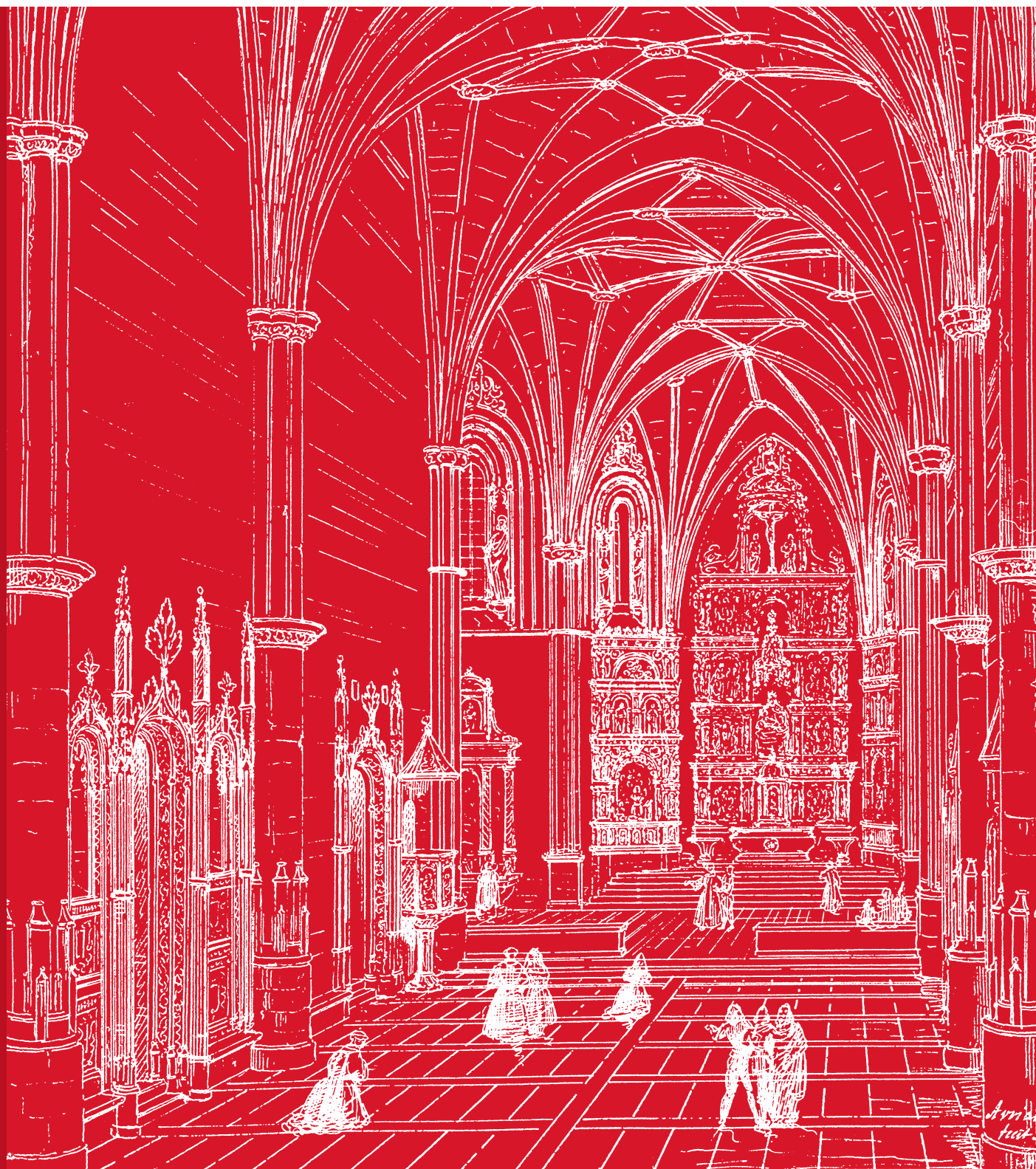


# BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº 3 SEPTIEMBRE 2011

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAOEGOVIA ILUMINA EL CIELO

## PRINCIPALES DATOS TURÍSTICOS DEL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2.011 EN SEGOVIA

En este número del boletín del Observatorio Turístico de Segovia se recopilan, comparan y analizan los datos estadísticos de los principales receptores del turismo en la ciudad. Abarca los seis primeros meses del año 2.011, donde es visible el aumento del número de personas que llegan a la ciudad. Este lento aumento, sin embargo, denota también el peso de la crisis que desde 2.008 afecta a la economía mundial. Aunque la llegada de visitantes es importante, no lo es tanto el gasto realizado en destino, puesto que el tiempo de estancia en la ciudad ha disminuido y, en consecuencia, el consumo de pro-

ductos y servicios es inferior al de años precedentes. Es decir, ha aumentado el excursionismo, sobre todo entre nuestros visitantes nacionales.

Las encuestas realizadas entre los usuarios de productos de Turismo de Segovia, sirven de ayuda para conocer el comportamiento de visitantes y el grado de satisfacción obtenido.

Cada vez es mayor el número de personas que se informan en Internet aunque aún están quienes demandan información vía postal, dato que también recoge este boletín.

Las webs más consultadas y los lugares desde los que los usuarios se conectan, igualmente se analizan. Se da la circunstancia de que los países que mayor número de consultas realizan por correo electrónico o postal, son también quienes mayor presencia tienen en la ciudad. Es decir, pasan de ser turistas potenciales a visitantes efectivos.

Este boletín pretende facilitar información útil a los profesionales del sector y a personas relacionadas con el mundo del turismo en general.

## SUMARIO

1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE .....	3
2. CONSULTAS A LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GESTIONADAS POR LA E.M.T. DE SEGOVIA .....	3
3. CONSULTAS A LA OFICINA DE TURISMO GESTIONADA POR LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA .....	4
4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS .....	5
5. LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA .....	6
6. PRINCIPALES PROCEDENCIAS DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA .....	7
7. CONSULTAS A LAS WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA .....	9
8. ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA WEB DE TURISMO DE SEGOVIA .....	10
9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE VISITAS GUIADAS .....	12
10. CONSULTAS POR CORREO POSTAL .....	13
11. CONCLUSIONES .....	14

## 1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE

La encuesta de ocupación hotelera que publica mensualmente el Instituto Nacional de Estadística analiza el número de viajeros nacionales e internacionales y las pernoctaciones que realizan en los establecimientos de Segovia.

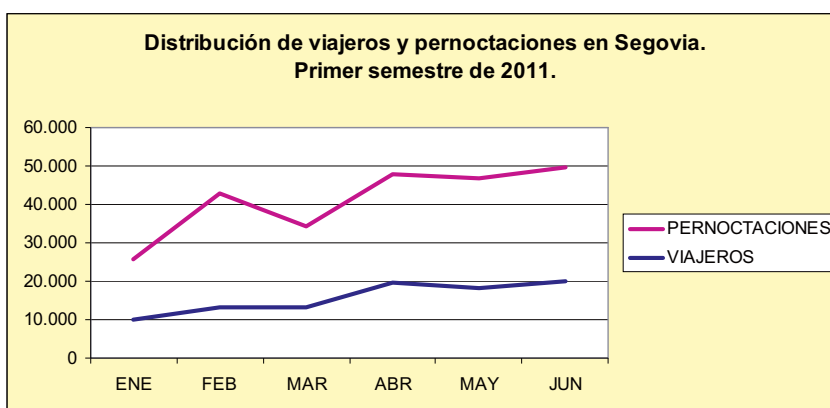
En el primer semestre del año 2.011 Segovia ha registrado un total de 94.403 viajeros nacionales y extranjeros que han realizado 144.221 pernoctaciones. Estos datos, comparados con los del año pasado, suponen un aumento del 5,2% en la llegada de visitantes a la ciudad y un 2,6% en el caso de las pernoctaciones.

Los datos del mes de marzo, comparados con los obtenidos en 2.010, presentan un descenso considerable al no haber coincidido este año Semana Santa en este mes. Por el contrario, el mes que mejores resultados arroja es el de junio, en el que aumentan tanto visitantes como pernoctaciones.

El gráfico muestra claramente el aumento paulatino que, a partir del mes de marzo, están experimentando tanto los viajeros que llegan a Segovia como las pernoctaciones que realizan. Hay un pico que desciende notoriamente en marzo, para ir aumentando progresivamente en el segundo trimestre (de abril a junio) del año. Sin embargo la estancia media realizada en la ciudad, sigue sin alcanzar los dos días de duración.

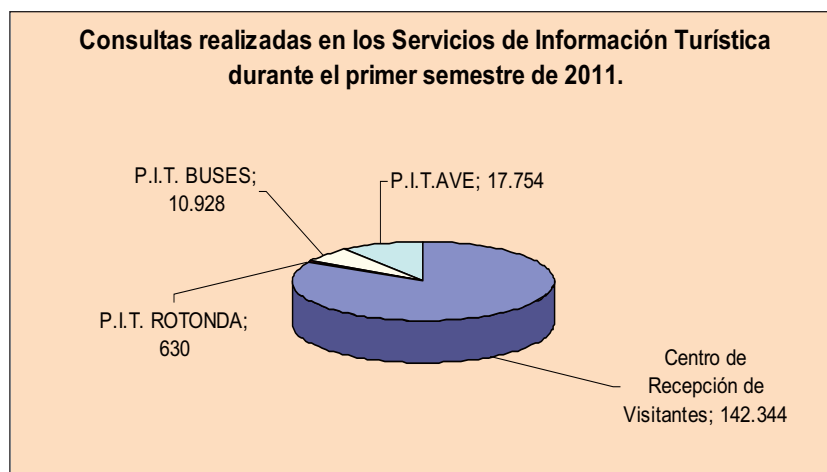
Viajeros y Pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa Primer Semestre 2010-2011						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010
Enero	8.579	9.987	1.408	13.596	15.800	2.204
Febrero	11.352	13.190	1.838	17.284	20.721	3.437
Marzo	15.599	13.157	-2.442	24.326	21.136	-3.190
Abril	17.356	19.733	2.377	27.573	28.301	728
Mayo	19.206	18.257	-949	30.620	28.575	-2.045
Junio	17.599	20.079	2.480	27.079	29.688	2.609
<b>TOTAL</b>	<b>89.691</b>	<b>94.403</b>	<b>4.712</b>	<b>140.478</b>	<b>144.221</b>	<b>3.743</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

## 2. CONSULTAS A LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA.



Fuente: Turismo de Segovia

Durante el mes de mayo, el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) estrenó imagen, al sustituir los antiguos paneles que lo decoraban por nuevas fotografías de la ciudad y la provincia, que le confieren un aire nuevo y más atractivo y hacen más visibles los servicios que se prestan. Aparecen bien diferenciados los distintos departamentos del Centro: el mostrador central de información turística sobre la ciudad, el de la Central de Reservas, el de información de la provincia (cedido al Patronato Provincial de Turismo de Segovia), la zona audiovisual o la tienda.

En cuanto a datos estadísticos, como es habitual, el CRV es el que mayor número de visitantes recibe. En los seis

meses que aborda este boletín ha registrado un total de 142.234 consultas, lo que supone un 0,8% menos que el año pasado. Es decir, que prácticamente los datos se mantienen estables en relación al mismo periodo del 2.010. El descenso más acusado aparece en abril, mes de celebración de la Semana Santa y que, a pesar de que este año se celebró a finales del mes, las condiciones meteorológicas fueron adversas.

El único centro que ha incrementado positivamente la cifra de consultas atendidas, ha sido el P.I.T. de la Estación de AVE, con un 30% con respecto al año 2.010.

El P.I.T. de la Estación de Autobuses ha descendido en 270 consultas, aunque mantiene datos similares en ambos años.

En último lugar se encuentra el P.I.T. de la Rotonda del Pastor que al permanecer cerrado cuatro de los seis meses estudiados, sus resultados son inferiores a los del año pasado.

El mes de abril (Semana Santa) es el de mayor afluencia en todos los centros. Le sigue mayo, mes en el que se contabiliza el mayor número de viajeros en

Estadísticas totales en los P.I.T de Turismo de Segovia. De enero a junio 2011.						
	C.R.V			P.I.T. Estación del tren AVE		
	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010
Enero	9.318	10.966	1.648	1.330	1.539	209
Febrero	11.448	15.576	4.128	1.390	2.174	784
Marzo	21.102	19.199	-1.903	2.383	2.654	271
Abril	37.321	31.741	-5.580	2.800	3.976	1.176
Mayo	36.842	37.431	589	3.062	3.945	883
Junio	27.477	27.321	-156	2.555	3.466	911
<b>TOTAL</b>	<b>143.508</b>	<b>142.234</b>	<b>-1.274</b>	<b>13.520</b>	<b>17.754</b>	<b>4.234</b>
	P.I.T. Estación de Autobuses			P.I.T. Rotonda del Pastor		
	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010
Enero	934	1.125	191	215	19	-196
Febrero	1.026	1.331	305	153		-153
Marzo	2.007	1.553	-454	342		-342
Abril	2.582	2.900	318	557	611	54
Mayo	2.576	2.084	-492	379		-379
Junio	2.073	1.935	-138	435		-435
<b>TOTAL</b>	<b>11.198</b>	<b>10.928</b>	<b>-270</b>	<b>2.081</b>	<b>630</b>	<b>-1.451</b>

Fuente: Turismo de Segovia

grupo que aprovechan el buen tiempo y el final del año escolar para realizar su visita a Segovia. Llamen la atención los datos recogidos en el mes de fe-

brero, que han aumentado en todos los centros gestionados por la Empresa Municipal de Turismo aún siendo un mes de "temporada baja".

### 3. CONSULTAS A LA OFICINA DE TURISMO GESTIONADA POR LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA.

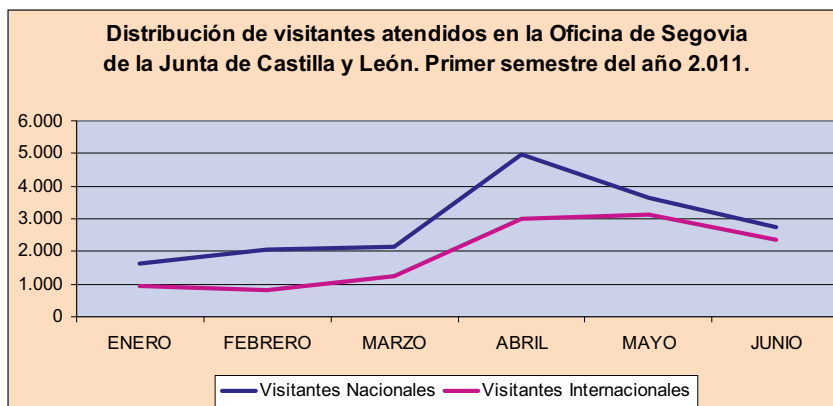
En la Plaza Mayor se encuentra la Oficina de Turismo que gestiona la Junta de Castilla y León a través de SOTUR, S.A. (Sociedad de Promoción del Turismo de Castilla y León). Desde enero hasta junio de 2.011, esta oficina ha registrado un total de 28.734 consultas. De ellas el 60% fueron realizadas por visitantes nacionales y el 40% por visitantes extranjeros.

Comparando estos datos con los del año anterior, resulta que los meses de marzo y abril han sufrido un descenso considerable. En el cómputo total y a pesar de que las cifras han aumentado el resto de meses, existe una diferencia de algo más de un millar de personas menos a las registradas el año pasado.

En el gráfico, las dos líneas son muy similares, pero los visitantes nacionales muestran una ligera supremacía frente a los internacionales. El pico más alto aparece en el mes de abril, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa. Mayo también refleja unos datos muy positivos pero es en el mes de junio, cuando se produce un

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA							TOTAL
Año 2011	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	2011
Nacionales	1.639	2.065	2.164	4.975	3.641	2.744	17.228
Extranjeros	954	812	1.234	3.018	3.123	2.365	11.506
<b>TOTAL</b>	<b>2.593</b>	<b>2.877</b>	<b>3.398</b>	<b>7.993</b>	<b>6.764</b>	<b>5.109</b>	<b>28.734</b>

Fuente: SOTUR S.A.



Fuente: SOTUR S.A.

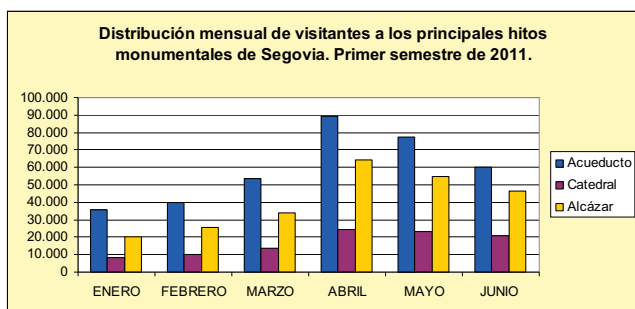
aumento de las cifras del 21,4% con respecto al año 2.010. Aún queda por estudiar el segundo cuatrimestre del año, pero a la vista de los datos de estos seis primeros meses, es proba-

ble que se acabe el año con cifras superiores, lo que hace suponer, que los efectos de la crisis económica, van remitiendo y el turismo vuelve a crecer en la ciudad, aunque de modo lento.

## 4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS DE SEGOVIA

Visitantes a los principales Hitos Monumentales de Segovia. Primer semestre 2011.			
MES/2011	Contador de Pax. en el CRV (Acueducto)	Catedral	Alcázar
ENERO	35.726	8.371	20.064
FEBRERO	39.682	10.154	25.510
MARZO	53.769	13.778	33.887
ABRIL	89.028	24.290	63.997
MAYO	77.178	23.474	54.902
JUNIO	60.351	20.632	46.534
<b>TOTAL 2011</b>	<b>355.734</b>	<b>100.699</b>	<b>244.894</b>

Fuente: Turismo de Segovia, Catedral y Alcázar de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia, Catedral y Alcázar de Segovia

### HITOS MONUMENTALES

Los hitos monumentales de Segovia son, sin lugar a dudas, el Acueducto, la Catedral y el Alcázar, aunque sólo los dos últimos son objeto de estudio. Para conocer el número de visitas que tiene el Acueducto, se toma como referencia el contador de personas que se encuentra en la puerta de acceso al Centro de Recepción de Visitantes. No puede en absoluto considerarse como un dato objetivo, pero al menos, servirá para obtener una aproximación con datos estadísticos reales.

Los tres referentes coinciden en el mes de abril con el mayor número de visitantes registrados. Este hecho es debido a las fechas de Semana Santa, que en 2.011 se celebró a mediados del mes. Hay que recordar que los datos referidos a la Catedral no recogen las personas que acceden a ella interior los días festivos, en los que la entrada al templo es gratuita.

El contador del Centro de Recepción de Visitantes ha contabilizado

355.734 personas, mientras que el Alcázar registró 244.894 y la Catedral 100.699. Por todo esto, podría deducirse que el hito monumental que mayor número de visitantes atrae a la ciudad es el Acueducto.

### MUSEOS

Los primeros meses de 2.011 muestran un comportamiento muy positivo en relación a las visitas recibidas por los museos de la ciudad. Todos han experimentado un aumento en el cómputo general, a pesar de que alguno ha descendido puntualmente algún mes.

El museo que registra mayor aumento de visitas es el museo Rodera-Robles que durante el mes de enero contabilizó más visitas que en el total del año 2.010. Este fenómeno se debe a la gran acogida que tuvo la exposición temporal sobre la "Calle Real" de Segovia.

También ha aumentado el número de visitas la Casa-Museo de Antonio

MUSEO DE SEGOVIA							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010	570	965	918	1.356	876	898	5.583
2011	850	1.179	986	1.172	861	753	5.801
DIFERENCIA	280	214	68	-184	-15	-145	218

MUSEO ZULOAGA							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010	304	362	478	491	440	333	2.408
2011	318	368	498	716	702	437	3.039
DIFERENCIA	14	6	20	225	262	104	631

CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010	358	391	639	667	443	320	2.818
2011	353	702	738	1.257	584	477	4.111
DIFERENCIA	-5	311	99	590	141	157	1.293

MUSEO RODERA-ROBLES							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010	249	143	128	157	100	174	951
2011	1.264	317	245	311	286	259	2.682
DIFERENCIA	1.015	174	117	154	186	85	1.731

CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010	297	692	678	980	978	513	4.138
2011	311	682	741	981	1.076	618	4.409
DIFERENCIA	14	-10	63	1	98	105	271

PUERTA DE SAN ANDRÉS							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010			309	523	274	203	1.309
2011	126	236	156	403	295	206	1.422
DIFERENCIA	126	236	-153	-120	21	3	113

MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2010							
2011	1.035	1.571	1.958	2.290	1.247	3.689	11.790
DIFERENCIA	1.035	1.571	1.958	2.290	1.247	3.689	11.790

Fuente: Turismo de Segovia, Museo de Segovia, Museo Zuloaga, Museo Rodera-Robles y Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente.

Machado con un 45,8% más que el año pasado.

El Museo de Segovia, aunque ha obtenido datos inferiores al año 2.010 en tres meses (de abril a junio), refleja en el cómputo general un ligero aumento del 4% ya que en el primer cuatrimestre del año, los datos registrados superaron a los del año pasado. Comportamiento similar muestra la Puerta de San Andrés que, a pesar de que descendieron sus visitas en marzo y abril y que en enero y febrero estuvo cerrada, el dato total del semestre se mantiene con cifras positivas.

El Museo de Arte Contemporáneo es el centro que mayor número de visitas recibe. Al no disponer de datos mensuales en el año 2.010, no es posible realizar inferencia alguna; aunque comparando las visitas totales del año pasado (15.103), es probable, a la vista de la cifra obtenida en este primer semestre, que el resultado de 2.011 supere con creces al anterior.

## 5. LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA

Turismo de Segovia oferta productos y servicios que pueden reservarse on-line, a través de la página [www.reservasdesegovia.com](http://www.reservasdesegovia.com) o de manera presencial en el mostrador de la Central de Reservas "Reservas de Segovia" ubicado en el interior del Centro de Recepción de Visitantes de la ciudad.

Entre los productos ofertados, los que disfrutan de mayor acogida son las diferentes visitas guiadas por la ciudad. En este momento la Empresa Municipal de Turismo oferta un gran número de itinerarios bajo petición así como, al menos, 8 visitas diferentes en la oferta diaria de las distintas campañas que se organizan a lo largo del año.

El alquiler de audioguías ha experimentado un aumento en su demanda, debido, entre otros motivos, al lanzamiento de este servicio en inglés.

En el mes de febrero se incorporó la tarjeta turística "Amigos de Segovia" al elenco de productos de la Central de Reservas, con una gran acogida. Tiene un precio de 3 euros y permite disfrutar de descuentos, facilidades y condiciones ventajosas a la hora de acceder a la oferta cultural, de ocio y servicios de la ciudad.

El alquiler de bicicletas, en funcionamiento desde el año 2.009, ha ampliado los puntos de anclaje y se han creado bonos semanales, mensuales y anuales que facilitan su utilización.

El bus turístico ofrece una visión panorámica de la ciudad y es el medio idóneo para disfrutar las mejores vistas del casco histórico.

Comparados con los recogidos en 2.010, los datos de este año muestran una disminución de la demanda en 3 de los 6 productos analizados. Las visitas guiadas han aumentado en los meses de febrero, mayo y, de forma espectacular, en junio, pero en el resto de meses han bajado. El bus turístico y el alquiler de bicicletas son los productos que presentan mayor variación en este semestre, experimentando un descenso acusado en el cómputo general. Esto se debe a que ambos servicios han estado condicionados por las condiciones meteorológicas desfavorables registradas en los meses de primavera.

Por el contrario, la demanda del alquiler de audioguías casi ha cuadruplicado los resultados obtenidos del año pasado.

### VISITAS GUIADAS

La visita **Patrimonio de la Humanidad**, recorre los principales monumentos que hicieron que Segovia fuera nombrada por la UNESCO Ciudad Patrimonio de la Humanidad en 1.985. El recorrido comienza a los pies del Acueducto,

Usuarios de los Productos Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Primer semestre. Año 2011.									
MES	Visitas Guiadas			Bus Turístico			Alquiler de Audioguías		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	246	186	-60	243	185	-58	14	19	5
Febrero	324	432	108	182	316	134	15	26	11
Marzo	462	223	-239	755	475	-280	20	76	56
Abril	894	611	-283	984	1.811	827	35	118	83
Mayo	345	358	13	1.632	723	-909	20	83	63
Junio	274	460	186	1.238	1.027	-211	17	101	84
<b>TOTAL</b>	<b>2.545</b>	<b>2.270</b>	<b>-275</b>	<b>5.034</b>	<b>4.537</b>	<b>-497</b>	<b>121</b>	<b>423</b>	<b>302</b>
MES	Alquiler Bicis			Tarjeta Turística			Bono Gastronómico		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero								2	2
Febrero					53	53		2	2
Marzo	63		-63		18	18		7	7
Abril	326	103	-223		27	27		2	2
Mayo	247	131	-116		18	18	18	22	4
Junio	229	147	-82		9	9	6	2	-4
<b>TOTAL</b>	<b>865</b>	<b>381</b>	<b>-484</b>		<b>125</b>	<b>125</b>	<b>24</b>	<b>37</b>	<b>13</b>

Fuente: Central de Reservas de Turismo de Segovia "Reservas de Segovia".

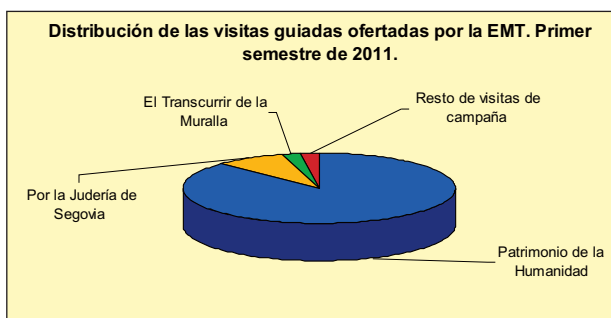
MES/2011	Visitas Guiadas			TOTAL
	Patrimonio de la Humanidad	Por la Judería de Segovia	Resto de visitas	
Enero	174	12		186
Febrero	257	77		334
Marzo	301	27	3	331
Abril	571	40	98	709
Mayo	371	4		375
Junio	308	27		335
<b>TOTAL</b>	<b>1.982</b>	<b>187</b>	<b>101</b>	<b>2.270</b>

Fuente: Turismo de Segovia.

continúa por la Calle Real, llega a la Plaza Mayor desde donde se accede al interior de la Catedral y por último finaliza en el Alcázar, incluyendo la visita a su interior.

**Por la Judería de Segovia**, recorre las calles y recovecos del antiguo barrio judío. También incluye la visita al interior de la antigua Sinagoga Mayor, hoy Iglesia del Corpus Christi, al Centro Didáctico de la Judería y a la Puerta de San Andrés, una de las puertas de la Muralla que cerraba el barrio.

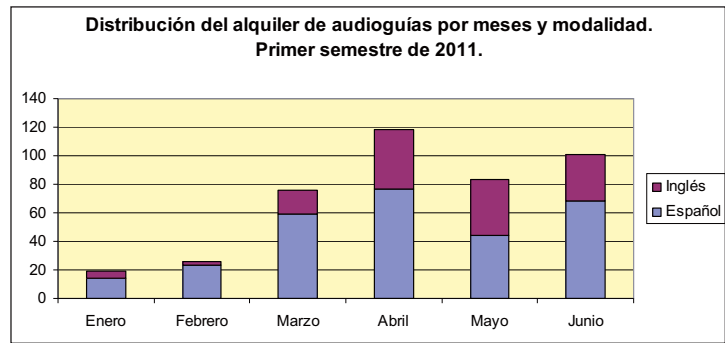
Durante los seis primeros meses de 2.010, estas dos visitas se han ofertado los fines de semana. El epígrafe "Resto de visitas", corresponde a las diferentes visitas ofertadas según campaña, bien por la celebración de un puente o por Semana Santa.



Fuente: Turismo de Segovia.

Alquiler de Audioguías			
MES/2011	Español	Inglés	TOTAL
Enero	14	5	19
Febrero	23	3	26
Marzo	59	17	76
Abril	77	41	118
Mayo	44	39	83
Junio	68	33	101
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>138</b>	<b>423</b>

Fuente: Turismo de Segovia.



Fuente: Turismo de Segovia.

Durante la semana de la celebración de la Pascua, se ofertaron más itinerarios de los previstos en la campaña de primavera, tales como **Recorriendo la Muralla**, una visita que descubre gran parte del tramo norte de la muralla segoviana, **Panorámica en bicicleta**, en la que pueden disfrutarse unas impresionantes vistas de la ciudad mientras se pedalea. La visita **El Acueducto y Segovia extramuros** se desarrolla por el exterior del recinto amurallado, recorriendo los arcos del Acueducto y visitando la iglesia de San Justo y el desarenador de San Gabriel para finalizar visitando el monasterio de San Antonio el Real. Se realizaron también varios pases de la visita teatralizada **El Transcurrir de la Muralla**, un viaje en el tiempo por las épocas de Trajano, Enrique IV, Juana la Beltraneja, Juan Bravo y María Coronel y emplazada en lugares singulares y desconocidos de la ciudad. Al hilo de este estilo de visitas, los más pequeños pudieron disfrutar de la **Visita Dinamizada Infantil** el domingo 24 de abril en la que, acompañados por el arriero Claudio, retrocedieron igualmente en el tiempo para construir el Acueducto, pasar por la Edad Media y asistir a la proclamación de Isabel La Católica.

Tal y como se aprecia en el gráfico, la visita **Patrimonio de la Humanidad** representa el 87% de todas las visitas ofertadas en el primer semestre del año. **Por la Judería de Segovia**, aunque es la segunda con mayor demanda, supone el 8,2% del total y la visita teatralizada y el resto de las ofertadas, representan tan sólo el 2,1% y el 2,3% respectivamente.

### ALQUILER AUDIOGUÍAS

El aumento de demanda del alquiler de audioguías se debe a dos razones fundamentales, su precio de sólo 5 euros día y al hecho de que está disponible en inglés.

El mes con el valor más alto es el de abril, coincidiendo con Semana Santa. En este primer semestre de 2.011 se han realizado un total de 423 alquileres, de los cuales el 67,4% fueron en español y el 32,6% en inglés.

Una audioguía cuenta con 5 itinerarios diferentes que permiten al usuario visitar la ciudad a su propio ritmo. Las rutas que se proponen recorren los lugares más emblemáticos de Segovia. Existe la posibilidad de alquilar una audioguía durante un máximo de tres días. La ruta más conocida y que preferentemente escuchan los usuarios es **Patrimonio de la Humanidad**, con un total de 49 pistas que describen de forma amena monumentos, acontecimientos históricos y sus protagonistas. Otro de los itinerarios se desarrolla por la **Judería** de la ciudad y cuenta con 18 pistas. La ruta extramuros **A la sombra de los arcos**, con 26 pistas, realiza un recorrido por los arcos del Acueducto, el monasterio de San Antonio el Real, barrio de El Salvador y el arrabal de San Millán. Para los amantes de la naturaleza, se incluye la ruta **El valle del Eresma y del Clamores** que también cuenta con 26 pistas para recorrer y contemplar las panorámicas de la ciudad que ofrecen estos dos valles.

Por último, el recorrido **Taxi turístico** marca una ruta panorámica por los principales miradores de la ciudad, que el usuario puede realizar en taxi o en su propio vehículo.

En el gráfico se aprecia cómo el servicio de alquiler de audioguías en inglés ha ido aumentando paulatinamente, consiguiendo su pico más alto en el mes de abril, al igual que ocurre con el alquiler de las audioguías en español. Mayo es el mes en el que el alquiler de audioguías es más igualado en los dos idiomas, aunque las audioguías en español cuentan con 5 alquileres más.

## 6. PRINCIPALES PROCEDENCIAS DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA

En estos seis primeros meses del año, se podría hablar de similitud entre el número de visitantes nacionales y extranjeros, aunque con una ligera diferencia al alza de los nacionales. En total, los diferentes S.I.T. (Servicios de Información Turística) gestionados por Turismo de Segovia han atendido 168.606 consultas.

La procedencia más frecuente entre quienes visitan la ciudad, vuelve a ser Madrid, que supone el 37% del total de los visitantes nacionales y EE.UU

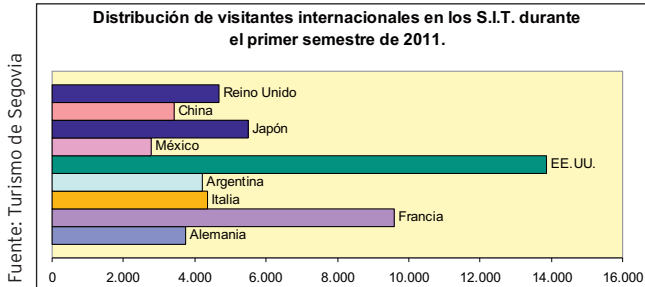
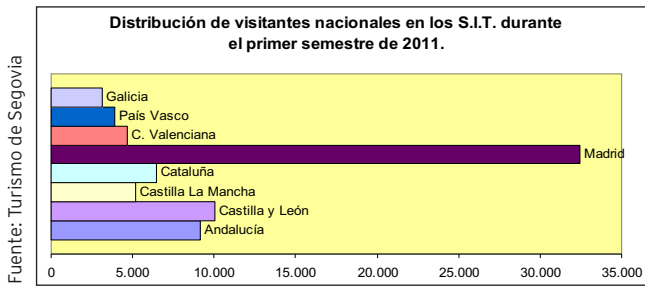
con un porcentaje de presencia del 17,1% entre los extranjeros.

Nuestra comunidad autónoma es la segunda del elenco de los visitantes nacionales, con el 11,4%. Siguen Andalucía 10,4%, Cataluña 7,4%, Castilla La Mancha 5,9% y por último la Comunidad Valenciana que baja un puesto pasando a situarse como la quinta comunidad que más viaja a Segovia, con un porcentaje del 5,2% sobre el resto.

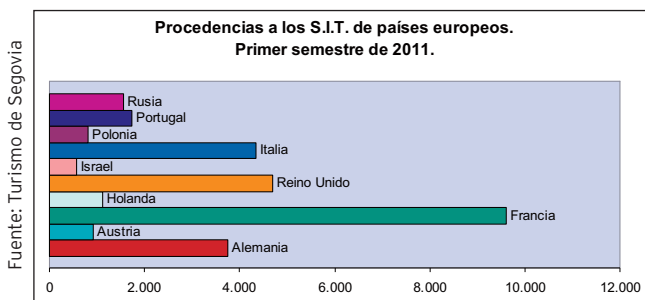
En cuanto a los países extranjeros, después de EE.UU. se sitúa Francia

con un 11,8%, Japón con un 6,7%, Reino Unido con un 5,7% e Italia con un 5,3%.

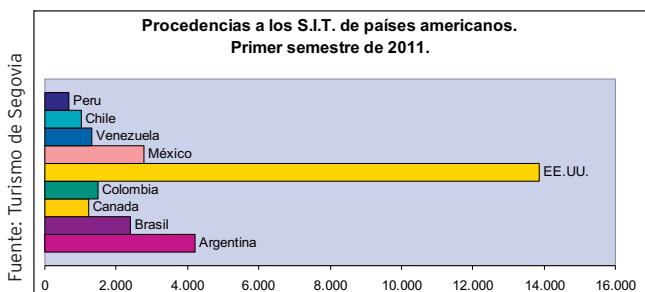
Al analizar los datos por países, se aprecia que el ranking de los países europeos que llegan a Segovia ha cambiado. El primer lugar es para Francia, que se desmarca del resto, como en años anteriores, pero la posición de los países que le siguen es diferente. En este primer semestre de 2.011, el segundo país europeo en visitar la ciudad es Reino Unido y no



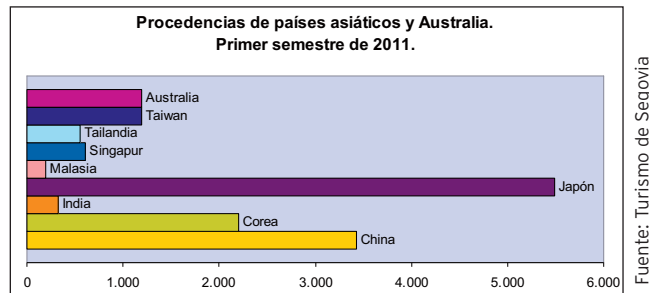
Italia como en 2.010. Italia se sitúa ahora en tercer lugar, aunque todavía quedan por analizar los datos del segundo semestre. En total los visitantes procedentes de Europa representan el 41% de todos los países extranjeros. Con un porcentaje muy parecido, 39%, aparecen los diversos países americanos que visitan Segovia. Tan sólo el 1% representa el resto de países del continente africano.



En relación a los países americanos, EE.UU. acapara con gran diferencia el primer puesto y el resto de países se mantienen en la misma posición que en el año 2010, siendo Argentina el segundo país de América con mayor presencia en la ciudad, seguida por México y, en tercera posición, Brasil que, durante estos 6 meses comienza a destacarse del resto.



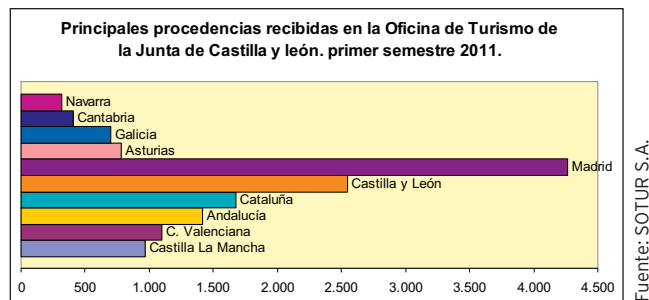
Entre los países asiáticos que visitan la ciudad, Japón ocupa la primera posición, seguido de China y Corea aunque con cifras muy inferiores. El peso de los visitantes asiáticos y de Australia supone el 19% del total de los visitantes internacionales. Australia y Taiwán muestran datos similares, llegando a sumar casi 1.200 personas cada uno.



Es destacable la presencia de países como India que, a pesar de situarse en el octavo lugar entre los países de Asia, los ciudadanos indios que nos visitan han aumentado un 22,5% en relación con el primer semestre de 2010.

### OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA

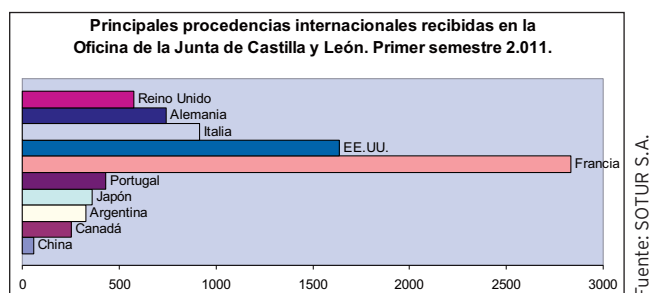
Al igual que ocurre en los centros pertenecientes a Turismo de Segovia, en la Oficina de Turismo en Segovia gestionada por la Junta de Castilla y León, Madrid es la comunidad que mayor número de consultas realiza, representando el 25% de todas las procedencias nacionales. Castilla y León repite la segunda posición, pero con un porcentaje de presencia del 14,7%. Estos meses la comunidad que más presencia en la ciudad ha perdido, ha sido Castilla La Mancha que queda relegada al sexto lugar. Sin embargo, Cataluña sube posiciones hasta colocarse en la tercera comunidad que más consultas ha realizado en esta oficina.



En cuanto a las procedencias internacionales Francia es el país con mayor presencia y representa el 24,6% de los países internacionales que son atendidos en la oficina de turismo.

EE.UU. vuelve a situarse en la segunda posición, pero su porcentaje de presencia está muy por debajo de Francia, esto es, un 14,2%.

Este ranking de los diez países con mayor presencia en la oficina de turismo de la Junta de Castilla y León, es previsible que se mantenga a lo largo del año y que los datos finales del año 2.011 arrojen un gráfico similar al que aparece en este boletín.





## 7. CONSULTA A LA WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA Y REDES SOCIALES.

### WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA

En septiembre de 2.010 la página web de la Central de Reservas de Segovia se renovó totalmente convirtiéndose en una página más precisa y funcional. Es quizás esta la razón por la ha sido la más visitada en el primer semestre del año.

El resto de las páginas de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia, fueron en mayor o menor medida también modificadas el pasado año para conseguir una mayor funcionalidad.

La web de Turismo de Segovia es la que mayor número de visitas recibe y ese aumento se nota en los meses en los que tiene lugar alguna fiesta nacional, como el mes de abril con la celebración de Semana Santa. Este mismo ascenso se aprecia también en la página de la Central de Reservas que durante estos seis meses ha conseguido un 63% más que en el mismo periodo del año 2.010. Las webs de la Film Office y Convention Bureau, dada su exclusividad, no siguen una pauta estable.

La web de Turismo de Segovia ha recibido visitas de 109 países diferentes. España es el país desde donde se conectan la mayor parte de los usuarios, representando el 85,6% de las visitas recibidas. Por detrás, y con porcentajes sensiblemente más bajos, en torno al 2% o inferiores, se encuentran Francia, EE.UU., Argentina o México. El 77,15% de todas las visitas son de nuevos usuarios, mientras que el 22,85% ya han navegado por la página anteriormente.

El tiempo medio de duración de la visita está en torno a los 5 minutos. El buscador más utilizado es Google, utilizado en un 78,58% de las ocasiones. En segundo lugar, el acceso directo a la página [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) y en tercer lugar la página del Ayuntamiento de Segovia [www.segovia.es](http://www.segovia.es) a través de su enlace Turismo, directamente vinculado a la web oficial de Turismo de Segovia.

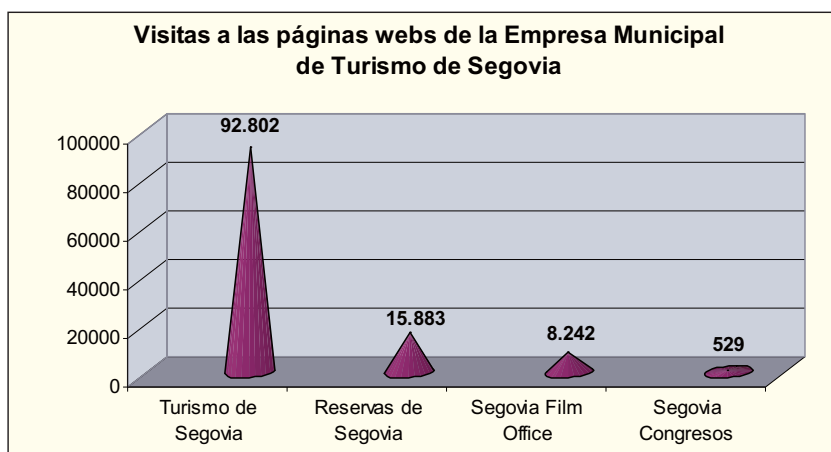
### REDES SOCIALES

La Empresa Municipal de Turismo sigue presente en las principales redes sociales con dos cuentas, la de Turismo de Segovia y la del Centro Didáctico de la Judería. Ambas se actualizan constantemente con información de las diferentes actividades que tienen lugar en la ciudad.

En relación con el año 2.010, los amigos de Turismo de Segovia en Face-

www.turismodesegovia.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2011	11.480	14.562	15.470	20.811	14.864	15.615	92.802
www.segoviafilmoffice.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2011	1.116	1.559	1.545	1.199	1.256	1.567	8.242
www.reservasdesegovia.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2011	1.486	1.912	2.155	4.502	3.234	2.594	15.883
www.segoviacongresos.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2011	98	126	102	95	108	121	529

Fuente: google analytics



Fuente: google analytics

AMIGOS/SEGUIDORES REDES SOCIALES A LA QUE PERTENECE TURISMO DE SEGOVIA PRIMER SEMESTRE DE 2011			
MES/2011	FACEBOOK	TWITTER	TARJETA TURÍSTICA
ENERO	1.538	230	210
FEBRERO	180	36	1.112
MARZO	185	45	566
ABRIL	127	27	519
MAYO	153	45	573
JUNIO	187	39	629
<b>TOTAL</b>	<b>2.370</b>	<b>422</b>	<b>3.609</b>

Fuente: Turismo de Segovia

book han crecido un 62%, pasando de 1.462 en 2.010 a 2.370 a finales del primer semestre del año 2.011. El caso de la cuenta del Centro Didáctico de la Judería es parecido, contando ahora con 985 amigos mientras que en 2.010 contaba con 476, es decir, ha doblado el número en estos seis primeros meses del año.

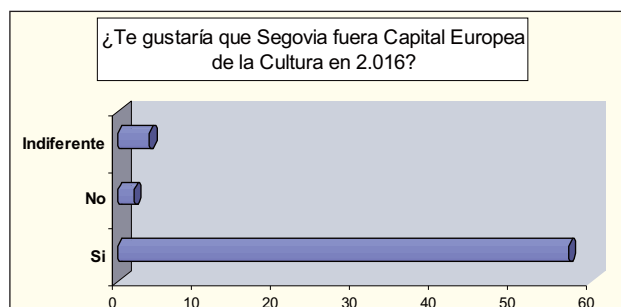
Los seguidores en Twitter han aumentado en 192, llegando a ser en total 422 en el primer semestre de 2.011.

Mediante mensajes cortos y actualizados, los fieles a esta red social están informados en todo momento de las noticias más relevantes de Turismo de Segovia.

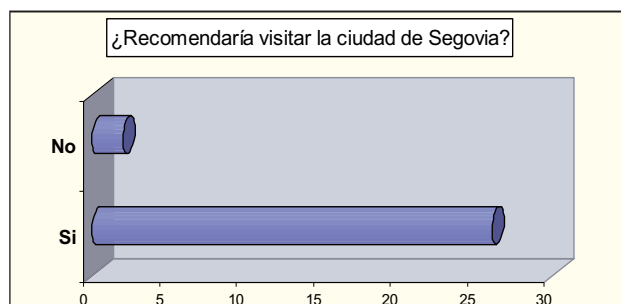
La Tarjeta Turística Amigos de Segovia, analizada en el apartado de Los Productos Turísticos, cuenta con un blog con información complementaria y exhaustiva. En este semestre ha recibido un total de 3.609 visitas, registrando la cifra más elevada en febrero, donde supera el millar de consultas.

## 8. ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA WEB DE TURISMO DE SEGOVIA

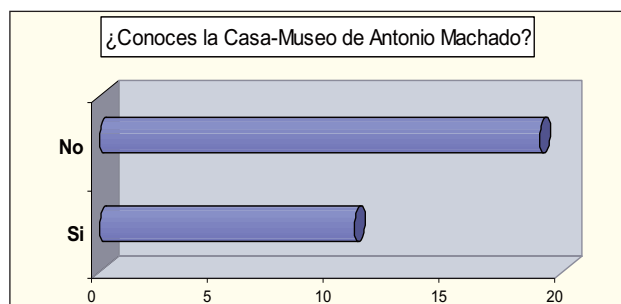
Desde que Turismo de Segovia renovase su página en septiembre de 2.010, éste ofrece la posibilidad de que sus usuarios opinen en diferentes encuestas que se renuevan en el apartado **La pregunta de la semana**. A partir de este número, se analizarán los resultados de aquellas encuestas que aporten información significativa sobre la opinión de los usuarios en relación al turismo de la ciudad.



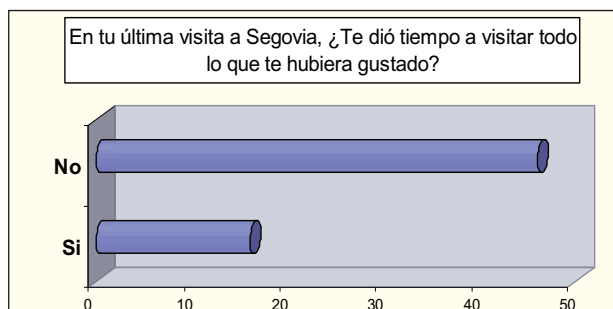
Aunque Segovia no consiguió la Capitalidad Europea de la Cultura, es de destacar la labor realizada por la Oficina de Segovia 2.016 logrando el apoyo de la mayor parte de los ciudadanos y de quienes han visitado la web de Turismo de Segovia.



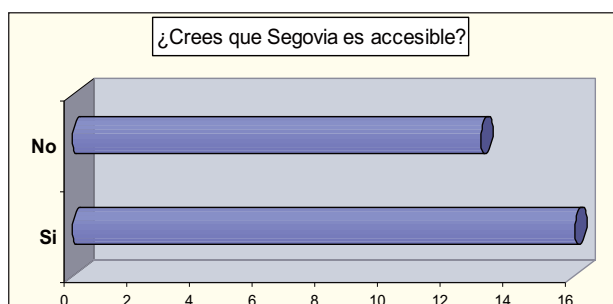
En general, quienes visitan la ciudad llegan a ella atraídos por el Acueducto o la gastronomía, pero quedan sorprendidos al descubrir otros monumentos y rincones de la ciudad y no dudarían en recomendar a amigos o familiares una visita a Segovia.



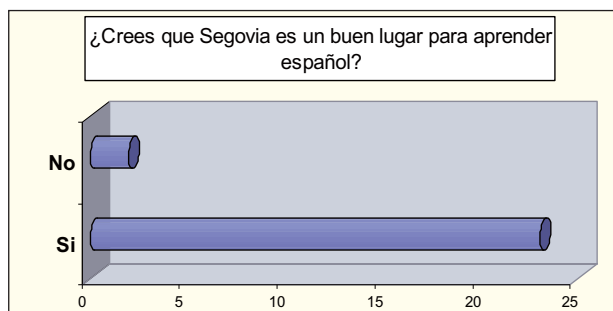
En relación a la Casa-Museo de Antonio Machado, el 63% de los encuestados no conocen este espacio.



En relación a la duración de la visita tal como se aprecia en el gráfico, al 74% aproximadamente se les quedó corta su estancia en Segovia.



Segovia, está trabajando por conseguir un mayor grado de accesibilidad, aunque el casco histórico remite a una ciudad medieval construida sobre criterios contrarios. Es complejo lograr incrementar la accesibilidad de calles y monumentos. En esta encuesta, la división de opiniones es palpable, aunque haya un ligero despunte de quienes la consideran accesible.



En esta ocasión, la inmensa mayoría apuesta por la ciudad como lugar idóneo para aprender español. Estos datos avallan la satisfacción que muestran los estudiantes que ya han realizado alguno de los cinco cursos de español para extranjeros que la Empresa Municipal de Turismo lleva realizando desde el año 2009.

## 9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS

Al finalizar cada visita guiada, la Empresa Municipal de Turismo entrega una encuesta de satisfacción a los participantes. El fin de estas encuestas es conocer la opinión de los usuarios del servicio y mejorar la calidad del producto.

Entre enero y junio de 2.011, se han rellenado un total de 152 encuestas. La encuesta consta de 5 preguntas de respuesta múltiple. El mes con mayor número encuestas contabilizadas es el de abril, coincidiendo con Semana Santa y con el mayor número de visitas realizadas.

El 36,4% conocen la oferta de la visita guiada en el Centro de Recepción de Visitantes y el 26,5% a través de Internet. La tercera fuente de información es desde otras oficinas de turismo de la ciudad (17,2%) y el 8% lo hace a través de amigos o familia-

res que han realizado alguna visita con anterioridad.

El 88,3% considera que las explicaciones del guía son muy satisfactorias mientras que sólo el 2,3% las califica como normales.

En cuanto al precio de la visita, el 37% de los encuestados lo considera entre satisfactorio y normal, mientras que al 25,8% le parece muy satisfactorio. Estos resultados se explican porque el precio también incluye la visita al interior de los monumentos que se recorren en la visita propuesta. Tan sólo un 2,6% opina que el precio es poco satisfactorio.

La mayor parte de los usuarios coinciden en que el itinerario de las visitas es adecuado e incluso, el 66,2% lo califica como muy satisfactorio.

ESTADÍSTICAS PRIMER SEMESTRE 2011 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN VISITAS GUIADAS	
MES/2011	E. SAT. VISITAS GUIADAS
ENERO	9
FEBRERO	32
MARZO	21
ABRIL	51
MAYO	11
JUNIO	28
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>

Fuente: Turismo de Segovia

Paulatinamente va aumentando el número de personas que han realizado con anterioridad alguna otra visita guiada por Segovia, siendo el 14,5% de los encuestados, las personas que repiten. Pero para la mayoría (85,5%) es la primera vez que participan en las visitas guiadas que ofrece la Empresa Municipal de Turismo de Segovia.

## 10. CONSULTAS POR CORREO POSTAL

Aunque cada vez es mayor el número de personas que acceden a las nuevas tecnologías en busca de información, aún quedan quien prefieren solicitar información turística por vía postal.

Este tipo de peticiones llegan al Centro de Recepción de Visitantes generalmente a través del correo electrónico de Turismo de Segovia [info@turismodesegovia.com](mailto:info@turismodesegovia.com) al que puede accederse directamente o desde [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com). Se recibe también alguna solicitud de información vía postal, pero no es lo más frecuente.

Llama la atención que la comunidad que mayor número de peticiones realiza es Cataluña, representando un 16% del total de las nacionales aunque en el ranking de procedencias se sitúa como la cuarta comunidad que con mayor frecuencia visita la ciudad. Madrid empata con Andalucía ocupando el cuarto lugar con un porcentaje del 9,7% con respecto al total de solicitudes postales demandadas.

La segunda posición es para la Comunidad Valenciana, a pesar de que en el apartado de procedencia ocupaba el

ENVIO DE CORREO POSTAL DESTINOS INTERNACIONALES. PRIMER SEMESTRE AÑO 2011.	
ALEMANIA	4
BÉLGICA	4
FRANCIA	16
HOLANDA	3
ESLOVAQUIA	0
INGLATERRA	3
IRLANDA	0
ITALIA	4
PORTUGAL	2
RUSIA	3
SUECIA	1
EE.UU.	3
CANADA	2
BRASIL	1
URUGUAY	1
RESTO DE PAÍSES	4
<b>TOTAL 2011</b>	<b>49</b>

quinto puesto. Después y con un porcentaje del 12,3% con respecto al total, se encuentra Castilla y León. En quinto lugar aparecen las peticiones realizadas

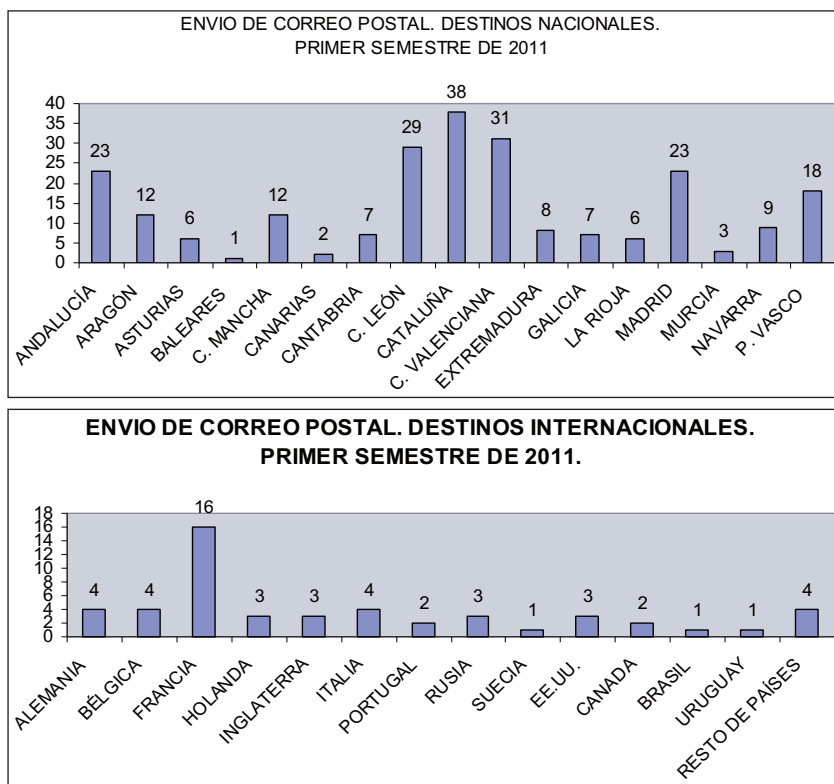
ENVIO DE CORREO POSTAL DESTINOS NACIONALES. PRIMER SEMESTRE AÑO 2011.	
ANDALUCÍA	23
ARAGÓN	12
ASTURIAS	6
BALEARES	1
C. MANCHA	12
CANARIAS	2
CANTABRIA	7
C. LEÓN	29
CATALUÑA	38
C. VALENCIANA	31
EXTREMADURA	8
GALICIA	7
LA RIOJA	6
MADRID	23
MURCIA	3
NAVARRA	9
P. VASCO	18
CEUTA	0
MELILLA	0
<b>TOTAL 2011</b>	<b>235</b>

Fuente: Turismo de Segovia

desde País Vasco 7,6% y en sexto, nuevo empate entre Aragón y Castilla La Mancha con un porcentaje del 5% sobre el total de peticiones postales nacionales.

En cuanto a las peticiones recibidas desde el extranjero, Francia vuelve a ser el país que más demanda información por vía postal. Cabe destacar que, además de realizar sus peticiones por correo electrónico, es también el país con mayor número de solicitudes de información turística. Tres países europeos coinciden en la segunda posición, Alemania, Bélgica e Italia con 4 solicitudes, representando el 8,1% de las peticiones de información internacionales. Destacar como curiosidad que uno de los países que se ha incluido en el epígrafe "Resto de países" corresponde a Ucrania, un país de Europa oriental.

Puede deducirse en términos generales, que aquellas comunidades y países que con mayor frecuencia demandan información por correo postal son también quienes mayor presencia tienen en la ciudad.



Fuente: Turismo de Segovia

## 11. CONCLUSIONES

La tendencia en estos seis primeros meses del año 2.011 es muy positiva, puesto que han aumentado tanto viajeros como pernoctaciones. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), de enero a junio han llegado a Segovia 94.403 viajeros nacionales y extranjeros que han realizado un total de 144.221 pernoctaciones, lo que supone **una estancia media de 1,57 noches**. Este dato indica que, aunque ha aumentado el número de viajeros, las pernoctaciones sólo han crecido un 2,6% y no suponen un aumento considerable.

Los resultados que arrojan los centros gestionados por la Empresa Municipal de Turismo ponen de manifiesto que los efectos de la crisis económica se van retrayendo poco a poco. Ha crecido el turismo que llega a la ciudad, aunque el gasto y las pernoctaciones no lo hayan hecho en la misma medida. Los Servicios de Información Turística (S.I.T.) de Turismo de Segovia, han atendido un total de **171.546 consultas**, de las que la mayor parte, el 83%, corresponde a las atendidas en el Centro de Recepción de Visitantes. El Punto de Información de la Estación del AVE ha aumentado sus datos un 31% sobre los obtenidos en el primer semestre de 2.010. Cabe destacar que el número de visitantes nacionales y extranjeros se encuentran casi a la par, aunque, por el momento, el número de visitantes nacionales gana terreno a los internacionales.

El **Alcázar** es uno de los monumentos más visitados, alcanzando la cifra de **224.894 visitantes** en el **primer semestre de 2.011**. Aunque es una cantidad importante, es un 5,8% inferior a la registrada en el mismo periodo en 2.010. Por el contrario, la **Catedral de Segovia**, que ha conseguido llegar a los **100.699 visitantes**, obtiene un aumento del 3,7% en relación al año anterior.

Como ya se analizó en el apartado de Productos Turísticos, las visitas guiadas que organiza Turismo de Segovia, son los productos más demandados y dentro de éstas, el recorrido **Patrimonio de la Humanidad** es el que produce mayor acogida. En total, **2.270 personas** han participado en alguna de las **Visitas Guiadas** realizadas en el primer semestre de 2.011.

Las procedencias de los viajeros que llegan a Segovia, vuelven a repetirse. **Madrid es la primera comunidad que nos visita** y representa el 37% de todas las consultas nacionales atendidas. Castilla y León la sigue de cerca, aunque con un porcentaje de presencia del 11,4% con respecto a las demás. Hay otras comunidades que van variando su posición en el ranking, como es el caso de Castilla La Mancha que, en este semestre se sitúa en el quinto lugar, dejando por debajo a la Comunidad Valenciana y a País Vasco.

En cuanto a países extranjeros, como en otras ocasiones, el **primer país que visita la ciudad es EE.UU.**, que representa el 17% del total de países que llegan a Segovia. Francia vuelve a colocarse en segunda posición. Los datos de los seis primeros meses muestran a Japón como el tercer país con mayor presencia en la ciudad; este hecho se debe probablemente a que el primer trimestre, por la celebración del Año Nuevo en los países orientales, supone un periodo vacacional. La Empresa Municipal de Turismo, ha añadido en las señales informativas de los monumentos, información en japonés para facilitar el acceso de turistas japoneses, tan relevantes estadísticamente hablando.

Las nuevas tecnologías en turismo son cada vez más demandas y por esta razón Segovia ha sido una de las ciudades pioneras en la puesta en marcha de la **Realidad Aumentada (RA)**. Se trata de un servicio de información turística que permite conocer los datos más relevantes de la ciudad. Para poder utilizar este servicio, es necesario contar con un teléfono móvil que permita descargarse el navegador Layar. De este modo, se obtendrá información real y actualizada de monumentos, calles y lugares emblemáticos de la ciudad en superposición, con contenido virtual, ya sea texto o vídeos o imágenes en 3D. Su aceptación en el mercado es muy positiva y no tiene ningún coste para el usuario.