



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas
y de la Comunicación**

**Máster en Comunicación con Fines
Sociales. Estrategias y Campañas**

**Turistificación y saturación turística en Segovia:
Análisis integral y recomendaciones de comunicación
para una gestión turística sostenible**

Autor: Zhang Huiqi

Tutor: Ángel Carrasco Campos

Curso: 2024/2025

Agradecimiento

Este año de estudios de máster en España ha sido un periodo muy desafiante para mí, pero también un año de grandes aprendizajes y descubrimientos.

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres. Gracias por brindarme la oportunidad de comprender y acercarme a un mundo más amplio, y por todo el apoyo económico que me habéis proporcionado durante mi estancia en España. Gracias por vuestro amor y por todo lo que habéis hecho por mí, que me permite tener la oportunidad de convertirme en una mejor versión de mí mismo.

En segundo lugar, quiero agradecer al profesorado que forma parte del equipo docente del máster de comunicación con fines sociales, y en especial a mi tutor y coordinador del máster, Ángel Carrasco Campos. Gracias por su paciencia a lo largo de este año, por todo lo que nos ha hecho y, muy especialmente, por la ayuda y el aliento que me ha ofrecido durante el proceso de redacción de este trabajo de fin de máster. Del mismo modo, quiero expresar mi sincero agradecimiento a la coordinadora de prácticas, Ana Teresa López Pastor, por su paciencia, por ayudarme a contactar con la entidad de prácticas y por gestionar todos los trámites necesarios durante este proceso. También deseo agradecer de manera especial a mi tutora de prácticas, Vanessa Pérez Esteban, por su acompañamiento, su orientación y su apoyo durante mi estancia en Turismo de Segovia. Sin la ayuda de todas ustedes, no habría sido posible completar este trabajo.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros y compañeras de este máster. De manera muy especial, a Fernanda Dias Ferreira, Iris Gabriela Solorzano López y Fiamma Pierina Valverde Medina, por todo el apoyo académico que me habéis brindado después de clase, y por la ayuda que me disteis en mi vida diaria en España cuando el idioma suponía una barrera. Sin vosotras, sinceramente no creo que hubiera podido finalizar este máster.

He de reconocer que este año ha sido muy exigente para mí, tanto por las dificultades lingüísticas como por la falta de experiencia previa en el ámbito de la comunicación. Pero, de toda manera, hemos llegado a la recta final de este máster. Para mí, prefiero decir que no es un final, sino

más bien el final de un comienzo. Este año de estudio me ha permitido comprender el papel que desempeña la comunicación en la cooperación y en la resolución de conflictos. En esta época de boom de información, en la que llena de las noticias falsas y bulos, he aprendido la importancia de detenerse, analizar con detenimiento las fuentes y transmitir, divulgar, comunicar de forma responsable.

Una vez más, gracias a todos. Sin vuestra ayuda, no habría visto posible culminar este trabajo y completar este máster.



Resumen

Esta investigación analiza de forma integral la turistificación y la saturación turística en Segovia, ciudad Patrimonio de la Humanidad que ha experimentado un incremento sostenido de visitantes. Este estudio parte del reconocimiento de los beneficios económicos y los impactos negativos del turismo de ámbito mundial sobre la vivienda, la identidad cultural y la calidad de vida.

El objetivo principal de esta investigación es evaluar en qué medida la ciudad Segovia está inmersa en un proceso de turistificación, y luego, determinar si está sufriendo saturación turística y proponer estrategias orientadas a un modelo más sostenible. Para ello, empleamos una metodología cualitativa que combina análisis normativo de nivel internacional, europeo, nacional, regional y local, revisión y análisis de literatura, y una entrevista grupal semiestructurada con especialistas del sector turístico.

Los resultados muestran que la ciudad Segovia está frotando una turistificación moderada pero creciente con un aumento del alquiler residencial, expansión de la vivienda turística y pérdida de comercio tradicional. Aunque no se observa colapso estructural, existen episodios recurrentes de congestión estacional que afectan la movilidad urbana y la percepción ciudadana. Al mismo tiempo, se constatan avances relevantes en conservación patrimonial, digitalización de la gestión turística y proyectos de sostenibilidad.

En fin, planteamos unas recomendaciones de comunicación orientadas a promover un turismo más equilibrado y sostenible. Entre ellos, se propone fortalecer las campañas de sensibilización dirigidas tanto a los residentes como a los visitantes, mejorar la difusión de información en tiempo real sobre niveles de afluencia y alternativas de visita, impulsar la narrativa que valore el comercio local y la identidad cultural de la ciudad Segovia, y reforzar la transparencia informativa y los canales de participación ciudadana en la toma de decisiones turísticas. Estas acciones pretenden fomentar una experiencia turística más respetuosa con el entorno urbano y la calidad de vida comunitaria.

Palabras clave: Turistificación, Saturación turística, Turismo sostenible, Segovia, Comunicación y gobernanza turística

Abstract

This study provides a comprehensive analysis of touristification and overtourism in Segovia, a World Heritage city that has experienced a sustained increase in visitor numbers. The study begins by acknowledging both the economic benefits and the negative impacts of global tourism on the housing market, cultural identity, and quality of life.

The main objective is to assess the extent to which Segovia is undergoing a process of touristification, to determine whether it is suffering from overtourism, and to propose strategies aimed at fostering a more sustainable model. To achieve this, a qualitative methodology was employed, combining documentary review, regulatory analysis (at international, European, national, regional, and local levels), and a semi-structured group interview with tourism sector specialists.

The results show that Segovia is facing moderate but growing touristification, characterized by rising residential rents, the expansion of tourist accommodations, and the decline of traditional commerce. Although there is no evidence of structural collapse, recurrent episodes of seasonal congestion have been identified, affecting urban mobility and public perception. At the same time, significant progress has been made in heritage conservation, the digitalization of tourism management, and sustainability projects.

Finally, communication recommendations are proposed to promote a more balanced and sustainable tourism model. These include strengthening awareness campaigns targeting both residents and visitors, improving the real-time dissemination of information on crowd levels and alternative routes, promoting narratives that highlight local businesses and Segovia's cultural identity, and enhancing transparency and citizen participation channels in tourism decision-making processes. These actions aim to foster a tourism experience that is more respectful of the urban environment and community quality of life.

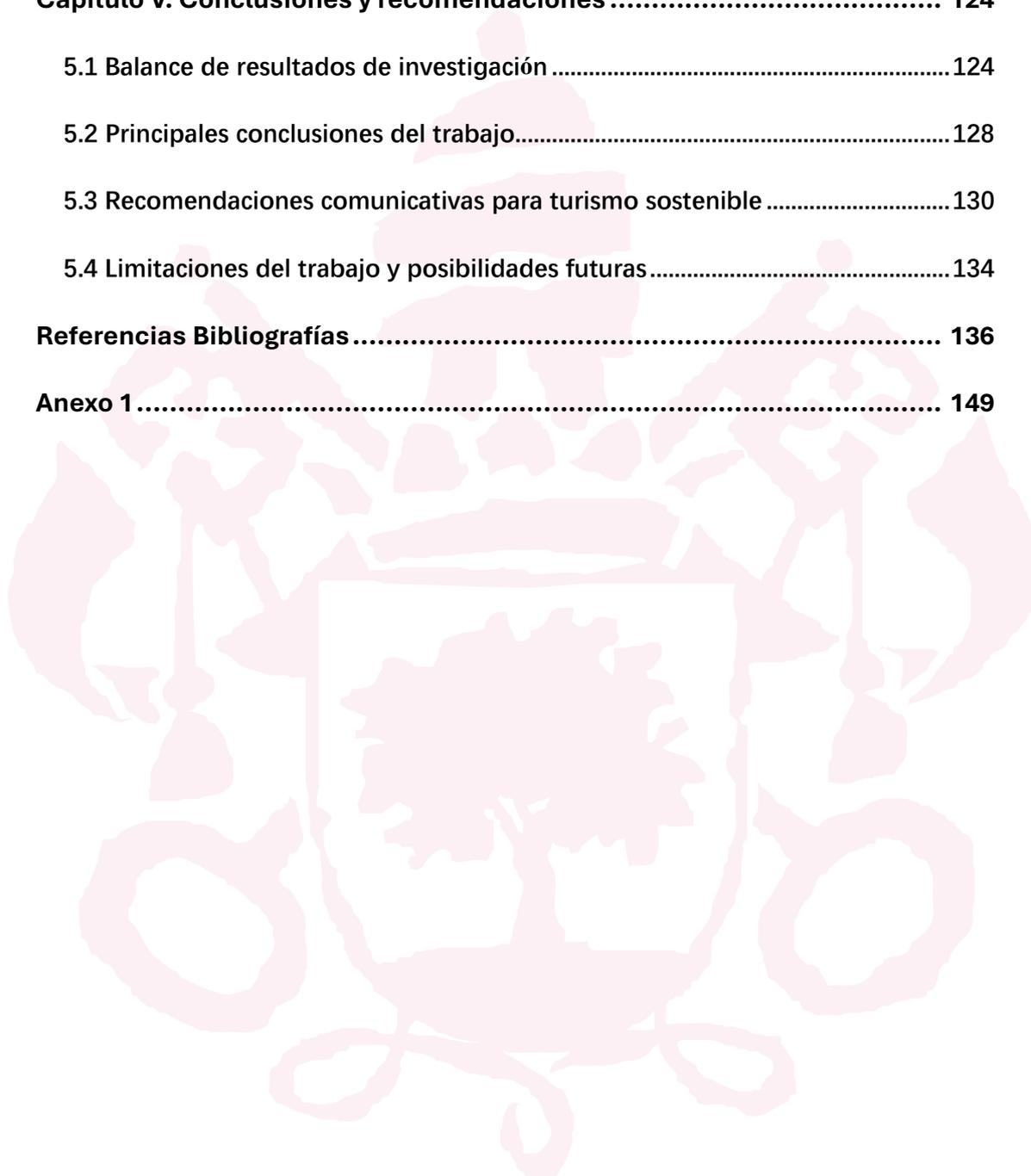
Keywords: Touristification, Overtourism, Sustainable tourism, Segovia, Communication and tourism governance

Índice

Capítulo I. Introducción.....	1
1.1. Contextualización y justificación.....	1
1.2. Objeto y objetivo general del trabajo.....	2
1.3. Presentación de la estructura del trabajo.....	3
Capítulo II. Marco Teórico.....	6
2.1. Turistificación.....	6
2.1.1. Origen y definición de “turistificación”.....	6
2.1.2. La turistificación desde diferentes perspectivas.....	9
2.1.3. Impactos de turistificación.....	14
2.2. Saturación turística.....	22
2.2.1. Definición y actitud de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas.....	22
2.2.2. Definición y actitud de Parlamento Europeo.....	23
2.2.3. Investigaciones anteriores sobre saturación turística.....	23
2.2.4. Impactos concretos de la saturación turística.....	25
2.3. Turismo sostenible.....	26
2.3.1. Transformación sostenible del turismo.....	27
2.3.2. Situación actual del turismo sostenible.....	29
2.3.3. Oportunidad de turismo sostenible post pandemia.....	31
Capítulo III. Marcos Regulatorios y Políticas Públicas.....	33
3.1. Ámbito internacional.....	33
3.1.1. Iniciativa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	33
3.1.2. Tendencias y políticas internacionales según la OCDE.....	35
3.2. Ámbito Europeo.....	37
3.2.1. Políticas sobre turismo europeo.....	37
3.2.2. Políticas sobre la saturación turística y la turistificación.....	39

3.3. Ámbito Español.....	41
3.3.1. El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) en sector turismo	42
3.3.2. Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030	44
3.3.3. Proyectos para las ayudas para la mejora del patrimonio histórico con uso turístico	48
3.4. Ámbito regional y local (Castilla y León y Segovia).....	49
3.4.1. Ámbito autonómico.....	49
3.4.2. Ámbito provincial (Segovia).....	51
3.5. Síntesis de los marcos regulatorios y políticas públicas.....	53
Capítulo IV. Análisis del turismo en Segovia	55
4.1. Planteamiento metodológico	55
4.2. Esquema de análisis multivectorial del turismo en Segovia.....	57
4.2.1. Ámbito 1. Turistificación	58
4.2.2. Ámbito 2. Saturación turística.....	59
4.2.3. Ámbito 3. Turismo sostenible	61
4.3 Análisis de datos y literatura de turismo en Segovia	62
4.3.1 Análisis de ámbito turistificación	62
4.3.2. Análisis de ámbito saturación turística.....	73
4.3.3. Análisis desde la perspectiva del turismo sostenible.....	84
4.3.4. Síntesis de análisis datos y literatura de turismo en Segovia	94
4.4 Resultados y análisis de entrevistas.....	96
4.4.1 Información básica de la entrevista	96
4.4.2 Guía de preguntas.....	97
4.4.3 Resultado y análisis de entrevista	101
4.4.4 Síntesis de análisis de entrevista	115
4.5 Análisis y resultado general	118
4.5.1 Análisis Intragado Multivectorial de la Turistificación en Segovia	119
4.5.2 Análisis Intragado Multivectorial de la Saturación Turística en Segovia	120
4.5.3 Análisis Intragado Multivectorial de la Turismo sostenible en Segovia	121

4.5.4 Síntesis de análisis general.....	122
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones	124
5.1 Balance de resultados de investigación	124
5.2 Principales conclusiones del trabajo.....	128
5.3 Recomendaciones comunicativas para turismo sostenible	130
5.4 Limitaciones del trabajo y posibilidades futuras.....	134
Referencias Bibliográficas.....	136
Anexo 1	149



Capítulo I. Introducción

1.1. Contextualización y justificación

Con el acelerado desarrollo de la economía mundial, el sector turístico también ha experimentado un crecimiento sin precedente. Los afectos generados por este desarrollo tanto económicos, como ambientales, ya sean positivos o negativos, también se han intensificado. Rafat Ali, director ejecutivo de Skift, una plataforma especializada en inteligencia turística introdujo por primera vez el término “Overtourism” (saturación turística) en su artículo “*Exploring the Coming Perils of Overtourism*” (Rafat Ali, 2016). Advirtió que este fenómeno podría afectar incluso a destinos maduros como Venecia y Barcelona, exacerbando sus desafíos estructurales.

La saturación turística o “sobreturismo” (*overtourism*), es definido por la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (2018) como un fenómeno que “Afecta negativamente, en un grado excesivo, a la calidad de vida de los residentes locales y/o a la calidad de la experiencia turística de los visitantes”. Casos emblemáticos incluyen ciudades como Venecia, Dubrovnik, Ámsterdam y Barcelona, donde se han detectado saturación espacial, presión sobre la vivienda, disrupción de la vida cotidiana y movilización social (Milano, Novelli y Cheer, 2019; Internet Geography, 2024).

En Barcelona, por ejemplo, la ciudad recibió casi 26 millones de visitantes en el año 2023, lo que ha provocado protestas vecinales, medidas regulatorias contra los alquileres de corta estancia y subido de costes municipales derivados de la limpieza y seguridad (The Guardian, 2024). Hay otras prensas también enseñan que las encuestas municipales oficiales revelaron que cerca del 60% de la población considera que la ciudad ha alcanzado su capacidad de acogida, motivando restricciones como el bloqueo de nuevas licencias turísticas y sistemas de control de flujos (The Guardian, 2024; Reuters, 2024). En Venecia, la magnitud del turismo diario alcanza dimensiones que superan con creces la población residente del centro histórico. Durante los primeros días de 2024, la ciudad recibió una media de 75.000 visitantes diarios, cifra que contrasta con los 48.283 habitantes que permanecen censados en el centro histórico, el

número de turistas presentes cada día equivale aproximadamente a 1,5 veces la población residente (Associated Press, 2024). Los casos han puesto claramente los riesgos de la dependencia excesiva del turismo como aumento de alquiler de la vivienda, desplazamiento de población vulnerable, presión en infraestructuras y la pérdida de identidad local. En territorio español, actualmente, los destinos históricos de tamaño medio como Toledo, Córdoba o Santiago de Compostela también han emergido debates públicos sobre la saturación y la necesidad de reorientar sus modelos turísticos (Cortizo et al., 2024).

En base a lo anterior, la situación preocupante en sector turístico mundial, la ciudad Segovia se ha convertido en un caso de estudio interesante. Por un lado, su identificación de Ciudad Patrimonio de la Humanidad ha impulsado un crecimiento constante del flujo turístico por sus fuertes componentes de turismo cultural y de característica de corta duración. Por otro lado, su tamaño medio y la configuración de un casco histórico de dimensiones limitadas generan una concentración espacial muy marcada de los visitantes, que produce efectos destacados en la movilidad, el comercio tradicional y la calidad de vida vecinal.

1.2. Objeto y objetivo general del trabajo

El presente Trabajo de Fin de Máster tiene como objetivo principal realizar un análisis multidimensional sobre la evolución del fenómeno de turistificación en Segovia, con el fin de responder a tres grandes cuestiones que articulan toda la investigación:

1. Identificar en qué medida Segovia se encuentra inmersa en un proceso de turistificación, atendiendo a indicadores como la transformación de los usos residenciales, la progresiva desaparición del comercio tradicional, la homogeneización cultural y la presión sobre la estructura social local.
2. Determinar si la ciudad ha alcanzado ya una situación límite o extrema de saturación turística, valorando la capacidad de acogida de las infraestructuras, la congestión de los espacios públicos, la percepción de los residentes respecto al saturación turística.

3. Explorar estrategias que puedan contribuir a mitigar los impactos negativos y fomentar un modelo de turismo más sostenible, así como proponer recomendaciones de comunicación orientadas a prevenir o minimizar los efectos de la turistificación y la saturación turística.

En resumen, este estudio tiene como objetivo ofrecer un diagnóstico fundamentado que sirva de base para proponer recomendaciones orientadas a la toma de decisiones estratégicas y de comunicación en el futuro, con el fin de lograr un equilibrio entre el desarrollo turístico, el desarrollo económico local, la calidad de vida de residentes y la conservación su patrimonio de la humanidad.

1.3. Presentación de la estructura del trabajo

El presente Trabajo de Fin de Máster se estructura en cinco capítulos, organizados de manera

En el Capítulo I, se introduce la turistificación y el impacto del fenómeno de la saturación turística en el mundo actual, expone los objetivos y la justificación de este trabajo y, por último, describe brevemente su estructura y el contenido de cada Capítulo.

El Capítulo II, destinado al marco teórico, abordamos los conceptos y las implicaciones de la turistificación, la saturación turística y el turismo sostenible que plantearon en los estudios previos. Concretamente, se expondrá el origen y definición del término turistificación, así como su interpretación desde distintas perspectivas académicas y sus impactos en el tejido urbano, social y económico. También, se presentará concepto de saturación turística, incluyendo sus definiciones y las posturas de organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo y el Parlamento Europeo, así como los impactos concretos y los principales hallazgos de investigaciones previas. Finalmente, se analiza el paradigma del turismo sostenible, su evolución reciente y sus oportunidades emergentes en postpandemia.

En el Capítulo III se abordan los marcos regulatorios y políticas públicas relacionados con el fenómeno de la turistificación, saturación turística y el turismo sostenible, y se

presentan las principales iniciativas internacionales (como los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las directrices de la OCDE), las políticas europeas sobre sostenibilidad y turistificación, las estrategias nacionales españolas. Entre ellas, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, las políticas autonómicas y locales específicas de Castilla y León y la ciudad de Segovia. Este recorrido permite establecer el marco de análisis y los indicadores de análisis que se desarrollan en el Capítulo IV.

El Capítulo IV se centra en el estudio del análisis del turismo en Segovia, y constituye el núcleo parte de este trabajo. Se inicia con el planteamiento metodológico y la explicación del modelo de análisis multivectorial diseñado para el caso de estudio. A continuación, se desarrolla un análisis de datos estadísticos y literatura, estructurado en tres ámbitos principales: turistificación, saturación turística y turismo sostenible. Posteriormente, se exponen los resultados de entrevistas semiestructuradas realizadas a responsables del sector turístico de la ciudad (Turismo de Segovia), cuyo contenido se organiza y comenta en detalle. El capítulo se completa con un análisis integrado de los hallazgos cuantitativos y cualitativos, que permite elaborar una síntesis comprensiva del impacto de la turistificación y saturación turística en Segovia.

El Capítulo V cierra el trabajo, con la presentación de conclusiones y recomendaciones. Incluye un balance de los resultados obtenidos y sintetiza las principales conclusiones de la investigación. Asimismo, se formulan recomendaciones prácticas orientadas a la comunicación y a la gestión del turismo sostenible, en coherencia con los objetivos del estudio y los retos identificados. Estas recomendaciones pretenden servir de referencia tanto para la administración pública como para otros actores implicados en el sector turístico local.

La estructura combina un enfoque conceptual, normativo y empírico, permitiendo articular un diagnóstico riguroso y fundamentado que contribuya al conocimiento académico sobre la turistificación y la saturación turística en ciudades patrimoniales de tamaño intermedio como Segovia.

En resumen, este trabajo combina la interpretación del fenómeno turístico actual de los estudios existentes, las políticas públicas y la normativa reguladora y elaborar un marco de análisis, con el que se realiza un estudio de caso sobre Segovia. Finalmente, llega la conclusión y propone recomendaciones prácticas orientadas a la comunicación.



Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Turistificación

2.1.1. Origen y definición de “turistificación”

El concepto de turistificación (*tourismification, touristification*) surge como una forma de describir el proceso mediante el cual un territorio, tradicionalmente orientado a funciones agrícolas, pesqueras o residenciales, experimenta una transformación progresiva inducida por el desarrollo del turismo. En este contexto, el término fue acuñado en los años ochenta por Bruce Young, quien, en su estudio sobre los pueblos tradicionales de Malta, propuso un modelo general para analizar el cambio del paisaje derivado del turismo. Young utiliza el neologismo este neologismo por analogía con términos como “industrialización” o “urbanización”, subrayando su carácter estructural y progresivo.

Según el modelo de Young (1983), la turistificación implica una serie de modificaciones en el paisaje físico, social y económico del lugar (que denomina “*villscape*”) a medida que este se convierte en un destino turístico consolidado. Estas transformaciones incluyen: la reconfiguración del patrón urbano, la invasión y sucesión de usos del suelo, la llegada de residentes foráneos, la aparición de infraestructura y servicios turísticos, y el aumento de la presión sobre los recursos locales. Así, un enclave tradicional va dejando de serlo para convertirse en un “*resort*”, perdiendo parte de su autenticidad y funcionalidad original.

Young identifica seis etapas secuenciales en este proceso: desde una fase “Tradicional Temprana”, donde apenas hay visitantes, hasta una fase de “Turismo Intensivo”, caracterizada por la saturación turística, la homogeneización del entorno y la pérdida de identidad local. En este último estadio, el turismo se convierte en la actividad dominante, desplazando otras formas de vida e incluso transformando la cultura local para adaptarse a las expectativas del visitante.

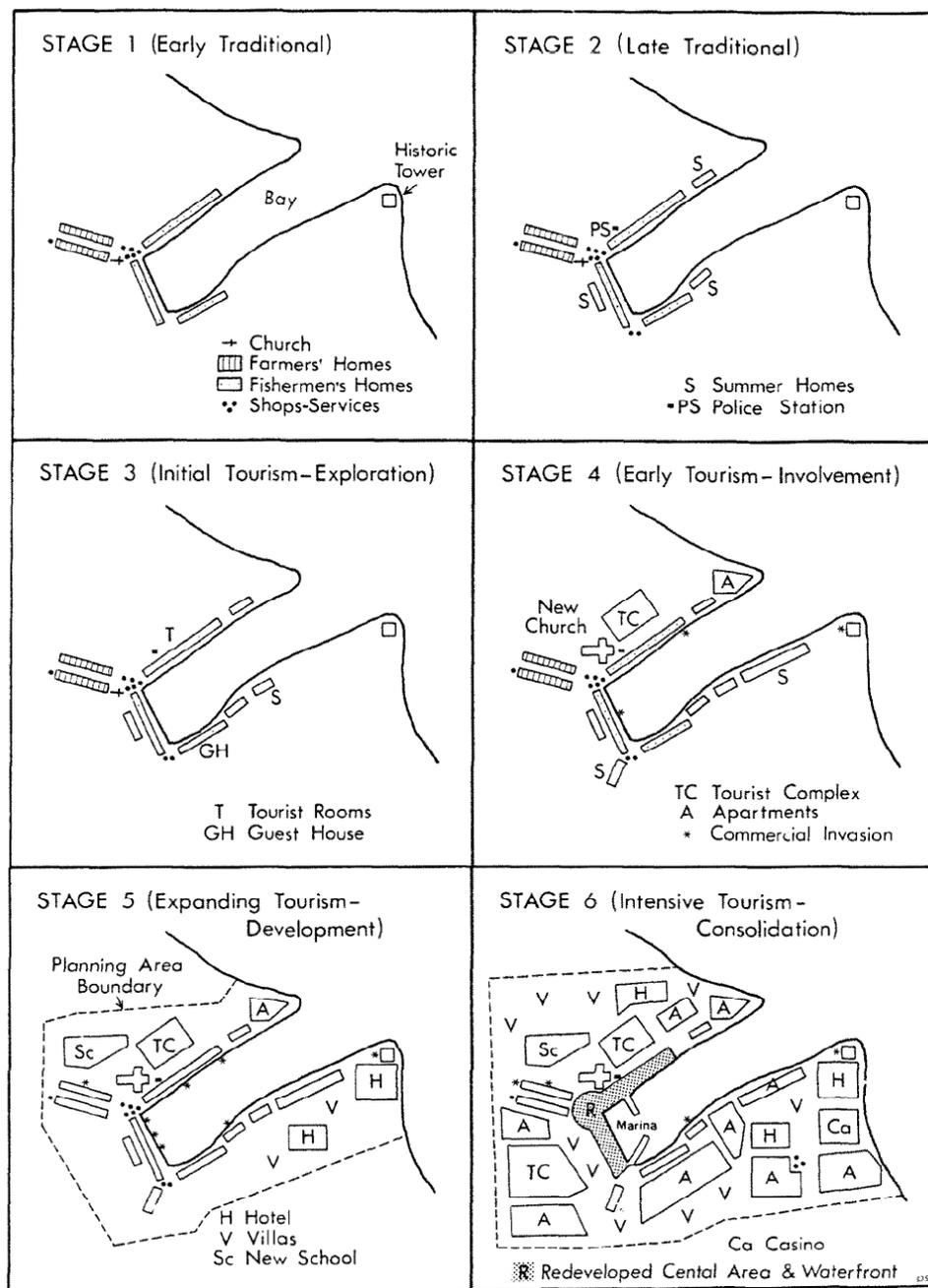


Figura 1 Villscape en transición: etapas de la turistificación de una aldea maltesa tradicional. Nota. Tomado de Young, B. (1983). *Touristization of traditional Maltese fishing-farming villages*. *Tourism Management*, 4(1), 35-41.

Cabe destacar que, aunque generalmente traducidos en español como “turistificación”, los conceptos de *tourismification* y *touristification* se utilizan con frecuencia de manera cercana, pero es importante matizar sus diferencias para un adecuado enfoque analítico. Según Jansen-Verbeke (2010), *tourismification* hace referencia al proceso más amplio

y estructural en el que el sistema turístico en su conjunto se convierte en un factor clave de cambio territorial, social, económico y cultural. Este proceso implica la reorganización de espacios, actividades y valores en función de las lógicas de producción y consumo turístico. En otras palabras, *tourismification* implica la integración de toda la maquinaria del turismo, (infraestructuras, actores institucionales, políticas públicas, redes de inversión, discursos de promoción y flujos mediáticos) que reconfigura el territorio para producirlo como destino turístico. Este concepto subraya, por tanto, el impacto sistémico y multiescalar del turismo.

Por su parte, *touristification* pone el foco en los efectos derivados de la presencia y las prácticas concretas de los turistas, es decir, en la manera en que la afluencia masiva de visitantes modifica usos del espacio, dinámicas sociales, comportamientos y rutinas locales. Aquí el énfasis se sitúa en la dimensión más visible y cotidiana del fenómeno: los turistas como agentes de cambio directo sobre las comunidades receptoras, sus economías de subsistencia, sus modos de vida y sus representaciones culturales (Salazar, 2009). En este sentido, *touristification* se vincula estrechamente con procesos de espectacularización y de puesta en escena de la cultura local como mercancía para el consumo turístico.

Resumiendo con las definiciones de Jansen-Verbeke, *tourismification* es transformación inducida por la lógica del sistema turístico global en su conjunto, y *touristification* es transformación inducida por la actividad y presencia directa de los turistas.

Esta distinción conceptual permite comprender que un destino puede ser *tourismified* por políticas e inversiones que preparan el territorio y los imaginarios para el turismo, aunque todavía no reciba grandes volúmenes de visitantes. Por el contrario, *touristification* describe fenómenos que aparecen cuando la llegada de turistas se intensifica y afecta la cotidianidad local, por ejemplo, mediante cambios en el comercio minorista, en los precios de la vivienda, en la convivencia vecinal o en la identidad cultural proyectada hacia el exterior.

Asimismo, otros autores como Salazar (2009) han subrayado que *tourismification* es un proceso relacional que implica redes de actores globales y locales, mientras que *touristification* es más bien el resultado de interacciones entre los visitantes y las comunidades anfitrionas, generando prácticas de auto-representación, adaptaciones y, en ocasiones, conflictos y resistencias.

2.1.2. La turistificación desde diferentes perspectivas

2.1.2.1. La turistificación de recursos culturales

La turistificación de los recursos culturales constituye una de las manifestaciones más significativas del proceso por el cual los espacios y patrimonios históricos, materiales e inmateriales, se transforman en productos y escenarios turísticos. Este proceso es complejo, multidimensional y genera profundas repercusiones tanto en el territorio como en las comunidades que lo habitan.

Desde la perspectiva territorial, la turistificación implica la revalorización y reinterpretación de los elementos culturales existentes (monumentos, paisajes históricos, tradiciones, eventos) para adaptarlos a las expectativas del visitante y a las lógicas de la economía del ocio. Según Jansen-Verbeke (2009), la creciente presión del mercado turístico global ha fomentado la conversión de los paisajes culturales en *tourismscapes*, es decir, entornos híbridos donde se entrelazan prácticas cotidianas, conservación patrimonial y usos turísticos. La dinámica de esta transformación depende de varios factores: la densidad de activos culturales tangibles, la capacidad organizativa local, las políticas de conservación y las estrategias de marketing que se aplican en cada territorio.

Uno de los aspectos más destacados de este fenómeno es el dilema entre conservación y desarrollo. Si bien el aprovechamiento turístico de los recursos culturales puede generar ingresos, revitalizar economías locales y fortalecer identidades, también conlleva riesgos como la banalización de la cultura, la pérdida de autenticidad y la presión sobre la capacidad de carga de los lugares. Esta tensión se expresa, por ejemplo,

en el debate sobre el uso turístico de paisajes históricos urbanos frente a su preservación para la vida cotidiana y la memoria colectiva.

La turistificación de recursos culturales no solo afecta los bienes tangibles (monumentos, sitios arqueológicos o conjuntos urbanos), sino que también transforma el patrimonio inmaterial. Las tradiciones, festividades, lenguas, relatos y expresiones simbólicas se convierten en parte del producto turístico. Según Jansen-Verbeke (2007), esta “creatividad con el patrimonio intangible” puede derivar en oportunidades de innovación cultural, pero también en procesos de estandarización o “mercantilización” de la cultura, que desplazan su significado original.

Para comprender la complejidad de este proceso, se ha propuesto un enfoque que integra tres dimensiones fundamentales:

- a) *Hardware*: los recursos físicos (sitios patrimoniales, paisajes culturales, infraestructuras).
- b) *Software*: los relatos, las interpretaciones, la imagen turística y el marketing asociado.
- c) *Orgware*: la capacidad de organización y gestión de los actores locales y regionales para coordinar la valorización turística con la conservación y la participación comunitaria.

La interacción entre estas dimensiones es decisiva. Por ejemplo, un territorio con abundantes activos patrimoniales (*hardware*) puede fracasar en consolidar un turismo cultural competitivo si carece de relatos atractivos (*software*) o de estructuras organizativas eficaces (*orgware*). Inversamente, espacios con menos recursos materiales pueden posicionarse en los mercados culturales mediante estrategias innovadoras que revaloricen expresiones intangibles y experiencias auténticas.

Por último, la turistificación de los recursos culturales tiene una marcada dimensión espacial. Tiende a generar clústeres turísticos y áreas de concentración de servicios, lo que produce efectos de atracción pero también desigualdades territoriales. La coexistencia de zonas “turísticas” y zonas “no turísticas” dentro de una misma ciudad

o región puede acentuar procesos de segregación funcional y tensiones entre visitantes y residentes.

En síntesis, la turistificación de los recursos culturales es un proceso ambivalente que ofrece oportunidades de desarrollo económico, refuerza la identidad territorial y promueve la creatividad, pero al mismo tiempo plantea retos en términos de sostenibilidad, conservación y gobernanza participativa.

2.1.2.2. La turistificación de toda la sociedad

La turistificación puede entenderse no únicamente como un fenómeno localizado en destinos específicos, sino como un proceso que impregna la totalidad de la sociedad contemporánea a través de la circulación global de imágenes, prácticas y expectativas. Este proceso implica la conversión progresiva de entornos, culturas y modos de vida en espectáculos y productos de consumo turístico (Salazar, 2009).

Desde esta perspectiva, la turistificación no se limita a transformar espacios físicos (ciudades patrimoniales, entornos rurales o enclaves naturales) sino que modifica de manera más profunda las representaciones colectivas y las relaciones sociales. Las comunidades no sólo son escenificadas y mercantilizadas para los visitantes, sino que sus propios miembros interiorizan estas imágenes y expectativas, dando lugar a una “reproducción performativa” de la identidad local que se convierte en un recurso económico y simbólico (Salazar, 2009).

Además, la turistificación de toda la sociedad se enmarca en dinámicas más amplias de globalización y glocalización. La globalización turística, facilitada por la expansión de medios de transporte y comunicación, intensifica la circulación de imaginarios que definen qué lugares y culturas son deseables como destinos (Salazar, 2005). A su vez, las comunidades locales reinterpretan estas proyecciones externas, adaptándolas estratégicamente a los gustos de diferentes segmentos de turistas, en un proceso que Robertson (1994) denominó *glocalización*. Este concepto subraya la interacción dialéctica entre lo global y lo local: mientras las representaciones turísticas se producen

y difunden globalmente, también se localizan y resignifican en contextos específicos (Salazar, 2005).

Así, la turistificación de toda la sociedad implica la expansión de una cultura turística que atraviesa fronteras y penetra múltiples esferas de la vida cotidiana. Desde los medios de comunicación hasta las políticas públicas, pasando por la economía y la identidad, el turismo se convierte en un marco de referencia dominante que moldea aspiraciones, narrativas y prácticas sociales. Como señala Salazar (2009), este proceso puede tener efectos ambivalentes: por un lado, contribuye a la valorización del patrimonio y a la revitalización de identidades locales; por otro, puede derivar en la estandarización cultural, la mercantilización de tradiciones y una dependencia económica excesiva del turismo.

En definitiva, la turistificación de toda la sociedad constituye un fenómeno complejo y global que transforma no solo los lugares, sino las formas en que individuos y colectivos se perciben a sí mismos y se relacionan con el mundo. Este enfoque integral resulta clave para comprender los desafíos que plantea la gestión de destinos y el desarrollo de estrategias que promuevan un turismo más crítico, participativo y sostenible.

2.1.2.3. La turistificación como un “efecto de ordenamiento”

Desde una perspectiva innovadora, Adrian Franklin (2008) propone comprender la turistificación no solo como un fenómeno económico, social o cultural aislado, sino como un proceso que actúa como un “efecto de ordenamiento” (*ordering effect*) sobre la modernidad y la globalización. Este enfoque se aleja de las interpretaciones estructuralistas clásicas que relegaban el turismo a un lugar marginal y propone situarlo como un principio activo que reorganiza prácticas, significados y materialidades a escala local y global.

Franklin (2008) argumenta que el turismo opera como un dispositivo de ordenamiento que articula redes complejas de actores humanos y no humanos (personas, infraestructuras, tecnologías, discursos y objetos) en ensamblajes heterogéneos que producen nuevas configuraciones espaciales, culturales y sociales. Este proceso de

ordenamiento implica que el turismo no es simplemente el desplazamiento de visitantes hacia determinados lugares, sino la capacidad de transformar dichos lugares, dotándolos de una nueva lógica de visibilidad, consumo y valoración simbólica.

Una de las manifestaciones centrales de este efecto de ordenamiento es la creación de “lugares turísticos” a través de prácticas de traducción, interpretación y puesta en escena. Mediante guías, mapas, relatos e infraestructuras, espacios antes considerados ordinarios se resignifican como objetos de atracción y consumo cultural. Esta producción de lugar no solo afecta la percepción externa, sino que también modifica la autopercepción de los habitantes, generando efectos identitarios y económicos (Franklin, 2008).

Otro aspecto esencial es que la turistificación como ordenamiento despliega un tipo específico de mirada y relación con el mundo: la predisposición turística. Esta actitud implica una disposición a recorrer, experimentar y consumir lugares como fragmentos estéticos y experiencias diferenciadas. Así, el turismo se convierte en una forma de gestionar el mundo, tanto material como simbólicamente, modelando expectativas, deseos y prácticas cotidianas (Franklin, 2008).

Franklin (2008) destaca que este ordenamiento turístico se entrelaza con otros grandes ordenamientos de la modernidad, como el consumo, el nacionalismo o la globalización. La turistificación contribuye a la expansión de redes de conectividad técnica y cultural, que a su vez refuerzan la lógica capitalista y la movilidad transnacional. Por ejemplo, la traducción de paisajes, tradiciones y patrimonios en mercancías turísticas no solo implica la comercialización de la experiencia, sino que redefine los sentidos de pertenencia, autenticidad y valor cultural.

En síntesis, entender la turistificación como un efecto de ordenamiento permite reconocer su capacidad para configurar formas de habitar, consumir y narrar los territorios, así como sus consecuencias ambivalentes: desde la creación de oportunidades económicas y el cosmopolitismo hasta la homogeneización cultural y la fragmentación de los vínculos sociales locales. Este enfoque invita a situar la

turistificación como un proceso performativo y relacional que reorganiza de manera continua tanto los lugares como las subjetividades contemporáneas.

2.1.3. Impactos de turificación

2.1.3.1. Gentrificación

La gentrificación es un fenómeno que ya hace varias décadas ha sido ampliamente estudiado y documentado. En 1964, la socióloga Ruth Glass fue quien propuso este término por primera vez. En aquel momento, al examinar varios barrios de Londres, observó que un nuevo grupo poblacional llegaba de manera constante a esas zonas. Ella describió a estas personas como “descendientes de la aristocracia rural”, quienes poseían más riqueza y un nivel educativo más alto que los antiguos residentes de clase trabajadora. Estas personas adquirieron y renovaron antiguos establos y viviendas, transformando poco a poco el aspecto de las comunidades locales. En su artículo *Aspects of Change* define la gentrificación:

Uno a uno, muchos barrios obreros de Londres han sido invadidos por la clase media, alta y baja. Modestas y desgastadas casas adosadas y cabañas — dos habitaciones arriba y dos abajo — han sido tomadas cuando expiraron sus contratos de arrendamiento, y se han convertido en elegantes y costosas residencias... Una vez que este proceso de ‘gentrificación’ comienza en un distrito, progresa rápidamente hasta que todos o la mayoría de los ocupantes obreros originales son desplazados y todo el carácter social del barrio se transforma (Glass, 1964).

2.1.3.2. Turismo y gentrificación

La gentrificación turística constituye una evolución contemporánea del proceso de gentrificación clásica. Si bien inicialmente este fenómeno describía la transformación social y económica de los barrios urbanos mediante la llegada de nuevos grupos con mayor poder adquisitivo, en los últimos años se ha intensificado en muchos centros históricos europeos impulsada por el auge del turismo global. Según Lopes et al. (2019), la gentrificación turística implica no solo un desplazamiento de los antiguos residentes por población más acomodada, sino también una creciente ocupación de las viviendas

por actividades orientadas exclusivamente a los visitantes, como los alojamientos turísticos de corta duración.

En el caso de Lisboa, esta dinámica ha sido particularmente significativa. La ciudad ha experimentado un notable crecimiento de turistas, que buscan alojarse en el centro histórico atraídos por su patrimonio cultural, su ambiente tradicional y su localización estratégica. Para responder a esta demanda, la oferta de alojamientos locales (apartamentos y viviendas adaptadas al turismo) se ha expandido de manera acelerada, reconfigurando la morfología social de barrios como Alfama, Castelo o Bairro Alto. Según los datos de Registro Nacional de Turismo de Portugal (2018) citado en el artículo, entre 2015 y 2017, el municipio de Lisboa concentraba aproximadamente el 74% de los alojamientos locales de toda el área metropolitana, un indicador del fuerte peso de esta actividad en su tejido urbano.

Aunque este fenómeno ha traído beneficios económicos, como la rehabilitación de edificios antiguos y el impulso a sectores complementarios (restauración, comercio, servicios), también acarrea consecuencias negativas. Por un lado, supone un proceso de sustitución progresiva de la población residente por turistas temporales, lo que implica la pérdida de la identidad local y de la vida comunitaria. El artículo advierte que cerca del 40% de las propiedades convertidas en alojamientos turísticos se destinaban previamente a vivienda habitual, lo que refleja un impacto directo en la disponibilidad de hogares para los habitantes de la ciudad.

Por otro lado, el incremento masivo de turistas genera presión sobre la capacidad de carga de los barrios, afecta el acceso a la vivienda por la subida de los precios del alquiler y propicia conflictos de convivencia. Este tipo de gentrificación convierte los espacios cotidianos en escenarios de consumo turístico, donde la autenticidad se ve erosionada en favor de una experiencia superficial que puede terminar por desvalorizar el destino.

Lopes et al. (2019) subrayan la necesidad de una regulación específica que limite los efectos adversos de la gentrificación turística. Mantener un equilibrio entre los intereses

económicos del turismo y la preservación de la identidad cultural de los barrios es esencial para asegurar que los centros históricos no se conviertan en meros parques temáticos. Como señalan los autores, la sostenibilidad a largo plazo de estos destinos dependerá de políticas públicas que prioricen la permanencia de los residentes, regulen el volumen de alojamientos turísticos y garanticen la calidad de vida de quienes habitan las ciudades todo el año.

2.1.3.3. El alquiler turístico como factor de exclusión residencial y vulnerabilidad social

El auge de los alquileres turísticos de corta duración, especialmente a través de plataformas digitales como Airbnb, ha desencadenado una serie de transformaciones urbanas que impactan directamente en la exclusión residencial de la población local y en la generación de nuevos escenarios de vulnerabilidad social. Este fenómeno no se explica únicamente como una forma de “economía colaborativa”, sino como una modalidad de inversión inmobiliaria profesionalizada que redefine la función social de la vivienda (Cocola-Gant y Gago, 2019).

Por un lado, la proliferación de alquileres turísticos contribuye a un proceso de financiarización de la vivienda, entendido como la conversión de los inmuebles residenciales en activos de inversión y vehículos de acumulación de capital a escala global. Según Cocola-Gant y Gago (2019), Airbnb “ha creado una nueva oportunidad para impulsar la inversión financiera en el mercado de la vivienda en alquiler, permitiendo la llegada de capital *buy-to-let* a determinados destinos turísticos” (p. 1674). Este tipo de inversiones otorgan a los propietarios e intermediarios la posibilidad de maximizar beneficios gracias a la flexibilidad del mercado de corta estancia, evitando las restricciones de los contratos de alquiler prolongados y reduciendo costes de gestión a través de plataformas digitales.

Por otro lado, esta expansión del mercado de corta duración tiene efectos directos en la población residente, especialmente en los colectivos más vulnerables. Mínguez et al. (2019) subrayan que la turistificación se ha convertido en un factor que “genera

procesos de segregación y malestar entre los residentes, cuyos segmentos de menor renta acaban siendo expulsados” (p. 2). Este desplazamiento se produce tanto de forma directa, cuando los inquilinos ven rescindidos sus contratos o no pueden asumir subidas de precio, como indirecta, debido al deterioro de las condiciones de habitabilidad y la pérdida de referentes comunitarios.

Además, los procesos de turistificación fomentan dinámicas de sustitución progresiva de usos urbanos. Cocola-Gant y Gago (2019) describen cómo en barrios como Alfama (Lisboa), la transformación de viviendas en alojamientos turísticos ha provocado “un cambio tácito de uso del suelo, de residencial a turístico, que los residentes experimentan como un proceso de injusticia social” (p. 1672). A ello se suma la apropiación de espacios públicos por parte de actividades orientadas al consumo turístico, lo que contribuye a la desnaturalización de las prácticas cotidianas y al debilitamiento del tejido social (Mínguez et al., 2019).

En síntesis, la consolidación del alquiler turístico como motor económico refuerza procesos de desigualdad espacial y social que afectan a la capacidad de los residentes de permanecer en sus barrios y de ejercer su derecho a la ciudad. Tal como advierte Mínguez et al. (2019), el resultado final es una “homogeneización del paisaje urbano” y la “pérdida de identidad de los centros históricos”, donde prevalecen las lógicas del consumo turístico sobre las necesidades de la población local.

2.1.3.4. Transformación de los espacios de consumo y comercialización

Aparte de los impactos en las viviendas, la turistificación también transforma profundamente los espacios comerciales y de consumo. Este proceso implica la progresiva estandarización y homogeneización del paisaje comercial urbano, así como la sustitución de actividades tradicionales por otras orientadas de forma prioritaria a la demanda turística.

Hagemans et al. (2024) proponen un marco analítico que identifica tres dinámicas interrelacionadas que configuran esta transformación: la concentración de capital comercial, el desplazamiento de negocios y la estandarización de la oferta.

- La concentración de capital comercial hace referencia al creciente interés de grandes empresas, cadenas y fondos de inversión en ubicaciones con alta afluencia turística, dado que la mayor densidad de visitantes genera un diferencial de rentas que eleva los precios de alquiler de los locales comerciales (Hagemans et al., 2024). En este sentido, el aumento del valor potencial de los inmuebles impulsa a los propietarios a priorizar arrendatarios capaces de maximizar beneficios a corto plazo, consolidando un modelo de explotación intensiva del espacio urbano.
- El desplazamiento comercial se manifiesta mediante el abandono o la expulsión de pequeños negocios tradicionales y comercios de proximidad que no pueden sostener las nuevas rentas o adaptarse a la lógica de consumo turístico (Hagemans et al., 2024). Este fenómeno se complementa con procesos de desplazamiento indirecto y exclusionario: aunque algunos establecimientos permanezcan en el área, la pérdida de la diversidad de la oferta y el deterioro de la base de clientes locales generan presión sobre su viabilidad económica.
- La estandarización del paisaje comercial es la consecuencia más visible de este proceso. En muchos centros históricos, los locales se reorientan hacia actividades de bajo riesgo y alta rotación, como tiendas de recuerdos, franquicias de alimentación rápida y comercios tematizados que reproducen estereotipos culturales (Barrera-Fernández et al., 2019; Hagemans et al., 2024). Este proceso reduce la singularidad de los barrios, debilita los vínculos identitarios de la comunidad residente y convierte los entornos urbanos en escenarios diseñados principalmente para el consumo de visitantes.

El caso de Málaga ilustra cómo la intensificación del turismo puede desencadenar dinámicas de sustitución comercial que transforman los centros históricos en espacios monofuncionales orientados casi en exclusiva al ocio turístico (Barrera-Fernández et al., 2019). La concentración de alojamientos de corta estancia y la expansión de la oferta gastronómica dirigida al visitante provocan la desaparición progresiva de los comercios

tradicionales y de servicios cotidianos, mientras que la presión inmobiliaria dificulta la permanencia de negocios locales (Barrera-Fernández et al., 2019).

En definitiva, la turistificación de los espacios de consumo contribuye a la pérdida de diversidad económica y social de los centros urbanos, fomenta la mercantilización de la cultura local y refuerza la desigualdad territorial. Tal como advierten Hagemans et al. (2024), estas dinámicas generan un círculo vicioso: la elevada rentabilidad del consumo turístico incentiva la homogeneización de la oferta, que a su vez disminuye la habitabilidad y la identificación de la población residente con el territorio, facilitando su sustitución definitiva.

2.1.3.5. Turismofobia: reacciones sociales ante la turistificación

El concepto de “turismofobia” ha adquirido relevancia en los últimos años como una categoría que designa las expresiones de malestar social frente a la intensificación del turismo en ciudades históricas y destinos con alta presión turística. Aunque este término se ha popularizado en medios de comunicación y discursos institucionales, numerosos autores coinciden en señalar su carácter ambiguo y su utilización como un recurso retórico que deslegitima las demandas ciudadanas (Blanco-Romero et al., 2019; Bobic y Akhavan, 2022).

Blanco-Romero et al. (2019) sostienen que la turismofobia no debe entenderse como una mera animadversión hacia los turistas, sino como un síntoma de procesos estructurales que generan conflictividad urbana. Entre los factores desencadenantes destacan la saturación del espacio público, el encarecimiento del coste de vida, la precarización de las condiciones laborales y la expulsión de residentes, especialmente en los centros históricos. Así, el término se emplea con frecuencia para “criminalizar reivindicaciones legítimas” que se articulan en torno al derecho a la ciudad (Blanco-Romero et al., 2019, p. 10).

Por su parte, Bobic y Akhavan (2022) identifican que en ciudades como Venecia, Dubrovnik y Kotor, la sobrecarga turística no solo produce impactos ambientales y económicos, sino que también erosiona la cohesión social. La percepción de invasión

y pérdida de control sobre el territorio urbano alimenta el descontento de la población local, que percibe el turismo masivo como una amenaza a su bienestar y a su identidad cultural. Este contexto ha propiciado manifestaciones y protestas que, lejos de constituir fenómenos aislados, forman parte de una respuesta colectiva ante la mercantilización de los entornos urbanos (Milano et al., 2019).

En el caso de España, el auge del turismo urbano tras la crisis económica de 2008 acentuó estos procesos, dado que las políticas públicas promovieron la expansión de actividades turísticas como mecanismo de recuperación económica. Sin embargo, el rápido crecimiento del sector turístico intensificó los desequilibrios sociales y territoriales, hasta el punto de suscitar reacciones de rechazo que fueron estigmatizadas bajo la etiqueta de “turismofobia” (Blanco-Romero et al., 2019).

Desde una perspectiva crítica, algunos autores señalan que el concepto de “turismofobia” funciona como un “boomerang discursivo”, que pretendía desacreditar la oposición social al turismo, pero que finalmente ha evidenciado la necesidad de replantear los modelos alternativos de desarrollo turístico (Blanco-Romero et al., 2019, p. 12). En este sentido, la demanda de decrecimiento turístico o “deturistificación” se ha planteado como una alternativa para reducir los efectos negativos de la saturación y avanzar hacia un uso más equitativo del espacio urbano (Fletcher et al., 2019).

Por tanto, el surgimiento de la turismofobia refleja el conflicto entre, por un lado, el relato hegemónico que considera el turismo exclusivamente como motor de prosperidad y, por otro, la experiencia cotidiana de muchos residentes que padecen sus consecuencias adversas. Este antagonismo pone de manifiesto la necesidad de políticas urbanas que reconozcan los límites de la capacidad de acogida de los destinos y que integren mecanismos de participación ciudadana en la toma de decisiones (Blanco-Romero et al., 2019; Bobic y Akhavan, 2022).

2.1.3.6. Estrategias de mitigación

La identificación y el abordaje de los impactos negativos derivados de la turistificación requieren estrategias innovadoras que integren tanto la participación ciudadana como

herramientas tecnológicas avanzadas. En este sentido, el uso del *big data* social emerge como un recurso de creciente relevancia para comprender percepciones ciudadanas, diagnosticar problemas específicos y diseñar políticas públicas más ajustadas a la realidad de los destinos turísticos (Cho, 2021).

Cho (2021) destaca que, a través del análisis de datos masivos no estructurados obtenidos de redes sociales y portales digitales, es posible mapear de manera precisa las preocupaciones más recurrentes de la población residente. Por ejemplo, en el caso de Corea del Sur, la aplicación combinada de análisis de redes semánticas y análisis de redes sociales permitió identificar palabras clave asociadas a la turistificación como “incomodidad”, “migración”, “sobreturismo” y “aumento del alquiler”, que reflejan las principales dimensiones del conflicto entre visitantes y habitantes locales.

Una de las ventajas de estas metodologías es su capacidad para detectar tendencias en tiempo real y segmentar problemáticas según áreas geográficas específicas. Así, se facilita la elaboración de medidas proactivas de gestión, como la regulación de flujos turísticos, la limitación del número de visitantes en espacios sensibles o la redistribución temporal de la demanda (Cho, 2021). De hecho, experiencias internacionales como las restricciones de aforo en Venecia o la aprobación de moratorias en nuevas licencias turísticas en Barcelona evidencian que las políticas de contención pueden contribuir a reducir la presión sobre la vida cotidiana de los residentes y a proteger la sostenibilidad social y ambiental de los destinos (Freytag y Bauder, 2018; Jover y Díaz-Parra, 2020).

Otra línea de acción destacada es la generación de estrategias de comunicación digital que promuevan un turismo más responsable y sensibilicen a los visitantes sobre el impacto de sus prácticas de consumo en la habitabilidad urbana. Estas campañas pueden diseñarse de manera segmentada, empleando redes sociales para difundir mensajes orientados a distintos perfiles de turistas (Cho, 2021).

Finalmente, las estrategias de mitigación también deben incorporar mecanismos de participación activa de las comunidades locales, fomentando la corresponsabilidad en

la definición de modelos turísticos alternativos. La integración de perspectivas ciudadanas en los procesos de toma de decisiones no solo mejora la legitimidad de las políticas, sino que facilita la detección de conflictos latentes que podrían derivar en reacciones adversas o procesos de rechazo social (Barrera-Fernández et al., 2019).

En síntesis, el despliegue de herramientas basadas en *big data*, sumado a enfoques participativos y políticas de planificación adaptativas, constituye una vía prometedora para avanzar hacia la gobernanza sostenible del turismo urbano y contener los efectos más adversos de la turistificación.

2.2. Saturación turística

2.2.1. Definición y actitud de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas

Según la definición dada por la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT, 2018) la saturación turística o “sobreturismo” (*overtourism*) afecta negativamente, en un grado excesivo, a la calidad de vida de los residentes locales y/o a la calidad de la experiencia turística de los visitantes. Actualmente, el crecimiento continuo del número de turistas en las ciudades ha intensificado el uso de los recursos naturales, ha generado impactos socioculturales y ha ejercido una gran presión sobre las infraestructuras, la movilidad y otros servicios públicos. La OMT considera que una gestión adecuada del turismo, que beneficie tanto a los visitantes como a los residentes, ha sido siempre una cuestión central en este ámbito.

Antes de la aparición de este término, la propia OMT ya había planteado y definido el concepto de capacidad de carga turística como: “el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico al mismo tiempo sin causar la destrucción del entorno natural, económico y sociocultural, ni una disminución inaceptable de la satisfacción de los visitantes”.

2.2.2. Definición y actitud de Parlamento Europeo

La saturación turística describe una situación en la que, en momentos y lugares específicos, el impacto del turismo supera los umbrales que pueden ser soportados por el entorno ambiental, ecológico, social, económico, psicológico y/o político (Parlamento Europeo, 2018). Además, se señala que, esencialmente el fenómeno de la saturación turística está relacionado con el número de turistas, el tipo de visitantes, el momento de su visita, y está estrechamente vinculado con la capacidad de carga turística. Las percepciones sobre la saturación turística pueden variar entre diferentes actores involucrados, como residentes, turistas o empresas. Por lo tanto, según el estudio del Parlamento Europeo, realizada por su Comisión de Transporte y Turismo (TRAN) (2018), los indicadores más relevantes para evaluar la saturación turística incluyen:

- a) Densidad turística (número de pernoctaciones por kilómetro cuadrado) e intensidad turística (número de pernoctaciones por residente);
- b) La proporción de camas de Airbnb en relación con la capacidad total de camas combinadas entre Airbnb y Booking.com;
- c) La participación del turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) regional;
- d) Intensidad del turismo aéreo (número de llegadas por vía aérea dividido por el número de residentes);
- e) La proximidad a aeropuertos, puertos de cruceros y sitios declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO.

2.2.3. Investigaciones anteriores sobre saturación turística

Los estudios previos sobre la explicación del fenómeno de saturación turística y el sobreturismo han introducido diferentes enfoques, que en términos generales pueden clasificarse en tres categorías: capacidad de carga, calidad de vida y de la experiencia, y enfoques integrales.

El enfoque más tradicional, centrado en la capacidad de carga, ha sido retomado por autores como Claudio Milano (2018), quien contextualiza la saturación turística en una

larga genealogía de estudios críticos sobre la saturación turística, desde los trabajos de Doxey (1975), Butler (1980) u O'Reilly (1986). Milano subraya que la masificación turística no es un fenómeno reciente, sino un proceso prolongado que se manifiesta hoy con mayor intensidad por su visibilización mediática y las reacciones sociales que ha generado. A partir del caso de Barcelona, identifica elementos estructurales, como la turistificación del espacio urbano, la precarización laboral o la pérdida del acceso a la vivienda, como síntomas de una sobreexplotación de los recursos físicos y sociales de las ciudades turísticas. A ello se suma la emergencia de movimientos sociales que denuncian la “monocultura turística” y reclaman políticas de decrecimiento, más allá de estrategias técnicas como las “5D” (desestacionalización, descongestión, descentralización, diversificación y turismo de calidad).

En la línea de la calidad de vida y la experiencia urbana, el estudio de Jover y Díaz-Parra (2020) explora la saturación turística como un fenómeno vinculado al conflicto entre residentes y visitantes, con consecuencias directas sobre la cohesión social, la identidad de los barrios y el acceso equitativo a los recursos urbanos. Analizando el caso de Sevilla, los autores muestran cómo la presión turística y la migración por estilo de vida contribuyen a la expulsión de las clases trabajadoras del centro histórico, con el consiguiente deterioro de las condiciones de vida y la pérdida del sentido de comunidad. Desde esta perspectiva, el sobreturismo no se mide únicamente por cifras absolutas, sino por su capacidad para alterar negativamente la reproducción social de las ciudades.

Desde un enfoque integral y perceptivo, el trabajo de Bouchon y Rauscher (2019) propone un marco conceptual que entiende la saturación turística como una crisis de convivencia urbana. En lugar de enfocarse en el número de turistas, los autores ponen el acento en la percepción del desequilibrio entre residentes y visitantes, y en la falta de planificación y gobernanza como factores clave. Según su propuesta, el sobreturismo y la saturación turística deben abordarse mediante una gestión participativa, que articule factores estructurales (como la globalización y la economía de plataformas) con

respuestas locales, centradas en la redistribución espacial del turismo, la protección del espacio público y el fortalecimiento del rol de los residentes en la toma de decisiones.

2.2.4. Impactos concretos de la saturación turística

El fenómeno del sobreturismo y la saturación turística no solo implican un crecimiento excesivo de visitantes en determinados espacios urbanos, sino que conlleva una serie de impactos concretos y multidimensionales que afectan de manera directa a la vida cotidiana de los residentes, al equilibrio económico local y a la sostenibilidad ambiental del destino. Uno de los efectos más relevantes y visibles es la llamada gentrificación turística.

La gentrificación turística, ya comentada con anterioridad, provoca el encarecimiento del precio de la vivienda, el desplazamiento de residentes locales y la transformación del tejido urbano y comercial. Según Milano (2018), en ciudades como Barcelona, Lisboa o Palma de Mallorca, este fenómeno ha sido documentado por movimientos sociales que denuncian la pérdida de accesibilidad a la vivienda, la privatización del espacio público y la precarización del empleo local.

Jover y Díaz-Parra (2020) profundizan en este análisis a partir del caso de Sevilla, donde muestran cómo el turismo y la llegada de migrantes por estilo de vida generan la expulsión de residentes tradicionales, debilitan la identidad barrial y erosionan las redes comunitarias. El resultado es una ciudad transformada en “escenario turístico”, que prioriza el consumo de experiencias sobre la reproducción social.

Bouchon y Rauscher (2019), por su parte, abordan este conflicto desde una perspectiva de desequilibrio en la convivencia urbana. Su marco conceptual enfatiza que la saturación turística no solo debe medirse en términos cuantitativos, sino también en función de la percepción social del deterioro de la calidad de vida, especialmente cuando los residentes sienten que pierden el control sobre su entorno cotidiano. Aparte de la gentrificación, el sobreturismo también conlleva otros efectos significativos (Parlamento Europeo, 2018):

- Pérdida de identidad y autenticidad, aumento del coste de vida para los residentes locales, e incremento de la desigualdad entre los habitantes.
- Dependencia económica del turismo, incluyendo una fuerte exposición a la estacionalidad y la degradación de otros sectores o tipos de empleo.
- Inflación de precios y reducción en la disponibilidad de ciertos bienes, servicios y factores productivos destinados a los habitantes.
- Contribución significativa y perceptible a la contaminación del agua, la tierra, el aire y el ruido, y/o problemas con la gestión de residuos sólidos.

En resumen, los efectos producidos por la saturación turística que van más allá del turismo mismo.

2.3. Turismo sostenible

El progresivo crecimiento del turismo global ha derivado en fenómenos como la turistificación y el sobreturismo, cuyos impactos negativos sobre los entornos urbanos, el tejido social y los ecosistemas locales se han vuelto cada vez más evidentes (Milano, 2018; Milano, Cheer y Novy, 2019). Estas dinámicas, que combinan la masificación turística con la mercantilización intensiva de los destinos, han puesto de manifiesto la necesidad de repensar los modelos de desarrollo turístico para hacerlos más equilibrados y respetuosos con los límites ambientales y sociales (Goodwin, 2017).

En este contexto, el concepto de turismo sostenible surge como una respuesta orientada a minimizar las consecuencias adversas del turismo convencional y a promover prácticas que contribuyan al bienestar de las comunidades anfitrionas y a la conservación de los recursos naturales y culturales. Según la Organización Mundial del Turismo (2005), el turismo sostenible se define como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales, para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

A nivel europeo, las políticas comunitarias destacan que el turismo sostenible resulta esencial para mantener la competitividad a largo plazo, impulsar el empleo de calidad

y fomentar la cohesión social mediante la adopción de enfoques innovadores y la promoción de buenas prácticas (Comisión Europea, 2010). En este sentido, el programa EDEN ejemplifica la estrategia de la Unión Europea para reconocer y visibilizar destinos emergentes que demuestran un compromiso con la sostenibilidad social, cultural y ambiental (Comisión Europea, 2020).

Por su parte, España ha establecido la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, que prioriza reducir los impactos medioambientales, reforzar la sostenibilidad social y redistribuir de manera más equitativa los beneficios del turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Española, 2019). La implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos representa un marco de referencia práctico para avanzar hacia un modelo turístico responsable y equilibrado (EUROPARC-España, 2016).

2.3.1. Transformación sostenible del turismo

La transformación sostenible del turismo implica un proceso complejo que desborda la mera implementación de prácticas aisladas y requiere una reconfiguración profunda de las relaciones entre territorio, actores sociales y marcos de conocimiento. Desde un enfoque sistémico, se reconoce que los espacios turísticos constituyen sistemas abiertos donde convergen factores naturales, económicos, sociales y culturales de manera indisoluble (Brinckmann, Brinckmann y Mueller, 2010). Este enfoque asume que el territorio no es un escenario pasivo, sino un entramado dinámico de interacciones que deben ser gestionadas con criterios de sostenibilidad ecológica, económica, social y política.

En este sentido, Brinckmann et al. (2010) destacan que la sostenibilidad ecológica se orienta a mantener los recursos naturales incorporados a las actividades productivas; la sostenibilidad ambiental, a preservar la capacidad de absorción y regeneración de los ecosistemas; la sostenibilidad social, a promover la equidad y la mejora de la calidad de vida mediante justicia distributiva; la sostenibilidad económica, a garantizar beneficios compartidos y viabilidad a largo plazo; y la sostenibilidad política, a

fortalecer la participación democrática y la corresponsabilidad en la toma de decisiones. Así, la transformación hacia un turismo sostenible requiere procesos de planificación participativa que incorporen los valores identitarios de las comunidades anfitrionas y promuevan la corresponsabilidad entre los sectores público y privado.

Por otro lado, Farsari, Persson-Fischier y Poort (2025) subrayan que las transformaciones sostenibles no pueden reducirse a grandes cambios estructurales ni a innovaciones tecnológicas, sino que requieren enfoques habilitadores que fomenten la capacidad de los actores locales para imaginar y co-crear futuros alternativos. Este enfoque habilitador se caracteriza por un proceso emancipador que sitúa el cuidado, la colaboración y el aprendizaje social en el centro de la transformación. En particular, se destaca la importancia de los espacios colaborativos, donde los distintos agentes del turismo pueden compartir experiencias, reflexionar sobre sus vivencias, como sucedió con el impacto de la pandemia por COVID-19, y construir visiones compartidas de un futuro más sostenible.

Los autores proponen que el uso de metodologías participativas, como el *co-design*, permite trascender las lógicas jerárquicas tradicionales y generar un conocimiento más inclusivo, que integre saberes formales e informales. Estas metodologías no buscan imponer objetivos predeterminados, sino abrir procesos de exploración colectiva en los que se valoren la diversidad de perspectivas, la empatía y la creatividad (Farsari et al., 2025). Asimismo, se reivindica la necesidad de asumir la incertidumbre y la complejidad inherentes a los procesos de cambio profundo, adoptando una mirada crítica y reflexiva sobre el propio rol de los investigadores y facilitadores.

Un elemento central de este enfoque es la lente de proximidad, que promueve redescubrir el valor de los entornos locales, fortalecer los vínculos entre personas y naturaleza y generar un sentido renovado de pertenencia y cuidado mutuo. Según Farsari et al. (2025), este replanteamiento contribuye a desestabilizar las narrativas convencionales de progreso turístico basadas exclusivamente en el crecimiento económico, y facilita la transición hacia modelos de turismo más regenerativos y sensibles a la diversidad de realidades locales.

Por tanto, la transformación sostenible del turismo exige superar visiones fragmentadas y apostar por procesos integrales que combinen la planificación territorial, la innovación social y la construcción compartida de conocimiento. Tal como señalan Brinckmann et al. (2010), se trata de articular el equilibrio entre objetivos económicos, socioculturales y ambientales, de manera que la actividad turística contribuya al desarrollo local sin comprometer la capacidad de los ecosistemas ni la dignidad de las comunidades anfitrionas. Al mismo tiempo, es imprescindible habilitar espacios de experimentación, diálogo y aprendizaje colectivo que permitan a los actores turísticos imaginar y materializar alternativas más justas y sostenibles.

2.3.2. Situación actual del turismo sostenible

El turismo sostenible ha evolucionado de manera heterogénea según los contextos territoriales, combinando avances significativos con persistentes desafíos de implementación y consolidación. A nivel nacional, diversas regiones turísticas han adoptado un conjunto de prácticas sostenibles orientadas a equilibrar el desarrollo económico con la preservación ambiental y el bienestar social. Entre las medidas más extendidas se encuentran la utilización de energías renovables, la gestión eficiente del agua, la reducción de residuos y la educación ambiental, aunque su grado de implantación varía sensiblemente entre destinos (Céspedes Morai, 2024).

Los resultados de estudios recientes muestran que las percepciones de los turistas respecto al turismo sostenible son en general positivas, con valoraciones elevadas en aspectos como la calidad de las instalaciones y el compromiso ambiental. Sin embargo, se identifican carencias en la comunicación y sensibilización, así como dificultades derivadas de la fragmentación de las políticas de apoyo y de la falta de coordinación efectiva entre administraciones públicas y agentes privados (Céspedes Morai, 2024). Estas limitaciones explican por qué algunas regiones, como Cataluña o las Islas Baleares, presentan niveles de adopción de prácticas sostenibles superiores al promedio nacional, mientras otras áreas avanzan de manera más lenta.

En el caso concreto de las Islas Baleares, se observa un escenario particularmente ilustrativo de la tensión entre dos modelos turísticos opuestos: por un lado, el turismo hipermasificado y dependiente del ocio nocturno, con epicentros como Magaluf y Calvià; por otro, un turismo más sostenible, vinculado al ecoturismo, el turismo cultural, el senderismo y el enoturismo (Nuevo López y Martínez del Vas, 2021). Esta coexistencia conflictiva refleja tanto las posibilidades como los límites de la transición hacia prácticas más responsables.

El estudio de Nuevo López y Martínez del Vas (2021) identifica ejemplos concretos de iniciativas sostenibles, como el desarrollo de rutas de cicloturismo y senderismo en la Serra de Tramuntana, la recuperación de antiguas propiedades rurales para el agroturismo y la consolidación del enoturismo en zonas de interior. Estas experiencias se caracterizan por promover modelos turísticos menos estacionales, con menor presión sobre los ecosistemas y orientados a segmentos de demanda con mayor poder adquisitivo y sensibilidad ambiental.

A pesar de estos avances, el predominio del turismo de sol y playa sigue condicionando la estructura económica balear, así como las dinámicas de ocupación territorial y consumo de recursos. La investigación resalta que, si bien el turismo sostenible ofrece un horizonte de desarrollo más equilibrado, su consolidación requiere superar barreras como la falta de coordinación público-privada, la resistencia de determinados actores económicos y la dependencia estructural del turismo masivo (Nuevo López y Martínez del Vas, 2021).

En conjunto, el panorama actual del turismo sostenible en España se caracteriza por la existencia de iniciativas relevantes y un creciente interés social por modelos más responsables, pero también por importantes retos en materia de gobernanza, coherencia de políticas y transformación cultural de la demanda y la oferta. Como indican Céspedes Morai (2024) y Nuevo López y Martínez del Vas (2021), el futuro del turismo sostenible pasa por reforzar la educación ambiental, consolidar marcos normativos más ambiciosos y fomentar un compromiso activo de todos los agentes implicados.

2.3.3. Oportunidad de turismo sostenible post pandemia

La pandemia de COVID-19 supuso un punto de inflexión sin precedentes para el turismo internacional, al interrumpir de manera abrupta los flujos de viajeros y exponer la vulnerabilidad estructural de los destinos altamente dependientes del turismo masivo. Según Moreno Luna (2021), el impacto del confinamiento y de las restricciones de movilidad provocó caídas históricas en la llegada de turistas y en la facturación, alcanzando en España reducciones superiores al 70% respecto a los niveles de 2019. Esta crisis evidenció los riesgos de un modelo turístico excesivamente centrado en la cantidad y en la estacionalidad, y abrió un debate sobre la necesidad de evolucionar hacia formas de turismo más resilientes y sostenibles.

El shock pandémico generó un escenario propicio para cuestionar las prácticas tradicionales y replantear prioridades estratégicas. Tal como señala Moreno Luna (2021), la coyuntura permitió visibilizar la interdependencia entre turismo, salud pública y sostenibilidad ambiental. Las medidas de contención sanitaria, junto con la preocupación por la seguridad, estimularon un mayor interés por el turismo de proximidad, las experiencias en entornos rurales y el contacto con la naturaleza. Este fenómeno ha sido interpretado como una oportunidad para diversificar la oferta turística y reducir la presión sobre los espacios más saturados.

Asimismo, la pandemia reforzó la relevancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como hoja de ruta para la recuperación económica y la transformación del sector. Moreno Luna (2021) destaca que organismos internacionales como la OMT y la Comisión Europea insistieron en vincular las ayudas a la reactivación turística con compromisos de reducción de emisiones, digitalización e inclusión social. De esta manera, la recuperación post COVID-19 se plantea no solo como un retorno a los niveles previos de actividad, sino como un proceso de transición hacia un modelo turístico más equilibrado y alineado con la Agenda 2030.

La crisis sanitaria también impulsó la reflexión sobre la educación para la sostenibilidad en el ámbito universitario y profesional. Según los hallazgos de Moreno Luna (2021),

las instituciones de formación turística experimentaron un aumento de iniciativas orientadas a fortalecer las competencias ambientales y la sensibilidad social de futuros profesionales del sector. Este proceso de sensibilización educativa es considerado un factor clave para consolidar un cambio de paradigma que trascienda la coyuntura pandémica.

En conjunto, la pandemia, pese a sus graves consecuencias económicas y sociales, puede entenderse como una ventana de oportunidad para acelerar la transición hacia un turismo más sostenible, innovador y resiliente. Como advierte Moreno Luna (2021), aprovechar esta oportunidad requiere voluntad política, cooperación público-privada y una ciudadanía comprometida con prácticas de consumo turístico más responsables.

Capítulo III. Marcos Regulatorios y Políticas Públicas

3.1. Ámbito internacional

3.1.1. Iniciativa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

A nivel internacional, la OMT ha señalado que, a través de su articulación con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el sector turístico se ha convertido en un elemento central de las estrategias internacionales de desarrollo sostenible (OMT, 2017) La actividad turística está vinculada directa y oficialmente con tres ODS:

ODS 8: Se promueve el turismo sostenible como vía para crear empleos de calidad, diversificar la economía y poner en valor la cultura local

ODS 12: El turismo debe adoptar modelos de consumo y producción sostenibles, incluyendo el uso eficiente de recursos y la gestión de residuos

ODS 14: En los Estados insulares y zonas costeras, el turismo responsable contribuye a la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos marinos.

Aunque estas tres metas son las más explícitas, el informe enfatiza que el turismo puede contribuir a todos los ODS, desde la reducción de la pobreza y la desigualdad (ODS 1 y 10) hasta la acción climática (ODS 13) y el fomento de sociedades pacíficas.

En cuando la participación en esta iniciativa, 64 países presentaron sus Revisiones Nacionales Voluntarias (VNRs) ante el Foro Político de Alto Nivel, de los cuales 41 reconocieron de manera explícita el valor del turismo para lograr los ODS. Estas referencias se dieron principalmente en relación con los ODS 8, 12 y 17 (alianzas), pero también en conexión con otros objetivos como el ODS 9 (infraestructuras sostenibles), ODS 11 (ciudades sostenibles) y ODS 15 (biodiversidad terrestre).

Pese a este reconocimiento, sólo 13 países declararon que sus ministerios de Turismo participaban activamente en los mecanismos institucionales de coordinación de los ODS, lo que evidencia un margen importante de mejora en la gobernanza (OMT, 2017).

El informe de OMT también destaca que el turismo ha sido progresivamente integrado en estrategias nacionales y programas de cooperación internacional, pero que la financiación sigue siendo limitada y la mayoría de las iniciativas están aún en fases tempranas de implementación. Además, si bien el turismo constituye un motor de crecimiento inclusivo y sostenible, el fenómeno de la turistificación y la saturación turística representa un desafío creciente que amenaza la consecución de varios ODS. El documento también señala que el crecimiento continuado de las llegadas internacionales y nacionales genera una presión significativa sobre los ecosistemas, los recursos naturales y la cohesión social (OMT, 2017).

Entre los objetivos más directamente comprometidos por la turistificación destacan:

ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles: La concentración excesiva de turistas puede contribuir a la gentrificación, la pérdida de identidad cultural, el aumento del coste de la vida y la saturación de infraestructuras urbanas.

ODS 12 Producción y consumo responsables: El uso intensivo de recursos, la generación de residuos y la huella ecológica desproporcionada en destinos turísticos masificados dificultan adoptar modelos de consumo sostenibles.

ODS 13 Acción por el clima: El incremento del transporte aéreo y marítimo contribuye al cambio climático, mientras que la presión sobre ecosistemas sensibles incrementa su vulnerabilidad.

ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres: El uso excesivo de espacios naturales y culturales con fines turísticos puede acelerar la degradación ambiental y la pérdida de biodiversidad.

Aparte de turistificación y la saturación turística, el documento identifica otros retos:

- Presiones ambientales y sociales derivadas del crecimiento turístico, como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y los impactos en las comunidades locales.
- Escaso involucramiento de responsables de turismo en la planificación nacional de los ODS.
- Limitada disponibilidad de financiación internacional y mecanismos de apoyo específicos al turismo sostenible.

Para afrontar los retos, el informe propone que una gobernanza turística eficaz y coordinada es esencial para revertir estos impactos negativos. Esto incluye:

- Integrar indicadores de sostenibilidad y capacidad de carga turística en las políticas nacionales.
- Fomentar la diversificación de la oferta turística y la distribución geográfica y temporal de los flujos turísticos (desestacionalización).
- Potenciar alianzas público-privadas y programas de sensibilización a turistas y operadores sobre la importancia de minimizar la huella ecológica y sociocultural.

Así, la prevención de la saturación turística se convierte en un requisito indispensable para cumplir con los ODS de manera coherente e inclusiva, y para garantizar que el turismo siga siendo un factor de prosperidad sin comprometer la sostenibilidad de los destinos.

3.1.2. Tendencias y políticas internacionales según la OCDE

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2024) ha consolidado en su informe “*OECD Tourism Trends and Policies 2024*” sobre el papel del turismo en el desarrollo sostenible y la necesidad de políticas públicas innovadoras, inclusivas y resilientes. Dicho informe subraya que la recuperación del turismo tras la pandemia ha sido intensa, pero desigual, y que los desafíos estructurales –incluidos la saturación turística, la presión ambiental, la escasez de mano de obra y la volatilidad

geopolítica– amenazan el potencial del sector como motor de crecimiento sostenible (OECD, 2024).

En coherencia con los ODS y la Agenda 2030, la OCDE plantea que el turismo sostenible no debe limitarse al crecimiento de las llegadas, sino que requiere mecanismos de gobernanza capaces de equilibrar beneficios económicos, preservación ambiental y cohesión social. Entre las principales prioridades de política identificadas destacan:

- Fomentar modelos sostenibles de consumo y producción, mediante inversiones para reducir la huella ambiental del turismo, el impulso de infraestructuras resilientes y la promoción de prácticas de eficiencia energética y reducción de residuos.
- Diversificar la oferta turística, orientando la demanda hacia nuevos mercados, segmentos y destinos menos congestionados, con el fin de mitigar la presión en zonas saturadas y favorecer la distribución equitativa de beneficios.
- Mejorar la capacidad estadística para disponer de datos actualizados y desagregados que permitan conocer los impactos sociales, económicos y ambientales, así como evaluar políticas de manera más precisa.
- Fortalecer la fuerza laboral turística, dotando al sector de políticas activas que mejoren la calidad del empleo, fomenten la capacitación y contribuyan a hacer más atractiva la carrera profesional en turismo.
- Reforzar la gobernanza multiescalar, promoviendo la coordinación entre niveles nacional, regional y local, así como el diálogo con el sector privado y las comunidades.

El informe advierte que el riesgo de turistificación y los impactos del crecimiento descontrolado amenazan los mismos objetivos de sostenibilidad perseguidos por los ODS. Entre los retos más señalados figuran la degradación de ecosistemas, el estrés sobre los recursos hídricos y energéticos, el encarecimiento de la vivienda y la pérdida de identidad cultural en destinos sobreexplotados.

Así, la OCDE coincide con la OMT en que la prevención de la saturación turística y la integración de criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones son condiciones imprescindibles para lograr los ODS de manera efectiva. La organización enfatiza que el turismo debe entenderse como una herramienta estratégica de desarrollo sostenible, siempre que exista un compromiso político claro, una base de datos sólida y la voluntad de implementar reformas estructurales a largo plazo (OECD, 2024).

3.2. Ámbito Europeo

En el contexto europeo, la actividad turística ha sido objeto de múltiples políticas y recomendaciones orientadas tanto al desarrollo económico como a la mitigación de los impactos adversos del turismo masivo.

3.2.1. Políticas sobre turismo europeo

Las políticas europeas sobre turismo se articulan en torno a un conjunto de principios rectores que la Comisión Europea definió en el Informe del Grupo de Sostenibilidad Turística (European Commission, 2007). Estos principios orientan a los Estados miembros y regiones a planificar y gestionar el turismo como un vector de desarrollo sostenible, competitivo e inclusivo.

Los nueve principios generales son los siguientes:

1. Adoptar un enfoque holístico e integrado

Toda la planificación y el desarrollo turísticos deben considerar de forma conjunta los impactos económicos, sociales y ambientales. Se busca equilibrar el turismo con el resto de las actividades que afectan a la sociedad y al medio ambiente, fomentando una visión global.

2. Planificar a largo plazo

Las estrategias turísticas deben ir más allá del corto plazo y centrarse en las necesidades de las generaciones futuras, garantizando que las acciones puedan mantenerse en el tiempo sin comprometer la sostenibilidad.

3. Mantener un ritmo y nivel de desarrollo adecuados

El nivel y velocidad del crecimiento turístico deben respetar el carácter, los recursos y las necesidades de las comunidades locales y de los destinos. Esto implica evitar la saturación y la turistificación.

4. Involucrar a todas las partes interesadas

Un enfoque sostenible requiere la participación de todos los agentes implicados (autoridades públicas, sector privado, sociedad civil y comunidades receptoras) tanto en la toma de decisiones como en la implementación práctica.

5. Utilizar el mejor conocimiento disponible

Las políticas deben basarse en información rigurosa, datos actualizados sobre tendencias e impactos del turismo y la difusión de experiencias y buenas prácticas a escala europea.

6. Minimizar y gestionar el riesgo (principio de precaución)

Ante la incertidumbre sobre los impactos, se deben realizar evaluaciones exhaustivas y aplicar medidas preventivas para evitar daños al medio ambiente y a las comunidades.

7. Reflejar los impactos en los costes (quien usa y contamina paga)

Los precios de los productos y servicios turísticos deben internalizar los costes reales que generan en la sociedad, no sólo en términos de contaminación, sino también del uso de instalaciones y recursos públicos.

8. Establecer y respetar límites cuando sea necesario

Es fundamental reconocer la capacidad de carga de los destinos, y limitar el desarrollo turístico o el volumen de visitantes si es necesario para evitar deterioro ambiental y conflictos sociales.

9. Realizar un seguimiento continuo

La sostenibilidad exige monitorear de forma constante los impactos del turismo, con el fin de corregir y mejorar las políticas de manera adaptativa.

3.2.2. Políticas sobre la saturación turística y la turistificación

La turistificación y la saturación turística se han convertido en grandes retos para la sostenibilidad del turismo europeo. Así lo reconoce el informe del Parlamento Europeo (2018) al señalar que la saturación turística deteriora la calidad de vida de los residentes, genera impactos ambientales severos y erosiona la autenticidad cultural de los destinos. Por este motivo, se identificaron 17 grandes categorías de respuesta política, concebidas como un repertorio de medidas que pueden ser aplicadas o adaptadas por los Estados miembros y autoridades locales. Estas categorías de políticas recomendadas son (European Parliament, 2018):

1. Distribución espacial de visitantes

Desarrollar estrategias que repartan los flujos turísticos en distintos lugares del destino o hacia destinos alternativos menos saturados.

2. Redirección temporal

Incentivar la visita en horas, días o temporadas con menor presión turística mediante información, incentivos o regulaciones.

3. Itinerarios dinámicos

Crear rutas flexibles que guíen a los turistas de forma adaptativa para redistribuir la concentración en tiempo real.

4. Regulaciones económicas

Aplicar tasas, impuestos o precios diferenciados para desincentivar la visita en momentos o áreas de máxima afluencia.

5. Regulaciones operativas uniformes

Establecer normas homogéneas para controlar desarrollos turísticos, por ejemplo, mediante zonas de exclusión o límites de capacidad.

6. Regulaciones de tráfico uniformes

Gestionar de forma coordinada la movilidad, mejorando la accesibilidad y reduciendo los impactos del transporte masivo.

7. Estimular la implicación empresarial

Fomentar que el sector privado adopte compromisos activos contra la saturación turística.

8. Diversificación de la economía local

Reducir la dependencia económica del turismo mediante la promoción de otros sectores.

9. Uso de herramientas de sostenibilidad

Aplicar criterios de desarrollo urbano sostenible que prioricen la reutilización y la regeneración frente a la expansión sobre suelos vírgenes.

10. Segmentación de visitantes y marketing selectivo

Orientar la promoción turística a segmentos con menor impacto y mayor aportación de valor al destino.

11. Cooperación transfronteriza

Impulsar la coordinación internacional y la creación de alianzas para gestionar flujos y compartir buenas prácticas.

12. Hacer que la población local se beneficie de la economía turística

Garantizar que los beneficios del turismo reviertan en la comunidad residente, por ejemplo, mediante acceso a vivienda asequible y empleos de calidad.

13. Desarrollar experiencias que beneficien a turistas y residentes

Diseñar productos turísticos que aporten valor cultural, económico y social a la población anfitriona.

14. Desarrollo de infraestructuras coherentes

Invertir en infraestructuras adaptadas a la capacidad de carga del destino, con estándares de sostenibilidad.

15. Comunicación con los visitantes

Informar y sensibilizar a los turistas sobre su impacto y fomentar un comportamiento responsable.

16. Comunicación con los actores locales

Involucrar de forma proactiva a la comunidad local y a los agentes económicos en la planificación y gestión.

17. Medidas reactivas y planificación adaptativa

Implementar sistemas de monitoreo continuo y respuesta rápida para ajustar las estrategias ante cambios de situación.

El informe también advierte que, aunque muchas de estas medidas ya se han experimentado en destinos europeos, persisten debilidades significativas:

- Falta de indicadores homogéneos para medir la saturación turística y evaluar la eficacia de las políticas.
- Limitada coordinación multiescalar entre gobiernos locales, regionales, nacionales y europeos.
- Dificultad para conciliar objetivos económicos a corto plazo con los compromisos de sostenibilidad a largo plazo.

Por ello, se recomienda a las autoridades públicas adoptar un enfoque integral que combine la gestión de flujos, el diseño normativo y la participación ciudadana, incorporando estas 17 categorías como base de una estrategia de turismo responsable y resiliente.

3.3. Ámbito Español

El Gobierno de España (Ministerio de Industria y Turismo Española, 2025) define el objetivo principal de turismo sostenible como desarrollo de un modelo que perdure en

el tiempo sin agotar los recursos naturales ni perjudicar los destinos y considera que el turismo sostenible alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, promoviendo prácticas turísticas que contribuyan al bienestar de todos los actores involucrados y a la protección del entorno.

3.3.1. El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) en sector turismo

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) constituye el instrumento clave del Gobierno de España para reactivar la economía tras la pandemia y afrontar las transiciones ecológica y digital. Dentro de este marco, el Componente 14 se dedica de manera específica a la modernización y la competitividad del sector turístico, uno de los más afectados por la crisis sanitaria y, al mismo tiempo, estratégico para el desarrollo económico y territorial del país (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).

El PRTR orienta la intervención pública hacia una transformación estructural del modelo turístico español, con un enfoque integral que articula objetivos ambientales, sociales y económicos. Entre sus fines prioritarios destacan (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).:

- Impulsar la transición verde, mediante inversiones en eficiencia energética, descarbonización y protección del patrimonio natural.
- Acelerar la transformación digital, dotando a destinos y empresas de capacidades tecnológicas e inteligencia turística.
- Mejorar la resiliencia frente a crisis y cambios en la demanda, con especial atención a los territorios insulares y extrapeninsulares.
- Avanzar en la diversificación y desconcentración territorial, fomentando un turismo de calidad en áreas rurales y menos masificadas.
- Reforzar la calidad del empleo y la sostenibilidad social, incidiendo en la formación y la mejora de condiciones laborales

En cuando a su financiación, se estructura en cuatro grandes ejes de actuación, que concentran una inversión de 3.400 millones de euros financiados a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).:

- Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad (56,6% de la inversión total):
 - Con actuaciones como los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino, la rehabilitación de patrimonio histórico con uso turístico y la movilidad sostenible.
- Programa de digitalización e inteligencia turística (9,9%):
 - Orientado a crear plataformas tecnológicas, hubs de datos e infraestructuras de conectividad avanzadas.
- Estrategias de resiliencia turística para territorios extra peninsulares (6,5%):
 - Buscan paliar la alta dependencia del turismo en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla y mejorar su capacidad de adaptación frente al cambio climático y la estacionalidad.
- Actuaciones especiales en competitividad (27,2%):
 - Incluyendo proyectos de economía circular, eficiencia energética, accesibilidad y diversificación de la oferta turística.

Entre los resultados esperados se calcula un impacto global de 6.732 millones de euros sobre el PIB nacional y la creación de más de 100.000 empleos adicionales, además de la mejora de la sostenibilidad ambiental y la cohesión territorial

El PRTR está alineado con los principios y recomendaciones del Parlamento Europeo y la Comisión Europea sobre turismo sostenible, en particular:

- El compromiso con la transición ecológica, conforme a las prioridades del Green Deal, mediante inversiones que contribuyan a la mitigación y adaptación al cambio climático, la reducción de emisiones y la conservación de la biodiversidad.

- La integración de un enfoque holístico e inclusivo, que contempla el impacto económico, social y ambiental de la actividad turística, en línea con los nueve principios de sostenibilidad turística establecidos por la Comisión Europea.
- La adopción de medidas frente a la saturación turística y la turistificación, tales como la desconcentración geográfica, la diversificación de productos y la regulación de los flujos turísticos, recogidas en las 17 categorías de políticas recomendadas por el Parlamento Europeo para un turismo responsable.
- La incorporación de indicadores de sostenibilidad y gobernanza multiescalar, que refuerzan la coordinación entre la administración estatal, las comunidades autónomas y las entidades locales, en coherencia con la Agenda 2030 y los ODS.

3.3.2. Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030

El Gobierno de España describe esta estrategia como una Agenda Nacional de Turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo y define su objetivo como sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, que permita a España mantener su posición de liderazgo mundial.

La estrategia plantea un modelo de desarrollo turístico para los próximos años fundamentado en estos principios clave:

- Desarrollo socioeconómico, promoviendo la competitividad y la rentabilidad del sector, con un firme compromiso por la excelencia y la aceleración de la digitalización.
- Protección de los valores naturales y culturales, entendiendo que salvaguardar el rico patrimonio cultural y medioambiental constituye una prioridad esencial.
- Impacto social positivo, orientado a una distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo y a dar respuesta a desafíos como la despoblación de las zonas rurales españolas.

- Participación y buena gobernanza, articulando instrumentos de gestión compartida y participación entre el Estado y las administraciones públicas en todos los niveles.
- Capacidad de adaptación continua, puesto que no basta con aspirar a la mejora y la calidad, sino que resulta imprescindible dotar al sector de herramientas para afrontar un entorno caracterizado por cambios permanentes.
- Liderazgo internacional, con el objetivo de reforzar y consolidar la posición de España como referente mundial en el ámbito turístico.

Para la consecución de estos principios y la materialización de un modelo turístico renovado, la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 se articula en torno a ocho ejes prioritarios de actuación, que constituyen las palancas clave sobre las que se sustenta el proceso de transformación sectorial:

1. Digitalización

Este eje impulsa la incorporación de tecnologías digitales como herramienta para mejorar la eficiencia, reducir costes operativos, optimizar la promoción y comercialización de destinos y productos, y reforzar la competitividad de las empresas turísticas españolas. La digitalización se concibe como un elemento transversal que afecta a todos los ámbitos de la cadena de valor del turismo.

En este Como parte de esta estrategia, se han desplegado diferentes programas financiados a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Entre ellos destaca la línea de ayudas “Última Milla”, que contempla actuaciones dirigidas a digitalizar los procesos de gestión de los destinos y a reforzar la conectividad de los recursos turísticos. En 2023 se aprobó la concesión definitiva de ayudas por un importe superior a 96 millones de euros, distribuidos en 196 proyectos que incluyen soluciones de inteligencia turística, plataformas de datos, aplicaciones móviles y herramientas de automatización orientadas a facilitar la experiencia de los visitantes y la toma de decisiones empresariales (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023a).

Asimismo, se han concedido subvenciones específicas para la digitalización de pymes turísticas, destinadas a apoyar la implantación de tecnologías digitales en áreas como el marketing digital, la venta online, la gestión avanzada de reservas, el big data, la inteligencia artificial y la ciberseguridad. Estas ayudas tienen un impacto directo en el fortalecimiento de la competitividad de las empresas más pequeñas y en su capacidad para adaptarse a las nuevas demandas del mercado turístico (Gobierno de España, 2023).

En términos prácticos, las iniciativas financiadas incluyen, por ejemplo:

- Plataformas digitales que integran la oferta de alojamientos, actividades y servicios locales, facilitando el acceso a mercados internacionales.
- Sistemas de monitorización en tiempo real del flujo de visitantes en destinos turísticos.
- Aplicaciones móviles con información personalizada y recomendaciones adaptadas al perfil de cada turista.
- Herramientas de gestión de la reputación online y análisis de datos de comportamiento de los clientes.

2. Sostenibilidad social

Persigue fomentar la conservación de los entornos naturales, el respeto a las costumbres locales y la preservación del modelo de vida tradicional de las comunidades receptoras. Este enfoque refuerza la capacidad del turismo para generar cohesión social, arraigo territorial y desarrollo comunitario.

3. Sostenibilidad ambiental

Aspira a reducir la huella ecológica del sector turístico mediante la promoción de prácticas responsables, la mejora de la gestión de los recursos naturales, la descarbonización de la actividad y el impulso de modelos de consumo y movilidad menos contaminantes.

4. Conectividad, intermodalidad y movilidad turística

Este eje contempla actuaciones orientadas a facilitar la accesibilidad a los destinos, mejorar la experiencia del visitante y responder a los retos ambientales vinculados a la movilidad. La estrategia prevé inversiones en infraestructuras de transporte sostenible y medidas de coordinación intermodal que contribuyan a una oferta turística de calidad y baja en emisiones.

5. Innovación de experiencias y productos turísticos

Promueve la creación y consolidación de propuestas diferenciadas que respondan a las nuevas motivaciones, expectativas y tendencias de los viajeros. La innovación se concibe como motor de diversificación de la oferta y elemento esencial para incrementar el valor añadido del sector.

6. Atracción, formación y retención del talento

Este eje destaca la importancia de fortalecer el capital humano, mediante políticas activas de formación, recualificación y mejora de la empleabilidad, así como el reconocimiento profesional y la fidelización del talento. El objetivo es consolidar un sector capaz de ofrecer experiencias de alta calidad apoyadas en la profesionalidad de sus trabajadores.

7. Gestión de destinos turísticos diferenciados

La estrategia contempla actuaciones específicas en función de las características de cada destino (maduros, consolidados o emergentes), con el fin de planificar y gestionar de manera más eficaz sus necesidades, oportunidades y retos. Este enfoque diferenciado pretende favorecer un desarrollo equilibrado y sostenible de los territorios.

8. Adaptación permanente al entorno cambiante

Reconoce la necesidad de dotar al sector de herramientas y capacidades para anticiparse y responder de forma ágil a los retos derivados de un contexto caracterizado por la incertidumbre, la transformación tecnológica, los cambios en la demanda y la emergencia climática.

3.3.3. Proyectos para las ayudas para la mejora del patrimonio histórico con uso turístico

Alineado con la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, el Gobierno de España impulsa proyectos orientados a preservar, poner en valor y adaptar el patrimonio histórico para su uso turístico de manera sostenible. Una de las iniciativas más destacadas es el programa de ayudas para la mejora de bienes patrimoniales de uso turístico, financiado con cargo al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En enero de 2024, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo aprobó la resolución definitiva de concesión de estas ayudas, con una inversión global de 208 millones de euros. Este presupuesto permitirá financiar 177 proyectos de rehabilitación, conservación y adecuación de bienes declarados Bien de Interés Cultural (BIC) o con un grado significativo de protección.

Los proyectos seleccionados persiguen objetivos diversos, entre los que destacan:

- Conservar y recuperar inmuebles históricos para garantizar su integridad y prolongar su vida útil.
- Adaptar estos espacios a un uso turístico respetuoso, asegurando la compatibilidad entre su aprovechamiento y la protección de su valor cultural.
- Favorecer el desarrollo económico local, generando nuevas oportunidades de empleo y actividad económica en municipios y entornos rurales.
- Reducir la huella ambiental mediante actuaciones de eficiencia energética, gestión sostenible de los recursos y minimización del impacto derivado de la actividad turística.

Las actuaciones financiadas incluyen, por ejemplo, la restauración de castillos, monasterios, conventos, palacios y otras edificaciones singulares, así como la mejora de la accesibilidad, la digitalización de contenidos interpretativos y la creación de itinerarios culturales que contribuyan a la diversificación de la oferta turística.

Con este programa, el Gobierno persigue consolidar un modelo turístico que refuerce la identidad cultural de los destinos, contribuya a dinamizar el territorio y potencie la

sostenibilidad económica, social y ambiental de las actividades turísticas vinculadas al patrimonio histórico.

Cabe destacar que, en el procedimiento de concesión correspondiente a la convocatoria de 2022 de ayudas para proyectos de mejora de la competitividad y dinamización del patrimonio histórico con uso turístico, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, se presentaron dos solicitudes procedentes de entidades segovianas: la Diputación y el Ayuntamiento. La solicitud presentada por la Diputación de Segovia, titulada “Consolidación y musealización de las termas de Fortuna de la ciudad romana de Confloenta”, fue estimada favorablemente, con una subvención propuesta de 1.887.600,00 euros (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022). Por su parte, el proyecto promovido por el Ayuntamiento de Segovia, bajo el título “Iluminación artística del Acueducto de Segovia”, fue desestimado al no alcanzar la puntuación mínima requerida en la evaluación técnica (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

3.4. Ámbito regional y local (Castilla y León y Segovia)

3.4.1. Ámbito autonómico

En el ámbito autonómico, el desarrollo de las políticas turísticas de Castilla y León se articula principalmente a través del Plan Estratégico de Turismo de Castilla y León 2019–2023. Este plan constituye el instrumento de planificación de referencia para orientar la actividad turística de la Comunidad en coherencia con los marcos estatales y europeos, y responde a la necesidad de consolidar un modelo de turismo responsable, sostenible y competitivo, que contribuya al desarrollo económico y social de los territorios.

El Plan se estructura en torno a un enfoque integral, sustentado en cuatro pilares fundamentales: la sostenibilidad ambiental y social, la digitalización, la diversificación de productos y destinos, y la calidad y profesionalización del sector. Este planteamiento es plenamente coherente con las directrices del Plan de Recuperación, Transformación

y Resiliencia (PRTR) y la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, lo que ha permitido a la Comunidad alinear sus políticas con los objetivos nacionales y europeos.

Desde la perspectiva de la sostenibilidad ambiental, Castilla y León ha desplegado una serie de iniciativas orientadas a la conservación del patrimonio natural y cultural y a la descarbonización progresiva de la actividad turística. Entre ellas, destacan la implantación de las Cartas Europeas de Turismo Sostenible en seis entornos naturales protegidos, el desarrollo de itinerarios turísticos adaptados a vehículos eléctricos y la promoción de la ecoeficiencia en los centros de interpretación ambiental. Estas actuaciones son coherentes con la transición verde que impulsa el PRTR, así como con los objetivos del Green Deal europeo.

En el ámbito de la digitalización, la Comunidad ha avanzado en la implantación de herramientas tecnológicas que modernizan la gestión turística y refuerzan la competitividad del destino. La puesta en marcha de Oficinas de Turismo Inteligentes, la creación de un servicio interactivo de información turística y el fomento de la presencia digital a través de plataformas y redes sociales constituyen ejemplos relevantes de este proceso. Estas medidas guardan una estrecha correspondencia con los programas de digitalización recogidos en el PRTR, especialmente con las líneas de ayudas “Última Milla” y las actuaciones destinadas a la transformación digital de pymes turísticas.

La diversificación de la oferta y la cohesión territorial son otros ejes prioritarios del modelo turístico de Castilla y León. El Plan Estratégico incide en la potenciación de segmentos como el turismo rural, el enoturismo, el turismo idiomático y el turismo activo, con el objetivo de desconcentrar los flujos turísticos y generar oportunidades de desarrollo en el medio rural. Este enfoque contribuye a contrarrestar fenómenos de despoblación y a afianzar un modelo turístico inclusivo y sostenible, en línea con los fines del PRTR y de la Estrategia 2030, que promueven la cohesión social y territorial y la desconcentración geográfica del turismo.

Cabe mencionar que, entre los proyectos de ayudas al sector turístico, el ámbito autonómico presta mayor atención a la protección del medio ambiente en el contexto del turismo. Por ejemplo, sus *proyectos estratégicos de turismo sostenible en las cuencas mineras de León y Palencia*, en el ámbito del *Plan Territorial de Transición Justa de España 2021-2027*, constituyen una de las iniciativas más relevantes orientadas a promover la reactivación socioeconómica de los territorios afectados por la reestructuración de la minería del carbón. Estos proyectos tienen como finalidad generar actividades económicas alternativas a la minería, impulsando nuevas oportunidades de empleo estable y contribuyendo a la diversificación productiva mediante el desarrollo de un modelo turístico compatible con la conservación ambiental.

3.4.2. Ámbito provincial (Segovia)

Como ciudad Patrimonio de la Humanidad reconocida por la UNESCO, Segovia ha adoptado diversas medidas para proteger, conservar y gestionar su excepcional patrimonio histórico. Por ejemplo, una modificación de la Ordenanza de Convivencia que regula de forma detallada la conservación, restauración y uso de los bienes inmuebles incluidos en el perímetro declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO, Esta ordenanza, impulsada y aprobada por la diputación segoviana, contempla sanciones frente a conductas incívicas que ocasionen daños al patrimonio, estableciendo un régimen de infracciones de distinta gravedad, que incluye multas de hasta 3.000 euros en los casos más graves de alteración o deterioro de los bienes protegidos.

Además, Segovia ha impulsado una estrategia orientada a transformar el modelo turístico de la ciudad hacia la sostenibilidad, la diversificación de la oferta y la mejora de la experiencia del visitante, tomando el agua como hilo conductor. Bajo esta premisa se articula el proyecto Segovia Fluye, un plan de sostenibilidad turística en destino que ha logrado captar más de 4,4 millones de euros de financiación europea a través de los fondos Next Generation EU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). Esta iniciativa persigue consolidar un modelo de desarrollo turístico que ponga en valor los recursos hídricos de la ciudad, desde el Acueducto

romano hasta los paisajes ribereños del Eresma y los sistemas de abastecimiento tradicionales, vinculando la protección del patrimonio con la creación de experiencias turísticas sostenibles.

El proyecto “Segovia Fluye” se estructura en cuatro grandes ejes estratégicos que guardan una estrecha correspondencia con las prioridades definidas por el PRTR y la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030:

- **Transición verde y sostenibilidad:** orientado a reducir la huella ambiental de la actividad turística mediante actuaciones de restauración paisajística, mejora de la eficiencia energética y conservación de los recursos naturales asociados al agua.
- **Mejora de la eficiencia energética:** con medidas específicas en equipamientos turísticos municipales, reducción de consumos y rehabilitación sostenible de infraestructuras.
- **Transformación digital:** mediante la implantación de sistemas de gestión inteligente de flujos de visitantes, plataformas de información digital y herramientas interactivas que faciliten la interpretación del patrimonio.
- **Competitividad del destino y cohesión social:** a través del desarrollo de nuevos productos turísticos vinculados al patrimonio hídrico, la formación de profesionales, la accesibilidad universal y la dinamización económica local.

Entre las actuaciones concretas contempladas en este plan destacan la recuperación ambiental y paisajística de la ribera del Eresma, la mejora del espacio urbano en el entorno del Acueducto, la creación de itinerarios interpretativos sobre la cultura del agua, el impulso del turismo activo y de naturaleza, así como la implantación de soluciones tecnológicas que optimicen la experiencia de los visitantes y refuercen la sostenibilidad del destino.

De este modo, la provincia de Segovia refuerza su compromiso con un modelo turístico innovador, inclusivo y respetuoso con su patrimonio histórico y natural, alineado con las políticas estatales y europeas que sitúan la transición ecológica y digital en el centro de las estrategias de recuperación y transformación del sector.

3.5. Síntesis de los marcos regulatorios y políticas públicas

Este capítulo ha mostrado que la sostenibilidad turística se ha convertido en una prioridad transversal en los marcos regulatorios internacionales, europeos, nacionales y locales, con avances significativos, pero también con retos pendientes.

En el ámbito internacional, tanto la Organización Mundial del Turismo (OMT) como la OCDE sitúan el turismo como una herramienta clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y mencionan de manera explícita la saturación turística y la turistificación como amenazas principales. Estas entidades advierten que la presión excesiva sobre los destinos compromete la sostenibilidad ambiental, social y económica, y proponen medidas como: coordinación multiescalar, integración de indicadores de capacidad de carga, diversificación de los flujos turísticos y sensibilización de turistas y operadores.

En el ámbito europeo, tanto la Comisión Europea como el Parlamento Europeo también hacen referencia directa a la saturación turística, señalando su impacto negativo sobre la calidad de vida de los residentes, el medio ambiente y la autenticidad cultural. Para afrontarlo, se proponen 17 categorías de políticas que incluyen la gestión de flujos, la regulación económica y la participación ciudadana.

Por el contrario, en el ámbito estatal —a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030—, así como en el ámbito autonómico de Castilla y León, aunque se abordan problemas relacionados con la masificación, la distribución territorial y la sostenibilidad, no se hace referencia explícita al concepto de la saturación turística ni al de turistificación en los documentos estratégicos. Estos retos aparecen de forma implícita bajo objetivos como la desconcentración geográfica, la protección del patrimonio o la mejora de la experiencia del visitante.

En el ámbito local, Segovia ha puesto en marcha iniciativas innovadoras como “Segovia Fluye”, que abordan la necesidad de un modelo turístico más equilibrado y sostenible, integrando actuaciones sobre digitalización, transición verde y cohesión social, pero sin

incorporar formalmente la denominación de la saturación turística en su planteamiento estratégico.



Capítulo IV. Análisis del turismo en Segovia

4.1. Planteamiento metodológico

Este trabajo adopta un enfoque metodológico de carácter cualitativo, orientado a comprender y valorar la situación actual de la turistificación, la saturación turística y el turismo sostenible en Segovia, así como sus impactos sobre la ciudad y sus residentes. El estudio combina la revisión documental y de datos secundarios con la realización de entrevista grupal semiestructurada a especialistas en sector turismo de Segovia. A continuación, se presentan el objetivo de este trabajo y el planteamiento metodológico de forma detallada.

La metodología de este trabajo se estructura en cuatro fases principales, orientadas a construir un diagnóstico y generar recomendaciones fundamentadas.

Fase 1: Revisión documental y elaboración de esquemas de análisis

En primer lugar, se elaboran matrices de análisis de carácter multisectorial a partir de los contenidos desarrollados en el Capítulo II (Marco teórico) y el Capítulo III (Marcos regulatorios y políticas públicas). Estas matrices, que se presentan en el apartado 4.2 del trabajo, se conciben como instrumentos para el diagnóstico que facilitan una valoración estructurada de la situación de Segovia en diferentes niveles: local, nacional, europeo y global. A estas matrices se incorporan los datos de la revisión exhaustiva de fuentes secundarias, que comprende estadísticas oficiales, informes de organismos internacionales (ONU, OCDE, Unión Europea), planes estratégicos nacionales (Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030), así como publicaciones académicas sobre turistificación, saturación turística y turismo sostenible.

Fase 2: Aplicación de los esquemas de análisis

Posteriormente, se aplicaron los esquemas de análisis elaborados en la fase anterior. Cada dimensión (turistificación, saturación turística, sostenibilidad y alineación con políticas supranacionales) fue evaluada a través de componentes que integran

categorías cualitativas y descripciones interpretativas. En esta fase no se recurrió a técnicas de cuantificación ni puntuaciones numéricas, sino que se optó por un enfoque descriptivo e interpretativo que permite recoger matices, contextos y las singularidades locales bajo estudio.

Fase 3: Entrevista grupal semiestructurada a especialistas

Para complementar el análisis documental y dotarlo de mayor profundidad contextual, se diseñó y realizó una entrevista grupal semiestructurada dirigida a profesionales vinculados al sector turístico de Segovia. La entrevista se organiza en bloques temáticos, que incluyeron: percepción de la saturación turística, valoración de las políticas públicas locales y nacionales, retos de la sostenibilidad turística. La selección de los participantes se efectuó mediante muestreo intencional, priorizando perfiles con experiencia directa en gestión turística, promoción de destinos o conservación patrimonial. La participación se realizó de forma voluntaria y consentida.

Fase 4: Síntesis interpretativa y formulación de recomendaciones

Finalmente, se procedió a combinación de los resultados obtenidos en las fases anteriores. Este proceso consistió en contrastar la información extraída de las matrices de análisis con las aportaciones de la entrevista, con el objetivo de identificar coincidencias, divergencias y áreas prioritarias de intervención. La síntesis interpretativa permitió establecer un diagnóstico fundamentado sobre la situación actual de Segovia en relación con la turistificación y la saturación turística, así como plantear recomendaciones de comunicación y estrategias de mitigación alineadas con los principios del turismo sostenible.

Esta metodología cualitativa se ha concebido expresamente para favorecer una comprensión holística del fenómeno turístico en Segovia, otorgando relevancia tanto a los marcos regulatorios como a las percepciones locales y a las tendencias globales.

4.2. Esquema de análisis multivectorial del turismo en Segovia

El presente apartado expone el esquema del análisis multivectorial ya anunciado, diseñado para evaluar de manera estructurada la situación turística de Segovia. Tal y como se anticipaba, este esquema se fundamenta en un enfoque cualitativo, que permite valorar la realidad local en relación con los principales retos asociados a la turistificación, la saturación turística y el desarrollo sostenible. Asimismo, incorpora la consideración de políticas y marcos estratégicos tanto nacionales como supranacionales, con el fin de identificar la medida en que el contexto local se alinea con los objetivos y principios establecidos por organismos internacionales y por la Unión Europea.

Para ello, se elaboran diversos cuadros y matrices que recopilan las dimensiones clave de análisis, organizadas en tres grandes ámbitos. Estos integran tanto los estudios previos como las políticas y medidas recomendadas por las instituciones internacionales, europeas y estatales, presentadas en los Capítulo II y Capítulo III.:

4.2.1. Ámbito 1. Turistificación

Dimensión	Descripción	Indicador
Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria	Transformación de viviendas y locales hacia usos turísticos.	Procentaje de viviendas turísticas sobre el total residencial
		Incremento del precio medio del alquiler
Comercio orientado al turismo	Sustitución de comercio tradicional por servicios turísticos.	Procentaje de comercios tradicionales perdidos
Residencia temporal y cohesión social	Aumento de rotación poblacional y pérdida de identidad barrial	Rotación residencial
		Percepción de pérdida de cohesión
Gentrificación y homogeneización cultural	Desplazamiento de población vulnerable y pérdida de diversidad cultural	Evolución del ingreso medio de residentes
Incremento del coste de vida	Subida de precios vinculada a la presión turística	Variación interanual de precios de consumo

Tabla 1. Matriz de análisis de turistificación

Marcos de referencia:

- ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles): alerta sobre los riesgos de saturación y gentrificación.
- ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico): promueve la diversificación económica compatible con la cohesión social.

- OCDE: recomendaciones sobre diversificación de productos y equilibrio territorial.
- Principios de la UE: respeto a la capacidad de carga, límites de desarrollo, implicación de la comunidad local.
- Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030: contempla medidas específicas de diferenciación territorial y reducción de la presión sobre destinos consolidados.

4.2.2. Ámbito 2. Saturación turística

Dimensión	Descripción	Indicador
Capacidad de acogida e infraestructuras	Grado de presión sobre servicios e infraestructuras	Número medio de visitantes por día en temporada alta
		Ocupación de transporte y aparcamientos
Congestión del espacio público	Zonas de alta densidad peatonal y vehicular	Índice de congestión en zonas clave
Contaminación y deterioro ambiental	Residuos, contaminación acústica, presión sobre áreas verdes	Cantidad de residuos generados en temporada alta
		Índice de ruido ambiental
Percepción de la saturación turística	Opinión social sobre saturación y molestias	Porcentaje de residentes que perciben saturación
Vulnerabilidad estacional	Dependencia económica y operativa del pico turístico	Porcentaje de ingresos dependientes de la temporada alta
		Tasa de cierre en temporada baja

Tabla 2. Matriz de análisis de saturación turística

Marcos de referencia:

- ODS 12 (Consumo y producción responsables): destaca la importancia de la gestión eficiente de recursos y residuos.
- ODS 13 (Acción por el clima): aborda la necesidad de mitigar emisiones derivadas del transporte turístico.
- ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres): subraya el impacto sobre espacios naturales.
- OCDE: inversión en infraestructuras resilientes, promoción de la desestacionalización.
- Principios de la UE: dispersión temporal, límites de capacidad, mecanismos de monitorización continua.
- Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR): promueve la digitalización y la gestión inteligente de flujos.

4.2.3. Ámbito 3. Turismo sostenible

Dimensión	Description	Indicador
Contribución económica y empleo	Generación de empleo estable y de calidad	Proporción de contratos indefinidos.
Sostenibilidad ambiental	Integración de medidas de ahorro energético y reducción de emisiones	Existencia de planes de eficiencia energética y reducción de emisiones
Protección del patrimonio	Conservación del patrimonio cultural y natural	Número de proyectos de conservación activa
		Capacidad máxima establecida en sitios clave
Gobernanza y participación	Implicación de actores locales en la toma de decisiones	Número de reuniones de participación anual
		Diversidad de actores implicados
Innovación y digitalización	Uso de herramientas tecnológicas para la gestión y promoción sostenibles	Implementación de sistemas de monitorización digital

Tabla 3. Matriz de análisis de medidas para el turismo sostenible

Marcos de referencia:

- ODS 8: empleo digno, crecimiento inclusivo.
- ODS 12: producción responsable.
- ODS 13: acción climática.
- ODS 15: protección de ecosistemas.

- OCDE: consumo sostenible, gobernanza multinivel.
- UE: principios de largo plazo, responsabilidad compartida y monitorización continua.
- Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030: transformación digital, cohesión social, sostenibilidad ambiental.
- PRTR: transición verde, eficiencia energética, competitividad del destino.

4.3 Análisis de datos y literatura de turismo en Segovia

En este apartado, se procederá al análisis de la literatura y de los datos, siguiendo el esquema analítico previamente establecido y abordando de manera sistemática cada ámbito y cada dimensión.

4.3.1 Análisis de ámbito turistificación

4.3.1.1. Dimensión 1. Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria (Transformación de viviendas y locales hacia usos turísticos.)

Indicador - Porcentaje de viviendas turísticas sobre el total residencial:

De acuerdo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), Segovia presenta una tendencia sostenida al alza en el peso de las viviendas turísticas. En agosto de 2020, el porcentaje de viviendas de uso turístico sobre el total residencial era del 0,62%. Esta proporción se incrementó de manera progresiva, con un máximo registrado en agosto de 2024 (0,83%). El dato más reciente disponible, correspondiente a mayo de 2025, muestra un ligero retroceso hasta el 0,76% (Instituto Nacional de Estadística, 2025).

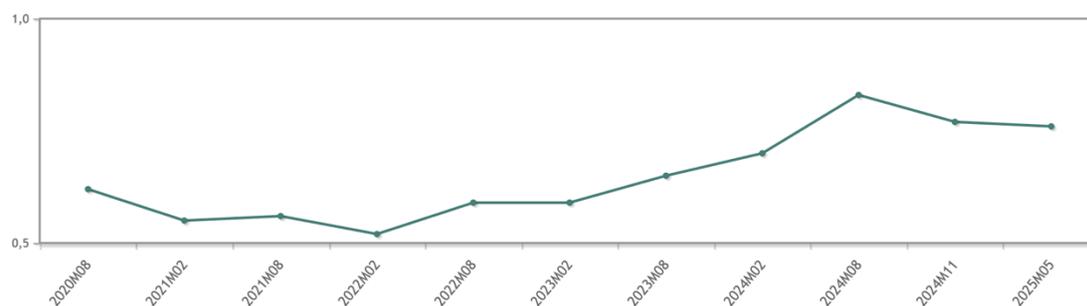


Gráfico 1. Tendencia de viviendas turísticas sobre el total de viviendas censadas
(Instituto Nacional de Estadística, 2025)

Indicador - Incremento del precio medio del alquiler

El histórico de precios de alquiler disponible en Idealista confirma el efecto acumulativo de la presión turística sobre el mercado inmobiliario. En junio de 2014, el precio medio del alquiler en Segovia se situaba en aproximadamente 5,3 €/m². Una década después, en junio de 2024, alcanzó los 9,2 €/m², lo que representa un incremento acumulado cercano al 73% en diez años. Este crecimiento sostenido se aceleró especialmente en los últimos ejercicios, con un aumento interanual del 5,2% entre 2023 y 2024 (Idealista, 2025)

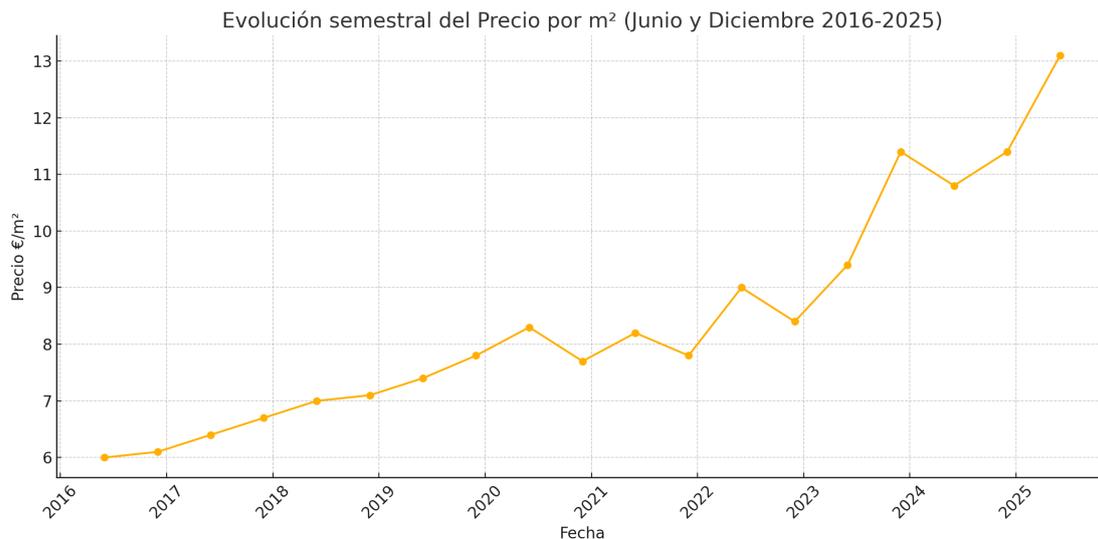


Gráfico 2. Evolución del precio medio del alquiler en Segovia, a partir de datos de idealista (2025)

Los datos analizados evidencian que Segovia experimenta un proceso de turistificación moderado pero creciente. El aumento sostenido de la vivienda de uso turístico y la evolución ascendente del precio de alquiler reflejan la consolidación de un modelo que tensiona el acceso a la vivienda y empieza modificar la estructura residencial de la ciudad.

4.3.1.2. Dimensión 2. Comercio orientado al turismo (Sustitución de comercio tradicional por servicios turísticos.)

Indicador - Porcentaje de comercios tradicionales perdidos

Aún no existen cifras oficiales que cuantifiquen directamente la pérdida de comercios tradicionales en Segovia. Sin embargo, distintos informes y fuentes locales reflejan un fenómeno claro de sustitución:

Para aproximar el porcentaje de comercios tradicionales perdidos, resulta especialmente ilustrativa la evolución de la Calle Real, principal arteria comercial de Segovia. Según un reportaje publicado por El Día de Segovia, esta vía ha acelerado en los últimos años su transformación hacia un espacio dominado por franquicias y establecimientos orientados al turismo. El artículo detalla que en apenas dos décadas se

ha producido un proceso progresivo de cierre de negocios familiares y tiendas de barrio, que han sido sustituidos por cadenas comerciales y locales de hostelería vinculados a la afluencia turística, alterando de manera sustancial la fisonomía y la función social del eje comercial tradicional (El Día de Segovia, 2019).

Asimismo, durante la campaña navideña, comerciantes del Cronista Lecea, Real y Catedral colgaron carteles señalando que los mercadillos “destruyen al comercio local”, y denunciaron competencia desleal y alquileres elevados por casetas itinerantes (SER, 2024).

Además, En mercados temporales del casco histórico, como el Mercado Romano, muchos comerciantes tradicionales critican que este tipo de eventos perjudica su actividad comercial, al desviarse clientes hacia puestos efímeros y turísticos en fechas clave (SER, 2024).

Todo ello confirma que la presencia creciente de comercios turísticos y de franquicias, junto con la proliferación de mercadillos turísticos temporales, está contribuyendo de manera sostenida a la erosión del tejido comercial tradicional, generando preocupación entre los comerciantes tradicionales y locales.

4.3.1.3. Residencia temporal y cohesión social (Aumento de rotación poblacional y pérdida de identidad barrial)

Indicador - Rotación residencial:

La estadística de variaciones residenciales publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) permite aproximar la dinámica de entradas y salidas de población en Segovia. El saldo total muestra de forma indirecta la movilidad residencial y refleja cambios a lo largo del periodo 2016-2021.

En 2016, el saldo era negativo, con aproximadamente –400 movimientos netos, lo que indica que más personas se marcharon del municipio que las que llegaron a establecer su residencia. A partir de 2017, se observa un cambio de tendencia: el saldo pasa a valores positivos y crece de manera constante hasta alcanzar su máximo en 2020, año

en el que la cifra superó las 1.600 altas netas. Este fuerte aumento puede relacionarse con varios factores coyunturales, entre ellos el traslado temporal de población durante la pandemia y la búsqueda de entornos menos masificados.

En 2021, el saldo positivo disminuye de manera notable, situándose en torno a los 700 movimientos netos. Esta corrección puede interpretarse como una normalización posterior a la excepcionalidad del año anterior.

Con este saldo total no se puede sostener que exista una pérdida de identidad comunitaria en Segovia. Esta dimensión se desarrollará en el apartado dedicado a las entrevistas con expertos.

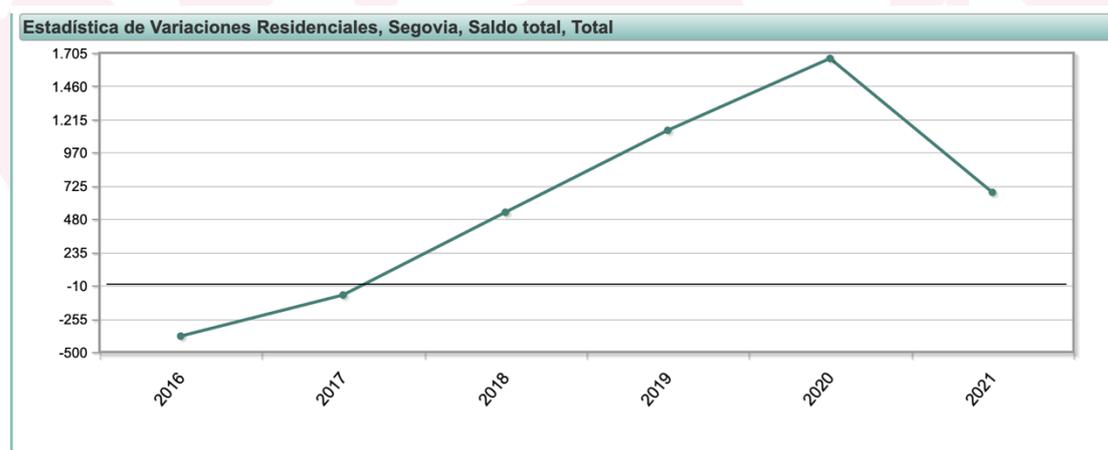


Gráfico 3. Cambio de saldo de Variaciones residenciales (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)

4.3.1.4. Gentrificación y homogeneización cultural (Desplazamiento de población vulnerable y pérdida de diversidad cultural)

Indicador - Evolución del ingreso medio de residentes:

La evolución de la renta neta media por persona es un indicador relevante para identificar procesos de gentrificación turística. El análisis comparativo de los datos de Segovia con respecto a la media nacional permite observar cómo, en los últimos años, la ciudad ha experimentado una dinámica de incremento de ingresos superior a la del conjunto de España.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2016 la renta media por persona en Segovia era prácticamente equivalente al promedio nacional, situándose en torno a 10.600 euros. A partir de ese momento, la evolución muestra una divergencia progresiva. Mientras que en el conjunto de España la renta media creció de forma sostenida pero moderada, en Segovia se produjo un aumento más acusado:

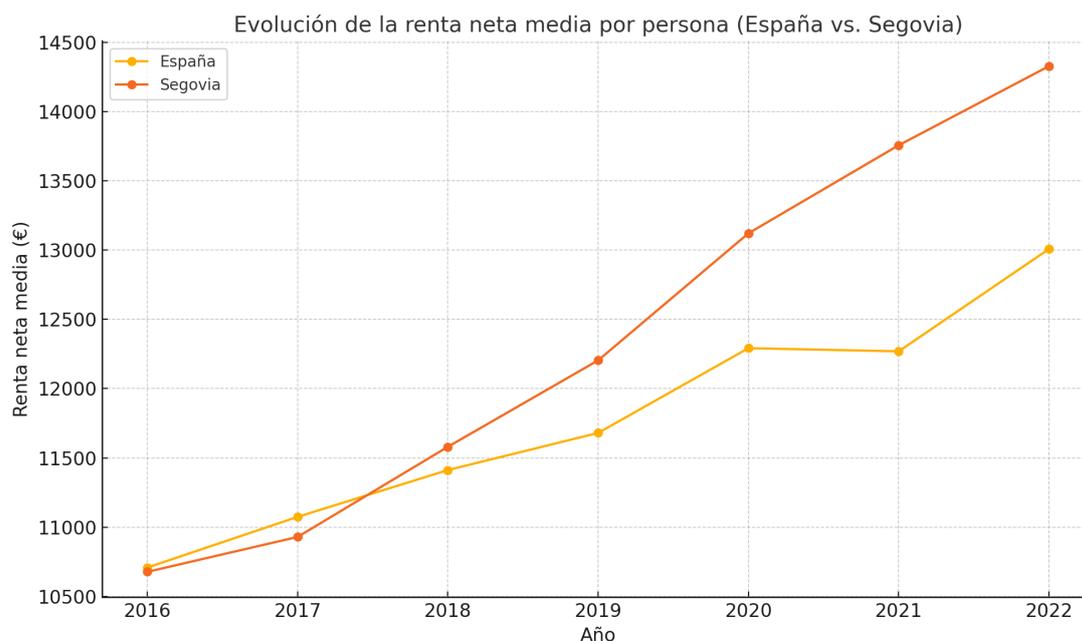


Gráfico 4. Comparación de la renta neta media por persona (España y Segovia) a partir de datos de INE (2024)

- En 2018, la renta media de Segovia superó por primera vez de forma clara la media española, con aproximadamente 11.500 euros, frente a 11.200 euros a nivel nacional.
- En 2020, la diferencia se consolidó, alcanzando Segovia alrededor de 13.000 euros, frente a los 12.300 euros de la media estatal.
- Finalmente, en 2022, Segovia registró una renta neta media cercana a los 14.400 euros, mientras que la media española se situó en torno a 13.000 euros, ampliando la brecha hasta 1.400 euros.

Esta tendencia sugiere que, en paralelo al crecimiento del atractivo turístico de la ciudad, se ha consolidado un proceso de encarecimiento generalizado y progresivo de los ingresos medios, lo que puede estar relacionado con:

1. La llegada de nuevos residentes con mayor poder adquisitivo, atraídos por las oportunidades económicas vinculadas al turismo, el alquiler vacacional y la inversión inmobiliaria.

2. El desplazamiento progresivo de población con menor renta, que no puede asumir los costes crecientes de la vivienda y del consumo en un entorno cada vez más orientado a visitantes y rentas altas.

La literatura especializada coincide en señalar que este incremento diferencial de los ingresos medios es uno de los indicadores más claros de gentrificación turística, ya que refleja la sustitución de antiguos residentes por grupos sociales con mayor capacidad económica (Milano, Novy y Cheer, 2019). Este fenómeno no solo repercute en el mercado inmobiliario, sino también en la vida cultural y comercial del centro histórico, que tiende a homogeneizarse en función de las preferencias de un perfil de población más acomodado y de los turistas de corta estancia.

El análisis de la evolución de actividades culturales gestionadas por asociaciones y entidades locales revela señales claras de debilitamiento en el tejido cultural tradicional, especialmente en festivales de carácter popular y comunitario:

- En 2024, el Festival Folclórico Internacional La Esteva, un evento emblemático de promoción de danzas tradicionales locales, sufrió una reducción de casi 2 000 € en su subvención municipal, lo que generó que la organización tuviera que recurrir a recursos propios para cubrir gastos operativos. Aunque en 2025 el Ayuntamiento anunció un presupuesto de 203 000 €, la convocatoria tardía y la incertidumbre en las ayudas generaron malestar entre los responsables culturales (SER, 2025).

- Por otro lado, iniciativas culturales impulsadas por el consistorio, como la celebración del Día Internacional de los Museos, evidencian un enfoque más

institucional y turístico que comunitario (Turismo de Segovia, 2025). Las sedes de museos municipales ofertan jornadas gratuitas y conferencias, pero estas acciones se enmarcan en una lógica de atracción turística (ODS 8, ODS 11) más que en el fortalecimiento del arraigo cultural local.

Estos elementos reflejan dos dinámicas contrapuestas:

1. Presión presupuestaria sobre festivales de base local, que pone en riesgo su continuidad y autonomía;
2. Crecimiento de eventos culturales orientados al turismo, con menor capacidad para mantener expresiones propias de la identidad barrial.

No obstante, merece destacarse que los indicios de reducción de la programación cultural de raíz local no son abrumadores ni parecen representar una tendencia estructural. De hecho, Segovia mantiene una programación cultural muy activa y diversa, con eventos que combinan identidad local y calidad artística.

4.3.1.5. Incremento del coste de vida (Subida de precios vinculada a la presión turística)

Indicador - Variación interanual de precios de consumo:

El Índice de Precios de Consumo (IPC) constituye un indicador esencial para valorar el efecto que el turismo y la demanda estacional ejercen sobre el coste de vida de los residentes. La comparación interanual de este índice entre Segovia y el promedio nacional permite identificar tendencias diferenciales en la evolución de los precios.

Según los datos consultados (INE, 2025), en el periodo 2016–2025 se observa que el IPC en Segovia ha mantenido de forma sistemática valores ligeramente superiores a la media de España, con especial diferencia en los años posteriores a la pandemia y en los más recientes:

- En 2016, el IPC de Segovia se situaba en 91,145, frente a un índice nacional de 91,876. Esta diferencia inicial resultaba prácticamente neutra.

- A partir de 2019, la distancia se acentúa: Segovia registra un índice de 95,593, mientras que España marca 96,085.

- La divergencia más significativa se aprecia a partir de 2021:

- 2021M01: Segovia, 97,500; España, 97,583.

- 2022M01: Segovia, 104,129; España, 103,567.

- 2023M01: Segovia, 110,525; España, 109,668.

- 2024M01: Segovia, 114,419; España, 113,404.

- 2025M01: Segovia, 117,629; España, 116,733.

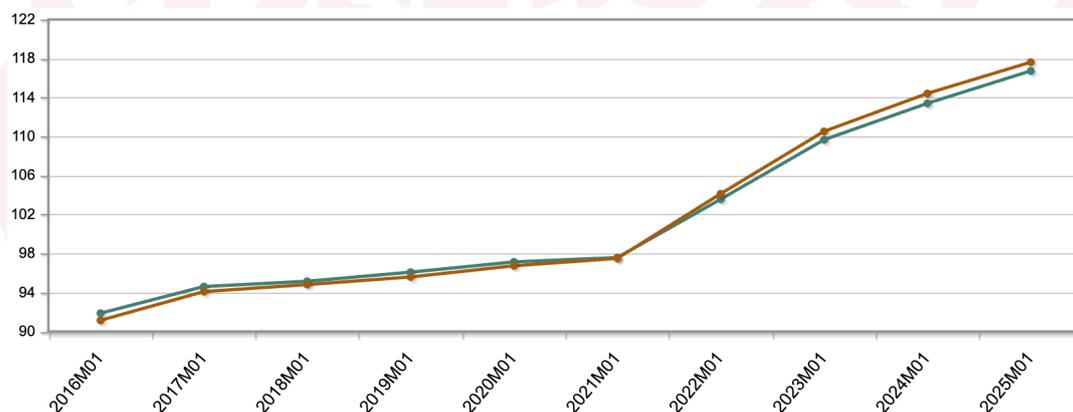


Gráfico 5. Comparación de Índice de Precios de Consumo (España y Segovia)
(INE, s.f.)

Esta evolución evidencia que, en los últimos cuatro años, el crecimiento acumulado del IPC en Segovia ha sido superior al nacional en más de un punto porcentual, una diferencia pequeña pero consistente que podría vincularse a:

1. La presión de la demanda turística, especialmente durante la temporada alta, sobre los precios de bienes y servicios.

2. El encarecimiento sostenido de los alquileres y de la restauración, sectores especialmente sensibles a la estacionalidad turística.

3. El aumento de la rotación residencial y de la capacidad adquisitiva media de los nuevos residentes, que contribuye indirectamente a sostener precios más elevados.

La literatura especializada (Milano et al., 2019) señala que este tipo de incrementos diferenciales del coste de vida es característico de destinos turísticos consolidados, donde la presión de la demanda puede desbordar la capacidad de absorción del comercio y los servicios locales.

La comparación interanual del IPC confirma que Segovia mantiene un nivel de precios ligeramente superior al promedio español, con una evolución creciente más acentuada a partir de 2021. Este comportamiento apunta a que la presión turística, combinada con factores inflacionarios generales, está contribuyendo de manera moderada pero sostenida al encarecimiento de la vida cotidiana de los residentes.

4.3.1.6. Síntesis de análisis de turistificación de Segovia

1. Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria

Los datos del Instituto Nacional de Estadística y de idealista evidencian un incremento sostenido del peso de las viviendas turísticas, que entre 2020 y 2024 pasó de un 0,62 % a un máximo de 0,83 %. Este aumento coincide con la evolución acelerada del precio medio del alquiler, que en una década ha subido aproximadamente un 73 %. La combinación de ambos indicadores refleja una tensión creciente sobre la disponibilidad de vivienda residencial y una presión al alza sobre los precios, en línea con patrones descritos en otros destinos turísticos urbanos.

2. Comercio orientado al turismo

La sustitución de comercio tradicional por actividades orientadas al visitante constituye otro rasgo característico del proceso de turistificación en Segovia. Aunque no existen datos oficiales que cuantifiquen de manera precisa la pérdida de establecimientos tradicionales, múltiples testimonios y reportajes señalan la transformación progresiva de la Calle Real en un espacio dominado por franquicias y negocios turísticos. La proliferación de mercadillos temporales en épocas clave como Navidad refuerza esta

dinámica, generando malestar entre comerciantes locales por la competencia desigual y el desplazamiento de la clientela habitual.

3. Residencia temporal y cohesión social

Los registros de variaciones residenciales permiten observar una rotación poblacional importante entre 2016 y 2021, con un saldo neto que pasó de valores negativos en 2016 (-400) a un máximo de más de 1.600 altas netas en 2020, antes de estabilizarse en torno a 700 en 2021. Este dato no permite afirmar que exista una pérdida estructural de identidad comunitaria.

4. Gentrificación y homogeneización cultural

El incremento de la renta media de los residentes, que desde 2016 creció en Segovia a un ritmo superior al promedio estatal (alcanzando en 2022 una brecha de 1.400 € respecto a la media nacional), sugiere un proceso de sustitución social vinculado a la llegada de nuevos habitantes con mayor poder adquisitivo. Este fenómeno se acompaña de señales de presión sobre la programación cultural local, como los recortes puntuales de financiación en festivales tradicionales. No obstante, la diversidad de eventos culturales impulsados por el Ayuntamiento demuestra que la homogeneización cultural todavía no alcanza niveles alarmantes.

5. Incremento del coste de vida

La comparación interanual del Índice de Precios de Consumo confirma que Segovia ha mantenido en los últimos años un nivel de precios ligeramente superior al promedio español, con un diferencial que se ha acentuado desde 2021. Este comportamiento parece derivar tanto de la presión turística como de factores inflacionarios generales y del cambio en el perfil socioeconómico de los residentes.

En conjunto, la turistificación de Segovia se manifiesta de forma progresiva y transversal, afectando tanto al uso del suelo y el mercado inmobiliario como al tejido comercial y a la configuración social de los barrios históricos. Aunque el proceso no muestra aún niveles extremos comparables con otros destinos españoles de alta

saturación turística, los indicadores analizados evidencian la consolidación de un modelo que, de no regularse adecuadamente, podría intensificarse en el futuro y comprometer la diversidad social, cultural y económica del municipio.

4.3.2. Análisis de ámbito saturación turística

4.3.2.1. Capacidad de acogida e infraestructuras (Grado de presión sobre servicios e infraestructuras)

Indicador - Número medio de visitantes por día en temporada alta:

Para evaluar la presión que el turismo ejerce sobre los servicios e infraestructuras de la ciudad, analizamos el número medio de visitantes diarios durante la temporada alta (julio–septiembre):

Según el 17º Observatorio Turístico (2023) de Turismo de Segovia, en ese periodo se registraron 142.912 consultas atendidas en el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) Si asumimos que cada consulta corresponde a una visita, y considerando 92 días de temporada alta, esto equivale a un promedio aproximado de 1.552 visitantes diarios. Esa cifra representa únicamente una parte del turismo real, ya que no incluye a los visitantes que acceden directamente a monumentos o espacios sin consultar al CRV.

Además, en el Alcázar de Segovia, según fuentes oficiales (2024), recibió 693.410 visitantes en 2023 y 727.594 en 2024 (El adelantado, 2025). En los meses pico (mayo, agosto y abril), los datos mensuales rondan entre 70.000 y 80.000 visitantes, lo que implica una afluencia diaria de 2.300–2.600 personas en el monumento durante esos meses. Estos valores evidencian que la cifra de visitantes diarios durante los meses de junio a septiembre oscila entre 1.500 y 2.500, cifra que en ocasiones puede duplicarse en núcleos específicos como el entorno del Alcázar.

La alta concentración de visitantes en el casco histórico —áreas de calles estrechas y espacio público limitado— genera tensión en los siguientes ámbitos:

- Aglomeraciones peatonales que dificultan la movilidad de residentes.
- Mayor desgaste de infraestructuras patrimoniales debido al flujo continuo de turistas.

Indicador - Ocupación de transporte y aparcamientos:

En el parte de transporte urbano (autobuses), durante la Semana Santa de 2025, el uso del transporte público urbano registró niveles inéditos. Se alcanzaron 35.590 viajes en autobuses gratuitos, lo que representó casi 10.000 usuarios más que en 2024, y las líneas de pago experimentaron un incremento del 50 % en uso (SER, 2025).

En abril de 2025, el transporte urbano superó por primera vez los 18.000 usuarios en un solo día (el día 30), y el total mensual se situó en 387.585 viajeros, un 47,3 % más que en 2019 (SER, 2025).

Estos incrementos sugieren una presión creciente, por ejemplo, en la línea 10 que recorre el casco histórico (con un aumento del 121 %) (SER, 2025).

En cuando a aparcamientos públicos:

Durante Semana Santa 2025, cinco de los principales aparcamientos públicos (Catedral, Acueducto, Padre Claret, Ezequiel González y José Zorrilla) estuvieron en ocupación completa en varias franjas horarias, especialmente Jueves y Viernes Santo entre las 14:00 y 19:00 h, lo que indica una saturación puntual crítica en infraestructura vehicular (SER, 2025).

En síntesis, los datos analizados reflejan que Segovia experimenta durante la temporada alta una presión significativa sobre su capacidad de acogida. La elevada afluencia diaria de visitantes, la concentración en espacios reducidos del centro histórico y la saturación tanto del transporte público como de los aparcamientos generan impactos directos en la movilidad urbana, el desgaste de las infraestructuras patrimoniales y la calidad de vida de los residentes.

4.3.2.2. Congestión del espacio público (Zonas de alta densidad peatonal y vehicular)

Indicador - Índice de congestión en zonas clave:

Para valorar el grado de saturación del espacio público en Segovia, se han recopilado datos y evidencias procedentes de fuentes oficiales y medios locales que documentan episodios recurrentes de alta densidad peatonal y vehicular en el centro histórico.

Sobre la congestión vehicular y de autobuses turísticos, un caso representativo se observa en la Vía Roma, principal acceso al casco histórico desde la estación de autobuses. En noviembre de 2024, la agrupación “Segovia en Marcha” denunció que: “hasta seis autobuses turísticos bloquearon la parte alta de Vía Roma, generando un colapso que afectó tanto al tráfico rodado como a la movilidad peatonal” (El Día de Segovia, 2024).

Este incidente refleja un índice crítico de congestión en algún punto a la ciudad, donde la densidad de vehículos y autocares turísticos puede comprometer la fluidez y la seguridad.

En cuando al peatón, también existe presión. En agosto de 2024 se difundieron quejas sobre la calle Daoiz, adyacente a la Catedral, donde residentes denunciaron que:

“continúa siendo un auténtico coladero de coches, a pesar de estar declarada de uso exclusivo para residentes y carga/descarga” (El Adelantado, 2024).

Especialmente durante las fiestas, la Calle Real registra una afluencia masiva de personas que ocupa toda la calzada, dificulta la movilidad y genera la necesidad de reforzar los dispositivos de seguridad, limpieza y señalización temporal.

Aunque faltan estadísticas oficiales sobre la densidad de personas, las quejas publicadas en los periódicos indican que la Calle Real se encuentra en un estado de congestión intensa de manera continua durante las festividades.

Considerando todos estos factores, puede afirmarse que las siguientes áreas presentan un grado de congestión muy elevado en los periodos de máxima afluencia turística y festiva:

- Vía Roma
- Calle Real y su entorno inmediato
- Plaza de Artillería
- Calle Daoiz y área de la Catedral

En estos tramos, la densidad conjunta de peatones, vehículos y servicios turísticos tiende a alcanzar o superar la capacidad de absorción deseable, con impactos directos sobre la funcionalidad urbana y la calidad de la experiencia para residentes y visitantes.

El indicador de congestión en zonas clave muestra que Segovia experimenta episodios recurrentes de saturación en su espacio público, especialmente en los ejes principales de conexión con el casco histórico y durante la celebración de festividades populares.

4.3.2.3. Contaminación y deterioro ambiental (Residuos, contaminación acústica, presión sobre áreas verdes)

Indicador - Cantidad de residuos generados en temporada alta

Actualmente, no existen datos oficiales publicados por el Ayuntamiento de Segovia o la concesionaria de limpieza que desglosen la cantidad de residuos generados específicamente durante la temporada alta (Semana Santa). Sin embargo, fuentes indirectas y noticias locales permiten construir una aproximación razonada:

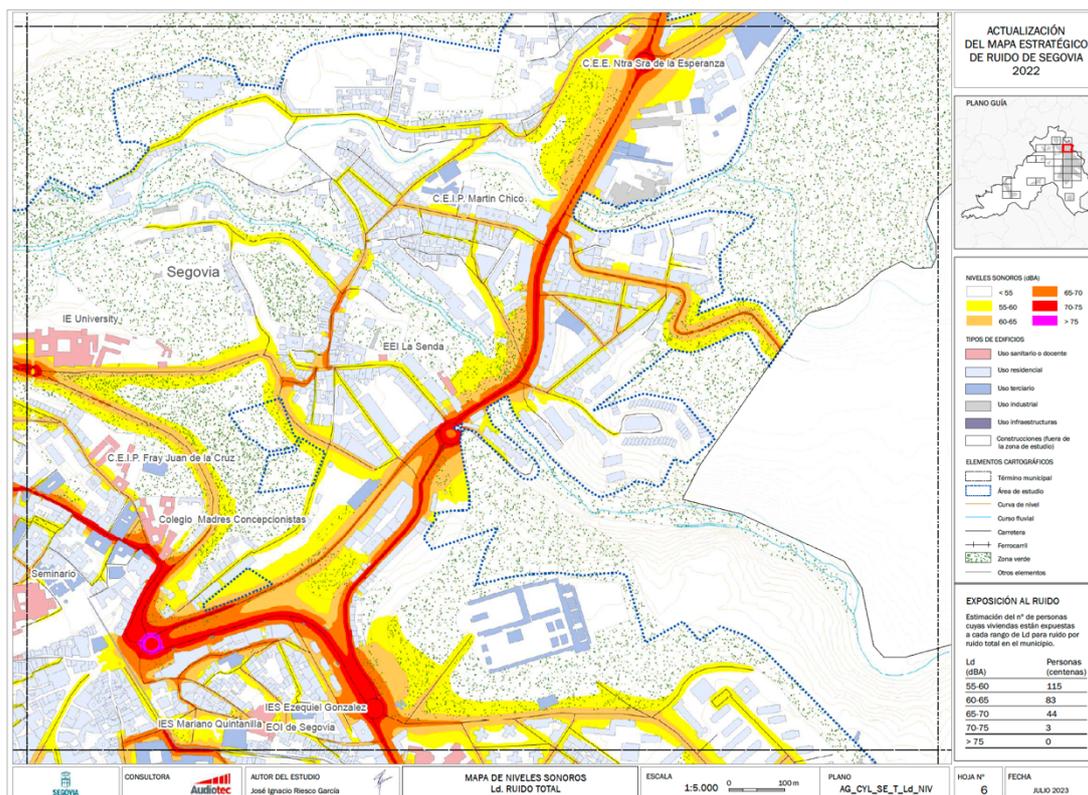
En junio de 2025, durante las Ferias y Fiestas de San Juan y San Pedro, el servicio municipal de limpieza y recogida evitó una huelga gracias a un acuerdo con FCC (empresa concesionaria), lo cual aseguró un funcionamiento “adecuado” incluso en una semana de alta afluencia turística (SER, 2025). Este hecho refleja que, en esos días, se requirió un sobremuestreo operativo y capacidad reforzada para gestionar volúmenes elevados de basura.

En 2024 el Ayuntamiento lanzó una campaña educativa con el objetivo de “desmentir mitos sobre el reciclaje de vidrio” y fomentar una gestión más responsable de residuos, lo cual se suele intensificar en verano debido a una mayor generación de envases (El Español, 2024).

Indicador - Ruido ambiental

La situación de contaminación acústica en Segovia presenta un carácter singular que la diferencia de otros destinos turísticos comparables: si bien el turismo genera presión sonora en determinadas franjas horarias y espacios céntricos, la principal fuente de molestias recurrentes no está vinculada directamente al visitante temporal, sino a la concentración residencial de estudiantes de IE University. Este fenómeno, de naturaleza continuada más que estacional, ha sido identificado por asociaciones vecinales, medios locales y autoridades autonómicas como un foco específico de conflicto social y deterioro ambiental.

La Segunda actualización del Mapa Estratégico de Ruido (2022) señala que, aunque Segovia se encuentra en niveles medios de ruido dentro de la región, áreas con gran densidad de actividad área de Acueducto, vía Roma, registran valores elevados asociados a tráfico, comercio y actividades nocturnas (Ayuntamiento de Segovia, 2023).



Mapa 1. Mapa estratégico de ruido de Segovia: Mapas de niveles sonoros (Ruido total). Ayuntamiento de Segovia (2023).

La Plataforma contra el Ruido de Segovia y diversas asociaciones vecinales han identificado las “fiestas” organizadas por estudiantes universitarios como un foco persistente de molestias nocturnas. Reportes citan que “una fiesta en una vivienda suele duplicar el nivel de ruido permitido en horario nocturno”, y recuerdan altercados con la Policía Local en pisos ocupados por estudiantes.

En septiembre de 2024, el concejal San Juan de Segovia en Marcha denunció que “la total impunidad” con que actúan algunos estudiantes del IE hace “cada vez más difícil el día a día de la población estable del recinto amurallado”. Señaló que se ha sancionado solo a 20 viviendas ‘conflictivas’, frente a 400 identificadas por los vecinos, lo cual refleja una atención institucional percibida como insuficiente.

En mayo de 2025, el Procurador del Común de Castilla y León instó al Ayuntamiento a intensificar medidas, incluida la modificación de la ordenanza de ruido y la capacitación

de la Policía para actuar de oficio, con mención indirecta a los casos repetidos de altercados sonoros en la zona histórica.

El mapa de ruido ambiental en Segovia y las noticias revelan que, aunque los niveles absolutos pueden considerarse moderados en comparación con otras ciudades, existe una presión sonora significativa y persistente, especialmente en el casco histórico y la noche turística. Además de la presión turística, existe un foco recurrente de contaminación acústica asociado a la vida nocturna de estudiantes de IE University.

4.3.2.4. Percepción del saturación de turismo (Opinión social sobre saturación y molestias)

Indicador - Residentes que perciben saturación:

A fin de comprender cómo repercute la saturación turística sobre la población local, se han revisado estudios y encuestas publicados en medios y fuentes locales:

En una encuesta elaborada por Segoviaudaz en 2024, se recogió que el 62 % de los residentes expresaron “inquietud” acerca del impacto del turismo en la conservación del patrimonio, y hasta el 48 % manifestaron molestias derivadas de la masificación y el acceso limitado a servicios básicos (Segoviaudaz, 2024). Estos datos indican una percepción generalizada de saturación urbana entre casi la mitad de los habitantes .

En el marco del III Congreso de Hostelería y Turismo de Segovia celebrado en noviembre de 2024, se abordaron temas como la “turismofobia”. Según Clemente Oria, presidente de la Asociación de Vecinos del recinto amurallado, los vecinos no rechazan el turismo como tal, sino “la gestión deficiente que dificulta su calidad de vida” (SER, 2024).

Esta postura muestra una distinción importante: el rechazo no es a los turistas, sino a la sensación de que la ciudad está perdiendo equilibrio y atención hacia sus residentes.

Estas evidencias reflejan una visión negativa en torno a la saturación turística:

- Las molestias por masificación y pérdida de acceso a servicios no son anecdóticas.

- La defensa del turismo como actividad económica valiosa permanece vigente; sin embargo, su gestión es percibida como desmesurada y desproporcionada en algunos puntos (residentes del casco histórico, comerciantes).
- La preocupación va más allá de incomodidades puntuales: incluye el riesgo de pérdida de la calidad de vida urbana, cambios en el uso de servicios públicos y alteración del carácter comunitario.

No obstante, también existen voces que relativizan esta percepción, por ejemplo, en declaraciones públicas como las de Rocío Ruiz (FESTUR), se reconoce que la situación generalmente es “muy dulce” para el turismo en Segovia. Estas opiniones resaltan que, pese a los conflictos, el sector turístico mantiene cifras positivas y el respaldo de organizaciones oficiales y hosteleras. (Segoviaudaz, 2024)

El indicador “Residentes que perciben la saturación” ofrece una visión equilibrada: la opinión social no es unánime, pero sí revela que algunos habitantes detectan signos evidentes de sobrecarga en el sistema urbano. Esto se une a testimonios que, aunque valoran el turismo, cuestionan la sobrecarga en tiempos y lugares concretos. Por ello, es crítico que las estrategias municipales vayan más allá del crecimiento cuantitativo y se centren también en una gestión sostenible que considere la convivencia, frenos en los momentos críticos y ventajas compartidas entre turismo y residentes.

4.3.2.5. Vulnerabilidad estacional (Dependencia económica y operativa del pico turístico)

Indicador - Ingresos dependientes de la temporada alta:

Aunque algunos estudios especializada en destinos turísticos patrimoniales tiende a destacar la dependencia económica derivada de la concentración estacional de visitantes, los datos disponibles relativos a Segovia permiten matizar esta hipótesis. El análisis de la evolución trimestral del gasto turístico entre 2022 y 2024 revela un patrón de distribución relativamente equilibrado.

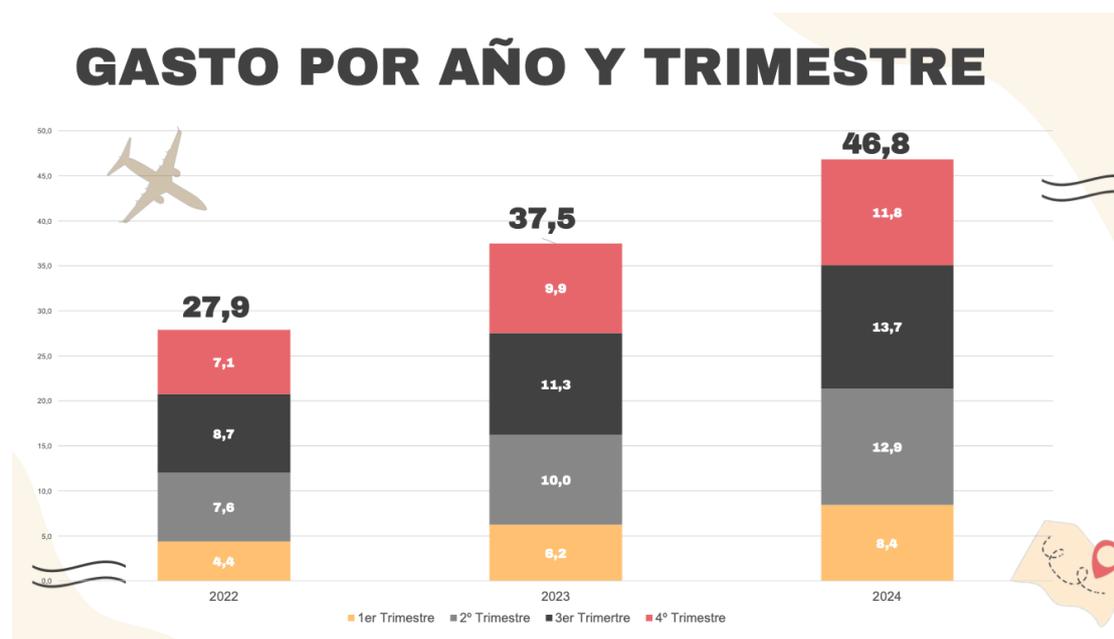


Gráfico 6. Consumo turístico en Segovia (Turismo de Segovia y Visa, 2025)

En efecto, si bien el tercer trimestre (correspondiente a los meses estivales) concentra sistemáticamente el mayor volumen de gasto —alcanzando en 2024 un máximo de 13,7 millones de euros—, dicha cifra representa aproximadamente el 29 % del total anual, un porcentaje que resulta notable pero no desproporcionado si se compara con el segundo trimestre (12,9 millones) y el cuarto trimestre (11,8 millones). Este reparto homogéneo entre los diferentes periodos contrasta con la situación observada en otros destinos turísticos consolidados, donde el verano puede llegar a concentrar más de la mitad de la facturación anual del sector. Por tanto, los resultados sugieren que, aunque la temporada alta continúa siendo relevante para la economía local, la vulnerabilidad estructural derivada de la estacionalidad es moderada y no constituye el principal factor de riesgo. Este comportamiento más equilibrado puede atribuirse a la existencia de un turismo de eventos y cultural repartido a lo largo del calendario, así como a una base de visitantes que acude también en puentes festivos y en épocas como la Semana Santa y el otoño.

Aunque el gasto turístico anual no presenta una concentración extrema en un único trimestre, los datos de Airbnb aportan una lectura complementaria. Según Airbtics (2025), entre junio de 2024 y mayo de 2025, mediamente, cada alojamiento generó

unos 1.993 euros mensuales, pero los ingresos mensuales varían significativamente, con máximos de 3 300 € en temporada y mínimos de 1 250 € en meses de baja demanda. Estáticamente, abril y mayo fueron los meses más rentables, lo que indica un pico claro antes y durante la temporada turística principal. Esta variabilidad mensual revela una dependencia parcial de la temporada alta, especialmente en el mercado del alquiler turístico.

Aunque Segovia no muestra una dependencia extrema de la temporada alta en el consumo general, los datos de Airbnb demuestran que el alquiler turístico sí depende de una estacionalidad. La economía del alquiler vacacional sobre Lisboa sí refleja una vulnerabilidad estacional, aunque no se extienda de igual modo al conjunto del sector turístico de la ciudad.

Indicador - Cierre en temporada baja:

Según la investigación de la literatura existente, en Segovia no se observa el fenómeno de cierre durante la temporada baja.

4.3.2.6. Síntesis de análisis de saturación turística de Segovia

En primer lugar, los indicadores de capacidad de acogida e infraestructuras evidencian una presión significativa durante los periodos de máxima afluencia, con medias diarias de visitantes que oscilan entre 1.500 y 2.500 personas concentradas principalmente en el centro histórico y puntos emblemáticos como el Alcázar. La saturación de transporte público y aparcamientos —que en Semana Santa alcanzan ocupación plena— confirma que la infraestructura actual se aproxima con frecuencia a su umbral de absorción, generando episodios de congestión crítica que afectan tanto a visitantes como a residentes.

En términos de congestión del espacio público, los datos recopilados y los testimonios reflejan una densidad peatonal y vehicular elevada en corredores estratégicos, como la Vía Roma, la Calle Real y las inmediaciones de la Catedral. Estas áreas registran bloqueos, colapso temporal de la movilidad y situaciones de saturación que

comprometen la funcionalidad urbana y la seguridad, especialmente durante festivos y fines de semana de alta ocupación.

El deterioro ambiental y la contaminación se manifiestan de forma más difusa, al no disponerse de cifras oficiales desglosadas de residuos por temporada. No obstante, las necesidades extraordinarias de refuerzo del servicio de limpieza y la evidencia de presión acústica, derivada tanto del turismo como de la actividad nocturna vinculada a la población estudiantil del IE University, confirman que la capacidad ambiental del casco histórico sufre un estrés acumulado. La contaminación sonora, en particular, emerge como un problema persistente en algunas zonas, sumándose al impacto turístico estacional.

La percepción social subraya esta presión: casi la mitad de la población declara sentirse afectada por la masificación y la pérdida de acceso a servicios básicos. Si bien existe un reconocimiento de la importancia económica del turismo, se observa una inquietud creciente sobre su gestión, especialmente en los residenciales en zona histórica.

Por último, el análisis de la vulnerabilidad estacional matiza la hipótesis de una dependencia económica extrema de la temporada alta: si bien se identifica un pico relevante de ingresos turísticos en los meses estivales, el gasto anual presenta un reparto relativamente equilibrado entre trimestres. Sin embargo, el mercado del alquiler turístico a corto plazo sí muestra una clara estacionalidad, con ingresos que duplican los valores de temporada baja. Esto evidencia una dependencia parcial del ciclo estival que podría amplificar tensiones sobre la vivienda y la presión en el centro histórico.

En conjunto, los datos permiten concluir que Segovia experimenta una saturación turística de intensidad moderada-alta en periodos pico, con los siguientes rasgos distintivos:

- Concentración espacial de los flujos turísticos en el casco histórico y los monumentos principales.
- Saturación puntual crítica en transporte público y aparcamientos en Semana Santa y verano.

- Impactos ambientales acumulativos, en especial sobre la limpieza viaria y el ruido en zonas mixtas residenciales-turísticas.
- Percepción social ambivalente, que oscila entre el reconocimiento del turismo como motor económico y el rechazo a los efectos de masificación y pérdida de calidad de vida.
- Estacionalidad económica moderada, más acusada en el alojamiento turístico de corta estancia.

4.3.3. Análisis desde la perspectiva del turismo sostenible

4.3.3.1. Contribución económica y empleo (*Generación de empleo estable y de calidad*)

Indicador - Proporción de contratos indefinidos.

Dado que no se dispone de datos oficiales específicos sobre la provincia de Segovia, se procedió a realizar una consulta en el portal InfoJobs dentro del sector “Turismo y Restauración”. El resultado de esta búsqueda permitió identificar 9 ofertas de empleo activas, de las cuales 4 se encontraban asociadas a contratos de carácter indefinido, lo que equivale a una proporción del 44,4 % de puestos potencialmente estables. En términos comparativos, la proporción nacional de contratos indefinidos en el mismo sector se situó en el 42,7 % durante 2024, según datos difundidos por Europa Press (2025). Esta diferencia de 1,7 puntos porcentuales es reducida y, dado el escaso tamaño muestral disponible a nivel local, no resulta estadísticamente significativa. No obstante, la cifra local se sitúa levemente por encima de la media estatal, lo que permite apuntar, con cautela, que Segovia podría mostrar una tendencia similar —o incluso algo más favorable— en términos de estabilidad contractual respecto al promedio nacional.

Sin embargo, este resultado debe considerarse con cautela, ya que la muestra es muy reducida y puede introducir inexactitudes significativas.

De acuerdo con otro informe de InfoJobs (2024), la proporción de vacantes con contrato indefinido en el conjunto de la economía española se situó en torno al 42%,

considerando todas las ramas de actividad. Esta cifra confirma que todavía queda un porcentaje relevante de temporalidad estructural en el mercado laboral español.

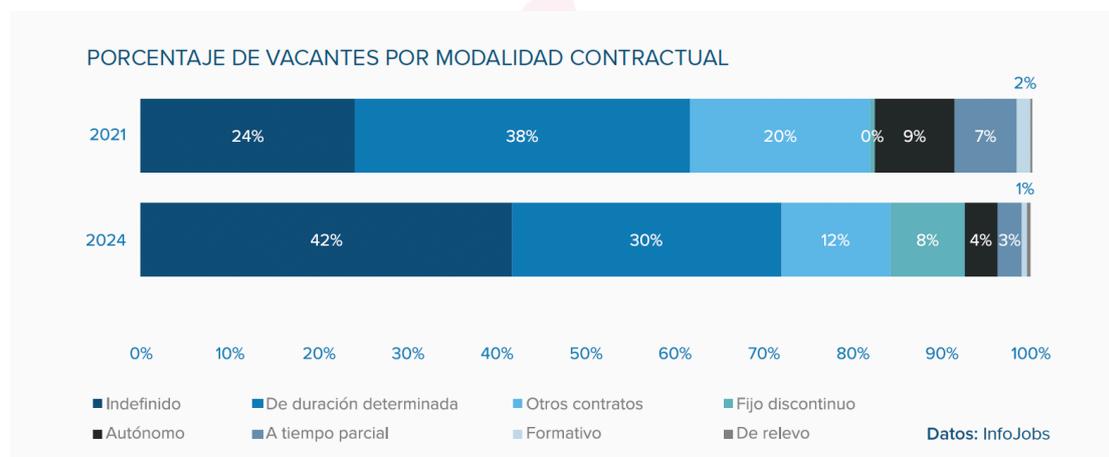


Gráfico 7. Porcentaje de vacantes por modalidad contractual (InfoJobs, 2024)

Es importante señalar que, si bien el turismo sostenible constituye un concepto multidimensional que abarca factores medioambientales, sociales y culturales, desde la perspectiva económica —y en particular en términos de calidad del empleo— la proporción de contratos indefinidos puede considerarse un indicador de referencia relevante. Según los datos disponibles, la proporción de contratos indefinidos en el sector de turismo y restauración de Segovia (44,4 %) resulta comparable, e incluso ligeramente superior, al promedio de todos los sectores económicos a nivel nacional (aproximadamente un 42 %), así como a la media registrada en el conjunto del sector turístico. Este hecho sugiere, en cierta medida, que la actividad turística en Segovia muestra un comportamiento alineado con la tendencia general de España en términos de fomento de la estabilidad laboral. Dado que la estabilidad contractual contribuye de manera significativa a la previsibilidad de los ingresos de las personas trabajadoras, al sostenimiento del sistema de protección social y al aporte continuado a la economía local, puede plantearse de forma preliminar que, al menos en el ámbito de la sostenibilidad económica, el desarrollo turístico de Segovia se encuentra en consonancia con los objetivos nacionales de desarrollo sostenible.

4.3.3.2. Sostenibilidad ambiental (Integración de medidas de ahorro energético y reducción de emisiones)

Indicador - Existencia de planes de eficiencia energética y reducción de emisiones:

Aunque Segovia carece de un plan sectorial exclusivo de descarbonización turística, el municipio participa activamente en diversos programas de financiación y estrategias transversales que inciden de manera directa en la sostenibilidad ambiental de la actividad turística. Entre estas iniciativas se incluyen el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino, los proyectos de rehabilitación energética de edificios patrimoniales, la modernización de sistemas de alumbrado monumental mediante tecnología LED.

En el ámbito urbano patrimonial, la ciudad de Segovia ha desarrollado diversas intervenciones que reflejan la compatibilidad entre la conservación del legado histórico y la eficiencia energética:

- Plan Impulsa, Segovia impulsa medidas de eficiencia energética y reducción de emisiones. Entre ellas, se prevé la creación de una red de calor sostenible con una inversión de 24,5 millones de euros, que incluirá una central térmica junto al hospital y 26 km de tuberías para abastecer calefacción y agua caliente a unas 7.000 viviendas y 40 edificios. Asimismo, se llevará a cabo la renovación integral de 8.000 puntos de alumbrado público, con un ahorro energético estimado del 40-45% y la implantación de un sistema inteligente de control de la iluminación. (Ayuntamiento de Segovia, 2025)
- La renovación de la iluminación monumental de la Puerta de Santiago y la Real Casa de la Moneda mediante tecnología LED de bajo consumo, así como el proyecto de actualización del sistema de alumbrado del Acueducto tras más de tres décadas de uso. Este proyecto se encuentra enmarcado dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) ‘Segovia Fluye’ y se realizará con fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. (Smart Lighting, 2025).
- La ejecución de proyectos de rehabilitación energética en edificios residenciales de los barrios históricos de El Salvador y San Millán. Las mejoras están orientadas a la eficiencia energética de los edificios. (Acueducto2, 2024).

- El Ayuntamiento de Segovia ha renovado el parque móvil municipal, sustituyendo vehículos por modelos de menor consumo y ha mejorado la climatización en dependencias públicas mediante sistemas más eficientes, reduciendo la demanda energética del patrimonio administrativo (Ayuntamiento de Segovia, 2025).

Sin embargo, a pesar de que existen planes específicos, no se pueden obviar los retos y limitaciones que surgen en la fase de ejecución. Por ejemplo, el proyecto impulsado por el Ayuntamiento de Segovia bajo el título “Iluminación artística del Acueducto de Segovia” no obtuvo financiación europea, ya que en la evaluación técnica realizada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2022) no alcanzó la puntuación mínima requerida. Esta situación refleja la complejidad de desarrollar proyectos de modernización energética en entornos patrimoniales, especialmente cuando es necesario compatibilizar la eficiencia energética con la preservación del valor histórico y paisajístico de los monumentos.

4.3.3.3. Protección del patrimonio (Conservación del patrimonio cultural y natural)

Indicador - Proyectos de conservación activa:

La conservación activa del patrimonio cultural y natural constituye un elemento central de la sostenibilidad turística en Segovia. Durante el periodo 2022–2023, pueden identificarse intervenciones relevantes que reflejan una actividad considerable en este ámbito. Por un lado, la Catedral de Segovia incrementó su inversión en restauración, destinando en 2023 un total de 649.864,73 euros a obras de recuperación del crucero norte, la girola y las vidrieras, lo que supone un aumento del 75% con respecto al ejercicio anterior (Catedral de Segovia, 2023).

Por otro lado, el Patronato del Alcázar ha impulsado actuaciones de conservación preventiva y modernización tecnológica, como la instalación de sistemas de control de acceso y mejoras en la gestión de visitantes (Alcázar de Segovia, 2024). A nivel ambiental, la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León ejecuta proyectos de rehabilitación de entornos incluidos en la Red Natura 2000, que, si bien tienen un

enfoque supramunicipal, repercuten en enclaves turísticos del territorio provincial (Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León, 2024).

La revisión de estas actuaciones permite sostener que Segovia mantiene un grado activo de actividad conservacionista. Existen proyectos visibles, con inversión consolidada y continuidad temporal.

Indicador - Capacidad máxima establecida en sitios clave

La fijación de límites de aforo en espacios patrimoniales constituye una medida relevante para mitigar el riesgo de saturación y deterioro. En el caso de Segovia, el ejemplo más destacado es el Alcázar, desde el año 2020, decidió mejorar la experiencia de la visita a la fortaleza adoptando medidas orientadas a priorizar la calidad, mediante la regulación del aforo a través de la gestión de los horarios de acceso. Para ello, se implantó un sistema avanzado de control de capacidad, con monitorización en tiempo real mediante cámaras y software inteligente. De este modo, en los días de mayor afluencia, el turismo no se masifica en el interior del castillo, ya que los visitantes se distribuyen de forma equilibrada a lo largo de toda la jornada de apertura. (Alcázar de Segovia, 2024). Este sistema permite adaptar la entrada de visitantes en función de la capacidad del monumento, especialmente durante los periodos de mayor afluencia, como Semana Santa.

En contraste, no se dispone de información detallada sobre límites de capacidad formalmente establecidos en otros espacios emblemáticos, como la Catedral, el Acueducto o los recintos históricos al aire libre, donde la gestión de flujos se basa principalmente en medidas de ordenación puntual y recomendaciones de dispersión, sin un aforo máximo regulado y público.

4.3.3.4. Gobernanza y participación (Implicación de actores locales en la toma de decisiones)

Indicador - Reuniones de participación anual

El Reglamento Regulator del Consejo Sectorial de Turismo (Delegación Territorial de Segovia, 2017) establece que este órgano debe reunirse de forma ordinaria al menos una vez por cuatrimestre, es decir, un mínimo de tres sesiones anuales siempre que haya asuntos a tratar. Asimismo, prevé la convocatoria extraordinaria por iniciativa de la Presidencia o de un tercio de sus miembros. Esta disposición garantiza la continuidad del espacio de deliberación a lo largo del mandato corporativo.

Durante el periodo reciente, destaca la convocatoria extraordinaria constitutiva del Consejo Sectorial celebrada el 29 de abril de 2021, en la que se reactivó formalmente su funcionamiento tras la renovación de representantes (Ayuntamiento de Segovia, 2021). La existencia de esta convocatoria y las referencias al Plan de Sostenibilidad Turística indican una voluntad municipal de retomar la actividad participativa. Sin embargo, no consta en los documentos revisados un inventario actualizado de todas las sesiones celebradas desde 2019 ni la publicación sistemática de las actas en el portal municipal, como prevé el artículo 17 del reglamento (Delegación Territorial de Segovia, 2017).



Captura de pantalla 1. Captura de pantalla del portal de Actas Consejo Sectorial de Turismo 2019-2023 de Ayuntamiento de Segovia [11-07-2025]

Aunque, según el Boletín Oficial de la Provincia de Segovia (Delegación Territorial de Segovia, 2017), existe un Consejo Sectorial de Turismo que contempla la participación de diversos grupos y actores en la ciudad, la falta de publicación de sus actas limita la transparencia y reduce las posibilidades de una participación efectiva en la gobernanza turística. Esta situación afecta de manera especial al grupo de los residentes de Segovia.

Indicador - Diversidad de actores implicados

La composición del Consejo Sectorial de Turismo refleja un alto grado de pluralidad sectorial, al incluir representantes municipales, técnicos, entidades culturales, empresariales, educativas y de transporte, tal y como recoge el artículo 11 del reglamento. Entre los miembros figuran asociaciones de hostelería, comercio, guías turísticos, instituciones universitarias y la empresa concesionaria de transporte urbano. Esta variedad facilita la incorporación de perspectivas complementarias y la elaboración de propuestas de carácter transversal.

La normativa también prevé la participación de expertos de reconocido prestigio con voz y sin voto, así como de asociaciones vecinales registradas. Sin embargo, los documentos analizados no muestran evidencia de una implicación activa y regular de plataformas ciudadanas independientes ni de colectivos de residentes ajenos a las entidades formalmente reconocidas. La denuncia pública de ciertos problemas de convivencia vinculados al turismo masivo, como la afección del tránsito de autobuses turísticos en áreas residenciales (SER, 2024), apunta a la necesidad de ampliar los canales de interlocución directa con la ciudadanía organizada al margen de los actores sectoriales tradicionales.

Aunque la composición reglamentaria contempla un abanico amplio de entidades relevantes del sector turístico y cultural, pero en la práctica persisten carencias en la inclusión de colectivos vecinales independientes y en la participación de grupos ciudadanos críticos con algunos impactos turísticos.

4.3.3.5. Innovación y digitalización (Uso de herramientas tecnológicas para la gestión y promoción sostenibles)

Indicador - Implementación de sistemas de monitorización digital

La incorporación de tecnologías digitales constituye un factor estratégico esencial en la modernización turística, tanto para optimizar la gestión de visitantes como para reforzar la accesibilidad a la información patrimonial. En Segovia, esta línea de actuación se ha concretado en varias iniciativas destacadas.

Por un lado, el Gemelo Digital del Destino se alzó en 2025 con el reconocimiento como mejor proyecto nacional en la categoría de “Destino Digital”. Este sistema integra modelos 3D, mobiliario georreferenciado y analítica de datos en tiempo real, permitiendo monitorizar flujos turísticos y planificar dinámicamente la gestión de los espacios patrimoniales (Turismo de Segovia, 2025). De forma complementaria, el programa Smart Digital Segovia despliega sensores en edificios municipales y espacios públicos, con el objetivo de gestionar de manera integrada la información urbana y energética (Fundación Líderes Globales, 2021).

Asimismo, el Centro de Interpretación del Acueducto representa un ejemplo notable de apuesta por la digitalización de contenidos interpretativos. Este espacio integra tecnologías interactivas, recorridos virtuales y recursos multimedia de alta resolución. Según informó El Adelantado, el presupuesto global de la actuación asciende a 5,5 millones de euros, reflejando un compromiso inversor significativo con la innovación museográfica y la divulgación digital (El Adelantado de Segovia, 2024).

A su vez, el proyecto del Recorrido Virtual por el Acueducto de Segovia –basado en más de 10.500 imágenes de alta definición– ha fortalecido la oferta online y la proyección del patrimonio más allá del espacio físico (Turismo de Segovia, 2020). Por otra parte, la Diputación de Segovia impulsa líneas de formación y divulgación específicas para capacitar al sector turístico en competencias digitales a través de acciones como las Jornadas de Digitalización del Turismo (Diputación de Segovia, 2025).

En general, el despliegue e implementación de digitalización de Segovia en el sector turismo es amplio, dado el liderazgo en sus proyectos, y su existencia de programas de formación digital.

4.3.3.6. Síntesis de análisis de turismo sostenible de Segovia

En primer lugar, sostenibilidad económica: la generación de empleo estable en el sector turístico y de restauración de Segovia refleja un comportamiento similar o incluso ligeramente más favorable que la media nacional. La proporción estimada de contratos indefinidos (44,4 %) supera en 1,7 puntos porcentuales la cifra estatal de 42,7 %, si bien este resultado debe interpretarse con prudencia debido al reducido tamaño muestral. No obstante, este dato permite apuntar preliminarmente que la actividad turística local contribuye a la estabilidad laboral, que constituye un componente clave del desarrollo económico sostenible.

En segundo lugar, sostenibilidad ambiental: Segovia ha desplegado diversas iniciativas orientadas a la eficiencia energética y la reducción de emisiones, tanto en infraestructuras municipales como en enclaves patrimoniales. Destacan el Plan Impulsa

—con inversiones en una red de calor sostenible y renovación del alumbrado público—, la sustitución de la iluminación monumental por tecnología LED y los proyectos de rehabilitación energética en edificios históricos. Estos esfuerzos muestran un compromiso continuado con la sostenibilidad ambiental del destino, aunque persisten limitaciones vinculadas a la financiación de algunos proyectos y a la complejidad técnica de intervenir en entornos patrimoniales protegidos.

En cuanto a la protección del patrimonio El grado de actividad conservacionista es elevado, con inversiones destacadas en la restauración de la Catedral y actuaciones de conservación preventiva en el Alcázar. Asimismo, la implantación de límites de capacidad en este último monumento, mediante un sistema de monitorización digital de aforos, constituye una buena práctica de gestión sostenible orientada a evitar la masificación y el deterioro. Sin embargo, otros espacios emblemáticos carecen de límites de capacidad formalmente establecidos, recurriendo únicamente a recomendaciones de dispersión, lo que evidencia oportunidades de mejora en la regulación de flujos turísticos en toda la ciudad.

En la parte de gobernanza y participación: el marco normativo contempla un Consejo Sectorial de Turismo con una composición plural e inclusiva de actores institucionales, empresariales, culturales y académicos. Sin embargo, la falta de publicación sistemática de actas y la escasa evidencia de participación de colectivos vecinales independientes limitan la transparencia y la representatividad efectiva. Estas carencias pueden dificultar la incorporación de perspectivas ciudadanas críticas con algunos impactos del turismo, particularmente en relación con la convivencia en áreas residenciales.

Sobre Innovación y digitalización, Segovia ha consolidado una posición de liderazgo en la digitalización turística, con proyectos punteros como el Gemelo Digital del Destino y el recorrido virtual del Acueducto. Estas herramientas permiten monitorizar flujos de visitantes, optimizar la gestión patrimonial y mejorar la experiencia interpretativa. Además, el compromiso inversor en tecnología interactiva y la promoción de programas formativos para el sector empresarial refuerzan las

capacidades locales en materia de innovación, contribuyendo de forma significativa a la sostenibilidad integral del destino.

En conjunto, el turismo de Segovia se caracteriza por un grado relevante de alineamiento con los objetivos del desarrollo sostenible. Se aprecian avances notables en sostenibilidad ambiental, conservación del patrimonio e innovación digital. No obstante, persisten retos importantes, especialmente en el ámbito de la gobernanza participativa —con deficiencias de transparencia e inclusión de la ciudadanía organizada— y en la generalización de medidas de control de capacidad en todos los espacios turísticos clave. Por tanto, aunque el destino muestra una orientación clara hacia modelos de turismo más sostenibles, será necesario consolidar estos esfuerzos mediante políticas de mayor apertura, participación y planificación integral.

4.3.4. Síntesis de análisis datos y literatura de turismo en Segovia

El análisis combinado de datos estadísticos, literatura académica y fuentes locales permite concluir que Segovia se encuentra inmersa en un proceso de transformación turística de carácter progresivo, con impactos diferenciados en sus dimensiones social, económica, ambiental y cultural.

En primer lugar, en lo relativo a la turistificación, los indicadores confirman una dinámica sostenida de presión inmobiliaria y comercial. El peso creciente de las viviendas de uso turístico —que pasó del 0,62 % en 2020 al 0,83 % en 2024— se acompaña de un incremento acumulado del 73 % en el precio medio del alquiler durante la última década. Este fenómeno tensiona el acceso a la vivienda, en línea con patrones observados en otros destinos patrimoniales españoles. A ello se suma la transformación del comercio tradicional, especialmente visible en la Calle Real, donde proliferan franquicias y negocios orientados al visitante en detrimento de la oferta local. Aunque los indicadores de rotación residencial no permiten afirmar una pérdida estructural de identidad comunitaria, sí se observa un incremento de la renta media —hasta 1.400 euros por encima del promedio nacional en 2022—, que apunta a una sustitución progresiva de población con menor capacidad adquisitiva. Estos procesos reflejan un

modelo incipiente de gentrificación turística y homogeneización cultural, cuyo alcance aún no es extremo, pero sí suficientemente significativo como para suscitar preocupación en sectores vecinales y académicos.

En segundo término, en relación con la saturación turística, los datos evidencian una presión moderada-alta en los periodos de máxima afluencia, que se concentra en el casco histórico y sus monumentos principales. El número diario de visitantes en temporada alta oscila entre 1.500 y 2.500 personas, generando episodios de congestión crítica en corredores como la Vía Roma, la Calle Real y la Plaza de Artillería. La saturación del transporte público —con incrementos de uso superiores al 50 % en fechas señaladas— y la ocupación completa de aparcamientos confirman que la capacidad de acogida de la ciudad alcanza su límite operativo en algunos momentos del año. A nivel ambiental, la necesidad de refuerzos extraordinarios en limpieza y la persistencia de la contaminación acústica, especialmente vinculada a la actividad nocturna estudiantil y turística, ponen de manifiesto una presión acumulativa sobre la calidad de vida urbana. La percepción social refleja esta tensión: casi la mitad de los residentes declara sentirse afectada por la masificación y por la pérdida de acceso a servicios. No obstante, el patrón de gasto turístico es relativamente equilibrado a lo largo del año, lo que mitiga parcialmente la vulnerabilidad económica derivada de la estacionalidad.

Por último, en lo que respecta al turismo sostenible, Segovia ha desplegado iniciativas notables en varios ámbitos. En términos de sostenibilidad económica, la proporción estimada de contratos indefinidos en el sector turístico (44,4 %) resulta comparable e incluso levemente superior a la media nacional, lo que sugiere una contribución positiva a la estabilidad laboral. Desde el punto de vista ambiental, destacan proyectos de eficiencia energética y descarbonización (como el Plan Impulsa o la renovación del alumbrado monumental) que reflejan un compromiso activo con la reducción de emisiones. La conservación del patrimonio cuenta con inversiones sostenidas en la Catedral y el Alcázar, donde se han implantado sistemas avanzados de control de aforo que constituyen buenas prácticas de gestión sostenible. Sin embargo, otros espacios emblemáticos carecen de límites de capacidad formalmente establecidos, y la

gobernanza turística adolece de carencias de transparencia y de participación efectiva de colectivos vecinales independientes. En cambio, el ámbito de la innovación digital muestra un grado elevado de liderazgo, con iniciativas como el Gemelo Digital del Destino y la digitalización de la interpretación patrimonial, que refuerzan tanto la gestión inteligente de flujos como la calidad de la experiencia visitante.

En conjunto, la evidencia recogida muestra que el turismo en Segovia presenta una doble naturaleza: por un lado, actúa como motor económico y dinamizador cultural; por otro, genera tensiones sociales, territoriales y ambientales que, de no gestionarse de manera equilibrada y participativa, podrían intensificarse en los próximos años. La consolidación de un modelo de desarrollo turístico más sostenible requerirá avanzar en la regulación del uso residencial, del control de aforos en los espacios patrimoniales, el refuerzo de la gobernanza participativa y la mitigación de los impactos negativos sobre la vida cotidiana de los residentes.

4.4 Resultados y análisis de entrevistas

4.4.1 Información básica de la entrevista

Fecha: 10 de Julio de 2025

Lugar: Oficina de Empresa Municipal de Turismo (Turismo de Segovia)

Tipo de entrevista: grupal semiestructurada a especialistas

Número de entrevistados: 3

La entrevista se realizó con tres responsables en tres áreas del Turismo de Segovia. El objetivo principal era recabar información cualitativa sobre la percepción institucional del fenómeno de la turistificación, saturación del turismo, sus impactos en el comercio local, la convivencia vecinal, el patrimonio y la economía de la ciudad y turismo sostenible en Segovia.

La conversación tuvo lugar de manera presencial en las instalaciones de la Oficina de Turismo de Segovia el día 10 de julio de 2025, con una duración aproximada de 40 minutos. Se llevó a cabo mediante una entrevista semi-estructurada, grabada en audio

con el consentimiento informado del participante, exclusivamente para su utilización en el presente trabajo académico.

Debe tenerse en cuenta que los resultados reflejan la perspectiva de un único informante institucional. A continuación, se presenta los perfiles de los entrevistados.

Entrevistado 1

Funciones profesionales: Marketing y Publicidad

Duración del período en el puesto: 16 años

Entrevistado 2

Funciones profesionales: Comunicación Comercial

Duración del período en el puesto: 01 años

Entrevistado 3

Funciones profesionales: Comercialización y de la Central Reserva

Duración del período en el puesto: 17 años

4.4.2 Guía de preguntas

Para garantizar la coherencia metodológica y la alineación con los objetivos de investigación, las preguntas de la entrevista se diseñaron tomando como referencia el marco analítico previamente establecido sobre la turistificación, la saturación turística, y el turismo sostenible en Segovia. Este marco contempla diversos ámbitos, dimensiones e indicadores que permiten categorizar de manera sistemática las percepciones de los actores locales respecto al impacto del turismo. A continuación, se presenta una tabla que muestra la correspondencia entre cada una de las preguntas planteadas y las dimensiones específicas del modelo analítico, con el propósito de evidenciar su adecuación y pertinencia en relación con los aspectos que se pretende evaluar.

A continuación, se presentan las preguntas y sus ámbitos correspondientes, de acuerdo con el esquema desarrollado en el capítulo IV.

N.º	Pregunta	Ámbito y Dimensión	Indicadores asociados
1	¿Qué cambios en el uso del suelo se han observado en Segovia relacionados con el turismo?	Ámbito 1. Turistificación: Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria	- Porcentaje de viviendas turísticas sobre el total residencial - Incremento del precio medio del alquiler
2	¿Ha cambiado también el comercio local?	Ámbito 1. Turistificación: Comercio orientado al turismo	- Porcentaje de comercios tradicionales perdidos
3	¿Cuándo empezó este proceso de pérdida de comercio local y aumento de cadenas?	Ámbito 1. Turistificación: Comercio orientado al turismo	- Porcentaje de comercios tradicionales perdidos (en evolución temporal)
4	Actualmente, ¿considera que hay diversidad comercial en Segovia?	Ámbito 1. Turistificación: Comercio orientado al turismo	- Porcentaje de comercios tradicionales perdidos (como reflejo indirecto de la diversidad)
5	¿La presencia de turistas afecta a la cohesión social?	Ámbito 1. Turistificación: Residencia temporal y cohesión social	- Rotación residencial - Percepción de pérdida de cohesión

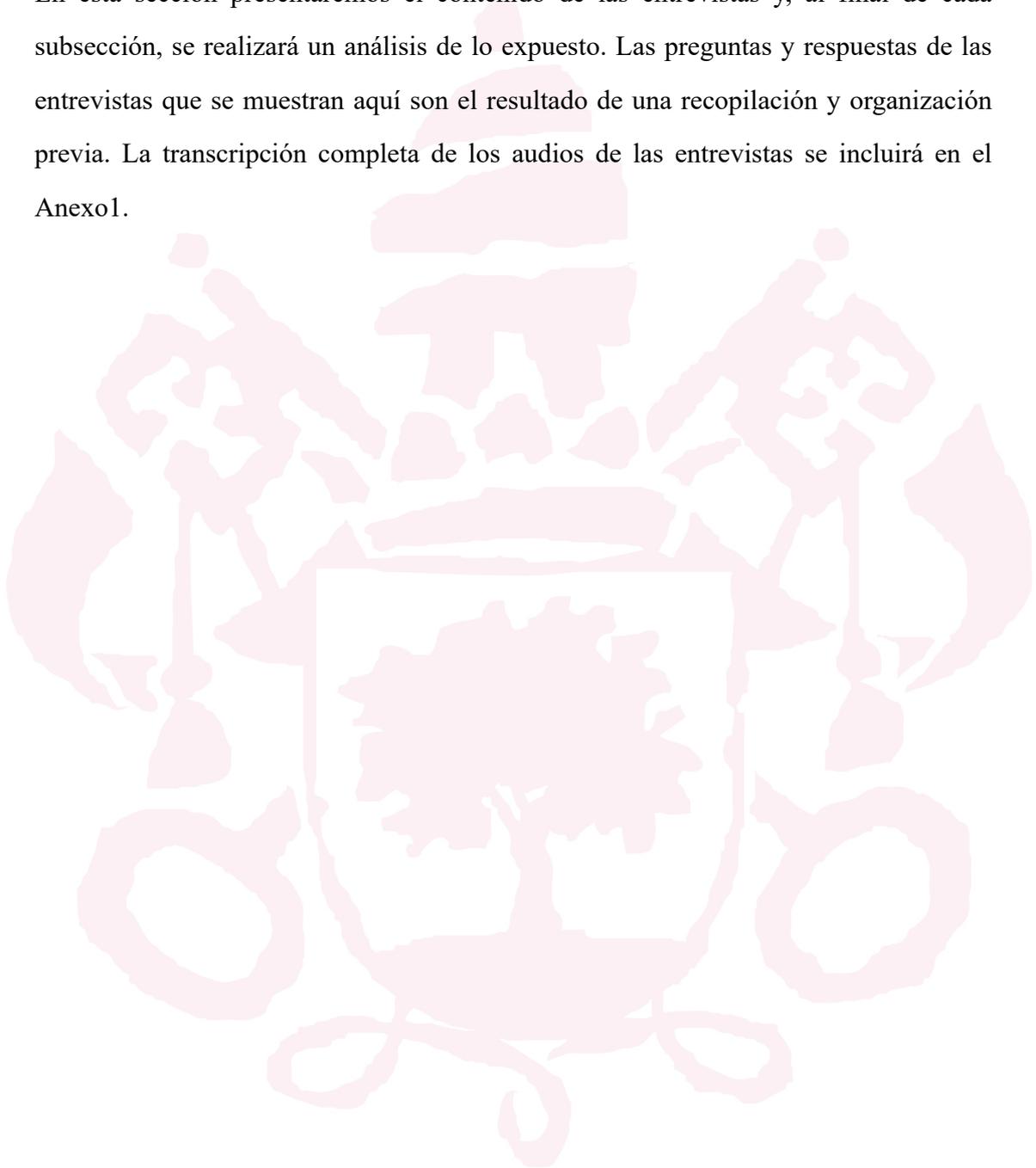
N.º	Pregunta	Ámbito y Dimensión	Indicadores asociados
6	¿La presión turística contribuye al desplazamiento de colectivos vulnerables como personas mayores o con pensiones bajas?	Ámbito 1. Turistificación Gentrificación y homogeneización cultural	- Evolución del ingreso medio de residentes
7	¿Cree que las infraestructuras turísticas han alcanzado su capacidad máxima?	Ámbito 2. Saturación turística: Capacidad de acogida e infraestructuras	- Número medio de visitantes por día en temporada alta - Ocupación de transporte y aparcamientos
8	¿Hay congestión de tráfico en temporada alta?	Ámbito 2. Saturación turística: Congestión del espacio público	- Índice de congestión en zonas clave
9	¿Qué impacto tiene el turismo en el medio ambiente (residuos, ruido, presión sobre la zona)?	Ámbito 2. Saturación turística: Contaminación y deterioro ambiental	- Cantidad de residuos generados en temporada alta - Índice de ruido ambiental
10	¿Existen quejas formales de los residentes sobre el turismo?	Ámbito 2. Saturación turística: Percepción de la saturación turística	- Porcentaje de residentes que perciben saturación
11	¿En qué medida depende la economía local de la temporada alta?	Ámbito 2. Saturación turística: Vulnerabilidad estacional	- Porcentaje de ingresos dependientes de la temporada alta - Tasa de cierre en temporada baja

N.º	Pregunta	Ámbito y Dimensión	Indicadores asociados
12	¿Considera que el turismo tiene un efecto positivo en la economía y el empleo?	Ámbito 3. Turismo sostenible: Contribución económica y empleo	- Proporción de contratos indefinidos
13	¿Qué iniciativas de turismo sostenible se están promoviendo?	Ámbito 3. Turismo sostenible: Sostenibilidad ambiental y Protección patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de planes de eficiencia energética y reducción de emisiones - Número de proyectos de conservación activa - Capacidad máxima establecida en sitios clave
14	¿Qué retos plantea el turismo en la conservación del patrimonio cultural?	Ámbito 3. Turismo sostenible: Protección del patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> - Número de proyectos de conservación activa - Capacidad máxima establecida en sitios clave
15	¿Qué nivel de implicación tienen los distintos agentes locales en la planificación turística?	Ámbito 3. Turismo sostenible: Gobernanza y participación	<ul style="list-style-type: none"> - Número de reuniones de participación anual - Diversidad de actores implicados
16	¿Qué avances se están realizando en digitalización para gestionar mejor los flujos turísticos?	Ámbito 3. Turismo sostenible: Innovación y digitalización	- Implementación de sistemas de monitorización digital

Tabla 4. Correspondencia entre preguntas y marco analítico

4.4.3 Resultado y análisis de entrevista

En esta sección presentaremos el contenido de las entrevistas y, al final de cada subsección, se realizará un análisis de lo expuesto. Las preguntas y respuestas de las entrevistas que se muestran aquí son el resultado de una recopilación y organización previa. La transcripción completa de los audios de las entrevistas se incluirá en el Anexo 1.



4.4.3.1 *Ámbito 1. Turistificación*

Dimensión	Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria
INDICADORES	- Porcentaje de viviendas turísticas sobre el total residencial- Incremento del precio medio del alquiler
PREGUNTA	1. ¿Qué cambios en el uso del suelo se han observado en Segovia relacionados con el turismo?
CITA DESTACADA	<i>“En nueve años ha sido todo el boom de esas aplicaciones.”</i> (La fecha de entrevista es 2025)
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	En la última década, el uso de viviendas con fines turísticos ha aumentado de manera muy significativa, impulsado por plataformas digitales como Airbnb. Esto ha transformado el mercado de alquiler incluso en ciudades medias. (La fecha de entrevista es 2025)
RESULTADO	Existe una clara percepción de intensificación de la presión inmobiliaria vinculada al turismo, con un crecimiento rápido del alojamiento de duración corta en detrimento del uso residencial estable.

Tabla 5. Análisis de entrevista, dimensión cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria

Dimensión	Comercio orientado al turismo
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de comercios tradicionales perdidos - Evolución temporal de estos cierres - Diversidad comercial como reflejo indirecto
PREGUNTA	<p>2. ¿Ha cambiado también el comercio local?</p> <p>3. ¿Cuándo empezó este proceso de pérdida de comercio local y aumento de cadenas?</p> <p>4. Actualmente, ¿considera que hay diversidad comercial en Segovia?</p>
CITA DESTACADA	<p><i>“Cada vez hay más comercio de cadenas y menos comercio local.”</i></p> <p><i>“No mucho, pero quizá tiene que ver más con el impacto de internet.”</i></p>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	<p>La sustitución de negocios tradicionales por cadenas y establecimientos turísticos comenzó en los años 90 y se ha intensificado desde los 2000, en parte por el relevo generacional y el comercio online. La diversidad actual es baja.</p>
RESULTADO	<p>El comercio local se percibe en declive, lo que contribuye a la homogenización de la estructura económica y cada vez más dirige a los visitantes.</p>

Tabla 6. Análisis de entrevista, dimensión comercio orientado al turismo

Dimensión	Residencia temporal y cohesión social
INDICADORES	- Rotación residencial - Percepción de pérdida de cohesión
PREGUNTA	5. ¿La presencia de turistas afecta a la cohesión social?
CITA DESTACADA	<i>“La gente de Segovia se aleja porque sabe que estarán llenas de turistas.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	Durante la temporada alta, los residentes suelen evitar las zonas más turísticas. Pese a estas molestias, prevalece la aceptación por la importancia económica del turismo.
RESULTADO	El turismo genera tensiones en la cohesión social, con un uso desigual del espacio entre residentes y visitantes.

Tabla 7. Análisis de entrevista, residencia temporal y cohesión social

Dimensión	Gentrificación y homogeneización cultural
INDICADORES	- Evolución del ingreso medio de residentes
PREGUNTA	6. ¿La presión turística contribuye al desplazamiento de colectivos vulnerables como personas mayores o con pensiones bajas?
CITA DESTACADA	<i>“Hay un poco los dos extremos conviviendo.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	Conviven residentes con alto poder adquisitivo y colectivos vulnerables en la zona histórica, aunque las herencias o ventas pueden acelerar la gentrificación.
RESULTADO	Se identifica un riesgo potencial de desplazamiento de colectivos vulnerables y de consolidación de dinámicas de gentrificación en el futuro.

Tabla 8. Análisis de entrevista, gentrificación y homogeneización cultural

4.4.3.2 *Ámbito 2. Saturación turística*

Dimensión	Capacidad de acogida e infraestructural
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Número medio de visitantes por día en temporada alta - Ocupación de transporte y aparcamientos
PREGUNTA	7. ¿Cree que las infraestructuras turísticas han alcanzado su capacidad máxima?
CITA DESTACADA	<i>“Todavía hay margen, sobre todo si se gestiona bien.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	La capacidad de acogida todavía no se considera saturada, gracias a la mejora en la gestión operativa y la digitalización.
RESULTADO	Aunque no hay saturación estructural, se subraya la necesidad de seguir optimizando la gestión para evitarla en el futuro.

Tabla 9. Análisis de entrevista, capacidad de acogida e infraestructural

Dimensión	Congestión del espacio público
INDICADORES	- Índice de congestión en zonas clave
PREGUNTA	8. ¿Hay congestión de tráfico en temporada alta?
CITA DESTACADA	<i>“La congestión la provocan quienes vienen de fuera.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	La congestión vial se produce sobre todo en festivos y fines de semana, debido al desconocimiento de camino de los visitantes.
RESULTADO	El tráfico congestionado es un problema recurrente que afecta principalmente a la experiencia del visitante, más que al residente habitual.

Tabla 10. Análisis de entrevista, congestión del espacio público

Dimensión	Contaminación y deterioro ambiental
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de residuos generados en temporada alta - Índice de ruido ambiental
PREGUNTA	9. ¿Qué impacto tiene el turismo en el medio ambiente (residuos, ruido, presión sobre la zona)?
CITA	<i>“Se intenta minimizar.”</i>
DESTACADA	<i>“Habrá un número máximo de personas por grupo.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	El turismo produce ruido y residuos inevitables, pero se aplican medidas de control como grupos reducidos y radioguías.
RESULTADO	La percepción es que los impactos ambientales existen, pero se están gestionando con cierta eficacia.

Tabla 11. Análisis de entrevista, contaminación y deterioro ambiental

Dimensión	Percepción de la saturación turística
INDICADORES	- Porcentaje de residentes que perciben saturación
PREGUNTA	10. ¿Existen quejas formales de los residentes sobre el turismo?
CITA DESTACADA	<i>“Normalmente no recibimos quejas.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	Las quejas formales son puntuales, aunque ocasionalmente se expresan en prensa.
RESULTADO	Por el momento no existe un rechazo generalizado, pero ocasionalmente se expresa descontento / rechazo a través de los medios locales.

Tabla 12. Análisis de entrevista, percepción de la saturación turística

Dimensión	Vulnerabilidad estacional
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de ingresos dependientes de la temporada alta - Tasa de cierre en temporada baja
PREGUNTA	11. ¿En qué medida depende la economía local de la temporada alta?
CITA DESTACADA	<i>“La dependencia del turismo es total.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	La actividad económica depende de forma clara del turismo, aunque la estacionalidad se ha reducido.
RESULTADO	Existe una elevada vulnerabilidad ante cualquier crisis que afecte al flujo de visitantes.

Tabla 13. Análisis de entrevista, vulnerabilidad estacional

4.4.3.3 *Ámbito 3. Turismo sostenible*

Dimensión	Contribución económica y empleo
INDICADORES	- Proporción de contratos indefinidos (no citado directamente)
PREGUNTA	12. ¿Considera que el turismo tiene un efecto positivo en la economía y el empleo?
CITA DESTACADA	<i>“Tiene más cosas positivas que negativas.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	El turismo es la principal fuente de empleo y desarrollo económico local.
RESULTADO	Se reconoce de forma clara su papel positivo como motor económico.

Tabla 14. Análisis de entrevista, contribución económica y empleo

Dimensión	Sostenibilidad ambiental y protección patrimonial
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de planes de eficiencia energética y reducción de emisiones - Número de proyectos de conservación activa - Capacidad máxima establecida en sitios clave
PREGUNTA	13. ¿Qué iniciativas de turismo sostenible se están promoviendo?
CITA DESTACADA	<p><i>“Hicimos un decálogo, es como una guía para ser un buen turista”</i></p> <p><i>“Todas nuestras rutas son a pie, todo 100% local.”</i></p>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	Se desarrollan rutas peatonales, proveedores locales y campañas de sensibilización (decálogo) para minimizar impactos.
RESULTADO	Existe una orientación proactiva hacia la sostenibilidad ambiental y la economía local.

Tabla 15. Análisis de entrevista, sostenibilidad ambiental y protección patrimonial

Dimensión	Protección del patrimonio
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Número de proyectos de conservación activa - Capacidad máxima establecida en sitios clave
PREGUNTA	14. ¿Qué retos plantea el turismo en la conservación del patrimonio cultural?
CITA DESTACADA	<i>“El turismo permite obtener recursos para mantenerlos.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	El turismo es percibido como un aliado clave para conservar el patrimonio.
RESULTADO	Se valora su aportación económica como esencial para la protección del patrimonio cultural.

Tabla 16. Análisis de entrevista, protección del patrimonio

Dimensión	Gobernanza y participación
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> - Número de reuniones de participación anual - Diversidad de actores implicados
PREGUNTA	15. ¿Qué nivel de implicación tienen los distintos agentes locales en la planificación turística?
CITA DESTACADA	<i>“Se hace un gran encuentro donde reunimos a restaurantes, hoteles... y asociaciones de vecinos.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO	Existen espacios de participación y diálogo entre actores públicos y privados.
RESULTADO	La gobernanza turística se fundamenta en la participación plural y la cooperación institucional.

Tabla 17. Análisis de entrevista, gobernanza y participación

Dimensión		Innovación y digitalización
INDICADORES		- Implementación de sistemas de monitorización digital
PREGUNTA		16. ¿Qué avances se están realizando en digitalización para gestionar mejor los flujos turísticos?
CITA DESTACADA		<i>“Será una revolución tecnológica.”</i>
SÍNTESIS DEL TESTIMONIO		Se pondrán en marcha sistemas de sensores y análisis de datos móviles para optimizar la gestión.
RESULTADO		La digitalización se percibe como clave para mejorar la sostenibilidad y la eficiencia.

Tabla 18. Análisis de entrevista, Innovación y digitalización

4.4.4 Síntesis de análisis de entrevista

La presente sección recoge los resultados de la entrevista a especialistas y responsable del Turismo de Segovia. La información se ha organizado en tres grandes ámbitos de análisis: Turistificación, Saturación turística y Turismo sostenible, y se ha categorizado en diferentes dimensiones e indicadores que nos facilita identificar percepciones, valoraciones y experiencias sobre el fenómeno turístico y sus implicaciones urbanas, sociales y económicas desde perspectiva de responsable de gestión de turismo en Segovia.

4.4.4.1 Turistificación

En relación con la dimensión de cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria, la entrevista revela una percepción compartida de crecimiento muy acusado del alquiler de corta duración impulsado por plataformas digitales como Airbnb. El entrevistado destaca que en apenas una década se ha producido un cambio de escala, hasta el punto de modificar la estructura del mercado residencial (Tabla 5). Esto se considera una de las causas principales de la pérdida de vivienda estable y del encarecimiento de los precios.

Respecto a la dimensión de comercio orientado al turismo, se señala que la progresiva desaparición de negocios tradicionales y la expansión de franquicias y tiendas turísticas comenzó en los años 90 y se aceleró en la década de 2000. Además, la jubilación de dueño de la tienda tradicional en el centro histórico (el relevo generacional) y la venta online han reforzado esta tendencia. El resultado es un paisaje comercial más homogéneo y dependiente del visitante, con menor diversidad y capacidad de servicio a la población residente (Tabla 6).

En la dimensión de residencia temporal y cohesión social, la entrevista subraya cómo la presencia masiva de turistas genera efectos de desplazamiento cotidiano de los residentes, que prefieren evitar las zonas céntricas en temporada alta. Pese a ello, la importancia económica del turismo contribuye a un clima de aceptación generalizada (Tabla 7).

Por último, en la dimensión de gentrificación y homogeneización cultural, se refleja que en el casco histórico conviven perfiles de renta alta y colectivos vulnerables, especialmente personas mayores e inmigrantes. Sin embargo, se advierte que el envejecimiento de la población y los procesos de herencia pueden propiciar, en el futuro, una sustitución residencial que consolide la proceso de gentrificación (Tabla 8).

4.4.4.2 Saturación turística

Sobre la capacidad de acogida e infraestructural, los entrevistados coinciden en que actualmente no existe una saturación estructural. Aun así, se reconoce la necesidad de

seguir optimizando la organización para prevenir problemas futuros, por ejemplo, la necesidad de mejoras en la gestión, la reserva previa y la digitalización de procesos. (Tabla 9).

Por otro lado, la congestión del espacio público es descrita como un fenómeno recurrente en puentes y fines de semana, debido en gran parte a la afluencia de visitantes que desconocen la ciudad y se enfrentan a dificultades de orientación y aparcamiento (Tabla 10).

En la dimensión de contaminación y deterioro ambiental, el testimonio confirma que el turismo genera impactos inevitables, principalmente ruido y residuos, si bien se aplican medidas de control como grupos reducidos y radioguías, aunque generalmente el problema existe. (Tabla 11).

La percepción de la saturación turística es matizada: no se registran quejas formales frecuentes, pero ocasionalmente surgen protestas a través de asociaciones vecinales y prensa local, reflejando un malestar intermitente más que sostenido (Tabla 12).

Finalmente, en la dimensión de vulnerabilidad estacional, se confirma la fuerte dependencia de la economía local del turismo. Aunque la estacionalidad se ha reducido y el calendario de temporada alta se ha extendido, persiste un riesgo elevado ante posibles crisis como otra pandemia otros imprevistos, que afectarán a la afluencia de visitantes (Tabla 13).

4.4.4.3 Turismo sostenible

En cuanto a la contribución económica y el empleo, la entrevista muestra una visión predominantemente positiva del turismo como motor económico y generador de puestos de trabajo, en un contexto donde otros sectores productivos tienen menor peso (Tabla 14).

Respecto a la sostenibilidad ambiental y protección patrimonial, los informantes describen un conjunto de iniciativas: rutas exclusivamente peatonales, proveedores locales, campañas de sensibilización. Estas acciones reflejan un compromiso activo con

la reducción del impacto ambiental y la promoción de un modelo turístico responsable y sostenible. (Tabla 15).

En la dimensión de protección del patrimonio, se destaca que el turismo no solo no amenaza el mantenimiento de edificios históricos, sino que es esencial para garantizar recursos económicos que permitan su conservación y puesta en valor (Tabla 16).

Por último, en las dimensiones de gobernanza y participación e innovación y digitalización, la entrevista presenta el plan de digitalización en gestión turística como plan da la instalación de sensores y sistemas de monitorización digital. Estas herramientas se consideran útil para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del destino (Tabla 17).

4.4.4.4 Síntesis final

En conjunto, el resultado recopilado muestra una visión compleja en la que, los impactos negativos como: pérdida de comercio tradicional, presión sobre la vivienda, congestión y contaminación, conviven con los efectos positivos como principal motor económico y contribución a la conservación del patrimonio. La planificación y gestión actual se han empezado integrar medidas de sostenibilidad, participación y digitalización que buscan equilibrar intereses de turismo y vida de los residentes y prevenir crisis.

4.5 Análisis y resultado general

En este apartado, se realizará un análisis integral de los resultados del apartado 4.3 análisis de datos y literatura de turismo en Segovia y del apartado 4.4 resultados y análisis de entrevistas tomando como referencia el esquema de análisis multivectorial del turismo en Segovia que hemos diseñado en el apartado 4.2, con el fin de obtener las conclusiones. El contenido del análisis se presentará en forma de tablas.

4.5.1 Análisis Intragrado Multivectorial de la Turistificación en Segovia

Dimensión	Indicadores	Resultados datos/literatura	Resultados entrevistas	Conclusiones claves	Valoración
Cambios de uso del suelo y presión inmobiliaria	viviendas turísticas, incremento alquiler	Subida del 0,62% al 0,83% en viviendas turísticas (2020–24), más 73% en precio alquiler	Aumento claro de uso turístico, presión sobre acceso a vivienda	Transformación acelerada y encarecimiento de vivienda residencial	Impacto alto con afectaciones recurrentes
Comercio orientado al turismo	Comercios tradicionales perdidos	Sustitución de comercio local por franquicias, especialmente Calle Real	Pérdida progresiva de comercio local desde los 90, homogeneización	Reducción notable de diversidad comercial y peso del comercio tradicional	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Residencia temporal y cohesión social	Rotación residencial, percepción cohesión	Rotación alta 2016–21, sin pérdida estructural clara	Desplazamiento simbólico de residentes en temporada alta	Impacto moderado en identidad barrial, fenómeno estacional	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Gentrificación y homogeneización cultural	Renta media residentes	Renta media más 1.400€ sobre media estatal; convivencia de extremos	Polarización social entre altos ingresos y población vulnerable	Riesgo de gentrificación incipiente, presión social creciente	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Incremento del coste de vida	Variación IPC	IPC superior a la media nacional (más 1 % en cuatro años)	Aumento de precios percibido como efecto indirecto del turismo	Encarecimiento moderado de la vida cotidiana	Impacto moderado y limitado en alcance

Tabla 19. Análisis Intragrado Multivectorial de la Turistificación en Segovia

4.5.2 Análisis Intragado Multivectorial de la Saturación Turística en Segovia

Dimensión	Indicadores	Resultados datos/literatura	Resultados entrevistas	Conclusiones clave	Valoración
Capacidad de acogida e infraestructuras	Visitantes/día, ocupación transporte/aparcamientos	1.500–2.500 visitantes/día en temporada alta, aparcamientos saturados	Infraestructuras con margen operativo, mejoras en gestión aforos	Saturación puntual pero no estructural	Impacto moderado y limitado en alcance
Congestión del espacio público	Índice congestión zonas clave	Congestión recurrente en Calle Real, Vía Roma, Plaza Artillería	Tráfico denso en fines de semana y festivos	Episodios críticos de congestión en puntos emblemáticos	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Contaminación y deterioro ambiental	Residuos, ruido	Presión acústica, aumento de residuos sin datos desglosados	Uso de auriculares, grupos reducidos, normativa en preparación	Mitigación parcial, impacto ambiental persistente	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Percepción de saturación	Residentes que perciben saturación	48% residentes declaran molestias y pérdida acceso a servicios	Quejas puntuales de asociaciones vecinales	Percepción negativa moderada, no unánime	Impacto moderado con afectaciones puntuales
Vulnerabilidad estacional	Ingresos temporada alta, cierres	Dependencia alta pero temporada prolongada, variación ingresos Airbnb	Alta dependencia económica del turismo	Vulnerabilidad parcial a la estacionalidad	Impacto moderado y limitado en alcance

Tabla 20. Análisis Intragado Multivectorial de la Saturación Turística en Segovia

4.5.3 Análisis Intragado Multivectorial de la Turismo sostenible en Segovia

Dimensión	Indicadores	Resultados datos/literatura	Resultados entrevistas	Conclusiones clave	Valoración
Contribución económica y empleo	Procentaje de contratos indefinidos	44,4% contratos indefinidos (superior media nacional)	Turismo como motor económico principal, generador de empleo	Alta contribución al empleo estable y economía local	Efecto alto y sostenido
Sostenibilidad ambiental	Planes eficiencia energética	Plan Impulsa, red calor sostenible, LED, rehabilitación edificios	Campañas de sensibilización y rutas peatonales	Compromiso con reducción emisiones y sostenibilidad	Efecto alto en varias dimensiones
Protección del patrimonio	Número de proyectos conservación, límites capacidad	Inversiones en Catedral y Alcázar, aforo controlado en Alcázar	Turismo percibido como aliado de la conservación	Protección activa pero limitada en algunos entornos	Efecto moderado-alto, con resultados consolidados
Gobernanza y participación	Número y frecuencia de reuniones, diversidad actores	Consejo Sectorial plural, pero sin actas publicadas	Mesas de trabajo periódicas, inclusión parcial de vecinos	Gobernanza participativa con carencias de transparencia	Efecto moderado y visible
Innovación y digitalización	Monitorización digital	Gemelo Digital, recorrido virtual, sensores	Transformación tecnológica en curso, control aforos por sensores	Referente nacional en digitalización y gestión inteligente	Efecto alto y estructural

Tabla 21. Análisis Intragado Multivectorial del Turismo sostenible en Segovia

4.5.4 Síntesis de análisis general

El análisis multivectorial realizado permite identificar que el modelo turístico de Segovia presenta un carácter dual, con impactos negativos moderados derivados de la turistificación y la saturación turística, junto a efectos positivos asociados al despliegue de estrategias de sostenibilidad.

En el ámbito de la turistificación, los datos y entrevistas confirman un proceso sostenido de transformación del espacio residencial y comercial. Entre los indicadores más destacados se encuentra el incremento de la vivienda turística en los últimos años y el aumento acumulado en el precio medio del alquiler, que evidencian una presión inmobiliaria significativa y recurrente. Asimismo, se observa la sustitución progresiva del comercio tradicional por franquicias, especialmente en la Calle Real, y un proceso de homogeneización cultural que reduce la diversidad comercial. La renta media de los residentes, superior a la media estatal, y el encarecimiento del coste de vida reflejan riesgos incipientes de gentrificación y presión social. En conjunto, estos factores generan un impacto negativo, que se manifiesta con mayor intensidad en la dificultad de acceso a la vivienda y la pérdida de diversidad comercial.

En relación con la saturación turística, no se detectan indicios de colapso estructural de las infraestructuras, aunque se constatan episodios críticos de congestión en zonas clave como la Calle Real, la Vía Roma y la Plaza de la Artillería. Durante la temporada alta se registra una afluencia elevada de visitantes y saturaciones de aparcamientos y transporte, con una percepción social mayoritariamente negativa en relación con las molestias y las dificultades de acceso a servicios básicos. El impacto ambiental, principalmente la presión acústica y el aumento de residuos, persiste a pesar de las medidas de mitigación implementadas. La dependencia económica de la temporada turística contribuye a cierta vulnerabilidad de la actividad comercial local. Estas dinámicas reflejan una presión significativa sobre el funcionamiento cotidiano de la ciudad, aunque no alcanzan niveles críticos.

Por otro lado, en el ámbito del turismo sostenible, la ciudad Segovia muestra avances positivos en sostenibilidad ambiental, innovación y conservación patrimonial. El volumen de contratos indefinidos superior a la media nacional hace una contribución relevante a la estabilidad laboral. La implantación de planes de eficiencia energética, redes de calor sostenibles, el proyecto de actualizar sistema de la iluminación LED y proyectos de rehabilitación de edificios evidencian un compromiso activo con la reducción de emisiones y el uso responsable de recursos. Las inversiones en la conservación de la Catedral y el Alcázar, junto con los sistemas de control de aforo, refuerzan la protección del patrimonio. Asimismo, la transformación tecnológica basada en el Gemelo Digital, recorridos virtuales y sensores de aforo convirtiendo a Segovia en una ciudad avanzada en gestión digital e inteligente. No obstante, persisten carencias en la transparencia de la gobernanza turística, ya que las actas del Consejo Sectorial no son todas públicas y la participación vecinal es limitada. En conjunto, los indicadores de sostenibilidad presentan un balance positivo, especialmente en las dimensiones de innovación y generación de empleo.

En síntesis, el modelo turístico de Segovia se caracteriza por la coexistencia de:

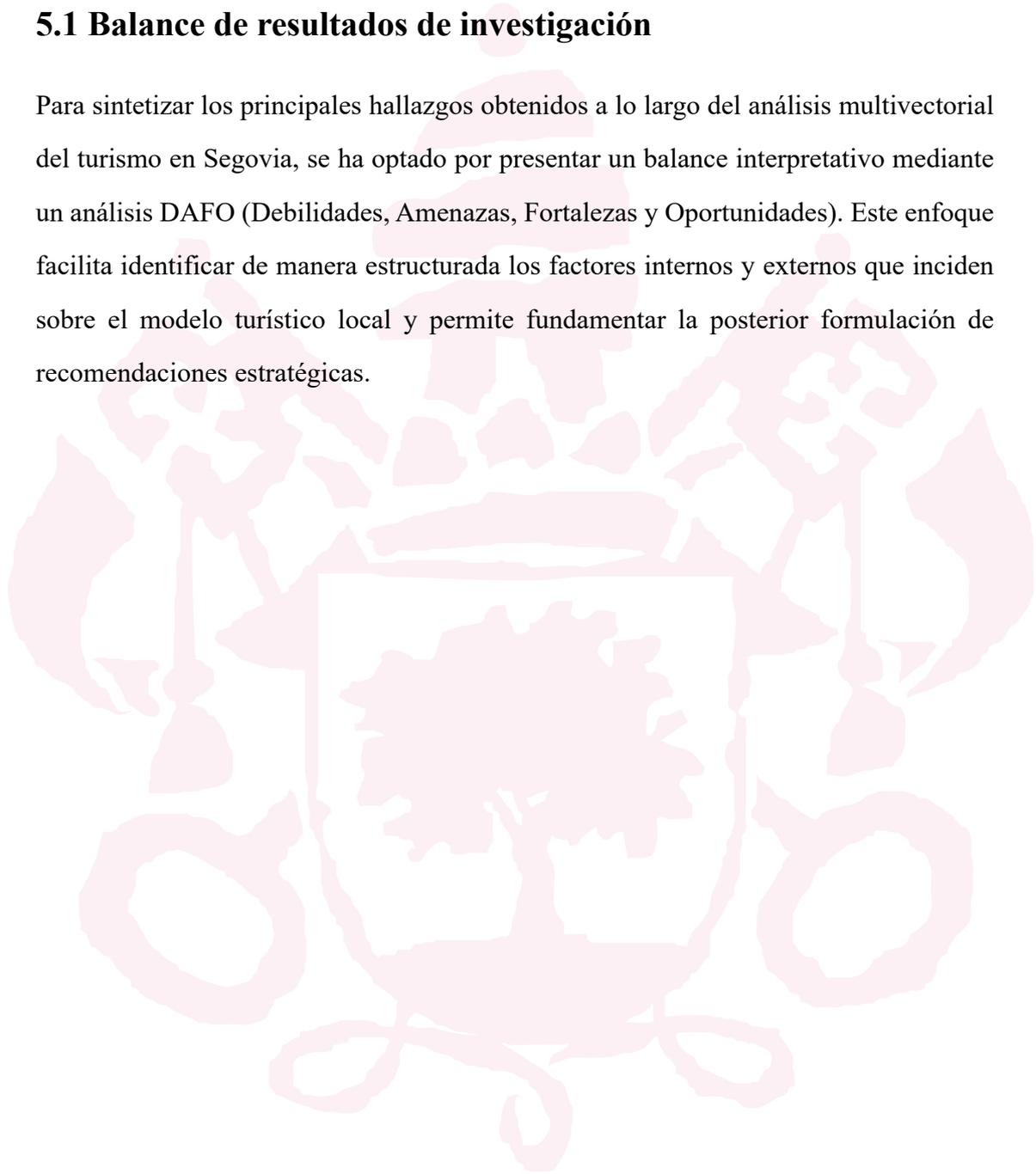
- Impactos negativos moderados, que afectan principalmente al acceso a la vivienda, la diversidad comercial y la congestión estacional.
- Efectos positivos, vinculados a la conservación del patrimonio, la dinamización económica y la implantación de soluciones digitales de gestión.

En conjunto, la trayectoria actual muestra que Segovia avanza hacia un destino turístico más sostenible e digitalizado, pero aún requiere medidas complementarias para mitigar y abordar los efectos adversos de la turistificación y la saturación sobre la calidad de vida urbana.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Balance de resultados de investigación

Para sintetizar los principales hallazgos obtenidos a lo largo del análisis multivectorial del turismo en Segovia, se ha optado por presentar un balance interpretativo mediante un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Este enfoque facilita identificar de manera estructurada los factores internos y externos que inciden sobre el modelo turístico local y permite fundamentar la posterior formulación de recomendaciones estratégicas.



FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Contribución del turismo a la economía local y al empleo estable (44,4% contratos indefinidos). - Avances destacados en digitalización y monitorización (Gemelo Digital, sensores de aforo). - Inversiones sostenidas en conservación patrimonial (Catedral, Alcázar). - Amplia oferta cultural y patrimonial de reconocido valor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presión creciente sobre el mercado residencial (incremento del 73% en alquileres, auge de vivienda turística). - Pérdida progresiva de comercio tradicional y homogeneización de la oferta. - Carencias de transparencia y participación efectiva en la gobernanza turística. - Dependencia económica elevada de un único sector.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento de fondos europeos, proyecto PRTR de España, para impulsar la transición verde y digital. - Potencial de desarrollo de productos turísticos sostenibles y diversificados. - Mayor sensibilización ciudadana sobre el desarrollo sostenible. - Posibilidad de mejora en la regulación de flujos turísticos y límites de capacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Riesgo de intensificación de la gentrificación y desplazamiento poblacional. - Aumento de la saturación estacional. - Vulnerabilidad ante fluctuaciones económicas o crisis que afecten la demanda turística. - Pérdida progresiva de identidad cultural y cohesión social.

Tabla 22. Análisis de DAFO interpretativo de los impactos turístico en Segovia

El análisis DAFO permite sintetizar de manera estructurada esta tensión entre fortalezas y amenazas. Entre las principales fortalezas, la contribución del turismo al empleo estable —con un 44,4% de contratos indefinidos, superior a la media nacional—, los avances en digitalización y monitorización (como el Gemelo Digital y la instalación de sensores de aforo), así como la continuidad de inversiones significativas en conservación de su valioso patrimonio (Catedral, Alcázar, casco histórico). Además, la oferta cultural y monumental constituye el principal activo diferenciador de Segovia como destino turístico de referencia.

Sin embargo, estas fortalezas conviven con debilidades notables. Entre ellas se encuentra la presión creciente sobre el mercado residencial, reflejada en un aumento acumulado del 73% en el precio medio del alquiler y en la expansión de la vivienda turística. También destaca la progresiva homogeneización comercial, con la pérdida del comercio tradicional, y las limitaciones en la transparencia y participación efectiva de la ciudadanía en la gobernanza turística.

Las oportunidades identificadas, como el aprovechamiento de los fondos europeos y PRTR de España, el potencial desarrollo de productos turísticos más sostenibles y diversificados y la creciente sensibilización social sobre la importancia de un desarrollo sostenible, ofrecen un margen relevante para consolidar un modelo más equilibrado. No obstante, persisten amenazas que podrían intensificarse si no se gestionan de manera estratégica: la gentrificación incipiente y el desplazamiento de población local, la saturación estacional en zonas clave, la vulnerabilidad ante crisis económicas externas y la pérdida gradual de identidad cultural y cohesión social.

Para comprender la complejidad de este escenario, resulta pertinente retomar el enfoque integral de tres dimensiones fundamentales del sistema turístico identificadas en el marco teórico del trabajo: *hardware*, *software* y *orgware* (Jansen-Verbeke, 2007).

- *Hardware*, entendido como los activos materiales, sigue siendo uno de los principales soportes del atractivo turístico segoviano. El volumen sostenido de visitantes confirma la potencia de su patrimonio histórico y cultural (Acueducto, Alcázar, Catedral), junto con unas infraestructuras relativamente consolidadas. No obstante, su *hardware* está sometido a presiones crecientes, derivadas de la estrechez de las calles del casco histórico, que se traducen en congestión estacional y dificultades de acceso a la vivienda permanente para sus residentes. que ya se reflejan en el encarecimiento progresivo de los alquileres y la proliferación de alojamientos turísticos de corta estancia.

- *Software*, es decir, la narrativa, la imagen de destino y la configuración simbólica de la experiencia turística, muestra una evolución ambivalente. Por un lado,

se han promovido campañas de sensibilización (como el decálogo del turista responsable), itinerarios alternativos y productos turísticos diversificados. Por otro lado, la creciente orientación al consumo turístico y la sustitución del comercio local por franquicias están debilitando en cierta medida la riqueza de las expresiones identitarias propias, generando una tensión entre diferenciación y estandarización.

- *Orgware*, la dimensión organizativa y de gobernanza, combina avances e importantes desafíos. La implementación de innovaciones tecnológicas como el Gemelo Digital y la modernización de los sistemas de gestión de aforo demuestran una voluntad clara de avanzar hacia modelos de gestión más inteligentes y sostenibles. Sin embargo, persisten carencias estructurales en la transparencia y la inclusión efectiva de colectivos ciudadanos críticos con algunos efectos del turismo. La elevada dependencia de un único motor económico, junto con la percepción social ambivalente —que reconoce los beneficios, pero también las amenazas a la cohesión barrial—, refuerza la necesidad de consolidar un *orgware* más inclusivo y equilibrado.

La interacción entre estas tres dimensiones es determinante. Si bien el *hardware* continúa siendo altamente competitivo, el *software* requiere estrategias más robustas para preservar la identidad local y diversificar la experiencia, mientras que el *orgware* debe reforzar su capacidad de planificación participativa y mitigación de impactos negativos. En síntesis, Segovia se encuentra en un proceso de turistificación, pero aún no ha alcanzado una situación extrema de saturación turística: dispone de una base patrimonial de valor extraordinario. Sin embargo, enfrenta amenazas claras —gentrificación, presión estacional, homogeneización comercial y debilidades en la gobernanza participativa— que, de no abordarse de manera estratégica e inclusiva, podrían erosionar su capacidad para sostener un modelo turístico competitivo, equilibrado y socialmente responsable y sostenible. La sostenibilidad futura dependerá de su capacidad para aprovechar sus fortalezas y oportunidades sin perder de vista la mitigación de sus riesgos más críticos.

5.2 Principales conclusiones del trabajo

El análisis multivectorial desarrollado en este estudio permite extraer varias conclusiones fundamentales sobre el modelo turístico de Segovia:

1. Una contribución económica sólida, pero con riesgos de dependencia

El turismo constituye el principal motor económico de Segovia, generando empleo estable (44,4 % de contratos indefinidos) y dinamizando sectores complementarios como el comercio, la hostelería y la conservación patrimonial. Esta capacidad de creación de valor resulta un activo clave en la sostenibilidad económica de la ciudad. Sin embargo, la elevada dependencia de un único sector incrementa la vulnerabilidad ante crisis externas o fluctuaciones de la demanda turística, por lo que resulta imprescindible promover una mayor diversificación productiva.

2. Un proceso de turistificación moderada pero creciente

Los indicadores cuantitativos y cualitativos confirman un proceso sostenido de turistificación, que se manifiesta en la expansión de la vivienda de uso turístico (del 0,62 % en 2020 al 0,83 % en 2024) y en un aumento acumulado del 73 % en los precios medios de alquiler en la última década. Estos datos, combinados con la progresiva pérdida de comercio tradicional y la homogeneización de la oferta comercial en áreas emblemáticas como la Calle Real, reflejan una tensión estructural sobre la disponibilidad de vivienda y la diversidad del tejido económico local.

3. Presión estacional y saturación puntual del espacio urbano

Si bien las infraestructuras turísticas de Segovia aún no muestran signos de colapso estructural, durante los periodos de máxima afluencia (Semana Santa, puentes, verano) se producen episodios recurrentes de congestión viaria y saturación de aparcamientos. La concentración de flujos en un casco histórico de calles estrechas y espacios limitados genera impactos sobre la movilidad, el disfrute del patrimonio y la calidad de vida de los residentes. Estos efectos, aunque moderados en términos anuales, tienden a intensificarse en momentos críticos.

4. Avances significativos en sostenibilidad ambiental, conservación patrimonial e innovación

Segovia ha desplegado iniciativas destacadas que consolidan su posicionamiento como destino turístico innovador y comprometido con la sostenibilidad. Entre ellas sobresalen la implantación del Gemelo Digital, el desarrollo de rutas peatonales alternativas, el proyecto de modernización de la iluminación patrimonial mediante tecnología LED y la rehabilitación energética de edificios históricos. Estas actuaciones refuerzan tanto la competitividad turística como la capacidad de preservar los valores culturales y ambientales del destino.

5. Limitaciones en la gobernanza participativa y riesgos de cohesión social

A pesar de la existencia de un Consejo Sectorial de Turismo con composición plural, persisten carencias relevantes en la transparencia y la publicación de actas, así como en la incorporación activa de colectivos vecinales independientes. Esta situación dificulta la consolidación de una gobernanza más inclusiva y participativa. Asimismo, la percepción social refleja cierta ambivalencia: se reconoce el valor del turismo, pero también se identifican riesgos de pérdida de identidad cultural, presión sobre la vivienda y desplazamiento simbólico de la población local en zonas de alta afluencia.

6. Un equilibrio todavía frágil entre los impactos y beneficios

La síntesis de indicadores y entrevistas confirma que Segovia mantiene un modelo turístico con una marcada dualidad: por un lado, presenta fortalezas evidentes —una oferta patrimonial y cultural de primer nivel, avances tecnológicos y una contribución relevante al empleo estable—; por otro, afronta amenazas que, si no se gestionan de forma estratégica, podrían erosionar su capacidad para sostener un desarrollo turístico competitivo y socialmente equilibrado. Entre los principales riesgos destacan la turistificación residencial, la homogeneización comercial, la presión estacional y la vulnerabilidad ante crisis económicas externas.

En conjunto, estos hallazgos subrayan que Segovia se encuentra en un proceso de turistificación, pero aún no ha alcanzado una situación extrema de saturación turística. Es necesario seguir desarrollando el turismo sostenible.

5.3 Recomendaciones comunicativas para turismo sostenible

Según el análisis multidimensional y los resultados de las entrevistas, puede considerarse que la comunicación desempeña un papel central en la mitigación de los impactos negativos del turismo y en la promoción de un modelo más sostenible y cogestionado. En esta sección se proponen cuatro líneas estratégicas prioritarias:

1. Fortalecer la sensibilización y la educación turística de ciudadanos y visitantes.

El objetivo es aumentar la conciencia y la implicación de residentes y turistas ante los retos de la sostenibilidad y la convivencia comunitaria. Se recomienda promover de manera continuada el “Decálogo del Turista Responsable”, difundiéndolo no sólo mediante soportes físicos, sino también a través de canales digitales (redes sociales, plataformas de reserva, códigos QR en alojamientos); llevar a cabo campañas educativas dirigidas a la población local, explicando de forma clara, con datos y relatos de vecinos, los beneficios del turismo y las medidas de gestión aplicadas (como restricciones de aforo o control del ruido); e implantar programas de educación patrimonial en las escuelas, fomentando en las nuevas generaciones la valoración y la responsabilidad sobre el entorno histórico.

A continuación, se diseña una campaña participativa ejemplar brevemente como referencia: Bajo el tema (eslogan) de “Dibujando el turismo que queremos”, invitamos a niños, niñas y familias a ilustrar de manera creativa los contenidos del Decálogo del Turista Responsable. Esta iniciativa persigue los siguientes objetivos:

- a) **Sensibilización de los residentes:** A través de dinámicas y educativas actividades de dibujo, se fomentará la enseñanza y gobernanza participación en

el ámbito familiar y escolar sobre la situación turística actual de Segovia, los retos que implica y la corresponsabilidad en su gestión.

b) **Refuerzo de la gobernanza participativa:** La elaboración colectiva de materiales gráficos permitirá que los niños y los residentes no solo reciban información, sino que se implique activamente en la definición de los mensajes y valores que orientan el comportamiento turístico.

c) **Sensibilización de los visitantes:** La difusión de los dibujos infantiles — mediante exposiciones en espacios turísticos, cartelería urbana y canales digitales— aportará un tono más próximo y amable al decálogo, reduciendo la percepción de imposición y aumentando la aceptación de los turistas hacia las recomendaciones.

d) **Cohesión social:** La realización de actividades conjuntas fortalecerá los vínculos comunitarios y promoverá el sentimiento de pertenencia e identidad compartida, generando un espacio de encuentro intergeneracional en torno a la sostenibilidad turística.

2. Reforzar la difusión de información digital en tiempo real, con el fin de lograr una gestión inteligente de los flujos de visitantes.

El objetivo es evitar la congestión excesiva y promover la distribución equilibrada de turistas en las distintas zonas de la ciudad. Se propone desarrollar una aplicación móvil oficial que muestre en tiempo real la ocupación de los principales monumentos y plazas, el nivel de uso de aparcamientos y transporte público, así como horarios recomendados para visitas fuera de las horas punta; instalar paneles digitales en los accesos y puntos clave (estación de tren, centro de atención al visitante, aparcamientos), con información actualizada sobre afluencia y rutas sugeridas; y utilizar notificaciones y perfiles institucionales en redes sociales para informar a los visitantes sobre picos de afluencia y alternativas.

3. Diversificar la experiencia turística y promover el desarrollo del comercio local.

El objetivo es aliviar la presión sobre el casco histórico y apoyar la economía de proximidad. Se recomienda poner en marcha campañas de promoción de “rutas alternativas”, que destaquen barrios menos concurridos, recorridos temáticos (gastronomía, artesanía, naturaleza urbana) y experiencias con mayor autenticidad local; crear un distintivo de “Comercio Local Sostenible” y desarrollar estrategias de comunicación que fomenten el consumo responsable y la visibilidad del comercio tradicional; y promover proyectos de narración digital, mediante vídeos breves, entrevistas y fotografías que den a conocer las historias de los artesanos locales, difundiéndolas en los canales municipales y turísticos.

Concretamente, por ejemplo, aparte de los monumentos más destacados de Segovia (Acueducto, Alcázar) la ciudad cuenta con otros espacios culturales que suelen pasar desapercibidos para la mayoría de los visitantes por la falta de divulgación y promoción específica. Entre ellos destacan el Museo de Antonio Machado, la Casa de la Moneda y el Museo de Títeres, que también puede diversificar la experiencia cultural a los visitantes.

Especialmente, en el caso de la Casa de la Moneda, donde un maestro artesano realiza de manera periódica demostraciones del proceso tradicional de fabricación de monedas antiguas, constituyendo una oportunidad única para acercar a turistas al patrimonio histórico y los oficios tradicionales.

En este sentido, sería recomendable diseñar una ruta peatonal temática que conecte estos espacios culturales menos frecuentados, integrando en el recorrido la identificación y promoción de los comercios locales situados en las proximidades. Esta ruta podría difundirse mediante canales digitales —redes sociales (principalmente por redes sociales, porque la gente tiende más a utilizar este canal), página web municipal, aplicaciones móviles de turismo— y físicamente, ofreciendo mapas impresos de fácil acceso en el Centro de Recepción de Visitantes.

De este modo, se puede contribuir a los siguientes objetivos: aliviar la presión turística sobre el centro histórico más saturado, fomentar un turismo cultural más distribuido y apoyar de forma directa la economía de proximidad.

4. Reforzar la transparencia de la gobernanza y la participación ciudadana.

Este enfoque no solo para incrementar la confianza, la corresponsabilidad y sensibilizar a los residentes y actores implicados. Sino un compromiso a la responsabilidad social institucional (corporativa), que sitúa la transparencia informativa y la participación como valores esenciales para fortalecer la legitimidad de las políticas públicas. Tal y como señalan Albareda, Lozano, Tencati, Midttun y Perrini (2008), los gobiernos desempeñan un papel clave no solo como reguladores, sino también como promotores de la responsabilidad social y facilitadores de procesos de colaboración con los grupos de interés. si el gobierno o gestor no asume de manera activa su responsabilidad social institucional, resulta mucho más difícil avanzar hacia el desarrollo sostenible y consolidar un modelo de turismo verdaderamente sostenible en el territorio.

De este sentido, se aconseja publicar de forma sistemática las actas y resoluciones del comité de asuntos turísticos, garantizando la transparencia informativa y su comprensión pública; elaborar un boletín electrónico trimestral que informe sobre los avances en turismo sostenible y recoja aportaciones ciudadanas; habilitar canales de participación online (página web o aplicación) para que los residentes puedan presentar sugerencias, notificar problemas de congestión o valorar las medidas implantadas; y realizar encuestas periódicas sobre percepción ciudadana, con publicación abierta de los resultados.

En conjunto, estas recomendaciones de comunicación persiguen fomentar un comportamiento más consciente y responsable por parte de los visitantes, aliviar la saturación de los espacios patrimoniales mediante información y alternativas, potenciar el comercio local como activo cultural y económico, y fortalecer la transparencia y la implicación de la ciudadanía en la gestión turística y al final, refuerza el turismo sostenible.

5.4 Limitaciones del trabajo y posibilidades futuras

Este trabajo, aunque ha procurado integrar múltiples fuentes de información —datos estadísticos, literatura académica y entrevistas con responsables institucionales—, presenta diversas limitaciones que es necesario reconocer de manera explícita.

En primer lugar, uno de los principales condicionantes ha sido la ausencia de entrevistas con otros colectivos afectados por turistificación y saturación turística, como los residentes permanentes en el casco histórico, o los propietarios de comercios tradicionales. La incorporación de estas voces habría permitido enriquecer las perspectivas, incorporar percepciones cotidianas y contrastar las posturas institucionales con las experiencias vividas. Este aspecto contribuye, sin duda, una oportunidad de mejora en investigaciones futuras.

Esta limitación se debe, a la restricción temporal al desarrollo del Trabajo de Fin de Máster en un curso académico, que dificulta la realización de un trabajo de campo más extenso. Asimismo, este máster me ofrece la oportunidad de contacto directo con los responsables de Turismo en Segovia durante el período de prácticas, lo que permitió acceder a testimonios y datos especializados que, en otro contexto, habrían resultado de más difícil de obtener.

Segundo, en algunos indicadores seleccionados no se dispone de datos estadísticos oficiales suficientemente que dificulta realizar un análisis cuantitativo exhaustivo. Por ejemplo, del porcentaje exacto de comercios tradicionales perdidos en las últimas décadas, de la cantidad de residuos generados específicamente en temporada alta o de mediciones sistemáticas de la congestión peatonal en tramos críticos del casco histórico. Estas carencias de información obligaron a recurrir a aproximaciones indirectas, testimonios periodísticos que, al final, resultan el resultado con limitaciones de precisión y comparabilidad. De este sentido, se considera recomendable que, en el futuro, se impulse un sistema de recopilar los datos de dichos indicadores (que también se recomienda por Parlamento Europeo (2018)) y transparente de estos indicadores. Tal

y como se evidencia en este trabajo, la colección y su transparencia contribuyen de manera decisiva a consolidar formas de turismo sostenible y responsable.

Asimismo, el enfoque adoptado prioriza una aproximación esencialmente descriptiva y exploratoria, orientada a caracterizar de manera panorámica la situación actual de turistificación, saturación y sostenibilidad turísticas en Segovia. No se ha abordado un contraste sistemático entre diferentes modelos de gestión municipal de otras ciudades histórica de turismo de tamaño medio como Toledo, Ávila y tal.

Por último, se reconoce que este estudio ha estado condicionado por los plazos, lo que ha limitado la posibilidad de desarrollar un trabajo de campo más extenso y profundizar en la medición de indicadores de impacto ambiental, social y económico

No obstante, estas limitaciones señalan también posibilidades de investigación futura que pueden consolidar un conocimiento más sólido sobre la problemática:

- La realización de entrevistas en profundidad y encuestas estructuradas a residentes, turistas, comerciantes y actores sociales críticos, con el objetivo de recoger de forma sistemática percepciones, actitudes y propuestas de mejora.
- La aplicación de métodos comparativos entre las ciudades patrimonios, que faciliten identificar buenas prácticas y lecciones aprendidas de otros destinos con problemáticas similares.
- El análisis longitudinal que permita observar la evolución de estos procesos en un horizonte temporal más amplio, incorporando series históricas y proyecciones de impacto.

En conjunto, se espera que este trabajo constituya una base de la situación turística de Segovia y sirva para investigaciones más amplias que profundicen en las estrategias de turismo sostenible, la gestión y equilibrio de la turistificación y saturación turística y el refuerzo de la gobernanza participativa en Segovia.

Referencias Bibliográficas

Acueducto2. (2024, Octubre 3). *Vecinos de San Millán y El Salvador se informan sobre las subvenciones ERRP*. Acueducto2. <https://www.acueducto2.com/reuniones-sobre-las-ayudas-para-la-rehabilitacion-de-san-millan-y-el-salvador/166609>

Albareda, L., Lozano, J. M., Tencati, A., Midttun, A., & Perrini, F. (2008). The changing role of governments in corporate social responsibility: Drivers and responses. *Business Ethics: A European Review*, 17(4), 347–363. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2008.00539.x>

Ali, R. (2016, Agosto 23). *Exploring the coming perils of overtourism*. Skift. <https://skift.com/2016/08/23/exploring-the-coming-perils-of-overtourism/>

Associated Press. (2024, April 26). *Venice expands day-tripper tax in bid to combat overtourism*. AP News. <https://apnews.com/article/venice-day-tripper-tax-ef31062e7a6b9e3c831d6a8b746eae1a>

Ayuntamiento de Segovia. (2023, Marzo 10). Mañana entra en vigor la modificación de la Ordenanza de Convivencia para reforzar la protección del patrimonio histórico. Ayuntamiento de Segovia. <https://segovia.es/area/patrimonio-historico/actualidad/noticias/manana-entra-en-vigor-la-modificacion-de-la-ordenanza>

Ayuntamiento de Segovia. (2023). El Ayuntamiento logra con Segovia Fluye 4,4 millones de euros de fondos europeos. Ayuntamiento de Segovia. <https://www.segovia.es/actualidad/noticias/el-ayuntamiento-logra-con-segovia-fluye-44-millones-de-euros-de-fondos-europeos>

Ayuntamiento de Segovia. (2023). *Segunda actualización del Mapa Estratégico de Ruido de Segovia*. Ayuntamiento de Segovia. <https://segovia.es/area/sostenibilidad-ambiental/segunda-actualizacion-del-mapa-estrategico-de-ruido-de-segovia-2023>

Ayuntamiento de Segovia. (2025, Junio 25). *La red de calor prevista en el Plan Impulse*
<https://segovia.es/area/sostenibilidad-ambiental/actualidad/noticias/la-red-de-calor-prevista-en-el-plan-impulse>

Barrera-Fernández, D., García Bujalance, S., y Scalici, M. (2019). Touristification in historic cities: Reflections on Malaga. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7(1), 93–115.

Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Morell, M., y Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-phia: Understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), 1–30.
<https://doi.org/10.21138/bage.2834>

Bobic, S., y Akhavan, M. (2022). Tourism gentrification in Mediterranean heritage cities: The necessity for multidisciplinary planning. *Cities*, 124, 103616.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103616>

Bouchon, F., y Rauscher, M. (2019). *Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management*. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 598–619. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0080>

Brinckmann, W. E., Brinckmann, M. N., y Mueller, D. C. (2010). Desarrollo, complejidad y turismo sostenible. El uso del territorio frente a los retos del siglo XXI. *Papeles de Geografía*, (51–52), 65–73.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
<https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>

Cadena SER. (2024, Noviembre 14). *Segovia en Marcha denuncia “el absoluto descontrol” de los autobuses turísticos en Via Roma*. Cadena SER.

<https://cadenaser.com/castillayleon/2024/11/14/segovia-en-marcha-denuncia-el-absoluto-descontrol-de-los-buses-turisticos-que-aparcan-en-via-roma-radio-segovia/>

Cadena SER. (2024, Agosto 27). *Ciudadanos califica de “bochornoso” el Mercado Romano de Segovia*. <https://cadenaser.com/castillayleon/2024/08/27/ciudadanos-califica-de-bochornoso-el-mercado-romano-de-segovia-radio-segovia/>

Cadena SER. (2024, Diciembre 18). *Malestar entre algunos comerciantes del centro por la constante celebración de mercados*. <https://cadenaser.com/castillayleon/2024/12/18/malestar-entre-algunos-comerciantes-del-centro-por-la-constante-celebracion-de-mercados-radio-segovia/>

Cadena SER. (2024, Noviembre 18). *La turismofobia o los efectos del nuevo registro de viajeros, a debate en el Congreso de Hostelería y Turismo*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/castillayleon/2024/11/18/la-turismofobia-o-los-efectos-del-nuevo-registro-de-viajeros-a-debate-en-el-congreso-de-hosteleria-y-turismo-radio-segovia>

Cadena SER. (2025, Abril 22). *Segovia cierra una Semana Santa con récord de visitantes... alta ocupación hotelera y de aparcamientos*. <https://cadenaser.com/castillayleon/2025/04/22/segovia-cierra-una-semana-santa-con-cifras-record-de-visitantes-pese-al-mal-tiempo-radio-segovia/>

Cadena SER. (2025, Junio 21). *Segovia evita la huelga de limpieza durante sus fiestas gracias al acuerdo entre FCC y la plantilla*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/castillayleon/2025/06/21/segovia-evita-la-huelga-de-limpieza-durante-sus-fiestas-gracias-al-acuerdo-entre-fcc-y-la-plantilla-radio-segovia>

Cadena SER. (2025, Mayo 8). *El transporte público de Segovia supera por primera vez los 18.000 usuarios*. <https://cadenaser.com/castillayleon/2025/05/08/el-transporte-publico-de-segovia-supera-por-primera-vez-los-18000-usuarios-radio-segovia/>

Cañada, D. G., y Hernández, J. L. (2021). *Overtourism: Definition and impact*. ResearchGate. <https://doi.org/10.20935/AL1207>

Catedral de Segovia. (2023). *Transparencia y balance económico anual*. Recuperado de <https://catedralsegovia.es/transparencia-balance-economico-catedral-segovia>

Céspedes Morai, J. M. (2024). Evolución de la industria del turismo sostenible en España. *Ciencia y Reflexión*, 3(2), 126–139. <https://doi.org/10.70747/cr.v3i2.11>

Cho, Y. (2021). Awareness and resolution of touristification in Korea using social media big data analytics. *Global Business y Finance Review*, 26(1), 68–78. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2021.26.1.68>

Cortizo, G., Velasco, J., Manjavacas, F., Ferreras, B., y Fernández, E. (2024, Mayo 2). *El turismo masivo amenaza la calidad de vida de las ciudades medianas: “Ahora la saturación se alarga muchos meses”*. elDiario.es. https://www.eldiario.es/viajes/turismo-masivo-irrumpe-destinos-interior-clm-gal-eus-lrj-and_1_11328130.html

Cruz Lopes, A., Rodrigues, E. B., y Vera-Cruz, R. (2019). Tourism gentrification. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 471(9), 092025. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/471/9/092025>

Delegación Territorial de Segovia. (2017, Noviembre 1). *Reglamento regulador del Consejo Sectorial de Turismo (BOP n° 131)*. Boletín Oficial de la Provincia de Segovia. https://segovia.es/sites/default/files/Media/Files/2019-11/documentos_Reglamento_del_Consejo_S._de_Turismo%2C_BOP_n_131%2C_01-11-2017_b34ad43d.pdf

Diputación de Segovia. (2025, Marzo 14). *La Diputación impulsa la digitalización del sector turístico con jornadas del Plan de Sostenibilidad Turística ‘Hoces de Segovia’*. https://www.dipsegovia.es/noticias/-/asset_publisher/1xkM/content/la-

diputaci%25C3%25B3n-impulsa-la-digitalizaci%25C3%25B3n-del-sector-tur%25C3%25ADstico-con-unas-jornadas-de-formaci%25C3%25B3n-incluidas-en-el-plan-de-sostenibilidad-tur%25C3%25ADstica-hoces-de-segovia-

Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Proceedings of the Travel Research Association Sixth Annual Conference*, 195–198.

El Adelantado de Segovia. (2024, Abril 3). *La previsión de gasto para el Centro de Interpretación del Acueducto se estima en 5,5 millones de euros*. <https://eladelantado.com/segovia/la-prevision-de-gasto-para-el-centro-de-interpretacion-del-acueducto-se-estima-en-55-millones-de-euros/>

El Adelantado. (2025). *El Alcázar de Segovia recibió en 2024 un total de 727 594 visitantes*. <https://eladelantado.com/segovia/el-alcazar-de-segovia-recibio-en-2024-un-total-de-727-594-visitantes/>

El Día de Segovia. (2019, Octubre 10). *La Calle Real acelera su mutación a centro de franquicias*. <https://www.eldiasegovia.es/noticia/z5f66f46f-e749-4014-2e933f3998664b34/201910/la-calle-real-acelera-su-mutacion-a-centro-de-franquicias>

El Español. (2024, Agosto 20). *Segovia lanza una campaña para desmentir mitos sobre el reciclaje del vidrio: “La basura mezclada quita empleos”*. El Español. https://www.elespanol.com/castilla-y-leon/region/segovia/20240820/segovia-lanza-campana-desmentir-mitos-reciclaje-vidrio-basura-mezcla-quita-empleos/879662241_0.html

European Commission. (2007, Octubre 19). Agenda for a sustainable and competitive European tourism (Comunicación COM (2007) 621 final). <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:EN:PDF>

European Parliament. (2018). *Overtourism: Impact and possible policy responses*. Directorate General for Internal Policies. European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2018\)629184](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2018)629184)

Farsari, I., Persson-Fischier, U., y Poort, M. E. (2025). An enabling approach to sustainability transformations in tourism. *Leisure Sciences*. <https://doi.org/10.1080/01490400.2025.2464576>

Fletcher, R., Murray Mas, I., Blázquez-Salom, M., y Blanco-Romero, A. (2019). Tourism and degrowth: An emerging agenda for research and practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745–1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>

Franklin, A. (2008). *The tourism ordering*. *Civilisations*, 57, 25–39. <https://doi.org/10.4000/civilisations.1288>

Freytag, T., y Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20(3), 443–460.

Fundación Líderes Globales. (2021). *Smart Digital Segovia como vía para la transformación digital de la administración y ciudad de Segovia*.

Glass, R. (1964). *London: Aspects of Change*. London: MacGibbon y Kee.

Hagemans, I. W., Spierings, B., Weltevreden, J. W. J., y Hooimeijer, P. (2024). Geographies of touristification of consumption spaces: How retail capital shapes the effects of tourism on shops, services and hospitality businesses. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5, 100148. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100148>

Idealista. (2025). *Histórico de precios de alquiler en Segovia*. <https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/alquiler/castilla-y-leon/segovia-provincia/segovia/historico/>

InfoJobs–Esade. (2024). *Informe Estado del mercado laboral en España 2024*. https://recursos-humanos.infojobs.net/wp-content/uploads/2025/03/Informe_Mercado_Laboral_InfoJobs_Esade_2024_Digital.pdf

InfoJobs. (2024, Enero 21). *El sector del turismo en España: InfoJobs registra más de 205.000 vacantes en 2024 y augura un 2025 prometedor*. <https://nosotros.infojobs.net/prensa/notas-prensa/el-sector-del-turismo-en-espana-infojobs-registra-mas-de-205-000-vacantes-en-2024-y-augura-un-2025-prometedor>

Instituto Nacional de Estadística. (2024). *Indicadores Urbanos. Renta media anual neta por persona según tamaño del municipio*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9942>

Instituto Nacional de Estadística. (2025). *Indicadores Urbanos. Renta neta media por persona y hogar*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=31196>

Instituto Nacional de Estadística. (2025). *Porcentaje de viviendas turísticas sobre el total de viviendas censadas. Serie VTE246*. <https://www.ine.es/consul/serie.do?d=true&s=VTE246>

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Variaciones residenciales por provincia y año*. https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/p307/serie/10/&file=3_1.px

Internet Geography. (2024). *Overtourism in Spain: What's Going On?* <https://www.internetgeography.net/overtourism-in-spain-whats-going-on/>

Jansen-Verbeke, M. (1998). Tourismification of historical cities. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 739–742. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00015-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00015-2)

Jansen-Verbeke, M. (2007). Cultural resources and the tourismification of territories. *Acta Turistica Nova*, 1(1), 21–41. <https://hrcak.srce.hr/27738>

Jansen-Verbeke, M. (2009). *Tourismification of cultural landscapes: A discussion note*. *Resources Science*, 31(6), 934–941.

Jansen-Verbeke, M. C. (1986). *Inner-city tourism: Resources, tourists and promoters*. *Annals of Tourism Research*, 13, 79–100.

Jover, J., y Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044–3059.

Junta de Castilla y León. (2019). *Plan estratégico de turismo de Castilla y León 2019-2023*. Junta de Castilla y León.

Mas de Xaxàs, X. (2024, Agosto 19). My Barcelona is being destroyed by mass tourism. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/article/2024/aug/19/barcelona-mass-tourism-visitors-city-industry>

Milano, C. (2018). *Overtourism, malestar social y turismofobia*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16(3), 551–564.

Milano, C., Cheer, J. M., y Novy, J. (Eds.). (2019). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. CABI.

Milano, C., Novelli, M., y Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning y Development*, 16(4), 353–357. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2019). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022, Diciembre 11). *Segunda propuesta de resolución definitiva: listado de solicitudes desestimadas conforme al art. 22.2 de la Orden ICT/1363/2022*. <https://www.mintur.gob.es/PortalAyudas/Patrimonio-historico/Concesion/2022/Documents/241211%20PHT-PROYECTOS%20DESESTIMADOS.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022, 14 de noviembre). *Listado de solicitudes estimadas definitivamente en la convocatoria de Patrimonio Histórico con uso turístico, orden ICT/1363/2022*. <https://www.mintur.gob.es/PortalAyudas/Patrimonio-historico/Concesion/2022/Documents/241211%20PHT-PROYECTOS%20ESTIMADOS.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). *Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. Gobierno de España.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2024, Enero 17). *Industria concede 208 millones de euros en ayudas para la mejora del patrimonio histórico con uso turístico en 177 proyectos*. <https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2024/Paginas/Resolucion-ayudas-patrimonio-historico-uso-turistico.aspx>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Gobierno de España.

Moreno Luna, L. (2021). *Pandemia y cambio de paradigma: crisis del turismo de masas y oportunidad para el turismo sostenible* (Tesis doctoral). Universidad de Extremadura.

New York Post. (2025, Abril 18). Spain's Sagrada Familia creating space to curb tourist crowds. *New York Post*. <https://nypost.com/2025/04/17/lifestyle/spains-sagrada-familia-will-curb-tourist-crowds-by-creating-separate-selfie-space/>

Nuevo López, A., y Martínez del Vas, G. (2021). Turismo sostenible versus depredación turística. Islas Baleares, España. *Revista Geográfica Venezolana*, 62(2), 394–409. <https://doi.org/10.53766/RGV/2021.62.02.07>

O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: Concept and issues. *Tourism Management*, 7(4), 254–258. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90035-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90035-X)

OECD (2021), “Managing tourism development for sustainable and inclusive recovery”, *OECD Tourism Papers*, No. 2021/01, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b062f603-en>.

OECD (2024), *Medición y control de la sostenibilidad del turismo a escala regional en España: Sistema de indicadores y guía de compilación*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9f52ddd8-es>.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2017). *Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Contribuyendo a los ODS*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2005). *Making tourism more sustainable – A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme y UNWTO.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD). (2024). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>

Patrimonio Natural de Castilla y León. (2024, Mayo 21). La Red Natura 2000 en Castilla y León compatibiliza la conservación de su biodiversidad y la actividad humana. *Patrimonio Natural*. <https://patrimonionatural.org/noticias/noticia/la-red-natura-2000-en-castilla-y-leon-compatibiliza-la-conservacion-de-su-biodiversidad-y-la-actividad-humana->

Patronato del Alcázar de Segovia. (2023). *693 410 personas visitaron el Alcázar durante el año 2023*. <https://www.alcazardesegovia.com/notas-de-prensa/693-410-personas-visitaron-el-alcazar-durante-el-ano-2023>.

Patronato del Alcázar de Segovia. (2024, Abril 2). *Más de 90.000 personas accedieron en Semana Santa al recinto del Alcázar de Segovia*. Alcázar de Segovia. <https://www.alcazardesegovia.com/notas-de-prensa/mas-de-90-000-personas-accedieron-en-semana-santa-al-recinto-del-alcazar-de-segovia.html>

Plataforma Contra el Ruido en Segovia. (2023). *El ruido en Segovia en los medios de comunicación*.

Registro Nacional de Alojamiento Local. (2018). *RNAL – Consulta ao Registo*. Turismo de Portugal. https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/_default.aspx

Reuters. (2024, Julio 23). Barcelona cannot absorb infinite tourism growth. *Reuters*. <https://www.reuters.com/world/europe/barcelona-cannot-absorb-infinite-tourism-growth-needs-curbs-mayor-says-2024-07-23/>

RTVE Noticias. (2023, Octubre 3). Florencia prohibirá los nuevos alquileres turísticos como los de Airbnb en su centro histórico. *RTVE*. <https://www.rtve.es/noticias/20231003/florencia-alquileres-airbnb/2457470.shtml>

Sáez, N. (2025, Mayo 23). *El Procurador exige cinco medidas contra el ruido en Segovia*. El Día de Segovia. <https://www.eldiasegovia.es/noticia/zb5996efc-b7de->

4c69-a1f43c1fc427f569/202505/el-procurador-exige-cinco-medidas-contr-el-ruido-en-segovia

Salazar, N. B. (2009). Imaged or imagined? Cultural representations and the “tourismification” of peoples and places. *Cahiers d'Études Africaines*, 49(1–2), 49–71.

Secretaría de Estado de Turismo. (2024). *Resolución definitiva de concesión de ayudas para proyectos de digitalización de «última milla» en empresas del sector turístico 2023* (Orden ITU/1391/2023, de 22 de diciembre de 2023). Ministerio de Industria y Turismo.

Segoviaudaz. (2024, Noviembre 23). *La convivencia entre turistas y residentes, a análisis en Segovia*. Segoviaudaz. <https://segoviaudaz.es/la-convivencia-entre-turistas-y-residentes-a-analisis-en-segovia>

Segoviaudaz. (2024, Junio 12). *Segovia ante el crecimiento turístico: ¿Está preparada la ciudad?* Segoviaudaz. <https://segoviaudaz.es/segovia-ante-el-crecimiento-turistico-esta-preparada-la-ciudad>

Smart Lighting. (2025, Junio 20). *Segovia avanzará en la modernización de su patrimonio y renovará la iluminación ornamental de cuatro de sus templos históricos*. <https://smart-lighting.es/segovia-renovara-la-iluminacion-ornamental-cuatro-templos-historicos/>

Turismo de Segovia y Visa. (2025, febrero 26). Visa y Turismo de Segovia. https://www.turismodesegovia.com/sites/default/files/Media/Files/2025-02/visa%20y%20turismo%20de%20segovia_compressed.pdf

Turismo de Segovia. (2020, Abril 2). *Recorrido virtual por el Acueducto de Segovia*. <https://www.turismodesegovia.com/es/acueducto/noticias/recorrido-virtual-por-el-acueducto-de-segovia>

Turismo de Segovia. (2023). Actuaciones del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino. Turismo de Segovia. <https://plandesostenibilidad.turismodesegovia.com/actuaciones/>

Turismo de Segovia. (2024). *Memoria 2023*. https://turismodesegovia.com/sites/default/files/Media/Files/2024-09/Memoria%20Anual%202023_compressed.pdf#page=6.99

Turismo de Segovia. (2025, Junio 6). *El gemelo digital de Segovia se alza con el galardón al “Gemelo Digital del Destino” en los Premios Digital Tourist 2025.*

UNWTO. (2018). “Overtourism”? *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Organización Mundial del Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>

Young, B. (1983). *Touristization of traditional Maltese fishing-farming villages: A general model*. *Tourism Management*, 4(1), 35–41. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(83\)90048-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(83)90048-1)

Anexo 1

Enlace de transcripción de la entrevista:

<https://docs.google.com/document/d/1WhJfK2aqh23SUSMn17t-4DBcmmc1P0ZFr5jmPYULXcs/edit?tab=t.0>

