producto que impulsa la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha aprovechando el IV centenario de la publicación de El Quijote de Miguel de Cervantes.
- Toledo es uno de los destinos culturales españoles mas comercializado, con importante presencia en los paquetes europeos de destinos culturales. También está muy presente en los circuitos de turismo cultural.
- Si bien todo parece indicar que los viajes organizados por los grandes touroperadores han perdido clientela, con caídas superiores al 20%, los pequeños touroperadores, orientados a segmentos mas específicos, están mejorando su posición en la ciudad.
- Otra fortaleza importante es el fuerte peso que el empleo directo generado por el turismo tiene en la ciudad, especialmente en los temas de la hotelería, restauración, comercio turístico, guías, transporte y servicios culturales. Implica un capital y un saber hacer acumulado que hay poner en movimiento creativo y rentabilizar.
- Tras la crisis de los años 2002 y 2003, todo parece apuntar a que en el 2004 se ha producido, a pesar de los atentados del 11 de marzo en Madrid, una mejora tanto en el número de visitantes como en las pernoctaciones.
- Toledo es un **destino seguro** algo que, en coyunturas de inestabilidad como las actuales, constituye un activo importante.
- En el campo de la gestión, aún cuando no sea uno de los puntos fuertes de la ciudad, existen iniciativas ( Consorcio de Toledo, Plan de Calidad, Patronato

de Turismo, Convention Bureau, Toledo Ciudad de Compras, Sociedad de Promoción, etc.) que permiten afrontar el futuro con cierto grado de optimismo.

En suma, **Toledo es un destino fuerte que tiene que hacer valer y reforzar su posición turística, así como asumir un mayor liderazgo en el concierto de los destinos culturas del mundo, en el marco de planteamientos de calidad y sostenibilidad.**

## VI.2.- Algunas Debilidades.

La identificación de debilidades, así como su jerarquización, es importante tanto en el momento de diseñar estrategias turísticas, urbanísticas o culturales como a la hora de fijar las prioridades de cara a la identificación de prioridades de actuación. Una adecuada identificación de debilidades permitirá anticiparse a los problemas y mantenerse en buenos niveles de competitividad.

- **Difíciles relaciones interadministrativas** que, en ocasiones, provocan desconfianza en el tejido empresarial y en otros agentes implicados en la actividad turística que, por su naturaleza transversal, se caracteriza por la multitud de agentes implicados y la necesidad de concertación.
- **Unas infraestructuras de gestión débiles**, dispersas, con dificultades para impulsar proyectos compartidos y, por lo general, con limitada capacidad operativa. Patronato Municipal de Turismo, Consorcio, Plan de Excelencia, Plan de Calidad, Sociedad de Promoción, etc. son embriones que deberían permitir dar un salto cualitativo en el terreno de la gestión, algo que un destino turístico de la potencia de Toledo viene demandándose desde hace tiempo.
- Infrautilización de las posibilidades que el Consorcio de Toledo tiene, según sus estatutos, a la hora de actuar en el sector turístico.
- Desde los sectores mas directamente relacionados con la visita turística se resalta la limitada respuesta institucional ante los problemas planteados.
- Pobre utilización de las posibilidades que, al menos en el campo de la concertación, ofrece el Consejo Consultivo del Patronato Municipal de Turismo.
- La ciudad cuenta con un potentísimo patrimonio cultural, sin embargo sólo una parte muy limitada tiene realmente funcionalidad turística, ya sea primaria

o secundaria. La mayor parte de los recursos, por razones de naturaleza diversa, no están adecuadamente preparados para la visita pública.

- Toledo, a pesar de su larga trayectoria turística, carece de un **bono turístico** que integre los elementos más importantes de la oferta de patrimonio cultural de la ciudad.
- El modelo de gestión de los recursos patrimoniales, aún cuando en algunos casos se han producido cambios importantes (museo del Greco, Sefardí, Victorio Macho, Santo Tomé, Jesuitas...) no siempre está acorde con las necesidades de la demanda turística.
- Los recursos humanos relacionados con el sector turístico, ya sea de forma directa o indirecta, no siempre tienen un nivel de formación adecuado. En este sentido, no se puede olvidar que la cualificación de los destinos culturales, una de las claves de la competitividad, pasa por la mejora de la cualificación profesional. En varios campos del turismo hay que pasar de profesionales de grado medio a profesionales de nivel superior.
- Los servicios de atención al visitante, ya sea turista o excursionista, son deficientes. En este sentido señalar como las oficinas de información turística tienen diferentes patronos, poca coordinación entre ellas y no siempre cuentan con el personal adecuado. La oficina, es con frecuencia, el primer contacto del visitante con la ciudad y del trato que reciba y de la información que se le facilite puede depender la calidad de su experiencia turística.
- La gestión de los recursos patrimoniales de Toledo con funcionalidad turística, ya sea primaria o secundaria, está en manos de entidades diversas: I Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, diversas instituciones de la Iglesia, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Ayuntamiento de Toledo, fundaciones, particulares etc. No existe una entidad que coordine la gestión del conjunto de la oferta y que trabaje por la correcta estructuración de un producto coherente y la creación, junto con el sector privado, de una oferta atractiva y diversificada para el visitante. Los problemas de gestión en los recursos propicia que en algunos casos exista exceso de presión turística y en otros infrautilización, con escasez de recursos humanos y económicos para su adecuada interpretación y puesta en valor turístico.

- La oferta patrimonial resulta es exceso global y poco jerarquizada algo que, si bien da respuesta a la demanda mas genérica, deja sin atender segmentos que se encuentran en fase expansiva. La visita está en exceso focalizada en el eje turístico principal y ello genera problemas de saturación.
- Limitada significación, aunque con mejores perspectivas que hace unos años, de segmentos turísticos en expansión como el de negocios y convenciones, idiomático o de compras.
- Los hoteleros y los guías oficiales han notado una caída en el número de visitante desde el 11 de septiembre de 2001, agudizado por la Guerra de Irak, especialmente de público norteamericano y también británico, así como de los Países Bajos y Alemania. También los grandes hitos turísticos (catedral, Santo Tomé, Museo del Greco, museo Sefardí) han visto como el número de visitantes se reducía. La caída parece que ha afectado fundamentalmente al turismo extranjero, especialmente de grupos organizados, no tanto al turismo nacional o a los visitantes de proximidad.
- La tasa media de ocupación hotelera continúa siendo bastante baja, especialmente en invierno, aunque, a juzgar por los datos de nuestro Inventario de Recursos Turísticos, no tan baja como la que se registra en las estadísticas de la Encuesta de Ocupación Hotelera (50%). En cualquier caso, con la planta hotelera actual se podría acoger, al menos, un tercio mas de viajeros.
- Subsisten ciertos desajustes entre la oferta hotelera y las características de la demanda pues, tras el cierre del hotel El Bosque, la ciudad continúa sin oferta de cinco estrellas.
- El nivel de pernoctación de los grupos continúa siendo bastante bajo, sólo representan entre el 10/12% del total de la pernoctación.
- La temporada baja es, todavía, excesivamente larga pues se extiende por noviembre, diciembre, enero y febrero.
- La duración media de la estancia, 1,5 noches, continúa siendo muy corta debido tanto a la escasa pernoctación de los grupos como a la corta duración de la estancia de los turistas individuales.

- A juzgar por las opiniones de sector empresarial, aún es baja la oferta de restauración de calidad en el Centro Histórico y también son pocas las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos, más allá de las labores de intermediación.
- La oferta cultural de la ciudad es diversa pero raramente está orientada y organizada para que pueda desempeñar una función turística complementaria o atraer visitantes, especialmente, en temporada baja.
- Falta una oferta cultural potente y pensada como complemento de otros recursos patrimoniales orientada, fundamentalmente, al turismo de proximidad.
- La competencia de Madrid es clara, debido tanto al monopolio de los touroperadores como a la diversidad de la oferta madrileña, contribuyendo a reforzar el excursionismo y dificultando el incremento de la pernoctación. Esta función de Toledo como destino complementario de la región turística de Madrid, dentro de los llamados circuitos radiales, debe ser tratada en profundidad para rentabilizar determinados aspectos en beneficio de la ciudad.
- A nivel urbanístico, la ciudad continúa sin resolver algunas cuestiones fundamentales en relación con las necesidades de la "ciudad turística", especialmente en las zonas de acceso al conjunto histórico, aparcamiento y en todos los aspectos relacionados con la movilidad turística. Tampoco los tratamientos del espacio público, pavimentos, etc. son acordes con la importancia y las necesidades de los flujos peatonales.
- El vehículo privado sigue teniendo un excesivo protagonismo, el coste de los aparcamientos para los turistas es bastante alto.
- Los remontes mecánicos desde Recaredo no han resuelto, de forma adecuada, las conexiones entre los diferentes medios de transporte siendo llamativa la ausencia de dársenas para que los autobuses y vehículos privados puedan dejar, sin riesgo, a los visitantes.
- A nivel de imagen urbana y medio ambiente perviven los problemas del cableado, de la limpieza, más allá del eje turístico, el tráfico y la polución visual por exceso de información, sobre todo, la comercial. Ello evidencia que, a nivel de preparación paisajística y medioambiental existe un largo camino que recorrer.



- La movilidad turística continúa siendo muy complicada en el casco histórico y zonas de borde, la peatonalización es aún limitada y la convivencia de tráfico, especialmente en las calles más estrechas, es, además de complicada, arriesgada lo cual dificulta, sin duda, la diversificación de los itinerarios de visita. Estas circunstancias van en detrimento de la calidad de la visita y empobrecen una experiencia personal tan enriquecedora como es la de deambular por las calles de Toledo.
- La señalización interpretativa y la direccional es deficiente y, con frecuencia, caótica. Todo ello dificulta una visita de calidad y una experiencia personal más enriquecedora, aspecto muy importante para el visitante de proximidad y para garantizar segundas y terceras visitas.
- La oferta comercial presenta una imagen de la ciudad bastante desordenada, junto a locales de objetos de antigüedades y brocales, se encuentran establecimientos que ofrecen una oferta múltiple, en su mayoría, artículos de regalo de carácter artesanal como los derivados de las manufacturas del metal, el acero, los damasquinados (incrustaciones de oro sobre el acero), las porcelanas o las réplicas de objetos judíos.
- Los grupos de visitantes, aún cuando en el caso de los viajes organizados por touroperadores han disminuido su tamaño por caída de la demanda, tienen un tamaño excesivo, se entiende que un límite de 30 personas por grupo es ya un límite alto, porque la calidad de la visita a partir de esta cifra disminuye sensiblemente y, por tanto, también lo hace la satisfacción de los consumidores de la visita, aún cuando es cierto que las nuevas tecnologías permiten modelos de gestión más flexibles. También es de señalar que la estructura urbanística de Toledo es mucho más propicia para grupos de reducido tamaño.
- Con el potencial turístico que tiene Toledo hay pocos productos turísticos consolidados que diversifiquen la visita de la ciudad. Está infrautilizado el significado sagrado de Toledo y el Toledo de las Tres culturas y la tolerancia. Un buen número de monumentos y museos carecen de una línea de comunicación coherente y bien diseñada.
- A nivel de imagen, predomina la de **Toledo como destino cultural clásico**, faltando quizás una imagen de marca más precisa y un logotipo diferenciador.

- Un material promocional de la ciudad insuficiente y poco coordinado con una estrategia de señalética que contribuya a diversificar la oferta y evitar la focalización excesiva de la visita.
- La comercialización desde la ciudad y en función de sus intereses es precaria y así lo evidencia que apenas se comercialice Toledo como destino único.
- Las debilidades de la planificación y gestión turística propician que los touroperadores continúen vendiendo visitas de medio día que incluye la Catedral, Sto. Tomé, Sta. María la Blanca y S. Juan de lo Reyes.
- Bajo nivel del gasto turístico en relación con el fuerte peso que tiene el excursionista con respecto al turista ( 75%-25%).
- El trato al turista y al visitante, a pesar de las campañas de sensibilización impulsadas por el Plan de Excelencia y el Plan de Calidad, no siempre es muy correcto. Esta realidad evidencia otro problema: la limitada implicación social en relación con una actividad tan importante en la vida de la ciudad como es el turismo.
- Excepticismo o desencanto, por parte de algunas asociaciones y profesionales, en relación a la operatividad real de algunas de las medidas aplicadas o con respecto a los cometidos asignados al Centro de Interpretación de Toledo o al Centro de Recepción de Visitantes.
- **Débil liderazgo institucional**, aspecto relevante pues dificulta dar respuesta a algunos de los problemas planteados.

### VI.3. Perspectivas del Sector Turístico.

Las perspectivas turísticas de Toledo, teniendo en cuenta su posición en el ranking de los destinos culturales, el elevado número de visitantes que recibe ( entre 1,6 y 1,8 millones), la incorporación progresiva de la ciudad y su entorno a las dinámicas de una potente región urbana pivotada por Madrid, las iniciativas en marcha y los movimientos existentes en el campo de la calidad y de la gestión turística son, ciertamente, bastante favorables aunque también es cierto que subsisten debilidades que es necesario superar y amenazas que se deben tomar en consideración. A continuación, de forma sintética, vamos a tratar de sistematizar las oportunidades que la ciudad puede y debe aprovechar y las amenazas que será necesario contrarrestar.

### VI.3.1. Oportunidades.

A nivel general, consideramos que Toledo se encuentra en un momento inmejorable para reorientar sus posiciones como destino turístico y para ello tiene que sacar partido de toda una gama de oportunidades que se le brindan e, incluso, convertir en fortalezas algunas de las actuales debilidades. Las oportunidades que no se pueden desaprovechar son las siguientes:

- **La experiencia adquirida con el Plan de Excelencia Turística**, a punto de terminar su andadura, y con el Plan de Calidad para avanzar en el terreno de la concertación interadministrativa y de la progresiva implicación de la iniciativa privada. Estos planes también han servido para identificar problemas relevantes y prioridades de actuación.
- **Aprovechar las iniciativas de gestión innovadoras**, tanto del sector público como del privado (Convention Bureau, Plan de Calidad, Toledo Ciudad de Compras, Sociedad de Promoción, Consorcio de Toledo, etc.) para crear un órgano de gestión potente e innovador que coordine y de sentido a las diversas iniciativas.
- Rentabilizar las posibilidades que ofrece la restauración, comercio, oferta cultural, servicios turísticos, etc. para llenar de actividad buena parte del patrimonio heredado que actualmente se encuentra infrutilizado.
- Aprovechar bien las oportunidades que ofrece la actual Revisión del Plan general de Ordenación Urbana para configurar el futuro de una ciudad turística de calidad que, sin desatender su liderazgo en temas de patrimonio, diversifique su actividad turística en nuevos segmentos de negocio, idioma, ocio, deporte, etc.
- Incorporar la actividad turística en la vida del centro histórico en el marco de estrategias de multifuncionalidad, autenticidad y sostenibilidad .
- Los nuevos equipamientos e infraestructuras turísticas y culturales, palacio de congresos, centro de exposiciones, museo del Ejército, hospital Tavera, etc. ofrecen la posibilidad de diversificar la economía turística, preparar mejor la **ciudad histórico-turística**, racionalizar la gestión de los flujos de visitantes y profesionalizar y cualificar todas las actividades relacionadas con la atención y

el servicio al visitante.

- Rentabilizar las posibilidades que brinda la actual **Mesa de la Calidad** y el futuro **Ente Gestor de la Calidad** para avanzar en una línea de actuación integrada que implique tanto al sector público como al privado. La calidad es, sin duda, un factor clave para garantizar la competitividad y mejorar, si es posible, la posición que actualmente se ocupa. En este sentido, podría ser conveniente incorporar nuevos agentes en el Ente Gestor de la Calidad.
- Todo parece indicar que en 2004 se ha empezado a superar la crisis motivada por los atentados del 11 de septiembre de 2001, Toledo tiene un número importante de visitantes extranjeros y una elevada cuota en el mercado nacional, tanto de proximidad como en las Comunidades Autónomas mas alejadas, al ser un destino muy conocido y generalmente bien valorado.
- Avanzar en una línea de comercialización que permita, teniendo en cuenta la fuerte presencia de Toledo en los paquetes turísticos y en los circuitos culturales, así como en las ofertas desde Madrid, aumentar la pernoctación de los grupos y, especialmente, su reforzamiento como destino único.
- Rentabilizar la posición nodal de Toledo (AVE, Autopista, centro regional de comunicaciones de Castilla- La Mancha) y la mejora de la accesibilidad para posicionarse como un destino que, si cuenta con una importante oferta hotelera, podrá tener un papel destacado dentro de la región turística de Madrid, en el marco de estrategias urbanas policéntricas.
- Rentabilizar su posición de liderazgo en las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y, especialmente dentro del club de producto impulsado por Turespaña.
- Aprovechar la oportunidad del V Centenario del Quijote y su posición dentro de la Ruta del Quijote que impulsa la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha para, en el marco de estrategias de complementariedad, rentabilizar las oportunidades turísticas que ofrecen tanto el entorno de la ciudad como el conjunto regional, no sólo en patrimonio cultural sino también en paisaje, gastronomía y naturaleza.
- **Dar el salto y pasar de planteamientos pasivos**, la ciudad recibe lo que le llega o le traen, **a otros activos** donde, desde el nivel local, se canalice y controle el turismo en función de los intereses toledanos.

- La Concejalía de Cultura y Festejos quiere impulsar, junto con las diferentes asociaciones culturales de la ciudad, conciertos en plazas, puertas de murallas y otros lugares de la ciudad. Estas actuaciones pueden contribuir, si se promocionan y comercializan adecuadamente, a incrementar las tasas de pernoctación.
- Continuar la línea iniciada por el Plan de Excelencia Turística con la incorporación de nuevos productos a la oferta turística (rutas nocturnas, rutas de los Conventos, rutas literarias, ).
- La Cámara de Comercio e Industria está comprometida con la mejora y diversificación del **destino turístico Toledo**, aspecto fundamental pues sin la implicación empresarial, mas allá del sector estrictamente turístico, no hay posibilidad de configurar un destino atractivo y competitivo.
- Como Ciudad Patrimonio de la Humanidad Toledo dispone de recursos turísticos muy valiosos y TURESPAÑA está impulsando y apostando por la comercialización del producto Ciudades Patrimonio de la Humanidad.
- Reordenar los servicios de información turística y coordinar las actuaciones, teniendo presente tanto las infraestructuras existentes como las de próxima construcción: Toletum (Centro de Recepción de Visitantes), el palacio de Congresos y los remontes mecánicos de Safont.
- Aprovechar la Revisión del Plan General de Ordenación Urbana para reorganizar, con perspectiva integrada, el modelo de accesibilidad, movilidad y de gestión de los flujos turísticos.
- Reorientar la funcionalidad actual del centro de Interpretación de San Marcos y, dado que por localización no puede funcionar como un verdadero centro de interpretación, transformarlo en un museo de la ciudad interactivo.
- El Palacio de Congresos, en construcción, el Centro de Exposiciones previsto y los remontes mecánicos de Safont ofrecen oportunidades de cualificación y diversificación de la visita, así como para captar nuevas oportunidades de negocio.
- En los últimos años Toledo ha diversificado y cualificado su oferta de alojamiento y de restauración, contando ya con una planta hotelera importante

y una potentísima oferta de restauración.

- El empresario ve el futuro de Toledo con potencialidades de desarrollo y oportunidades de generación de nuevos negocios turísticos.
- Toledo se encuentra dentro del programa de Gestión de la Calidad en Destinos, de la Secretaría General de Turismo del Ministerio de Economía, lo cual ofrece nuevas oportunidades de cualificación y de captación de nuevos mercados.
- Aprovechar el actual excedente de oferta hotelera, especialmente entre noviembre y febrero, para en convenio con el sector cultural ofrecer productos que contribuyan a alargar la estancia y a mejorar las tasas de ocupación, pensando en las oportunidades que ofrece una gran región urbana como la de Madrid.

### VI.3.2.- Algunas amenazas

Toledo, al ser un destino cultural clásico y muy conocido, puede sufrir los efectos de un cierto agotamiento del producto y la competencia de destinos mas dinámicos e innovadores. **El sector empresarial empieza a superar inercias del pasado y señala que hay que superar la vieja idea de que Toledo está vendido.** Algunas de las amenazas ante las que hay que estar atentos son:

- A nivel urbanístico la ciudad tiene debilidades en relación con su preparación como destino de calidad, tanto en la ordenación del recinto intramuros como en los bordes del centro histórico y en la dotación de suelo para usos turístico/recreativos y culturales que propicien la diversificación y cualificación de la oferta turística. Esta amenaza puede ser frenada si se desarrollan las actuaciones previstas en la revisión del Plan general de Ordenación Urbana.
- Las dificultades para dotarse de infraestructuras y presupuestos acordes con las necesidades que plantea la gestión turística de un potente destino cultural como es Toledo.
- Pervivencia de prácticas de actuación sectorial en cuestiones clave para el buen funcionamiento turístico: gestión, infraestructuras y equipamientos, movilidad, promoción y comercialización.

- Toledo necesitará prepararse y diversificar su oferta turística para evitar que la llegada del AVE o la construcción de la autopista de peaje contribuyan a reforzar el excursionismo.
- Lentitud en la toma de decisiones e inercias en el momento de cambiar determinadas políticas, tal como ocurre en las de tráfico y aparcamiento.
- Dificultades para pensar y gestionar los equipamientos y las infraestructuras de forma acorde con las necesidades turísticas, mas allá de las concesiones administrativas.
- Frenar los desajustes que se puedan plantear en la oferta hotelera para evitar situaciones como las planteadas con el hotel El Bosque.
- Los equipamientos pensados para mejorar la calidad de la visita ( Centro de Interpretación de la Ciudad, Centro de Recepción de Visitantes) no siempre se han pensado en conexión con la movilidad urbana y será necesario introducir determinadas correcciones.
- La promoción y comercialización de la ciudad es bastante débil y se realiza con modelos frecuentemente ya superados, no siempre pensados en relación con las características y necesidades de Toledo.
- Los recursos económicos y humanos dedicados a la planificación y gestión del turismo son muy escasos y de no incrementarse de manera significativa será problemático afrontar los retos planteados y dar respuesta a las nuevas demandas.
- No está explícita una estrategia urbana que coordine y compatibilice la oferta turística y la cultural, cuando cultura y turismo son claves para el desarrollo futuro.
- La competitividad entre los destinos patrimoniales es cada día mas fuerte y ya no es suficiente con disponer de un patrimonio rico y diversificado.
- La progresiva inserción de Toledo en la región urbana de Madrid plantea nuevos retos de competitividad y exige estrategias de actuación de nuevo cuño. Ello implica un cambio importante en la cultura empresarial y también en la institucional.

- La implicación social del toledano en el turismo es bastante débil y , junto con la despoblación del casco antiguo, un riesgo de " turistización" y pérdida de autenticidad que a corto y medio plazo puede tener unos efectos muy negativos.
- Pervivencias de culturas de pequeña ciudad donde el amiguismo y los conflictos personales dificultan los procesos de racionalización y modernización.

#### **VI.4. Demandas y necesidades urbanísticas.**

En este apartado señalaremos algunas de las cuestiones en relación a las demandas y necesidades del sector turístico cuya resolución implican conexiones estrechas con el planeamiento urbanístico, en relación con medidas de protección, usos del suelo, suelo para nuevos equipamientos e infraestructuras, medio ambiente urbano, accesibilidad, movilidad, etc. Se trata de plantear aquellas demandas y necesidades cuya resolución son fundamentales para configurar un destino turístico de calidad y competitivo, tanto en el mercado nacional como en el internacional. Superada la visión sectorial, hay que asumir que un destino cultural donde el turismo tiene un papel importante en la economía necesita infraestructuras y equipamientos adecuados para desempeñar con eficacia su función.

La Revisión del Plan General de Ordenación Urbana brinda una excelente oportunidad para contribuir a cualificar el destino turístico Toledo, creando una ciudad de calidad que integre bien las distintas piezas que la componen y que incorpore como recurso turístico los valores culturales y medioambientales del meandro y las vegas del Tajo, así como otros recursos ambientales y paisajísticos. En el capítulo dedicado a Políticas Urbanas e Infraestructuras de Gestión ya hemos señalado como la revisión del Plan General de Ordenación Urbana que apuesta, decididamente, en la línea que venimos señalando y que de ser aprobadas y ejecutadas contribuirán, sin duda, a la cualificación turística de la ciudad. En cualquier caso, consideramos oportuno resaltar aquellas demandas y necesidades urbanísticas que pueden ayudar a un mejor funcionamiento y posicionamiento turístico de Toledo.

- La diversidad de patrimonio cultural de la ciudad y su precario acondicionamiento para la visita pública, tal como se evidencia en el Inventario de Recursos Patrimoniales que hemos realizado para este Estudio, aconseja prestar mas atención al conocimiento y regulación de la funcionalidad del patrimonio. En este sentido, en el marco de las Políticas del Real Patronato



y de las actuaciones del Consorcio de Toledo, se debería prestar mas atención al conocimiento y regulación de la funcionalidad turística.

- Buscar alternativas razonables y viables para hacer compatibles diversas funcionalidades, caso de la cultural, turística y religiosa que en no pocas ocasiones entran en conflicto.
- En el marco de una razonable y realista regulación de usos buscar alternativas de funcionalidad para un elevado número de inmuebles propiedad de la Iglesia que actualmente están infrautilizados.
- Adecuar la normativa urbanística del Centro Histórico y de su entorno para lograr una correcta integración de la función turística, respetuosa con los valores del patrimonio y con principios de autenticidad.
- Evaluar de forma adecuada la capacidad de acogida que los elementos patrimoniales y conjuntos urbanos tienen a nivel turístico, para que el tratamiento del espacio público y la regulación de usos y actividades sea acorde con sus capacidades.
- Dar respuestas integradas al problema de la accesibilidad y la movilidad turística, mas allá de los aparcamientos o las peatonalizaciones. El centro histórico de Toledo y su entorno tienen que hacer compatible un modelo de movilidad que garantice el desenvolvimiento equilibrado de todas las funciones que dentro de ese espacio urbano se desarrollan. Resulta evidente que por las características de las tramas urbanísticas del casco antiguo, sus valores patrimoniales y requisitos de la visita turística hay que priorizar la movilidad peatonal y la utilización del transporte público. En este sentido, **la plataforma de transporte** que se contempla en el Avance del Plan General, desde Santa María de Benquerencia a la Peraleda, puede contribuir a resolver buena parte de los problemas planteados.
- Reordenación del tráfico y aparcamiento, así como la regulación de los horarios de carga y descarga, de manera acorde con los ritmos de los flujos turísticos para evitar la desigual y arriesgada competencia entre el automóvil y el peatón.
- Reservar suelos y promover aparcamientos en las zonas de borde que

permitan, a precios razonables, cubrir las demandas del visitante individual y del turismo de grupo, sea este comercial o no. No hay duda que el centro de Recepción de Visitantes ayudará a resolver esta situación.

- Rentabilizar las oportunidades que el turismo brinda para la recuperación funcional del caso antiguo, superando el urbanismo físico y apostando por un urbanismo cultural. Esto implica apostar por equipamientos que refuercen ciertas centralidades ya sean educativas, comerciales, turísticas o culturales.
- Impulsar actuaciones de rehabilitación residencial al ser una vía fundamental para preservar la multifuncionalidad y garantizar la autenticidad.
- Aprovechar bien las oportunidades que los hoteles, centros de exposiciones, centros comerciales y de ocio, etc. brindan para articular las distintas piezas de la ciudad y cualificar, especialmente, las zonas de borde.
- Medidas de protección paisajística y de recualificación medioambiental en espacios clave para la pervivencia de la imagen turística de la ciudad, son los casos, entre otros, de los Cigarrales, meandro y vegas del Tajo.
- Apostar por equipamientos, siempre que sea posible, que contribuyan a poner en valor y reutilizar elementos patrimoniales ahora precariamente utilizados, tanto en el casco antiguo como en sus entornos.
- Preservar los entornos de los conjuntos patrimoniales de manera que se puedan poner en valor recursos ahora infrautilizados, tal como ocurre con el circo romano.
- Preservar las imágenes y paisajes de la ciudad histórica y sus entornos por ser el símbolo cultural de la ciudad y una dimensión fundamental de su imagen turística.

Tras plantear algunas de las demandas y necesidades urbanísticas, resulta evidente **que las estrategias urbanas deberán estar orientadas a propiciar una buena integración del turismo en la estructura urbanística y funcional de la ciudad**, dando respuesta y controlando, por un lado, de forma correcta las necesidades del sector y, por otro, rentabilizando de forma eficaz las oportunidades que el turismo ofrece para el desarrollo urbano y la recuperación de patrimonio cultural, cuestión fundamental en una ciudad como Toledo.

En suma, la preparación de la ciudad como destino turístico y, especialmente, de los que nosotros consideramos como **"ciudad histórico-turística"** se tiene que realizar, forzosamente, en el marco de una políticas urbanísticas que asuman la importancia funcional y social del turismo. La coincidencia entre la reorientación de la política turística de la ciudad y la Revisión del Plan General de Ordenación Urbana brindan una oportunidad que no se puede desaprovechar.

#### **VI.5. Demandas y Necesidades Culturales.**

La oferta cultural de la ciudad, más allá del patrimonio arquitectónico, urbanístico o museístico, debe estar estrechamente conectada con las demandas y necesidades turísticas. El patrimonio debe estar adecuadamente preparado para la visita pública y la oferta cultural debe orientarse, además de dar respuesta a las necesidades locales, en función de las estrategias turísticas, al permitir, si está adecuadamente planteada, alargar la duración de la estancia, aumentar la pernoctación, distribuir mejor los flujos turísticos, disminuir la estacionalidad, cualificar la visita, etc. En este sentido, la ciudad tendrá que plantearse la necesidad de equipamientos culturales de nuevo cuño que complementen los ya existentes. El futuro turístico de los destinos patrimoniales está cada vez mas relacionados con la coordinación entre las ofertas turísticas y culturales. En este sentido algunas de las demandas y necesidades culturales son las siguientes:

- Evaluar las posibilidades reales del patrimonio cultural, arquitectónico, urbanístico y museístico, para desempeñar una función turística ( primaria, secundaria o incidental) y dar respuesta a las de su adecuación como recurso turístico.
- Jerarquizar el patrimonio cultural, en función de características, capacidades y posibilidades e integrarlo en el marco de productos turísticos que puedan ser comercializados y que den respuestas a los diferentes segmentos de la demanda, ya sea genérica o específica.
- Adecuar de forma adecuada el patrimonio y sus entornos para que respondan a las exigencias de una visita pública de calidad, orientada a lograr una experiencia personal satisfactoria y enriquecedora. Apostando también por determinados segmentos de demanda como está siendo el caso del Toledo Accesible.

- Articular la oferta cultural complementaria, ver la posibilidades de ajustarla con las demandas turísticas y apostar, en la medida de las posibilidades, por alguna oferta cultural potente, especialmente en temporada baja, que permita renovar la imagen de la ciudad y captar nuevos públicos o repeticiones de visita.
- Incorporar los recursos patrimoniales y museísticos, en la línea ya iniciada con Toledo Excelente y el Plan de Calidad, en el marco de estrategias integradas de destino.
- Propiciar un acercamiento entre la gestión turística y la cultural, experiencias como las desarrolladas en el museo Victorio Macho están dando buenos resultados.
- Impulsar iniciativas que propicien modelos donde, en función de los tipos de visitantes, prime la calidad sobre la cantidad. Ello implicaría, en algunos casos, limitar el número de visitantes en algunos elementos patrimoniales pero seguramente que contribuiría a desfocalizar la visita.

La experiencia de eventos turístico/ culturales, grandes exposiciones, capitalidades culturales, forum, etc, evidencian que los destinos patrimoniales ya no se pueden apoyar solo en los monumentos, paisajes o museos, siendo necesario ser imaginativos tanto en la oferta cultural como en la manera de presentarla.

#### **VI.6. Demandas y Necesidades Turísticas.**

Los apartados anteriores han evidenciado que el sector turístico, además de sus demandas y necesidades mas específicas, tiene que estar apoyado desde el sector urbanístico, el cultural, el de medio ambiente, tráfico, etc. Además de ello existen demandas específicas del sector, algunas de ellas ya encauzadas y otras o en proceso de construcción.

- En relación con el turismo de negocios, el palacio de congresos, en construcción en el Miradero, y el centro de exposiciones previsto en Safont, parecen suficientes para responder a las demanda a corto y medio plazo. también hay que considerar que los centros universitarios son sede de seminarios, congresos, etc. que tienen una importante dimensión turística.
- La dinámica reciente del sector hostelero y del de restauración evidencian que será necesario disponer de suelo para estos usos y aprovechar, especialmente

en el caso de los hoteles, las oportunidades que puedan brindar para articular tejidos urbanos ahora precariamente conectados.

- Adecuar las normativas y las ordenanzas urbanísticas para propiciar la integración de las actividades turísticas en la vida del centro histórico (hostales, hoteles, restaurantes, comercios, salas de exposiciones, empresas de servicios). Resulta evidente que estas demandas no siempre son compatibles con las exigencias de la protección y conservación de los bienes patrimoniales.
- Reforzamiento de la oferta de ocio y la mejora de los equipamientos culturales y deportivos para propiciar la cualificación del destino y lograr el alargamiento de la duración de la estancia y la mejorara de las tasas de ocupación hotelera.
- Reforzar las infraestructuras de gestión propiciando la coordinación institucional y una mayor implicación del sector privado. Desde el sector turístico se apuesta por modelos mixtos, tipo consorcios como Turisme de Barcelona.
- Adecuar las políticas de tráfico y movilidad a las necesidades de los flujos turísticos, limitando la movilidad rodada.
- Impulsar las iniciativas de promoción y comercialización orientadas a penetrar en nuevos mercados y captar nuevos segmentos de demanda. En este sentido se plantea la constitución de una Sociedad de Promoción con implicación tanto del sector público como del privado.
- El sector mas concienciado y profesional apuesta por la calidad y explicita su voluntad de implicarse en las acciones mas innovadoras, en unos casos con apoyo institucional y en otros por iniciativa y con recursos del propio sector.
- Se demanda de las administraciones un mayor apoyo institucional, la mejora de la señalización y la renovación del material promocional de la ciudad.
- Medidas orientadas a que el sector no turístico mejore el trato que presta a los visitantes.
- Reforzamiento de los servicios y cualificación del personal de las oficinas de turismo.

- Demandas genéricas en relación a la actuación de los touroperadores, pernoctación, duración de la estancia, etc. son cuestiones que, en buena medida, dependen del propio sector privado.
- Las administraciones turísticas, estatal, regional y local, están apostando por los destinos culturales y por la mejora de la calidad ( SICTED), demandando una mayor implicación de un sector privado cuya respuesta, por lo general, es desigual, tal como evidencian las distinciones de calidad de Toledo Excelente, Plan de Calidad o los niveles de implicación en Toledo Convention Bureau o Toledo Ciudad de Compras.
- En general, desde el sector turístico se tiene el convencimiento, no siempre acertado, de que en Toledo al turismo no se le presta la atención que realmente tiene en la vida y en la economía de la ciudad.

Tras el acercamiento a las fortalezas, debilidades, oportunidades y demandas necesidades urbanísticas, turísticas y culturales se evidencia un diagnóstico de claros y oscuros donde, si bien los puntos fuertes son mas que los débiles, perviven problemas estructurales, especialmente en el terreno de la gestión, e inercias y comportamientos sectoriales que será necesario superar si, realmente, se quiere avanzar hacia estrategias innovadoras que fortalezcan la posición de Toledo como destino cultural de primer nivel y aprovechen las nuevas oportunidades que se brindan en relación con las mejoras de la accesibilidad, su mejor posicionamiento dentro de la macroregión urbana de Madrid y los equipamientos e infraestructuras turístico/culturales/comerciales con los que la ciudad va a contar a muy corto plazo. **Creemos necesario impulsar un cambio importante en la cultura institucional, empresarial y, también ciudadana, en relación con el sector turístico.**

## VII.-BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

**AAVV (1995)**, *Accesibilidad y Calidad Ambiental. Perugia. Amsterdam. San Sebastián. Bolonia. Grenoble. Fuenlabrada. Barakaldo. Gijón. Oviedo. Santiago de Compostela.* MOPTMA. Madrid.

**AAVV (1995)**. *Accesibilidad y Calidad Ambiental. Perugia. Amsterdam. San Sebastián. Bolonia. Grenoble. Fuenlabrada. Barakaldo. Gijón. Oviedo. Santiago de Compostela.* MOPTMA. Madrid.

**AAVV (1997)**. "Turismo y Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Retos y Oportunidades". Actas del *IV Coloquio de la Asociación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.* Evora. Portugal.

**AAVV (2000)**. *Turismo Cultural: El Patrimonio Histórico como fuente de Riqueza.* Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Valladolid.

**AAVV (2001).** *Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Urbanismo y Patrimonio Histórico.* Ministerio de Cultura/ Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Madrid.

**AAVV (2002).** *Indicadores Ambientales del Turismo.* Seminario Internacional. Ministerio de Medio Ambiente/ Región de Murcia. CEMACAM. Murcia.

**AAVV (2002).** *VI Congreso AECIT: Nuevas Tendencias de Ocio y Turismo: su especial problemática en destinos singulares.* AECIT. Ceuta.

**AAVV (2003).** *Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Congreso Internacional.* Patronato Provincial de Turismo de Granada. Granada.

**AAVV (2003).** *La Geografía y la Gestión del Turismo.* Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y recreación. Universidad de Santiago de Compostela. 2003.

**Abreu, J. (1997).** "Los congresos y los incentivos en el turismo urbano". Seminario *El turismo urbano en España y en la Unión Europea.* Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Santander. Inédito.

**Advanced Leisure Services (2004).** *Las implicaciones del Mercado de los Touroperadores en el futuro Centro de Recepción de Visitantes de Toledo.* Plan de Excelencia Turística de Toledo.

**Antón Clavé, S; Gené Albesa, J; Rabassa Figueras, N. (2000).** "Análisis de la promoción turística de las corporaciones locales en la Costa Dorada". En *Actas del III Congreso de Turismo Universidad y Empresa.* Valencia. Ed. Tirant Lo Blanch. Pp. 197-208.

**Ashworth, G. J. and J.E. Tunbridge (1990).** *The Tourist-historic City.* Belhaven Press. London.

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO.** *La actividad turística española. Anuarios 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 y 2002.* AECIT. Madrid.

**AYUNTAMIENTO DE ÁVILA (2003-2004).** *Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila,* (Números 1-5).



**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1994)**, *Encuesta residencial y de locales de actividad.*

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1994)**. *Propuesta de Actuación para promocionar los accesos peatonales al Centro Histórico de Toledo. Puerta Siglo XXI.* Programa LIFE de la Comunidad Económica Europea.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1997)**. *Plan Estratégico del Centro Histórico 1997-2000.*

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1999)**. *Estudio de urbanismo comercial previo a la revisión del Plan General de Ordenación Urbana de Toledo.* Ezquiaga \_Arquitectura, sociedad y territorio, S.L.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2000)**. *Toledo y su futuro. El Plan Especial del Casco Histórico.* Director: Joan Busquets. Ayuntamiento de Toledo / Caja de Ahorros de Castilla-La Mancha / Empresa Municipal de la Vivienda. Toledo.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2001)**. *Consortio de Toledo. Memoria 2001.*

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2002)**. *Consortio de Toledo. Memoria 2002.*

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2003)**. *Toledo de Nuevo. Programa de Renovación del Centro Histórico 1998-2002.* Toledo.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2003)**. "Plan de distribución de flujos turístico". En *Estudio y diseño del plan de señalización y distribución de los flujos turísticos integral para la ciudad de Toledo.* Estudio realizado por Lendinez y Asociados – Arquitectura Integral.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2004)**. *Asistencia Técnica para la realización de un estudio de análisis de población.* Eusa Sociología, S.L.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2004)**. "Situación de aparcamiento de la Ciudad de Toledo". En *Plan de Ordenación Municipal de Toledo.* Toledo. ETT.

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO / Plan de Excelencia Turística.** *Memorias de Gestión 2002-2003-2004.*

**AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (2004).** *Plan de Ordenación Municipal de Toledo-POM.* Documento de Avance para la Concertación Interadministrativa. AUIA. Julio 2004.

**Bernal Santa Olalla, B. -Coord.- (1997).** *El centro histórico de las ciudades. Patrimonio cultural.* Ed. Caja de Ahorros de Burgos. Burgos.

**Borg, J. (1995).** "Turismo y ciudades con arte: el caso de Venecia". *Estudios Turísticos*, 126, pp 79-90.

**Borg, J.; Gotti, G. (1995).** *Tourism anf Cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aix-an-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice.* UNESCO-ROSTE. Venecia.

**Bote, V.; Huéscar, A; Goy, L y Sánchez. D. (2003).** *Los viajes combinados de turismo cultural del mercado europeo e interior.* Col. Documentos de Economía del Turismo. Universidad de Málaga. Escuela Universitaria de Turismo. Málaga.

**Busquets, J.; Eizaguirre, X. (1995).** "Toledo: en el umbral de la modernización", en **AAVV (1995).** *Accesibilidad y Calidad Ambiental.* Madrid. MOPTMA. Pp. 111-123.

**Cahiers Espaces(1994): N° 37/ "Tourisme et culture".** Monográfico.

**Calle Vaquero, M. de la (2001).** "Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos. Patrimonio cultural y sistema de acogida local". En *Boletín del Patrimonio Histórico Andaluz*, nº 36 (2001), pp. 116-123.

**Calle Vaquero, M. de la (2002).** *La ciudad histórica como destino turístico.* Ariel. Barcelona.

**Calle Vaquero, M. de la; García Hernández, M. (1998).** "Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico". *Ería*, 47, pp. 249-266. Número monográfico dedicado al turismo en las ciudades históricas.

**CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (1992).** *Resultados de la encuesta sobre el nuevo Plan de Reordenación Vial del Casco Histórico de Toledo.*

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

**CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (1998).** *Toledo 21: Una estrategia Turística para una Ciudad Patrimonio de la Humanidad. Documento de Propuesta.* Toledo.

**CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (2004).** *Turismo de compras en Toledo.* Toledo.

**CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TOLEDO (2004).** *Toledo Convention Bureau. Guía de Congresos 2004-2005.* Toledo.

**Campesino Fernández, A. J. -dir.- (1999).** *Comercio, turismo y cambios funcionales en las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad.* Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres. Cáceres.

**Campos Romero, L. (Coord. 2002).** *El Turismo en Castilla- La Mancha. Análisis y Perspectiva.* Universidad de Castilla- La Mancha. Cuenca.

**Canestrelli E.; Costa, P. (1991).** "Tourist carrying capacity: a fuzzy approach". *Annals of Tourism Research*, Vol.18, pp. 295-311.

**Castillo, M. A. -Ed.- (1998).** *Centros históricos y conservación del patrimonio.* Argenteria-Visor. Madrid. *Catálogos de Touroperadores.* Varios años.

**Cazes, G.; Potier, F. (1998).** *Le tourisme et la ville: expériences européennes.* L'Harmattan. París.

**Chazaud, P. (1994).** "Sociologie du tourisme culturel et stratégie marketing". *Cahier Espaces.* N° 37. pp. 99-110.

**Clewer, A.; Sinclair, M. (1995).** "La venta de ciudades españolas: producto, precio, distribución y promoción". *Estudios Turísticos*, 126, pp. 143-150.

**COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1995).** *Le rôle de l'Union en matière de tourisme. Livre Vert de la Comisión.* Bruxelles.

**COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1996).** *Ciudades europeas sostenibles.* Bruselas.

**CONSEJO DE EUROPA (1994).** *Sexto Simposium europeo sobre ciudades históricas: ciudades históricas y turismo.*

**CONSEJO DE EUROPA (1996).** *Le patrimoine culturel: un défi économique et social.* IV Conferencia Europea de ministros responsables del patrimonio cultural. Helsinki.

**Corral, C. (1994).** "Proyecto piloto de accesibilidad al centro histórico de Toledo". *Alfoz* nº 109, pp. 114-119. Madrid.

**Costa, P.; Borg, J. (1993).** "Tourism management in cities of art". *CISSET Working Paper*, 2. Universidad de Venecia.

**DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (2004).** *Registros de consultas de la Oficina de Turismo dependiente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.*

**DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (2004).** *Registros de visitantes de los Museos Toledanos dependientes de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.*

**Esteban Talaya, A.; Millán Campos, A.; Molina Collado, A.; Martín-Consuegra Navarro, D. (2000).** "Publicidad corporativa e imagen de los destinos turísticos". En *Actas del III Congreso de Turismo Universidad y Empresa*. Valencia. Ed. Tirant Lo Blanch. Pp. 185-195.

**García Hernández, M. (2003).** "Toledo: movilidad turística y gestión de flujos de visitantes". En *Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de Acogida Turística y gestión de flujos de visitantes*. Tirant Lo Blanch. Valencia. Pp. 407-488.

**García Marchante, J.S. ; Poyatos Hollado, C. (Coord. 2002).** *La Función Social del Patrimonio Histórico: El Turismo Cultural*. Universidad de Castilla- La Mancha. Cuenca.

**Gómez Ibáñez, J.A. y G.M. McCue (1995).** *Revitalización del Casco Histórico de Toledo. Estudios de Estudiantes y Profesores de Harvard*. Patronato Universitario de Toledo - Real Colegio Complutense de Harvard. Toledo:

**Grande Ibarra, J. (2001).** "Análisis de la oferta de turismo cultural en España". *Estudios Turísticos* 150, pp. 15-40.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.** *Encuesta de Ocupación Hotelera.* (Años 1999-2004)

**Jansen-Verbeke, M. (1997).** "Urban tourism. Managing resources and visitors" en Salah Wahab and John J. Pigram (eds). *Tourism, development and growth: the challenge of sustainability*. Routledge. pp. 237-256.

**Jiménez Morán, C. (2000).** *Museo Sefardí. Estudio de Público*. Ministerio de Educación y Cultura.

**Lobo Montero, P. (1998).** "La comercialización turística de las ciudades históricas españolas". *Eria*. Nº 47 (1998). Monográfico dedicado al turismo en las ciudades históricas. pp.281-298.

**Lobo Montero, P. (2001).** "Promoción y comercialización turística de las ciudades históricas españolas". *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*. Nº 36 (2001). Pp.150-169.

**López, R. y E. Aragoneses (1995)** "Toledo: el Plan Especial del Casco Histórico", en **AAVV (1995)**. *Accesibilidad y Calidad Ambiental*. Madrid. MOPTMA. Pp. 105-110.

**LORENTE TOLEDO et alii (1993)**, *Rutas de Toledo*. Guías Artísticas Electa. Real Fundación de Toledo-Electa (ed.).

**Manente M. ; Minghetti, V. Ed. ( 2000).** *Visitor and mobility management in tourism Destinations*. CISET/ Università Ca' Foscari di Venezia. Venezia.

**Marchena, M. Ed. (1998).** *Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea*. Diputación de Sevilla. Sevilla.

**Martín, M. (2003).** "Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales". En AAVV: *Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales*. Patronato Provincial de Turismo de Granada. pp. 267-280.

**MINISTERIO DE ECONOMÍA (2001).** *Plan para Impulsar el Turismo Cultural e Idiomático en España*. Secretaríad e Estado de Comerdio y Turismo. Madrid.

**Molina Collado, A. (2004).** "La promoción turística. Análisis de los folletos de destinos turísticos: el caso de Barcelona, Córdoba y Toledo". En Font (ed.). *Gestión del turismo cultural*. Ariel. Barcelona. Pp. 443-466.

**MOPTMA (1994).** *Cerca del Tajo. Actuación integral sobre el Tajo a su paso por Toledo.*

**MOPTMA y AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1994).** *Estudio Piloto de reordenación viaria del transporte en el casco histórico de Toledo.*

**MOPTMA y AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1994).** *Propuesta de rehabilitación residencial, mejora del río y acceso peatonal al Casco Histórico de Toledo.*

**MOPTMA y AYUNTAMIENTO DE TOLEDO (1995).** *Convenio para el desarrollo de un proyecto integral de mejora ambiental y de la accesibilidad en Toledo.*

**OCPM (1997).** *Catálogo de Cartas y Otras Guías de Turismo y Patrimonio.* Québec.

**OCPM (1998).** "El Turismo y las Ciudades del Patrimonio Mundial: Desafíos y Oportunidades". *Actas del IV Coloquio Internacional de la Asociación de Ciudades del Patrimonio Mundial*, Évora ( Portugal). Quebec ( Canadá).

**OCPM (1999).** "La innovación en la Gestión de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad". *Actas del V Coloquio Internacional de la Asociación de Ciudades del Patrimonio Mundial*. Santiago de Compostela.

**Ortega Valcárcel, J. (1997).** "El patrimonio territorial: El territorio como patrimonio cultural y económico". En *Territorio y Patrimonio. Conferencia Internacional sobre Conservación de Centros Históricos y Patrimonio Edificado*. Valladolid.

**Ortega, E. (Coord. 2003).** *Investigación y estrategias Turísticas*. Thomson. Madrid.

**PARROQUIA-MUSEO DE SANTO TOMÉ.** *Registros de visitantes* (varios años).

**PATRONATO MUNICIPAL DE TURISMO (2004).** *Registros de consultas de la Oficina de Turismo Municipal.*

**PATRONATO MUNICIPAL DE TURISMO DE TOLEDO (1985),** *Museos de Toledo.* Toledo.

**PLAN DE EXCELENCIA TURÍSTICA (2004).** *Toledo accesible. Plan Integral de Accesibilidad a los museos y monumentos de Toledo.* Ayuntamiento de Toledo.

**REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO (2002).** *Estudio de los visitantes de la Real Fundación de Toledo-Museo Victorio Macho.*

**REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO.** *Registros de visitantes.* (varios años)

**Richards, G. (2001).** "El desarrollo del turismo cultural en Europa". *Estudios Turísticos*, 150, pp. 3-13.

**Ruiz, A.; Olarte, R.; Iglesias, V. (1999).** "Evaluación de los destinos turísticos en función de su valor de marca". *XI Encuentro de profesores universitarios de marketing.* ESIC. Valladolid.

**SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (1997).** *Congreso Nacional de Turismo. Conclusiones y medidas adoptadas.* Madrid.

**SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (2000).** *Plan Integral de Calidad del Turismo Español. PICTE 2000.* Madrid

**SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (2002).** *Congreso Nacional de Turismo Cultural.* Madrid.

**Silberberg, T. (1995):** "Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites". *Tourism Management.* Vol. 16. Nº 5. pp. 361-365.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (1992).** *Cascos antiguos y centros históricos: problemas, políticas y dinámicas urbanas.* MOPT. Madrid.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (1998).** "Turismo cultural: la ciudad de Toledo", en *La actividad turística española en 1996*, AECIT, Madrid.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (1998).** "Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas". *Ería*, 47, pp. 211-228. Número monográfico dedicado al turismo en las ciudades históricas.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (2000).** "El turismo cultural en las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad". En AAVV: *Turismo Cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza.* Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. Valladolid. Pp. 111-138.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (2002).** "Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de Interpretación, Planificación y Gestión Turística". En Blanquer, D. (Coord.): *Ordenación y Gestión del Territorio Turístico*. Fundación Cañada Blanch. Valencia.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (2003):** "Protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos". *Mediterráneo Económico*, 3, pp. 131-160.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (Dir), (1995),** *Turismo, Accesibilidad y Medio Ambiente en Ciudades Históricas*, Madrid. MOPTMA.

**Troitiño Vinuesa, M.A. (dir) et alii, (1996),** *Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico-monumental*. Madrid. TURESPAÑA.

**Troitiño Vinuesa, M.A. et alii (1998).** "Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo", *Ería*, nº.47, Oviedo.

**Troitiño Vinuesa, M.A. et alii (1999).** *Proyecto ARTIST: Agenda for Research on Tourism by Integration of Statistics/Strategies*. Contract N° UR-SC.3018. DG-X. Comisión Europea.

**Troitiño Vinuesa, M.A. et alii (2003).** *Salamanca 2002: Experiencia Turística, Flujos y Perfil de los Visitantes. Bases para la Gestión Turística de la Ciudad*. Plan de Excelencia Turística de Salamanca. Ayto. de Salamanca.

**Troitiño Vinuesa, M.A.; M. García Hernández y M. de la Calle Vaquero (2000).** Reorganising accessibility by car: the case of Toledo" in M. Manente and V. Minghetti (eds.), *Visitor and Mobility Management in Tourism Destinations. Spatial Behaviour, Accessibility and Information*. Cafoscarina; Ciset. Venice. Pp. 93-108.

**Troitiño Vinuesa, M.A, M. de la Calle Vaquero y M. García Hernández (2001).** "Los destinos patrimoniales de la región turística madrileña: un enfoque funcional a partir de los visitantes" en AECIT. *La actividad turística española en 2000*. Madrid: AECIT. Pp. 579-596.

**Troitiño Vinuesa, M.A.; M. García Hernández y M. de la Calle Vaquero (2002).** *Afluencia y perfil de los visitantes de la ciudad de Ávila*. Ayuntamiento de Ávila/ Junta de Castilla y León/ Ministerio de Economía. Ávila.



**Troitiño Vinuesa, M.A.; M. García Hernández y M. de la Calle Vaquero (2003).** "Los visitantes de las ciudades históricas españolas: caracteres generales y rasgos específicos inducidos por la celebración de eventos turísticos-culturales". En *Investigación y estrategias turística*. ITES-Paraninfo. Madrid. Pp. 37-64.

**Troitiño, M.A.; Brandis García, D.; Río Lafuente, I. del; Gutiérrez Puebla, J.; Martín Gil, F. (1998).** *Ávila: turismo y realidad urbana*. Andanzas V. Cuadernos de la Escuela Regional de Turismo de Castilla y León. Fundación Cultural Santa Teresa. Ávila.

**TURESPAÑA (2001).** *Estudio de Productos Turísticos. N° 3 Turismo Cultural. N° 4 Turismo Idiomático*. Madrid.

**TURESPAÑA.** *Guía Oficial de Hoteles*. (Años 1990-2004).

**Valenzuela Rubio, M. -coord.- (1997).** *Los turismos de interior. El retorno de la tradición viajera*. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid. Madrid

**Vanhove, N. (1995).** "El turismo residencial frente al excursionismo: Brujas". *Estudios Turísticos*, 126, pp. 91-100.

**Vera Rebollo, F.; Dávila Linares, M. (1995).** "Turismo y patrimonio histórico-cultural". *Estudios Turísticos*, 126, pp. 161-178.

**VINCI PARK, S.A. (2004).** *Registros de uso de los aparcamientos públicos de Toledo*.

**WINKLER, B. D. (1991),** *Proyecto urbanístico de movilidad en Toledo*. Ayuntamiento de Toledo. Toledo.

**Zaratiegui Jurío, A. (dir.); Vírveda de Andrés, A.; Lerános Urtasun, E.; Calle Vaquero, M. de la; Hernández, A.; Monteserín, O. (2001).** *Plan Estratégico. Plan de Excelencia Turística de Salamanca*. Ayuntamiento de Salamanca - Junta de Castilla y León - Ministerio de Economía.

Nº 1

<b>Denominación</b>	<b>Catedral</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del Ayuntamiento</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XIII</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>14-05-1909 ( BOE 15-05-1909)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno (obras de conservación)</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Religiosa</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 2

<b>Denominación</b>	<b>Palacio Episcopal</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Arco de Palacio</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XIII</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>30-06-1998</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí (pero no visitado)</b>

Nº 3

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Marcos</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ de la Trinidad</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Incoado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>09-10-2001 (BOE 19-10-2001)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Municipal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural (Actual Centro de Interpretación turística de Toledo)</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Cultural</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 4

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santa Úrsula</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ de Santa Úrsula</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1259</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>06-11-1998</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Religioso</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí (pero a penas visitado)</b>

Nº 5

<b>Denominación</b>	<b>Taller del Moro</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Taller del Moro</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XIV</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>-</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Museo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 6

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de Santo Tomé</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del Conde</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XIV</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Arte</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 7

<b>Denominación</b>	<b>Palacio de Fuensalida</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del Conde</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1440</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>15-03-1962 (BOE 30-03-1962)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Administración JCCLM</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 8

<b>Denominación</b>	<b>Sinagoga del Tránsito-Museo Sefardí</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Samuel Levi</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1357</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>01-05-1877</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Estatal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-Museo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 9

<b>Denominación</b>	<b>Casa Museo del Greco</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Samuel Levi</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>-</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Estatal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-Museo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 10

<b>Denominación</b>	<b>Sinagoga Santa María la Blanca</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Reyes Católicos</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1411</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>04-07-1930 (BOE 08-07-1930)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 11

<b>Denominación</b>	<b>Monasterio San Juan de Los Reyes</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle San Juan de Los Reyes</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1477</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-07-1926 (BOE 07-07-1926)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 12

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Román</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Román s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XII</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 13

<b>Denominación</b>	<b>Puerta del Cambrón</b>
<b>Localización</b>	<b>Puerta del Cambrón</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. X y S. XI Remodelación 1571</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Acceso al Centro Histórico</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 14

<b>Denominación</b>	<b>Alcázar</b>
<b>Localización</b>	<b>Cuesta de Carlos V</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1085</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Mixta (JCCLM-Estatal)</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-Administrativo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Biblioteca-futuro Museo del Ejército</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 15

<b>Denominación</b>	<b>Hospital de Santa Cruz</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Cervantes Nº 3</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1503</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM-Ayuntamiento de Toledo</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-Museo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 16

<b>Denominación</b>	<b>Puerta del Sol</b>
<b>Localización</b>	<b>Puerta del Sol</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1216</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>13-03-1878 (BOE 18-03-1878)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Puerta acceso Centro Histórico</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 17

<b>Denominación</b>	<b>Mezquita Cristo de la Luz</b>
<b>Localización</b>	<b>Cuesta de las Carmelitas Descalzas Nº 10</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1182</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 18

<b>Denominación</b>	<b>Salón de Mesa</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Esteban Millán Nº 11</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>s. XIV</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Real Academia de Toledo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 19

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santo Domingo El Antigo</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Domingo El Antigo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>

Nº 20

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santo Domingo El Real</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Santo Domingo El Real</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1364</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-administrativo-docente</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 21

<b>Denominación</b>	<b>Baño o Puente de la Cava</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Época Islámica</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Sin uso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>



Nº 22

<b>Denominación</b>	<b>Convento de San Clemente</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Clemente</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1131</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 23

<b>Denominación</b>	<b>Diputación</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Santa Leocadia</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1882</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>16-06-1998 (BOE 26-06-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Administrativo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 24

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de Santiago del Arrabal</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Real del Arrabal</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1564</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 25

<b>Denominación</b>	<b>Puerta de Bisagra</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Bisagra</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1545-1550</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Puerta de acceso al Centro Histórico</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 26

<b>Denominación</b>	<b>Hospital de Tavera</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Cardenal Tavera</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1541</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Mixta</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Mixto (biblioteca-museo-archivo)</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 27

<b>Denominación</b>	<b>Convento de los Carmelitas Descalzos</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Carmelitas Descalzos s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1594</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-Hospedería-Albergue</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 28

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Lucas</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Lucas</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1183</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>23-02-1999 (BOE 05-03-1999)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 29

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Andrés</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Andrés</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1150</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 30

<b>Denominación</b>	<b>Baño Árabe</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Fuentes</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 31

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de Santa Leocadia</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Cristo de la Vega</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1147</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>20-10-1998 (BOE 06-11-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 32

<b>Denominación</b>	<b>Ermita de Nuestra Señora de la Cabeza</b>
<b>Localización</b>	<b>-</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XIX</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>-</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>no</b>

Nº 33

<b>Denominación</b>	<b>Puente de San Martín</b>
<b>Localización</b>	<b>Puente de San Martín</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1165</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>-</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Acceso peatonal</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>-</b>

Nº 34

<b>Denominación</b>	<b>Palacio de Marqués de Malpica</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Santa Clara</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>3ª dec. S. XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>19-05-1998 (BOE 19-05-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Estatal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Sub-sede Ministerio de Obras Públicas</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 35

<b>Denominación</b>	<b>Colegio nacional Santa Eulalia</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Santa Eulalia s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1884</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>-</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Estatal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Docente</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 36

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de Santa Eulalia</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Santa Eulalia s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1181</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 37

<b>Denominación</b>	<b>Colegio de Doncellas Antigo</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Cardenal Silíceo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1554-1558</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-05-1999 (BOE 03-06-1999)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 38

<b>Denominación</b>	<b>Colegio Doncellas Nuevo</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Cardenal Silíceo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1900-1908</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-03-1998 (BOE 20-03-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Administración. Consejería de Educación y Cultura</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 39

<b>Denominación</b>	<b>Casa de cadenas Museo de Arte Contemporáneo</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ de Las Bulas</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Rehabilitación</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-museo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si ( en la actualidad está cerrado)</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 40

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Cipriano</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Cipriano</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1125</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>26-12-2000 (BOE 05-01-2001)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 41

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Sebastián</b>
<b>Localización</b>	<b>Carrera de San Sebastián</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1168</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 42

<b>Denominación</b>	<b>Torre del Hierro</b>
<b>Localización</b>	<b>Bajada del Barco</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Época árabe</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>14-02-1997</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Asociación de vecinos del barrio</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 43

<b>Denominación</b>	<b>Colegio de los Infantes</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de los Infantes</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1559</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Docente</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 44

<b>Denominación</b>	<b>Convento de San Gil</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Calvario S/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1610-1618</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cortes de Castilla La Mancha</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 45

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Salvador (Resto Mezquita)</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del El Salvador</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1041</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Sí</b>



Nº 46

<b>Denominación</b>	<b>Ayuntamiento</b>
Localización	Plaza del Consistorio
Fecha de Construcción	1515
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	17-02-1998 (BOE 27-02-1998)
Titularidad	Municipal
Estado del BIC	Bueno
Estado del entorno	Bueno
Uso actual	Administrativo
Posibilidad de visita turística	No
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	Sí (pero no visitado)

Nº 47

<b>Denominación</b>	<b>Mercado de Abastos</b>
Localización	C/ de Ramón Sixto Parro
Fecha de Construcción	1914 (Rehabilitado 1986)
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	09-06-1996 (BOE 19-05-1998)
Titularidad	Municipal
Nivel de protección PGOU	-
Estado del BIC	Bueno
Estado del entorno	Bueno
Uso actual	Mercado
Posibilidad de visita turística	Sí
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	No

Nº 48

<b>Denominación</b>	<b>Teatro Rojas</b>
Localización	Plaza Mayor
Fecha de Construcción	1879
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	17-03-1998 (BOE 03-04-1998)
Titularidad	Municipal
Estado del BIC	Bueno
Estado del entorno	Bueno
Uso actual	Cultural
Posibilidad de visita turística	No
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	No

Nº 49

<b>Denominación</b>	<b>Posada de la Hermandad</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ de la Hermandad</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Reedificada 1575</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Administración municipal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 50

<b>Denominación</b>	<b>Ermita de Nuestra Señora de la Estrella</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Real del Arrabal</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1611</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>15-05-1998 (BOE 15-05-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Rehabilitación</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 51

<b>Denominación</b>	<b>Escuela de Artes y Oficios</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Reyes Católicos</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1882</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>17-02-1998 (BOE 27-02-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Docente</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 52

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Bartolomé</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Bartolomé S/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1145</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-11-1998 (BOE 13-11-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 53

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia Santa María de la Magdalena</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de la Magdalena</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1153</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>No declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Religiosa</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 54

<b>Denominación</b>	<b>Casino</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de la Magdalena</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1924</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno-Rehabilitación</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Administración-Oficinas</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 55

<b>Denominación</b>	<b>Iglesias Santa Justa y Rufina</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Santa Justa- Cordonerías</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1156</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>15-12-1998 (BOE 19-12-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 56

<b>Denominación</b>	<b>Puerta de Valmardón</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Cristo de la Luz S/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S.IX-S.X</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Principal acceso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	-
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 57

<b>Denominación</b>	<b>Puerta de Los Alarcones</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Carretas</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1216</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Puerta de acceso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 58

<b>Denominación</b>	<b>Castillo de San Servando</b>
<b>Localización</b>	<b>Cerro de San Servando</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1380-1386</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>26-08-1974</b>
<b>Titularidad</b>	<b>JCCLM</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Mixto (universitario-residencial)</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 59

<b>Denominación</b>	<b>Universidad de Santa Catalina- Universidad de Cardenal Lorenzana</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ del Cardenal Lorenzana</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1799</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-03-1998 (20-03-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Universidad de Castilla-La Mancha</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Vicerrectorado de la Universidad de Castilla-La Mancha</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 60

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Vicente</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Vicente</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1125</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>23-02-1999 (BOE 05-03-1999)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Administración municipal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural-Centro de Arte de Toledo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Cultural</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 61

<b>Denominación</b>	<b>Archivo Histórico Nacional de Toledo (Sección Nobleza)</b>
Localización	-
Fecha de Construcción	-
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	10-11-1997
Titularidad	-
Estado del BIC	-
Estado del entorno	-
Uso actual	-
Posibilidad de visita turística	-
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	-

Nº 62

<b>Denominación</b>	<b>Mezquita Tornerías</b>
Localización	C/ Tornerías
Fecha de Construcción	1190
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	31-03-1998 (BOE 03-04-1998)
Titularidad	-
Estado del BIC	Bueno
Estado del entorno	Bueno
Uso actual	Cultural
Posibilidad de visita turística	Sí
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	No

Nº 63

<b>Denominación</b>	<b>Alhóndiga</b>
Localización	C/ Gerardo Lobo Nº 2
Fecha de Construcción	1575-1582
Categoría	Monumento
Situación Administrativa	Declarado
Fecha de resolución	29-09-1998 (BOE 09-10-1998)
Titularidad	JCCLM
Estado del BIC	Bueno
Estado del entorno	-
Uso actual	Administrativo
Posibilidad de visita turística	Si
Nivel de funcionalidad turística	Incidental
Tipología temática turística	-
Integrado en las rutas turísticas	No

Nº 64

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santos Justo y Pastor</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de San Justo y Pastor</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Origen 1125 (Reconst. S XIV)</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>06-10-1998 (BOE 16-10-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-Universidad Residencia</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 65

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santa Clara La Real</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Santa Clara</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1292</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Bueno</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 66

<b>Denominación</b>	<b>Oratorio de San Felipe Neri</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Amador de los Ríos Nº 7</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S.XV-XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	-
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 67

<b>Denominación</b>	<b>Convento Agustinas Calzadas de la Purísima Concepción (Gaitianas)</b>
<b>Localización</b>	<b>Travesía Gaitianas Nº 4</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1630</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>19-12-1998</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 68

<b>Denominación</b>	<b>Casa del Temple</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle de la Soledad</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>09-04-2002 (BOE 12-04-2002)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Restauración</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 69

<b>Denominación</b>	<b>Portada de la Iglesia de San Torcuato</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Torcuato Nº 11</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1592</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-12-1998 (BOE 13-11-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>



Nº 70

<b>Denominación</b>	<b>Torre de San Cristóbal</b>
<b>Localización</b>	<b>Paseo de San Cristóbal</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1187</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>30-06-1998 (BOE 17-07-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 71

<b>Denominación</b>	<b>Conjunto Hidráulico (Acueducto)</b>
<b>Localización</b>	<b>Avenida Río Tajo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. I-S.II</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>29-09-1998 (BOE 09-10-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Regular</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Sin uso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>no</b>

Nº 72

<b>Denominación</b>	<b>Puerta Doce Cantos</b>
<b>Localización</b>	<b>Puerta Doce Cantos</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Época Árabe</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>14-02-1997</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Restos</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 73

<b>Denominación</b>	<b>Circo Romano</b>
<b>Localización</b>	<b>Avenida Carlos III</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Período Romano</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>31-03-1920 (BOE 14-03-1920)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 74

<b>Denominación</b>	<b>Convento Carmelitas Descalzos San José</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de las Carmelitas</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1594-1600</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 75

<b>Denominación</b>	<b>Puente de Alcántara</b>
<b>Localización</b>	<b>Ronda</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Época Islámica</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Acceso peatonal</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Primaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 76

<b>Denominación</b>	<b>Puerta de Alcántara</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Gerardo Lobo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>806</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>14-02-1997</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Puerta de acceso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 77

<b>Denominación</b>	<b>Corral de Don Diego</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del Corral de Don Diego</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>XII</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Particular</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Ocio</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Secundaria</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 78

<b>Denominación</b>	<b>Ermita de San Eugenio</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Marqués de Mendigorria</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>30-03-1993 (BOE 21-04-1993)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Regular</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 79

<b>Denominación</b>	<b>Estación de Ferrocarril</b>
<b>Localización</b>	<b>Paseo de la Rosa</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S XX</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>26-11-1991 (BOE 18-12-1991)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 80

<b>Denominación</b>	<b>Maternidad</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Real</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XVI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>09-06-1998 (BOE 19-06-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Asistencial-Residencia 3ª Edad</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 81

<b>Denominación</b>	<b>Convento de San Antonio de Padua</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Santo Tomé Nº 37</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1514</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 82

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santa Isabel de los Reyes</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Santa Isabel</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1187</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 83

<b>Denominación</b>	<b>Arco de la Sangre</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza de Zocodover</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1592</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>15-05-1920 (BOE 23-05-1920)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Acceso al Hospital Santa Cruz</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>Si</b>

Nº 84

<b>Denominación</b>	<b>Palacio de Galiana</b>
<b>Localización</b>	<b>Lugar Huerta del Rey</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-06-1931 (BOE 04-06-1931)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Privada</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 85

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Jesús y María</b>
<b>Localización</b>	<b>Callejón de Jesús y María</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1599</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>10-11-1997</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Administración municipal</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Archivo Provincial</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 86

<b>Denominación</b>	<b>Hospital del Rey</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1595</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>No declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Sanitario- Residencia de la 3ª Edad</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 87

<b>Denominación</b>	<b>Convento San Pedro Mártir</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Clemente s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1541</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>23-01-1998</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Universidad de Castilla La Mancha</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Educativo</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 88

<b>Denominación</b>	<b>Casa profesa e Iglesia Compañía de Jesús (Iglesia de San Ildefonso)</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza del Padre Juan de Mariana</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1605</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>27-01-1995</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Sí</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>Religiosa</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 89

<b>Denominación</b>	<b>Casa Profesa e Iglesia Compañía de Jesús (Iglesia de San Ildefonso)</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Alfonso X El Sabio</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1605</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>27-01-1995</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Delegación de Hacienda</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 90

<b>Denominación</b>	<b>Convento C. Benedictina y de San Pablo</b>
<b>Localización</b>	<b>Bajada del Barco</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>Origen 1487 (Restauración 1865)</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>-</b>
<b>Titularidad</b>	<b>-</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso-Docente-Residencial</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	<b>-</b>
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 91

<b>Denominación</b>	<b>Convento de la Purísima Concepción</b>
<b>Localización</b>	<b>Plaza Capuchinos s/n</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1655</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 92

<b>Denominación</b>	<b>Capilla de San José</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1588-1596</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>07-11-1995 (BOE 01-12-1995)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 93

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Nicolás</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1608</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>No Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-



Nº 94

<b>Denominación</b>	<b>Convento de Santa Fe</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Santa Fe</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1253</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Cultural</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 95

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Miguel el Alto</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Miguel</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1174</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>03-03-1998 (BOE 20-03-1998)</b>
<b>Titularidad</b>	<b>Eclesiástica</b>
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 96

<b>Denominación</b>	<b>Fábrica de Harinas San José</b>
<b>Localización</b>	<b>Calle Reyes Católicos</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>09-12-1997 (19-12-1997)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Bueno</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Comercial</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 97

<b>Denominación</b>	<b>El Nuncio</b>
<b>Localización</b>	Calle Real
<b>Fecha de Construcción</b>	1793
<b>Categoría</b>	Monumento
<b>Situación Administrativa</b>	Declarado
<b>Fecha de resolución</b>	03-03-1998 (BOE 20-03-1998)
<b>Titularidad</b>	JCCLM
<b>Estado del BIC</b>	Bueno
<b>Estado del entorno</b>	Bueno
<b>Uso actual</b>	Administrativo
<b>Posibilidad de visita turística</b>	No
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	Incidental
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	No

Nº 98

<b>Denominación</b>	<b>Puerta de Alfonso VI</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	1009-1010
<b>Categoría</b>	Monumento
<b>Situación Administrativa</b>	Declarado
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	Bueno
<b>Estado del entorno</b>	Bueno
<b>Uso actual</b>	Puerta de acceso peatonal
<b>Posibilidad de visita turística</b>	Si
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	Incidental
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 99

<b>Denominación</b>	<b>Recinto amurallado</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	Época Islámica
<b>Categoría</b>	Monumento
<b>Situación Administrativa</b>	Declarado
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	Bueno
<b>Estado del entorno</b>	Bueno
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	Si
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	Secundaria
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 100

<b>Denominación</b>	<b>Ermita Cristo de la Vega</b>
<b>Localización</b>	<b>Cristo de la Vega</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>1162</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	-
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Bueno</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>Si</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 101

<b>Denominación</b>	<b>Iglesia de San Lorenzo</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ San Lorenzo</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	<b>S. XI</b>
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>16-01-2001 (BOE 23-01-2001)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	<b>Regular</b>
<b>Estado del entorno</b>	<b>Regular</b>
<b>Uso actual</b>	<b>Religioso</b>
<b>Posibilidad de visita turística</b>	<b>No</b>
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	<b>No</b>

Nº 102

<b>Denominación</b>	<b>Yacimiento Arqueológico de "la Vega Baja"</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>28-04-1992 (BOE 20-05-1992)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 103

<b>Denominación</b>	<b>Cerro del Bu</b>
<b>Localización</b>	-
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>28-04-1992 (BOE20-05-1992)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-

Nº 104

<b>Denominación</b>	<b>Recinto Visigodo. Trozo existente en las llamadas Carreras de San Sebastián</b>
<b>Localización</b>	<b>C/ Carrera de San Sebastián</b>
<b>Fecha de Construcción</b>	-
<b>Categoría</b>	<b>Monumento</b>
<b>Situación Administrativa</b>	<b>Declarado</b>
<b>Fecha de resolución</b>	<b>21-12-1921 (BOE 25-12-1921)</b>
<b>Titularidad</b>	-
<b>Estado del BIC</b>	-
<b>Estado del entorno</b>	-
<b>Uso actual</b>	-
<b>Posibilidad de visita turística</b>	-
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	<b>Incidental</b>
<b>Tipología temática turística</b>	-
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	-







<b>Nº 4 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Taller del Moro	Código
<b>Localización</b> Calle Taller del Moro	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b>	
<b>Uso Actual</b> Cultural	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>  Junta de Comunidades de Castilla La Mancha	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística</b> Sí	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: - Días de cierre:                                      - Precio de la entrada: - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b>  Cerrado en la actualidad, por reforma.	



<b>Nº 5 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Iglesia de Santo Tomé	Código
<b>Localización</b> Plaza del Conde s/n	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b> Cuadro del Entierro del Conde de Orgaz (El Greco)	
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística? Si</b>
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Parroquia de Santo Tomé	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio):</b>  <b>Bien de Interés Cultural. Declarado.</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística:</b> Si	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:2-4                      - Horario: L-D 10-18 Verano 10-18:45 - Días de cierre: - Precio de la entrada:1,50€ - Puesto de venta: Si	
<b>Observaciones:</b>	











<b>Nº 11 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Alcázar-Museo del Ejército	Código
<b>Localización</b> Cuesta de Carlos V	Área
<b>Tipología-</b> Temática Turística	
<b>Uso Actual</b> Museo- Biblioteca de Castilla-La Mancha	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Estatat-JJCLM	
<b>Estado Edificio</b> Bueno (En obras)	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b>  - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: 10- 14 y 16-18 - Días de cierre:    - Precio de la entrada: - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b> Cerrado por obras.	

**Nº 12 CUESTIONARIO EDIFICIOS  
 PATRIMONIO HISTÓRICO**

<b>Identificación</b> Museo de Santa Cruz		<b>Código</b>
<b>Localización</b> Calle Cervantes, 3		<b>Área</b>
<b>Tipología- Temática Turística</b> Arqueología, pintura, escultura, tapices, tejidos, orfebrería, muebles.		
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí	
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Junta Comunidades Castilla La Mancha		
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno	
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>  <b>Bien de Interés Cultural.</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>	
<b>Señalización turística: No</b>		
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - <b>Nº de puestos de trabajo: 30-35</b> - <b>Horario: L-S:10-18:30/D:10-14/</b> - <b>Días de cierre:</b> 1 En, 25 Dic, 1My                      - <b>Precio de la entrada: gratuito</b> - <b>Puesto de venta: si</b>		
<b>Observaciones:</b> Jueves Santo, 24Dic, 31Dic abierto de 10:00-14:00		



<b>Nº 13 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Mezquita Cristo de la Luz	Código
<b>Localización</b> Cuesta de los Carmelitas Descalzos,10	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b> Arte y arquitectura visigoda. Pinturas murales románicas	
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Junta de Comunidades De Castilla La Mancha.	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística: No</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo: 2 - Horario: L-D 10-14:30/16-19 - Días de cierre: - Precio de la entrada: 1.50 € Reducida: my 65 años, Toledanos, estudiantes con carné joven, familias numerosas, grupos escolares previa concertación 1.20€ - Puesto de venta: si	
<b>Observaciones:</b>	

<b>Nº 14 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Convento Santo Domingo "El Antiguo"	Código
<b>Localización</b> Plaza de Santo Domingo	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b> Primeras pinturas y contratos de El Greco. Tumba del pintor	
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Religiosas.	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística:</b> Si pero poco perceptible.	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo: Religiosas      - Horario: L-S 11-13:30 y 16-19 - Días de cierre: Domingos y festivos.      - Precio de la entrada: 1,50€ - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b>	

**Nº 15 CUESTIONARIO EDIFICIOS  
 PATRIMONIO HISTÓRICO**

<b>Identificación</b> Casa profesa e Iglesia Compañía de Jesús ( Iglesia de San Ildefonso)		Código
<b>Localización</b> Plaza del Padre Juan de Mariana		Área
<b>Tipología-</b> Temática Turística		
<b>Uso Actual:</b> Religioso Cultural.		<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> si
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Parroquia de Santo Tomé. Anastasio Gómez		
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno	
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b> Bien de Interés Cultural. Declarado.	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>	
<b>Señalización turística:</b> NO		
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:2      - Horario: L-D 10-14 - Días de cierre:                      - Precio de la entrada:1,50€; estudiantes y jubilados 1.20€ - Puesto de venta: Si		
<b>Observaciones:</b> Lleva muy poco abierto a la visita al público.		

**Nº 16 CUESTIONARIO EDIFICIOS  
 PATRIMONIO HISTÓRICO**

<b>Identificación</b> Hospital Tavera, Palacio Fundación Casa Ducal de Medinaceli.		Código
<b>Localización</b> Calle Cardenal Tavera nº 2		Área
<b>Tipología- Temática Turística</b> Pintura, escultura, mobiliario, artes suntuarias.		
<b>Uso Actual</b> Museo. Biblioteca		<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>		
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno	
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>	
<b>Señalización turística</b>		
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: L- D y Fest.: 10:13:30 y 15:30 -18 - Días de cierre:    - Precio de la entrada:3,01€ - Puesto de venta:		
<b>Observaciones:</b>		

**Nº 17 CUESTIONARIO EDIFICIOS  
 PATRIMONIO HISTÓRICO**

<b>Identificación</b> Museo de Arte Contemporáneo-Casa Cadenas		Código
<b>Localización</b> Calle Las Bulas		Área
<b>Tipología-</b> Temática Turística		
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> No	
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>		
<b>Estado Edificio</b> En Rehabilitación	<b>Estado Entorno</b> Bueno	
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>	
<b>Señalización turística</b>		
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: M-S: 10- 14 y 16-18:30 - Días de cierre: Domingos tarde y lunes   - Precio de la entrada: - Puesto de venta:		
<b>Observaciones:</b> Cerrado.		

<b>Nº 18 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Iglesia de San Vicente	Código
<b>Localización</b> Plaza de San Vicente	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b>	
<b>Uso Actual</b> Centro de Arte de Toledo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b> Bien de Interés Cultural	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística: NO</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: - Días de cierre:                                      - Precio de la entrada: - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b> Permanecerá cerrado desde el 23 Julio hasta el 3 de Agosto, por reforma.	



<b>Nº 20 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Real Fundación de Toledo; Museo Victorio Macho	Código
<b>Localización</b> Plaza Victorio Macho Nº 2	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b> Obras de Victorio Macho, dibujos, y audiovisuales, actividades culturales, exposiciones, ciclos de conferencias, cursos.	
<b>Uso Actual</b> Museo	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Si
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b> Real Fundación de Toledo.	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística: NO</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo: 5                      - Horario: L-S 10 a 19 D y Fest.10-15 - Días de cierre: 25 Dic/ 1 Abr                      - Precio de la entrada:3€ - Puesto de venta: Si	
<b>Observaciones:</b> Realizan encuestas a los visitantes.	



<b>Nº 21 CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b> Mezquita de Tornerías	Código
<b>Localización</b> Calle Tornerías	Área
<b>Tipología- Temática Turística</b>	
<b>Uso Actual</b> Cultural	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b> Sí
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>	
<b>Estado Edificio</b> Bueno	<b>Estado Entorno</b> Bueno
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística:</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b> - Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: - Días de cierre:                                      - Precio de la entrada: - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b>	

**Nº 1 CUESTIONARIO OFICINAS DE  
INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA  
CIUDAD DE TOLEDO**

<b>Nombre:</b> Oficina de Información Turística Bisagra.	
<b>Localización:</b> Puerta de Bisagra	
<b>Señalización:</b> No	<b>Horarios Apertura:</b> L-S 9-18 D Y FEST 9-15 Verano: L-S 9-19 D- FEST 9-15
<b>Puestos de trabajo fijos:</b> 5	<b>Puestos de trabajo temporales:</b> Sustituciones de Verano.

**Nº 2 CUESTIONARIO OFICINAS DE  
INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA  
CIUDAD DE TOLEDO**

<b>Nombre:</b> Oficina de Información Turística de Sillería	
<b>Localización:</b> Calle Sillería.	
<b>Señalización:</b> No	<b>Horarios Apertura:</b>
<b>Puestos de trabajo fijos:</b>	<b>Puestos de trabajo temporales:</b>

**Nº 3 CUESTIONARIO OFICINAS DE  
INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA  
CIUDAD DE TOLEDO**

<b>Nombre:</b> Oficina de Información Turística Patronato Municipal de Turismo	
<b>Localización:</b> Plaza del Consistorio	
<b>Señalización:</b> No	<b>Horarios Apertura:</b>
<b>Puestos de trabajo fijos:</b> 3	<b>Puestos de trabajo temporales:</b> 5

**Nº 4 CUESTIONARIO OFICINAS DE  
INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA  
CIUDAD DE TOLEDO**

<b>Nombre:</b> Punto de Información turística. Plaza de Zocodover. Solo funciona en fechas puntuales, de fiestas como Semana Santa, Corpus.	
<b>Localización:</b>	
<b>Señalización:</b>	<b>Horarios Apertura:</b>
<b>Puestos de trabajo fijos:</b> 3	<b>Puestos de trabajo temporales:</b>

		<b>Nº CUESTIONARIO OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE TOLEDO</b>	
<b>Nombre:</b>			
<b>Localización:</b>			
<b>Señalización:</b>		<b>Horarios Apertura:</b>	
<b>Puestos de trabajo fijos:</b>		<b>Puestos de trabajo temporales:</b>	

<b>Nº CUESTIONARIO EDIFICIOS PATRIMONIO HISTÓRICO</b>	
<b>Identificación</b>	Código
<b>Localización</b>	Área
<b>Tipología-</b>	
<b>Uso Actual</b>	<b>¿Existe posibilidad de visita turística?</b>
<b>Organismo Propietario/ Gestor</b>	
<b>Estado Edificio</b>	<b>Estado Entorno</b>
<b>Nivel de Protección (Patrimonio)</b>	<b>Nivel de Protección – Planeamiento Urbano</b>
<b>Señalización turística:</b>	
<b>En caso de atracción turístico-cultural señalar:</b>	
- Nº de puestos de trabajo:                      - Horario: - Días de cierre:                                      - Precio de la entrada: - Puesto de venta:	
<b>Observaciones:</b>	



Nº:

<b>Denominación</b>	
<b>Localización</b>	
<b>Fecha de Construcción</b>	
<b>Categoría</b>	
<b>Situación Administrativa</b>	
<b>Fecha de resolución</b>	
<b>Titularidad</b>	
<b>Estado del BIC</b>	
<b>Estado del entorno</b>	
<b>Uso actual</b>	
<b>Posibilidad de visita turística</b>	
<b>Nivel de funcionalidad turística</b>	
<b>Tipología temática turística</b>	
<b>Integrado en las rutas turísticas</b>	

Nº 1 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Centro		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Nueva, 13. Plaza Zocodover		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
	NO	
Nº HABITACIONES: 23	Nº PLAZAS: 44	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 75%</li> <li>• motivos profesionales 25%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 95%</li> <li>• Visitantes en grupo 5%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media 60%      - Temporada alta 100%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
8	0	
TIPO EDIFICIO No histórico.		
OBSERVACIONES		



Nº 2 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Maravilla		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Plaza Barrio Rey,7		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante	
Nº HABITACIONES: 17	Nº PLAZAS: 31	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 80%                      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular) 8	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  2	
TIPO EDIFICIO No histórico		
OBSERVACIONES		

Nº 3 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Carlos V		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Trastámara, 1		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante, salón social, de reuniones.	
Nº HABITACIONES: 69	Nº PLAZAS: 144	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 80%</li> <li>• motivos profesionales 20%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 70%</li> <li>• Visitantes en grupo 30%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 70%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  80	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  NS/NC	
TIPO EDIFICIO. El edificio era un antiguo convento, rehabilitado y reformado para ser un alojamiento.		
OBSERVACIONES. En el mostrador de la recepción hay información de líneas de autobuses, y formas de viajar desde Madrid.		

Nº 4 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Nuevo Labrador		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Juan Labrador,10		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante, que esta en el establecimiento de al lado. (El Rincón de Eloy)	
Nº HABITACIONES: 12	Nº PLAZAS: 22	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 100%</li> <li>• motivos profesionales 0</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 40%      - Temporada alta 80%                      - Temporada baja 20%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  3	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA 0	
TIPO EDIFICIO. No es un edificio histórico, ya que es relativamente nuevo.		
OBSERVACIONES		

Nº 5 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Las Conchas		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Juan Labrador, 8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurantes, pero sólo para dar desayunos.	
Nº HABITACIONES: 35	Nº PLAZAS: 70	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 45%      - Temporada alta 70%                      - Temporada baja 25%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  7	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO: edificio histórico, era un antiguo hostel.		
OBSERVACIONES		

**Nº 6 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: Posada Lumbreras		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Juan Labrador,7		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA:P1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS No	
Nº HABITACIONES: 12	Nº PLAZAS: 24-30	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) NC <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) NC <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES  Dependiente del Hotel Carlos V		

**Nº 7 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: Toledo Imperial		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Horno de los Bizcochos, 5		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H 3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Cafetería	
Nº HABITACIONES 29	Nº PLAZAS 57	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 66%</li> <li>• motivos profesionales 33%</li> <li>• otros 1%</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 70%</li> <li>• Visitantes en grupo 30%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 80%      - Temporada baja 45%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  6	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 8 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: ALFONSO VI		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle General Moscardó, 2		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante-bar	
Nº HABITACIONES: 83	Nº PLAZAS: 175	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 80%</li> <li>• motivos profesionales 20%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 40%</li> <li>• Visitantes en grupo 60%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 50%      - Temporada alta 65%      - Temporada baja 45%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  40	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 9 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO	
IDENTIFICACIÓN: La Posada Zocodover	
CÓDIGO	
LOCALIZACIÓN: C/ Cordonerías 6	
ÁREA	
TIPO- CATEGORÍA: HS*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
cafetería	
Nº HABITACIONES: 7	Nº PLAZAS: 14
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>ocio-recreo 90%</li> <li>motivos profesionales 10%</li> <li>otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitantes individuales 100%</li> <li>Visitantes en grupo</li> </ul>
OCUPACIÓN (%)	
- Media 60%                      - Temporada alta 100%                      - Temporada baja 50%	
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
2	
TIPO EDIFICIO	
OBSERVACIONES	



Nº 10 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Pensión Castilla		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Recoletos,6		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 7	Nº PLAZAS: 12	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 30%                      - Temporada alta 50%                      - Temporada baja 20%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  1	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico, era una antigua casa de vecinos.		
OBSERVACIONES		

Nº 11 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Posada Segovia		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Recoletos,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
	No	
Nº HABITACIONES: 8	Nº PLAZAS: 16	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media 50%                      - Temporada alta 100%                      - Temporada baja 50%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
1	1 persona de ayuda familiar	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		

Nº 12 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Posada Nuncio Viejo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Nuncio Viejo,19- 3º		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 6	Nº PLAZAS: 12	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media	- Temporada alta	- Temporada baja
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		

Nº13 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Santa Isabel		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Santa Isabel,24		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
	no	
Nº HABITACIONES: 42	Nº PLAZAS: 78	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 40%      - Temporada alta 80%      - Temporada baja 20%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  8	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  2	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		

Nº 14 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Aljibillos		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Aljibillo,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 16	Nº PLAZAS: 28	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 90%                      - Temporada alta 50%                      - Temporada baja 80%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  3	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 15 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: La Campana		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle La Campana,10		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurantes	
Nº HABITACIONES: 10	Nº PLAZAS: 16	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>ocio-recreo 60%</li> <li>motivos profesionales 30%</li> <li>otros 10%</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>Visitantes individuales 100%</li> <li>Visitantes en grupo, no cogen</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%) - Media 60%      - Temporada alta 60%      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  3	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 16 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Santo Tomé		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Santo Tomé,13		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 10	Nº PLAZAS: 24	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 70%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 70%</li> <li>• Visitantes en grupo 30%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%                      - Temporada alta 60%                      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  3-4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 17 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: San Juan de los Reyes		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: C/ Reyes Católicos 5		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón de conferencias.	
Nº HABITACIONES: 38	Nº PLAZAS: 73	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%                      - Temporada alta 90%                      - Temporada baja 50%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  50		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0
TIPO EDIFICIO: antiguo edificio de fábrica de harinas.		
OBSERVACIONES: tienen habitaciones adaptadas para minusválidos		



Nº 18 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Pintor El Greco		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Alamillos del Tránsito,13		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón de desayunos	
Nº HABITACIONES: 33	Nº PLAZAS: 65	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 80%</li> <li>• motivos profesionales 20%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo, no aceptan.</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 70%      - Temporada alta 70%      - Temporada baja 70%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  15	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		

**Nº 19 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: Descalzos		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Descalzos, 30		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 12	Nº PLAZAS: 22	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 95%</li> <li>• motivos profesionales 5%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 85%                      - Temporada baja 50%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  2	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 20 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Casona de la Reina		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Bajada San Sebastián, 26		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Pequeño salón de conferencias.	
Nº HABITACIONES: 25	Nº PLAZAS: 50	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 35%      - Temporada alta 35%      - Temporada baja 35%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  6	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico, es un edificio moderno sobre una casa del Siglo XV.		
OBSERVACIONES: Cuando se realizó el trabajo de campo el Hotel llevaba abierto 2 semanas.		

Nº 21 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: El Diamantista		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Plaza Retama,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Cafetería	
Nº HABITACIONES: 16	Nº PLAZAS:19	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 60%      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO, esta junto a unas antiguas murallas.		
OBSERVACIONES		

Nº 22 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Madrid		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Marqués de Mendigorria, 7		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
	NO	
Nº HABITACIONES: 20	Nº PLAZAS: 31	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 63.22%                      - Temporada alta 63.22%    - Temporada baja 63.22%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  5	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 23 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Los Gavilanes II		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Marqués de Mendigorria,14		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS  NO	
Nº HABITACIONES: 21	Nº PLAZAS: 32	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 70%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 30%</li> <li>• Visitantes en grupo 70%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 85%                      - Temporada alta 80-90%                      - Temporada baja 80%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  2	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 24 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Maria Cristina		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Marqués de Mendigorria,1		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 74	Nº PLAZAS: 148	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 80-85%      - Temporada alta 80-85%      - Temporada baja 80-85%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  23	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		

Nº 25 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Madrid II		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Marqués de Mendigorria, 14		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 9	Nº PLAZAS: 16	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 63.22%                      - Temporada alta 63.22%                      - Temporada baja 63.22%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		



Nº 26 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Esperanza		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Covarrubias,2		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 6	Nº PLAZAS: 12	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 20%</li> <li>• motivos profesionales 80%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 95%      - Temporada alta 95%      - Temporada baja 95%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  3	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

**Nº 27 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: Boxes		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Covarrubias,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 18	Nº PLAZAS: 24	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 70%      - Temporada alta 70%      - Temporada baja 70%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  5 MÁS AYUDA FAMILIAR	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES  Fundamentalmente turismo Nacional		

Nº 28 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Martín		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calles Espino,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 30 más 2 apartamentos	Nº PLAZAS: 60-65	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 80%</li> <li>• Visitantes en grupo 20%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 70%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  10	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  2-3	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 29 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Duque de Lerma		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle del Espino,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 18	Nº PLAZAS: 36	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 80%</li> <li>• Visitantes en grupo 20%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 70-60%      - Temporada alta 70%                      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  9-10		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  3
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 30 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Casa Cisneros (Lugar con encanto)		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Callejón del Vicario,1		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Cafetería, salón privado del S. XI Para exposiciones. Vehículo para traslado clientes.	
Nº HABITACIONES: 10	Nº PLAZAS: 22	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 90%</li> <li>• motivos profesionales 10%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo 0</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media 35%                      - Temporada alta 35%                      - Temporada baja 35%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
4	0	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico. Antigua propiedad de la Catedral S. XV		
OBSERVACIONES		

Nº 31 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: La Posada de Manolo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Sixto Ramón Parro, 8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón de conferencias.	
Nº HABITACIONES: 14	Nº PLAZAS: 23	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 75%</li> <li>• motivos profesionales 15%</li> <li>• otros 10%</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 65%      - Temporada baja 55%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 32 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Abad Toledo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: C/ Real del Arrabal 1		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 22	Nº PLAZAS: 45	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 70%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 45%      - Temporada alta 65%      - Temporada baja no hay		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  9	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO: histórico rehabilitado		
OBSERVACIONES		

Nº 33 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Don Pedro		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Avenida de Madrid,16		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante, cafetería de 60 plazas	
Nº HABITACIONES: 29	Nº PLAZAS: 44	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 80%      - Temporada alta 80%                      - Temporada baja 80%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  7	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		



Nº 34 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Hostal Infantes		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Plaza del Colegio de Infantes 13		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 13	Nº PLAZAS: 24	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 60%</li> <li>• motivos profesionales 40%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 40%      - Temporada alta 90%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 35 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: La Posada		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Callejón de San Pedro 2		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES:	Nº PLAZAS:	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES  Edificios en obras.		

**Nº 36 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: La Posada de la Hermandad		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: C/ de la Hermandad 6		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES:	Nº PLAZAS:	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		



Nº 38 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Toledo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Avenida de Castilla-La Mancha,30		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS no	
Nº HABITACIONES: 27	Nº PLAZAS: 48	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 5%</li> <li>• motivos profesionales 95%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 95%</li> <li>• Visitantes en grupo 5%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 60%      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  5	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 39 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Real		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Real del Arrabal,4		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante, lavandería, garaje.	
Nº HABITACIONES: 54	Nº PLAZAS: 74	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 30%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros 40% (agencias de viajes)</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 60%</li> <li>• Visitantes en grupo 40%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 40%                      - Temporada alta 70%                      - Temporada baja 30%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  9	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  2	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES: ha habido una bajada importante del turismo con respecto al año 2003, pues en este año la ocupación fue del 100%.		

Nº 40 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Santa Bárbara		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Avenida de San Bárbara,8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 15	Nº PLAZAS: 30	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 41 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Princesa Galiana		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Paseo Rosa,58		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Cafetería y salón conferencia para 25-30 personas	
Nº HABITACIONES: 27	Nº PLAZAS: 52	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 40%</li> <li>• motivos profesionales 60%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 90%                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  8	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES		



**Nº 42 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO**

IDENTIFICACIÓN: Posada de Santa Ursula		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Santa Ursula,14		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 7	Nº PLAZAS: 17	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES: Cerrado.		

Nº 43 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO	
IDENTIFICACIÓN: Puerta de Bisagra	
LOCALIZACIÓN: Callejón del Potro,5	ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Nº HABITACIONES: 19	Nº PLAZAS: 37
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 60%</li> <li>• motivos profesionales 40%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 80%</li> <li>• Visitantes en grupo 20%</li> </ul>
OCUPACIÓN (%)  - Media 55%                      - Temporada alta 65%                      - Temporada baja 55%	
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  6	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1
TIPO EDIFICIO	
OBSERVACIONES	

Nº 44 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO	
IDENTIFICACIÓN: EL CARDENAL	CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Paseo Recaredo, 24	ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Restaurante.
Nº HABITACIONES: 27	Nº PLAZAS: 51
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 60%</li> <li>• motivos profesionales 40%</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 60%</li> <li>• Visitantes en grupo 40%</li> </ul>
OCUPACIÓN (%) - Media 70%                      - Temporada alta 70%                      - Temporada baja 40%	
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  49	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  0
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico. Antigua residencia del Cardenal Lorenzana.	
OBSERVACIONES	

Nº 45 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Sol		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Azacanes,15		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS no	
Nº HABITACIONES: 14	Nº PLAZAS: 26	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 70%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 58-60%      - Temporada alta 70-72%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 46 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Sol		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Azacanes,8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS no	
Nº HABITACIONES: 11	Nº PLAZAS: 15	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 70%</li> <li>• motivos profesionales 30%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 58-60%      - Temporada alta 70-72%      - Temporada baja 40%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  4	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  1	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 47 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Virgen de la Estrella		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle del Arrabal,18		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 6	Nº PLAZAS: 9	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES. Todavía no funciona como pensión.		

Nº 48 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Imperio		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Cadenas,5		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES: 21	Nº PLAZAS: 36	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 49 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Hotel Doménico		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Cerro del Emperador S/N		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón reuniones 200-250 plazas y restaurante 80	
Nº HABITACIONES: 50	Nº PLAZAS: 110	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%) NC		
- Media	- Temporada alta	- Temporada baja
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular) NC	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES. También esta el Restaurante "El Cenador de Doménico"		



Nº 50 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: AC. Toledo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Carretera de Circunvalación 15		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Sala de reuniones para 70 personas Restaurante con 40 plazas	
Nº HABITACIONES: 49	Nº PLAZAS: 98	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 40%</li> <li>• motivos profesionales 60%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 40%</li> <li>• Visitantes en grupo 60%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%                      - Temporada alta 60%                      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  15	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES..		

Nº 51 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Hotel Beatriz		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: carretera de Ávila KM 2.750		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón de reuniones con 2500 plazas	
Nº HABITACIONES: 295	Nº PLAZAS: 590	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 40%</li> <li>• motivos profesionales 60%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 50%</li> <li>• Visitantes en grupo 50%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 70-78%   - Temporada alta 70-78%   - Temporada baja 70-78%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  180	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  Si en función de la temporada	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES.		



Nº 53 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Los Cigarrales		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Circunvalación 32		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Si restaurante con 100 plazas	
Nº HABITACIONES: 35	Nº PLAZAS: 67	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo nc</li> <li>• motivos profesionales nc</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%) NC		
- Media	- Temporada alta	- Temporada baja
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  17	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO: Edificio singular.		
OBSERVACIONES.		

Nº 54 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Abacería		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Pontezuela 8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H3*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Salón reuniones para 55 personas Restaurante con 150 plazas	
Nº HABITACIONES: 40	Nº PLAZAS: 78	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo nc</li> <li>• motivos profesionales nc</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%) NC  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  17	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO Edificio Histórico.		
OBSERVACIONES. Todavía no funciona como pensión.		

Nº 55 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Parador Nacional		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Cerro del Emperador S/N		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS 2 salones de convenciones de 60 plazas Tienda de regalos	
Nº HABITACIONES:	Nº PLAZAS: 9	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 60%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media	- Temporada alta	- Temporada baja
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
70		
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES.		

Nº 56 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Pensión Belviseña		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Cuesta del Can 5		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: P1*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
	5	
Nº HABITACIONES: 13	Nº PLAZAS: 30	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%)	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 60%</li> <li>• motivos profesionales 40%</li> <li>• otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)		
- Media 50%   - Temporada alta 60%   - Temporada baja 30%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
1	1 persona de ayuda familiar	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES.		

Nº 57 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO

IDENTIFICACIÓN: Hostal Los Guerreros		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Avenida de la Reconquista 8		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Cafetería	
Nº HABITACIONES: 12	Nº PLAZAS: 20	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo 50%</li> <li>• motivos profesionales 50%</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 100%</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 60%      - Temporada alta 35%                      - Temporada baja 60%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  3		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA  2
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES.		



Nº 58 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Almunia de San Miguel		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle San Miguel		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: HS2*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES:	Nº PLAZAS:	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES. No contestan		

Nº 59 CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN: Hesperia Toledo		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN: Calle Marqués de Mendigorria 8-10		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA: H4*	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS 2 salones de reuniones de pequeña capacidad	
Nº HABITACIONES: 35	Nº PLAZAS: 70	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales 90%</li> <li>• Visitantes en grupo 10%</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media 70%    - Temporada alta 85%                      - Temporada baja 65%		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)  12	PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA	
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES.		



Nº CUESTIONARIO ESTABLECIMIENTOS ALOJAMIENTO		
IDENTIFICACIÓN:		CÓDIGO
LOCALIZACIÓN:		ÁREA
TIPO- CATEGORÍA:	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
Nº HABITACIONES:	Nº PLAZAS:	
TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 1º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ocio-recreo</li> <li>• motivos profesionales</li> <li>• otros 0</li> </ul>	TIPOLOGÍA CLIENTES- Criterio 2º (%) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitantes individuales</li> <li>• Visitantes en grupo</li> </ul>	
OCUPACIÓN (%)  - Media                      - Temporada alta                      - Temporada baja		
PUESTOS DE TRABAJO (incluido el titular)		PUESTOS DE TRABAJO SUPLEMENTARIOS EN TEMPORADA ALTA
TIPO EDIFICIO		
OBSERVACIONES		

Nº 1

## FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

### 1. IDENTIFICACIÓN

La Almena.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Núñez de Arce,11

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 70

### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	2	0	0	2
TOTAL	0	9	0	0	9

### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	70%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

En las fiestas del Corpus tienen problemas de luz

Nº 2

## FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

### 1. IDENTIFICACIÓN

La Abadía.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Núñez de Arce, 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 90

### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	14	6	0	20
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	14	6	0	20

### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	60%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	10%

### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 3

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Café-cervecería-bar Centro

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Montalbanes 1-I-1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante-cervecería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Local cerrado en la actualidad cartel de alquiler.

Nº 4

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Bodega Casón de los López Toledo.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Sillería 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Cafetería-Restaurante, bar de copas.

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

4T. 120

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

Primavera-verano 30%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	10	0	0	10
Temporada alta	0	0	2	0	2
TOTAL	0	10	2	0	12

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0%

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones



Nº 5

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

La Cancela.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Venancio González, 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 50

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	2	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	2	0	6

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 6

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

La Zorba II

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ De las Armas 15

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante-Cafetería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 18

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

5%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	95%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	5%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

La problemática del turismo es principalmente el turismo dirigido y controlado por los guías. ¿turismo individual?

Nº 7

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Bar O`briens

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ De las Armas 12

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

NS/NC

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

35%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	2	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	0	0	6

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	15%	Funcionarios - Personal Administración	15%
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 8

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Bar Ñaca-Ñaca

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Carlos V 7; Zocodover Soportal

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	-	-	-	-	-
Temporada alta	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. Observaciones MAS RELEVANTE – Observaciones

Al no estar el dueño no pueden facilitarnos los datos de empleo.

Nº 9

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Mc Donald's.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Zocodover,13

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 300

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	6	29	0	35
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	6	29	0	35

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	15%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Los cliente la mayoría son turistas extranjeros pero, los fines de semana son toledanos.

Nº 10

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Cafe-Bar Toledo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Zocodover,15

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Cafetería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 175. (100 Interior; 75 terraza).

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

60-40%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	12	0	0	12
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	12	0	0	12

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	40%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 11

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Plaza.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Barrio Rey, 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 60

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	55	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 12

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Casona

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: : Plaza Barrio Rey, 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 68

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

90%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	6	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	6	0	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas 40% Extranjeros 50% nacionales	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 13

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Royal 1

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Barrio Rey, 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

NS/NC

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

30%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	80%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Los clientes hay más nacionales que extranjeros.

Nº 14

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Hostal Restaurante Maravilla.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: : Plaza Barrio Rey,5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contesta.

Nº 15

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Zoco

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: : Plaza Barrio Rey,7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 30.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100% 80% Nac. 20% extra
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 16

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Casa de Damasco

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ De la Sierpe 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar, tetería, restaurantes

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

30 plazas.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

NS/NC

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	2	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	2	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	35%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	35%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	25%	Otros	5%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 17

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Sierpe

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ De la Sierpe 14

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3.ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

5%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	0	0	1

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	95%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	5%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 18

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Corralito.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Corral de Don Diego 9-10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

Bar. 70

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80-85%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	3	0	0	4

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 19

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Bóveda.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Cuesta de Los Portugueses 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

NS/NC

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

90%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	5	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	5	0	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 20

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Los Arcos.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Cordonerías,13

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cervecería- Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 82

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

40%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 21

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Rojas.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Callejón de los Panaderos 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar- Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS**

3T.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 22

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Cuesta.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Toledo de Ohio 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T.50

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	2	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	2	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Los clientes son principalmente nacionales.

Nº 23

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Casa Aurelio.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Sinagoga, 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 74

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	9	0	0	9
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	9	0	0	9

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 24

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Asador Adolfo.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Granada, 6/ Hombre de Palo Nº 7.

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 80

#### 5.VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

60%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	16	6	2	25
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	16	6	2	25

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	15%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	10%

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Tráfico, mala señalización de restaurantes, pocos aparcamientos públicos dentro del casco histórico, y poca publicidad de la gastronomía toledana.

Nº 25

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Granada. (Cerrado)

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Granada, 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 26

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

La Catedral

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Nuncio Viejo 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 100

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	9	0	0	0	9
Temporada alta	2	0	0	0	2
TOTAL	11	0	0	0	11

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	30%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 27

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Asador Palencia de Lara.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Nuncio Viejo, 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T.74

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	7	0	0	7

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0%	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 28

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Carlos V

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Horno de la Magdalena 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 29

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Rincón de Eloy.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Juan Labrador, 10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 95

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

75%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	5	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	5	0	0	5

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 30

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Santa Fe

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Santa Fe 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

90

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

La clientela turística principalmente nacionales.

Nº 31

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Trébol

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Travesía Santa Fe 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-cervecería.

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

85

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	1	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	1	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 32

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Parrilla

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Horno de Bizcochos 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Asador-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	7	0	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 33

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Posta.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Horno de la Magdalena 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 60

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 34

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Alfonso VI.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: General Moscardó, 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2.T. 400

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contesta.

Nº 35

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Alex.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Amador de los Ríos 9

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 50

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	1	0	0	1
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 36

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Mesón Palacios.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Alfonso X El Sabio 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T.90

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	7	0	0	9
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	7	0	0	9

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 37

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Domenico.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Alfonso X El Sabio 7.

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Cafetería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	0	2

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	15%
Residentes en el resto de la Ciudad	15%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	10%

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 38

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Los Jardines.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Navarro Ledesma 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Cafetería.

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

35 plazas.

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	0	0	2

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	75%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	25%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 39

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Almacén.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Rojas 2.

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar.

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

50

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios – Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	30%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 40

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Naviera.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza – Nº: C/ Campana, 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 90

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contestan.

Nº 41

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Enebro.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza San Justo 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar.

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

50 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	2	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	2	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros estudiantes y militares	10%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 42

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Kabab Toledo

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ de Los Descalzos 10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5.VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

40%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	1	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	1	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

El turismo ha disminuido con respecto al años 2003.

Nº 43

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Zorba Bar

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Comercio 31

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contestan.

Nº 44

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Campana Gorda.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Hombre de Palo, 13

**-SITUACIÓN:** Eje turístico principal. Centro histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 49

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	8	0	0	0	8
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	8	0	0	0	8

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 45

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Casa Regional de Castilla Y León/ La Tarasca

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Hombre de Palo 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante-bar

**4.CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	6	0	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	6	0	0	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	40%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 46

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Cobertizo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Hombre de Palo, 9

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 55

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

0%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	60%	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 6. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Visitantes más nacionales que extranjeros.

Nº 47

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café Glacier Capital

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Trinidad 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

90%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	0	0	4
Temporada alta	1	0	1	0	2
TOTAL	5	0	1	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 48

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Mesón Vía Máxima

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Trinidad 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Cafetería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 32

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

75%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	0	0	2

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

El volumen del negocio generado por el turismo ha disminuido un 25% con respecto a años anteriores.

Nº 49

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Trinidad.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Trinidad, 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 70.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 50

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Heladería

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza El Salvador-Calle Santo Tomé 14

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMÁTICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contesta, no quiere colaborar.

Nº 51

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café de la Monjas

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza El Salvador-Calle Santo Tomé 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

En la tipología de cliente indica que en época estival hay más extranjeros, y en invierno turistas nacionales.

Nº 52

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Plácido.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Santo Tomé, 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 105

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No contestan.



Nº 53

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Cervecería Gambrinus.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Santo Tomás, 10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cervecería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 400

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

75%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	16	6	0	22
Temporada alta	0	3	0	0	3
TOTAL	0	19	6	0	25

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	15%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 54

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Judería

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: San Juan de Dios 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

98%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	5	0	0	5
TOTAL	0	8	0	0	8

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	2%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Mejorar la situación del sector, por la importante caída del mismo. Manipulación turística por los guías turísticos, comisión para ir a establecimientos concertados.

Nº 55

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Carolus

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Alamillos del Tránsito 11

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

35%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	5	0	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	5	0	0	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	8%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	72%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Los turistas nacionales suelen venir los fines de semana.

Nº 56

## FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

### 1. IDENTIFICACIÓN

Manila

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza del Conde 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Cafetería-Restaurante

### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 100

### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

60%

### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	9	0	2	0	11
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	9	0	0	0	11

### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Los fines de semana hay más turistas nacionales, y en días laborables los turistas extranjeros son más habituales.

Nº 57

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Falsete

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Taller del Moro 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 100

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	2	2
TOTAL	2	0	0	0	4

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	70%	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	5%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Problemas de guías, circuitos, bares, por comisión, hay rutas establecidas en la ciudad que contratan los servicios en determinados bares-restaurantes. El local se va a traspasar.

Nº 58

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Delfín

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Taller del Moro 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

90%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	4	0	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	10%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 59

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Taberna

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: San Marcos 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T.20-30

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

15-10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80-85%	Turistas	15%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Los turistas son principalmente nacionales.

Nº 60

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Los Cuatro Tiempos.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Sixto Ramón Parro,5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 200

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	7	0	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 61

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Plaza Mayor

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Sixto Ramón Parro 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	5	0	0	5
Temporada alta	0	0	2	0	2
TOTAL	0	5	0	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 62

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Locum

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Locum 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 60

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

30-35%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	6	0	8
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	6	0	8

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	70%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	30% nacional
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

El personal de la administración y funcionarios que acuden al local el 30% son políticos y el 40% empresarios.

Nº 63

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Tornerías

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Tornerías 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Café-bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

70 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

15%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	5	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	5	0	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	15%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 64

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Torreón

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza del Consistorio S/n

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Cafetería

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 100

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

99%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	2	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	4	0	2	0	6

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 65

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Rte Virgen de la Estrella

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Airosas 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T. 45

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

60%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	3	0	1	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	3	0	1	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 66

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Bisagra.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Real del Arrabal, 14

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

1T. 150

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	5	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	5	0	0	7

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 67

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Arrabal.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Real del Arrabal, 15

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

1T. 60

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

60%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	1	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	1	0	0	3

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	40%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Los turistas en su gran mayoría son nacionales.

Nº 68

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Real de Toledo.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Real del Arrabal, 4

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

NS/NC

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Predominan los turistas extranjeros.



Nº 69

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Alcázar.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Magdalena,10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3.ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 88

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

90%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	5	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	5	0	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 70

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Ludeña.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Magdalena, 13

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 34

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

NS/NC

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	3	1	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	3	1	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	70%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Los turistas son principalmente nacionales, y sobretodo madrileños.

Nº 71

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Mesón Don Diego

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Bajada del Corral de Don Diego 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 80

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

80%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	5	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	5	0	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	5%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 72

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Rincón de la Bóveda.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Solarejo 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

40 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 73

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café Cadenas. Hotel Imperio

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ de Las Cadenas 3-5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

44 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

No contestan.

Nº 74

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café Teatro Pícaro

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ de Las Cadenas esq. C/ Nueva 6

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Café-Teatro, bar de copas

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

150 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	12	1DJ	0	13
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	12	1	0	13

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Turistas más nacionales que extranjeros.

Nº 75

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Cyber (cerrado)

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Callejón de los Bodegones 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 76

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Reyes Católicos

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Reyes Católicos 10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafeteria-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

30 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	3	0	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	3	0	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 77

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Monasterio

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Reyes Católicos 16

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

54 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	3	0	1	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	3	0	1	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	65%
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 78

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Perdiz

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Reyes Católicos-San Juan de Los Reyes 9

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 200

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	8	0	0	0	8
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	8	0	0	0	8

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	30%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Clientes los fines de semana son principalmente turistas nacionales, madrileños en su mayoría.

Nº 79

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

San Juan de Los Reyes

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Reyes Católicos 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Café-Bar, Hotel

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

NS/NS

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

60-70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	6	0	0	6
Temporada alta	0	2	0	0	2
TOTAL	0	8	0	0	8

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 80

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Tránsito

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Reyes Católicos 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 35

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Turistas principalmente nacionales.

Nº 81

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Casa Pedro.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Puerta del Cambrón 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante-Cafetería-bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T. 24.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

15%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	1	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	0	1	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 82

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Museo de Productos de Castilla-La Mancha.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Puerta del Cambrón, 10

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 85

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	5	0	0	6
Temporada alta	0	0	1	1	2
TOTAL	1	5	1	1	8

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	50%	Otros	10%

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Turistas nacionales principalmente, que eligen el fin de semana para visitar la ciudad.

Nº 83

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Rte San Mateo (cerrado)

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Sillería 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 84

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Bar Recoletos-Milenio 2000

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Recoletos 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

30 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

NS/NC

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	0	0	1

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	60%	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 85

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Casa Rafa Vinos y Cervezas.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Santa Leocadia 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

NS/NC

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

15%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	0	0	2

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 86

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Al-Chaj

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Plaza Barrio Nuevo 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-Teteria

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

60 plazas

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

30%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	4	0	0	0	4

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	70%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Los turistas que van entre semana son principalmente extranjeros, y los fines de semana nacionales.

Nº 87

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Bar Osiris, Casa Felipe

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza Barrio Nuevo 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante-cafetería

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T. 30

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 88

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Asador/ La Judería

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: San Juan de Dios 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Asador-Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 89

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Rincón. "New Rincón"

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Santo Tomé, 30

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Bar-restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

2T. 44

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

30%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	6	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	6	0	0	6

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	70%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Los turistas que van durante la semana son extranjeros, y los de fin de semana son nacionales.

Nº 90

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Sierra

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza de San Antonio 4

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	15%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	35%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Más turistas nacionales que extranjeros.

Nº 91

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Casa Aurelio.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza del Ayuntamiento, 4

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 60

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	7	0	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Turistas en su mayoría son nacionales, poco turistas extranjero.

Nº 92

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Custodia.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Pozo Amargo, 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 40.

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

30%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	1	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	1	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 93

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Restaurante Don Pedro

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Avenida de Madrid 16

**-SITUACIÓN:**

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T.60

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

40%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	7	0	0	7
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	7	0	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 94

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Montería

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Bajada de Castilla La Mancha

**-SITUACIÓN:**

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

NC

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	4	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	4	0	0	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 95

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Mesón Luis

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Bajada de Castilla La Mancha

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3-4	0	0	3-4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3-4	0	0	3-4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	30%
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 96

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Peñón

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Carrera 31

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

4T. 70

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20-25%

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	75-80%	Turistas	20-25%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 97

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café Bar La Sierra

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Cardenal Tavera

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

20-25 Plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

40%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 98

## FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

### 1. IDENTIFICACIÓN

Café bar Triviño

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Cardenal Tavera 2

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

50-55 Plazas

### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

15-20%

### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	1	0	1
TOTAL	0	2	1	0	3

### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	70%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 99

### FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Ábside

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: C/ Marqués de Mendigorria

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Restaurante

#### 4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:

3.T 135

#### 5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NC

#### 6. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	3	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	3	0	0	3

#### 7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 100

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Restaurante Venta de Aires

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Paseo del Circo Romano 35

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 1200

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

15%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	24	0	0	24
Temporada alta	0	0	10	0	10
TOTAL	0	24	0	0	34

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	15%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**



Nº 101

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Casa del Temple

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ de La Soledad 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

No contestan.

Nº 102

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Asturiana (cerrado)

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Santa Justa 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 103

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Restaurante Asiático Sake

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Taller del Moro 2

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**2. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

60%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	6	0	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	6	0	0	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 104

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Bacus.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Travesía Descalzos,1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 150

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

70%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	3	0	1	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	3	0	1	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	10%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 105

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Orza

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ de Los Descalzos 5

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Cerrado.

Nº 106

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Cafetería Zocodover

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Comercio 7

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería-Restaurante

**2. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T. 15-20

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	0	0	1

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

No Contestan.

Nº 107

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Cúrcuma.

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Tendillas, 3

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 50

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

8%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	1	1	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	2	1	1	5

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	8%	Funcionarios - Personal Administración	18%
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	8%
Residentes en el resto de la Región	16%	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Horario reparto proveedores, aparcamientos clientes, suministros agua, electricidad, baja repercusión turismo.

Nº 108

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

1700

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Tendillas, 1

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cervecería-cafetería.

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Cerrado, en obras.



Nº 109

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Wamba

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Comercio S/n

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Cafetería

**2. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

60%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	2	0	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	40%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 110

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Tarasca

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Hombre de Palo, 8

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Bar-restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 85

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	6	0	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	6	0	0	0	6

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	40%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 111

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

El Almacén

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Plaza el Salvador-Calle Santo Tomé S/n

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Café-bar

**2. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 100

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 112

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Cafetería Escorpio

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Reyes Católicos 18/ Calle Pintor Matías Moreno

**-SITUACIÓN:** Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

60 plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	4	0	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 113

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Hong Kong

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Paseo de la Rosa

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	3	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 114

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Café-Bar Alcántara

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Paseo de la Rosa 4

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

bar

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

50 Plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	2	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros estudiantes	80-90%

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 115

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Cubana

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Paseo de la Rosa. Puente de Alcántara

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 120

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10-20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	2	0	0	2
Temporada alta	0	0	2	0	2
TOTAL	0	2	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas 70% nacional 30% extranjero	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

El Ayuntamiento no colabora en la promoción turística de la ciudad, en los últimos años se ha producido un descenso del 70-80% del turismo.

Su negocio se está viendo afectado por las obras de la Carretera de Circunvalación que llevan 7 meses.

Nº 116

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Chiscón

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Paseo de la Rosa

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

30-35 Plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

NC

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	90%	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Problemas por las obras de reorganización de Santa Bárbara.



Nº 117

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Bar Gavilanes II

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Marqués de Mendigorría 14

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

15-20 Plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	4	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	0	4	0	0	4

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 118

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Rama

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Carretera de Circunvalación 1

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 200

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

30%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	5	0	0	6
Temporada alta	0	0	3	0	3
TOTAL	1	5	0	0	9

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	60%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Los turistas que acuden al establecimientos son principalmente nacionales de fin de semana que vienen de Madrid.

Nº 119

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Restaurante Frebedes

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Carretera de Piedrabuena 2

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

1T. 60

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

2%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	2	0	0
TOTAL	1	2	0	0	3

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones**

Nº 120

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Restaurante Cigarral Monte-Rey

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: C/ Piedrabuena 58

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T.600

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

95%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	14	0	0	15
Temporada alta	0	0	4	0	4
TOTAL	0	14	0	0	19

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Los turistas son principalmente extranjeros que vienen en grupo

Nº 121

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Venta El Tejar

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Carretera Navalpino 13

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

3T. 89

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

20%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	0	0	1

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	90%	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Manipulación del turismo en la ciudad. Problemas del turismo cautivo.

Nº 122

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Mesón el Puente

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Carretera de Navalpino 5

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Mesón

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

16 Plazas

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	0	0	2

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	80%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Los grupos de turistas que acceden a la ciudad vienen con agencias que conciertan previamente el establecimiento

Nº 123

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

La Cava

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº: Carretera de Navalpino 1

**-SITUACIÓN:** Fuera del Casco Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Restaurante

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

2T. 55

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50-55%

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	4	0	0	5
Temporada alta	0	0	2	0	2
TOTAL	1	4	2	0	7

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30-40%	Turistas	60-70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

El turista extranjero que acude al establecimiento procede de Estados Unidos y Reino Unido.

Nº

**FICHA de LOCALES de ACTIVIDAD**

**1. IDENTIFICACIÓN**

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza - Nº:

**-SITUACIÓN:**

**3. ACTIVIDAD**

**4. CATEGORÍA Y NÚMERO DE PLAZAS:**

**5. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

**6. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

**7. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

**8. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

















Nº 1

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Siluetas Artesanía

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Airosas S/n  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

5%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0		1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	95%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	5%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El establecimiento no vive del turismo, porque principalmente vende prensa.



Nº 2

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Productos Toledanos

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Real del Arrabal 24  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

75%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	25%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	25%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 3

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Mazapanes y Turrones

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 30

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70-80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 4

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Pincel y Barro Artesanía

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 28

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	1	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 5

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía de Toledo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 16

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El responsable del establecimiento comenta que el turismo ha bajado considerablemente desde el año 2003.

Nº 6

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Fabrica Mazapán-José Barroso

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 15

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	1	1	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	1	1	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 7

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Real de Arrabal

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 6

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	1	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	1	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	65%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 8

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Armaduras y Cuchillos Artesanías Toledanas Marto

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 7

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	1	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La mayoría del turismo que hay en la actualidad es nacional.

Nº 9

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 5

Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

No hay actividad, solicita más información sobre el Plan de excelencia. Toledo no oferta nada al turista, para que pernocte en la ciudad.  
La mayoría de los Museos de Toledo están cerrados.  
Propone la posibilidad de hacer abonos para museos.



Nº 10

**FICHA de LOCALES de COMERCIO**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Recuerdos de Toledo

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza – Nº: C/ Venancio González 11  
Situación: Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Artesanía

**4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

50%

**5. PUESTOS DE TRABAJO**

	<b>Titular</b>	<b>Asalariados Fijos</b>	<b>Asalariados Eventuales</b>	<b>Ayuda Familiar</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Permanentes</b>	1	0	0	0	1
<b>Temporada alta</b>	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

**6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

<b>Residentes en el Barrio</b>	0	<b>Funcionarios - Personal Administración</b>	0
<b>Residentes en el resto de la Ciudad</b>	10%	<b>Turistas</b>	80%
<b>Residentes en el resto de la Región</b>	10%	<b>Otros</b>	0

**7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

La mayor parte del turismo se concentra en los Fines de Semana.

Nº 11

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Nº de Joyería

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Venancio González 9  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	70%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El establecimiento vende bisutería y apenas tiene clientes turistas.

Nº 12

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Avis, (Alquileres de coches)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Venancio González 9  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	0	0	4
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	3	1	0	5

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	35%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 13

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Caprichos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ De Las Armas 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La dueña del local comenta, que desde que quitaron el parking, los turistas no pasan por esta calle.

Nº 14

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Rumiñahui (Artesanía Andina)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: De las Armas11  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	0	1	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 15

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Rincón del Mazapán

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ De Las Armas 11  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La persona encuestada nos comenta que los vecinos del barrio sólo acuden al establecimientos en temporada de mazapán.

Nº 16

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Mazapán-Pastelería Santo Tomé

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Carlos V; Zocodover-Soportal 7  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	6	1	0	8
Temporada alta	0	0	3	0	3
<b>TOTAL</b>	0	6	4	0	11

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	10
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

En periodo estival la mayoría de los clientes son nacionales, y el resto del año son extranjeros.

Nº 17

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Las Tinajas

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Carlos V; Zocodover-Soportal 5

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	1	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 18

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Viajes Cibeles

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Cuesta Carlos V 4  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

0%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	50%
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La persona responsable de la agencia indica que no tienen contacto con los turistas.

Nº 19

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artículos-Regalos Casado

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Cuesta Carlos V 11  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	2	0	5
Temporada alta	0	0	2	0	2
<b>TOTAL</b>	1	2	4	0	7

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 20

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Pablo González

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Bajada del Corral de Don Diego 13  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	75%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Muchos clientes procedentes de Madrid.

Nº 21

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía-Damasquinados, Fernando Cerdeño

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza de la Magdalena 9  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 22

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artículos-Regalos Valentina Romero

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza de La Magdalena 2  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	0	1	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	3	0	1	5

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 23

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Vinos-Pasteles-Mazapanes/ Artesanía del Mazapán.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza de La Magdalena 4  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	1	0	2
Temporada alta	0	0	0	1	1
<b>TOTAL</b>	1	0	1	1	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	10%

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 24

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Oroyacero

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Bajada del Coral de Don Diego 1  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	70%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 25

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Joyería Fernández Prieto

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Bajada del Corral de Don Diego 2  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NS/NC

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	50%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Sus productos son joyas, que no tiene nada que ver con el damasquinados.  
El responsable del establecimientos indica que como clientes no tiene turistas, y además los fines de semana cierra el establecimiento.



Nº 26

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Granada 1/ Nuncio Viejo 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	20%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	40%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 27

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Bazar Toledo

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Nuncio Viejo 11  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	1	0	3
Temporada alta	0	1	0	0	1
<b>TOTAL</b>	1	2	1	0	4

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El turismo ha disminuido respecto al año 2003.

Nº 28

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Bazar- Toledo- Todo Hogar

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza Amador de los Ríos 10  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	60%	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El establecimiento lleva poco tiempo abierto.

Nº 29

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Rey

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Alfonso x/ Plaza Juan de Mariana 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Indica que por esta calle hay poco tránsito de turistas, y que no está señalizada para atraerlos.

Nº 30

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Prensa y Regalos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Callejón de Orates 8  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

25%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	75%	Turistas	25%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 31

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Damasquinados Arte

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Alfonso XII 22  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 32

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Espinosa Del Arto

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Rojas 6  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Considera que el turismo en Toledo está manipulado, porque los guías se llevan a los turistas a lugares concertados previamente con ellos, y no hay un turismo libre, para que el turista elija donde debe ir.

Nº 33

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Regalos Torres

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ General Moscardó 2  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	12	0	0	13
Temporada alta	0	0	2	0	2
<b>TOTAL</b>	1	12	2	0	15

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	1%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La mayoría de los clientes son turistas extranjeros.



Nº 34

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Regalos Alcázar

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Horno de los Bizcochos 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	94%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Más turistas nacionales que extranjeros.

Nº 35

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

A. González

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Horno de Bizcochos 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	20%
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 36

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Conse

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Horno de Bizcochos 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	1	1	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 37

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Souvenir`s Villasante

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Horno de Bizcochos 11  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	99%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Mayor número de turistas nacionales que de extranjeros, y sobre todo madrileños.

Nº 38

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Arte Toledano y cerámica de Talavera. Damasquinados Toledo.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 10  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	94%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 39

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Arte Español-Galería

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 8  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	97%
Residentes en el resto de la Región	3%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 40

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NS/NC

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	84%
Residentes en el resto de la Región	15%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 41

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Damasquinados Luis Erades

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 16  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 42

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Souvenir`s Toledo

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 14  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

5%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 43

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía-Damasquinados, Casa F. Serrano

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 16  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

No contesta, es información confidencial.

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La mayoría de sus clientes son turistas extranjeros.

Nº 44

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Aguado Ceramistas

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos- San de los Reyes 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
<b>TOTAL</b>					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Cerrado.

Nº 45

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Damasquinados José Martín S. M

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 1/ Paseo del Tránsito 9  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	1	0	0	5
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	4	1	1	0	6

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 46

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Luismi

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 9  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 47

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía de Toledo Ramos

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 3  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	5%
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El propietario del establecimiento pide que se abran todos los museos de la Ciudad, y que se promocióne más Toledo.

Nº 48

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Regalos Pantoja

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	99%
Residentes en el resto de la Región	1%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 49

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Lladró, Artesanía Toledo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	50%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 50

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Juan Carlos Díaz González

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Reyes Católicos 1/ Esq. Plaza Barrio Nuevo 13-1  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	1	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	1	0	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	2%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Considera que el turismo ha bajado un 50%.

Nº 51

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Casa Díaz

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº:C/ Reyes Católicos 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	2	1	4
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	0	3	1	5

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 52

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Almoneda-Antigüedades

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Pintor Matías Moreno 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

0%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	100%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Su establecimiento tiene una clientela fija, que no son turistas, sino vecinos de la ciudad de Toledo.

Nº 53

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Lancha Taller Artesanal, Fábrica.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C /San Juan de los Reyes 2  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Para el propietario, Toledo es el mejor producto peor vendido.  
Considera que las calles del Casco Histórico deben ser peatonalizadas.

Nº 54

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Tienda Damasco

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio 49  
Situación Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NS/NC

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	1	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	1	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	50%

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 55

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

V. Moreno

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 48-50  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	NC	NC	NC	NC	NC
Temporada alta	NC	NC	NC	NC	NC
TOTAL	NC	NC	NC	NC	NC

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 56

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Marciano (Sombrerería, Abanicos)

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 35  
Situación: Centro Histórico.

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50-60%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El turismo ha bajado considerablemente, en la actualidad viven del 10% del turismo, además los turistas, tienen su recorrido fijado previamente por las agencias y no pasan por esta zona de la ciudad. Además en las tardes de invierno la zona está desierta.

Nº 57

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Zocodover

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio 37  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones



Nº 58

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Moreno Fernández

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : Comercio 30  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 59

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

De la Rosa

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio 31  
Situación Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 60

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Casa Díaz

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 29  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	1%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	2%	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	2%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Más turismo en verano de extranjeros, el resto del año son turistas nacionales. Los turistas extranjeros tienen las rutas guiadas, y no pasan mucho por esta zona.

Nº 61

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

A. Garrido

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 25  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 62

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Herrera

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 22  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 63

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Toledo Medieval

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : Comercio 18  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	60%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 64

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Julio Peña Damasquinado

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio ( Plaza Solarejo Nº 8)  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

75%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Los ciudadanos de Toledo no están interesados por el damasquinado.

Nº 65

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Galatea

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Comercio 19  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	2	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	2	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 66

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Casa Guío

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : Comercio 4  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 67

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Casa Guio

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio 5  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	2	0	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	2	0	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 68

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Joyería Isis

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Comercio 3  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	2	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	2	0	0	4

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 69

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Toledana

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Comercio ( Martín-Gomera Nº 5)/ Plaza de las Cuatro Calles  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía.

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios – Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

En los últimos años hay más turismo nacional que extranjero.

Nº 70

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Arte José Antonio Rodríguez

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Hombre de Palo 19  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40-50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	1	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	0	1	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 71

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Toledo Ciudad Imperial

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Hombre de Palo 15  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 72

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Calama (Mazapanes)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Hombre de Palo 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	65%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Es un comercio que vende además de mazapanes, embutidos y productos comestibles, y su responsable indica que apenas vive del turismo.

Nº 73

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Casa Cuartero J (Alimentación Tradicional)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Hombre de palo 5  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

70%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones



Nº 74

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Juvi

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº. Hombre de Palo 1  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	1	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	0	1	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 75

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Tienda Artesanía Alcaicería

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: De la Trinidad 4  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

95%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	1%	Funcionarios - Personal Administración	NC
Residentes en el resto de la Ciudad	4%	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

No vemos desde el sector ninguna buena gestión acerca de la buena promoción de Toledo por parte del Patronato de Turismo de Toledo.

Nº 76

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Arroyo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : De la Trinidad 6  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	1
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 77

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Productos Típicos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: De la Trinidad 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

El turismo está muy mal

Nº 78

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanías de Fernández

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: De la Trinidad 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 79

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Moreno Fernández Artesanía

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: de la Trinidad 14  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 80

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía del Pino

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: de la Trinidad 14  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	1	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 81

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Damasquinado J. García

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: de la Trinidad 24  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	1	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	1%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones



Nº 82

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Cerámica de la Puente

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Santo Tome Plaza Salvador 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 83

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Damasquinados y Artesanos

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Santo Tome Plaza Salvador 5

Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	2%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	78%
Residentes en el resto de la Región	15%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 84

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Damasquinados

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 1  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 85

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Confitería Santo Tome

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 3  
Situación: Centro Historio

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NC

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	3	40	0	0	43
Temporada alta	0	40	0	0	40
<b>TOTAL</b>	3	80	0	0	83

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 86

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artetol

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 5  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

95%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	2	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	2	0	0	4

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	2%	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	3%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 87

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesana Toledo`s

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50-60%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	1	0	3
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	1	2	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	50%
Residentes en el resto de la Región	20%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 88

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Benigno Sánchez

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 13  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	2	0	3
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	2	0	3

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	3%	Turistas	47%
Residentes en el resto de la Región	50%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 89

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Panadería y Bollería, Productos Típicos

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Santo Tome 15  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

30%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	50%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	50%	Turistas	0
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Un comercio muy pequeño que vende bollería y alimentos de primera necesidad y por tanto no tiene muchos clientes turistas.



Nº 90

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Cerámicas Camino

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 14  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 91

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Javier Pinel

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 17  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	20%	Turistas	70%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 92

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Morales

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº : Santo Tome 18  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	2	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	2	0	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios – Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 93

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Prensa Golosinas, pan, bebidas, La Tienda de Oscar.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº Santo Tome 20  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

20%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	80%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

El establecimiento es un estanco, con prensa, que apenas tiene clientes turistas, por que no tiene artículos de recuerdo.

Nº 94

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Arte de Toledo. P. Maldonado G.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº: Santo Tome 22-24  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	1	0	0	1
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	1%	Funcionarios - Personal Administración	1%
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 95

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Comercio La Luna

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Santo Tome 25  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

40%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	10%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	75%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

El responsable del establecimiento, comenta que los turistas que visitan Toledo vienen guiados, y considera que esto es ilegal, porque el turismo debe ser libre.

Nº 96

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Comercio-Comestibles productos típicos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Santo Tome 28  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

30%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	80%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	20%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 97

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Damasquinados Francisco Camino.

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Travesía del Conde 6  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

98%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	1

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	2%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones



Nº 98

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Juan Morales

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Plaza del Conde 2-4  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	2	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	2	0	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 99

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Julián Oliva

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 1-4  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

99%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	4	0	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	4	0	0	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 100

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía e. Mesa

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	2%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 101

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

P. Maldonado Artesanía-Damasquinados

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 10  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 102

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

A.Serrano Fábrica. Arte en Cerámica

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 16  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

90%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	2	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	4	0	0	0	4

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	90%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 103

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Venta Mazapán- Artesanía J. Barroso

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Indica que su establecimiento vive del turismo, pero cuando mayor afluencia de turismo hay es en Primavera y Otoño.

Nº 104

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía de Toledo A. Ramos Suárez

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 20  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

La mayoría pero no sabría especificarlo.

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 105

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

L. Simón (Fábrica a mano . Bordados Lagarteranos)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº San Juan de Dios 22  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	2%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	10%	Turistas	78%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Cerrado.



Nº 106

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Comercio

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Samuel Levi 3  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Su negocio está orientado principalmente al turismo pero en los últimos años ha disminuido considerablemente.

Nº 107

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Arte de Toledo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Tornerías 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	10%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

La mayoría de los turistas son madrileños.

Nº 108

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

El Corpus

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Tornerías 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	30%	Turistas	10%
Residentes en el resto de la Región	30%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 109

**FICHA de LOCALES de COMERCIO**

**1. IDENTIFICACIÓN**

Artesanía sin nombre

**2. LOCALIZACION**

Calle / Plaza – Nº Tornerías 20  
Situación: Centro Histórico

**3. ACTIVIDAD**

Artesanía

**4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)**

10%

**5. PUESTOS DE TRABAJO**

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

**6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)**

Residentes en el Barrio	40%	Funcionarios - Personal Administración	10%
Residentes en el resto de la Ciudad	40%	Turistas	5%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

**7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones**

Nº 110

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Alonso

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Cardenal Cisneros 8  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

La mayoría de los clientes son turistas extranjeros.

Nº 111

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Pinilla

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Sixto Ramón Parro 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	1	1
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	85%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 112

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Antigua Casa de Mazapanes Conde

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Cardenal Cisneros 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	1	1	0	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 113

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía, Muñoz Alonso

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Callejón de San Pedro 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

98-99%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	1%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 114

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Arte Toledo A. Garrido

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Callejón del Vicario 1  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

10-15%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	1	2
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	1	0	1	1	3

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	1%	Turistas	98%
Residentes en el resto de la Región	1%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 115

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Mazapanes Santa Isabel

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Pozo Amargo 4/ Plaza Ayuntamiento 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	1	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	1	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	5%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 116

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Damasquinados Simian

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Santa Ursula 6  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesana

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

NS/NC

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	5	0	0	6
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	5	0	0	6

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 117

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Smord's from Toledo

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Taller del moros 7  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesana

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	5	5	0	0	10
Temporada alta	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	5	5	1	0	11

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 118

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Regalos Lidia.

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Taller del Moro 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	95%
Residentes en el resto de la Región	5%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE - Observaciones

Nº 119

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

Regalos Garrido

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Taller del Moro 12  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	3	0	0	4
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	3	0	0	4

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios – Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	15%	Otros	0

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Más turista extranjero que nacional.

Es la Diputación la que deja caer el turismo.

La situación económica de la ciudad ha bajado un 70% por que no han hecho nada para generar turismo, además no hacen nada para mejorar y promocionar el turismo.

Nº 120

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía Regalos Garrido

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Horno de Bizcochos 13  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	4	0	0	5
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	4	0	0	5

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	5%	Turistas	80%
Residentes en el resto de la Región	15%	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Es la Administración la que deja caer el turismo.

La situación económica de la ciudad ha bajado un 70% por que no han hecho nada para generar turismo, además no hacen nada para mejorar y promocionar el turismo.

Nº 121

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Kosmos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Tornerías 27  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

80%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	2	0	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	2	0	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	30%	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	40%	Turistas	30%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones



Nº 122

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía-Regalos- El Greco (Museo del Greco)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº Samuel Levi 2  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones.

Cerrado por reforma.

Nº 123

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza Mayor 1  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0%	Funcionarios - Personal Administración	0%
Residentes en el resto de la Ciudad	0%	Turistas 80% extranjeros 20% nacionales	100%
Residentes en el resto de la Región	0%	Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 124

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía J. Navarro

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza Mayor 5  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0%	Funcionarios - Personal Administración	0%
Residentes en el resto de la Ciudad	0%	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0%	Otros	0%

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 125

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Nuncio Viejo 1  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100 %

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	1	0	0	2
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	1	0	0	2

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0%	Funcionarios - Personal Administración	0%
Residentes en el resto de la Ciudad	0%	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0%	Otros	0%

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 126

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Cerámica St. Germier

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : Santo Tome 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones: Cerrado.

Nº 127

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Mazapán, mantecadas, dulces típicos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza - Nº : Santo Tome 16  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

(Cerrado)

Nº 128

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Porcelana Nao

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Real del Arrabal 24

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Cerrado.

Nº 129

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía D`Carlos

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: Plaza de la Magdalena 12  
Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones:

Cerrado.



Nº 130

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Selecciones de Arte (Cerrado)

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Nuncio Viejo 23

Situación: Centro Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 131

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía El Torero

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Carretera de Navalpino 3  
Situación:

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Ha habido un descenso del 50% con respecto a otras temporadas.

Nº 132

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Circo Romano  
Situación: Fuera Casco histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

50%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	1	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº 133

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Felipe Suárez Díaz

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Circo Romano 8  
Situación: Fuera Casco Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	0	9	0	0	9
Temporada alta	0	0	11	0	11
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	20

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Fabrica y venta de artesanía toledana

Nº 134

### FICHA de LOCALES de COMERCIO

#### 1. IDENTIFICACIÓN

Artesanía sin nombre

#### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº: C/ Circo Romano 4-6-10  
Situación: Fuera Casco Histórico

#### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

#### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

100%

#### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes	1	0	0	0	1
Temporada alta	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	0	0	0	0	1

#### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio	0	Funcionarios - Personal Administración	0
Residentes en el resto de la Ciudad	0	Turistas	100%
Residentes en el resto de la Región	0	Otros	0

#### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones

Nº

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº:  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones:

Nº 128

## FICHA de LOCALES de COMERCIO

### 1. IDENTIFICACIÓN

### 2. LOCALIZACION

Calle / Plaza – Nº  
Situación: Centro Histórico

### 3. ACTIVIDAD

Artesanía

### 4. VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR EL TURISMO (%)

### 5. PUESTOS DE TRABAJO

	Titular	Asalariados Fijos	Asalariados Eventuales	Ayuda Familiar	TOTAL
Permanentes					
Temporada alta					
TOTAL					

### 6. TIPOLOGIA DE CLIENTES (%)

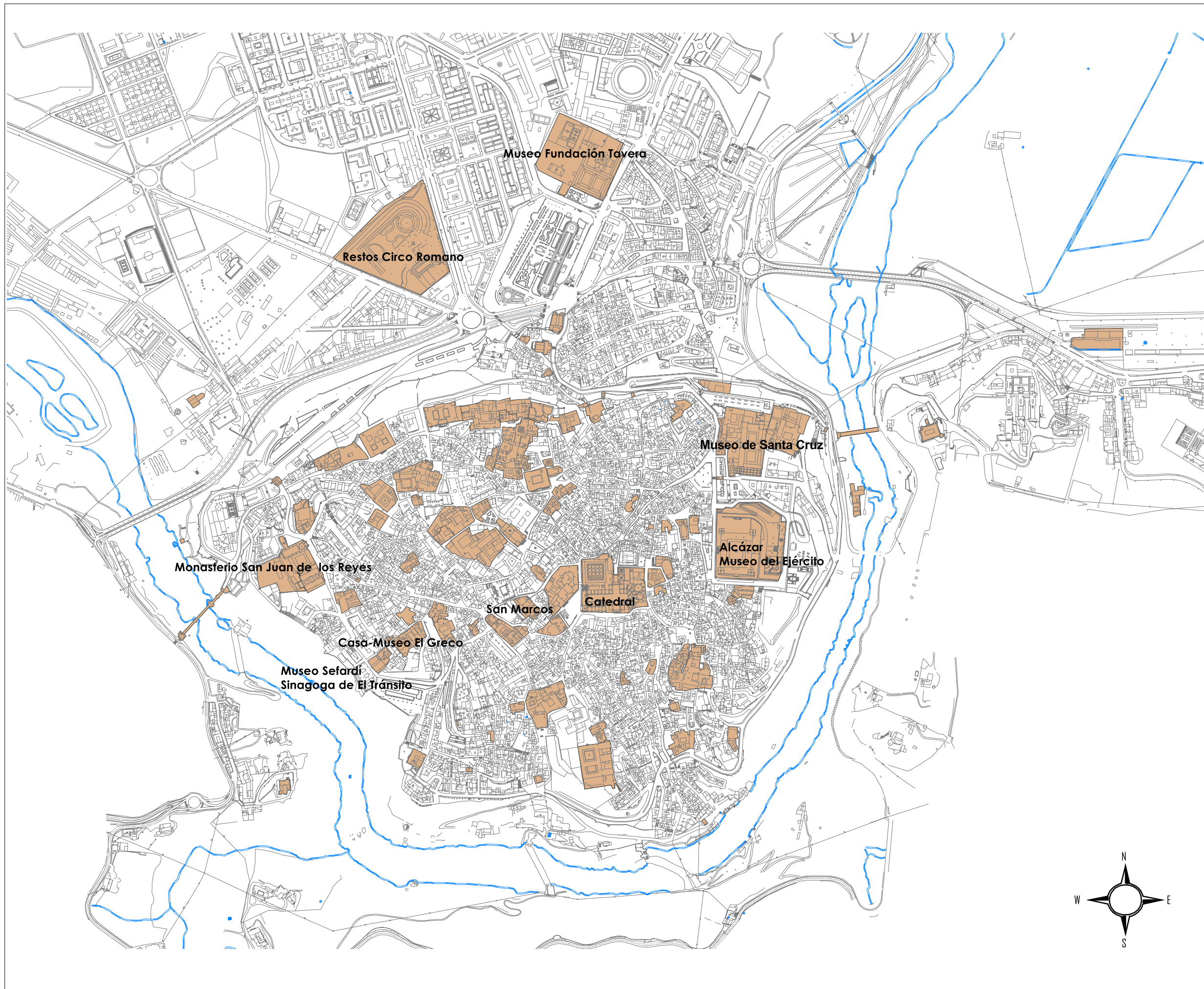
Residentes en el Barrio		Funcionarios - Personal Administración	
Residentes en el resto de la Ciudad		Turistas	
Residentes en el resto de la Región		Otros	

### 7. PROBLEMATICA MAS RELEVANTE – Observaciones




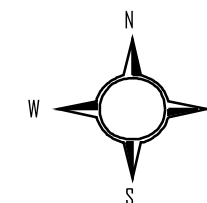






**LOCALIZACIÓN  
BIENES DE INTERÉS CULTURAL**

 Bienes de Interés Cultural



100 0 100 200 Meters

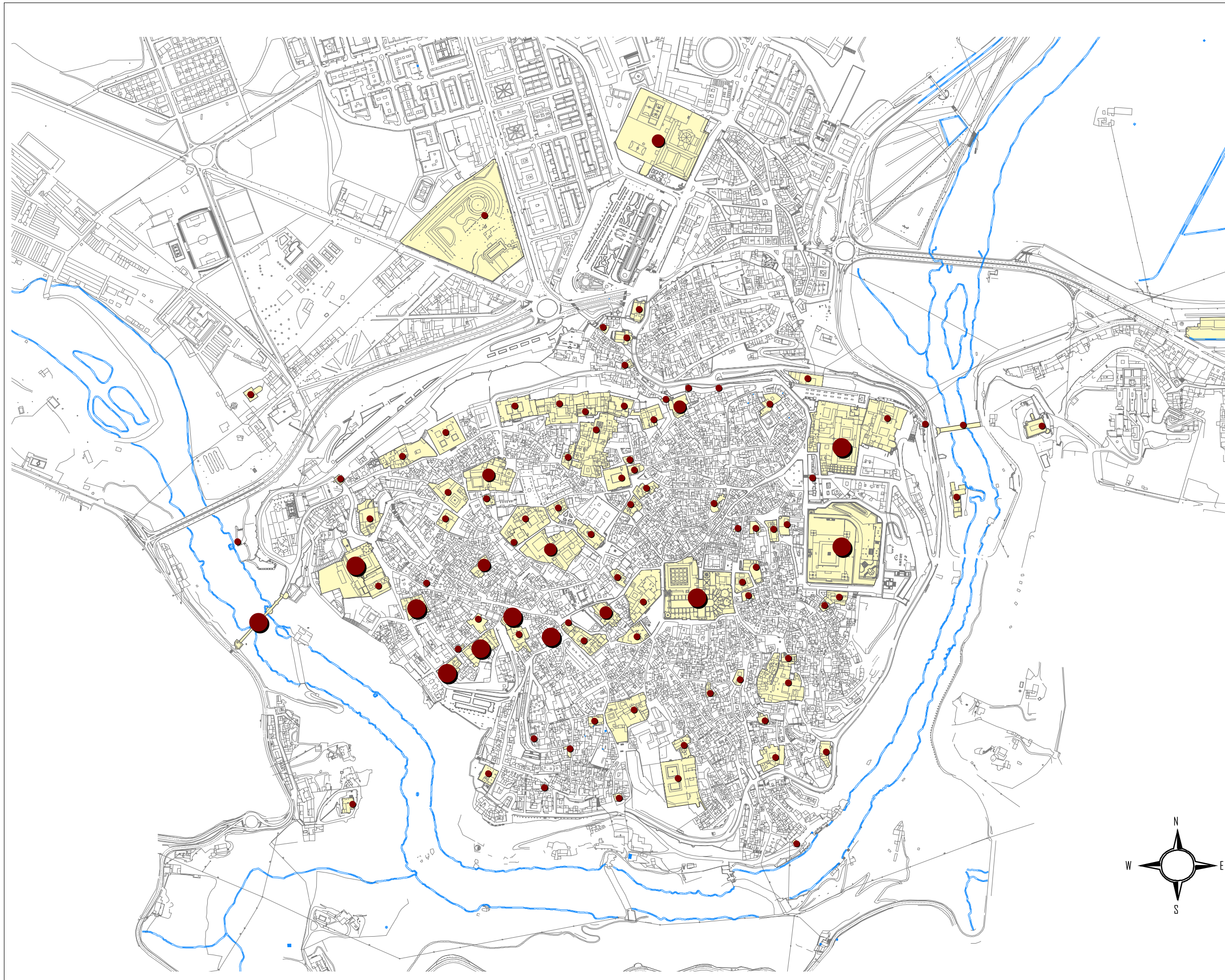


EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana

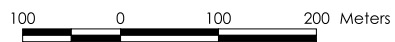
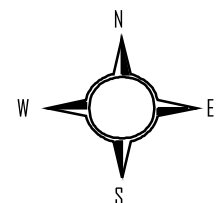




**FUNCIONALIDAD TURÍSTICA DE LOS BIENES DE INTERÉS CULTURAL**

Funcionalidad Turística

- Primaria
- Secundaria
- Incidental
- Bienes de Interés Cultural



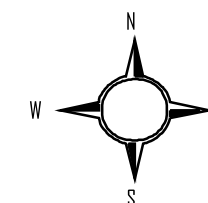
EXCELENTÍSIMO AYUNTAMIENTO DE TOLEDO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana



USOS DE LOS BIENES DE INTERÉS CULTURAL

- Bienes de Interés Cultural
- Religioso
  - Cultural
  - Administrativo
  - Docente
  - Mixto
  - Otros

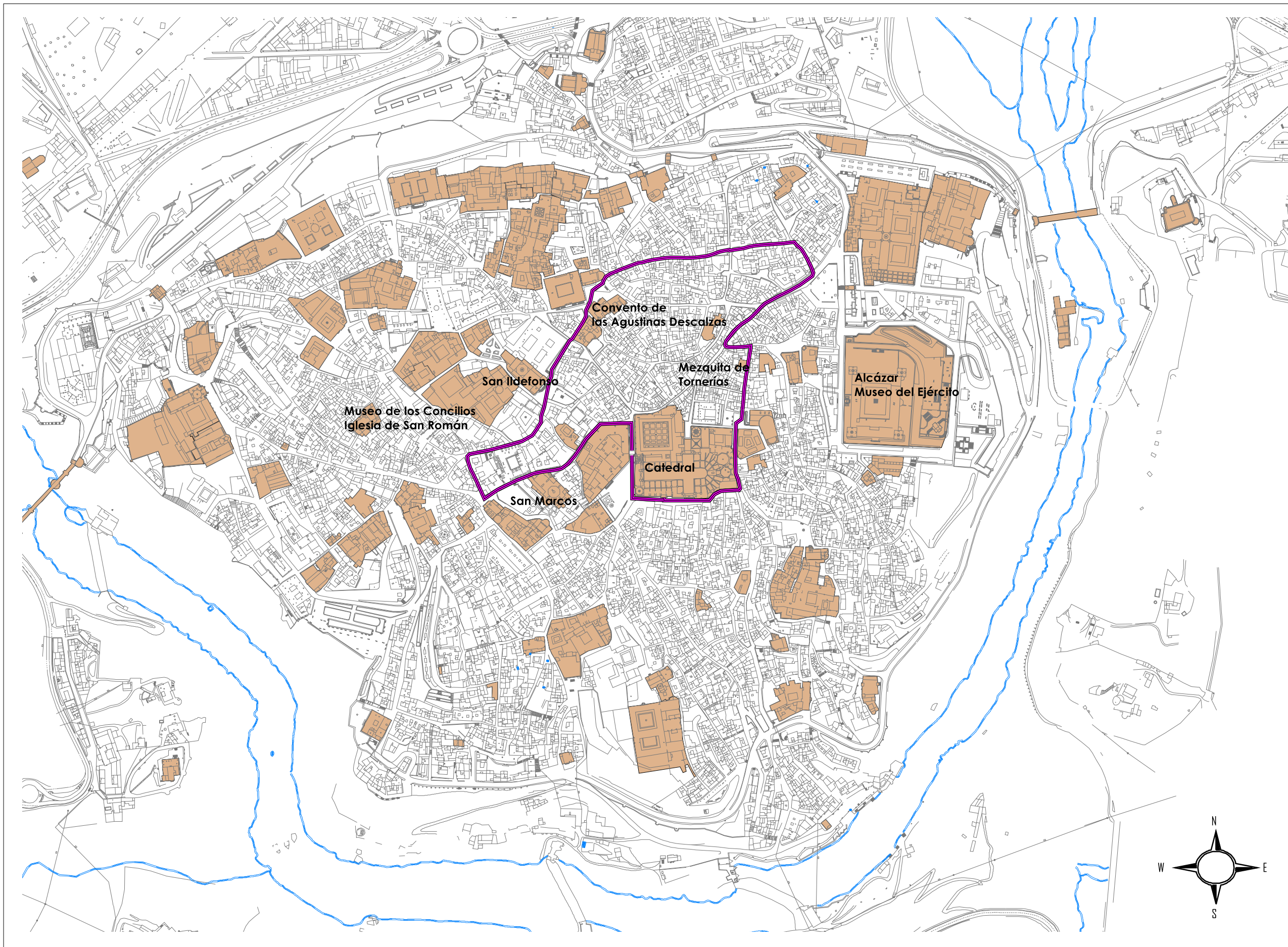


EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO





UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana





**PROCESIÓN DEL  
CORPUS CHRISTI**

-  Recorrido Procesión
-  Bienes de Interés Cultural



EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana

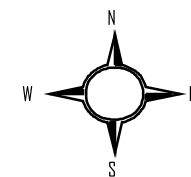


LOCALIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS POR CATEGORIAS

- Alojamientos
- Hotel
  - Hostal
  - Pensión
  - Apartahotel
  - Contenedores Culturales

Hotel Beatriz Toledo

Parador Nacional  
Hotel Abacería  
Hotel Los Cigarrales  
Hotel Cigarral de Caravantes  
Hotel Ac Toledo



EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO



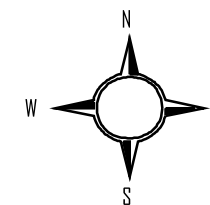
UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana



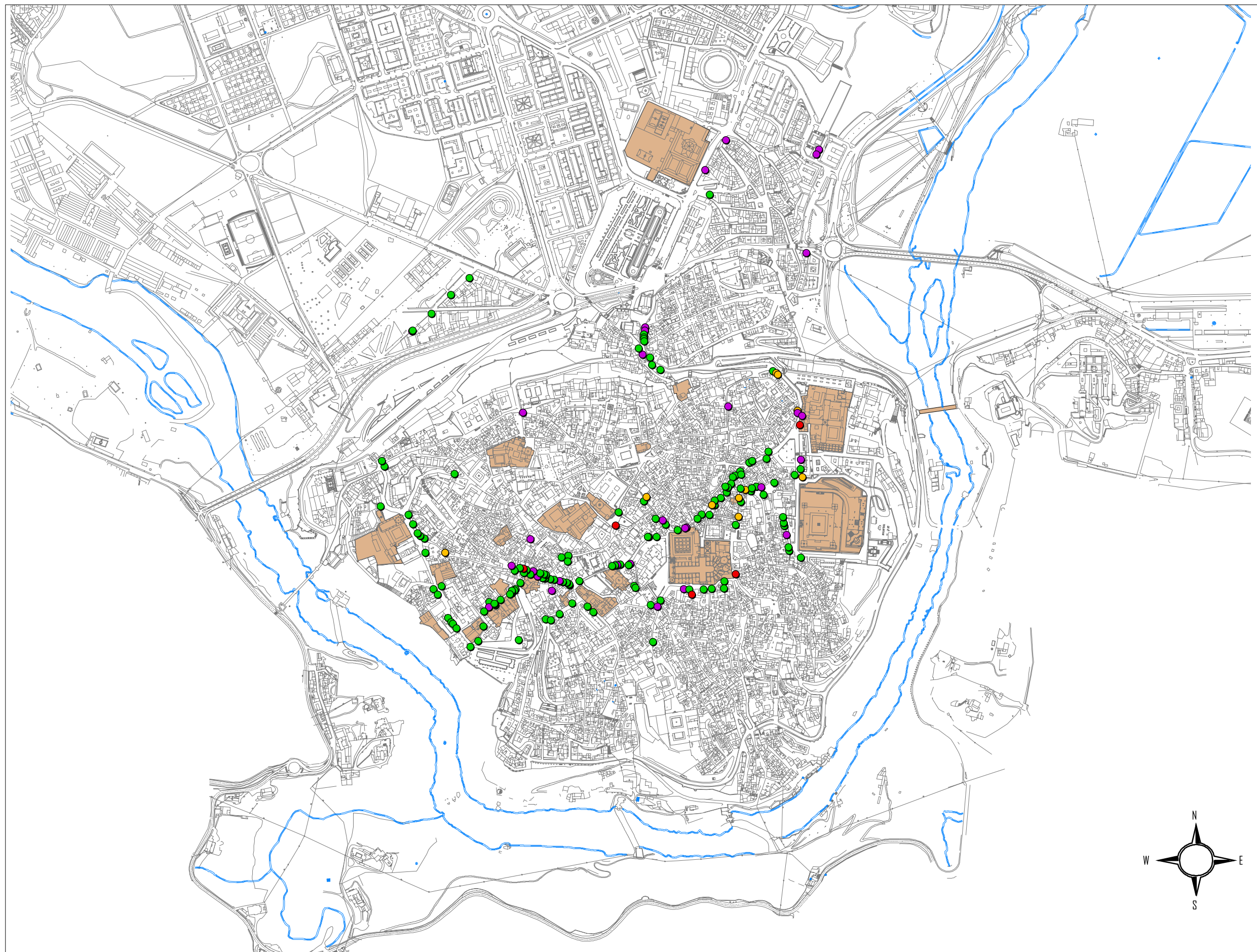
LOCALIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS VINCULADOS AL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

- Establecimientos de Restauración
- Restaurante
  - Bar-Cafetería
  - Mixto (Restaurante Bar)
  - Contenedores Culturales

- Bar El Tejar
- Mesón El Puente
- Rte. La Cava
- Los Cigarrales
- Cigarral Monte Rey
- Venta del Alma
- El Cigarral de Las Mercedes
- La Rama
- La Venta de San Martín de los Frebenes

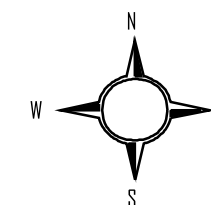




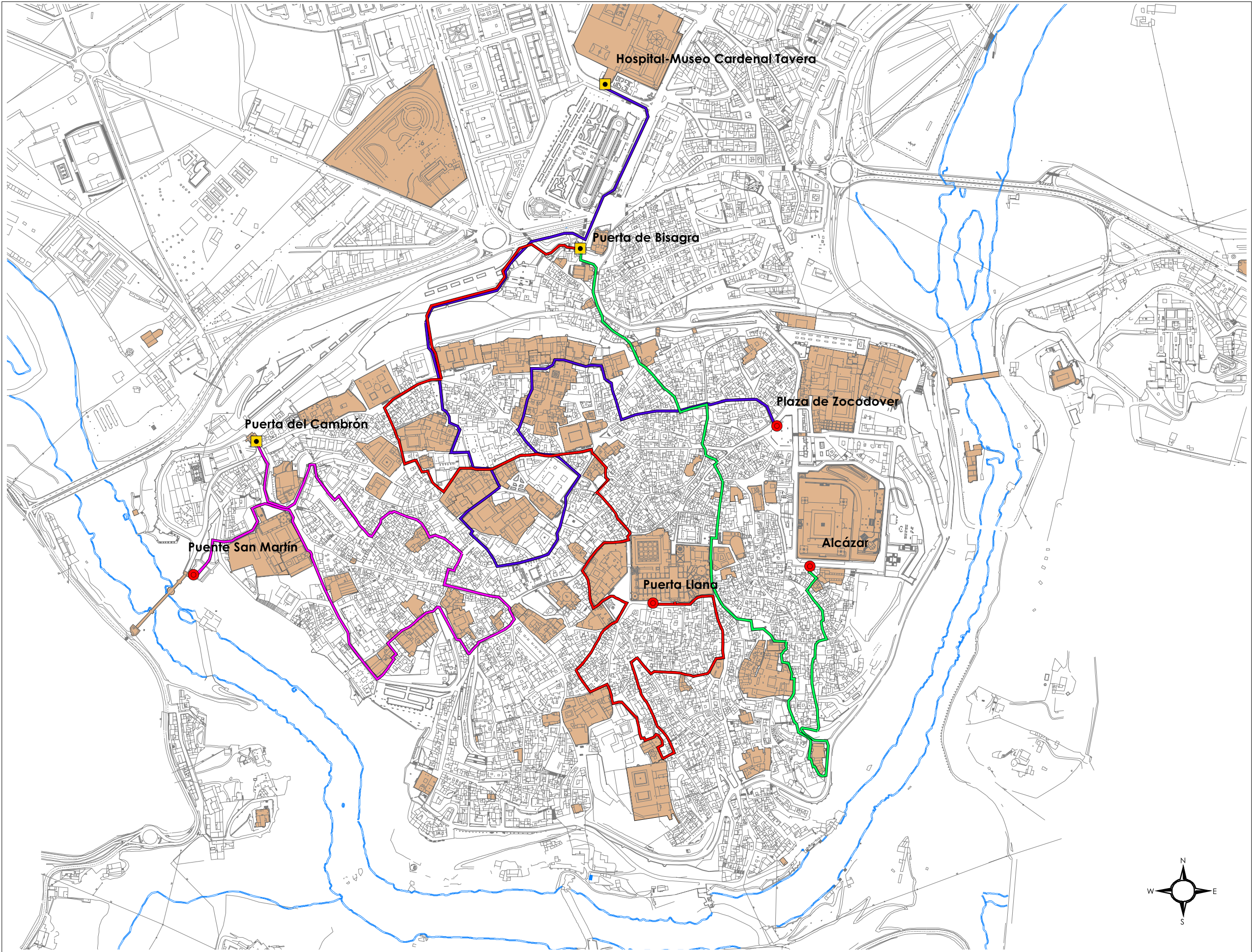


**LOCALIZACIÓN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES POR TIPOLOGIAS**

- Establecimientos comerciales
- Artesanía
  - Confetería-comestibles
  - Recuerdos-prensa
  - Otros
  - Contenedores Culturales







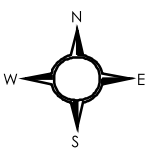
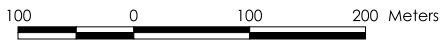
**TOLEDO:  
CIUDAD DE LAS  
TRES CULTURAS**

Itinerarios turísticos temáticos

- Árabes, Mozárabes y Judíos
- Judería
- La Catedral y la Huella de los Cardenales
- El Toledo Renacentista

Momento del recorrido

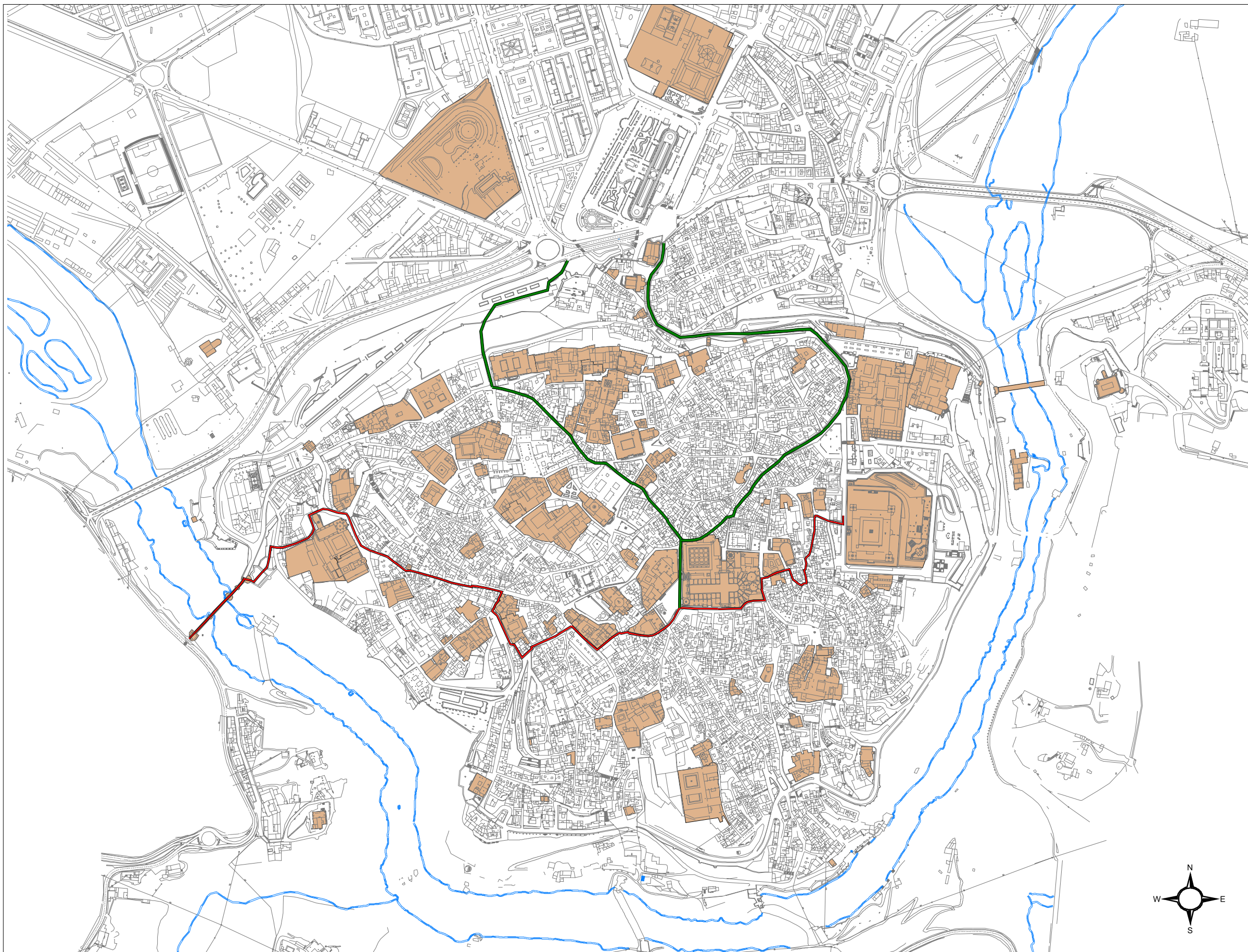
- Final ruta
- Inicio ruta
- Monumentos BIC







EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO

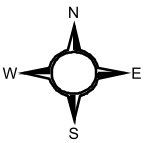
UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana





### MOVILIDAD Y USO TURÍSTICO DEL ESPACIO

- Itinerarios Turísticos
-  Ejes de frecuentación turística (visitantes individuales)
  -  Rutas turísticas secundarias
  -  Otras rutas
  -  Monumentos BIC

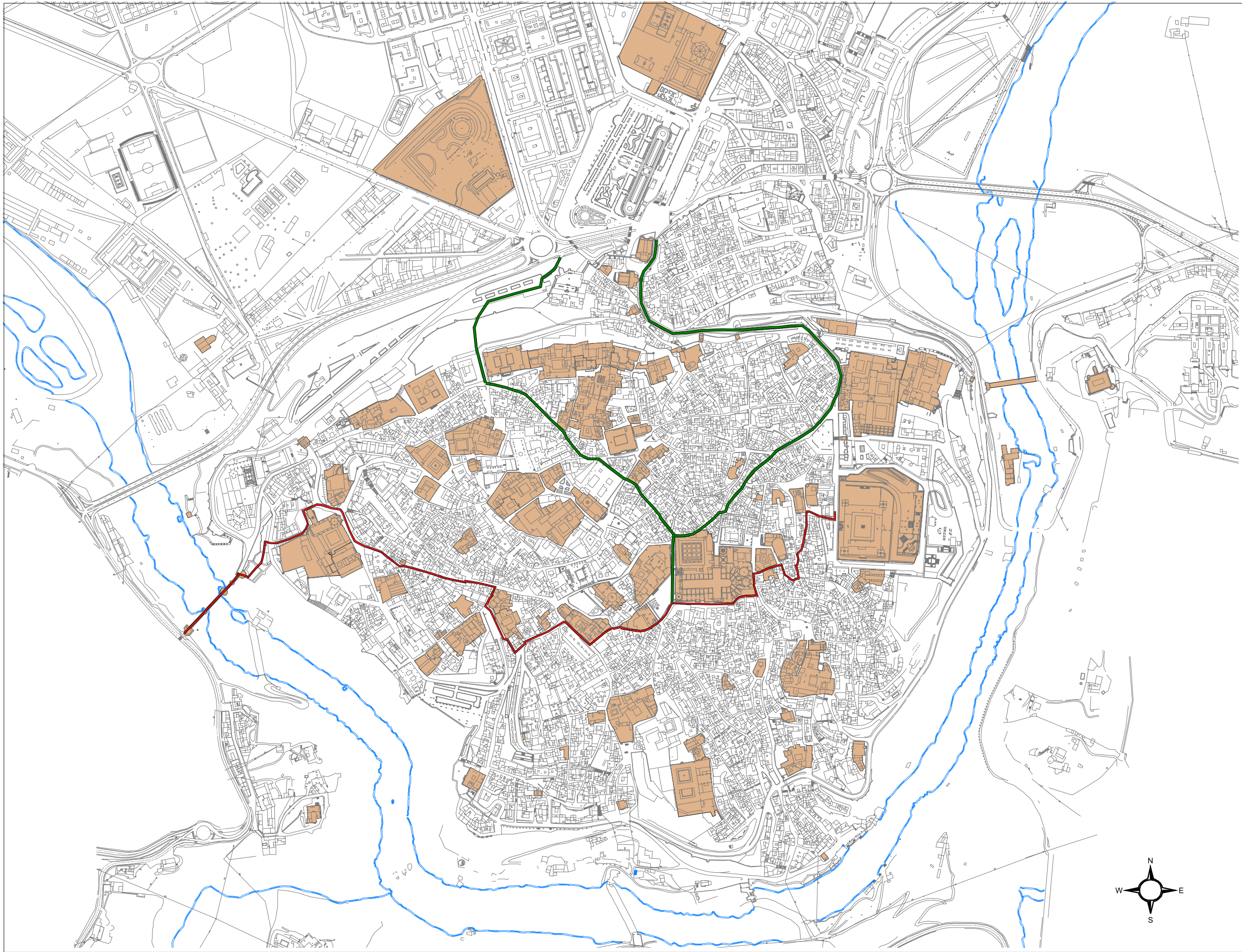


EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO






UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana

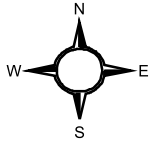




**MOVILIDAD Y  
USO TURÍSTICO  
DE LOS VISITANTES  
EN GRUPO**

Grupos de agencia

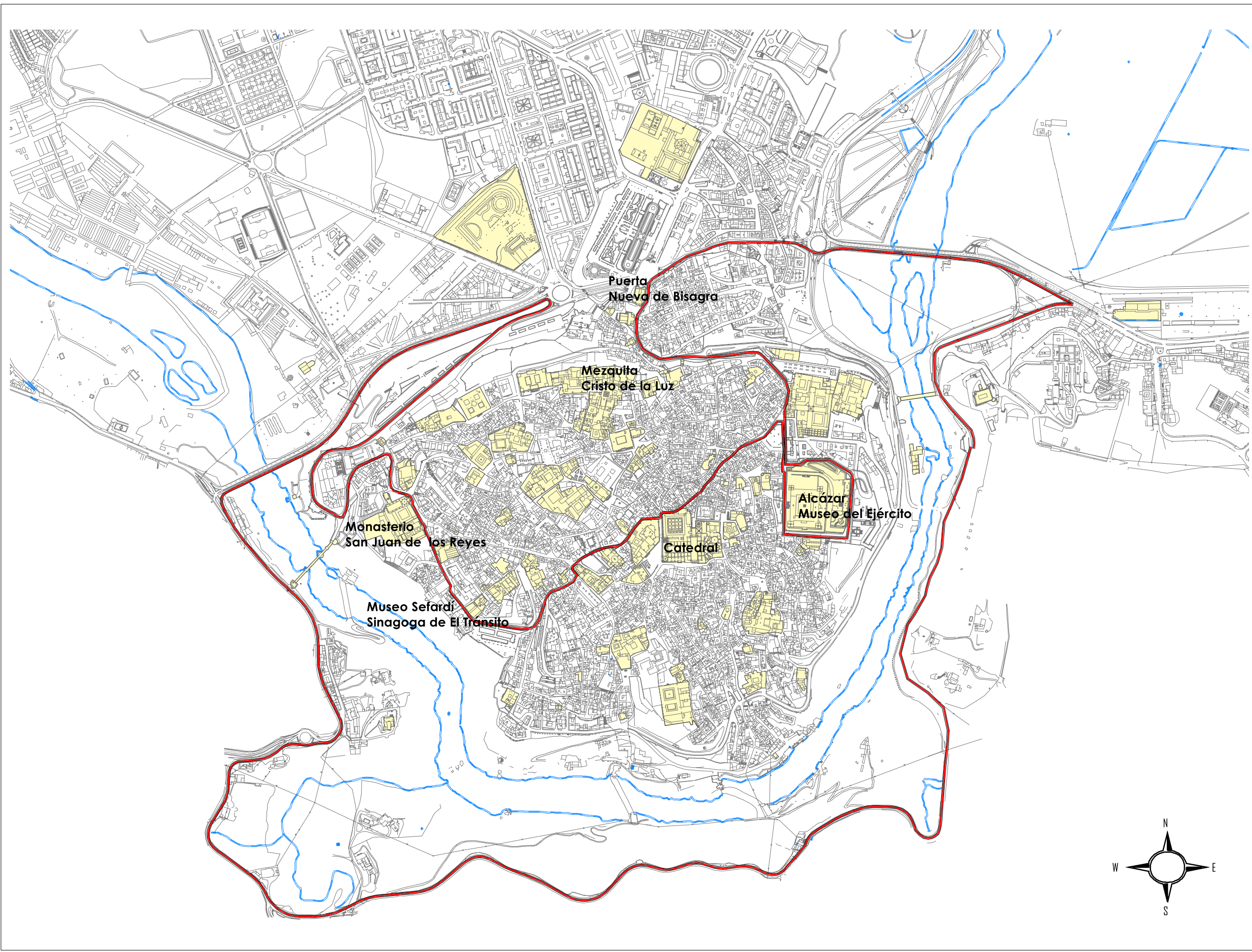
-  Itinerario Principal
-  Itinerario Secundario
-  Monumentos BIC





 EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO

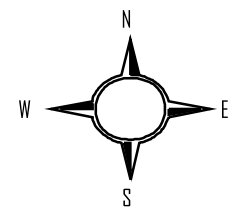
 UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana





**RECORRIDO  
ZOCOTREN**

-  Recorrido Zocotren
-  Bienes de Interés Cultural



100 0 100 200 Meters

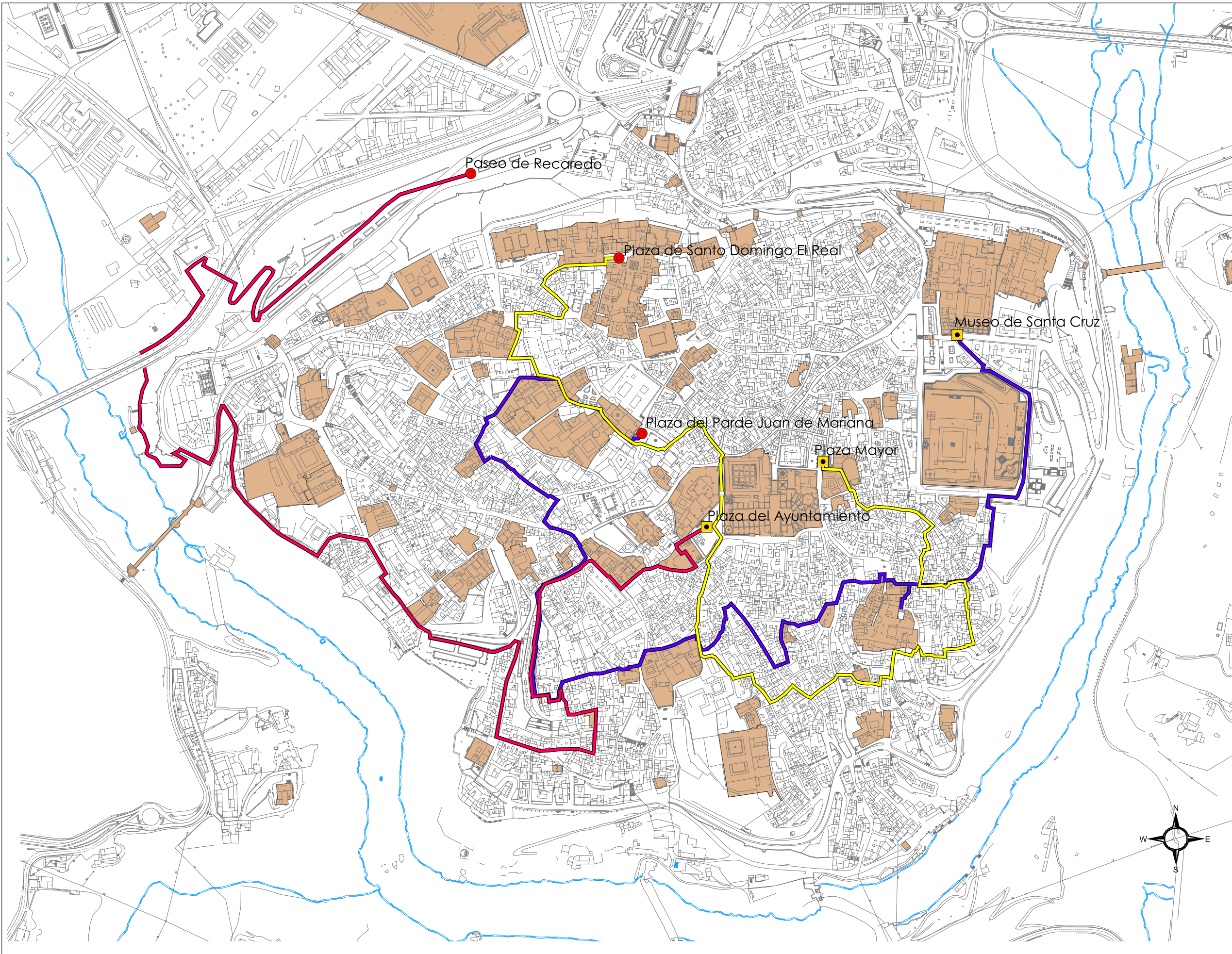


EXCELENTÍSIMO  
AYUNTAMIENTO  
DE TOLEDO



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
DE MADRID  
Departamento de Geografía Humana





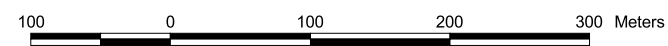
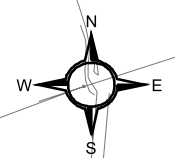
**RECORRIDOS DE LAS VISITAS GUIADAS TEATRALIZADAS**

Rutas Teatralizadas

- Toledo de Bécquer
- Toledo del Romance
- Toledo Mágico

Momento del recorrido

- Final ruta
- Inicio ruta
- Monumentos BIC



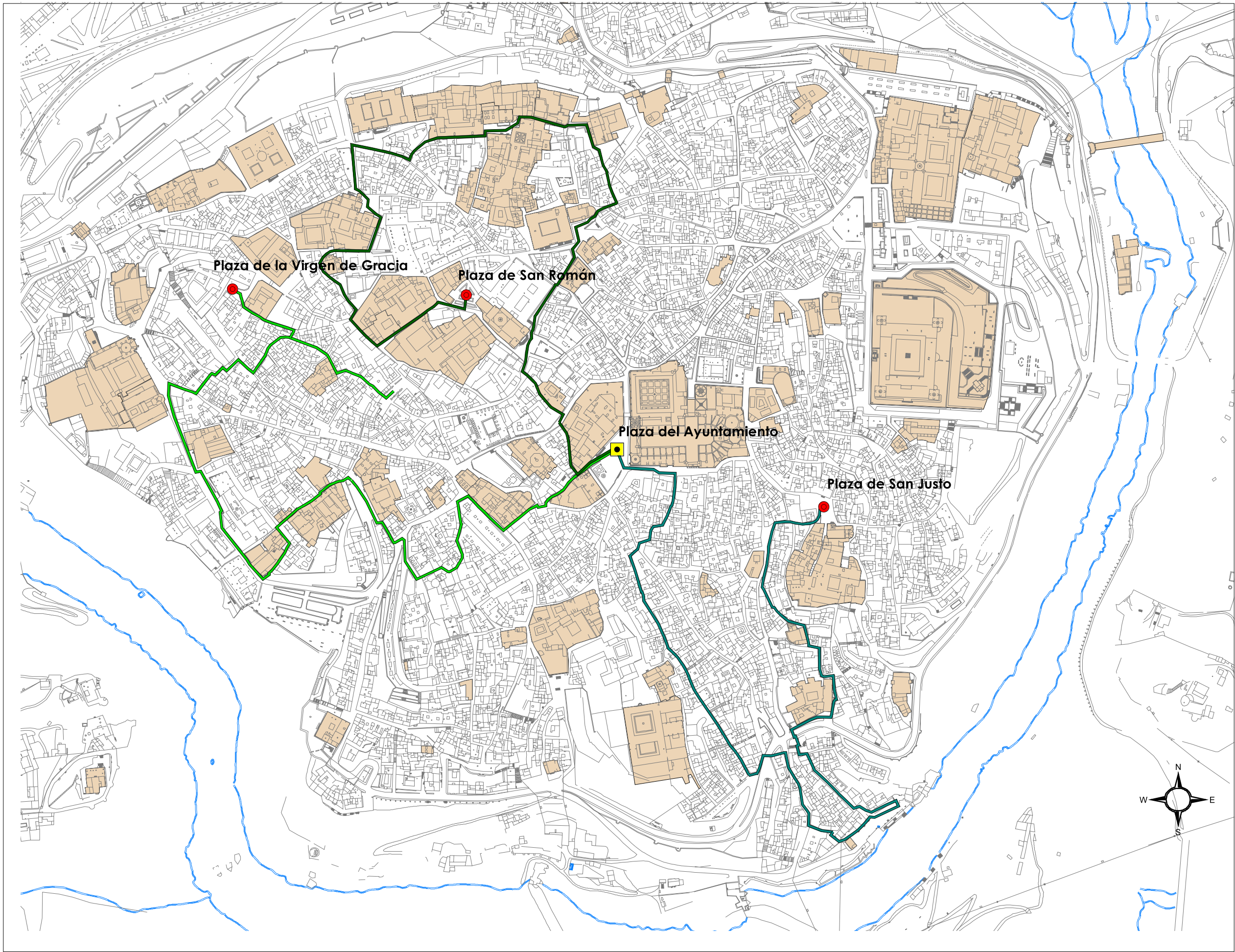
EXCELENTÍSIMO AYUNTAMIENTO DE TOLEDO



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Dpto. de Geografía Humana





### ITINERARIOS DE LAS RUTAS NOCTURNAS TEATRALIZADAS

- Rutas teatralizadas
- Toledo Judío
  - Toledo en la Literatura
  - Toledo de los Conventos
- Recorrido
- inicio ruta
  - final ruta
  - Monumentos BIC

