

# Turismo de proximidad en la ciudad de Barcelona: factores de motivación y rechazo de un modelo turístico sostenible

## Local tourism in the city of Barcelona: motivating and rejecting factors of a sustainable tourism model

---

Óscar Gutiérrez-Aragón<sup>1</sup>, Elena Puiggròs-Román<sup>2</sup>,  
Joan-Francesc Fondevila-Gascón<sup>3</sup>, Alba Duran-Moreno<sup>4</sup>

---

### Resumen

Desde la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, la popularidad, la oferta y la demanda turística de Barcelona han crecido exponencialmente hasta convertir a la ciudad en un destino cuya gestión de un modo sostenible resulta cada vez más complicada (sobreturismo). El objetivo de este estudio es analizar el potencial que tendría el turismo de proximidad para Barcelona como apuesta

### Abstract

Since the 1992 Olympic Games, the Barcelona's popularity, supply and demand for tourism have grown exponentially, turning the city into a destination whose sustainable management is increasingly complicated (overtourism). The objective of this research is to analyze the potential that local tourism would have for Barcelona as a medium-term bet in order to create a more

<sup>1</sup> Director del Departamento de Empresa de la Escuela Universitaria Mediterrani (Universidad de Girona). Profesor de la Universidad de Barcelona (<https://orcid.org/0000-0002-4417-6310>) ([oscar.gutierrez@eum.es](mailto:oscar.gutierrez@eum.es)).

<sup>2</sup> Coordinadora del Grado en Turismo de la Escuela Universitaria Mediterrani de Barcelona (adscrita a la Universidad de Girona- UdG) (<https://orcid.org/0000-0003-2196-4581>) ([elena.puiggrros@eum.es](mailto:elena.puiggrros@eum.es))

<sup>3</sup> Doctor de Periodismo (cum laude) por la Universidad Autónoma de Barcelona. Catedrático de Universidad acreditado por la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (ANECA) (<https://orcid.org/0009-0002-1185-5816>) ([jf.fondevila@eum.es](mailto:jf.fondevila@eum.es))

<sup>4</sup> Investigadora del Departamento de Empresa de la Escuela Universitaria Mediterrani de Barcelona (Universidad de Girona) (<https://orcid.org/0009-0002-1185-5816>) ([albaadum@gmail.com](mailto:albaadum@gmail.com))

Recibido: 2025-04-10 | Aceptado: 2025-06-20| Publicado: 2025-06-31

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v4i2.2297>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



en el medio plazo para crear un modelo turístico más sostenible, así como conocer los principales factores de motivación o rechazo de este tipo de turismo. Se ha empleado una combinación metodológica de análisis cuantitativo, tanto de fuentes secundarias de carácter oficial como a partir de los datos de una encuesta (fuente primaria) realizada a residentes en la Comunidad Autónoma de Cataluña, en su condición de potenciales turistas de proximidad. Los resultados revelan que el 83,6% de los participantes en el estudio reconoce la realización o el interés por visitar lugares cercanos a su residencia y que los principales factores que determinan la decisión de visitar Barcelona son, en general, el precio de la visita y el tiempo disponible. Además, conforme aumenta el nivel de instrucción académica se muestra un mayor grado de motivación hacia la práctica de turismo de proximidad si se dispone de más información sobre los lugares a visitar o estos no muestran signos de masificación turística. Se concluye que el turismo de proximidad sería una alternativa a explorar por parte de las empresas del sector e instituciones gestoras del turismo en la ciudad, ya que se detecta una predisposición en el público objetivo para visitar la ciudad, principalmente aquellos recursos turísticos menos congestionados.

**Palabras clave:** Barcelona, sobreturismo, turismo de proximidad, desestacionalización, descentralización, descongestión.

sustainable tourism model, as well as to know the main factors that motivate or reject this type of tourism. A methodological combination of quantitative analysis has been used, both from official secondary sources and from data from a survey (primary source) carried out on residents of Catalonia, in their capacity as potential local tourists. The results reveal that 83.6% of the participants in the study recognize the realization or interest in visiting places close to their residence and that the main factors that determine the decision to visit Barcelona are, in general, the price of the visit and the available time. Furthermore, as the level of education is higher, a greater degree of motivation is shown towards the practice of local tourism if more information is available about the places to visit or if those places do not show signs of tourist overcrowding. It is concluded that local tourism would be an alternative to be explored by companies in the sector and tourism management institutions in the city, since an active predisposition is detected in the target audience to visit the city, mainly those less congested tourist resources

**Keywords:** Barcelona, overtourism, proximity tourism, local tourism, deseasonalization, decentralization, decongestion.

## Introducción

El turismo es uno de los sectores que tienen un peso relativamente importante en las economías de muchos países. A nivel local, como es el caso de Barcelona, este sector resulta fundamental en el desarrollo de su actividad económica. En esta ciudad, el crecimiento de la demanda y de la oferta turística ha sido exponencial en las últimas décadas, lo cual ha derivado en una situación de saturación turística o sobreturismo (*overtourism*), especialmente en los principales recursos visitables de la ciudad. De esta problemática surge la necesidad de plantear planes estratégicos de actuación que contribuyan a asegurar un desarrollo turístico sostenible que redunde en beneficio de todos los agentes implicados, ya sean residentes, turistas, empresas o trabajadores del sector. La elección de Barcelona como caso de estudio se fundamenta, principalmente en los graves problemas de convivencia entre turistas y la población local que se han puesto de manifiesto en los últimos años, que, además, han venido apoyados a un incremento del precio de la vivienda en Barcelona, a consecuencia de la proliferación de pisos turísticos, que expulsa a las clases más vulnerables y a los más jóvenes de la ciudad, provocando cada vez en mayor medida protestas masivas contra la creciente masificación turística.

Ante tales circunstancias, el objetivo del presente estudio es analizar la viabilidad o el potencial de los turistas o visitantes de proximidad como apuesta estratégica para reorganizar la actividad turística avanzando en el medio plazo hacia un modelo que permita diversificar, descentralizar, descongestionar y desestacionalizar esta acti-

vidad como solución al problema del sobreturismo. El turismo de proximidad da respuesta a dos cuestiones muy vinculadas con la sostenibilidad desde un punto de vista antropológico y sociocultural, pues favorece tanto la descongestión de los principales recursos turísticos de la ciudad como la inclusión de los residentes de Barcelona y las zonas próximas para que puedan disfrutar de la ciudad y sus recursos turísticos. Además, se pretende conocer cuáles son los principales factores de motivación para practicar este tipo de turismo, así como las razones de rechazo que incitan a no hacerlo. Mediante metodologías de tipo cuantitativo, la investigación analiza el comportamiento y preferencias de los turistas de proximidad al visitar distintos recursos turísticos de Barcelona con el fin de precisar la viabilidad del modelo de proximidad propuesto. Para la consecución de los objetivos, el estudio se ha estructurado en seis apartados: la introducción justificando tema objeto de estudio, un marco teórico que recoge las aportaciones previas de literatura académica sobre la materia analizada, la metodología empleada, los resultados obtenidos, las conclusiones de la investigación y la bibliografía utilizada.

## Marco teórico

El turismo es una actividad económica de gran relevancia a nivel global que contribuye de forma activa al progreso y desarrollo social, organizacional y ambiental de un gran número de destinos (Niñerola *et al.*, 2019; Herrera-Rivas y Vilema-Herrera, 2022; Jangra *et al.*, 2024; Lucas-Mantuano, 2024). De manera simultánea, en muchas ocasiones se pone en cuestionamiento su impacto sobre

la población (saturación, delincuencia, pérdida de las tradiciones, problemas de vivienda, etc.), el territorio y el medio ambiente (sobreexplotación, ruido, contaminación, etc.) y se advierte de la necesidad de tomar medidas que limiten los efectos perniciosos para la sociedad y el entorno (Bández *et al.*, 2020; Godovych *et al.*, 2023). Son muchos los factores que han contribuido al crecimiento de la actividad turística en las últimas décadas, como, por ejemplo, el incremento de las clases medias a realizar viajes por motivos de placer y ocio o las mejoras en la variedad, calidad, precio y frecuencia del transporte derivado de la expansión de las aerolíneas *low-cost* (Santos y Cincera, 2018; Ianiglo y Rissanen, 2020). Otros factores relevantes son la mejora de las infraestructuras ferroviarias, el incremento del empleo de aplicaciones digitales para la búsqueda de alojamiento y el uso de las redes sociales como canal de promoción de los destinos y las actividades turísticas (Ortuño y Jiménez, 2017; Fyall y Garrod, 2020; Kumar y Kumar, 2020).

Estos mismos factores, al favorecer el incremento de la actividad turística, se sitúan en la base de los impactos negativos que produce sobre los lugares de destino, repercutiendo en la calidad de vida y el bienestar de residentes y visitantes, sobre todo a largo plazo, cuando las economías se vuelven notablemente dependientes del turismo (Haini y Loon, 2023; Uddin *et al.*, 2024). En esas circunstancias, se presentan los problemas derivados del sobreturismo, como la masificación, saturación o presión turística, que congestionan de forma excesiva bienes y recursos turísticos de los lugares de destino, afectando a las condiciones necesarias para que la actividad turística resulte beneficiosa

para todos los agentes involucrados (Koens *et al.*, 2018; Milano, 2018). En general, el sobreturismo describe un fenómeno caracterizado por un crecimiento excesivo de la actividad turística, lo cual es origen de externalidades negativas sobre el medio ambiente y la población autóctona, que ve disminuido su bienestar (Milano *et al.*, 2019; Brito-Henriques, 2021). Evidentemente, la acción del turismo, independientemente de su tipología o medida, genera efectos que, en ocasiones, pueden no ser inmediatamente visibles o perjudiciales, aunque, en los casos de sobreturismo, aparecen con mayor rapidez debido a sus características y volumen y, aunque repercute a locales y a visitantes, es a los primeros a quienes más afecta, al manifestarse en su lugar de residencia (Butler y Hart-Robertson, 2022; Ruiz-Romera *et al.*, 2023). El efecto más visible del sobreturismo es la saturación de los espacios públicos o de áreas que exceden su capacidad de carga, sobrepasando el número de visitantes que pueden acoger sin causar daños al entorno o a las infraestructuras (Santos-Rojo *et al.*, 2023; Torres-Ochoa *et al.*, 2023). La saturación turística también está vinculada a las afectaciones negativas sobre el medio ambiente derivadas de una llegada excesiva de turistas a través de unos muy contaminantes medios de transporte aéreos y marítimos, que produce, además, un incremento del gasto energético, consumo de agua y generación de residuos en los lugares de destino (Capocchi *et al.*, 2019; Camatti *et al.*, 2020).

Por otro lado, el sobreturismo genera, sobre todo a medio y largo plazo, unos impactos sobre la sociedad que lo soporta, que se manifiestan de muy diversas formas, como el incremento de los costes de la vivienda en las zonas más turísticas,

la pérdida de autenticidad y el descontento generalizado por la impresión de que la calidad y las condiciones de vida de las comunidades locales se degrada (Bouchon y Rauscher, 2019; Díaz-Parra y Sequera, 2021). Esta coyuntura engendra inconvenientes y barreras en el desarrollo de la cotidianidad de la población autóctona y origina insatisfacción y rechazo hacia el turismo, que, en ocasiones, se llega a manifestar en conductas hostiles o, incluso, violentas hacia los turistas (turismofobia) (Blanco-Romero *et al.*, 2019; Velasco-González y Carrillo-Barroso, 2021).

En todo caso, la identificación del fenómeno del sobreturismo y el estudio de sus efectos en realidad debería convertirse en una oportunidad para que las instituciones responsables cambien el enfoque de la actividad hacia modelos turísticos que generen empleos de mejor calidad, propongan la realización de obras públicas e infraestructuras respetuosas con el medio ambiente y amplíen las funciones de regulación y cumplimiento de la legislación sobre alquileres de viviendas de tipo turístico en las áreas en que resulte pertinente (Capocchi *et al.*, 2019; Koh, 2020). La consecución de una actividad turística viable y sostenible pasa, primeramente, por el reconocimiento de sus efectos negativos sobre los destinos, algunos de los cuales, en especial los de tipo físico, son muy evidentes, aunque otros, de naturaleza social, son más complejos de evaluar, debido a que dependen del grado de tolerancia e intereses de los residentes (Koens *et al.*, 2018; Perkumiene y Pranskuniene, 2019). A partir del diagnóstico será posible explorar una mejora del bienestar material y emocional común, así como de la salud y seguridad de los residentes locales, mitigando las preocupaciones

y percepciones derivadas del exceso de turismo (Seraphin *et al.*, 2019; Dhiraj y Kumar, 2021). En este sentido, aunque las instituciones que deben regular la actividad turística tengan cierta propensión a desestimar la implementación de medidas de prevención ante un turismo masificado, interpretando su aportación económica en términos de beneficio neto, cuando los ciudadanos comienzan a mostrar reticencias ante la masificación, el incivismo, la gentrificación y la pérdida de autenticidad de los barrios, resulta preciso proponer alternativas al modelo turístico vigente que respeten el estilo de vida de los residentes (Álvarez-Sousa, 2021; Butler y Dodds, 2022). Una planificación turística inteligente y una gobernanza integral basada en una dinámica innovadora orientada a mejorar la gestión de los destinos, proteger su patrimonio y equilibrar las necesidades de residentes y visitantes deberían contribuir a mejorar la sostenibilidad y competitividad de estos destinos turísticos (Picó-Gutiérrez *et al.*, 2022; Liberatore *et al.*, 2023).

En este contexto, el turismo de proximidad se revela como una de las opciones más pertinentes para reorganizar la actividad turística a partir de estrategias que apuesten por su diversificación, descentralización, descongestión y desestacionalización (Milano, 2018; Dot-Jutglà *et al.*, 2022). Desde un punto de vista académico, este tipo de turismo ha recibido aproximaciones conceptuales tanto desde un enfoque meramente geográfico (en términos de distancia) como organizativo (en términos de similitud), aunque el planteamiento predominante es el que lo relaciona de forma habitual con el desplazamiento de personas con fines turísticos fuera de su lugar de residencia habi-

tual, pero dentro de un ámbito espacial cercano al mismo y que, de forma frecuente, está relacionado con la recuperación, conservación o promoción del patrimonio cultural, ambiental y turístico local (Díaz-Soria y Llurdés-Coit, 2013; Manzini-Marchesi, 2022). Este tipo de turismo se caracteriza, en general, por conformar un modelo sostenible basado en la conciencia social y ambiental de los visitantes que optan por destinos próximos a su lugar de residencia, precisando de desplazamientos a corta distancia mediante el empleo de medios de transporte menos contaminantes que el aéreo o el marítimo (Haro-Aragú y García-Mestanza, 2021; Lebrun *et al.*, 2021). Además, la proximidad permite a los turistas un ahorro de tiempo y de esfuerzo en el viaje y mejora su experiencia en términos de confianza, apropiación, calidad de la planificación y sostenibilidad (Spadaro *et al.*, 2023; Sánchez-Franco y Rey-Tienda, 2024). A tal efecto, el visitante de proximidad tiende a optar por la realización de actividades turísticas de carácter más autóctono y a interactuar de una forma más estrecha con la población local (Salvatore *et al.*, 2018; Izcará-Conde y Cañada-Mullor, 2020). Por todo ello, este tipo de turismo va obteniendo de forma gradual un mayor reconocimiento social por su contribución al fomento del desarrollo local, la reducción de la brecha entre los entornos urbanos y otras áreas, así como por la mitigación de los efectos de la estacionalidad (Canavan, 2013; Bertacchini *et al.*, 2021).

Teniendo en cuenta los anteriores argumentos, no cabe duda de que la ciudad de Barcelona es actualmente un destino turístico que sufre los efectos del sobreturismo, soportando en la práctica una excesiva presión turística durante todas las

épocas del año (Bourliataux-Lajoinie *et al.*, 2019; Perles-Ribes *et al.*, 2024). Esta presión resulta especialmente alta en su centro histórico y en otros espacios públicos de interés turístico y amplio conocimiento internacional y, en la última década, se ha venido acentuando debido a la interacción de diversos factores, como el fuerte incremento de la oferta de alojamiento turístico, el gran desarrollo que ha tenido la ciudad como escala para la llegada de los cruceros y la gran difusión de comentarios y reseñas sobre lugares de interés y atracciones de la ciudad a través de un uso generalizado de las redes sociales (Picó-Gutiérrez *et al.*, 2022; Gutiérrez-Aragón *et al.*, 2025). Entre las consecuencias que el sobreturismo tiene sobre la población local de Barcelona destacan, por su negatividad, el notable incremento de casos de turismofobia y los cambios sociales derivados de la gentrificación, que ejerce una gran presión de desplazamiento sobre los habitantes de la ciudad, especialmente los más jóvenes (Genç *et al.*, 2022; Tesfahuney y Ek, 2024). El fenómeno de la turismofobia se extiende entre los barceloneses más allá de los problemas de convivencia entre turistas y residentes que se derivan de la masificación de los espacios públicos o de la expansión y concentración del alojamiento turístico ilegal, sino que alcanza también a los diversos actores del sector, como las empresas y las instituciones públicas, a las que se achaca una mala planificación del entorno físico y de un modelo turístico que parece sólo pervivir por la ausencia de opciones alternativas de producción de riqueza económica (Guitart-Casalderrey *et al.*, 2019; Torres-Solé *et al.*, 2019). Por su parte, la gentrificación que soporta la ciudad, debido al proceso de incre-

mento de la turistificación, deriva en restricciones de movilidad para sus habitantes y en una pérdida del protagonismo en los espacios públicos, en el comercio local y en el mercado inmobiliario, a causa del desplazamiento de usos, personas y elementos simbólicos de algunas áreas o barrios determinados (Ortiz-Guitart *et al.*, 2021; Zaar, 2022).

En este marco, diversos agentes implicados en el actual modelo turístico de Barcelona abogan por implementar un nuevo modelo que reduzca los conflictos y sea más sostenible socialmente, implicando a todas las partes interesadas, como la ciudadanía, el tejido comercial y empresarial y las instituciones públicas (Soliguer-Guix, 2023; Gutiérrez-Aragón *et al.*, 2023; Crespi-Vallbona y Galleas-Ortiz, 2024). Este modelo pasa por poner en marcha estrategias que tengan como objetivos la diversificación, descentralización, descongestión y desestacionalización de la actividad turística, de forma que sea posible ir revirtiendo los efectos sociales, económicos, culturales y medioambientales más perniciosos que ha ido generando el turismo masivo (Mansilla-López y Hughes, 2021; Mendoza-de-Miguel *et al.*, 2023).

Una de las estrategias que permitiría acercarse a los mencionados objetivos sería la apuesta firme por el turismo de proximidad, pues, aparte de que favorece la consolidación de prácticas turísticas sostenibles, posibilita la puesta en valor de determinados lugares o zonas de la ciudad menos conocidas, pero más aptas para la visita en un contexto ambientalmente más responsable (Díaz-Soria, 2016; Dot-Jutglà *et al.*, 2022). A largo plazo, una de las consecuencias más probables del reemplazo de parte del turismo de masas tradicional

que llega a la ciudad de Barcelona por un turismo de proximidad será la paulatina reducción de las externalidades negativas que el primero origina, a la vez que se producirá una distribución más equitativa de los beneficios de la actividad turística (Bishop *et al.*, 2023; Brochado *et al.*, 2023). Así, aun admitiendo que la opinión sobre los problemas que genera el sobreturismo por parte de los habitantes de Barcelona puede resultar diferente en función de factores como el lugar concreto de residencia, la formación académica o la propia vinculación con el turismo, existe una amplia corriente social en defensa de modelos turísticos como el de proximidad (Haro-Aragú y García-Mestanza, 2021). Este modelo turístico, bajo una planificación adecuada, permiten reorganizar la actividad de manera más sostenible, descongestionando los principales recursos hacia espacios de baja densidad turística (Izcara-Conde y Cañada-Mullor, 2020; Álvarez-Sousa, 2021).

En definitiva, la revisión de la literatura académica realizada sobre el tema objeto de estudio ha servido para poner de manifiesto que el incremento de la actividad turística, a pesar de los indudables beneficios que produce sobre las sociedades y economías que la disfrutan, cuando esta se aproxima a los límites de la saturación, también son el origen una serie de impactos o externalidades negativas sobre la población local, el territorio y el medio ambiente. Si estos efectos negativos se identifican y se reconoce su impacto, resultará más viable la planificación y consecución de una actividad turística más sostenible. En un escenario de estas características, el turismo de proximidad resulta una excelente opción frente a otras alternativas con una menor sostenibilidad y mayores

impactos negativos sobre la sociedad y el medio natural. Por todo ello, los objetivos de esta investigación se centran en analizar la viabilidad y el impacto del turismo de proximidad como apuesta para avanzar hacia modelos más sostenibles como solución a la saturación turística, para lo cual se va a emplear una combinación de metodologías de tipo cuantitativo a partir del análisis de estadística descriptiva de datos provenientes de fuentes secundarias (organismos públicos oficiales) y del análisis de estadística descriptiva y bivariada de los datos de una encuesta realizada a personas mayores de edad residentes en Cataluña, entendiendo que esta técnica permite la obtención de resultados más completos en el campo de las ciencias sociales, especialmente cuando el objeto de estudio se sitúa en el ámbito del turismo (Fondevila-Gascón *et al.*, 2024; Alabart-Alqueró *et al.*, 2025).

## Metodología

El diseño metodológico de la investigación, tal y como se ha apuntado en el anterior epígrafe, se basa en una combinación de análisis de tipo cuantitativo, tanto a partir de datos de fuentes secundarias oficiales, como de las respuestas a una encuesta a personas residentes en Cataluña. En primer término, la recogida de datos a partir de fuentes secundarias oficiales se ha realizado con el fin de analizar la evolución del turismo en Barcelona y encontrar evidencias del fuerte crecimiento del turismo, mediante indicadores económicos y demográficos que corroboren la presencia del fenómeno del sobreturismo en la ciudad. Para ello, se han consultado los datos que sobre la actividad turística ofrecen el Ayuntamiento de Barcelona y

el Observatorio del Turismo en Barcelona, en concreto los relativos a pernoctaciones anuales, turistas que no pernoctan y turistas de proximidad. En cuanto a la encuesta, con el fin de llevarla a cabo conforme a los principios éticos que se deben contemplar en la actividad investigadora, así como a la normativa en este sentido, tanto del Grupo de Investigación que realizó el estudio, como de su universidad, se optó por realizar la encuesta exclusivamente a personas mayores de edad. Igualmente, en el encabezado de la encuesta se advertía que la cumplimentación del cuestionario implicaba la concesión del consentimiento para la utilización de los datos, con la salvaguarda, en todo caso, del anonimato de las personas encuestadas.

En concreto, la encuesta se ha efectuado, a través de diversos canales telemáticos, sobre una muestra de 270 personas mayores de edad residentes en Cataluña durante los meses de marzo y abril de 2024. Teniendo en cuenta que la población aproximada de individuos mayores de edad en este territorio es de 6.672.000 de personas (Instituto Nacional de Estadística, 2025), para un intervalo de confianza del 95% y una proporción de la población del 80% (la residencia en Cataluña era requisito ineludible), el error muestral del estudio es de  $\pm 4,77\%$ . La técnica utilizada para la elección de la muestra fue la del muestreo probabilístico aleatorio simple a partir del envío de la encuesta a población con acceso a diversos medios digitales y redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram y correo electrónico, principalmente).

El cuestionario estaba compuesto por 12 preguntas, redactadas a partir de otras recogidas en estudios similares consultados para la elaboración del *corpus teórico* de este estudio y divididas

en tres bloques (tabla 1). El primero de ellos delimitaba el perfil de las personas encuestadas (sexo, edad, nivel académico, situación laboral y lugar de residencia). La pregunta sobre el lugar de residencia tenía la condición de discriminante respecto a la participación en el estudio. Así, debido a la propia naturaleza de la investigación, con el fin de que sólo pudiesen realizar la encuesta las personas que fuesen susceptibles de poder llevar a cabo actividades relacionadas con el turismo de proximidad en Barcelona, se consideró requisito ineludible la residencia en Cataluña, por lo que quienes no cumplían esta condición no se les pedía que cumplimentasen el cuestionario. El segundo bloque estaba orientado a la realización del análisis descriptivo de los comportamientos y

preferencias de los encuestados como turistas de proximidad. Para ello se han evaluado tanto las motivaciones esgrimidas para visitar lugares de interés cerca del lugar de residencia como las razones para no hacerlo. Finalmente, el tercer bloque exploraba la relación, conocimiento previo y motivaciones de los participantes en el estudio en relación a determinados recursos turísticos de la ciudad de Barcelona. Con el objetivo de obtener una mayor validación del cuestionario, se ha recurrido a la realización de una consulta prospectiva (método Delphi) sobre el mismo, en la que han participado cinco personas profesionales del sector del turismo o de la comunicación, todas ellas con amplia experiencia en investigación académica sobre la materia.

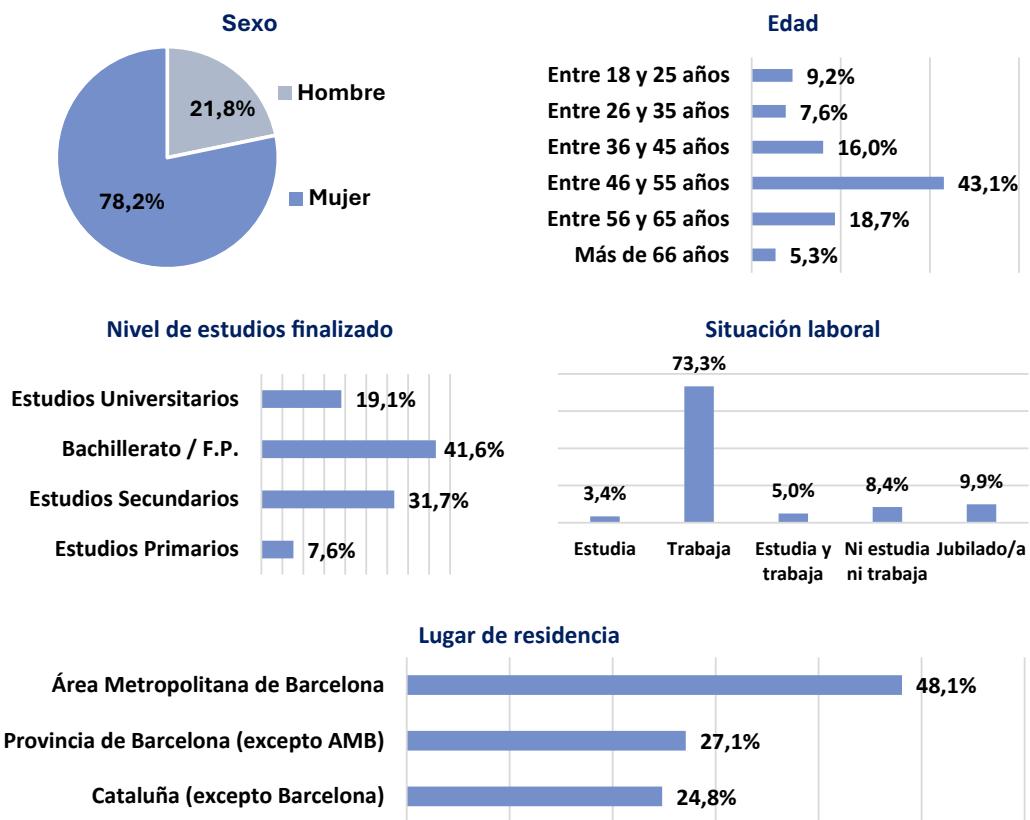
**Tabla 1.** Justificación y relevancia de los bloques incluidos en la encuesta

Bloque	Objetivo	Referencia
<b>Perfil sociodemográfico</b>	Conocer la posible correlación de variables de tipo sociodemográfico con las cuestiones objeto de estudio	Álvarez-Sousa (2021), Gutiérrez-Aragón <i>et al.</i> (2023), Fondevila-Gascón <i>et al.</i> , 2024
<b>Comportamiento como turistas de proximidad</b>	Verificar pautas de comportamiento y factores de motivación en la práctica del turismo de proximidad	Canavan (2013), Bertacchini, Nuccio y Durio (2021), Haro-Aragú y García-Mestanza (2021), Lebrun, Corbel y Bouchet (2021), Dot-Jutglà, Romagosa-Casals y Noguera-Noguera (2022)
<b>Relación turística con la ciudad de Barcelona</b>	Evaluar conocimiento y preferencias sobre determinados lugares de interés turístico de la ciudad de Barcelona, así como las motivaciones para visitarlos	Álvarez-Sousa (2021), Bishop, Pareja-Eastaway y Simó-Solsóna (2023), Crespi-Vallbona y Galeas-Ortiz (2024), Gutiérrez-Aragón <i>et al.</i> (2025)

El perfil de los encuestados que constituyen la muestra se compone de un 78,2% de mujeres y un 21,8% de hombres. Por edad, el 16,8% de los encuestados tiene entre 18 y 35 años, el 16% entre 36 y 45 años, el 43,1% entre 46 y 55 años y el 24% tiene 56 o más años. El 19,1% de los participantes en el estudio reconocen haber terminado estudios universitarios, un 41,6% estudios de bachillerato o formación profesional y el resto, un 39,3%, estudios de educación primaria o secundaria.

El 73,3% admite tener trabajo en el momento de la realización del trabajo de campo, el 8,4% está cursando estudios (ya sea compaginándolo con trabajo o no) y un 18,3% ni estudia ni trabaja (el 9,9% se encuentra en situación de jubilación, concretamente). En cuanto al lugar de residencia, un 48,1% vive en el Área Metropolitana de Barcelona, un 27,1% en la provincia de Barcelona exceptuando el área metropolitana y el 24,8% en el resto de Cataluña (Figura 1).

**Figura 1.** Perfil de la muestra (encuesta)



Tras la recolección, tabulación y codificación de los datos obtenidos a partir de la encuesta, se ha llevado a cabo un análisis de estadística descriptiva e inferencial univariado y bivariado con el programa IBM SPSS Statistics. La realización de pruebas de Chi Cuadrado, V de Cramer y p-valor ha permitido establecer la existencia de relaciones de significación entre las diversas variables que conformaban parte de la investigación. En este sentido, para la realización de la prueba de Chi-cuadrado, se ha comprobado que todas las celdas tenían frecuencias esperadas como mínimo de 5, con el fin de garantizar la validez de los resultados, pues por debajo esta distribución podría no resultar una buena aproximación en cuanto a la confiabilidad de los resultados (Paredes-Hernández *et al.*, 2022; Montaña *et al.*, 2025). En cuanto a la prueba de la V de Cramer, se ha tenido en consideración que la asociación es débil en valores por debajo de 0,2, moderada entre 0,2 y 0,6 y fuerte por encima de 0,6 (Arboleda-Serna *et al.*, 2024; Leal-Lizcano *et al.*, 2024).

## Resultados

### Resultados del análisis cuantitativo de los datos procedentes de fuentes secundarias

Los datos recogidos a partir de fuentes secundarias permiten encontrar evidencias contrastadas del fuerte incremento de la actividad turística que se ha producido en Barcelona desde el 1992, año de celebración de los Juegos Olímpicos en la ciudad, hasta la actualidad. Estos re-

sultados ayudan a respaldar la hipótesis de la existencia del fenómeno del sobreturismo en Barcelona, pues el número de turistas que pernoctaron en establecimientos hoteleros y viviendas de uso turístico pasaron de 1.874.873 en 1992 a 12.000.478 en 2019, el año anterior a la pandemia de COVID-19 en el que se alcanzó la suma más alta en este sentido, multiplicando por 6,4 veces la cifra del año olímpico (Ayuntamiento de Barcelona, 2024; Observatorio del Turismo en Barcelona, 2024 a).

En 2023, el último ejercicio del que se tienen cifras, este indicador llegó a las 11.232.852 de pernoctaciones. En todo caso, si se añadieran las pernoctaciones no realizadas en establecimientos hoteleros o turísticos (p.e. en casa de familiares o amigos) en el año 2023 el número de turistas alcanzó la cifra estimada de 15,6 millones de personas aproximadamente (Observatorio del Turismo en Barcelona, 2024 b).

Un indicador de gran relevancia para la investigación es el porcentaje estimado de turistas de proximidad que visita Barcelona provenientes de Cataluña (tabla 2). Los datos mensuales de este índice recogidos en 2023 señalan una media del 1,77% con respecto al total de turistas que visitan la ciudad, mostrando cierta estacionalidad, pues son relativamente más altos en los primeros meses del año y son particularmente bajos durante el mes de agosto (Observatorio del Turismo en Barcelona, 2024 c). En cualquier caso, representa, en todo momento, un porcentaje bastante pequeño con respecto al total de turistas de la ciudad.

**Tabla 2.** Porcentaje de turistas de proximidad (con origen en Cataluña) en la ciudad de Barcelona (datos mensuales 2023)

Mes	Porcentaje	Mes	Porcentaje
Enero	2,40%	Julio	1,76%
Febrero	2,19%	Agosto	0,54%
Marzo	2,88%	Septiembre	1,42%
Abril	1,17%	Octubre	2,01%
Mayo	1,71%	Noviembre	1,90%
Junio	2,08%	Diciembre	1,20%

Fuente: Observatorio del Turismo en Barcelona (2024 c)

### Resultados del análisis cuantitativo de estadística descriptiva

Los resultados del análisis de estadística descriptiva obtenidos a partir de los resultados de la encuesta realizada sobre una muestra de 270 personas mayores de edad residentes en Cataluña, señalan que un 83,6% de las personas encuestadas se mostraron propensas a visitar lugares de relevancia turística cercanos a su residencia habitual, mientras que un 16,4% manifiestan no tener interés en hacerlo, cifras que advierten de la relevancia del turismo de proximidad como una alternativa viable.

A las personas que expusieron el deseo de visitar estos lugares, se les preguntó por el perfil preferido de acompañantes en estos casos. El 43,8% optó por la familia, un 32,4% por la pareja, un 18,7% en compañía de amistades y un 3,7% de forma individual. A este grupo de personas se les pidió evaluar, mediante escalas de Likert del 1

al 5 (siendo 1 total desacuerdo y 5 total acuerdo), diversos factores de motivación para efectuar este tipo de turismo de proximidad. Los resultados advierten de que el factor de mayor motivación para los residentes en Cataluña al practicar este tipo de turismo es el deseo de explorar nuevos lugares (4,61 sobre 5), seguido del deseo de mantenerse activo/a (4,51), el interés por la historia del territorio (4,29) y el interés por el arte y la cultura (4,21). El factor que menos motivación suscita es acudir en compañía de otras personas (3,48) (tabla 3). En todo caso, los altos valores que presentan prácticamente la totalidad de los factores analizados ponen de manifiesto la viabilidad como opción de las actividades turísticas de proximidad.

**Tabla 3.** Factores de motivación para el turismo de proximidad

Ítems	Valor
Interés por la historia del territorio	4,29
Interés por el arte o la cultura	4,21
Deseo o curiosidad por explorar nuevos lugares	4,61
Deseo de mantenerse activo/a	4,51
Voluntad de acompañar a otra/s persona/s	3,48

A las personas que no manifestaron interés por las actividades turísticas de proximidad, se les solicitó la evaluación, mediante escalas de Likert del 1 al 5 (siendo 1 total desacuerdo y 5 total acuerdo), de diversas razones por las que rechazan o no desean practicar este tipo de turismo. El ítem de mayor peso en este sentido es el coste de las vi-

sitas (4,30 puntos sobre 5), un factor muy relevante, pues no sería trascendente si fuesen gratuitas. También tiene una gran influencia el problema de la masificación turística (4,21). Otras razones, en este caso de mucha menor relevancia, son la existencia de otros intereses o aficiones (3,60), la carencia de información o conocimientos sobre el lugar a visitar (3,35) y la falta de interés por cuestiones relativas al arte, la historia o el territorio (2,91) (tabla 4).

**Tabla 4.** Razones de rechazo del turismo de proximidad

Ítems	Valor
Falta de interés por el arte, la historia o el territorio	2,91
Interés en otro tipo de aficiones diferentes al turismo	3,60
Información escasa o falta de conocimientos sobre el lugar a visitar	3,35
Coste de la visita (se tendría interés si fuese gratuito)	4,30
Masificación turística	4,21

En el último bloque de la encuesta se interro-gaba a todas las personas encuestadas sobre sus conocimientos acerca de determinados recursos turísticos poco masificados de Barcelona, así como sus preferencias y motivaciones específicas para visitar la ciudad. Previamente, se habían seleccionado seis lugares susceptibles de recibir turistas de proximidad atendiendo a que fueran suscep-tibles de cumplir uno o varios de los objetivos estratégicos de este modelo de turismo (diversifi-

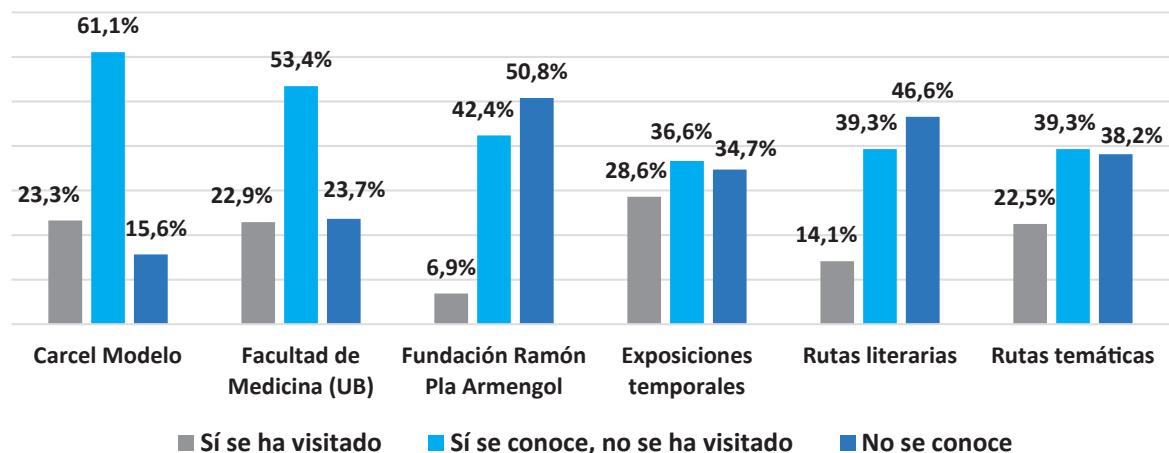
cación, descentralización, descongestión y deses-tacionalización), tal y como se apunta en diversos trabajos académicos previos (Milano, 2018; Man-silla-López y Hughes, 2021; Dot-Jutglà, Roma-gosa-Casals y Noguera-Noguera, 2022; Mendo-za-de-Miguel *et al.*, 2023). Estos recursos turísticos fueron la Cárcel Modelo, la Fundación Ramón Pla Armengol, la Facultad de Medicina de la Univer-sidad de Barcelona, las rutas temáticas de la ciu-dad (p.e. Ruta de los dragones y rosas de Barcelo-na), las rutas literarias (p.e. Ruta de Don Quijote en Barcelona) y las exposiciones temporales (p.e. Inteligencia Artificial, CCCB). Tan solo uno de es-tos lugares, la Fundación Ramón Pla Armengol, resultaba desconocida para más de la mitad de las personas que participaron en la encuesta (50,8%). También eran relativamente desconocidas las ru-tas literarias (46,6%), las rutas temáticas (38,2%) y las exposiciones temporales (28,6%). En todo caso, estas últimas, paradójicamente, eran las que ya habían visitado un mayor porcentaje de los encuestados (28,6%), seguidas de la Cárcel Mo-delo (23,3%) y la Facultad de Medicina de la UB (22,9%). A nivel global, los recursos más conoci-dos del listado propuesto, ya hubieran sido visita-dos o no, eran la Cárcel Modelo (84,4%) y la Facul-tad de Medicina de la UB (76,3%) (figura 2). Estos resultados sugieren, en su conjunto, la existencia de un amplio conjunto de alternativas en cuanto a lugares visitables en Barcelona (ya sea por un des-conocimiento previo de los mismos como por no haberlos visitado) en lo que concierne a prácticas de turismo de proximidad.

Igualmente, se les preguntó (en la modalidad de respuesta múltiple) cuáles de estos recursos turísticos desearían visitar o revisitar, en el caso

de que ya lo hubiesen hecho, siendo las rutas temáticas el escogido por un mayor número de personas encuestadas (52,3%), seguido de las rutas literarias (46,9%), la Cárcel Modelo (43,5%), las exposiciones temporales (39,3%), la Facultad de

Medicina de la UB (29,4%) y la Fundación Ramón Pla Armengol (18,3%). Cabe señalar que un 8,8% de los participantes en el estudio manifestaron no tener interés por visitar ninguno de los recursos turísticos propuestos.

**Figura 2.** Conocimiento previo y visitas a diversos recursos turísticos de Barcelona



Por último, se requirió su evaluación, a través de escalas de Likert del 1 al 5 (siendo 1 total desacuerdo y 5 total acuerdo), de cuatro factores de motivación para realizar en mayor medida actividades de turismo de proximidad en la ciudad de Barcelona. Corroborando los resultados de una de las cuestiones anteriores, el factor más motivante para las personas encuestadas fue la gratuidad de lugares de interés en Barcelona (4,60 puntos sobre 5). Del mismo modo, también resultaron bastante

relevantes como factores de motivación la tenencia de más tiempo libre para poder hacer las visitas (4,36), la disposición o la recepción de una mayor información sobre los recursos turísticos y la existencia de lugares libres de la masificación turística (4,34) (tabla 5). Los altos valores que presentan en su conjunto los resultados recogidos sobre estos ítems muestran la gran importancia que para el turista de proximidad tienen factores como el coste, el tiempo o el poder evitar los lugares masificados.

**Tabla 5.** Factores de motivación para el turismo de proximidad en Barcelona

Ítems	Valor
Disposición o recepción de más información sobre los lugares a visitar	4,35
Disposición de mayor cantidad tiempo libre para hacer turismo de proximidad	4,36
Gratuidad de las visitas a los recursos turísticos	4,60
Lugares a visitar libres de turismo masificado	4,34

#### Resultados del análisis cuantitativo de estadística bivariada

Una vez realizado el análisis descriptivo de los datos obtenidos en la encuesta, se ha explorado la posible existencia de relaciones significativas entre los diversos ítems que conforman el perfil sociodemográfico de los participantes en la investigación y el resto de las variables utilizadas en el estudio.

Los resultados obtenidos señalan, en primer término, la existencia de una relación significativa entre el *Nivel de estudios finalizado* y el *Interés de visitar lugares de relevancia turística cercanos a la residencia habitual*. Aunque la relación es débil ( $\text{Chi-cuadrado} = 0,177$ ,  $p = 0,016$ ), se puede observar como este interés crece a medida que se tiene un mayor nivel formativo (77,7% en personas con estudios de educación secundaria, 83,5% con Bachillerato o formación profesional y 96% con estudios universitarios). Por contra, no se observa una

relación significativa dentro de la muestra entre la variable *Lugar de residencia* y el *Interés de visitar lugares de relevancia turística cercanos a la residencia habitual* ( $\text{Chi-cuadrado} = 0,065$ ,  $p = 0,799$ ). De hecho, no existe una gran diferencia entre quienes residen dentro del Área Metropolitana de Barcelona (84%) y quienes lo hacen en el resto del territorio de Cataluña (82,7%). No se encontraron tampoco relaciones de significación entre el *Interés de visitar lugares de relevancia turística cercanos a la residencia habitual* y las variables *Sexo*, *Edad* y *Situación laboral*. En cualquier caso, a pesar de haber identificado correlación entre el interés de visitar lugares de relevancia turística cercanos a la residencia habitual con el nivel de estudios, los valores de este ítem resultan lo suficientemente altos en general como para poder inferir un alto grado de viabilidad para el turismo de proximidad en Barcelona.

Por otro lado, atendiendo a los objetivos de la investigación, se procedió a cruzar las variables que conformaban el perfil sociodemográfico de las personas encuestadas con los *Factores de motivación para incrementar el interés de practicar turismo de proximidad en Barcelona*. No pudo encontrarse ninguna relación significativa las variables *Sexo*, *Edad*, *Situación laboral* y *Lugar de Residencia*. Con respecto al *Nivel de estudios finalizado* se observa una relación significativa, aunque débil, con respecto a la *Disposición o recepción de más información sobre los lugares a visitar* ( $V$  de Cramer = 0,144,  $p = 0,028$ ) y a la existencia de *Lugares libres de turismo masificado* ( $V$  de Cramer = 0,149,  $p = 0,020$ ), siendo, en ambos casos, mayor la motivación a medida que el nivel de estudios finalizados es más alto (tabla 6). Del mismo modo que en el caso anterior, a pesar de

haber identificado solamente correlación entre los distintos factores de motivación para incrementar el interés por el turismo de proximidad en Barcelona y el nivel de estudios, los altos valores que, en general, reflejan la práctica totalidad de perfiles encuestados con respecto a la disposición o recepción

de más información, la disposición de mayor cantidad tiempo libre para este tipo de turismo, la gratuitad de las visitas o la escasa masificación de los lugares visitables, también contribuyen a conseguir un alto nivel de viabilidad para las actividades turísticas de proximidad en Barcelona.

**Tabla 6.** Nivel de estudios finalizado\*Factores de motivación para incrementar el interés de practicar turismo de proximidad en Barcelona

	V de Cramer	p-valor
Disposición o recepción de más información sobre los lugares a visitar	0,144	0,028
Disposición de mayor cantidad tiempo libre para hacer turismo	0,101	0,256
Gratuidad de las visitas a los recursos turísticos	0,092	0,345
Lugares a visitar libres de turismo masificado	0,149	0,020

## Conclusiones

El principal objetivo de la presente investigación era analizar la viabilidad del turismo de proximidad para la ciudad de Barcelona como una de las apuestas que pueda permitir concretar o aproximarse a un modelo más sostenible. De igual manera, se pretendía identificar los principales factores motivacionales para practicar este tipo de turismo por parte de la población residente en Cataluña o las razones para rehusar hacerlo. Para ello, se ha utilizado una combinación de diversas metodologías de tipo cuantitativo, pues se entiende que esta técnica, en estudios del área de las ciencias sociales y del turismo, permite obtener una visión más completa del tema objeto de análisis (Fondevila-Gascón *et al.*, 2024; Alabart-Algueró *et al.*, 2025).

Los datos de fuentes oficiales sobre el turismo en la ciudad de Barcelona revelan una realidad próxima a la saturación (sobreturismo), pues, desde el año 1992, el número de pernoctaciones anuales se ha multiplicado por 6,4 veces (Ayuntamiento de Barcelona, 2024; Observatorio del Turismo en Barcelona, 2024 a). Esta situación suscita la necesidad de establecer regulaciones turísticas y elaborar planes estratégicos que promuevan un modelo de turismo más sostenible para la ciudad en el largo plazo, considerando los requerimientos tanto de sus residentes como de las personas que visitan la ciudad (Picó-Gutiérrez *et al.*, 2022; Liberatore *et al.*, 2023). Este nuevo modelo, en aras de su sostenibilidad, debe tener presente entre sus objetivos estratégicos la diversificación, la descentralización, la descongestión y la desestacio-

nalización de la actividad turística (Milano, 2018; Dot-Jutglà *et al.*, 2022). Partiendo de esta premisa, una apuesta firme y decidida por fomentar el turismo de proximidad contribuiría en parte a reordenar la actividad turística de la ciudad, a través de la puesta en valor de lugares menos conocidos, tratando de reducir paulatinamente las externalidades negativas que genera dicha actividad y descongestionar los principales recursos turísticos (Díaz-Soria, 2016; Bishop *et al.*, 2023; Brochado *et al.*, 2023). En todo caso, cabe tener en cuenta que este apenas representa el 1,77% del total de la cifra de turistas que recibe Barcelona cada año, por lo que, aunque este indicador no incluya a los visitantes que no pernoctan en la ciudad, existe un amplio margen de mejora en este sentido, atrayendo en mayor medida a un visitante de proximidad que favorezca una gradual reversión de los efectos socioeconómicos, culturales y ambientales más perniciosos del turismo masivo (Mansilla-López y Hughes, 2021; Mendoza-de-Miguel *et al.*, 2023; Observatorio del Turismo en Barcelona, 2024 c).

Los hallazgos obtenidos en la investigación señalan que los principales factores de motivación para practicar el turismo de proximidad por parte de la población residente en Cataluña son el deseo de explorar nuevos lugares, la disposición a realizar actividades, el interés por la historia del territorio y el interés por el arte y la cultura (Spadaro *et al.*, 2023; Izcara-Conde y Cañada-Mullor, 2020; Sánchez-Franco y Rey-Tienda, 2024). Entre los factores que impactan de forma negativa, desincentivando este tipo de turismo, los resultados apuntan al coste de las visitas y la masificación turística, principalmente (Koens *et al.*, 2018; Milano, 2018). Para el caso concreto de Barcelona, los

principales factores que determinan la decisión de llevar a cabo actividades turísticas de proximidad en la ciudad son el coste de la visita y la disponibilidad de tiempo para ello (Spadaro *et al.*, 2023; Sánchez-Franco y Rey-Tienda, 2024). La investigación determinó, igualmente, que un más alto nivel de estudios favorece una mayor motivación hacia la realización de visitas de proximidad en Barcelona, especialmente si se dispone de suficiente información sobre los lugares a visitar o no se produce masificación turística (Álvarez-Sousa, 2021; Gutiérrez-Aragón *et al.*, 2023).

Por otra parte, los resultados del estudio advierten de un interés muy mayoritario por parte de los residentes en Cataluña por el turismo de proximidad, visitando lugares cercanos a su lugar de residencia, por lo que, tanto para las empresas del sector como para las instituciones públicas responsables del turismo en Barcelona, este se convierte en una alternativa seria y sólida para reconducir la actividad turística de la ciudad aproximándola hacia un modelo más sostenible (Izcara-Conde y Cañada-Mullor, 2020; Álvarez-Sousa, 2021; Haro-Aragú y García-Mestanza, 2021). Los participantes en el estudio mostraron una gran predisposición hacia las visitas de recursos turísticos con un carácter más vernáculo, como la Cárcel Modelo, la Facultad de Medicina de la Universidad de Barcelona o la Fundación Ramón Pla Armengol, y hacia la realización de actividades en las que resulta más fácil interactuar de forma estrecha con la población local, como rutas literarias, rutas temáticas o exposiciones temporales (Canaan, 2013; Salvatore *et al.*, 2018; Bertacchini *et al.*, 2021). La predisposición que manifiesta en este potencial público-objetivo hacia las actividades

turísticas de proximidad deben entenderse, pues, como una oportunidad para la promoción de un modelo que aminore las consecuencias de problemas como la gentrificación o la turismofobia, implicando en ello a todas las partes interesadas en implementar un patrón turístico que resulte mucho más sostenible socialmente (Soliguer-Guix, 2023; Gutiérrez-Aragón *et al.*, 2023; Crespi-Vallbona y Galeas-Ortiz, 2024).

Entre las limitaciones a las que ha tenido que enfrentarse la puesta en marcha e implementación del estudio cabe resaltar la dificultad intrínseca que, a pesar de su interés, tiene en la actualidad la realización de estudios sobre materia turística en la ciudad de Barcelona, principalmente en cuanto a la recogida de datos, pues existe una manifiesta hostilidad del público local a participar en este tipo de investigaciones, a causa del crecimiento de la turismofobia derivada del fenómeno del sobreturismo, aquí ampliamente referido. Por otra parte, como toda investigación académica, este estudio ha contribuido a dar respuesta en gran medida a las cuestiones que planteaba en sus objetivos. Inevitablemente, de forma simultánea ha generado nuevos interrogantes que habrán de ser el punto de partida de futuras líneas de investigación que puedan ser de interés tanto para los académicos como para los profesionales del sector y las instituciones encargadas de velar por la regulación de la actividad turística. Entre estos nuevos campos de estudio se encuentran, por ejemplo, investigaciones basadas en análisis de tipo cualitativo, fundamentadas en la experiencia, conocimientos, opiniones y proyecciones de personas profesionales o expertas, conocedoras del sector y de sus fortalezas y problemáticas en profundidad.

Igualmente, sería de interés la realización de estudios comparativos con otras ciudades, territorios o regiones afectadas por el problema del sobreturismo con el fin de identificar pautas comunes y divergencias puntuales.

## Referencias

- Alabart-Algueró, J., Cuenca-Fontbona, J. y Gutiérrez-Aragón, Ó. (2025). El influencer desde la perspectiva de las relaciones públicas y su relevancia en el sector ecuestre. *Palabra Clave*, 28(S1), e28s18. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.s1.8>
- Álvarez-Sousa, A. (2021). La percepción de los problemas del *overtourism* en Barcelona. *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 26(1), 59-92. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2021.26.1.4>
- Arboleda-Serna, V.H., Vargas-Romero, A.V. y Gutiérrez-Macías, L. (2024). Actividad física y su relación con el consumo de alcohol, tabaco, y con variables asociadas a la salud mental en estudiantes universitarios: Un estudio transversal. *MH Salud*, 21(2), 82-101. <http://dx.doi.org/10.15359/mhs.21-2.19251>
- Ayuntamiento de Barcelona. (2024). Anuarios Estadísticos de la Ciudad de Barcelona.1996-2021. <https://is.gd/S1337X>
- Băndoi, A., Jianu, E., Enescu, M., Axinte, G., Tudor, S. y Firoiu, D. (2020). The relationship between development of tourism, Quality of life and sustainable performance in EU countries. *Sustainability*, 12(4), 1628. <https://doi.org/10.3390/su12041628>
- Bertacchini, E., Nuccio, M. y Durio, A. (2021).

- Proximity tourism and cultural amenities: Evidence from a regional museum card. *Tourism Economics*, 27(1), 187-204. <https://doi.org/10.1177/1354816619890230>
- Bishop, D., Pareja-Eastaway, M. y Simó-Solsona, M. (2023). The end of "Business as usual"? Reimagining Barcelona tourism after COVID-19. *Tourism Culture & Communication*, 23(2-3), 279-294. <https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683328>
- Blanco-Romero, A., Blàzquez-Salom, M., Morell, M. y Fletcher, R. (2019). Not tourism-phobia but urban-philia: Understanding stakeholders' perceptions of urban touristification. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2834. <https://doi.org/10.21138/bage.2834>
- 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>
- Bourliataux-Lajoinie, S., Dosquet, F. y Del-Olmo-Arriaga, J.L. (2019). The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 582-593. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0041>
- Brito-Henriques, E. (2021). COVID-19, turismo e sustentabilidade: tudo está interligado. *Finisterra, Revista Portuguesa de Geografia*, 55(115), 205-210. <https://doi.org/10.18055/Finis20311>
- Brochado, A., Rodrigues, P., Sousa, A., Borges, A. P., Veloso, M. y Gómez-Suárez, M. (2023). Resilience and sustainable urban tourism: Understanding local communities' perceptions after a crisis. *Sustainability*, 15(18), 13298. <https://doi.org/10.3390/su151813298>
- Butler, R.W., y Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: a review of failure. *Tourism Review*, 77(1), 35-53. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215>
- Butler, R.W. y Hart-Robertson, M. (2022) Gestión turística ¿asignatura pendiente? *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(2), 265-274. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.019>
- Camatti, N., Bertocchi, D., Carić, H. y Van-der-Borg, J. (2020). A digital response system to mitigate overtourism. The case of Dubrovnik. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(8-9), 887-901. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1828230>
- Canavan, B. (2013) The extent and role of domestic tourism in a small island: the case of the Isle of Man. *Journal of Travel Research*, 52(3), 340-352. <https://doi.org/10.1177/0047287512467700>
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. y Amanduzzi, A. (2019). Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. *Sustainability*, 11(12), 3303. <https://doi.org/10.3390/su11123303>
- Crespi-Vallbona, M. y Galeas-Ortiz, S. (2024). Evolución y retos de los destinos turísticos airbnbificados: el caso de Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 100. <https://doi.org/10.21138/bage.3430>
- Dhiraj, A. y Kumar, S. (2021). Overtourism: Causes, impacts and solution. En A. Sharma y A. Hassan (eds.). *Overtourism as Destina-*

- tion Risk (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations) (pp. 49-56). Emerald. <https://doi.org/10.1108/978-1-83909-706-520211004>
- Díaz-Parra, I. y Sequera, J. (2021). Introducción al número especial "Turistificación y transformación urbana. Debates sobre la especialización turística y sus consecuencias socioespaciales". *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 6-12. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.14067>
- Díaz-Soria, I. y Llurdés-Coit, J.C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, 32, 65-88. <https://is.gd/1NpcHi>
- Díaz-Soria, I. (2016). Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. *Tourism Geographies*, 19(1), 96-117. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214976>
- Dot-Jutglà, E., Romagosa-Casals, F. y Noguera-Noguera, M. (2022). El incremento del turismo de proximidad en Cataluña en el verano de 2020: una oportunidad para la consolidación del turismo rural como forma de turismo sostenible y segura. *Investigaciones Turísticas*, 23, 165-185. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.8>
- Fondevila-Gascón, J.F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Moreno-Arrones-Iglesias, P. y Alabart-Algueró, J. (2024). Estrategias de marketing para la Generación Silver en España: factores de éxito. *Revista de Comunicación*, 23(2), 91-106. <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3538>
- Fyall, A. y Garrod, B. (2020). Destination management: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 165-169. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0311>
- Genç, K., Türkay, O. y Ulema, Ş. (2022). Tourism gentrification: Barcelona and Venice. *Turismo y Sociedad*, 31, 125-140. <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.06>
- Godovskykh, M., Ridderstaat, J. y Fyall, A. (2023). The well-being impacts of tourism: Long-term and short-term effects of tourism development on residents' happiness. *Tourism Economics*, 29(1), 137-156. <https://doi.org/10.1177/13548166211041227>
- Guitart-Casalderrey, N., Alcalde-García, J., Pi-tarch-Mach, A. y Vallvé-Fernández, Ó. (2019). De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *Ara: Revista de Investigación en Turismo*, 8(2), 25-34. <https://doi.org/10.1344/ara.v8i2.21980>
- Gutiérrez-Aragón, Ó., Gassiot-Melian, A. y Martín-Guerrero, L. (2023). Impacto del turismo deportivo sobre la masa social y la economía de un club de fútbol. El caso del F.C. Barcelona. *Investigaciones Turísticas*, 26, 183-206. <https://doi.org/10.14198/INTURI.23073>
- Gutiérrez-Aragón, Ó., Gassiot-Melian, A., Alabart-Algueró, J. y Campos-Roig, M. (2025). Análisis holístico de la comunicación interna y externa de los grupos castelleros. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(1), 243-258. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.016>
- Haini, H. y Loon, P.W. (2023). Tourism dependency and residents' happiness. *Annals of Tourism Research*, 101, 103580. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103580>

- Haro-Aragú, M., y García-Mestanza, J. (2021). Metamorfosis del turismo y transformaciones urbanas: hacia el desarrollo de un modelo de turismo sostenible. *Kult-ur*, 8(15), 35-65. <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.1>
- Herrera-Rivas, K.K. y Vilema-Herrera, K.E. (2022). Comunicación e imagen turística, sinergia para el desarrollo de los destinos comunitarios rurales. *Scripta Mundi*, 1(1), 21-33. <https://doi.org/10.53591/scmu.v1i1.521>
- Ianioglo, A. y Rissanen, M. (2020). Global trends and tourism development in peripheral areas. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(5), 520-539. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1848620>
- Instituto Nacional de Estadística (2025). Población residente por fecha, sexo y edad. Resultados por Comunidades Autónomas. <https://is.gd/GxI64R>
- Izcara-Conde, C. y Cañada-Mullor, E. (2020). Slow tourism, una oportunitat per a la transformació del turisme? *Tourism & Heritage Journal*, 2, 110-122. <https://doi.org/10.1344/THJ.2020.2.8>
- Jangra, R., Kaushik, S.P., Singh, E., Kumar, P. y Jangra, P. (2024). The role of transportation in developing the tourism sector at high altitude destination, *Kinnaur. Environment, Development and Sustainability*, 26(4), 9369-9395. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03099-y>
- Koens, K., Postma, A. y Papp, B. (2018). Is over-tourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Koh, E. (2020). The end of over-tourism? Opportunities in a post-Covid-19 world. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1015-1023. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2020-0080>
- Kumar, N. y Kumar, R.R. (2020). Relationship between ICT and international tourism demand: A study of major tourist destinations. *Tourism Economics*, 26(6), 908-925. <https://doi.org/10.1177/13548166198580>
- Leal-Lizcano, D., Fuentes-Polo, K.D. y Muñoz-Contreras, A.M. (2024). Relación entre los conocimientos de nutrición, las fuentes de información y las prácticas alimentarias de personas físicamente activas que asisten a los gimnasios en Magangué, Colombia. *Pensar en Movimiento, Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud*, 22(2), e59286. <https://doi.org/10.15517/pensarmov.v22i2.59286>
- Lebrun, A.M., Corbel, R. y Bouchet, P. (2021). Impacts of COVID-19 on travel intention for summer 2020: a trend in proximity tourism mediated by an attitude towards COVID-19. *Service Business*, 16, 469-501. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00450-z>
- Liberatore, G., Biagioli, P., Ciappei, C. y Francini, C. (2023). Dealing with uncertainty, from overtourism to overcapacity: A decision support model for art cities: The case of UNESCO WHCC of Florence. *Current Issues in Tourism*, 26(7), 1067-1081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2046712>
- Lucas-Mantuano, C.A. (2024). Emprendimientos turísticos y su aporte al crecimiento económico de la ciudad de Manta. *Scripta Mundi*, 3(2), 61-75. <https://doi.org/10.53591/scmu.v3i2.1876>

- Mansilla-López, J.A. y Hughes, N. (2021). "En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia". Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona. *Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 30, 30-52. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i30.623>
- Manzini-Marchesi, L. (2022). La tríada patrimonio público, paisaje cultural y turismo de proximidad del área metropolitana de Mendoza. *Ciencia Latina, Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1083-1112. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1941](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1941)
- Mendoza-de-Miguel, S., De-la-Calle-Vaquero, M. y Martínez-Parra, B. (2023). Gestión del overtourism en centros históricos mediante demarketing. *Investigaciones Turísticas*, 25, 196-219. <https://doi.org/10.14198/INTUR.21487>
- Milano, C. (2018). *Overtourism*, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3) 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Milano, C., Cheer, J.M. y Novelli, M. (2019). Introduction. En C. Milano, J.M. Cheer y M. Novelli (eds.). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism* (pp. 1-17). CABI. <https://is.gd/wzYV83>
- Montaña, R.M., Roco-Videla, Á., Nieves, A.R. y Flores, S.V. (2025). Prueba de Chi cuadrado de homogeneidad en estudios clínicos: una herramienta para analizar diferencias entre tratamientos. *Medicina de Familia. SEMERGEN*, 51(1), 102332. <https://doi.org/10.1016/j.semerg.2024.102332>
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M.V. y Hernández-Lara, A.B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377. <https://doi.org/10.3390/su11051377>
- Observatorio del Turismo en Barcelona (2024 a). Destino Barcelona. Últimos datos de seguimiento de la actividad turística. <https://is.gd/CHS0uK>
- Observatorio del Turismo en Barcelona (2024b). El Destino Barcelona cierra el año 2023 con 26 M de turistas y un impacto económico del gasto directo de 12.750 M de euros. <https://is.gd/nEOOza>
- Observatorio del Turismo en Barcelona (2024c). Perfil mensual del turista a la Destinació Barcelona. <https://is.gd/qQGas3>
- Ortiz-Guitart, A., López-Gay, A., Sales-Favà, J. y Solana-Solana, M. (2021). La gentrificación desde una mirada de género: un ejemplo en Barcelona. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, 53(210), 945-962. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.210.03>
- Ortuño, A. y Jiménez, J.L. (2019). Economía de plataformas y turismo en España a través de Airbnb. *Cuadernos Económicos de ICE*, (97), 133-153. <https://doi.org/10.32796/cice.2019.97.6800>
- Paredes-Hernández, S.P., Castillo-Leal, M., Saavedra-García, M.L. y Martínez-Castro, C.J. (2022). Factores socioculturales y emprendimiento femenino en Saltillo (Coahuila) y Oaxaca de Juárez (Oaxaca), México 2019-2020. *Suma de Negocios*, 13(29), 140-149. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2022.V13.N29.A7>

- Perles-Ribes, J.F., Moreno-Izquierdo, L., Más-Ferrando, A., Rubia, A. y Núñez-Romero, M. (2024). Methodological proposal to determine explosive tourism growth: a warning for unsustainable development? *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2360693>
- Perkumiene, D. y Pranskuniene, R. (2019). Overtourism: between the right to travel and residents' rights. *Sustainability*, 11(7), 2138. <https://doi.org/10.3390/su11072138>
- Picó-Gutiérrez, V., Sánchez-Aguilera, D. y Coll-Ramis, M.A. (2022). Políticas públicas y overtourism en destinos urbanos: un análisis comparado entre Barcelona y Palma. *Cuadernos de Turismo*, 49, 189-207. <https://doi.org/10.6018/turismo.521871>
- Ruiz-Romera, A., Villar-Lama, A. y Fernández-Tabales, A. (2023). Overtourism en destinos urbanos: propuesta metodológica de diagnóstico a partir de un sistema de indicadores. *Cuadernos de Turismo*, 52, 45-67. <https://doi.org/10.6018/turismo.593421>
- Salvatore, R., Chiodo, E. y Fantini, A. (2018) Tourism transition in peripheral rural areas: theories, issues and strategies. *Annals of Tourism Research*, 68, 41-51. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.11.003>
- Sánchez-Franco, M.J. y Rey-Tienda, S. (2024). The role of user-generated content in tourism decision-making: an exemplary study of Andalusia, Spain. *Management Decision*, 62(7), 2292-2328. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2023-0966>
- Santos, A. y Cincera, M. (2018). Tourism demand, low cost carriers and European institu-tions: The case of Brussels. *Journal of Transport Geography*, 73, 163-171. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2018.04.026>
- Santos-Rojo, C., Llopis-Amorós, M., y García-García, J.M. (2023). Overtourism and sustainability: A bibliometric study (2018–2021). *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122285. <https://doi.org/10.1016/j.technfore.2022.122285>
- Spadaro, I., Pirlone, F., Bruno, F., Saba, G., Pog-gio, B. y Bruzzone, S. (2023). Stakeholder participation in planning of a sustainable and competitive tourism destination: The Genoa integrated action plan. *Sustainability*, 15(6), 5005. <https://doi.org/10.3390/su15065005>
- Seraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M. y Lo-rey, T. (2019). Limitations of Trexit (tourism exit) as a solution to overtourism. *World-wide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 566-581. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0037>
- Solíguer-Guix, A. (2023). Turismofobia en Barcelo-na (2008-2019): Exploración del asedio mediático y la protesta turística. *Estudios Tu-rísticos*, 226, 53-76. <https://doi.org/10.61520/et.2262023.1217>
- Tesfahuney, M. y Ek, R. (2024). The Tourismocene: Barcelona, overtourism and the spatial fu-tures of the Polis. En L.E. Eaves, H.J. Nast y A.G. Papadopoulos (eds.). *Spatial futures: Difference and the Post-Anthropocene* (pp. 345-374). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-9761-9\\_11](https://doi.org/10.1007/978-981-99-9761-9_11)
- Torres-Ochoa, E., Pineda-Vides, F., Dede-Badillo, J.D., Andrade-Perez, J.R., y Mier-Tous, J.M.

- (2023). Revisión preliminar de la literatura sobre la capacidad de carga en playas del Pacífico y Caribe colombiano. *Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*, 5(2), 31-39. <https://doi.org/10.17981/bilo.5.2.2023.03>
- Torres-Solé, T., Sala-Ríos, M. y Farré-Perdiguer, M. (2019). Del primer al segundo plan estratégico de turismo en Cataluña. *Cuadernos de Turismo*, 44, 441-465. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404971>
- Uddin, H., Ahammed, S., Rana, M.M. y Majumder, S.C. (2024). Investigating the relationship between environmental quality and tourism industry in Thailand. *Environment, Development and Sustainability*, 26(5), 12339-12365. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03801-0>
- Velasco-González, M., y Carrillo-Barroso, E. (2021). The short life of a concept: tourism-phobia in the Spanish media. Narratives, actors and agendas. *Investigaciones Turísticas*, 22, 1-23. <https://doi.org/10.14198/INTUR2021.22.1>
- Zaar, M.H. (2022). De las ciudades turistificadas al escenario pandémico: la paradoja de la globalización. *Papeles de Geografía*, 68, 6-25. <https://doi.org/10.6018/geografia.525731>