

# BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº8 ABRIL 2015

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAJES **SEGOVIA** ILUMINA EL CIELO

## AÑO 2014

El Observatorio Turístico de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia presenta este octavo boletín, donde se analizan los datos de coyuntura turística en Segovia obtenidos durante todo el año 2014. Así, en este análisis se incluyen indicadores tan importantes como el número de consultas atendidas en las oficinas de información turística, la procedencia de los visitantes, el número de participantes en las visitas guiadas comercializadas por la Central de Reservas o el número de visitas a los museos y monumentos de la ciudad.

Si en el anterior boletín todos esos indicadores reflejaban que la tendencia en 2013 era la del comienzo de la recuperación del turismo, en este número se aprecia como 2014 ha sido sin duda el año en que dicha recuperación se ha finalizado por completo para dar comienzo a un nuevo ciclo. A pesar de que no todos los datos son positivos, se puede afirmar con claridad que la situación ha vuelto a la normalidad previa a la crisis (que se empezó a sufrir a nivel nacional en 2008, pero que tuvo su mayor incidencia en el turismo local a partir de 2011), alcanzándose en algunos casos cifras record nunca vistas.

El turismo en Segovia, principal motor económico de la ciudad, goza por tanto de buena salud y es de esperar que el nuevo ciclo iniciado en 2014 pueda deparar grandes resultados a todos los agentes implicados en el sector.

## SUMARIO

1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE.....	3
2. CONSULTAS A LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO 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 DE SEGOVIA .....	5
5. PRODUCTOS TURÍSTICOS GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA.....	6
6. PROCEDENCIAS DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA .....	7
7. CONSULTAS A LAS WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA Y REDES SOCIALES.....	9
8. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS.....	11
9. CONCLUSIONES.....	12

## 1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE

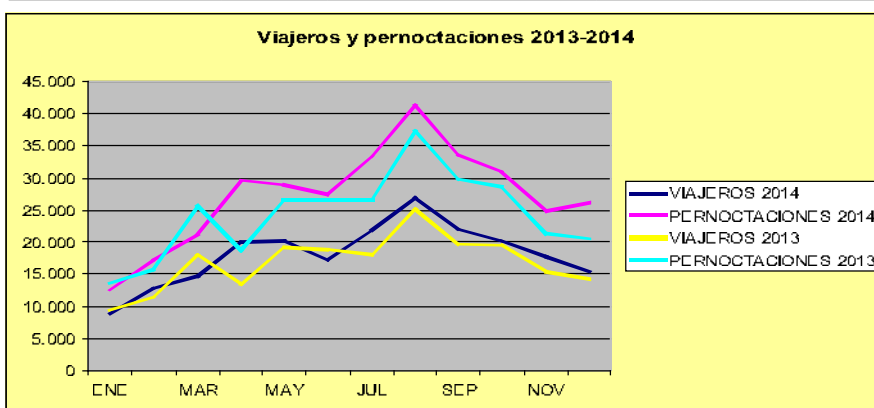
La Encuesta de Ocupación Hotelera es el instrumento creado por el Instituto Nacional de Estadística para describir y analizar la oferta y demanda del sector hotelero en los distintos puntos turísticos de España. Así, el INE envía a todos los hoteles un cuestionario que cada establecimiento debe cumplimentar con los datos de ocupación durante siete días consecutivos (semana de referencia). Además, aquellos hoteles con 3, 4 y 5 estrellas envían un cuestionario con los datos de cada mes.

En las tablas que acompañan este texto puede verse una comparativa con los resultados de dicha encuesta en los hoteles de Segovia capital durante los años 2013 y 2014.

El número de viajeros (definidos por el INE como todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento) se ha incrementado un 7,70% y las pernoctaciones un 12,31%. Este incremento ha supuesto que la ciudad alcance la cifra record de 217.764 viajeros, cantidad solamente superada en 2007 (por poco más de 2000 viajeros), año de referencia para el país como uno de los de mayor bonanza económica de su historia. Por otro lado, aunque las 327.125 pernoctaciones totales alcanzadas no suponen ningún record, se trata del mejor dato desde 2011, aumentando la estancia media anual hasta 1,5 noches.

Si se analizan la procedencia se puede observar que mientras el número de viajeros nacionales crece un 6,4% (de 157.077 a 167.125 viajeros), el de extranjeros lo hace un 12,23% (de 45.121 a 50.639 viajeros), liderando estos últimos también

Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa 2014-2013								
	Viajeros				Pernoctaciones			
	2014	2013	Variación	%	2014	2013	Variación	%
Enero	8.905	9.481	-576	-6,08%	12.540	13.565	-1.025	-7,56%
Febrero	12.715	11.459	1.256	10,96%	17.196	15.792	1.404	8,89%
Marzo	14.739	18.012	-3.273	-18,17%	21.248	25.587	-4.339	-16,96%
Abril	19.977	13.413	6.564	48,94%	29.549	18.764	10.785	57,48%
Mayo	20.125	19.113	1.012	5,29%	29.008	26.710	2.298	8,60%
Junio	17.268	18.899	-1.631	-8,63%	27.455	26.707	748	2,80%
Julio	21.774	17.991	3.783	21,03%	33.350	26.563	6.787	25,55%
Agosto	27.016	25.144	1.872	7,45%	41.435	37.311	4.124	11,05%
Septiembre	21.965	19.635	2.330	11,87%	33.570	29.730	3.840	12,92%
Octubre	20.177	19.491	686	3,52%	30.860	28.603	2.257	7,89%
Noviembre	17.684	15.404	2.280	14,80%	24.796	21.343	3.453	16,18%
Diciembre	15.419	14.156	1.263	8,92%	26.118	20.589	5.529	26,85%
<b>TOTAL</b>	<b>217.764</b>	<b>202.198</b>	<b>15.566</b>	<b>7,70%</b>	<b>327.125</b>	<b>291.264</b>	<b>35.861</b>	<b>12,31%</b>



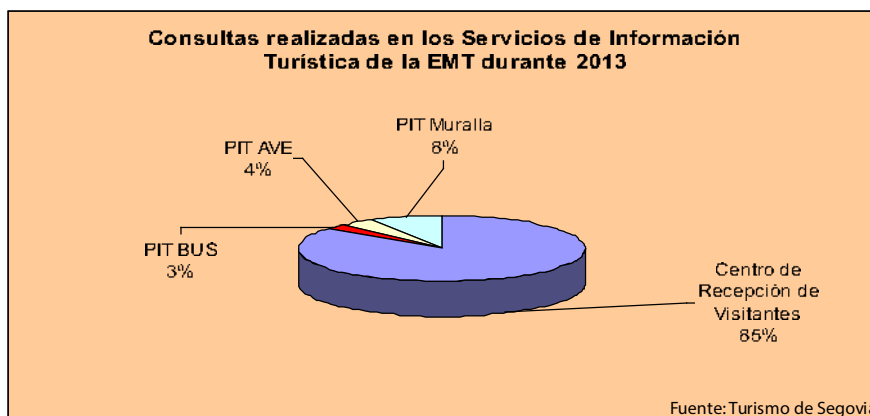
Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

el crecimiento en pernoctaciones que aumentaron un 22,05% (de 64.294 a 78.473 pernoctaciones) frente al crecimiento del 9,55% de las pernoctaciones de viajeros nacionales (de 226.970 a 248.652 pernoctaciones).

Existe por tanto un número creciente de personas que viajan a Segovia y se alojan en la

ciudad, pero el número de noches que se alojan estos viajeros, pese a crecer también, se mantiene estancado en el habitual rango entre 1,42 (mínimo histórico) y 1,61 noches (máximo histórico). Es decir, el pasado año los hoteleros segovianos consiguieron un mayor número de clientes, aunque estos siguen prefiriendo estancias cortas, habitualmente de entre 1 y 2 noches.

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



Fuente: Turismo de Segovia

Durante el pasado 2014, cuatro puntos de información turística gestionados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia dieron servicio al visitante, el Centro de Recepción de Visitantes, el P.I.T. de la Estación de AVE, el P.I.T. de La Muralla y el P.I.T. de la Estación de Autobuses (este último estuvo en servicio sólo los 5 primeros meses del año y en horario reducido). Todas estas oficinas, estratégicamente posicionadas en puntos de especial relevancia para el turismo en la ciudad, atendieron un total de 289.567 consultas, que suponen un 82,83% del total

de consultas recibidas en la ciudad (el otro 17,17% de consultas, 60.014 en total, se atendieron en la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León). El Centro de Recepción de Visitantes de Segovia es la principal oficina de todas las gestionadas por la Empresa Municipal de Turismo, pues en ella se atendió el 85,54% de todas las consultas que atendió (aumentando su peso respecto al resto de oficinas un 6,26%, hasta llegar a las 247.697 consultas atendidas)

Si en 2013 el segundo centro por volumen de consultas atendidas fue el P.I.T. de la Estación de Autobuses (con 32.141 consultas atendidas y un 10,74% del total), en 2014 ese puesto es para el P.I.T. de la Muralla. Esta oficina, con 23.468 consultas atendidas y un 8,10% del total, ve crecer en un año su peso respecto al resto de oficinas de la EMT en un 3,53%, pasando de ser la de menor importancia a ocupar ese segundo puesto que solía ocupar el P.I.T. de la Estación de Autobuses, que debido a su apertura limitada en 2014 cae a la última posición (con 7.447 consultas atendidas y un 2,57% del total, muy lejos de las 32.141 consultas atendidas en 2013, que supusieron un 10,74% del total). En tercer lugar está el P.I.T. de la Estación del AVE. Pese a que prácticamente limitó su apertura a los fines de semana (lo que provocó un descenso de 5.200 consultas respecto a 2013, año en el que alcanzó las 16.195 consultas atendidas), en esta oficina se atendieron 10.955 consultas (un 3,79% del total).

Estadísticas totales en el CRV y P.I.T. de Turismo de Segovia 2014/2013.						
	C.R.V			P.I.T. Estación del tren AVE		
	2013	2014	Variación	2013	2014	Variación
Enero	6.353	7.279	926	355	1.167	812
Febrero	10.092	10.831	739	836	445	-391
Marzo	22.114	18.733	-3.381	1.803	1.836	33
Abril	22.471	34.195	11.724	1.772	2.285	513
Mayo	25.393	23.345	-2.048	2.527	1.378	-1.149
Junio	22.828	17.085	-5.743	1.787	630	-1.157
Julio	19.263	21.475	2.212	1.690	397	-1.293
Agosto	32.043	29.426	-2.617	1.814	751	-1.063
Septiembre	21.632	26.587	4.955	1.362	378	-984
Octubre	21.782	23.055	1.273	170	559	389
Noviembre	16.473	13.302	-3.171	1.007	409	-598
Diciembre	16.903	22.384	5.481	1.072	720	-352
<b>TOTAL</b>	<b>237.347</b>	<b>247.697</b>	<b>10.350</b>	<b>16.195</b>	<b>10.955</b>	<b>-5.240</b>
	P.I.T. Estación de Autobuses			P.I.T. Muralla		
	2013	2014	Variación	2013	2014	Variación
Enero	1.721	1.847	126	644	622	-22
Febrero	670	1.551	881	744	968	224
Marzo	4.108	1.199	-2.909	1.335	1.167	-168
Abril	3.210	1.749	-1.461	1.072	2.246	1.174
Mayo	3.373	1.101	-2.272	1.147	2.318	1.171
Junio	3.255	0	-3.255	872	1.717	845
Julio	2.600	0	-2.600	969	2.179	1.210
Agosto	3.316	0	-3.316	1.785	3.684	1.899
Septiembre	3.396	0	-3.396	1.659	2.780	1.121
Octubre	2.770	0	-2.770	1.258	2.400	1.142
Noviembre	2.397	0	-2.397	1.145	1.680	535
Diciembre	1.325	0	-1.325	1.041	1.707	666
<b>TOTAL</b>	<b>32.141</b>	<b>7.447</b>	<b>-24.694</b>	<b>9.876</b>	<b>23.468</b>	<b>13.592</b>

Fuente: Turismo de Segovia

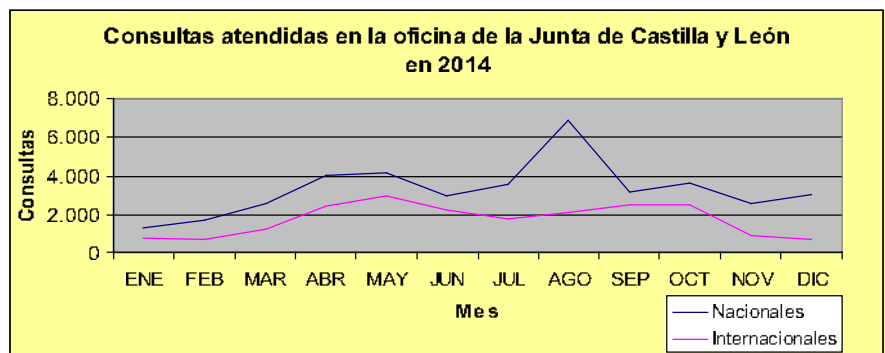
Si se suma el total de consultas atendidas en todos estos puntos de información turística se observa que, como viene siendo habitual, el mes de menor demanda de información turística fue enero. Sin embargo, el periodo

de mayor demanda varía, pues en 2013 fue agosto el mes en que se atendieron más consultas, mientras que en 2014 fue abril, debido a la alta demanda vivida en Semana Santa.

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

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA													TOTAL
Año 2014	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2014
Nacionales	1.308	1.705	2.498	4.061	4.155	2.973	3.534	6.900	3.154	3.628	2.530	3.003	39.449
Extranjeros	719	693	1.207	2.420	2.956	2.236	1.783	2.087	2.444	2.473	877	670	20.565
<b>TOTAL</b>	<b>2.027</b>	<b>2.398</b>	<b>3.705</b>	<b>6.481</b>	<b>7.111</b>	<b>5.209</b>	<b>5.317</b>	<b>8.987</b>	<b>5.598</b>	<b>6.101</b>	<b>3.407</b>	<b>3.673</b>	<b>60.014</b>

La Junta de Castilla y León gestiona la oficina de turismo ubicada en la Plaza Mayor de Segovia. Un total de 60.014 consultas fueron atendidas allí en 2014 (un 65,73% fueron realizadas por españoles y un 34,27% por extranjeros), lo que supone un aumento del 7,6% respecto al año anterior. A diferencia de las oficinas gestionadas por la Empresa Municipal de Turismo, los meses de mayor demanda de información en esa oficina fueron agosto y mayo.



Fuente: Fundación Siglo

## 4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS DE SEGOVIA

Visitantes a los principales Hitos Monumentales			
MES/2014	Cuenta pax CRV	Catedral	Alcázar
ENERO	29.626	10.516	20.369
FEBRERO	36.053	10.758	23.393
MARZO	53.907	17.592	38.329
ABRIL	77.032	26.944	64.562
MAYO	72.839	31.065	57.364
JUNIO	62.368	24.653	50.244
JULIO	66.171	24.694	48.244
AGOSTO	80.378	33.689	63.541
SEPTIEMBRE	69.749	27.143	50.572
OCTUBRE	66.037	25.300	53.711
NOVIEMBRE	48.586	17.093	33.011
DICIEMBRE	51.987	15.252	35.499
<b>TOTAL</b>	<b>714.733</b>	<b>264.699</b>	<b>538.839</b>

### HITOS MONUMENTALES

Segovia, como ciudad Patrimonio de la Humanidad, goza de un amplio catálogo de hitos turístico-monumentales. De entre todos ellos destacan tres, Acueducto, Catedral y Alcázar. El pasado 2014 estos tres referentes del turismo local lograron el mayor número de visitantes desde que la Empresa Municipal de Turismo tiene datos de referencia (en el caso del Acueducto, al estar ubicado en un espacio público abierto, se toma como referencia el número de personas que entran en el Centro de Recepción de Visitantes).

En un año el Alcázar ha visto crecer su número de visitantes un 11,10%, la Catedral un 35,06% y el Acueducto un 32,76%, llegando a las 538.839, 264.699 y 714.733 visitas respectivamente. Si en el anterior boletín se destacaba que Acueducto y Alcázar coincidían en que agosto fue su mejor mes de todo 2013, mientras que para la Catedral fue el mes de mayo, en esta ocasión son el Acueducto y la Catedral los hitos que comparten agosto como su mejor mes, mientras que para el Alcázar lo fue abril. En lo que sí coincidieron estos tres hitos un año más es en que obtuvieron sus peores resultados en el mes de enero

### MUSEOS

En el año 2013 fueron 67.022 las visitas a todos los 10 espacios museísticos de la ciudad. En 2014, con la apertura de la Colección de Títeres Francisco Peralta, el número de espacios museísticos se eleva a 11. Lamentablemente, a cierre de esta publicación, los responsables de Museo de Segovia y Museo Zuloaga aún no habían proporcionado el número de visitas recibidas en estos centros, por lo que no se puede comparar el número

CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	363	789	911	1.755	1.073	783	1.538	2.037	1.330	849	671	724	<b>12.823</b>
MUSEO RODERA-ROBLES													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	148	120	152	306	262	154	155	236	173	99	143	519	<b>2.467</b>
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	272	413	734	1.054	921	712	1.049	1.056	1.154	754	476	688	<b>9.283</b>
PUERTA DE SAN ANDRÉS													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	249	375	422	610	634	315	404	577	909	585	274	361	<b>5.715</b>
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	128	703	864	1.112	1.871	966	2.057	1.166	832	1.081	1.295	1.040	<b>13.115</b>
REAL CASA DE MONEDA													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	500	642	949	1.428	1.145	1.151	1.091	2.240	1.120	1.241	116	0	<b>11.623</b>
COLECCIÓN DE TÍTERES FRANCISCO PERALTA													
2014			385	842	772	201	871	897	518	460	216	217	<b>5.379</b>
MUSEO DIOCESANO (PALACIO EPISCOPAL)													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	253	282	141	238	168	144	95	279	159	107	83	140	<b>2.089</b>
MUSEO GASTRONÓMICO													
AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2014	212	118	151	338	193	240	194	237	280	251	64	150	<b>2.428</b>

Fuente: Turismo de Segovia, Catedral de Segovia, Patronato del Alcázar, Museo Rodera-Robles y Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente

de visitas totales recibidas en todos los espacios museísticos de la ciudad. Excluyendo estos 2 museos, la cifra de visitas en 2013 fue de 52.905, mientras que en 2014 fue de 64.922, lo que supone un incremento del 22,71%.

El Museo Gastronómico, que apenas estuvo abierto 4 meses en 2013, aumentó en 2014 su número total de visitas un 142,80%, lo que le llevó a conseguir 2.428 visitas. Gracias a ese gran crecimiento dejó de ser el espacio menos visitado de todos los analizados, ocupando el Museo Diocesano ese puesto, que pese a que también vio crecer sus visitas (en este caso un 3,47%), sólo consiguió 2.089 visitas. Muy cerca de estos museos, con 2.467 visitas y una caída del 35,92% respecto al año anterior, quedó el Museo Rodera-Robles.

La Colección de Títeres Francisco Peralta, última incorporación a esta lista, logró más del doble de visitas que cualquiera de los tres museos ya citados. En sólo 10 meses llegó a las 5.379 visitas, lo que le sitúa como el sexto espacio museístico de la ciudad, aunque aún es el menos visitado de todos los gestionados por

la Empresa Municipal de Turismo. Con solo 336 visitas más, el quinto museo en el ranking por volumen de visitas es la Puerta de San Andrés, que llegó a 5.715 visitas gracias a un espectacular crecimiento del 208,59% (siendo este el museo que más crece).

El Centro Didáctico de la Judería, se queda, con un crecimiento del 10,39% y 9.283 visitas, justo un escalón por debajo de los 3 museos con más visitas de todos los analizados, Real Casa de Moneda, Casa-Museo de Antonio Machado y Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, todos ellos con más de 10.000 visitas al año.

La Real Casa de Moneda (que incluye dentro de sus instalaciones el Centro de Interpretación del Acueducto), vio reducido su número de visitas un 29,96% hasta caer a las 11.623 visitas, por lo que pasó de ser el principal espacio museístico de la ciudad a ser el tercero (es necesario destacar que gran parte del mes de noviembre y el mes de diciembre por completo, este museo permaneció cerrado por obras).

En segundo lugar, con un fuerte crecimiento del 78,69% y 12.823 visitas,

está la Casa-Museo de Antonio Machado que sube en un solo año tres puestos para ser segundo en este particular ranking y el primero por volumen de visitantes de todos los gestionados por la EMT.

Gracias a un crecimiento del 9,23%, el primer puesto es para el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, que aunque consigue 13.115 visitas aún está muy lejos de las 16.594 visitas conseguidas en 2013 en la Real Casa de Moneda.

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

La Central de Reservas de Turismo de Segovia, unidad de negocio de la EMT especializada en la comercialización de productos turísticos (de elaboración propia y de terceros), puso a la venta en 2014 una variada oferta de experiencias turísticas. En la tabla que acompaña este texto se destacan seis: Visitas Guiadas "Conoce Segovia", Bus Turístico, Audioguías, Tarjetas Turísticas y Publicaciones.

Durante el pasado año 2014 el único de estos seis productos que vio reducidos sus números fue la venta de publicaciones, que cayó de 6.202 a 5.076 unidades, lo que supone un 28,16% menos que en 2013. En el extremo contrario encontramos la Tarjeta Turística, que fue el producto que más aumentó sus ventas, alcanzando un crecimiento del 214,75% (hasta alcanzar las 683 tarjetas vendidas).

Es necesario aclarar el caso del servicio de alquiler de bicicletas "Segovia de Bicio", ya que durante la campaña de 2014, a diferencia de la de 2013, el alquiler fue gratuito, lo que lógicamente disparó el número de alquileres hasta alcanzar los 3.000, creciendo un 82,81% (pese a que la campaña duró dos meses menos).

El número de audioguías alquiladas creció hasta alcanzar los 737 alquileres, aumentando un 55,81% respecto al año anterior.

Con crecimientos más moderados pero con un mayor volumen de ventas está la venta de tickets para el Bus Turístico y las Visitas Guiadas. Con un incremento del 13,64%, el número de usuarios del Bus Turístico creció hasta alcanzar un total de 12.594 tickets vendidos, mientras que las Visitas Guiadas "Conoce Segovia", considerado el producto estrella de la Central de Reservas, aumentó el número de participantes en sus grupos un 16,07% para alcanzar los 11.353 participantes en todo el 2014.

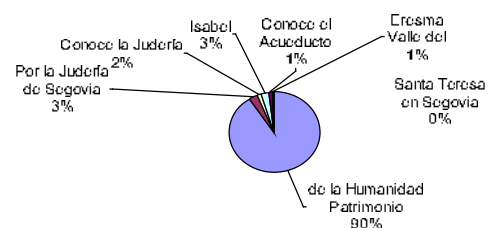
### VISITAS GUIADAS

En un análisis pormenorizado de las Visitas Guiadas ofertadas en el programa "Conoce Segovia" se observa que sigue existiendo una gran diferencia de participantes entre la ruta Patrimonio de la Humanidad y el resto de visitas. Un 90,86% de los participantes en estas

Usuarios de los Productos Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Año 2014						
MES	Visitas Guiadas	Bus Turístico	Alquiler de Audioguías	Alquiler Bicis	Tarjeta Turística	Publicaciones CRV
Enero	329	119	41		19	169
Febrero	362	72	36		133	306
Marzo	763	300	42		23	451
Abril	1.419	1.421	87		89	597
Mayo	617	977	112	548	155	567
Junio	590	556	60	440	7	275
Julio	1.006	2.162	72	1.022	45	305
Agosto	2.207	3.871	47	669	75	516
Septiembre	1.014	1.727	55	321	44	753
Octubre	1.022	891	81		46	479
Noviembre	882	310	66		22	316
Diciembre	1.142	188	38		25	342
<b>TOTAL</b>	<b>11.353</b>	<b>12.594</b>	<b>737</b>	<b>3.000</b>	<b>683</b>	<b>5.076</b>

Visitas Guiadas Conoce Segovia 2014								
MES/2014	Patrimonio de	Por la	Conoce la	Isabel	Conoce el	Valle del	Santa Teresa en	TOTAL
	la Humanidad	Judería	Judería		Acueducto	Eresma	Segovia	
Enero	276	15		38	0			329
Febrero	267	38		36	21			362
Marzo	628	56		79	0			763
Abril	1.307	33		72	7			1.419
Mayo	559	38		20	0			617
Junio	500	34		52	4			590
Julio	905	7	42	18	39	18		1.029
Agosto	2.057	0	73		41	37		2.208
Septiembre	953	15	12		0	34		1.014
Octubre	956	41			14			1.011
Noviembre	830	20			2		7	859
Diciembre	1.077	0	63		8		4	1.152
<b>TOTAL</b>	<b>10.315</b>	<b>297</b>	<b>190</b>	<b>315</b>	<b>136</b>	<b>89</b>	<b>11</b>	<b>11.353</b>

visitas guiadas optaron por esta ruta (alcanzando los 10.316 participantes), mientras que la suma de participantes en todas las demás visitas tan sólo llegó al 9,14%. En un año, el peso de estas rutas alternativas cayó un 2,85%. Esta caída se debe en parte a que la visita "Isabel en Segovia", segunda en importancia por volumen de participantes en 2013, que fue retirada del programa "Conoce Segovia" en el mes de agosto de 2014 como consecuencia del decreciente interés suscitado por la serie "Isabel" de TVE. En los 7 meses en programa consiguió 315 participantes (frente a los 714 que consiguió en 2013) por lo que pasó a ser la tercera visita más vendida.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

Si se suma el número de participantes de las visitas "Por la Judería" y "Conoce la Judería" (versión de 45 minutos de la ruta original ofertada sólo durante los meses de verano y diciembre) se observa que estas visitas hermanas obtuvieron un total de 343 participantes, lo que llevó a que las visitas a la judería recuperasen el segundo puesto por volumen de participantes.

A gran distancia, con 136, 89 y 11 participantes, se encuentran las rutas "Conoce el Acueducto", "Valle del Eresma" (ofertada los meses de verano) y "Santa Teresa en Segovia" (que comenzó a ofertarse en el mes de noviembre) en cuarto, quinto y sexto lugar respectivamente.

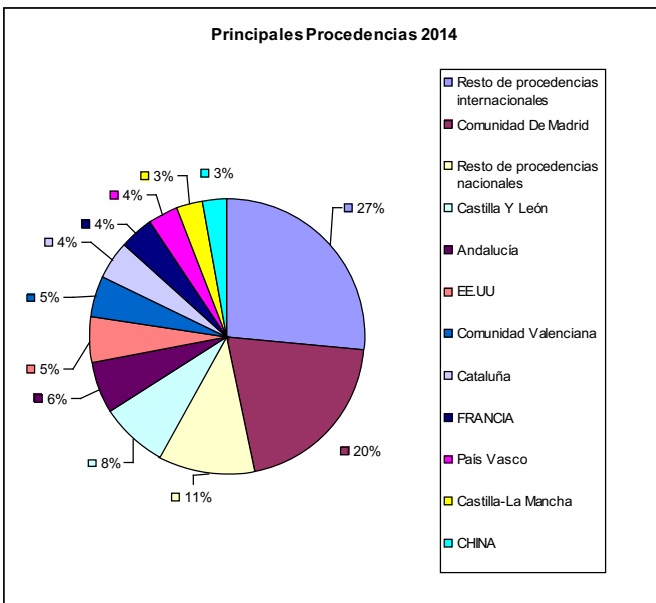
## 6. PROCEDENCIAS DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA

El personal de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia atendió en 2014, entre todos los P.I.T. y museos, un total de 328.784 consultas (un 0,86% menos que en 2013). De este total, 201.715 fueron realizadas por visitantes nacionales (61,35%) y 127.069 (38,65%) por internacionales, lo que supone un incremento del peso del turismo nacional en la ciudad del 3,04%.



Fuente: Turismo de Segovia

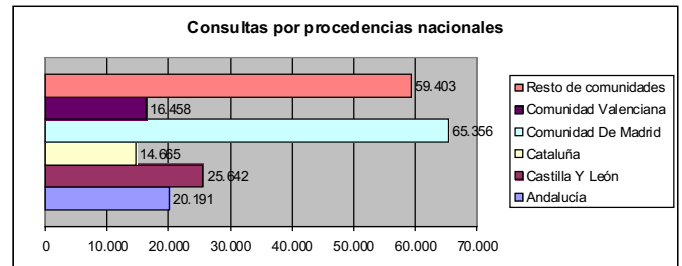
Antes de analizar las procedencias nacionales e internacionales de manera individualizada, se observa que las 10 procedencias nacionales e internacionales más importantes por volumen de consultas concentran más del 60% del total. De esas 10 procedencias 7 son nacionales y sólo 3 internacionales, siendo claramente la más importante la Comunidad de Madrid, que aporta por sí sola casi el 20% del total.



Fuente: Turismo de Segovia

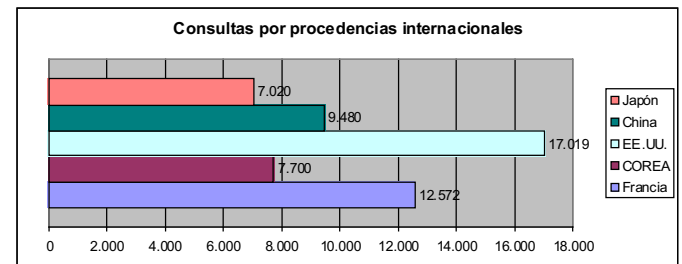
Analizando únicamente las procedencias nacionales, las 4 más importantes después de Madrid (sus 65.356 consultas suponen un 20,4% de todas las realizadas por visitantes nacionales, con un crecimiento interanual del 6,55%) son Castilla y León (pese a perder un 7,03% respecto a 2013, con 25.642 consultas totales, representa un 12,71% del total de consultas nacionales), Andalucía (sus 20.191 consultas suponen un 10% del total de consultas de nacionales, con un crecimiento interanual del 1,87%), Comunidad Valenciana (con un gran crecimiento del 16,29% y 16.458 consultas, un 8,16% del total de consultas nacionales, supera a Cataluña, cuarta procedencia por volumen de consultas en 2013) y Cataluña (que se quedó en un 7,27% del total de nacionales con 14.665 consultas, al crecer tan sólo un 1,42%).

Del resto de procedencias nacionales hay que destacar por volumen de consultas los casos de País Vasco y Castilla La Mancha (con 11924 y 9863 consultas respectivamente) y por su crecimiento respecto a 2013 los casos de Ceuta (que crece un 33,33% pero se queda en sólo 100 consultas), Cantabria (crece un 26,96% y alcanza las 2.722 consultas) y Principado de Asturias (que crece un 17,37% y llega a las 4.521 consultas). Tan sólo 4 comunidades reducen el número de consultas, Canarias (-9,23% y 3.549 consultas), Aragón (-8,33% y 4.489 consultas), y las ya analizadas Castilla y León y Castilla La Mancha.



Fuente: Turismo de Segovia

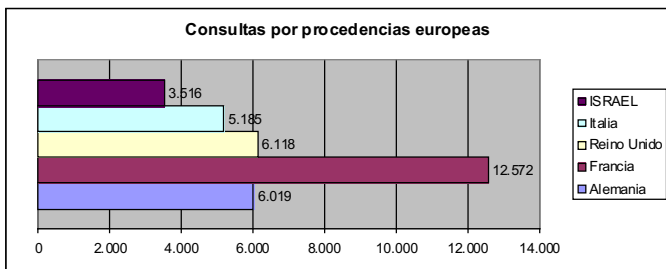
Si se analizan las consultas realizadas por los visitantes internacionales se observa que, por tercer año consecutivo, EE.UU. (aporta un 13,39% del total de consultas internacionales), Francia (9,89% del total de consultas internacionales) y China (7,46% de las consultas internacionales) repiten como los 3 países más importantes, pero si que existen novedades en el cuarto y quinto puesto, pues Japón (decae un 16,35% las consultas de visitantes de este país, que con un total de 7.020 ya sólo supone un 5,52% de las consultas internacionales) pierde un puesto, esta vez en favor de Corea (crece un 24,49% hasta llegar a las 7.700 consultas, un 6,05% de todas las internacionales), que irrumpe en el ranking con fuerza y provoca la salida de Reino Unido (cae un 9,88% con 6118 consultas, lo que supone un 4,81% de todas las consultas internacionales) de la lista de los 5 países más importantes por volumen de consultas.



Fuente: Turismo de Segovia

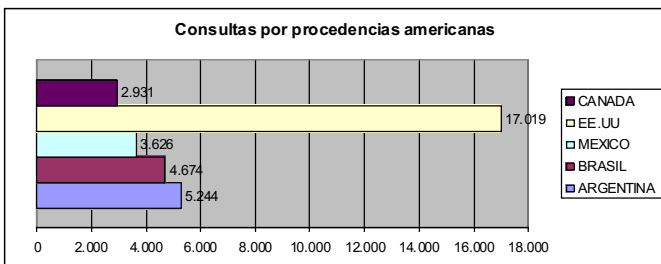
En el análisis por continentes es destacable que Europa no sólo vuelve a ser el continente que más consultas aporta, sino que además incrementa ligeramente la distancia con América y Asia (las consultas realizadas por ciudadanos europeos supusieron en 2014 un 38,71% del total de las consultas internacionales, cerca de un 1% más que el año anterior). Dentro del continente europeo, los 5 países que más consultas aportaron fueron Francia (pese a caer un 6,40%, sus 12.572 consultas le sirven para mantener su habitual primer puesto con un 25,56% del total de consultas provenientes del viejo continente), Reino Unido (mantiene su segundo lugar pese a reducir sus consultas un 9,88% hasta llegar a las 6.118), Alemania (que gracias a un crecimiento moderado del 2,75% supera a Italia y se coloca en tercer lugar, realizando un total de 6.019 consultas el pasado 2014), Italia (cae al cuarto puesto al caer el número de sus consultas un 11,50%, alcanzando la

cifra total de 5.185 consultas) e Israel, que con un crecimiento espectacular (del 138,70%) ocupa el puesto que deja Rusia, que se ve afectado por los conflictos internacionales (Israel llega a las 3516 consultas frente a las 2.924 de Rusia, lo que supone una reducción del 34,16%).



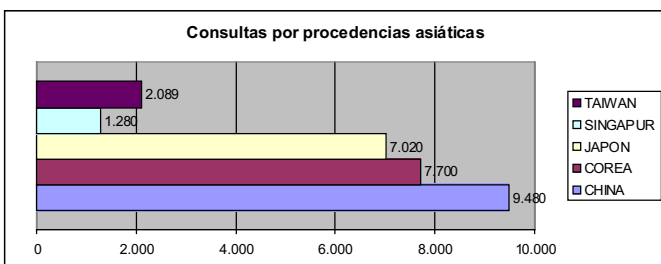
Fuente: Turismo de Segovia

El gran protagonista en cuanto a los países americanos es EE.UU. (con el 38,79% de las consultas llevadas a cabo por americanos), máximo referente desde hace años del turismo internacional en la ciudad (17.019 consultas en 2014), pese a bajar considerablemente el número de consultas formuladas por ciudadanos de ese país (-20,79%). A gran distancia se encuentran Argentina (que pese a caer un 14,30% sus 5.440 consultas le sirven para repetir un año más en el segundo puesto), Brasil (cuyo crecimiento del 10,44% le sirve para ganar un puesto y ser con 4.674 consultas el tercer país americano), Méjico (pierde un puesto al caer un 26,78% y alcanzar sólo 3.626 consultas) y Canadá (que con 2.931 consultas y un crecimiento moderado del 2,23% es el quinto país americano por volumen de consultas).



Fuente: Turismo de Segovia

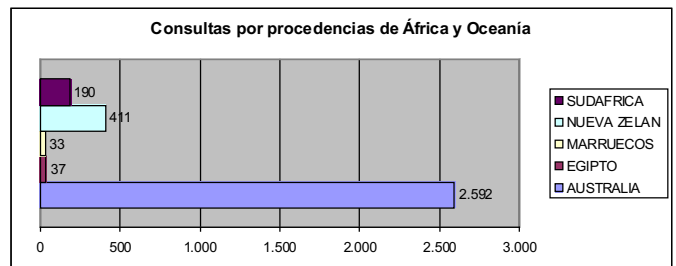
Dentro del continente asiático China repite en 2014 como el país que más consultas aporta (9.480 consultas, un 31,75% del total de Asia), pese a que frenó su imparable crecimiento al reducir el volumen de consultas en un 0,80% (probablemente debido a que, al cerrar el PIT de la Estación de Autobuses, se dejó de registrar un importante flujo de viajeros chinos que llegan a la ciudad en autobús). Corea, que en 2013 recortaba distancia con Japón, es ya el segundo país asiático en Segovia debido a que, mientras ellos aumentaron sus consultas un 24,49% (llegando a las 7.700 consultas totales), Japón las disminuyó un 16,35% (quedándose en 7.020 consultas).



Fuente: Turismo de Segovia

Los visitantes procedentes de África y Oceanía tan sólo suponen un 3,26% de todas las realizadas por visitantes internacionales. Dado lo atomizado de este segmento, sólo

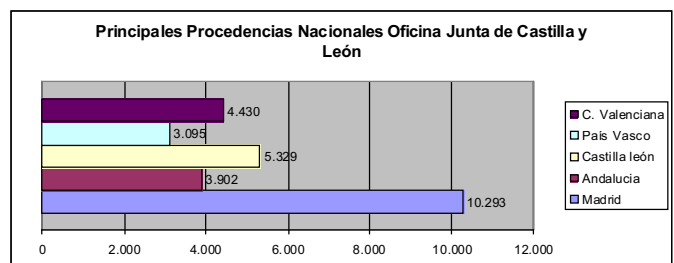
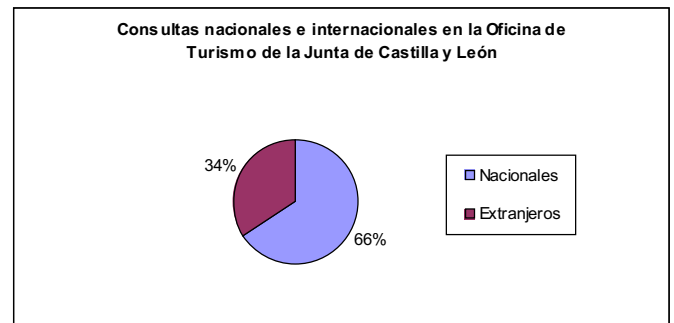
cabe destacar el caso de Australia, que con un crecimiento del 2,69% y 2.592 consultas, vuelve a ser el país más importante del grupo.



Fuente: Turismo de Segovia

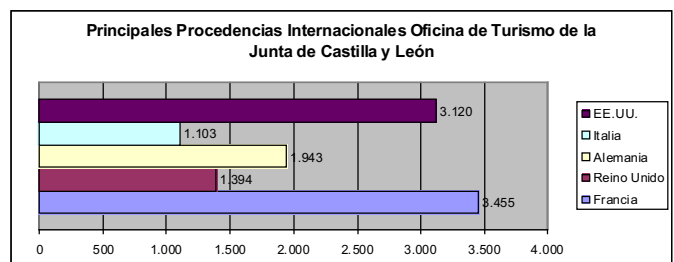
## OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

En esta oficina de turismo, gestionada por la Junta de Castilla y León, el origen de los visitantes que allí se han atendido difiere ligeramente de lo analizado en las oficinas de la Empresa Municipal de Turismo. En este caso, si bien Madrid y Castilla y León son también las dos procedencias más importantes (con un 26,1% y un 13,5% del total de consultas nacionales respectivamente), la tercera es la Comunidad Valenciana (11,2% de las consultas nacionales) y no Andalucía (quinta en este caso, con un 9,9%).



Fuente: Fundación Siglo

Tal y como se observaba en boletines anteriores, en esta oficina la principal procedencia de las consultas internacionales provienen de Francia y no de EE.UU., con un 16,8% y un 15,2% respectivamente. Es de destacar que los visitantes chinos solo hicieron en esta oficina un 1,4% de todas las recibidas por extranjeros, siendo el tercer país por importancia Alemania con un 9,4% (Reino Unido, tercer país por volumen de consultas en esta oficina en 2014, pierde un puesto al aportar sólo un 6,8% del total de consultas internacionales).



Fuente: Fundación Siglo



## 7. CONSULTAS A LAS WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA Y REDES SOCIALES

Durante el pasado 2014 la Empresa Municipal de Turismo de Segovia gestionó, entre sites y microsites, 21 espacios web. Los cuatro más importantes, [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) (web con información de interés turístico), [www.reservasdesegovia.com](http://www.reservasdesegovia.com) (página dedicada en exclusiva a la comercialización de eventos, experiencias turísticas, culturales y gastronómicas), [www.segoviafilmoffice.com](http://www.segoviafilmoffice.com) (dedicada a facilitar a todo tipo de productores audiovisuales sus rodajes en la ciudad) y [www.casamonedasegovia.es](http://www.casamonedasegovia.es) (web de la Real Casa de Moneda de Segovia) sumaron un total de 414.729 visitas, lo que supone un incremento del 22,80% respecto al año anterior.

### WWW.TURISMODESEGOVIA.COM

Esta web se convierte un año más en la que más visitas recibe. Un 82,76% de los visitantes a las webs de Turismo de Segovia pasan por esta página, alcanzando un total de 343.219 visitas y un crecimiento del 29,29% respecto a 2013. De todas esas visitas, un 34,57% son realizadas desde dispositivos móviles (23,36% desde móviles y 11,21% desde tablets), aumentando un 10,57% en tan sólo un año. Las ciudades desde las que se reciben más visitas a la web son Madrid (30,90%), Segovia (11,08%) y Barcelona (4,06%). La duración media de las visitas fue de 3 minutos 19 segundos.

Integradas dentro de esta web, destacan por volumen de visitas las microsites sobre el Acueducto ([acueducto.turismodesegovia.com](http://acueducto.turismodesegovia.com), con 17.780 visitas y un crecimiento del 24,17%), Turismo Familiar (ninos.[turismodesegovia.com](http://turismodesegovia.com), con 13.399 visitas y un crecimiento del 19,10%) y la Judería ([juderia.turismodesegovia.com](http://juderia.turismodesegovia.com), con 11.215 visitas y un crecimiento del 23,23%).

### WWW.RESERVASDESEGOVIA.COM

La web de la Central de Reservas acumuló 49.137 visitas en todo el 2014, creciendo un 0,54%, por lo que fue la segunda más visitada. Un

www.turismodesegovia.com													TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
AÑO 2014	23.296	28.226	29.701	34.127	29.252	23.448	28.585	30.790	27.129	31.034	30.269	27.362	<b>343.219</b>
AÑO 2013	17.398	18.883	28.280	11.959	22.259	19.553	21.928	25.049	23.636	28.364	25.075	23.084	<b>265.468</b>
DIFERENCIA	<b>5.898</b>	<b>9.343</b>	<b>1.421</b>	<b>22.168</b>	<b>6.993</b>	<b>3.895</b>	<b>6.657</b>	<b>5.741</b>	<b>3.493</b>	<b>2.670</b>	<b>5.194</b>	<b>4.278</b>	<b>77.751</b>
%	<b>33,90%</b>	<b>49,48%</b>	<b>5,02%</b>	<b>185,37%</b>	<b>31,42%</b>	<b>19,92%</b>	<b>30,36%</b>	<b>22,92%</b>	<b>14,78%</b>	<b>9,41%</b>	<b>20,71%</b>	<b>18,53%</b>	<b>29,29%</b>

www.segoviafilmoffice.com													TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
AÑO 2014	412	464	499	502	404	115	285	361	479	507	451	523	<b>5.002</b>
AÑO 2013	402	382	441	448	536	345	345	360	464	530	549	378	<b>5.180</b>
DIFERENCIA	<b>10</b>	<b>82</b>	<b>58</b>	<b>54</b>	<b>-132</b>	<b>-230</b>	<b>-60</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>-23</b>	<b>-98</b>	<b>145</b>	<b>-178</b>
%	<b>2,49%</b>	<b>21,47%</b>	<b>13,15%</b>	<b>12,05%</b>	<b>-24,63%</b>	<b>-66,67%</b>	<b>-17,39%</b>	<b>0,28%</b>	<b>3,23%</b>	<b>-4,34%</b>	<b>-17,85%</b>	<b>38,36%</b>	<b>-3,44%</b>

www.reservasdesegovia.com													TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
AÑO 2014	2.965	2.930	4.165	5.837	4.841	2.743	4.547	4.248	3.493	4.115	6.102	3.151	<b>49.137</b>
AÑO 2013	3.107	3.083	4.901	4.658	5.582	2.914	4.232	4.602	3.678	4.875	4.768	2.471	<b>48.871</b>
DIFERENCIA	<b>-142</b>	<b>-153</b>	<b>-736</b>	<b>1.179</b>	<b>-741</b>	<b>-171</b>	<b>315</b>	<b>-354</b>	<b>-185</b>	<b>-760</b>	<b>1.334</b>	<b>680</b>	<b>266</b>
%	<b>-4,57%</b>	<b>-4,96%</b>	<b>-15,02%</b>	<b>25,31%</b>	<b>-13,27%</b>	<b>-5,87%</b>	<b>7,44%</b>	<b>-7,69%</b>	<b>-5,03%</b>	<b>-15,59%</b>	<b>27,98%</b>	<b>27,52%</b>	<b>0,54%</b>

www.casamonedasegovia.es													TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
AÑO 2014	1.181	1.309	1.634	1.956	1.311	1.312	1.530	1.754	1.467	1.606	1.105	1.206	<b>17.371</b>
AÑO 2013	970	1.327	2.064	1.767	1.898	1.342	1.471	1.832	1.325	1.679	1.256	1.270	<b>18.201</b>
DIFERENCIA	<b>211</b>	<b>-18</b>	<b>-430</b>	<b>189</b>	<b>-587</b>	<b>-30</b>	<b>59</b>	<b>-78</b>	<b>142</b>	<b>-73</b>	<b>-151</b>	<b>-64</b>	<b>-830</b>
%	<b>21,75%</b>	<b>-1,36%</b>	<b>-20,83%</b>	<b>10,70%</b>	<b>-30,93%</b>	<b>-2,24%</b>	<b>4,01%</b>	<b>-4,26%</b>	<b>10,72%</b>	<b>-4,35%</b>	<b>-12,02%</b>	<b>-5,04%</b>	<b>-4,56%</b>

Fuente: Google Analytics

28,81% de quienes visitaron esta web en 2014 lo hicieron desde dispositivos móviles (un 9,21% más que en 2013). Al igual que en la web analizada en el punto anterior, las ciudades desde las que se visitó más esta web fueron Madrid (30,93%), Segovia (26,06%) y Barcelona (3,13%). La duración media de la visita fue de 4 minutos 12 segundos.

A finales de diciembre de 2014 esta web desapareció para integrar su contenido en la genérica [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com), con el objetivo de facilitar a los visitantes la compra y lograr así un aumento de las mismas. La duración media de la visita fue de 3 minutos 8 segundos

### WWW.CASAMONEDASEGOVIA.ES

La web del espacio museístico Real Casa de Moneda, es la tercera por volumen de visitas pese a que estas disminuyeron un 4,56%. De las 17.371 visitas recibidas, un 33% fueron realizadas desde móviles o tablets, lo que supone un incremento interanual del 5,3%. Las ciudades desde las que se visitó más esta web fueron una vez más Madrid (32,42%), Segovia (25,01%) y Barcelona (3,89%). La duración media de la visita fue de 2 minutos 50 segundos

### WWW.SEGOVIAFILMOFFICE.COM

La última web por volumen de visitas es la de la Segovia Film Office, que



pierde un 3,44% de visitas respecto a 2013 para quedarse en un total de 5.002. Un 27,77% de estas visitas fueron realizadas desde dispositivos móviles (un 9,45% más que el año anterior) y Madrid, Segovia y Barcelona fueron las principales procedencias (con un 24,83%, 22,71% y 3,76% respectivamente). La duración media de la visita fue de 1 minuto 9 segundos.

ESTADÍSTICAS GLOBALES DEL AÑO 2014 / USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES A LAS QUE PERTENECE TURISMO DE SEGOVIA											
MES / 2014	FACEBOOK	Nº Amigos	TWITER	Nº Seguidores	INSTAGRAM	Nº Suscriptores	Reproducciones	Reproducciones Mes	Nº Suscriptores	Nº Suscriptores	Visitas mes BLOG TARJETA
	agrados	agregados	agregados	agregados	agregados	agregados	totales en YOUTUBE	YOUTUBE	youtube	agregados	TURÍSTICA
ENE	3.541	3.541	2.742	2.742	71	71	91.049	91.049	133	133	1.648
FEB	3.581	40	2.841	99	77	6	93.610	2.561	137	4	1.636
MAR	3.587	6	2.966	125	88	11	95.080	1.470	143	6	1.940
ABR	3.594	7	3.099	133	90	2	98.727	3.647	150	7	1.729
MAY	3.785	191	3.211	112	98	8	102.025	3.298	157	7	1.289
JUN	3.795	10	3.280	69	100	2	103.273	1.248	157	0	979
JUL	3.851	56	3.383	103	103	3	104.526	1.253	160	3	1.665
AGO	3.879	28	3.476	93	111	8	105.830	1.304	161	1	1.768
SEP	3.899	20	3.553	77	111	0	107.115	1.285	166	5	1.544
OCT	3.967	68	3.697	144	112	1	109.450	2.335	166	0	1.560
NOV	4.016	49	3.840	143	116	4	110.886	1.436	172	6	1.996
DIC	4.066	50	3.988	148	120	4	112.502	1.616	173	1	1.613
TOTAL 2014	4.066	4.066	3.988	3.988	120	120	112.502	112.502	173	173	19.367

Fuente: Turismo de Segovia

### REDES SOCIALES, YOUTUBE Y BLOG DE LA TARJETA TURÍSTICA

El pasado año 2014 terminó con las dos redes sociales más importantes para Turismo de Segovia, prácticamente empatadas en cuanto a número de seguidores. Facebook terminó el año con 4.066 mientras que Twitter se quedó en 3.988. Dado que en 2013 Facebook estaba muy por encima de Twitter, esta nueva situación refleja que el crecimiento en el número de amigos en Twitter fue muy superior al de Facebook, concretamente un 50,1% frente a un 15,70%. Destacar que el número de seguidores en el perfil de Turismo de Segovia en Instagram, la red social líder sobre fotografía, se aumentó un 87,5%, pasando de los 67 con los que terminó 2013 a los 120 con los que acabó el 31 de diciembre de 2014. Los suscriptores al Canal de Youtube aumentaron un 41,8% para llegar a los 173, y el número acumulado de reproducciones llegó a las 112.502 (aumentando un 28,77%).

La actividad desarrollada en todas estas y otras redes sociales han generado a la web [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com), 5.454 visitas (1,59% del total, frente al 1,35% que generaron en 2013), proviniendo la mayoría de ellas de Facebook (73,3%), Twitter (15,99%), Blogger (3,87%), Tripadvisor (3,25%) y Wordpress (1,27%).

El peso de las redes sociales en la web de la Central de Reservas fue mucho mayor, pues las 1941 visitas que generaron suponen el 3,95% del total (frente al 1,10% que generaron en 2013). En este caso la mayoría de estas visitas se generaron en Facebook, Twitter y Wordpress, con un 76,40%, 18,86% y 4,28% respectivamente.



Instagram

## 8. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS

Como parte del compromiso con la calidad de Turismo de Segovia, a lo largo de todo el año se llevan a cabo diversas encuestas sobre la satisfacción de los visitantes. Dichas encuestas permiten llevar un control exhaustivo de los productos ofrecidos. En el caso del producto estrella de la EMT, las visitas guiadas "Conoce Segovia", las encuestas son realizadas al finalizar cada visita.

Así, las encuestas reflejan que un 68% de quienes participaron en las visitas conocieron este servicio gracias los informadores de las visitas guiadas (1,24% más que el año anterior) y un 21% lo hizo por Internet (un 4,03% menos que 2013). Tan sólo un 9% conoció la existencia de este producto por otras vías (1,29% más que el año anterior).

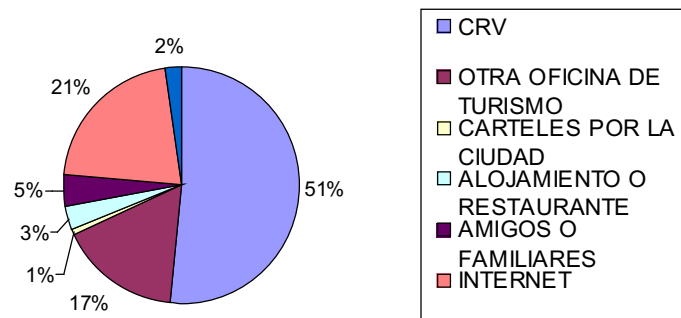
Estas mismas encuestas señalan que el 100% de los encuestados calificó las explicaciones de los guías como muy satisfactorias (96%) o satisfactorias (4%), lo que supone una mejora del 0,34% en la comparativa interanual que significa que se ha alcanzado el mayor grado de satisfacción posible.

Si se atiende a la valoración de los encuestados sobre el precio del servicio, es destacable que un 83% lo considerase razonable, pero aún más importante es que hasta un 4% lo valore como barato. Sólo a un 13% de los encuestados les pareció caro (12%) o muy caro (1%). Pese a lo positivo de estos datos, si se comparan con los resultados obtenidos en 2013 se observa que la suma de aquellos que consideran el precio satisfactorio (razonable o barato) descendió un 10,23%.

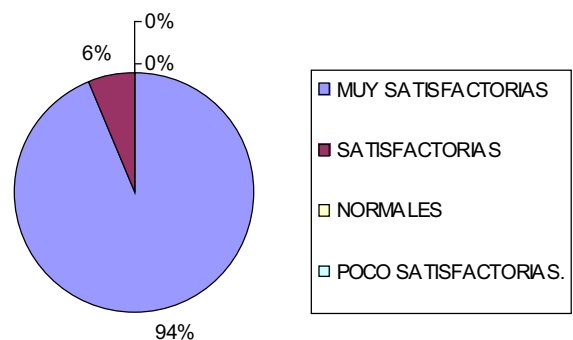
Al 98% de los participante el itinerario de las visitas le pareció satisfactorio (27%) o muy satisfactorio (71%), y tan sólo un 2% lo calificó de normal, no habiendo ninguno que lo considerase poco satisfactorio.

Por último destacar que el 100% de los encuestados recomendaría la realización de la visita a otras personas y que para un 7% de ellos no era su primera visita con Turismo de Segovia, lo que refleja que el altísimo nivel de satisfacción alcanzado con las visitas guiadas "Conoce Segovia".

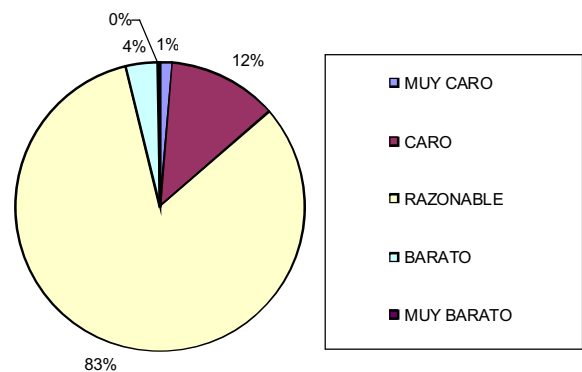
¿Cómo se ha enterado de la actividad?



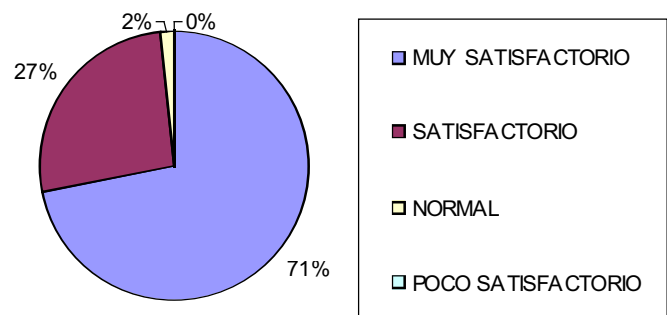
¿Cómo calificarías las explicaciones?



¿Qué le parece el precio de la visita?



¿Le ha parecido interesante el itinerario?



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

## 9. CONCLUSIONES

El año 2014 ha sido, según los datos analizados, un gran año para el turismo en la ciudad de Segovia. Tanto es así que se podría concluir que se trata de un punto de inflexión que supone el comienzo de un nuevo ciclo lleno de oportunidades para el desarrollo de la ciudad como destino.

El número de viajeros a la ciudad ha crecido significativamente (de acuerdo con la Encuesta de Ocupación Hotelera elaborada por el INE) hasta alcanzar los 217.764, una cifra record que solamente fue ligeramente superada en 2007, por lo que el pasado año fue el mejor de los últimos 8 años y el segundo mejor desde que la EMT dispone de registros. Las pernoctaciones sin embargo, pese a crecer, no logran tan buenos resultados. Con una estancia media por viajero de 1,5 noches, existe un estancamiento que indica la necesidad de un profundo análisis de la situación por parte de los hosteleros segovianos en coordinación con el resto de agentes turísticos de la ciudad. Los datos del INE apuntan hacia los viajeros internacionales como una posible vía de solución, pues son quienes proporcionalmente aumentaron más sus pernoctaciones (alcanzando una estancia media de 1,55 noches, por encima de las 1,48 de los viajeros nacionales) y podrían significar una oportunidad de negocio real a medio y largo plazo.

La tendencia positiva en el número de viajeros que señala el INE tiene también su reflejo en el número de consultas atendidas en las oficinas de turismo de la ciudad. Tanto el Centro de Recepción de Visitantes de Segovia como el P.I.T. La Muralla y la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León vieron crecer la demanda de información (un 6,26%, 3,53% y 7,6% respectivamente). En el caso de la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León, a pesar de ser la que más crece, su volumen total sigue siendo reducido en comparación con el Centro de Recepción de Visitantes, que multiplica por cuatro el número total de visitantes atendidos. De hecho, los servicios informativos de Turismo de Segovia siguen atendiendo un año más a la inmensa mayoría de turistas (concretamente al 82,83%). A estos buenos resultados habría que sumar los de los espacios online de Turismo de Segovia que crecen un 22,80% para llegar a las 414.729 visitas recibidas. Así se ven recompensados los esfuerzos realizados para atender la creciente demanda online de información, que no se limita a las webs, pues las redes sociales suponen otra gran vía de interacción con los públicos objetivo de la ciudad.

En cuanto a la procedencia de los visitantes, el análisis de las consultas atendidas reflejan una recuperación del turismo nacional frente al internacional, que ya supone un 61,35% del total. Si bien no hay importantes novedades en el desglose de visitantes nacionales, en el análisis de los internacionales hay que destacar el caso de Corea. Si en 2013 destacaba China como el país a seguir durante los próximos años, en 2014 Corea es la gran sorpresa. Es la cuarta procedencia por volumen de consultas y supera a otros mercados ya muy asentados en Segovia como por ejemplo el japonés. También es digno de mención que Israel se cuele entre los principales mercados europeos, lo que sin duda tiene mucho que ver con los importantes esfuerzos realizados para la promoción y comercialización de La Judería como hito turístico. En cualquier caso, los turistas de Asia y Oriente Próximo se revelan como los grandes mercados emergentes a trabajar durante los próximos años, tal y como apuntan en sus informes instituciones como European Cities Marketing (ECM) y ForwardsKeys.

Las visitas recibidas en los principales monumentos de la ciudad también corroboran que 2014 fue un año realmente positivo. Acueducto, Catedral y Alcázar obtuvieron cifras record con crecimientos del 32,76%, 35,06% y 11,10% respectivamente. Especialmente destacable es el caso de la Catedral, que después de un largo proceso de rehabilitación, reabrió en octubre su torre al público después de cientos de años cerrada. Las 2.950 personas que accedieron a la torre esos tres meses auguran que la recuperación de este importante patrimonio para su explotación turística supondrá un crecimiento muy significativo del total de visitantes a la Catedral en 2015.

Al igual que destaca la reapertura de la torre de la Catedral dentro de los monumentos de la ciudad, la apertura de la Colección de Títeres Francisco Peralta destaca dentro del ámbito museístico. Ubicada en la Puerta de Santiago, la colección recibió unas meritorias 5.379 visitas en sus 10 primeros meses de vida. Este nuevo espacio museístico viene a completar la oferta museística de la ciudad, que vivió un aumento del total de visitantes del 22,71%, siguiéndose en este aspecto de la oferta turística la misma línea de crecimiento que en el resto de indicadores de la ciudad. También digno de mención especial es el caso de la Casa-Museo de Antonio Machado que aumentó sus visitas un 78,64% y consigue sumarse al reducido grupo de museos de la ciudad con más de 11.000 visitas al año, donde suelen encontrarse Real Casa de Moneda, Museo de Segovia y el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, por lo que ya son dos los espacios gestionados por la EMT que lo consiguen. Estos resultados vienen a refrendar la buena labor de esta empresa pública como entidad gestora de espacios culturales y turísticos, consiguiendo por ejemplo que museos turísticamente maduros como la Casa Museo de Antonio Machado mejoren significativamente sus resultados gracias a la apuesta por la mejora continua de su contenido e infraestructura así como en la mejora de su explotación (en el caso de este museo fueron vitales la remodelación del espacio de atención y tienda así como la implantación de Audioguías como nuevo sistema para la realización de visitas).

La apuesta por las audioguías no sólo fue un éxito en todos los espacios museísticos gestionados por la EMT, sino que también lo fueron en la Central de Reservas como alternativa a la clásica Visita Guiada (este tipo de audioguías aumentaron sus ventas un 55,81%), que siguen siendo el producto estrella de todos los comercializados por esta vía. Las visitas siguen creciendo y baten año a año el record de participantes en las mismas (en 2014 crecieron un 16,07% y llegaron a los 11.353 participantes). En 2014 la ruta Patrimonio de la Humanidad se mantiene como la más demandada de la ciudad y aumenta su distancia respecto al resto de visitas debido en gran medida al descenso de la demanda de la ruta "Isabel en Segovia" debido al fin de la serie sobre Isabel La Católica en TVE.

Todas estas visitas son valoradas muy positivamente, tal y como reflejan las encuestas de satisfacción realizadas. La calidad del servicio ofertado es incuestionable y el grado de satisfacción altísimo, lo que supone un auténtico triunfo de los sistemas de calidad implantados por la EMT.

