

# BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº5 SEPTIEMBRE 2012

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAJES ILUMINA EL CIELO

## PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2012

En este boletín, el número 5, se analizan los principales datos de coyuntura turística en la ciudad de Segovia. Se tendrán en cuenta indicadores como la encuesta de ocupación hotelera que realiza el INE, las consultas realizadas en los diferentes puntos y oficinas de información turística o las estadísticas que recogen los monumentos y museos más visitados.

La crisis económica que atravesamos incide en el comportamiento de la actividad turística, haciendo que el número de viajeros que llegan, así como el de las pernoctaciones o servicios que se consumen en el destino, desciendan considerablemente.

Todas las infraestructuras turísticas se están viendo afectadas en mayor

o menor medida por las nefastas consecuencias que la recesión mundial está dejando en nuestro país. En estos momentos más que nunca es necesaria la implicación de todos los agentes para que el turismo, principal motor de nuestra economía, remonte posiciones y vuelva a colocarse en los niveles de hace 5 años.

## 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. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA .....	7
7. CONSULTAS A LAS WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA .....	8
8. ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA WEB DE TURISMO DE SEGOVIA .....	10
9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE VISITAS GUIADAS .....	11
10. CONCLUSIONES .....	11

D.L.: SG 7-2009

# 1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE

El Instituto Nacional de Estadística analiza, mediante la encuesta de ocupación hotelera, el número de viajeros nacionales e internacionales que llegan a nuestra ciudad y las pernoctaciones que realizan en los establecimientos segovianos.

A lo largo del primer semestre del año 2012 Segovia ha registrado un total de 93.460 viajeros (74.830 nacionales y 18.630 extranjeros), que han realizado 135.212 pernoctaciones. Si comparamos estos datos con los del mismo periodo del año anterior, suponen un descenso de visitantes a la ciudad del 1% y una caída de las pernoctaciones del 18,6%.

El gráfico muestra cómo desde el mes de marzo existe un aumento paulatino del número de viajeros y de pernoctaciones, aunque en ningún mes se alcanzan los niveles del año anterior.

La estancia media en la ciudad también se ha visto reducida, pasando de 1,57 a 1,47 noches.

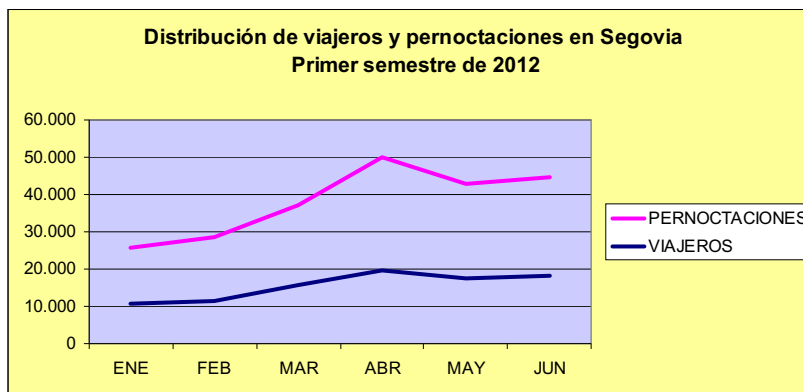


Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Primer semestre. Año 2012						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Nacionales	Extranjeros	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	TOTAL
Enero	9.441	1.438	10.879	13.356	1.438	14.794
Febrero	10.217	1.332	11.549	15.606	1.332	16.938
Marzo	13.444	2.177	15.621	19.294	2.177	21.471
Abril	15.595	3.973	19.568	24.309	5.948	30.257
Mayo	12.157	5.422	17.579	17.845	7.526	25.371
Junio	13.976	4.288	18.264	19.988	6.393	26.381
<b>TOTAL</b>	<b>74.830</b>	<b>18.630</b>	<b>93.460</b>	<b>110.398</b>	<b>24.814</b>	<b>135.212</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

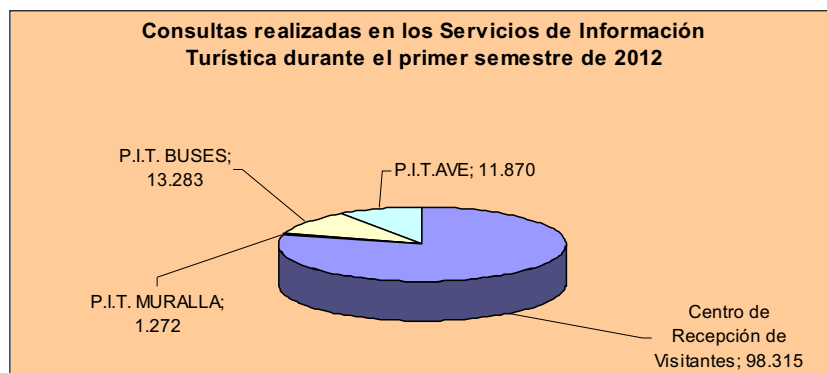
Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa Primer Semestre 2012 vs 2011						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2012	2011	Variación 2011/2010	2012	2011	Variación 2012/2011
Enero	10.879	9.987	892	14.794	15.800	1.006
Febrero	11.549	13.190	1.641	16.938	20.721	3.783
Marzo	15.621	13.157	2.464	21.471	21.136	335
Abril	19.568	19.733	165	28.282	28.301	19
Mayo	17.579	18.257	678	17.579	28.575	10.996
Junio	18.264	20.079	1.815	18.264	29.688	11.424
<b>TOTAL</b>	<b>93.460</b>	<b>94.403</b>	<b>943</b>	<b>117.328</b>	<b>144.221</b>	<b>26.893</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

El Centro de Recepción de Visitantes es, un año más, el centro que atiende el mayor número de consultas turísticas. En los primeros seis meses del año ha registrado 98.315, un 30,9% menos que en el mismo periodo del año anterior. En el Punto de Información Turística de la Estación de Ave las consultas atendidas han bajado un 33,1%, razón por la que pasa a ser el tercer centro en este ranking, superado por el Punto de Información Turística de la Estación de Autobuses, que ha experimentado un aumento del 21,5%.

El antiguo Punto de Información Turística de La Muralla permaneció cerrado por obras los cuatro primeros meses del año. Fue reabierto en Mayo en el nuevo espacio creado junto a la Puerta de San Andrés, en la Plaza del Socorro. Así, aunque los datos reflejan que en este punto ha habido un descenso de consultas del 10,5%, al haber estado abierto tan sólo dos meses, se trata de un dato realmente positivo.

El mes con mayor afluencia de turistas es abril, gracias al impulso de la Semana Santa. El mes de mayo es el segundo mes con mayor volumen de visitantes atendidos, debido a la gran afluencia de grupos, muchos de ellos de escolares, que con la llegada de la primavera visitan nuestra ciudad.

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		
	2011	2012	Variación 2011/2012	2011	2012	Variación 2011/2012
Enero	10.966	10.665	-301	1.539	1.405	-134
Febrero	15.576	11.790	-3.786	2.174	1.666	-508
Marzo	19.199	16.016	-3.183	2.654	2.380	-274
Abril	31.741	24.671	-7.070	3.976	2.023	-1.953
Mayo	37.431	19.732	-17.699	3.945	2.747	-1.198
Junio	27.321	15.441	-11.880	3.466	1.649	-1.817
<b>TOTAL</b>	<b>142.234</b>	<b>98.315</b>	<b>-43.919</b>	<b>17.754</b>	<b>11.870</b>	<b>-5.884</b>
	P.I.T. Estación de Autobuses			P.I.T. Muralla		
	2011	2012	Variación 2011/2012	2011	2012	Variación 2011/2012
Enero	1.125	1.068	-57	126		
Febrero	1.331	1.490	159	236		
Marzo	1.553	2.443	890	156		
Abril	2.900	3.108	208	403		
Mayo	2.084	2.579	495	295	470	175
Junio	1.935	2.595	660	206	802	596
<b>TOTAL</b>	<b>10.928</b>	<b>13.283</b>	<b>2.355</b>	<b>1.422</b>	<b>1.272</b>	<b>771</b>

Fuente: Turismo de Segovia

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

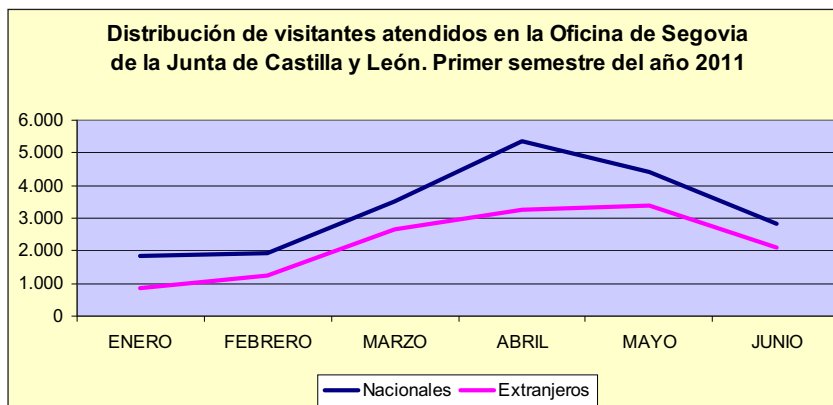
En este primer semestre, la oficina de turismo gestionada por la Junta de Castilla y León en Segovia ha atendido 33.379 consultas de las que 19.886 han sido nacionales y 13.493 internacionales. Estos datos arrojan un incremento de un 16,2% en relación con el año pasado. El pico más alto entre los visitantes nacionales aparece en abril, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa. Mientras que, en el caso de los visitantes internacionales, es el mes de mayo el que muestra la mayor afluencia.

Aumentan todos los meses las consultas nacionales y aunque en los meses de enero y junio la afluencia de visitantes internacionales disminuye, el incremento registrado en el resto de meses del semestre hace que el cómputo total sea superior al de 2011.

En el gráfico se observa que el aumento de los visitantes nacionales comienza a partir de febrero, mientras que en 2011 no lo hizo hasta marzo y vuelve a quedar muy marcado el pico de abril (Semana Santa).

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA							TOTAL
Año 2012	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	2012
Nacionales	1.849	1.916	3.517	5.359	4.401	2.844	19.886
Extranjeros	862	1.231	2.653	3.256	3.378	2.113	13.493
<b>TOTAL</b>	<b>2.711</b>	<b>3.147</b>	<b>6.170</b>	<b>8.615</b>	<b>7.779</b>	<b>4.957</b>	<b>33.379</b>

Fuente: SOTUR S.A.



Fuente: SOTUR S.A.

La línea que dibuja el comportamiento de los visitantes extranjeros refleja un aumento en el mes de febrero que continúa progresivo hasta junio, mes en el que aparece un descenso muy marcado.

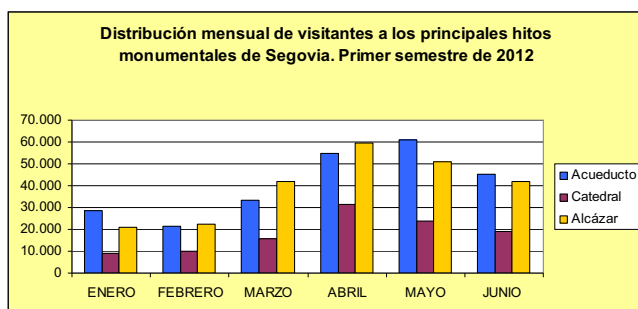
Pese a estos contrastes en la gráfica, la oficina de turismo de la Junta de Castilla y León, es uno de los pocos centros que ha conseguido estadísticas positivas en este primer semestre del año.



## 4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS DE SEGOVIA

Visitantes a los principales Hitos Monumentales de Segovia. Primer semestre 2012			
MES/2012	Contador de Pax. en el CRV (Acueducto)	Catedral	Alcázar
ENERO	28.407	9.083	20.985
FEBRERO	21.328	9.838	22.394
MARZO	33.461	15.555	42.127
ABRIL	54.652	31.664	59.526
MAYO	61.142	23.602	50.775
JUNIO	45.304	19.074	41.963
<b>TOTAL 2012</b>	<b>244.294</b>	<b>108.816</b>	<b>237.770</b>

Fuente: Turismo de Segovia, Catedral y Alcázar de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia, Catedral y Alcázar de Segovia

### HITOS MONUMENTALES

El Acueducto, la Catedral y el Alcázar son, inequívocamente, los tres principales focos de atracción turística de la ciudad de Segovia.

Siendo imposible conocer el dato exacto de personas que visitan el Acueducto, ofrecemos a modo de referencia el número de personas que entran en el Centro de Recepción de Visitantes (ubicado a escasos metros de este monumento). Este dato debe considerarse por tanto como una aproximación de referencia, nunca como un dato estadístico real.

Tanto el Acueducto como el Alcázar reflejan el mismo descenso de visitantes que apuntaban las oficinas de atención turística, ya que ambos hitos han sufrido en este semestre importantes caídas. El Acueducto desciende a 244.294 visitas (111.440 visitas menos, lo que supone una bajada del 31,3%) y el Alcázar a 237.770 (7.124 visitas menos, es decir, una bajada del 2,9%). Sin embargo, la Catedral, disfruta de un aumento de 8.117 visitas, alcanzando un total de 108.816 visitas (un 8,1% más que en el primer semestre de 2011). A diferencia del año pasado, cuando los tres hitos coincidían en que abril era el mes en el

que recibían un mayor número de visitas, en este primer semestre de 2012 no existe tal coincidencia. Si bien abril sigue siendo el mes con un mayor volumen de visitantes para el Alcázar y la Catedral, el mes de mayo se descubre como el favorito de nuestros visitantes para acercarse a conocer el Acueducto. Sin embargo, ni en el mes de abril ni en el mes de mayo se han alcanzado los datos del año pasado, debido, probablemente, a las bajas temperaturas sufridas durante la Semana Santa.

### MUSEOS

El primer semestre de 2012 ha sido un periodo negativo para la mayor parte del sector museístico de la ciudad, ya que sólo el Museo de Segovia y el Museo Zuloaga se mantienen en crecimiento, experimentando un ascenso de 533 y 149 visitas más respectivamente, es decir, un 9,2% y un 4,9% más que el año pasado.

La Casa-Museo de Antonio Machado, que en el primer semestre de 2011 logró 4.111 visitas (un 45,8% más de visitantes que en el 2010), no ha logrado mantener tan elevado nivel de crecimiento, y el número de visitantes cayó un 17,6% hasta llegar a las 3.284.

MUSEO DE SEGOVIA							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	850	1.179	986	1.172	861	753	5.801
2012	928	704	1.160	1.705	1.224	613	6.334
DIFERENCIA	78	-475	174	533	363	-140	533
MUSEO ZULOAGA							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	318	368	498	716	702	437	3.039
2012	403	356	579	705	712	433	3.188
DIFERENCIA	85	-12	81	-11	10	-4	149
CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	353	702	738	1.257	584	477	4.111
2012	335	368	756	871	678	489	3.497
DIFERENCIA	-18	-334	18	-386	94	12	-614
MUSEO RODERA-ROBLES							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	1.264	317	245	311	286	259	2.682
2012	763	271	273	209	271	201	1.988
DIFERENCIA	-501	-46	28	-102	-15	-58	-694
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	311	682	741	981	1.076	618	4.409
2012	282	384	634	687	703	594	3.284
DIFERENCIA	-29	-298	-107	-294	-373	-24	-1.125
PUERTA DE SAN ANDRÉS							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	126	236	156	403	295	206	1.422
2012					38	44	82
DIFERENCIA	-126	-236	-156	-403	-257	-162	-1.340
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE							
AÑO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011	1.035	1.571	1.958	2.290	1.247	3.689	11.790
2012	1.410		725	1.369	1.573	578	5.655
DIFERENCIA	375	-1.571	-1.233	-921	326	-3.111	-6.135

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

El Museo Rodera Robles, que consiguió unos excelentes datos de visitas en este periodo en 2011 gracias en parte a una exitosa exposición sobre la *Calle Real*, cae durante el 2012 un 25,9%.

El Centro Didáctico de la Judería, ha sufrido en esta primera mitad del año un importante retroceso en el número total de visitantes. Con 3.284 visitas (un 25,5% menos que en 2011) consigue datos inferiores a los del año 2010.

La Puerta de San Andrés, que reabrió sus puertas en mayo, ha logrado en 2 meses 82 visitas. Estos datos no pueden ser comparados con los del mismo periodo del año anterior, ni como dato total (por haber estado cerrado por reformas), ni como dato mensual. Antes de la rehabilitación la estadística reflejaba todos los visitantes a la Puerta de San Andrés, mientras que ahora este dato se detalla, diferenciando entre aquellos que compraron entradas para acceder al adarve (cifra que se refleja en este cuadro) y quienes realizan cualquier consulta en el nuevo Punto de Información Turística de la Muralla (dato que se puede encontrar en el apartado 2 de este boletín).

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

La Empresa Municipal de Turismo de Segovia comercializa diversos productos y servicios turísticos a través de la Central de Reservas. De los 6 productos y servicios analizados, 3 reflejan una caída de ventas respecto al mismo periodo del año pasado, mientras que los otros 3 han logrado números positivos.

Las visitas guiadas son el producto que consigue mejores resultados. De hecho, el primer semestre de 2012 ha sido el mejor de la historia para Turismo de Segovia en lo que a visitas guiadas se refiere. Con un total de 2.748 visitas (un 21,1% más que el año anterior), es el producto más popular, desbancando al Bus Turístico, que sólo logra vender 2.613 tours (un 57,6% menos que en el mismo periodo del año anterior).

También arrojan datos positivos las Tarjetas Turísticas, con un crecimiento del 32,5%.

El último de los productos con resultados positivos es el Bono Gastronómico, con un crecimiento del 67,6%.

En el lado negativo, además del Bus Turístico, las audioguías sufren el peso de la crisis, cayendo los alquileres un 19,9%.

Cabe señalar que, si bien el alquiler de bicicletas también ha caído (siendo este el tercer producto analizado con un resultado adverso en el primer semestre), esa caída ha sido muy leve (1,8%), por lo que puede considerarse que los alquileres se mantienen estables.

### VISITAS GUIADAS

Como reflejábamos anteriormente, pese a los malos datos generalizados en cuanto a número de visitantes, las visitas guiadas ofertadas por Turismo de Segovia se mantienen en crecimiento.

La visita más demandada es, una vez más, *Patrimonio de la Humanidad*. En esta visita, que permite conocer los principales hitos monumentales de la ciudad (Acueducto, Catedral y Alcázar), han participado 2.058 personas, un 74,9% del total de visitas guiadas. Lejos de sufrir el des-

gaste que podría soportar una ruta tan popular como ésta, los datos reflejan un incremento del 3,8%.

*Por la Judería de Segovia*, es la segunda ruta más demandada por los visitantes que llegan a la ciudad (un 7% del total). También esta visita guiada crece y lo hace a un ritmo similar, con un aumento del 3,2% respecto al año pasado.

La gran revelación del primer tramo del año es el buen dato cosechado por el resto de visitas guiadas. Este conjunto de visitas ha aumentado un 492,1%, pasando de ser un 4,4% del total en el primer semestre de 2011, a suponer un 18,1% en el mismo periodo de 2012. Este buen dato se debe, fundamentalmente, a la buena acogida que ha logrado la visita *Conoce el Acueducto*, una visita express que permite a los visitantes conocer el monumento más importante de la ciudad en 45 minutos y por tan solo 3 €.

Usuarios de los Productos Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Primer semestre. Año 2012									
MES	Visitas Guiadas			Bus Turístico			Alquiler de Audioguías		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	186	257	71	185	196	11	19	32	13
Febrero	432	313	-119	316	185	-131	26	33	7
Marzo	223	586	363	475	227	-248	76	61	-15
Abril	611	648	37	1.811	1.061	-750	118	68	-50
Mayo	358	531	173	723	614	-109	83	83	0
Junio	460	413	-47	1.027	330	-697	101	62	-39
<b>TOTAL</b>	<b>2.270</b>	<b>2.748</b>	<b>478</b>	<b>4.537</b>	<b>2.613</b>	<b>-1.924</b>	<b>423</b>	<b>339</b>	<b>-84</b>
MES	Alquiler Bicis			Tarjeta Turística			Bono Gastronómico		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero					8		2	4	2
Febrero				53	17	-36	2	6	4
Marzo				18	16	-2	7	11	4
Abril	103	118	15	27	71	44	2	10	8
Mayo	131	183	52	18	32	14	22	21	-1
Junio	147	73	-74	1	11	10	2	10	8
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>374</b>	<b>-7</b>	<b>117</b>	<b>155</b>	<b>30</b>	<b>37</b>	<b>62</b>	<b>25</b>

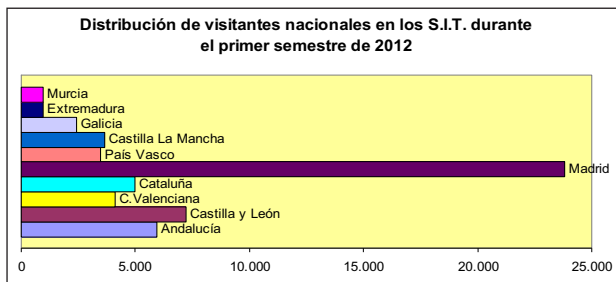
Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

MES/2012	Visitas Guiadas			TOTAL
	Patrimonio de la Humanidad	Por la Judería de Segovia	Resto de visitas	
Enero	235	22		257
Febrero	261	24	28	313
Marzo	446	28	112	586
Abril	482	48	118	648
Mayo	361	42	128	531
Junio	273	29	111	413
<b>TOTAL</b>	<b>2.058</b>	<b>193</b>	<b>497</b>	<b>2.748</b>

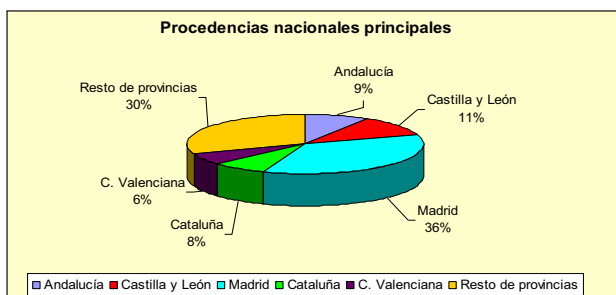
Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

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

Con 66.212 visitantes españoles y 65.764 internacionales atendidos en los P.I.T.s y Museos de Turismo de Segovia, el balance queda en un 50,2% de visitantes nacionales frente a un 49,8 % de visitantes extranjeros.



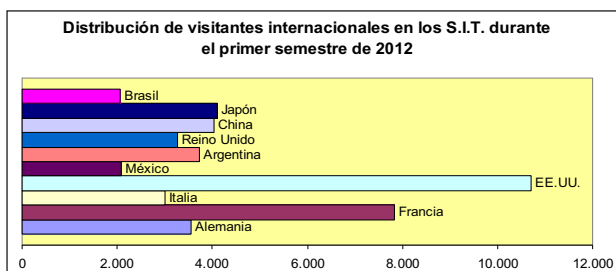
Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

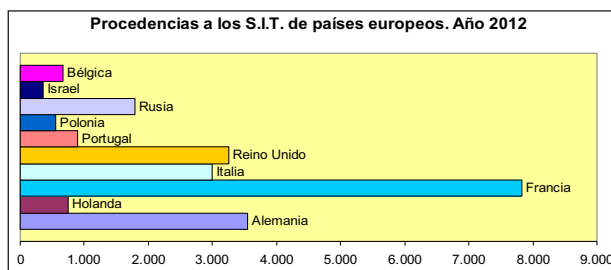
Como viene siendo habitual, Madrid es, un semestre más, la procedencia más frecuente de los visitantes nacionales. Con un 36% de las consultas atendidas, los madrileños encabezan el ranking de visitantes nacionales. A distancia, en segundo lugar, está Castilla y León con un 11%. A tan sólo dos puntos, con un 9%, Andalucía ocupa el tercer puesto. En cuarto puesto se encuentra Cataluña con un 8% y en quinto lugar la Comunidad Valenciana con un 6% del total.

Es importante destacar que ha bajado el número total de viajeros procedentes de todas las regiones de España (excepto Aragón, Ceuta y Melilla que aumentan el número de visitantes a Segovia). Las comunidades que más han reducido su número respecto al año pasado han sido Cantabria (-43,7%), La Rioja (-36,4%) y Andalucía (-34,7%). Por otro lado, aunque también desciende el número de visitantes de Asturias, Canarias y Extremadura, estas comunidades son las que menos han disminuido (con un -5,2%, -6,7% y -10,70% respectivamente).



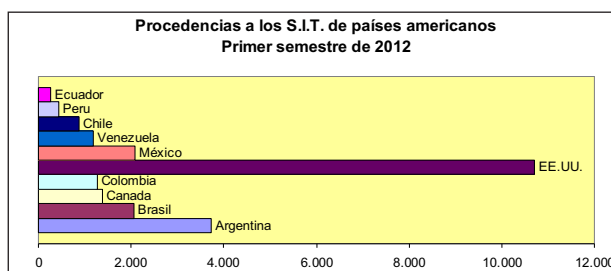
Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

En el ranking de procedencias de turistas extranjeros, los tres primeros países son de nuevo EE.UU., Francia y Japón. Más allá de estos primeros puestos encontramos cambios significativos. Lo primero que hay que destacar es el gran crecimiento de visitantes procedentes de China, que han pasado del octavo puesto al cuarto, muy cerca de Japón, que ve peligrar su tercer puesto. Por otro lado es evidente el retroceso de todos los países europeos, salvo Alemania, que, al mantener un número similar de visitantes al del año anterior, sube un puesto y se convierte en el sexto país que aporta más turistas a Segovia. Brasil, país emergente, ha logrado meterse entre los 10 primeros países que mayor número de visitantes aportan.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

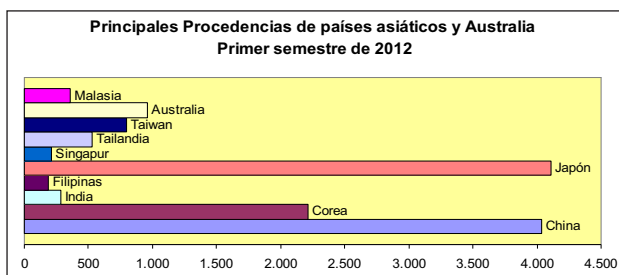
Como apuntábamos anteriormente, el descenso de visitantes procedentes de países europeos es generalizado. Debido a esta caída, Alemania, único país de la zona Euro que mantiene en Segovia el mismo volumen de turistas que el año pasado, pasa a ser el segundo país que más visitantes aporta (aunque muy por detrás de Francia), adelantando a Reino Unido, que pasa a ser tercero. También hay que destacar el caso de Rusia, que mantiene un crecimiento que le ha valido posicionarse en el quinto puesto.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

La actual crisis económica también está afectando a los países americanos, sobre todo a EE.UU., que pese el descenso de visitantes, sigue siendo el país que más turistas aporta, seguido por Argentina y México. Este último ve amenazado su puesto por Brasil, país en crecimiento económico que cada año aporta más visitantes a Segovia. Canadá aumenta levemente el número de visitantes y logra alzarse con el quinto puesto, superando a Colombia.

Entre los países asiáticos Japón sigue liderando, aunque la distancia con China es cada vez menor. De mantenerse esta tendencia en la que Japón (golpeada en los últimos

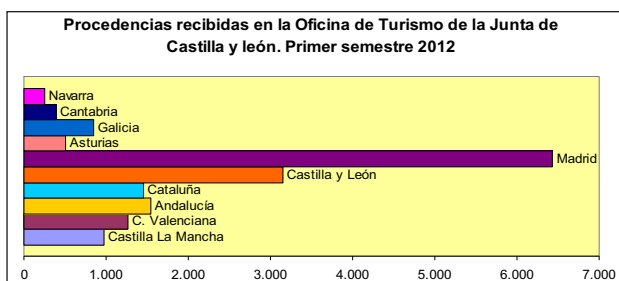


Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

años por tragedias de diversa índole) aporta cada vez menos visitantes y China cada vez más, es probable que China se convierta pronto en el principal emisor asiático de turistas para Segovia.

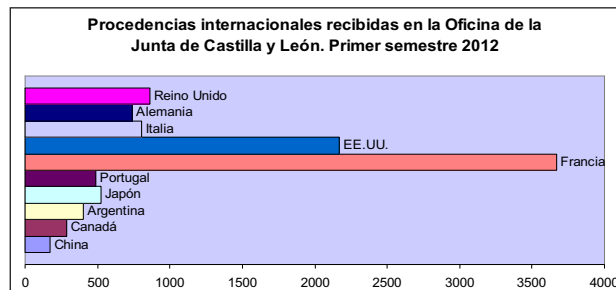
### OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA

Madrid sigue demostrando su hegemonía entre todas las comunidades, con un 32,3% de las consultas nacionales realizadas en esta oficina. Este dato supone un 7,2% más que en 2011.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

Al igual que en los centros de Turismo de Segovia, también se ha producido un cambio en el comportamiento de Andalucía (7,8%) y Cataluña (7,3%) respecto al año pasado. Ganando la primera el tercer puesto y desplazando a la segunda al cuarto, aunque la diferencia es tan sólo de 0,5% entre ambas. El quinto lugar vuelve a ser para la Comunidad Valenciana y del mismo modo, la sexta posición para Castilla La Mancha.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

En cuanto a las procedencias internacionales, vuelven a repetirse los puestos del semestre pasado. En primer lugar se encuentra Francia, que representa el 27,2% del total. EE.UU. (16%) sigue en la segunda posición. Italia (5,9%) cede su puesto a Reino Unido (6,4%) que en este semestre alcanza el cuarto puesto.

En general esta Oficina de Turismo muestra un aumento de los visitantes atendidos en este primer semestre de un 16% en comparación con el mismo periodo de 2011.

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

La Empresa Municipal de Turismo de Segovia mantiene un fuerte compromiso con las nuevas tecnologías que le ha llevado a desarrollar y mantener cuatro webs; [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com), con información de interés general sobre Segovia como destino turístico; [www.reservasdesegovia.com](http://www.reservasdesegovia.com), web de la Central de Reservas de Segovia que permite adquirir online entradas para eventos, visitas guiadas, paquetes gastronómicos, etc.; [www.segoviafilmoffice.com](http://www.segoviafilmoffice.com), pensada para resolver todas las necesidades que conlleva un rodaje en Segovia y [www.segoviacongresos.com](http://www.segoviacongresos.com), donde se puede conseguir la información necesaria para llevar a cabo en nuestra ciudad un congreso, feria, o cualquier tipo de evento.

www.turismodesegovia.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2012	18.047	19.764	28.360	27.502	24.481	17.188	135.342
www.segoviafilmoffice.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2012	267	259	288	294	332	298	1.738
www.reservasdesegovia.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2012	2.318	2.776	4.417	4.772	3.527	2.651	20.461
www.segoviacongresos.com							
	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
AÑO 2012	83	101	108	95	130	115	632

Fuente: google analytics



Frente al descenso de consultas en los puntos de información turística, estas webs están experimentando un fuerte crecimiento. Esto se debe, entre otras razones, al gran auge de Internet como medio de comunicación para el turismo (gracias a la universalización del acceso a Internet y al actual crecimiento de ventas de smartphones con conexión de alta velocidad).

**www.turismodesegovia.com**

La web [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) vuelve a ser la web más visitada entre las gestionadas por Turismo de Segovia. Con 135.342 visitas, consigue un incremento de 45,8%. Es destacable que, de estas visitas, un 10,2% de ellas se realiza desde dispositivos móviles. La duración media de las visitas es de 4 minutos 15 segundos.

Las ciudades desde donde se consulta nuestra web son Madrid (33,2%), Segovia (10%), Barcelona (4,6%), Valladolid (3,2%) y Valencia (2,6%).

**www.reservadesegovia.com**

La página web de la Central de Reservas es, con 20.461 visitas, la segunda más visitada (un 7,5% de estas visitas se realizan desde dispositivos móviles). Estos datos reflejan un crecimiento del 28,8% respecto al mismo periodo del año pasado. La duración media de visitas a esta web es de 4 minutos 18 segundos.

Las ciudades desde donde se realizan las visitas son Madrid (34,6%), Segovia (19,2%), Valladolid (4,2%), Barcelona (3,5%) y Valencia (2,54%). El mayor peso de visitas desde Segovia se debe a la venta de entradas para espectáculos.

**www.segoviacongresos.com**

La tercera web más visitada es *Segovia Convention Bureau*. Esta web ha crecido un 19% al lograr la cifra de 632 visitas en el primer semestre del año (un 3% de ellas desde dispositivos móviles). La duración media de cada visita es de 2 minutos 45 segundos.

Las ciudades desde donde se visita son: Segovia (59,6%), Madrid (12,7%), Barcelona (3,6%) y Valladolid (2,5%).

**www.segoviafilmoffice.com**

Debido a la crisis que está sufriendo el sector audiovisual, el número de

AMIGOS/SEGUIDORES REDES SOCIALES A LA QUE PERTENECE TURISMO DE SEGOVIA PRIMER SEMESTRE DE 2012			
Amigos en 2011	2.693	649	3.927
Nuevos Amigos	FACEBOOK	TWITTER	TARJETA TURÍSTICA
ENERO	44	715	465
FEBRERO	63	109	833
MARZO	19	81	1.011
ABRIL	61	62	1.427
MAYO	41	91	650
JUNIO	3	71	475
<b>TOTAL</b>	<b>231</b>	<b>1.129</b>	<b>4.861</b>
<b>TOTAL AMIGOS 2011+2012</b>	<b>2.924</b>	<b>1.778</b>	<b>8.788</b>

Fuente: Turismo de Segovia

nuevos rodajes en España se ha visto drásticamente reducido. La web menos visitada ha sido la web de *Segovia Film Office*. Sus 1.738 visitas suponen una caída del 21,1%. Del total de visitas, un 5,6% se hicieron desde dispositivos móviles. La duración media de las visitas es 1 minuto 36 segundos.

Las ciudades desde donde se visita esta web son: Segovia (30,7%), Madrid (24,3%), Barcelona (3,8%), Valladolid (3,8%) y Valencia (2,2%).

(72,4%), Tuenti (7,8%), Twitter (7,6%), Blogger (5,5%) y TripAdvisor (3,8%).

Estas redes sociales son todavía más importantes en el caso de [www.reservadesegovia.com](http://www.reservadesegovia.com), ya que gracias a ellas se han producido 741 visitas. Esto supone un 3,6% de las visitas a esta web. En este caso, la gran mayoría provenían de Facebook (89,3%), muy por delante de Twitter (6,9%) y Tuenti (1,1%).

**REDES SOCIALES**

Estos resultados reflejan que, si bien sigue siendo Facebook la red social con más seguidores, ahora es Twitter la que está experimentando un crecimiento más rápido.

Las acciones llevadas a cabo a lo largo del primer semestre en estas y otras redes sociales han generado a la web [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) un total de 2.597 visitas (lo que supone 1,9% del total), de las cuales, la mayoría procedieron de Facebook



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

En este apartado se conocerá la opinión de las personas que de manera voluntaria responden a las preguntas que aparecen cada semana en [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) en el apartado *La pregunta de la semana*.

A la pregunta *¿Sabías que Segovia está rodeada por una muralla al igual que Ávila o Lugo?* El 67% afirma que sí. Esto es debido a las labores de restauración que han tenido lugar y que han permitido descubrir varios lienzos de la muralla. También, desde Turismo de Segovia se han realizado visitas guiadas, a todo el perímetro de la muralla.

Cándido, Mesonero Mayor de Castilla, fue el pionero en demostrar el punto justo del cochinitillo cortándolo con un plato. Después, por un descuido, el plato se le resbaló de las manos y acabó en el suelo. A partir de ese día, quedó instituida esta tradición en toda la provincia de Segovia. El 94% de los encuestados demuestra conocer el origen del tradicional corte con plato.

Nuestra ciudad ha aparecido y aparece en innumerables escenas de películas, series o anuncios de televisión. Al preguntar si se conoce que Segovia es escenario de rodajes, se produce prácticamente un empate entre las personas que lo saben (55%) y los que no (45%).

El nuevo Punto de Información Turística La Muralla se encuentra en la Plaza del Socorro. Este centro se abrió al público en mayo. Cuenta con un espacio para la atención turística de visitantes y ofrece también la posibilidad de acceder al adarve de la muralla desde la Puerta de San Andrés con una audioguía explicativa. El resultado de esta encuesta muestra que el 60% de los encuestados todavía no ha visitado esta nueva oficina.

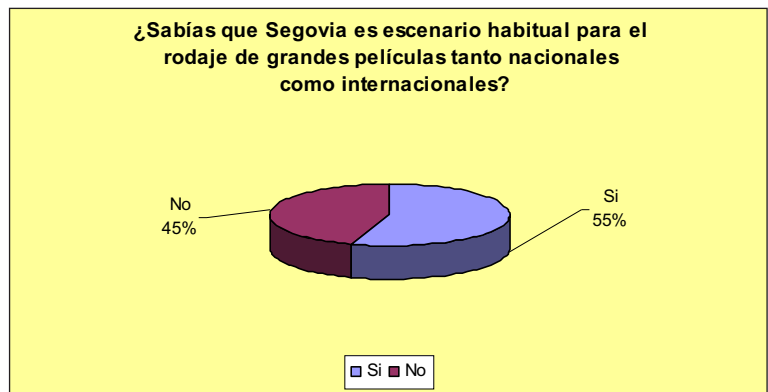
Los resultados de estas encuestas nos permiten conocer las preferencias de las personas que acceden a la web y de este modo, lograr una mayor adecuación de los servicios y productos de Turismo de Segovia a la demanda turística que existe en la ciudad. Las preguntas abordan temáticas tan variadas como la gastronomía, la cultura o el patrimonio de Segovia.



Fuente: Turismo de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia

## 9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS

El compromiso de calidad que tiene Turismo de Segovia viene marcado, entre otros factores, por la satisfacción de los visitantes cuando conocen y disfrutan de nuestra ciudad. La Empresa Municipal de Turismo, como ya se ha visto en otros apartados de este boletín, lleva creando desde su puesta en marcha diferentes productos y servicios turísticos. De todos ellos, el producto más demandado son las visitas guiadas con diferentes itinerarios que muestran al visitante la ciudad acompañados de las explicaciones de un guía oficial.

Una vez concluida la visita, el guía reparte una encuesta de 5 preguntas a cada participante con el fin de conocer su grado de satisfacción con el servicio.

A la pregunta *¿Cómo se ha enterado de esta actividad?* El 48,4% ha contestado que en el Centro de Recepción de Visitantes una vez que está en la ciudad. Frente al 51,6% que obtiene la información a través de Internet. El 96% considera que las explicaciones del guía son muy satis-

factorias, sólo un 4% cree que son satisfactorias y nadie las califica como insatisfactorias o muy insatisfactorias.

En cuanto al precio de la visita, al 64% le parece que el precio es muy satisfactorio y satisfactorio al 36%. El itinerario de la visita es considerado como muy interesante por el 89%. Por último, para más del 90% es la primera vez que realizan una visita guiada ofertada por Turismo de Segovia.

## 11. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) que realiza el INE, el número de pernoctaciones realizadas en Segovia ha descendido un 18,6% aunque, por otro lado, la **estancia media** se mantiene en **1,47 noches** frente a 1,57 del mismo periodo de 2011, esto es, sigue sin llegar a los dos días.

Los Servicios de Información Turística (S.I.T.) de Turismo de Segovia han atendido un total de **124.740 consultas**. Este dato es sensiblemente inferior al del año pasado en el que se atendieron 171.546 consultas. Las causas de este descenso pueden ser, además de la crisis mundial, al aumento de las consultas online o las inclemencias meteorológicas en momentos clave de la temporada como en Semana Santa. El 21,2% de las consultas de información turística se han realizado en el Centro de Recepción de Visitantes. El único centro que presenta datos positivos este semestre ha sido el P.I.T. de la Estación de Autobuses. Precisamente la crisis ha provocado que aumente el número de turistas que eligen el transporte público más económico para llegar a Segovia, es decir, el autobús.

El **Alcázar de Segovia** alcanza, en este semestre, la cifra de **237.770 visitas**, lo que supone un descenso de casi un 3%. Mientras que la **Catedral** consigue un total de **108.816 visitas**, un aumento de más de un 8%. Con este resultado la Catedral obtiene el dato más alto desde que se realiza este boletín. La razón de este aumento puede deberse al bajo coste de la entrada.

Una vez más vuelven a ser las **visitas guiadas** el producto más demandado. En total **2.748 personas** han participado en alguna de las rutas, lo que supone un aumento del 21% con respecto a 2011. La visita *Patrimonio de la Humanidad* es la que muestra una mejor acogida, siendo 2.058 las personas que la han realizado. Se debe destacar que el trabajo de investigación y desarrollo de nuevas visitas (como la visita *Conoce el Acueducto* entre otras) llevado a cabo por Turismo de Segovia está dando sus frutos. Con un crecimiento del 492,1% en este producto.

En cuanto a las procedencias de los viajeros, **Madrid** sigue siendo el principal emisor nacional, mientras que es **EE.UU.** su homólogo dentro de los países extranjeros. Es importante destacar el crecimiento de visitantes de **China**, que podría en breve desbancar a Japón del primer puesto de países procedentes de Asia. Países emergentes como **Rusia** o **Brasil** están aumentando, cada vez más, su presencia en nuestra ciudad.

La Empresa Municipal de Turismo de Segovia continúa su apuesta por las nuevas tecnologías aplicadas al servicio de la información turística, con diversas aplicaciones llevadas a cabo durante este año.

En el mes de julio salió a la luz *Tourkhana*, la aplicación que permite a segovianos y visitantes adentrarse en el patrimonio y la tradición de la ciudad a través de un smartphone, convirtiéndose en actores principales de la visita, y que ha posicionado a Segovia como referente en el turismo interac-

tivo. Los visitantes podrán recorrer Segovia y vivir el patrimonio cultural y turístico en primera persona al sumergirse en las imágenes y sonidos del lugar u observando objetos tridimensionales. Todas estas experiencias se podrán compartir en las redes sociales.

La aplicación se encuentra disponible para dispositivos Android en Google Play por un coste de 1,99 € y está previsto que durante el mes de octubre se pueda descargar también para iPhone.

Se está trabajando en diversas aplicaciones que permitirán, tanto al visitante como al ciudadano, un modo innovador y atractivo de visitar Segovia; una nueva experiencia para descubrir la ciudad y conocer los puntos de interés de una manera sencilla e intuitiva, gracias a la **geolocalización** de los mismos. Monumentos, museos, eventos y productos turísticos se pueden encontrar en las mismas, pero además esta herramienta proporciona información de gran utilidad como servicios básicos y de urgencia en la ciudad, las líneas de transporte etc.

