

Lurralde : invest. espac.	33	2010	p:119-145	ISSN 0211-5891	ISSN 1697-3060 (e)
---------------------------	----	------	-----------	----------------	--------------------

# Caracterización del turismo e incidencia potencial y real de la implantación de la alta velocidad en Segovia<sup>1</sup>

Recibido:2009-12-28  
Aceptado: 2010-03-12

**Esther GIL ÁLVAREZ**

Universidad de Valladolid  
Departamento de Geografía

## RESUMEN:

Este artículo realiza una aproximación al turismo en Segovia y a la incidencia que sobre esta actividad puede y está desarrollando la reciente implantación de la línea de alta velocidad Madrid-Segovia-Valladolid. En coherencia con este planteamiento, se parte inicialmente de una breve caracterización del fenómeno turístico en dicho ámbito, insistiendo en las fortalezas y debilidades del modelo, agentes implicados y estructura de su mercado. En un estadio posterior, se realiza una reflexión relacionada con los principales impactos que previsiblemente generará la nueva infraestructura -y de hecho, ya está generando-, analizados éstos desde cuatro perspectivas interrelacionadas: cifra de visitantes, infraestructura hotelera, congresos y convenciones e imagen de la ciudad. Se concluye con una pequeña batería de propuestas para optimizar las plusvalías y las oportunidades generadas por la nueva infraestructura.

**Palabras clave:** turismo, alta velocidad, impactos de la alta velocidad, propuestas, Segovia

## ABSTRACT

**Characterization of the tourism and potential and really incident of the implantation of the high speed in Segovia.**

This article realizes an approximation to the tourism in Segovia and to the incident that on this activity may and there is developing the recent implantation of the line of high speed Madrid-Segovia-Valladolid. In coherence with this exposition, it splits initially of a brief characterization of the tourist phenomenon in the above mentioned area, insisting on the strengths and weaknesses of the model, implied agents and structure of his market. In a later stadium, there is realized a reflection related to the principal impacts that predictably the new infrastructure will generate - and of fact, already it is generating-, analyzed these from four interrelated perspectives: number of visitors, hotel infrastructure, congresses and conventions and image of the city. It is concludes with a small battery of offers to optimize the appreciations and the opportunities generated by the new infrastructure.

**Key words:** tourism, High speed, impacts of high speed, proposals, Segovia

<sup>1</sup> Proyecto de Investigación: "Incidencia de la alta velocidad en Segovia capital y provincia", financiado por *Caja Segovia* y dirigido por la Dra. Dña. Carmen Bellet Sanfeliu. Asimismo forma parte de la línea de investigación desarrollada a partir del proyecto "Análisis y evaluación de las nuevas metodologías y directrices aplicadas a la ordenación del territorio: estudio comparado de las políticas territoriales de Castilla y León en el contexto español e internacional" (PROYECTO VA025A08) patrocinado por la Junta de Castilla y León.

**LABURPENA**

**Izenburu: Turismoaren karakterizazioa eta abiadura handiaren ezarpenaren eragin potentziala eta erreala Segovian.**

Artikulu honek hurbilketa bat egiten du Segoviano turismoari eta Madrid-Segovia-Valladolideko abiadura handiko linearen ezarpen berriak jarduera honen gainetik sortu ahal duen eraginari eta ari den eraginari. Planteamendu honekin koherentzian - eremu horretan fenomeno turistikoaren karakterizazio labur batetik hasten da - modelooren, agente konprometituen eta haren merkatu egituraren sendotasunak eta ahultasunak tematzen. Geroko etapa batean, azpiegitura berriak sortuko duen inpaktu nagusiekin hausnarketa bat egiten da - eta jadanik sortzen ari da -, hauek lau perspektiba interrelacionatu aztertuak: bisitarien kopurua, hoteleko azpiegitura, kongresuak eta konbentzioak eta hiriaren irudia. Proposamenen batera txiki batekin bukatzen da gainbalioak eta aukera sortuak azpiegitura berriagatik optimizatzeko.

**Gako-hitzak:** turismo, abiadura handia, abiadura handiko eragina, proposamenak, Segovia.

**0 INTRODUCCIÓN.**

Segovia constituye un destino turístico de interior con un nivel de consolidación importante que permite su consideración como un producto turístico maduro en el mercado español. En líneas generales, se trata de un punto muy destacado en el excursionismo, con un predominio de visitas cortas y rápidas así como de un modelo claramente estacional, especializado sobre todo en actividades relacionadas con el turismo cultural-gastronómico y de la naturaleza (Troitiño, 2007; De La Calle, 2001; Hortelano, 2001). La reciente implantación de la línea de alta velocidad entre Madrid y Valladolid con parada en Segovia desde el 22 de Diciembre de 2007 obliga a reflexionar sobre los posibles efectos que, desde distintas perspectivas de análisis, puede provocar la presencia de la nueva infraestructura sobre esta actividad. Partiendo de esta premisa, pero teniendo muy presente el escaso tiempo transcurrido desde su puesta en funcionamiento, así como y de manera especial, la singular coyuntura de crisis económica en la que se está produciendo este hecho, se realiza inicialmente una breve caracterización del modelo turístico segoviano, con el análisis de sus principales variables y rasgos definitorios con carácter previo al TAV, para seguidamente analizar las implicaciones que, tanto desde un punto de vista teórico-potencial como real, puede y está generando la nueva infraestructura ferroviaria desde ciertos parámetros objeto de valoración. Para todo ello se ha contado, además de las estadísticas, fuentes consultadas y bibliografía especializada que aparecen reflejadas en el apartado final, con las aportaciones obtenidas a través de la entrevista personal directa a algunos de los principales agentes públicos y privados implicados y directamente afectados.

**1. EL MODELO TURÍSTICO DE SEGOVIA.**

Como se ha comentado, el sector turístico constituye una actividad emergente y de importancia estratégica en la ciudad de Segovia y su entorno, entendiéndolo en sentido amplio, esto es, tanto por lo que se refiere a su área de influencia más próxima o "alfoz" propiamente dicho, como al territorio provincial en su conjunto<sup>2</sup>; Un sector clave

2 El "alfoz" lo componen 21 municipios del entorno incluyendo Segovia capital (Basardilla, Bernuy de Porreros, Brieva, Espirdo, Hontanares de Eresma, Los Huertos, La Lastrilla, La Losa, Navas de Riofrío, Ortigosa del Monte, Otero de los Herreros, Palazuelos de Eresma, San Cristóbal de Segovia, San Ildefonso o La Granja, Santo Domingo de Pirón, Segovia, Sotosalbos, Torrecaballeros, Trescasas, Valseca y Valverde del Manjano). Se trata de un conjunto territorial con una extensión superficial próxima a los 6795 Km<sup>2</sup> y 152.640 habitantes (DOTSE, 2006, 18).

–al representar en torno al 10% del PIB- y de enormes posibilidades que supera el ámbito estrictamente económico para alcanzar al conjunto de factores ambientales que identifican y dan sentido a la sociedad segoviana.

Y es que, en efecto, resulta prácticamente inconcebible hablar de Segovia hoy en día sin referirse a su actividad turística, motor dinamizador de riqueza y empleo, a la que aparece indisolublemente ligada en todos los planos. Un turismo que encuentra su principal aliciente, y por ende, lo esencial de sus fundamentos interpretativos, en la extraordinaria riqueza patrimonial y natural de sus recursos, teniendo su correspondencia en la práctica mayoritaria de dos tipologías bien diferenciadas de actividades turísticas: las relacionadas con el turismo cultural-gastronómico de un lado, y las asociadas al turismo rural y de la naturaleza, de otro<sup>3</sup>.

De este modo, centrándonos exclusivamente en la capital, y sin abundar demasiado en unos planteamientos sobradamente conocidos, conviene insistir en el magnífico valor de sus monumentos histórico-artísticos, merecedores de la declaración en 1985 por la UNESCO de Segovia como “Ciudad Patrimonio de la Humanidad”, que unidos a su sobria gastronomía, la tranquilidad y el ambiente de la ciudad destacan entre las motivaciones comúnmente esgrimidas por los turistas para visitarla. Específicamente merecen ser apuntados monumentos emblemáticos como el Acueducto, la Catedral y el Alcázar, que atraen por sí solos a cientos de miles de visitantes cada año, el recinto amurallado, los antiguos arrabales –destacando el románico civil y religioso y la judería-, así como el cinturón verde. Por otro lado, algunas actividades culturales –como el Festival Internacional de Títeres de Segovia *Titirimundi*, el recientemente implantado *Hay Festival*, el *Muces* (Muestra de Cine Europeo), *Folk Segovia*, la programación del Teatro Juan Bravo y otros eventos e instalaciones culturales como el Torreón de Lozoya, el Museo de Arte Contemporáneo “Esteban Vicente”, el Festival Internacional de Danzas “La Esteva” o la Casa-Museo de “Antonio Machado” entre otros-, constituyen también argumentos de interés (Folgado,2005).

En la provincia el medio natural y el paisaje destacan como principales atractivos, además de todas las razones aducidas anteriormente. Las zonas de máxima atracción son la Sierra (con núcleos como La Granja, El Espinar y San Rafael), las riberas de los ríos Duratón y Riaza (Parques Naturales de las Hoces del Duratón y del Riaza, Hayedo de la Pedrosa, Enebrales y Sabinares de Prádena y Casla, Cueva de los Enebralejos, etc..) y los castillos (Cuellar, Coca, Pedraza, etc...). Existen además algunas actividades culturales de calidad como los “Conciertos de las velas” en Pedraza y el “Mercado Barroco” en la Granja de San Ildefonso, entre otras. Otras manifestaciones festivas o deportivas como los encierros de Cuellar – los más antiguos del mundo-, el concurso hípico de saltos en el campo de Polo de La Granja de San Ildefonso, el *Open de Tenis de Castilla y León* en El Espinar, la fiesta de “Los Gabareros” en la citada localidad, declarada de *Interés Turístico Regional*, la de “Santa Águeda” en Zamarramala, la popular Feria Medieval de Ayllon, o las celebraciones de Semana Santa, sirven igualmente para reunir un importante número de visitantes (fuente:ídem).

Se observa, con todo, la existencia de un modelo turístico tradicionalmente dominado por

3 Dentro de esta clasificación genérica en dos grandes tipologías básicas hay necesariamente que incluir un amplio abanico de ofertas y productos turísticos que van desde las especializaciones tradicionales, consideradas las “piedras angulares” del turismo segoviano, como el turismo cultural-monumental y gastronómico hasta variedades de implantación más o menos reciente como el turismo rural, turismo activo-deportivo, turismo familiar, turismo religioso, turismo para personas con discapacidad, etc... Recientemente y según ha quedado acreditado en la última *Feria Internacional del Turismo* (FITUR), Segovia está apostando por la consolidación de todas estas tipologías y por otras fórmulas más novedosas y de demanda creciente como el turismo arqueológico, industrial y de senderismo, accesible, de reuniones y el enológico.

la concentración y por la especialización. Concentración en primer lugar por lo que hace referencia a la dimensión espacial del fenómeno, por cuanto el turismo cultural presenta una evidente polarización en el centro del casco histórico de la capital y en los Reales Sitios de La Granja y el Palacio de Riofrío, al focalizar lo esencial del turismo cultural en la zona y presentar un itinerario bastante estandarizado que absorbe en torno al 65% de las visitas a Segovia y su alfoz (Dotse,2006). En el ámbito provincial destacan, además de la apuntada ruta de Los Sitios Reales, la del Mudéjar, la de los Castillos o la del Camino de Santiago, con un evidente sesgo temático o de especialización<sup>4</sup>. En lo relativo al otro gran tipo de turismo ofertado, el que tiene que ver con los atractivos rurales y de la naturaleza tiene su contrapunto espacial en la Sierra, preferentemente en las proximidades de las siguientes infraestructuras viarias: a) la carretera San Rafael-Segovia (N-603); la carretera Soria-Plasencia N-110 que transcurre por la *Real Cañada Soriana Occidental* o de la "Vera de la Sierra" en torno a municipios como Torrecaballeros, Pedraza, Prádena, Casla, Navafría, Sepúlveda, Riaza,etc...);y la Valladolid-Segovia-Madrid por Navacerrada CL-601 que atraviesa municipios como La Granja, Valsain, Cuellar,etc...<sup>5</sup>.

Un análisis detallado de estas rutas permite establecer diferenciaciones entre, por un parte, su carácter urbano y/o rural, y por otra, su condición de monumentales, culturales y paisajísticas, lo que favorece una gestión claramente especializada, si bien comporta el riesgo de crear una pernicioso visión atomizada del territorio. Particularmente significativa y criticada es la desconexión del turismo urbano con el rural. Lo rural se aísla de lo urbano, fomentando un turismo de naturaleza que evita las visitas a la ciudad<sup>6</sup>.

A la concentración espacial se une la temporal pues en prácticamente una cuarta parte del año que comprende los fines de semana, puentes festivos y determinados periodos vacacionales como Semana Santa y los meses de verano se concentra el mayor número de las visitas, a lo que hay que añadir que, por su origen, la demanda procede masivamente de la Comunidad de Madrid con un nivel de pernoctaciones muy bajo<sup>7</sup>. Se trata por lo tanto, y con matices derivados del turismo desarrollado en la provincia, con una estancia media superior, de un turismo mayoritariamente de Visitas o Excursionistas, vinculado a los

---

4 Ello no obsta por resaltar que en los últimos años, y a partir de esta especialización tradicional del turismo segoviano, agentes e instituciones implicadas han realizado un importante esfuerzo y apuesta por la diversificación, evidenciada en la creación de nuevas rutas y subproductos turísticos de acuerdo con las necesidades de una demanda cada vez más compleja y exigente, que tienden en algunos casos a diluir las fronteras señaladas. Al respecto, rutas como la del Románico, la que recorre la Sierra de Ayllon (*ruta llena de color*), etc. constituyen muestras expresivas. En esta misma línea de diversificar, innovar, mejorar la calidad y diferenciarse frente a otros destinos competidores hay que entender la amplia variedad de productos turísticos señalados con anterioridad.

5 Junto al turismo rural existe una amplia gama de posibilidades de practicar turismo activo como el deportivo senderismo, bici de montaña, trekking, piragüismo, etc. y de nieve (La Pinilla y Navacerrada). Existen además algunos usos singulares con diferente potencial: aeródromos (Fuentemilanos, Peromingo, Dehesa de la Torre,); Zona de adiestramiento canino (entre Brieva y La Higuera), Hipódromos (Palazuelos); Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM-Valsain) que son muestra de las fortalezas de un espacio que además sirve de soporte para la segunda residencia.

6 De otro lado, las marcadas diferencias en las unidades morfológicas que se identifican en este medio rural se plantean como elemento para especializar las rutas aislando unas de otras.

7 El porcentaje de turistas procedentes de Madrid es del 30% aproximadamente (Devesa y Palacios,2002); Rincón (2004); Observatorio Socio-económico de Segovia (*Análisis de la demanda turística de Segovia -varios años-*).

aspectos culturales-gastronómicos y/o rurales-naturales y con una concentración<sup>8</sup> estacional evidente de Marzo/Abril a Septiembre.

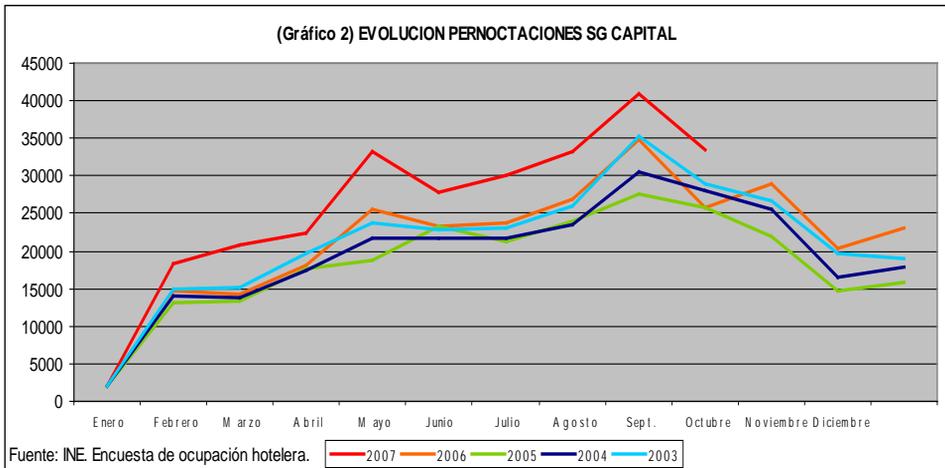
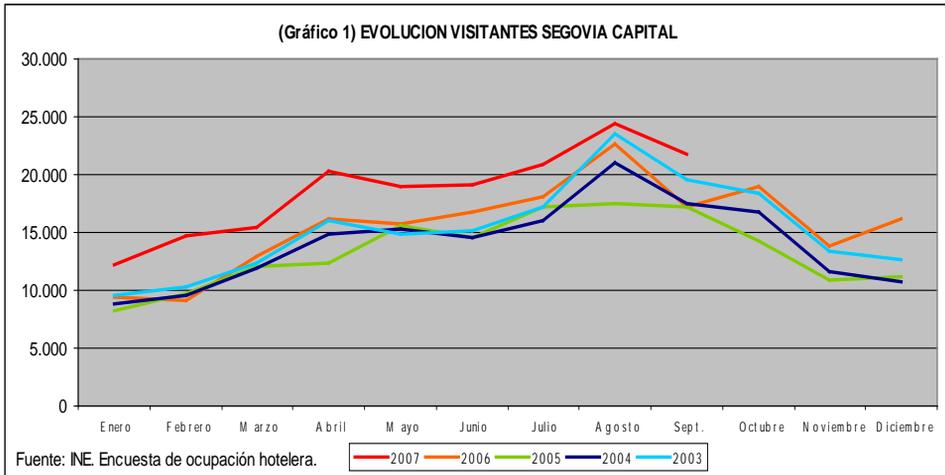
**Tabla 1. Numero de viajeros y pernoctaciones. Encuesta de ocupación hotelera. Segovia capital.**

<b>Viajeros</b>							
Años	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
2007		12.252	14.707	15.418	20.243	18.964	19.143
2006	187.303	9.480	9.161	12.890	16.161	15.780	16.831
2005	160.538	8.292	9.636	12.064	12.336	15.570	14.514
2004	168.501	8.855	9.524	11.938	14.797	15.236	14.600
2003	182.738	9.572	10.288	12.377	16.037	14.789	15.083
<b>Pernoctaciones</b>							
2007		18.298	20.829	22.326	33.303	27.918	30.007
2006	279.582	14.614	14.352	18.137	25.597	23.244	23.651
2005	238.088	13.086	13.434	17.579	18.708	23.269	21.238
2004	252.400	14.123	13.736	17.509	21.754	21.714	21.802
2003	274.919	15.035	15.055	19.573	23.832	22.930	23.057

<b>Viajeros</b>						
Años	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Diciemb.
2007	20.865	24.399	21.820			
2006	18.025	22.660	17.237	19.043	13.856	16.179
2005	17.257	17.480	17.175	14.294	10.815	11.104
2004	16.012	21.012	17.464	16.744	11.586	10.733
2003	17.146	23.479	19.618	18.387	13.342	12.619
<b>Pernoctaciones</b>						
2007	33.348	41.008	33.475			
2006	26.850	34.860	25.744	29.010	20.438	23.085
2005	23.988	27.652	25.720	21.865	14.715	15.835
2004	23.433	30.544	27.961	25.587	16.433	17.806
2003	25.905	35.351	29.032	26.679	19.565	18.915

Fuente: INE y elaboración propia.

8 Conviene añadir que todo esto, además de traducirse en una elevada estacionalidad de la población turista, con oscilaciones muy fuertes, ocasiona aumentos significativos de las necesidades de infraestructuras, equipamientos, viviendas y servicios a la población que no se corresponden con la dinámica demográfica propia de este territorio, de corte regresiva, lo que ha generado en ciertos sectores de residentes un cierto distanciamiento e incluso animadversión al turismo al apreciar que cuando la actividad turística es más intensa también ciertos problemas se intensifican, en particular los de movilidad e inflación generalizada de precios (Fuente: entrevistas a los agentes institucionales y privados implicados).



Esta estacionalidad aparece claramente reflejada en las estadísticas existentes. Así, y de acuerdo con los datos facilitados desde el INE sobre la *Encuesta de Ocupación Hotelera* en Segovia capital para el periodo 2003-2007 (V. Tabla 1-Gráficos 1 y 2 ), se observa cómo además de aumentos muy moderados del número de viajeros y pernoctaciones (un 2,5% los viajeros y 1,7% las pernoctaciones entre 2003 y 2006 –téngase en cuenta el “efecto Edades del Hombre” (2003)-, la distribución mensual refleja una concentración elevada de los visitantes en determinados periodos del año, de forma que lo esencial de la actividad turística se polariza siempre desde Semana Santa hasta Septiembre (especialmente los meses de verano), con un decaimiento del turismo desde Noviembre que, excepto el periodo

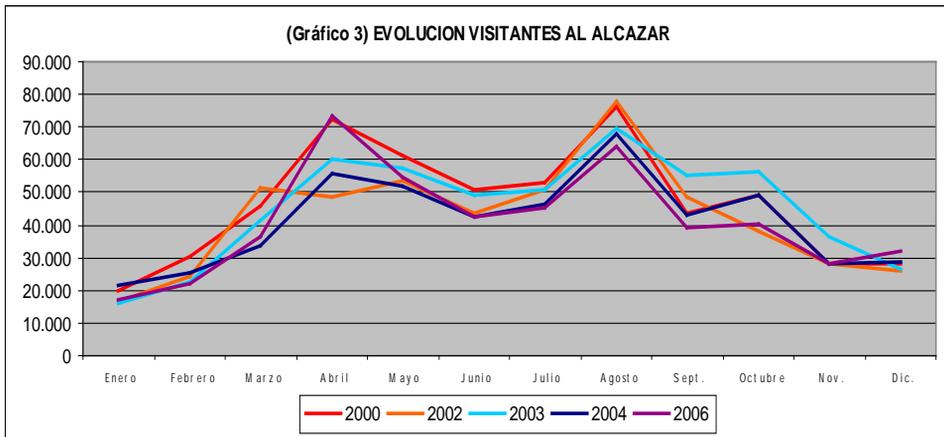
correspondiente al llamado "Puente de la Constitución", disminuye ostensiblemente<sup>9</sup>. Por otro lado, y de acuerdo con la información facilitada desde el Observatorio Socio-Económico de Segovia, la estancia media aproximada en la capital no supera los 1,7 días y la procedencia de los viajeros refleja visitas masivamente de Madrid, como se ha apuntado, y de Castilla y León. (Fuente: <http://www.cajasegovia.es/observatorio/> /MESAS/ESTUDIOS/inf43.htm.).

**Tabla 2. Visitantes al Alcázar de Segovia (2000-2006)**

Año/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
2000	20038	30396	45998	72139	61382	50726
2002	16317	24194	51355	48475	53359	43422
2003	16010	22445	41534	60175	57606	49218
2004	21553	25536	33957	55521	51751	42260
2006	17223	21926	36717	73272	54862	42348

Año/Mes	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Totales
2000	52771	76264	43412	49242	28246	27948	558562
2002	50854	77689	48515	38160	28326	25697	506363
2003	50988	69643	55140	56117	36377	26572	541825
2004	46529	68115	42852	49119	27939	28626	493758
2006	45003	64263	39422	40081	28119	32202	495438

Fuente: Observatorio Socio-Económico de Segovia y elaboración propia



La concentración temporal del turismo segoviano se observa aún más nítidamente al interpretar otra de las estadísticas de referencia en el análisis del citado modelo como es la que contabiliza el *Número de Visitantes al Alcázar* (V. Tabla 2 y Gráfico 3). Lógicamente, y al tratarse de una fuente de información que cuantifica el volumen de personas que visitan el emblemático monumento con independencia de su pernoctación, arroja una información que no es coincidente con la Encuesta del INE. En este sentido, la valoración de la evolución

9 Se tiene constancia de diversos intentos públicos y privados para dinamizar la actividad turística y hostelera en este periodo. Iniciativas como la *Semana de la Tapa de Cuchara* (detapas.com de la Asociación de Comerciantes *Decalles*), las Jornadas Gastronómicas, *La Semana de la Cocina Segoviana*, la ya señalada *Muestra de Cine Europeo*, etc.. constituyen ejemplos expresivos al respecto). Por otro lado, conviene apuntar que el intervalo temporal analizado se ciñe al periodo anterior a la implantación del tren de alta velocidad para poder analizar posteriormente los datos relacionados con anualidades posteriores.

del número de visitantes entre el 2003 y el 2006 refleja un descenso del 8,6%, al pasar de 541.825 visitantes a 495.438; porcentaje que llega a ser del 11,3% desde el 2000.

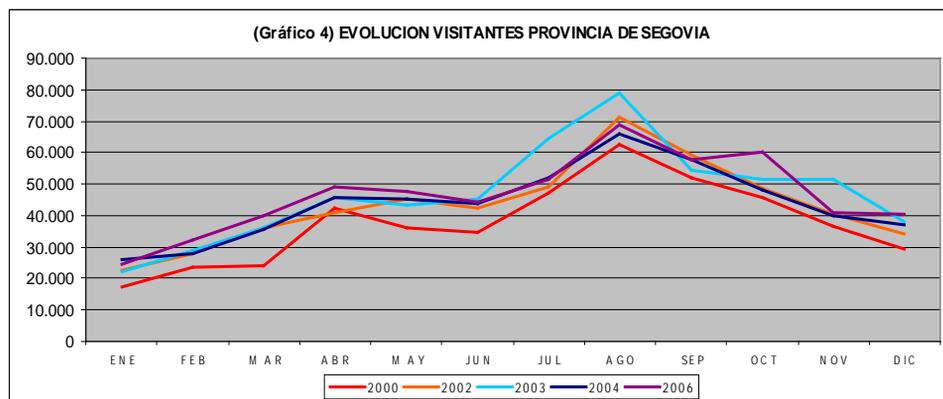
Con todo, el número de visitantes al Alcázar ha subido en 2007, de forma y manera que se ha llegado a los 510.036 turistas, lo que supone una inversión de la tendencia y un aumento de casi el 3% respecto al año anterior (si bien todavía un 8,6% menos que en 2000) (*Empresa Municipal de Turismo*).

**Tabla 3. Evolución del número de viajeros. Segovia provincia.**

Año	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
2000	17.226	23.625	24.192	42.315	35.941	34.736
2002	22.397	27.703	36.061	40.722	45.231	42.352
2003	22.203	28.961	36.016	45.673	43.410	45.034
2004	26.211	27.920	35.502	45.672	45.480	43.850
2006	24.379	32.157	40.135	49.194	47.435	44.269

Año	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTALES
2000	47.153	62.508	51.981	45.635	36.779	29.208	451.299
2002	48.862	71.297	59.353	48.682	40.267	34.150	517.077
2003	64.378	78.839	54.240	51.275	51.328	38.108	559.465
2004	51.752	65.805	57.834	48.134	40.093	37.082	525.335
2006	51.564	69.013	57.905	60.058	40.798	40.375	557.282

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.



Por otro lado, y desde la perspectiva provincial, la distribución mensual de viajeros y pernoctaciones vuelve a evidenciar la estacionalidad del modelo en determinados periodos vacacionales y puentes festivos, en un contexto evolutivo de, por una parte, ligera disminución del número de viajeros desde el 2003 (-0,4%) en contraste con la dinámica expansiva registrada entre el 2000 y el 2003 (aumento próximo al 24%); y por otra, de incremento continuo de las pernoctaciones (+ 4,5% desde el 2003 y +31,4% desde el 2000) que sin duda hay que relacionar con el extraordinario auge y crecimiento del turismo rural, como se comentará más adelante (V. Tablas 3 y 4 Gráficos 4 y 5). No obstante, y de acuerdo con la publicación del *Boletín de Coyuntura Turística* de la Junta de Castilla y León con los datos a fecha de 31 de Diciembre de 2007, el número total de viajeros en 2007 fue de 632.112, lo que supone un aumento del 13,43% respecto 2006 –casi un +13% desde 2003-

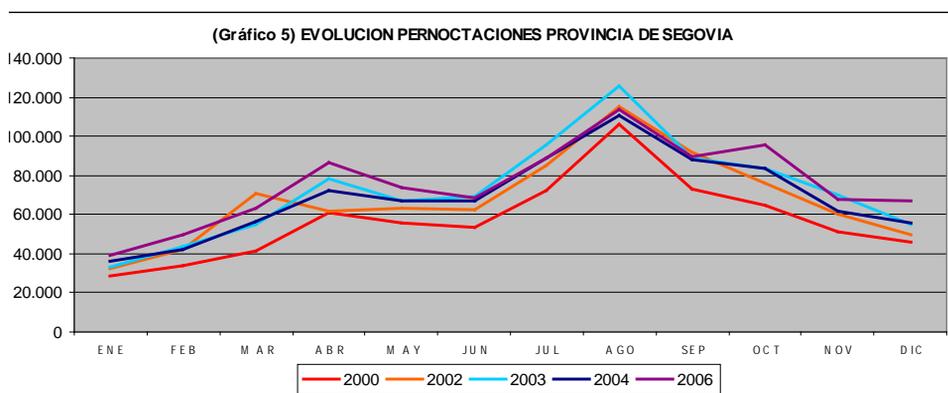
y el total de las pernoctaciones ascendió a 1.001.813 (+10,82% +15,8% respectivamente). Esto apunta igualmente a un significativo cambio de tendencia al alza.

**Tabla 4. Evolución de las pernoctaciones. Segovia provincia.**

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
2000	28.813	33.577	41.176	60.920	55.875	53.586
2002	32.168	42.029	70.794	61.432	62.900	62.672
2003	33.375	43.380	54.576	78.631	66.904	69.388
2004	35.945	42.294	56.234	72.297	66.801	67.082
2006	38.838	49.663	63.392	86.590	73.847	68.784

	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTALES
2000	72.466	106.137	72.751	64.601	51.483	46.229	687.614
2002	84.945	115.020	92.068	75.938	60.228	49.749	809.943
2003	95.719	125.444	89.170	83.315	70.149	54.757	864.808
2004	88.457	110.411	88.285	83.569	61.408	55.421	828.204
2006	88.853	113.998	89.302	95.917	68.066	66.722	903.972

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.



### 1.1 Agentes y políticas

Todo este tipo de actuaciones, bien coyunturales o de carácter eventual, desde las ferias, exposiciones o conciertos apuntados hasta las que poseen un carácter más estable y se hallan vinculadas a la puesta en valor de los elementos patrimoniales o naturales más significativos a través de rutas o itinerarios variados, han sido diseñadas e impulsadas por diversos agentes tanto públicos como privados destacando al respecto la labor desarrollada desde los entes municipales (Ayuntamientos de Segovia capital – *Empresa de Turismo Municipal de Segovia*- y de la provincia), la Diputación Provincial de Segovia (*Patronato provincial de Turismo*), y los Grupos de Acción Local (*Segovia Sur*, *Aidescom-Campaña Segoviana*, *Honores-Tierra de Pinares*, *Codinse* (Coordinadora para el desarrollo integral del Nordeste de Segovia. La Asociación de Turismo Rural de Segovia (*ATURACSE*) merece

también ser destacada<sup>10</sup>.

Y en este marco institucional, las directrices generales de la política turística han encontrado lo esencial de sus fundamentos inspiradores y explicativos en el contenido de cuatro documentos básicos: por un lado, la *I Cumbre Mundial de Ecoturismo* (Québec 2002); por otro, el *I Congreso de Ecoturismo y Ciudades Históricas* (Segovia 2002); en tercer lugar, en el *Plan de Excelencia Turística de la ciudad de Segovia (2000-2002)*, y *Plan de Dinamización Turística de La Granja de San Ildefonso (2005-2008)*. En ellos, y frente al enfoque convencional del turismo centrado en los visitantes, se advierte una clara orientación hacia propuestas que sintonizan más con las propias del denominado *ecoturismo*, esto es, aquellas en las que se priorizan el cuidado del entorno y el servicio a los residentes, en tanto que beneficiarios últimos del turismo<sup>11</sup>.

Específicamente, y por su trascendencia para el ámbito que nos ocupa, conviene referirse al *Plan de Excelencia Turística de la ciudad de Segovia*, ejecutado durante el trienio 2000-2002 al constituir el punto de partida para el desarrollo ordenado de la actividad turística de Segovia, regida por los principios de sostenibilidad y competitividad como garantía de éxito a medio y largo plazo. La iniciativa, realizada en colaboración con el Ministerio de Economía y la Junta de Castilla y León, la Cámara de Comercio y patronal de Hostelería, nació con el propósito de impulsar la promoción exterior del turismo local, el aumento de las pernoctaciones y la gestión de los flujos de visitantes. Las actuaciones se han materializado a través de varios programas de recuperación urbana, fomento de nuevos productos típicos de la zona, elaboración de itinerarios alternativos, colaboración con las universidades y fundaciones y programas de formación de profesionales para el sector.

Por su parte, y con fines similares, el *Plan de Dinamización Turística de La Granja de San Ildefonso (2005-2008)* se encuentra actualmente finalizado. Con un presupuesto de 2 millones de euros y la participación del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, el Ayuntamiento de La Granja-San Ildefonso y la Federación Empresarial Segoviana, ha pretendido mejorar la competitividad del municipio, punto destacado en el excursionismo como Segovia capital, a través de la consecución de cuatro objetivos concretos: Aumentar la calidad de los servicios turísticos; mejora del medio urbano y natural; ampliar y mejorar de los espacios de uso público; aumentar y diversificar la oferta; crear nuevos productos; sensibilizar a la población y agentes en una cultura de la calidad. La inauguración, en Junio de 2007, del *Parador de Turismo de La Granja* y el *Centro de Convenciones* o la apertura del *Centro Integral de Turismo* son dos de sus materializaciones más destacadas.

---

10 El *Patronato Provincial de Turismo*, dependiente del gobierno provincial, aglutina a empresas, entidades e instituciones con el fin de promocionar y contribuir a la mejora la calidad de los servicios turísticos de la provincia. Mantiene una estrecha relación con las instituciones y administraciones a todos los niveles (*Turespaña* a nivel nacional y *Sotur* a escala regional –que es la entidad de promoción del turismo de la Junta de Castilla y León). Por su parte, la *Empresa de Turismo Municipal de Segovia*, dependiente del Ayuntamiento, tiene como propósito que Segovia-capital se afiance como referente turístico y cultural dentro y fuera del territorio nacional. Además de todos los agentes e instituciones apuntados, conviene indicar que, recientemente y como es conocido, el conjunto de las localidades segovianas de Cuellar, El Espinar, Riaza, Sepúlveda y Ayllon, y las abulenses de Arévalo y Madrigal de las Altas Torres han formado la Asociación Cultural-Turística “Siete Pueblos” con el fin de lograr una mayor proyección turística a nivel internacional así como contribuir a la promoción de estos destinos y sus comarcas respectivas.

11 Por ello deben identificarse las relaciones del turismo con el entorno, cuya conservación debe garantizar superando cualquier simplificación del turismo que lleve a plantearlo como una simple guía de itinerarios o rutas.

## 1.2 La estructura del mercado turístico: infraestructura turística

La oferta turística, por lo que se refiere a Segovia capital, se ha apoyado tradicionalmente en un potente sector de restauración y una infraestructura de alojamiento hotelero que podría calificarse de modesta comparativamente, lo que se entiende habida cuenta la importancia de la gastronomía como uno de los principales atractivos y el peso poco destacado de las pernoctaciones debido a la cercanía de Madrid y Valladolid como hemos visto. De este modo, y atendiendo a los datos facilitados desde la *Dirección General de Turismo* de la Junta de Castilla y León, Segovia-ciudad contaba en 2007 con un total 116 establecimientos con capacidad para 12.209 plazas, de los que el sector hotelero disponía de 45 establecimientos y 2.603 plazas.

El sector hotelero mantiene en consecuencia un número de plazas muy inferior al de comensales. Un sector este último dominado por la implantación tradicional de hoteles y pensiones de reducido tamaño y categoría, si bien en los últimos años se ha producido un aumento considerable de los hoteles de tres y cuatro estrellas (*Hotel Candido, Hotel San Antonio El Real, Eurostars Plaza Acueducto, Palacio San Facundo, etc...*) que hacen más interesantes las posibilidades de pernoctar en Segovia y han aumentado notablemente el número de plazas. Así, en 2007 el alojamiento hotelero en la capital ha experimentado desde el 2000 un aumento del 309% pasando de 11 a 45 establecimientos (Tabla 5). Ahora bien, las categorías hoteleras que más han crecido han sido las inferiores y de menor capacidad, como se ha señalado, confirmando la escasa entidad de las pernoctaciones. Por su parte, los hoteles de 4 estrellas han pasado de 2 a 7 como queda reflejado en la tabla pero como se ha comentado, este aumento obedece a las aperturas de estos últimos años<sup>12</sup>

A nivel provincial hay que destacar la apuntada inauguración del *Parador Nacional de la Granja y Centro de Convenciones*, que puede actuar como elemento de descongestión en determinadas coyunturas por su proximidad a la capital, si bien corresponde a la categoría de máxima calidad y precio. Con todo, en la provincia el alojamiento hotelero ha experimentado un aumento del 27,6% en número de establecimientos, esto es, de 123 a 157 establecimientos, y las plazas un crecimiento del 52,3% (Tabla 6). Como se apuntó, la categoría más que ha crecido ha sido sin duda el turismo rural con un aumento del 380% pasando de 55 a 264 establecimientos. Todo ello en un contexto general en que, a nivel global la oferta hotelera en la provincia ha crecido un 133,3% y las plazas un 80,5% en el periodo señalado.

**Tabla 5. Evolución del número de establecimientos hoteleros y de restauración. Segovia capital.**

	2000	2002	2007	% 2000 / 2007
HOTELES 4*	2	2	7	250%
RESTO HOTELES	9	10	38	322%
TOTAL HOTELES	11	12	45	309%
RESTAURANTES	80	97	116	45%

Fuente. Dirección general de Turismo. Junta de Castilla y León.

12 La repercusión de estos últimos en las plazas de alojamiento ha sido muy importante pues han pasado de 1.375 en 2004 a 2.603 en 2007 (aumento de casi el 90%), lo que da cuenta del impulso recibido por el sector en los últimos años y en el que determinados acontecimientos, como la preparación de la ciudad ante la llegada del tren de alta velocidad y el previsible aumento de visitantes, ha podido influir como argumento explicativo de esta dinámica expansiva.

**Tabla 6. Evolución del número y plazas de establecimientos de alojamiento y restauración en la provincia de Segovia 2000-2007.**

Anualidades	2000		2001		2002		2003		2004	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZ.
Hoteles	123	3.895	128	4.493	133	4.573	141	4.764	142	4.805
C. Turismo	5	1.513	5	1.513	5	1.513	5	1.500	5	1.513
C. Rurales	55	608	80	841	91	962	105	1.079	137	1.334
Restaurantes	337	31.259	371	37.446	405	41.272	423	43.381	428	44.046
Total Con Rest.	520	37.275	584	44.293	634	48.320	674	50.724	712	51.698
Total Sin Rest.	183	6.016	213	6.847	229	7.048	251	7.343	284	7.652

Anualidades	2005		2006		2007		%00-07	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
Hoteles	149	5.056	152	5.529	157	5.933	27,6%	52,3%
C. Turismo	5	1.513	6	2.364	6	2.364	20,0%	56,2%
C. Rurales	183	1.760	223	2.184	264	2.563	380,0%	321,5%
Restaurantes	439	45.280	458	47.384	479	49.769	42,1%	59,2%
Total Con Rest.	776	53.609	839	57.461	906	60.629	74,2%	62,6%
Total Sin Rest.	337	8.329	381	10.077	427	10.860	133,3%	80,5%

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León

En lo relacionado con el sector de restauración, los restaurantes en Segovia capital han pasado de 80 a 116 establecimientos desde el 2000, lo que ha supuesto un aumento del 45%. En la provincia la evolución ha sido algo menor al pasar de 337 a 479, lo que significa un aumento del 42,1% en número y de un 59,2% en las plazas (V. Tabla 6).

Todo ello no hace sino reflejar y traducir nuevamente las características del modelo turístico segoviano, dominado por el claro predominio del excursionismo o turismo de visitas en la capital; visitas cortas y rápidas, con un nivel de pernoctaciones escaso, aspecto este último convertido en el caballo de batalla y gran eje articulador de la política turística en estos últimos años como se ha señalado. Con todo, y a nivel provincial destaca el espectacular crecimiento del turismo rural con un aumento de más del trescientos por cien, concentrado en los núcleos de la Sierra y Carretera N-110 y animado por estancias más largas.

Este modelo turístico y las singularidades de su oferta adquieren su pleno sentido y explicación cuando se atiende y analiza la otra cara de la moneda, esto es, el perfil del turista segoviano, o lo que es lo mismo, las características de la demanda. En este sentido y como reflejan reiteradamente los estudios realizados (Devesa y Palacios, 2002, 105-109; Observatorio Socio-económico, *Análisis sobre la demanda turística en Segovia* –varios años–), este turista se corresponde con un visitante fiel cuya estancia media es corta, de unos tres días, con una media de 1,6 días en la capital y 1,7 en la provincia. En cuanto al tipo de alojamiento el medio más utilizado es el hotel/hostal, si bien se aprecia un incremento constante del porcentaje de los que optan por casas rurales y segundas viviendas<sup>13</sup>. Se

13 En hoteles la estancia media es de 3 días, en casas rurales de 4 y en casas de amigos, familiares o segunda residencia de 6-8 días.

trata con frecuencia de viajes en pareja, con familiares o amigos, de unas cuatro personas por término medio, organizados por cuenta propia, utilizando mayoritariamente el coche o vehículo privado para los desplazamientos, con un 40% de visitantes que decide pernoctar en la ciudad o en la provincia, siendo 4,7 el número medio de noches, si bien la estancia media es muy superior en la segunda. Sus motivaciones más importantes, por otro lado ya señaladas, son la riqueza monumental de la ciudad y la gastronomía. Los aspectos mejor valorados son el entorno natural, el urbano, la tranquilidad y la conservación del patrimonio y los peores los aparcamientos, el estado de las calles y el tráfico. Su perfil socio-demográfico parece definido por el predominio de edades comprendidas entre los 18 y 45 años, con nivel de formación elevado, la mayoría con estudios universitarios y procedentes sobre todo de Madrid y de Castilla y León. En la capital son algo más importantes los procedentes de Andalucía y Cataluña, mientras que para la provincia los de la Comunidad Valenciana, Baleares y País Vasco.<sup>14</sup>

En síntesis, nos hallamos ante un destino turístico de interior, maduro, punto destacado en el Excursionismo, con un grado de concentración estacional centralizado entre Marzo/Abril y Septiembre, y especializado en actividades relacionadas con el turismo cultural en la capital y de la naturaleza en la provincia, con una demanda mayoritaria procedente directa e indirectamente de Madrid y Castilla y León a lo que se añade, y de enorme interés desde la perspectiva que nos interesa, la utilización mayoritaria del vehículo privado como medio de transporte. Llegados a este punto, y ante la reciente puesta en funcionamiento del TAV Madrid-Valladolid con parada en Segovia resulta sumamente oportuno reflexionar sobre las oportunidades que sobre este sector puede desencadenar – y de hecho está generando pese al escaso intervalo de tiempo transcurrido desde su puesta en marcha-, la llegada de una nueva infraestructura de estas características, máxime cuando esta demostrada la estrecha vinculación existente entre “transporte y turismo” pues como es sabido, la peculiaridad de los destinos turísticos reside precisamente en el disfrute “in situ” de los atractivos, lo que refuerza la importancia de la conexión y de la accesibilidad como garantes esenciales de su éxito y competitividad.

## 2. LA ALTA VELOCIDAD EN SEGOVIA.

Tal y como se ha señalado, el 22 de Diciembre de 2007 se inaugura la línea de alta velocidad ferroviaria Madrid-Valladolid con estación intermedia en las proximidades de la ermita de Juarrillos, a cuatro kilómetros de Segovia. De este modo, y haciendo uso del AVE, la duración del trayecto entre Segovia y Madrid es de 22 minutos frente a las dos horas que significaba el viaje en tren convencional y la hora y cuarto del bus; el trayecto a Valladolid es de 33 minutos, en lugar de la hora y media en coche o autobús, aunque en ambos casos hay que añadir el tiempo empleado desde la estación de tren a la ciudad y que oscila entre diez y quince minutos (Fuente: *Urbanos de Segovia S.A*)<sup>15</sup>.

14 Los visitantes de la provincia, además de los aspectos ya apuntados, muestran una mayor fidelización al destino, mayor permanencia, registran puntuaciones medias más elevadas para todos los motivos de la vista, con un perfil motivacional dominado por el descanso, las vacaciones y la naturaleza, con niveles de gasto por persona y día superiores, niveles medios de satisfacción más elevados, edad media mayor, nivel de estudios superior, procedentes de Madrid y Castilla y León sobre todo, también de País Vasco, Navarra, Valencia, mauro peso de funcionarios, empleados y jubilados frente a autónomos, empresarios y estudiantes, y niveles de renta familiar superiores.

15 Por otro lado, desde el Febrero de 2008 han comenzado a circular las lanzaderas *Avant* entre Segovia y Madrid que si bien realizan el recorrido en 35 minutos conllevan una merma significativa de las tarifas, especialmente si los usuarios se acogen algunas de las modalidades ofertadas de reserva como la *Tarjeta Plus* o bonos multiviajes. De igual modo, aunque con cierto retraso, se han implantado en el caso del trayecto Valladolid- Segovia.

Con la entrada en servicio de esta nueva línea ferroviaria, Segovia cuenta con una nueva infraestructura de transporte y se halla "a priori" ante un acontecimiento capaz de propiciar las más importantes oportunidades que esta ciudad y su entorno hayan tenido a su alcance en muchos años. Y es que, en efecto, según acredita la experiencia de la implantación del AVE en otras ciudades tanto españolas -Ciudad Real, Toledo, Lérida, Zaragoza, Córdoba - como europeas -Aviñón, Nantes, Manheim- la alta velocidad se ha erigido en el mayor elemento dinamizador y generador de oportunidades, lo que confirma y refuerza su condición de tema estrella, con dimensión estratégica de primer orden (Bellet y otros, 2000; Bellet y Alonso (coords), 2008).

En una aproximación general y teórica sobre sus efectos, es evidente que uno de los mayores impactos está relacionado con la movilidad que, al quedar facilitada con la nueva infraestructura tiende a aumentar, debido a la significativa reducción de la duración del viaje a Madrid y Valladolid, como se ha apuntado. Con el aumento de la movilidad, es bastante probable que aparezcan nuevos tipos de usuarios pendulares, de ida y vuelta, y otros ocasionales que viajen por diversos motivos como turismo, compras, etc.. Así, el tren de alta velocidad amplía enormemente las posibilidades de trabajo o estudio para quienes residan en Segovia y su entorno y a la inversa. Posibilita además a personas residentes en Madrid o Valladolid el traslado de su domicilio a Segovia.

Junto a los efectos a nivel urbanístico y demográfico, es muy posible que uno de los sectores más beneficiados sea el de turismo y hostelería, dado que el AVE potenciará aún más el turismo desde Madrid. De hecho, en una consulta realizada a un panel de expertos por parte del Observatorio Socio-Económico de la ciudad (2007), el 97% de los consultados resaltó que la puesta en funcionamiento del tren de alta velocidad (TAV) impulsaría el turismo en la capital de Segovia y los alrededores (porcentaje reducido al 60% si se trata del impulso del turismo en el medio rural de Segovia). Para el 80% además el TAV fomentaría el turismo de calidad; Información ésta ratificada en las entrevistas realizadas por nosotros a los principales agentes institucionales y privados implicados.

En coherencia con estas ideas y como se ha comentado, nuestro propósito es reflexionar sobre las consecuencias y los impactos que el tren de alta velocidad puede generar sobre un modelo turístico como el segoviano, partiendo de la idea de que dado el carácter tan reciente de su implantación, falta perspectiva temporal suficiente para ello. Así, tan sólo pueden realizarse algunas consideraciones, a modo de reflexiones, sobre la experiencia de la llegada del AVE en ámbitos similares (Toledo, Ciudad Real, Puertollano, Córdoba, etc...), prever los posibles efectos a partir de los estudios teóricos existentes al respecto, comentar las opiniones emitidas por los agentes implicados en las entrevistas e interpretar los principales -y escasos- datos disponibles, relacionados sobre todo con la evolución de determinadas variables en 2008 y parte de 2009<sup>16</sup>.

Con estas premisas, abordamos en primer lugar los beneficios y tendencias generales que en materia turística normalmente lleva aparejada la mejora de la accesibilidad y su potencial efecto en el caso segoviano; para a continuación centrar la atención en analizar y valorar los principales impactos que, a lo largo de 2008 y 2009 (en la medida de lo posible), está generando la nueva infraestructura en el turismo de Segovia. Finalmente, se realizan algunas propuestas de interés desde el punto de vista turístico para optimizar su puesta en funcionamiento.

## **2.1 Beneficios y tendencias generales de la mejora de la accesibilidad en turismo: aplicación potencial al caso de Segovia.**

<sup>16</sup> En este sentido hay que destacar, entre otras, la entrevista realizada a Javier Lebrero, Presidente de la Agrupación de Industriales Hosteleros de Segovia (AIHS), si bien desde principios del año 2008, el cargo lo ocupa Cándido López.

La puesta en servicio de una nueva infraestructura de transporte como es la línea de alta velocidad se traduce de forma automática en una sustancial mejora de la accesibilidad. Esta mejora, desde la perspectiva turística propiamente dicha, lleva aparejada normalmente a su vez toda una serie de beneficios y tendencias generales que pueden concretarse sintéticamente en dos aspectos interconectados: de un lado, el incremento de áreas potencialmente emisoras de turistas y, en ese sentido, la ampliación de los mercados de demanda; y de otro, modificaciones en el comportamiento “habitual” de los flujos turísticos, todo lo cual suele traducirse en alteraciones del modelo turístico preexistente.

Y es que, en efecto, dada la intensa vinculación existente entre comunicaciones-accesibilidad y desarrollo turístico, las mejoras propiciadas por el avance en los transportes contribuyen claramente a una redefinición de la “*renta de situación*” de los destinos turísticos afectados, ya sean éstos tradicionales o emergentes, en tanto que afianzan sus ventajas comparativas al mejorar la conexión, lo que favorece el despegue de nuevas áreas tanto emisoras como receptoras inicialmente apartadas de los circuitos de demanda (Vera y otros, 1997).

En principio pues, la posición de Segovia en tanto que destino turístico tradicional dotado de un elevado nivel de consolidación y madurez, queda claramente reforzada con la llegada del TAV frente a “competidores” tradicionales situados en un entorno próximo como Ávila y Salamanca. En este sentido, y en una primera aproximación, el AVE se debería traducirse “a priori” en aumentos cuantitativos del número de visitantes.

Se deberían producir además y como se ha señalado, nuevas tendencias en los flujos turísticos, tendencias susceptibles de ser analizadas y valoradas en una triple perspectiva espacial: regional, nacional e internacional (turismo extranjero). En este sentido, será de sumo interés en una perspectiva temporal más dilatada en el tiempo reflexionar sobre los efectos turísticos de la alta velocidad en relación con el ámbito territorial y la estructura de procedencia tradicional de los visitantes (demanda), especialmente la procedente de Madrid, donde la mejora de las comunicaciones puede intensificar los flujos turísticos casi con toda seguridad. Y relacionado con ello, las posibles implicaciones turísticas de la aglomeración madrileña no sólo como foco emisor directo de flujos procedentes de la metrópoli, sino como punto de partida de numerosas rutas que encuentran en Segovia una de sus etapas, y en las que el predominio de grupos de turistas extranjeros es una constante (aspecto este último que probablemente tenderá así mismo a reforzarse).

Del mismo modo, habría que revisar el comportamiento de los flujos turísticos procedentes de otras capitales y ámbitos geográficos nacionales conectados ahora por alta velocidad con Segovia capital como es el caso, en primer término, del mercado vallisoletano, que además cuenta con una nueva infraestructura viaria por carretera (*Autovia de Pinares* -Autovía a Segovia por Cuellar-). Y junto a Valladolid y Madrid, Segovia dispone ya de comunicación ferroviaria directa con numerosas localidades de Castilla y León, Asturias, Cantabria, País Vasco, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana, lo que podría traducirse en potenciales aumentos de turistas procedentes de estos espacios.

Otra de las tendencias generales apuntadas por los expertos en relación con la mejora de las comunicaciones y sus efectos en turismo, tiene que ver con un aumento de los viajes de corta duración, más y mejor repartidos a lo largo de año. Esta tendencia que, como sabemos, constituye ya en sí misma una característica consustancial del modelo turístico de Segovia, podría intensificarse también, contribuyendo “a priori” a agravar otra de las insuficiencias del modelo como es su escaso nivel de pernoctaciones. En este sentido, y como señala Rincón en un estudio realizado para Caja Segovia “el producto turístico que más puede fomentar el AVE es el de visitas de un día a la ciudad y no un aumento de las pernoctaciones”, favoreciendo el turismo desde orígenes cercanos como Madrid o Valladolid (Rincón, 2004,133). Con todo, y en la medida en que este “turismo de ida y

vuelta” estuviera oportunamente canalizado y aprovechado, podría y debería convertirse en una oportunidad, en el sentido de utilizarse para minimizar la estacionalidad a través de un reparto más equilibrado de las visitas a lo largo del año. Para ello, sería ineludible la oferta de eventos y productos innovadores capaces de atraer flujos de visitantes en las épocas de mayor afluencia turística aprovechando las ventajas del TAV y que permitieran compensar la “potencial” detracción de pernoctaciones.

Finalmente, la mejora de la accesibilidad está en la base de otro de los fenómenos detectados en los espacios beneficiados, y que hay que relacionar con la mayor intensidad en el uso de áreas de segunda residencia y en consecuencia, con un mayor desarrollo del *Turismo Residencial*. En el caso segoviano, donde este fenómeno ya tiene un nivel importante de implantación especialmente en determinados núcleos de la Sierra, el acercamiento entre mercados y áreas receptoras podría contribuir a un relanzamiento de la inversión en inmuebles en Segovia capital y provincia, destacando tanto la venta de segundas residencias como el auge del llamado *residencialismo* o establecimiento *cuasi* permanente de ciudadanos madrileños o extranjeros, de la tercera edad o profesionales en activo en estos espacios merced a sus buenas comunicaciones y calidad ambiental.

En síntesis, y en una consideración teórica, con las mayores y mejores comunicaciones y esto es importante subrayarlo, en condiciones de cierta normalidad desde el punto de vista de la coyuntura socio-económica, el modelo turístico segoviano definido por el predominio del excursionismo y de visitas cortas y rápidas tendería a intensificarse, si bien es posible que se produjeran efectos divergentes en el sector hotelero y de la restauración, por cuanto las pernoctaciones podrían reducirse o no incrementarse ante la mayor comodidad y menor duración de los trayectos, en tanto que la restauración podría verse potenciada y dinamizada ante el previsible mayor número de visitas, como se deduce igualmente de las respuestas aportadas en nuestras entrevistas. Además, la estructura de procedencia tradicional de los visitantes o demanda potencial, podría también verse alterada debido a las nuevas expectativas de comunicación con Segovia que introduce la alta velocidad; Todo ello al tiempo que se consolidan formas de turismo que ya tienen un cierto nivel de establecimiento como el turismo residencial.

Naturalmente todas estas tendencias, derivadas de la mejora de las infraestructuras y avances tecnológicos en los transportes y traducidas en el incremento cuantitativo y modificación en el comportamiento de los flujos turísticos tendrían también su reflejo en las áreas receptoras donde pueden manifestarse en problemas de congestión y masificación etc.. En consecuencia, habría que preguntarse igualmente por la “capacidad de acogida” de la ciudad y su entorno próximo y las medidas previstas al respecto.

### **3. IMPACTOS DE LA ALTA VELOCIDAD EN SEGOVIA Y PROVINCIA: ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LAS PRINCIPALES MAGNITUDES.**

Todos los procesos mencionados tienen su correlato, o tendrán su correspondencia -si se prefiere debido al poco tiempo transcurrido-, en la evolución de determinadas magnitudes y variables que, previsiblemente, pueden verse afectadas y alterar de este modo las características del modelo turístico segoviano. Dentro del amplio espectro de tendencias y posibilidades apuntadas, consideramos aquí exclusivamente cuatro elementos de interés: impactos en la cifra de visitantes; en la infraestructura de alojamiento, en la celebración de eventos congresuales y en la imagen promocional de la ciudad, a partir de los últimos resultados disponibles, hartamente limitados como se ha señalado por otro lado, y que conviene interpretar además a la luz de un hecho o circunstancia económica de suma trascendencia que va a obligar inexorablemente a relativizar las previsiones expuestas. Se trata como es sabido del inicio, desde mediados del 2008, de un periodo de fuerte desaceleración y crisis económica, de origen financiero y alcance mundial que afecta y colapsa todos los sectores

productivos y el turístico en especial. Conviene insistir en esta idea pues sin duda va a influir en los resultados y condicionar en parte la esperada incidencia potencial otorgada al AVE sobre esta actividad, y que se ha producido en la mayoría de las ciudades analizadas hasta la fecha.

### 3.1 Impactos en las cifras de visitantes.

Como se ha apuntado arriba, una consecuencia directa ligada a la construcción de una nueva línea de alta velocidad es el aumento casi inmediato de los flujos de visitantes, ya sea por motivos de ocio o de negocios (congresos). La alta velocidad suele suponer casi a diario pero especialmente en fechas en las que se celebra un gran evento (ferias, festivales, conciertos, etc...) un elemento decisivo para acercar hasta la ciudad un gran número de personas que, probablemente en otras condiciones no vendrían. Con todo, y como apuntan los estudiosos del tema, es sumamente complicado y difícil cuantificar con exactitud el efecto que el AVE puede tener en la llegada de visitantes, pues además debe diferenciarse la tendencia general de visitantes, de los flujos generados inmediatamente después de la llegada del tren de alta velocidad, ya que acostumbra a darse un "efecto llamada" de la nueva infraestructura que incita a la visita de territorios antes menos accesibles por el excesivo tiempo de viaje. Así los datos de los primeros meses acostumbra a ser mayores de lo que posteriormente será habitual (Rincón, 2004).

En el caso concreto de Segovia, resultará conveniente por lo tanto y a partir de su puesta en marcha analizar los posibles cambios o alteraciones que se produzcan en las estadísticas tradicionalmente manejadas como la que cuantifica el número de visitantes al Alcázar, el número de visitantes a la ciudad, etc. y ver si se detectan cambios en relación con la evolución de estas variables en años anteriores. Y tener presente que, como se ha señalado, estos cambios deben tener un efecto prolongado en el tiempo porque de lo contrario se estaría hablando de un aumento coyuntural impulsado por la novedad.

En este sentido, y según información facilitada por la *Empresa Municipal de Turismo*, sí se ha constatado un aumento significativo de visitantes a la ciudad en todos los centros y servicios durante los primeros meses del año 2008 y que sin duda responden al mencionado "efecto llamada"<sup>17</sup>. De igual modo, se ha registrado un aumento constante de las visitas los fines de semana procedentes de Madrid, con la singularidad de que, ante la expectativa de no tener que coger el coche, se apura más el tiempo de estancia, lo que ha repercutido positivamente en la hostelería y el comercio de la capital ([www.nortecastilla.es/segovia/20080303](http://www.nortecastilla.es/segovia/20080303)).

Una estimación de los datos turísticos de Semana Santa en 2008, revela además un *récord* histórico de visitantes que las instituciones vinculan esencialmente a la puesta en servicio de la línea de alta velocidad<sup>18</sup>.

Con todo, y si bien desde las instancias públicas se insiste en cifras *réconds* de asistencia, hay que tomarlas con "cierta cautela" en el sentido expresado arriba en relación con el posible

17 De este modo, y de acuerdo con la información facilitada por la citada empresa, el número de turistas que han utilizado el Centro de Recepción de Visitantes en el mes de Febrero de 2008 (40.460) ha sido superior en un 28,12% al mismo mes del año anterior (31.579); Otro indicador de gran interés como es el número de visitas al Alcázar revela un incremento de las cifras del mismo mes en un 10,45% con un total de 26.736 visitantes (Empresa Municipal de Turismo de Segovia 2008).

18 Al respecto, y nuevamente según la citada *Empresa Municipal de Turismo* "Turismo de Segovia", el número de visitantes que usaron los servicios del Centro de Recepción de Visitantes (15.097) durante la Semana Santa se han incrementado un 20,99% frente a los de 2007. El autobús turístico incrementó igualmente en un 14,23% sus usuarios con relación al año anterior (947 visitantes). Las visitas al Alcázar se han mantenido en los casi 18.000 visitantes, con un levisimo descenso (17.897 frente 18.094 en 2007).

“efecto llamada” inducido por la nueva infraestructura. Pues, en efecto, la valoración de los resultados globales de estos datos para el 2008 evidencian realmente un mantenimiento de la demanda e incluso un levísimo descenso de la cifra de visitantes a monumentos como el Alcázar que, si bien en relación con 2006 se mantiene prácticamente igual en números absolutos, entre 2007 y 2008 se reduce un 3,4%.

Por otro lado, y en lo relacionado con el número de viajeros en Segovia capital, y aunque se carece de los datos desagregados a nivel mensual, se observa una disminución global del 4% entre 2007 y 2008 pese a que en los primeros meses la llegada de turistas también aumentó considerablemente como se ha señalado; y una reducción de las pernoctaciones del 2,1%. Una disminución que debe atribuirse tanto a los efectos de la crisis, como muy especialmente al afianzamiento del excursionismo inducido por el TAV<sup>19</sup>.

**Tabla 7. Evolución mensual del número de visitantes en la provincia de Segovia (2007-2008).**

	EN.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.
2007	28.356	33759	44.500	54.590	52.769	56.773
2008	30.715	39375	51.497	50.928	55.753	58.988

	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
2007	60.203	78.315	58.267	67.727	48.400	48.453	63.2112
2008	56.484	75.986	54.390	60.596	47.311	43.743	62.5766

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.

**Tabla 8. Evolución de las pernoctaciones en la provincia de Segovia (2007-2008).**

	EN.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.
2007	44.898	55.326	70.113	96.404	77.214	86.136
2008	47.842	63.315	88.173	76.793	82.489	88.823

	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
2007	94.574	128.059	94.257	98.936	75.946	79.950	1.001.813
2008	91.568	130.705	90.281	94.557	76.328	74.780	1.005.654

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.

En cuanto al número de visitantes a nivel provincial, el número de global turistas que visitan la provincia de Segovia entre 2007 y 2008 se mantiene con una leve disminución del 1%. Las pernoctaciones se estabilizan asimismo e incluso aumentan levemente (0,1%), sobre todo en los primeros meses del año (desde Enero hasta Marzo) así como en Mayo y Junio. La distribución mensual en 2008 revela un aumento constante todos los meses de 2008 hasta Junio, con cifras superiores en todos los casos a 2007 y que pueden explicarse también por el citado “efecto llamada” de la nueva infraestructura (V.tabla7). La tendencia se invierte, con todo, desde Julio hasta Diciembre motivada especialmente por el impacto de la crisis económica.

En síntesis, parece confirmarse la influencia del “efecto llamada” en los primeros meses en todos los casos, en un contexto general de tendencias orientadas hacia la estabilidad (provincia) o incluso descenso (capital) de los resultados con carácter previo al TAV (2007). Los datos, con todo, no pueden considerarse negativos en absoluto, pues las previsiones del propio Ayuntamiento de Segovia y la Diputación Provincial al respecto indicaban un

19 Las visitas al Alcázar en 2007 evolucionan de 510.036 en 2007 a 492.263 en 2008, lo que supone una disminución del 3,4%. El número de viajeros a Segovia pasa de 219.806 a 210930 con una reducción del 4%. Las pernoctaciones pasan de 346.015 en 2007 a 338.636 en 2008 con un descenso del 2,1% (Fuente: INE y Observatorio Socio Económico de Segovia).

año turísticamente “flojo” pese a la presencia del tren, motivadas en esencia por el inicio de la crisis y desaceleración económica que empieza a sentirse de forma especialmente intensa a partir de mediados de dicho año y que lógicamente encuentra en el turismo y en la hostelería dos de sus principales afectados<sup>20</sup>. Prueba de ello es que, la valoración de estos mismos datos (viajeros y pernoctaciones en la provincia) en el último periodo disponible -Octubre de 2009- refleja un descenso del 5,6% y un 5,4% respectivamente, agravándose la tendencia a la baja por la consolidación de los efectos de la recesión<sup>21</sup>.

### 3.2 Impactos en la infraestructura de alojamiento.

Otro aspecto de gran interés tiene que ver con el análisis y la valoración de la infraestructura hotelera. La mayoría de las ciudades afectadas por la llegada de la alta velocidad y que han sido analizadas hasta el momento destacan que, en este apartado no se ha producido un impacto destacado, aunque a medio plazo los efectos suelen ser positivos. En este sentido, el análisis de casos presentado en un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Valladolid pone de manifiesto evoluciones muy dispares de manera en que, en Córdoba la oferta hotelera de alta calidad duplicó sus plazas los años previos a la llegada del tren y ha crecido de manera ligera y sostenida hasta la actualidad. El potencial turístico encontró en el AVE un perfecto aliado para darse a conocer aunque sigue siendo una “ciudad de paso”. En Ciudad Real el sector hotelero no encajó bien la pérdida de los escasos clientes cautivos que pernoctaban hasta 1992 ante la inexistencia de rápidas conexiones con Madrid. Por este motivo, ha comenzado en los últimos años a ampliar su oferta hotelera y abrir nuevos proyectos lúdicos y culturales (Museo de Don Quijote, etc.). Los efectos en Puertollano han sido mínimos al no tratarse de un espacio turístico (Cámara de Comercio de Valladolid, 2004). En Zaragoza las pernoctaciones bajaron igualmente y se ha tendido a desarrollar estrategias compensatorias con resultados positivos. En las ciudades de Avión y Nantes se han reducido las pernoctaciones.

En Segovia, se ha comentado que, teóricamente, el previsible incremento de visitantes ligados a la llegada del AVE potenciaría la construcción de restaurantes y convertiría al sector hostelero en uno de los más beneficiados por la nueva infraestructura, pero está por ver sus efectos sobre el alojamiento hotelero debido a la reducción significativa de tiempos de viaje que conlleva la alta velocidad, especialmente por lo que se refiere al turismo y pernoctaciones de madrileños y pucelanos (turismo desde orígenes cercanos). En este sentido, y preguntados los agentes segovianos implicados sobre esta cuestión, el sentir mayoritario respondía a la idea de una más que probable reducción de las pernoctaciones y afianzamiento del excursionismo como se ha señalado. Lo cierto es que como se indicó con anterioridad y confirman otros estudios, las posibilidades de pernoctar en Segovia han aumentado en estos últimos años por la apertura de varios hoteles en Segovia capital tras un periodo de cierta atonía, lo que unido a la reciente inauguración del *Parador Nacional de San Ildefonso* hacen atractivas las posibilidades de pernoctar en Segovia y alrededores actualmente (Pinillos, 2004,10;etc.). Desde este punto de vista, puede inferirse que la ciudad de Segovia se ha estado preparando para acoger un mayor flujo de visitantes y a ello responde la estrategia de aperturas de estos últimos años y las previsiones existentes. Con todo, durante el año 2008 y a falta de los datos de 2009, el número de alojamientos hoteleros no ha variado respecto a 2007. No ocurre lo mismo con la oferta de restaurantes,

20 Por otro lado, hay que tener en cuenta además que 2007 es un año extraordinario en Segovia desde el punto de vista turístico, comparado con la evolución entre 2000 y 2006 analizada arriba. Al respecto y en un contexto económico desfavorable, se observa un mantenimiento de la demanda. Con todo, habrá que seguir analizando la evolución de estas magnitudes en años próximos.

21 En efecto, en Octubre 2008 se produjeron en Segovia 534.712 visitantes y en Octubre de 2009 504.424 lo que supone un descenso del 5,6%; las pernoctaciones disminuyeron un 5,54% (*Boletín Coyuntura Turística*. Octubre 2009).

que sí ha aumentado en el periodo señalado más del 10% pasando de 116 a 128. Se confirma por lo tanto la apuntada dinamización del sector de restauración (hostelero en general). Además, y desde la óptica de las pernoctaciones en la ciudad ya se ha comentado una ligera reducción en la capital (2,2% respecto a 2007), corroborando así la intensificación del excursionismo.

**Tabla 9. Evolución del número de establecimientos hoteleros Segovia Capital (2000-2008)**

	2000	2002	2007	% 2000 / 2007	2008	%2007/2008
HOTELES 4*	2	2	7	250%	ND	ND
RESTO HOTELES	9	10	38	322%	ND	ND
TOTAL HOTELES	11	12	45	309%	45	0,00
RESTAURANTES	80	97	116	45%	128	10,30%

Fuente: Observatorio Socioeconómico de Segovia y elaboración propia

En cuanto a los establecimientos de alojamiento a nivel provincial, destaca la evolución en positivo con el crecimiento en número y plazas tanto de hoteles como especialmente de casas y centros de turismo rural, sin duda la categoría de alojamiento que más sigue creciendo. De este modo, en 2008 los hoteles han experimentado un aumento del 2,5% y del 4% en número y plazas respectivamente con relación a 2007 (V.Tabla 10); Y el alojamiento en establecimientos de turismo rural ha aumentado un 19,6% y 18,8% respectivamente. En 2009 la tendencia general sigue con incrementos del 1,8% y 1,2% en número y plazas de alojamiento hotelero y del 10,15% y del 9,15% en lo relacionado con establecimientos turismo rural.

**Tabla 10. Evolución del número y plazas de establecimientos de alojamiento y restauración en la provincia de Segovia 2008-2009.**

Anualidades	2007		2008		%2007/8		2009		%2008/2009	
	num	plazas	num	plazas	%num	%plazas	num	plazas	%num	%plz.
Hoteles	157	5.933	161	6171	2,5	4	164	6246	1,8	1,2
	6	2.364	6	2364	0	0	6	2364	0	0
C. Rurales	264	2.563	316	3045	19,6		348	3324	10,1	9,1
Restaurantes	479	49.769	479	50473	0	1,4	479	51505	0	2,04

Fuente: Dirección General de Turismo

La evolución de las pernoctaciones en la provincia de Segovia en 2008 revela además, y frente a la reducción en la capital, una tendencia general de mantenimiento e incluso levísima recuperación respecto a 2007 (0,1%). Los primeros meses de 2008 hasta Marzo incluido (Semana Santa) han experimentado incrementos considerables, con excepción de Abril, Julio, Septiembre, Octubre y Diciembre que descienden notablemente hasta octubre de 2009<sup>22</sup>. Así, y en palabras del Presidente de los Hosteleros, se estaría creando un nuevo segmento turístico de mercado ligado a las personas que utilizan el tren como

<sup>22</sup> La comparación entre el mes de octubre de 2008 y el de 2009 y según los últimos datos del boletín de coyuntura turística las pernoctaciones bajan levemente (-01%) motivado por la crisis y los efectos del AVE.

medio de transporte y que se suman a las que utilizan otros medios como el automóvil. Ello explicaría la tendencia al alza de las pernoctaciones en la provincia, derivada de la mayor afluencia de visitantes procedentes de espacios alejados (p.e del norte de España) mejor comunicados gracias al tren y que optan por pernoctar más días (Fuente: [www.eladelantado.com/20080324](http://www.eladelantado.com/20080324)).

Finalmente, y en lo relacionado con la oferta de restauración en la provincia se observa que, si bien el número se ha mantenido igual, tanto en 2008 como en 2009 se ha producido un ligero aumento de plazas (1,4% en 2008 y 2,04% en 2009).

### 3.3 Impactos en Reuniones y Congresos.

En el campo de los congresos, la experiencia en las ciudades estudiadas apunta a un descenso del tiempo de duración medio de las reuniones y congresos y un aumento del número de inscritos por la mejora de las comunicaciones. Ahora bien, en términos generales el uso del tren como medio de transporte para potenciar los congresos de una ciudad se ha demostrado poco efectivo aunque, a pesar de ello, el tren de alta velocidad es un elemento clave en el momento de elegir el lugar de la celebración. Por otro lado, la mayoría de las ciudades a las que llega la alta velocidad prevén algún tipo de mejora en su Palacio de Congresos o en los servicios de apoyo a su organización, especialmente con la mejora de los servicios de *Convention Bureau* (encargados de la gestión de todos los aspectos relacionados con al celebración de congresos).

Para el caso de Segovia, habría que plantearse las siguientes cuestiones: la primera se refiere lógicamente a la ausencia de una infraestructura de congresos, si bien el proyecto del *Circulo de las Artes y la Tecnología* (CAT) parece que dará una solución a este tema, eso sí, cuando se materialice<sup>23</sup>. Por otro lado, no existe ninguna agencia de organización de congresos, por lo que sería necesario fomentar su creación. Habrá que plantearse, y dada la tradicional poca repercusión de los mismos en la ciudad, la manera de atraerlos como fórmula que compense la potencial detracción de pernoctaciones por el turismo de visitas a la ciudad, sabiendo que su duración es reducida, pero apoyándose en las excelentes comunicaciones con Madrid como baza que permitiera entender a Segovia como elemento de descongestión. La celebración de todo tipo de Jornadas Académicas, Encuentros Científicos, etc.... podrían resultar de sumo interés, proponiéndose fórmulas como las del *Hotel Palafox* en Zaragoza, relacionadas con la oferta de habitaciones para servicio diurno, como un recurso que permitiera amortiguar el impacto negativo en las pernoctaciones en la infraestructura hotelera. Pero para que todo esto ocurra, resulta indispensable dotar previamente a la ciudad de las infraestructuras, equipamientos y servicios necesarios que las de momento y como se ha indicado carece, por lo que, en consecuencia, no puede hablarse de impactos significativos al respecto<sup>24</sup>.

23 En efecto, uno de los proyectos en vías de desarrollo más importante de Segovia es el *Circulo de las Artes y la Tecnología* (CAT). Constituye uno de los tres proyectos nacionales de referencia del Ministerio de Industria y Comercio. El PGOU de Segovia tiene asignadas 7 hectáreas de terreno localizadas al sur de la ciudad (sector *Prado Bonañ*) con la idea de apoyar un proyecto basado en un desarrollo mixto del suelo, que combina espacios productivos vinculados a las nuevas tecnologías a través de la creación de un centro para el conocimiento y la información, un centro para la innovación y desarrollo empresarial y de especial interés un recinto con espacios para las artes, exposiciones y congresos. Incluiría además un hotel y un centro de esparcimiento y ocio (Bellet, 2008, 202).

24 Con todo, se tiene constancia de los esfuerzos públicos y privados por impulsar el turismo de reuniones o congresos. Al respecto hay que destacar le *Hotel Candido* que desde que inició su actividad hace poco más de dos años ha acogido un gran número de reuniones de trabajo y pequeños congresos, poniendo a disposición del cliente unas modernas salas equipadas con el todo el material necesario, desde audiovisuales hasta cabinas de traducción simultánea.

### 3.4 Impactos en la imagen de la ciudad.

Finalmente, y en cuanto se refiere a términos de imagen promocional, la implantación de un servicio de alta velocidad acostumbra a limitarse, en el material de carácter turístico, al apartado de accesos, en el que se informa de la posibilidad de llegar en tren de alta velocidad hasta la ciudad y del tiempo de recorrido respecto a la capital estatal más próxima, aspecto éste aplicable al caso segoviano.

Otro punto a tener en cuenta es que, a pesar de la habitual imagen dinámica e innovadora que lleva asociada el TAV en determinados casos la imagen preexistente de la ciudad es mucho más fuerte que la nueva. Naturalmente este hecho no supone que el TAV quede eclipsado, pero sí exige un mayor esfuerzo en la promoción de ciertos aspectos de la ciudad. Resulta interesante plantearse esta cuestión en el caso específico de Segovia, considerada ciudad “añeja” y donde sus atractivos principales residen en su patrimonio histórico. Al respecto, existe la posibilidad que a través de una gran campaña y de unas políticas decididas durante un periodo amplio de tiempo se consiga un cambio en la imagen de la ciudad. En este sentido, la llegada del tren a una ciudad se acostumbra a tomar como elemento motor y se hace coincidir con una gran campaña que pretende difundir una nueva imagen, la gran mayoría de las veces turística, de la ciudad.

La entrevista a los agentes llevó a la conclusión de que en Segovia ni hosteleros ni hoteleros ni empresarios en general planteaban llevar a cabo algún tipo de campaña publicitaria que relacionase sus productos con los beneficios del TAV, aunque sí apuntaban la conveniencia de hacerlo. Con todo, a nivel institucional, se tiene constancia de la utilización del AVE como soporte publicitario del turismo en Castilla y León a partir de la edición de material de divulgación de información turística a partir del año 2008. Por otra parte *Renfe* dispone ya de un convenio con el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, al que pertenece Segovia, para promocionarlas en sus trenes y en su web. Finalmente, el Patronato Provincial de Turismo ha destacado recientemente la necesidad de contratar publicidad con las ciudades directa o indirectamente conectadas por AVE o Alvia, etc... con Segovia (*Fitur-2009*. Suplemento de *El Adelantado de Segovia*, 20/02/2009).

## 4. PROPUESTAS

Una vez comentados sintéticamente los principales efectos que tanto teóricamente como en una primera aproximación y pese a lo limitado de la perspectiva cronológica, se están derivando de la llegada de la alta velocidad al turismo segoviano, resulta de gran interés ofrecer aquí algunas ideas a modo de propuestas, en ningún caso “recetas mágicas”, que contribuyan a valorizar las oportunidades que turísticamente introduce la presencia de esta nueva infraestructura y medio de transporte. En este sentido, y partiendo de la sustancial mejora de la accesibilidad, y en consecuencia del potencial incremento de visitantes (en condiciones económicas normales) se ha sistematizado la oferta de propuestas en los siguientes aspectos:

- 1) Ampliar y diversificar la oferta cultural y de ocio de Segovia y su provincia implantando nuevos proyectos lúdicos y culturales con el fin no sólo de atraer y sino especialmente de retener visitantes sobre todo de la órbita de Madrid y Valladolid. Además, sería muy interesante hacer coincidir estos eventos culturales con épocas del calendario que permitieran vencer la estacionalidad, lo que implicaría promoverlos en periodos de mayor decaimiento de la actividad turística, esto es, de Noviembre a Marzo especialmente.
- 2) Promocionar la capital o su entorno próximo (*alfoz*) como destino de eventos congresuales, deportivos y culturales, y de reuniones de empresas, en las que las actividades alternativas de todo tipo (turismo activo y cultural) puedan ser un complemento atractivo;

para ello es ineludible y absolutamente imprescindible completar las iniciativas con el equipamiento infraestructural necesario tanto para residentes como específicamente para turistas. En este sentido, y como se deduce del *Plan Estratégico de Segovia (Segopolis)*, fomentar la creación de instalaciones deportivas con capacidad de atracción, como una Ciudad Deportiva en Segovia, el circuito de “aguas bravas”, etc.. y muy especialmente, dotar a la ciudad de un importante Pabellón de Congresos, se convierten en actuaciones claramente necesarias a todas luces.

- 3) Relacionado con lo anterior, promover una Oficina de Congresos con bazas como la proximidad a Madrid y la existencia del TAV como fórmula para atraerlos. Sería necesaria acompañar esta idea de una oferta hotelera de calidad y de restauración en la capital que cubriese las expectativas de congresistas y visitantes en general.
- 4) Crear nuevos productos turísticos en Segovia capital y provincia para atraer más visitantes y ligar su promoción con la presencia del TAV:
  - Turismo Termal (balnearios), de los que, con excepción de servicios de Spa en determinados hoteles de la ciudad y su entorno, no existen instalaciones en la provincia.
  - Turismo Social: profundizar e insistir más en determinados segmentos de mercado y unir los nuevos productos turísticos con las nuevas posibilidades que introduce la existencia del TAV (para la tercera edad, discapacitados, turismo juvenil, etc.).
  - Turismo de Eventos: Son muchas las personas que se desplazan con motivo de este tipo de eventos, mercados medievales, conciertos, campeonatos deportivos, festivales, etc... También son cada vez más los Tour Operadores que se dedican a gestionar viajes de este tipo. En consecuencia, potenciar aun más las actividades culturales, deportivas o folklóricas de carácter anual que se celebran en Segovia capital y provincia y unir su promoción a la existencia actual de la alta velocidad.
  - Turismo de Formación: Facilitar a las grandes empresas la posibilidad de desarrollar cursos, seminarios, etc. en Segovia para sus trabajadores (alojándose en la capital o en la provincia).
  - Diseño de productos turísticos conjuntos para Segovia y su alfoz, conjugando actividades de día y de noche; Diseño de *packs* turísticos que permitan conectar lo urbano con lo rural y ligarlo con la existencia del TAV. Todo ello con el fin último de alargar las visitas.
- 5) Insistir en la idea de realizar campañas de marketing/publicidad sobre Segovia y su entorno en mercados de interés, tradicionales o emergentes (Madrid, Valladolid, Valencia, Sevilla, Bilbao, Málaga, etc.), enlazando esta idea con la posibilidad de llegar en AVE. Promover la difusión de los atractivos de la ciudad a partir de campañas de publicidad o artículos periodísticos y ligarlos a la presencia de la alta velocidad.
- 6) Turismo gastronómico: Potenciar aún más el turismo gastronómico y complementarlo con iniciativas como el *enoturismo* o *turismo enológico* (Para ese segmento de mercado, que cada vez se estila más por España, Europa y Estados Unidos, donde la excusa del viaje es visitar bodegas o fábricas de diferentes productos alimenticios y, por supuesto, comer bien). El turismo del vino esta llamado a ser un reclamo en una región con numerosas denominaciones de origen y bodegas emblemáticas, que además pueden ser visitadas. Siendo conscientes de que se trata de un producto así mismo considerado de interés prioritario para este año por parte de las instituciones y agentes, tan sólo animamos a los organismos correspondientes a influir positivamente

en este sentido.

- 7) Diseñar ofertas turísticas y paquetes turísticos basados en el tren de alta velocidad. Esto es, aplicar en Segovia distintos tipos de ofertas en las que el tren puede jugar un papel predominante. Estas ofertas podrían sistematizarse en propuestas como las que se indican a continuación:
- a) La implementación de trenes especiales pensados para satisfacer una demanda precisa con motivo de actos puntuales. Perfectamente aplicable para determinados tipos de eventos como p.e *Titirimundi* o el *Hay Festival*.
  - b) Fomentar actuaciones desarrolladas por empresas turísticas en línea con iniciativas llevadas a cabo en ciudades europeas como Aviñon y extrapolables, con matices, al caso segoviano. Una de las más valoradas es p.e la de los viajeros con origen en Asia o EEUU que llegan en avión para visitar Paris y su paquete turístico incluye la visita de uno o dos días a Aviñon. Esto ya se hace en Segovia en relación con Madrid, pero, sin utilizar la nueva infraestructura del TAV sino el bus, de manera que podrían ofertarse paquetes turísticos diseñados por Tour Operadores que promuevan un viaje en el AVE como un signo de glamour y sostenibilidad, comodidad, etc.....(o bien, mediante el recurso a las lanzaderas).
  - c) Impulsar iniciativas como las aplicadas en Zaragoza donde, a modo de ejemplo, el hotel *Palafox* ofrece, desde la entrada en servicio del AVE, unos nuevos servicios de alquiler de habitaciones en horario diurno para que los visitantes que únicamente pasan unas horas en Zaragoza (p.e para asistir a un congreso) tengan un lugar en el que descansar o pasar las horas que no tengan ocupadas. Podría aplicarse en Segovia como un complemento perfecto para la celebración de eventos congresuales, jornadas etc... de corta duración.
  - d) Promoción, a través de las oficinas de turismo de *packs turísticos* que incluyan p.e viaje en TAV+ hotel+degustación de cocina autóctona y visitas a museos, siempre teniendo presente que el precio del billete tiene que ser atractivo. Sería interesante aplicar todo esto en Segovia, con los ajustes y adaptaciones que fueran necesarios.

## 5. CONCLUSIONES

Segovia constituye un destino turístico de interior, con un nivel de consolidación importante que permite su consideración como un producto turístico maduro en el mercado español. Se trata de un punto destacado en el excursionismo, con un predominio de visitas cortas y rápidas; un modelo estacional, especializado en actividades relacionadas con el turismo cultural-gastronómico en la capital y de la naturaleza-rural en la provincia. La demanda procede mayoritariamente de la Comunidad de Madrid y de Castilla y León, utilizando de forma predominante el vehículo privado para sus desplazamientos.

La reciente llegada del AVE generará –y de hecho está ya generando- sin duda efectos y alteraciones más o menos importantes en muchos aspectos de la vida y sociedad segovianas, si bien la mayoría de los diagnósticos coinciden en señalar al turismo y la hostelería como uno de los sectores más beneficiados por la nueva infraestructura. Por lo pronto, y aunque en el momento de escribir estas líneas no tenemos todavía perspectiva temporal suficiente para poder analizar e interpretar con minuciosidad estos cambios, y además la llegada del tren ha coincidido en el tiempo con un periodo de franca recesión económica cuyas repercusiones sobre el sector turístico se han hecho evidentes a todas las escalas espaciales de análisis, puede afirmarse que Segovia y su entorno han experimentado claramente la influencia del “efecto llamada” de la nueva infraestructura en los primeros

meses de 2008, si bien en un contexto general de tendencias orientadas hacia la estabilidad (provincia) o incluso descenso de los viajeros y pernoctaciones (capital). Dicha reducción en el volumen de pernoctaciones en la ciudad parece evidenciar la intensificación del excursionismo derivada de las mejoras en la accesibilidad que introduce el tren. El sector de hostelería por su parte, y tal como apuntaban las previsiones, se está viendo dinamizado tanto en la capital como en la provincia, especialmente en lo relacionado con la oferta de restauración. En cuanto al alojamiento hotelero y frente a una tendencia de mantenimiento en la capital tras importantes crecimientos en años anteriores, en la provincia se consolida su incremento gracias sobre todo al turismo rural. Por otro lado y respecto al impacto en reuniones y congresos poco o nada puede advertirse hasta el momento, dada la ausencia del aparato infraestructural necesario en la ciudad.

En todo caso y con independencia de estos resultados iniciales, la puesta en servicio del AVE va a proporcionar un sinnúmero de oportunidades a Segovia, si bien parece evidente que las autoridades públicas y agentes socio-económicos tendrán que gestionar la preparación de las condiciones que requiere su óptimo aprovechamiento. En este sentido, uno de los principales desafíos consistirá precisamente en la capacidad de instituciones y agentes para diversificar e innovar en la oferta turística, con la idea no sólo de atraer sino de retener a más visitantes. Del mismo modo, preparar a la ciudad y a los municipios de la provincia para acoger un mayor flujo de visitantes constituye sin duda otro de los grandes retos, lo que exigirá intervenciones adecuadas y efectivas en materia de movilidad, con mejores infraestructuras viarias, aparcamientos suficientes, transportes y servicios públicos orientados al turismo, sin perjuicio de que también sean aprovechados para mejorar la calidad de vida de la población segoviana. Además es ineludible la dotación de infraestructuras culturales y de otro tipo, como Palacios de Congresos, Auditorio Cultural, agencias de *Convention Bureau*, etc....En definitiva, las infraestructuras viarias son necesarias pero no suficientes para el desarrollo socioeconómico y su efectividad depende de una serie de condiciones que deben acompañarlas en su implantación.

## 6 FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

### Fuentes estadísticas:

-DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO: *Boletín de coyuntura turística de Castilla y León*. Junta de Castilla y León. Resultados globales 2000- 2008.

-DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO: *Boletín de coyuntura turística de Castilla y León*. Junta de Castilla y León (Octubre 2009).

-EL ADELANTADO DE SEGOVIA: Suplemento del 22 de Diciembre de 2007. Título del suplemento: *El ave llega a Segovia*.

-EL ADELANTADO DE SEGOVIA: Suplemento del 21 de Febrero de 2009. Título del suplemento: *FITUR-2009*.

-EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA. Estadísticas de Turismo.

-INE: *Encuesta de ocupación hotelera*. Segovia capital. 2000-20007.

-JUNTA DE CASTILLA Y LEON: *Grado de ocupación por plazas*. 2000-2007.

-OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO DE SEGOVIA: *Estadística de visitantes al Alcázar*. Varios años.

-OFICINA DE TURISMO (PLAZA MAYOR): *Estadística de visitantes a la oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León*. Varios años.

-OFINA DE TURISMO (AZOGUEJO): *Estadística de visitantes a la oficina de Turismo de PROTUR (Azoguejo)*. Varios años.

-OBSERVATORIO SOCIO ECONÓMICO DE SEGOVIA: "Análisis de la demanda turística de Segovia: perfil del visitante de la ciudad de Segovia. Semana Santa 2007".

<http://www.cajasegovia.es/observatorio/MESAS/ESTUDIOS/inf43.htm>.

<http://www.eladelantado.com/20080324>.

<http://www.eladelantado.com/20080325>.

<http://www.nortecastilla.es/Segovia>.

## Bibliografía

-ALONSO P. (2004): *Los efectos del tren de alta velocidad en Zaragoza*. Inédito.

-BELLET I SANFELIU C. (y otros):2000: *L'es oportunitats del tren d'alta velocitat a Lleida*. 171pp.

-BELLET I SANFELIU C: *El impacto espacial de la implantación del tren de alta velocidad en el medio urbano* Revista de Geografía num.1,2002, 57-77.

-BELLET I SANFELIU C. Y ALONSO LOGROÑO (Coords.)(2008): *Los efectos socio-económicos y territoriales del tren de alta velocidad en Segovia*. Obra Social y Cultural Caja Segovia.

-DE LA CALLE VAQUERO M.(2001):"[Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos: Patrimonio cultural y sistema de acogida local](#)".*PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Año nº 9, Nº 36, 2001*, pp. 116-123.

-DE LA CALLE VAQUERO M. (2002):[La ciudad histórica como destino turístico](#). En Ed.Ariel, 2002.

-JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN: *Directrices de ordenación de ámbito subregional de Segovia y su entorno*. Dotse. Junta de Castilla y León.2006. 88 pp.

-PALACIOS Y DEVESA: *Perfil motivacional de los turistas segovianos*. Caja Segovia.2002.109 pp.

-CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE VALLADOLID: *Impacto socio-económico de la llegada del TAV a Castilla y León: los casos de Segovia y Valladolid*.2003. 76pp.

-PINILLOS C: *Estudio sobre la llegada del tren de alta velocidad al transporte en Segovia y su entorno*.200456 pp. Inédito.

-FOLGADO J.A (2007): *El Ave viene a Segovia (I): ¿Está preparada Segovia para la llegada de la alta velocidad?*. En *El Adelantado de Segovia*, 18 de Noviembre de 2007. <http://www.eladelantado.com/opinion.asp?idop=4785> (18 de Noviembre).

-FOLGADO J.A (2005): *La economía segoviana a principios del siglo XX1*. Ed. Obra Social y Cultural de Caja Segovia.2005.

-FOLGADO J.A. (2008): *Los efectos socio-económicos y territoriales del tren de alta velocidad en Segovia. Retos y oportunidades*. Obra Social y Cultural Caja Segovia.

-FOLGADO J.A (2007): *El Ave viene a Segovia II. Expectativas de Segovia ante la llegada*

de la alta velocidad. *El Adelantado de Segovia* (12 de noviembre de 2007)

-FOLGADOJ.A (2007): *El Ave viene a Segovia* III 29 de noviembre de 2007 *Repercusiones del TAV sobre el territorio y la economía*.

-FOLGADO J.A. (2007): *El Ave viene a Segovia (IV): Las oportunidades de Segovia ante la llegada el TAV*.

-HORTELANO MINGUEZ LA (2001): "[El turismo sostenible](#): la gestión integrada de la calidad y del medio ambiente". [Planificación y gestión del turismo en el medio rural : ponencias de las primeras Jornadas de planificación vinculadas al Plan SENDA, celebradas en el Centro de Turismo Interior de Andalucía \(CENTIA\) entre los días 13 al 18 de noviembre de 2000](#) / coord. por [José María Cantarero Quesada](#), 2001, pags. 33-72.

-HORTELANO MINGUEZ LA (2001): "[La planificación del turismo en Castilla y León](#): un destino emergente dentro de las regiones interiores europeas". En [Planificación y Gestión del turismo en el medio rural: ponencias de las primeras Jornadas de planificación vinculadas al Plan SENDA, celebradas en el Centro de Turismo Interior de Andalucía \(CENTIA\) entre los días 13 al 18 de noviembre de 2000](#) / coord. por [José María Cantarero Quesada](#), 2001, pags. 83-118.

-PAÛL I AGUSTÍ D. (2004): *El tren de alta velocidad en las estrategias de promoción urbana*. Inédito.

-RINCÓN GALLARDO R. (2005): *Impacto socio-económico de la línea de alta velocidad Madrid-Segovia-Valladolid*. Edita Obra Social y Cultural Caja Segovia.2004.143pps.

-TROITIÑO VINUESA MA (2007): "Estrategias sostenibles en los destinos patrimoniales: de la promoción a la gestión integrada e innovadora". En *Estudios Turísticos* num. 172-173,2007pp. 225-232.

-TROITIÑO VINUESA MA (2003): "Ciudades históricas y turismo sostenible".*A distancia*, núm.1, 2003, pp.47-51.

-TROITIÑO VINUESA MA (1998): "Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas", en *Ería: Revista Cuatrimestral de Geografía*, num.47, pp.211-228.