

que ha editado para otras ciudades: Doce ediciones ya, de la Guía de Cossio (folleto de una excursión a Toledo), traducida en varios idiomas; Catálogo del Museo del Greco; Ampliación del Museo del Greco; Nueva sala del Museo del Greco; El Greco; La Casa del Greco; El Museo del Greco; varias ediciones de «A buen Juez mejor testigo», la bellísima leyenda de Zorrilla; La Nueva Ronda; Toledo y su provincia, en inglés; varios itinerarios de visitas de Reyes y de personalidades, y varias publicaciones reservadas, algunas encargadas por S. M. el Rey.

Hemos de anotar también las publicaciones modestas, pero profusas y atinadas del Centro de Turismo toledano; folletos de propaganda en varios idiomas.

Igualmente consignaremos la revista «Toledo» con doce años de publicación, sólo dedicada a propagar la ciudad de su título.

V

Todo lo que se refiere al servicio hotelero.

Su desarrollo, su mejoramiento.

Factor importantísimo en el turismo es el servicio de hoteles, doblemente interesante, porque afecta a dos aspectos, el material y el espiritual. El uno y el otro, los resuelve un buen hotel para el turista y para la población donde está situado.

Un buen servicio hotelero rinde a la vez que pesetas, prestigio para una población; es ello, lo más grato, el complemento mejor de toda excursión, de un viaje cualquiera, por breve que sea.

Las ciudades de turismo y todas las grandes poblaciones extranjeras, cuidan preferentemente estos servicios, convencidas de que son el secreto de su éxito.

España preocúpase también de tal detalle, porque de él va obteniendo los debidos resultados. No basta con que la ciudad sea completa de atracciones y bellezas, es preciso que tenga buenos hospedajes.

Necesita que su servicio de hoteles sea excelente, digno de ella.

¿Corresponde a Toledo el que tiene?

de Castilla-La Mancha

Pregunta harto difícil de contestar, si se quiere analizar detalladamente, justamente.

Es indudable que por la categoría artística de Toledo, la primera ciudad española en este orden, debiera ser su servicio de hoteles lo mejor también; pero en fiel reflejo de la verdad no se puede decir, ni razonadamente puede ser, porque no hay medios económicos para ello.

Toledo tiene una cifra de turismo enorme, verdaderamente importante, como pocas, pero es un turismo especial; sus visitantes, en una proporción de un noventa y cinco por ciento o quizás más, sólo pasan el día; con el resto que vive el hotel, que hace la pensión completa, es imposible sostenerle.

Con almuerzos solamente, no pueden vivir los hoteles de gran categoría. Y esta es la realidad de Toledo.

No obstante, esto, prescindiendo de nuestros juicios, omitiendo nuestro criterio sobre estos servicios, creemos que la mejor respuesta de su calificación, de su altura, nos lo dicen los propios turistas, en los que volvemos a repetir no influyen solamente las bellezas de la ciudad, sino también la parte material de su vida.

Y Toledo, de día en día afirma su prestigio, y de día en día aumenta el número de sus visitantes, llegando a las cifras referidas que causan asombro. Las cifras de un año y de otro responden de sus hoteles, si no lo que los exigentes, los celosos entusiastas de Toledo quisieran que fueran, por lo menos lo suficientemente confortables y *bien* en general, para ayudar al desarrollo del turismo y conseguir su continuado crecimiento.

Otra realidad que se nos puede censurar si no la consignamos, es la de que son pocos los hoteles toledanos, y si no pocos, pequeños los que hay. Ciertamente así es, pero repetimos la carencia de negocio en general, normalmente, por la también repetida causa de ser turistas de un sólo día, que no hacen más servicio que el del almuerzo.

Si Toledo, ciudad, se diera cuenta de ésto y quisiera atenderlo debidamente, procuraría que el turista hiciera noche, empezando por hacer hoteles, o lo que es lo mismo, subvencionando como fuera preciso esta industria.

No sería el primer caso; repetidas veces lo hemos visto en grandes casinos y centros, donde son subvencionados sus servicios de restaurant, y los resultados de ello son admirables. También en algunas ciudades del extranjero se subvencionan estos

servicios, o al menos se les ayuda no cobrándoles contribuciones ni cargas ningunas, y dándoles toda clase de facilidades.

En Toledo no ocurre nada de ésto, y así sufre las consecuencias; pero volvemos a repetir, que tal como están nuestros hoteles, ayudan al desarrollo del turismo.

¿Que podrían ayudarle mucho más?

Conforme, pero de momento es un hecho positivo, prometedor de ser mucho más, quizás en un plazo no lejano.

Su desarrollo a partir del 1909, es paralelo con el del turismo que ya hemos mencionado. Entonces y en aquellos primeros años sucesivos existían las conocidas y típicas posadas, multitud de casas de viajeros y cinco hoteles; después no ha habido más variaciones en esta estadística, que la transformación y ampliación de uno de ellos en el 1911, y la desaparición de otro.

Actualmente subsisten las mismas posadas, dos muy mejoradas convertidas en fondas, innumerables casas de viajeros o huéspedes, y sólo cuatro hoteles de todos conocidos, cuyas pensiones oscilan desde 10 a 45 pesetas, y los almuerzos de 6 o 9 pesetas.

Estos hoteles, con muchísimos años de existencia, que lógicamente siguieron las contingencias del turismo y que pasaron años medianos, malos, malísimos, en general una vida lánguida, disfrútanla hoy verdaderamente próspera.

Se han mejorado, se siguen mejorando, y lo que es más importante todavía, ofrecen un mejoramiento mayor y constante, producto del aumento de sus clientes, del lógico desarrollo del turismo, del que no pueden apartarse aunque quisieran.

Feliz y práctica realidad, que aún más gratas y prácticas las ofrece para el porvenir.

VI

Propaganda practicada en España y fuera de España, para el mejor conocimiento y atracción del visitante en favor de Toledo.

¿Qué mejor propaganda que los artículos de periódicos y de revistas, y los libros y folletos tan innumerables, a que nos hemos referido en el capítulo precedente sobre publicaciones?