

# BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº 4 MARZO 2012

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAJES ILUMINA EL CIELO

## PRINCIPALES DATOS TURÍSTICOS DEL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011 EN SEGOVIA.

El boletín número 4 del Observatorio Turístico de Segovia abarca los principales datos de coyuntura turística registrados en los seis últimos meses del año 2011. Como en otras ocasiones, serán analizadas las pernoctaciones que realizan en Segovia tanto visitantes nacionales como internacionales y que se recogen de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE.

Las consultas atendidas en las diferentes oficinas y puntos de información turística de la ciudad reflejan un aumento en relación con el año 2010, sobre todo en el Centro de Recepción de Visitantes y en la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León. La oferta cultural y museística convierten a la ciudad en un referente

que abarca propuestas diversas como el Museo de Segovia, la Casa-Museo de Antonio Machado, el Museo Rodera-Robles, el Centro Didáctico de la Judería y la Puerta de San Andrés así como el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente.

Nuestra oferta de productos y servicios es uno de los aspectos que ha experimentado un incremento más significativo. A las visitas guiadas, que siguen siendo el servicio más demandado, se une también el alquiler de audioguías en español y en inglés o la tarjeta turística "Amigos de Segovia", que ofrece grandes ventajas para los usuarios.

Las nuevas tecnologías siguen siendo prioritarias. Las páginas web de la

Empresa Municipal de Turismo han sido renovadas y se actualizan constantemente, permitiendo que el usuario interactúe con la información sobre noticias y eventos relevantes. Segovia ha sido pionera en implantar aplicaciones de RA (Realidad Aumentada) para teléfonos móviles.

Para planificar la oferta turística, es imprescindible conocer la demanda; por tanto, la opinión de quienes nos visitan es de gran importancia. Mediante varias encuestas y hojas de satisfacción o sugerencias obtenemos información valiosa con la que enfocar y aunar esfuerzos de los profesionales del sector turístico y mejorar los bienes y servicios que oferta la ciudad de Segovia.

## SUMARIO

1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE. ....	3
2. CONSULTAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GESTIONADAS POR LA E.M.T. ....	3
3. CONSULTAS A LA OFICINA DE TURISMO GESTIONADA POR LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN .....	4
4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS .....	5
5. LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO .....	7
6. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES .....	8
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 .....	11
10. CONSULTAS POR CORREO POSTAL .....	11
11. CONCLUSIONES .....	12

# 1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE.

Los datos que muestra la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística durante el segundo trimestre de 2011 reflejan una disminución en el número de pernoctaciones, sobre todo durante los meses de agosto, octubre y noviembre. Por el contrario, ha aumentado el número de visitantes que han llegado a Segovia. Según la EHO (Encuesta de Ocupación Hotelera) han visitado la ciudad 119.518 viajeros, que han realizado 185.223 pernoctaciones desde julio a diciembre. Estos resultados muestran una recuperación del sector aunque restringida al número de visitantes y no de las noches que pernoctan en la ciudad. Dicho de otra manera, se ha producido un aumento del excursionismo en relación con años anteriores.

El número de visitantes extranjeros es prácticamente igual que el año pasado (524 más en 2011). Pero, por el contrario, el tiempo empleado para la visita disminuye; este hecho queda marcado en el porcentaje de pernoctaciones, que ha bajado en casi un 6% en relación a 2010.

Los viajeros españoles han aumentado un 4% en relación al mismo periodo en 2010, aunque el número de pernoctaciones ha descendido en 2,8%; casi la mitad de lo que lo han hecho las pernoctaciones extranjeras en Segovia.

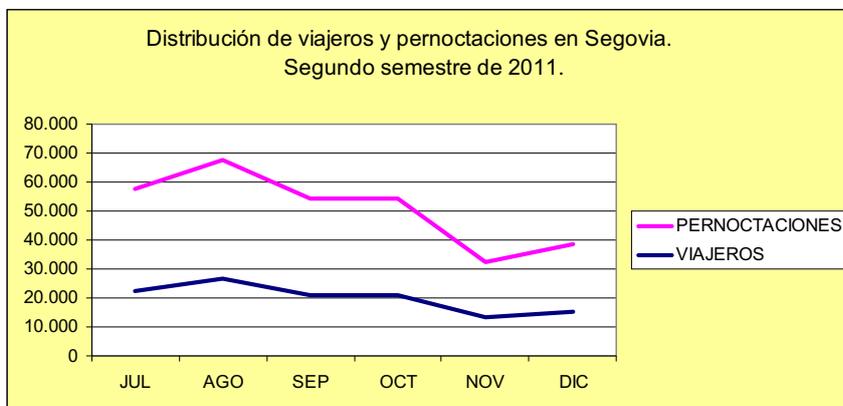
El semestre muestra un gráfico descendente, con picos bien diferenciados en los meses de agosto y octubre. En noviembre comienza la "temporada baja" y los datos descienden. Sin embargo, en diciembre crece el número de pernoctaciones y desplazamientos.

Viajeros y Pernoctaciones realizadas en Segovia. Segundo semestre. Año 2011.						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Nacionales	Extranjeros	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	TOTAL
Julio	18.556	3.783	22.339	28.067	7.194	35.261
Agosto	21.915	4.869	26.784	33.149	7.665	40.814
Septiembre	14.670	6.181	20.851	23.564	9.991	33.555
Octubre	15.833	5.277	21.110	25.521	7.494	33.015
Noviembre	11.514	1.612	13.126	16.336	2.893	19.229
Diciembre	13.758	1.550	15.308	21.198	2.151	23.349
<b>TOTAL</b>	<b>96.246</b>	<b>23.272</b>	<b>119.518</b>	<b>147.835</b>	<b>37.388</b>	<b>185.223</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

Viajeros y Pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa Segundo Semestre 2010-2011						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010
Julio	20.401	22.339	1.938	33.963	35.261	1.298
Agosto	26.189	26.784	595	44.256	40.814	-3.442
Septiembre	20.450	20.851	401	33.227	33.555	328
Octubre	20.819	21.110	291	35.149	33.015	-2.134
Noviembre	13.470	13.126	-344	22.135	19.229	-2.906
Diciembre	14.902	15.308	406	23.101	23.349	248
<b>TOTAL</b>	<b>116.231</b>	<b>119.518</b>	<b>3.287</b>	<b>191.831</b>	<b>185.223</b>	<b>-6.608</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

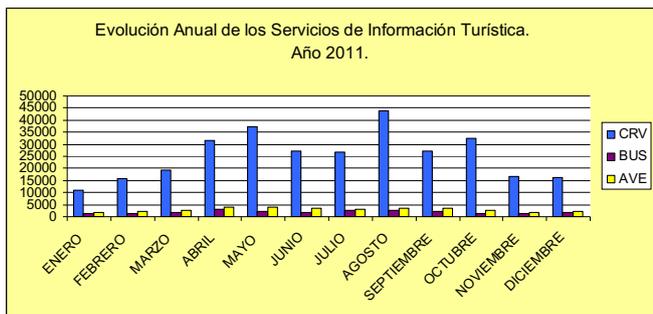
# 2. CONSULTAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA GESTIONADOS POR LA EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO.

Durante el periodo analizado, las consultas en nuestros centros han alcanzado la cifra de 364.083.

Como cabe esperar, el mayor número de consultas se han realizado en el Centro de Recepción de Visitantes y

suponen más del 85% de las recibidas. En los PIT (Punto de Información Turística) de la estación de AVE y estación de Autobuses el número ha disminuido. De todos modos, al comparar la cifra total con los datos del año anterior, se aprecia un aumento

de las consultas del 4,62% con respecto a 2010. El descenso en el PIT de la Estación de Autobuses es atribuible, en gran medida, al hecho de que se haya habilitado un nuevo estacionamiento de autobuses cercano al Acueducto.



Fuente: Turismo de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia

Estadísticas totales en los P.I.T de Turismo de Segovia. De junio a diciembre 2011.									
MES	C.R.V.			P.I.T. Estación del tren AVE			P.I.T. Estación de Autobuses		
	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010	2010	2011	Variación 2011/2010
Julio	22.876	26933	4.057	3.094	3.118	24	3.185	2.495	-690
Agosto	34.097	43979	9.882	2.569	3.643	1.074	2.661	2.592	-69
Septiembre	27.630	26.995	-635	3.104	3.536	432	2.494	2.110	-384
Octubre	25.805	32.261	6.456	3.665	2.437	-1.228	3.224	1.201	-2.023
Noviembre	13.739	16.542	2.803	2.999	1.800	-1.199	1.917	1.175	-742
Diciembre	15.870	15.653	-217	3.239	1.993	-1.246	2.268	1.752	-516
<b>TOTAL</b>	<b>140.017</b>	<b>162.363</b>	<b>22.346</b>	<b>18.670</b>	<b>16.527</b>	<b>-2.143</b>	<b>15.749</b>	<b>11.325</b>	<b>-4.424</b>

Fuente: Turismo de Segovia

Las consultas atendidas en nuestros servicios de información turística muestran tres picos bien diferenciados. El primero en abril y mayo debido a la Semana Santa y a las excursiones de fin de curso escolar. El segundo se produce en agosto, mes de vacaciones por excelencia y el tercer y último pico aparece en octubre, recogiendo la afluencia debida al puente nacional del 12 de octubre.

En el cómputo total de 2011, sólo los datos del PIT de la Estación de Autobuses han descendido. El CRV y el PIT del AVE concluyen el año con un aumento del 10% y del 6,5% respectivamente.

ESTADÍSTICAS GLOBALES DEL AÑO 2011 SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA						
MES	C.R.V.		P.I.T. BUSES		P.I.T. AVE	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ENERO	10.966	9.318	1.125	934	1.539	1.330
FEBRERO	15.576	11.448	1.331	1.026	2.174	1.390
MARZO	19.199	21.102	1.553	2.007	2.654	2.383
ABRIL	31.741	37.321	2.900	2.582	3.976	2.800
MAYO	37.431	36.842	2.084	2.576	3.945	3.062
JUNIO	27.321	27.477	1.935	2.073	3.466	2.555
JULIO	26.933	22.876	2.495	3.185	3.118	3.094
AGOSTO	43.979	34.097	2.592	2.661	3.643	2.569
SEPTIEMBRE	26.995	27.630	2.110	2.494	3.536	3.104
OCTUBRE	32.261	25.805	1.201	3.224	2.437	3.665
NOVIEMBRE	16.542	13.739	1.175	1.917	1.800	2.999
DICIEMBRE	16.027	15.870	1.752	2.268	1.993	3.239
<b>TOTAL 2011</b>	<b>304.971</b>	<b>283.525</b>	<b>22.253</b>	<b>26.947</b>	<b>34.281</b>	<b>32.190</b>

Fuente: Turismo de Segovia

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

La Junta de Castilla y León gestiona las Oficinas de Turismo de la Comunidad a través de la empresa SOTUR S.A. La oficina de Segovia se encuentra en la Plaza Mayor. En relación a los datos de coyuntura turística, en el segundo cuatrimestre de 2011 la oficina ha atendido un total de 45.641

visitantes nacionales e internacionales. Este dato supone un incremento del 4% sobre el mismo periodo de 2010. Todos los meses muestran datos superiores a los del año pasado, pero son julio y agosto los que han aumentado más. Dentro de este aumento hay que destacar que los

viajeros nacionales son quienes han utilizado, en mayor número, los servicios de esta oficina, aumentando las consultas en más de 8.500. Los visitantes internacionales también aumentan su presencia en 4.400 personas más que en 2010.

El gráfico muestra características similares al analizado en el primer apartado de este boletín. Comienza con los datos más altos y disminuye a medida que se acerca al mes de diciembre. Durante los cuatro primeros meses se observa un mayor distanciamiento entre visitantes nacionales

e internacionales pero en los dos últimos la diferencia queda prácticamente igualada.

Los datos de la Oficina de Turismo de Segovia muestran un aumento considerable en el número de visitantes atendidos. El cómputo total anual as-

ciende a 74.375 consultas, un 19% más que el año pasado. Parece que los estragos de la crisis económica están empezando a amainar, aunque aún quede un largo camino para conseguir aumentar las pernoctaciones en la ciudad.

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA							TOTAL
Año 2011	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2011
Nacionales	5.672	8.956	4.644	5.354	2.411	3.753	30.790
Extranjeros	3.239	4.443	2.840	2.800	795	734	14.851
<b>TOTAL</b>	<b>8.911</b>	<b>13.399</b>	<b>7.484</b>	<b>8.154</b>	<b>3.206</b>	<b>4.487</b>	<b>45.641</b>

Fuente: SOTUR S.A.



Fuente: SOTUR S.A.

Comparativa de las consultas realizadas en la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León. 2010-2011			
	2010	2011	Variación 2011/2010
Julio	5.157	8.911	3.754
Agosto	8.484	13.399	4.915
Septiembre	5.706	7.484	1.778
Octubre	6.467	8.154	1.687
Noviembre	2.948	3.206	258
Diciembre	3.897	4.487	590
<b>TOTAL</b>	<b>32.659</b>	<b>45.641</b>	<b>12.982</b>

Fuente: SOTUR S.A.

## 4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS.

### HITOS MONUMENTALES

Como en ocasiones anteriores, en este apartado consideramos los datos del contador de personas situado en el acceso principal del Centro de Recepción de Visitantes como una aproximación, más o menos objetiva, al número de personas que "visitan" el Acueducto. De los otros hitos monumentales, Catedral y Alcázar, contamos con datos oficiales.

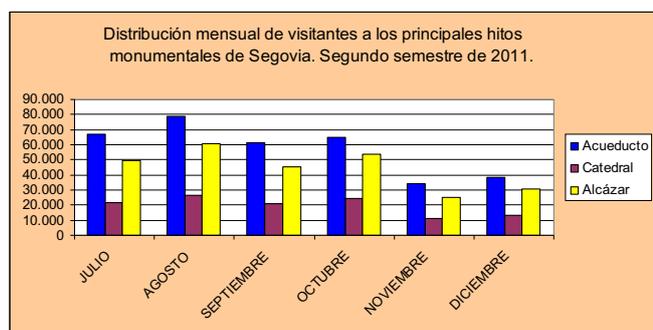
Los datos de los tres monumentos han aumentado en relación con el mismo periodo del año pasado y, por lo tanto, la cifra total anual es más elevada en los tres monumentos.

El Alcázar de Segovia ha sobrepasado el medio millón de visitantes; la cifra más elevada de los últimos seis años. Los meses de verano marcan el techo en los tres monumentos, seguidos por el mes de octubre. Los datos descienden en los dos últimos meses del año.

Como en otras ocasiones, se pone de manifiesto que el principal reclamo turístico de Segovia es su Acueducto Romano, aunque el Alcázar le sigue de cerca.

Visitantes a los principales Hitos Monumentales de Segovia. Año 2011.			
MES/2011	Contador de Pax. en el CRV	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
JULIO	67.291	21.970	49.570
AGOSTO	78.846	26.453	60.733
SEPTIEMBRE	61.220	20.881	45.308
OCTUBRE	64.933	24.683	53.781
NOVIEMBRE	34.245	11.060	25.402
DICIEMBRE	41.388	13.429	30.440
<b>TOTAL 2011</b>	<b>703.657</b>	<b>219.175</b>	<b>510.128</b>

Fuente: Turismo de Segovia, Alcázar y Catedral de Segovia



Fuente: Turismo de Segovia, Alcázar y Catedral de Segovia

Visitantes a los principales Hitos Monumentales de Segovia. Segundo semestre 2011.			
MES/2011	Contador de Pax. en el CRV (Acueducto)	Catedral	Alcázar
JULIO	67.291	21.970	49.570
AGOSTO	78.846	26.453	60.733
SEPTIEMBRE	61.220	20.881	45.308
OCTUBRE	64.933	24.683	53.781
NOVIEMBRE	34.245	11.060	25.402
DICIEMBRE	38.488	13.429	30.440
<b>TOTAL 2011</b>	<b>345.023</b>	<b>118.476</b>	<b>265.234</b>

Fuente: Turismo de Segovia, Alcázar y Catedral de Segovia

## MUSEOS

Segovia cuenta con una oferta museística muy amplia que abarca el Museo de Segovia, la Casa Museo de Antonio Machado, el Museo Zuloaga, Centro Didáctico de la Judería y de la Muralla, el Museo Rodera-Robles y el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente.

Los datos estadísticos de este último semestre, muestran que el museo más visitado es el Museo de Arte

Contemporáneo Esteban Vicente a pesar de que estuvo cerrado al público entre el 28 de agosto y el 17 de septiembre. El Museo de Segovia se manifiesta como el segundo museo más visitado de la ciudad.

El Centro Didáctico de la Judería y la Casa Museo de Antonio Machado mantienen cifras similares al periodo anterior.

Se aprecia que el comportamiento de las visitas a museos, es contrario a otros factores analizados, puesto que no es agosto el mes en el que las visitas son más elevadas. Es lógico inferir que la afluencia depende más de las propuestas específicas de cada museo.

MUSEO DE SEGOVIA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	1.153	1.275	818	1.144	1.093	1.084	6.567
MUSEO ZULOAGA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	504	738	534	831	399	448	3.454
CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	793	1.187	743	520	532	463	4.238
MUSEO RODERA-ROBLES							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	300	267	134	121	89	918	1.829
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	866	752	938	881	292	611	4.340
PUERTA DE SAN ANDRÉS							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	329	251	252	425	194	493	1.944
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	849	1.049	1.041	1.379	2.065	1.457	7.840

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

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

A través de la página web [www.reservasdesegovia.com](http://www.reservasdesegovia.com) o de manera presencial en el CRV, el visitante puede acceder a una amplia gama de productos y servicios turísticos que garantizan una visita a la ciudad más completa y de mayor calidad. En ocasiones esta página es también un canal de intermediación para la venta de entradas de eventos culturales y/o de ocio. Es el caso del Festival Internacional de Títeres (Titirimundi) o del Festival de Música de Segovia (FS).

Entre los productos de Turismo de Segovia, el Bus Turístico es el que muestra el descenso más acusado, sobre todo en el mes de septiembre. Este descenso se debe, en gran medida, a las condiciones meteorológicas. También el alquiler de bicicletas eléctricas ha experimentado una pequeña disminución en relación al año

2010. Los productos más demandados son las visitas guiadas y el alquiler de

audioguías, que muestran un incremento espectacular en este semestre.

Usuarios de los Productos Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Segundo semestre. Año 2011.									
MES	Visitas Guiadas			Bus Turístico			Alquiler de Audioguías		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Julio	512	610	98	2.808	3.025	217	20	94	74
Agosto	1.266	1.508	242	6.037	5.633	-404	15	99	84
Septiembre	523	287	-236	2.648	1.540	-1.108	21	42	21
Octubre	652	1.370	718	1.580	1.300	-280	36	136	100
Noviembre	299	344	45	343	215	-128	34	44	10
Diciembre	558	672	114	394	252	-142	24	54	30
<b>TOTAL</b>	<b>3.810</b>	<b>4.791</b>	<b>981</b>	<b>13.810</b>	<b>11.965</b>	<b>-1.845</b>	<b>150</b>	<b>469</b>	<b>319</b>
MES	Alquiler Bicis			Tarjeta Turística			Bono Gastronómico		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Julio	184	131	-53		41	41	4	18	14
Agosto	202	229	27		62	62	11	4	-7
Septiembre	161	82	-79		25	25	0	0	0
Octubre	23	55	32		53	53	18	12	-6
Noviembre			0		18	18	0	1	1
Diciembre			0		8	8	10	5	-5
<b>TOTAL</b>	<b>570</b>	<b>497</b>	<b>-73</b>	<b>0</b>	<b>207</b>	<b>207</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>-3</b>

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

### VISITAS GUIADAS

Una de las formas de conocer la ciudad más interesante es la realización de cualquiera de las visitas guiadas que ofrece la Empresa Municipal de Turismo. En verano se amplía la oferta y el visitante dispone de varias posibilidades en cuanto a horario y temática.

Agosto es el mes que recibe mayor número de visitantes y en el que más productos y servicios se consumen. La visita "Patrimonio de la Humanidad" es la más representativa de la ciudad y, por ello la más demandada. La sigue "Por la judería de Segovia" que muestra el legado judío en la ciudad. Bajo el epígrafe "Resto de visi-

tas" se incluyen todas las otras ofertadas durante la campaña de primavera-verano; "El románico civil y religioso", para descubrir edificios civiles y las iglesias de estilo románico que jalonan la ciudad, la "Visita dina-

mizada al patrimonio de Segovia" enfocada a niños y padres o "La casa de Moneda" que muestra un edificio único de ingeniería hidráulica al servicio de la acuñación, en pie desde el siglo XVI.

MES/2011	Visitas Guiadas			
	Patrimonio de la Humanidad	Por la Judería de Segovia	Resto de visitas	TOTAL
Julio	514	46	50	610
Agosto	1.144	71	293	1.508
Septiembre	239	31	17	287
Octubre	936	210	224	1.370
Noviembre	330	14	0	344
Diciembre	578	46	48	672
<b>TOTAL</b>	<b>3.741</b>	<b>418</b>	<b>632</b>	<b>4.791</b>

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

### ALQUILER AUDIOGUÍAS

Es el producto que ha experimentado un incremento mayor, aumentando en 319 sobre el mismo periodo del año 2010. Este servicio se ofrece en español e inglés.

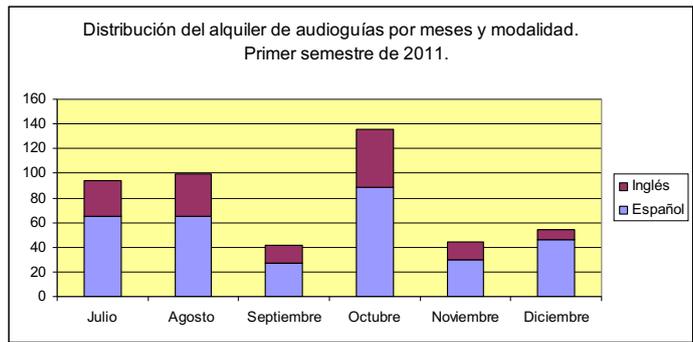
Octubre es el mes en el que se ha demandado más este servicio. Le sigue, con bastante diferencia, agosto.

La audioguía es un reproductor mp3 que permite al visitante conocer la ciudad a su ritmo. Consta de 5 pistas con itinerarios diferentes que ilustran las zonas más emblemáticas de la ciudad monumental. Este servicio ofrece la posibilidad de alquilarse durante más de un día.

En el gráfico se aprecia cómo se reduce la diferencia en el número de alquileres en los dos idiomas. El alquiler en inglés ha aumentado un 6,5% en relación al primer semestre de 2011 y en español un 7%.

Alquiler de Audioguías			
MES/2011	Español	Inglés	TOTAL
Julio	65	29	94
Agosto	65	34	99
Septiembre	27	15	42
Octubre	89	47	136
Noviembre	30	14	44
Diciembre	46	8	54
<b>TOTAL</b>	<b>322</b>	<b>147</b>	<b>469</b>

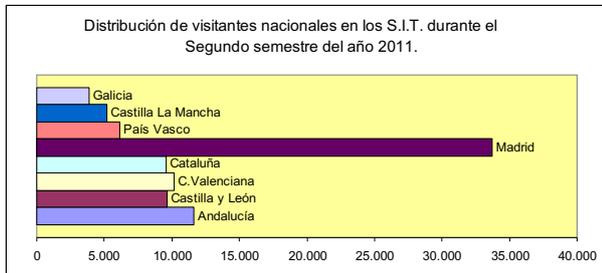
Fuente: Central de Reservas de Turismo de Segovia "Reservas de Segovia"



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

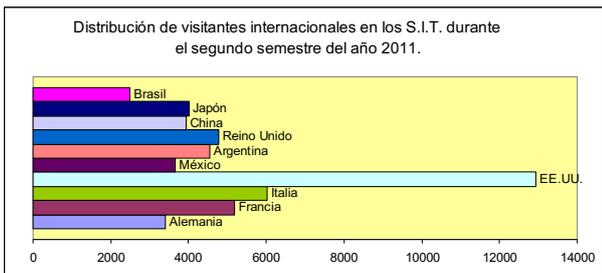
## 6. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES.

La influencia de la cercanía de la capital de España con Segovia queda patente en el volumen de madrileños que diariamente nos visitan. Madrid cuenta con una tasa de presencia en la ciudad del 31,4% del total. Aunque este porcentaje es algo más bajo que en el primer semestre, la distancia con el resto de comunidades sigue incrementándose, consolidando Madrid su hegemonía entre los visitantes nacionales. Este segundo semestre Andalucía se ha posicionado en segunda posición, con un porcentaje que ronda el 11% del total y desbancando a Castilla y León (9%) que ahora baja a la cuarta. La tercera comunidad con mayor afluencia es la Comunidad Valenciana (9,4%). Cataluña se sitúa ahora en el quinto lugar y muestra un porcentaje de presencia del 8,9% respecto al total nacional.



Fuente: Turismo de Segovia

Los visitantes internacionales que en mayor número llegan a la ciudad siguen siendo los norteamericanos, un 15,5% del total. La segunda posición cambia ahora, puesto que Francia, 6,2%, deja paso a Italia, 7,2% en este semestre.

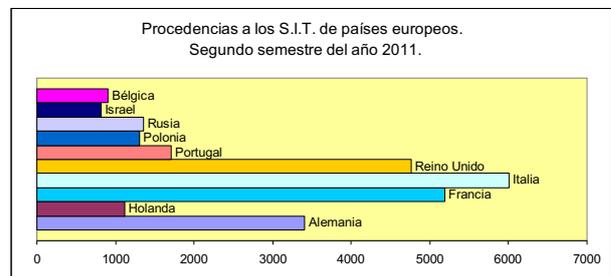


Fuente: Turismo de Segovia

Reino Unido se sitúa en la cuarta posición con un porcentaje del 5,7% sobre el total internacional. Le sigue Argentina con el 5,4%. Japón pasa, desde la tercera posición que ocupaba

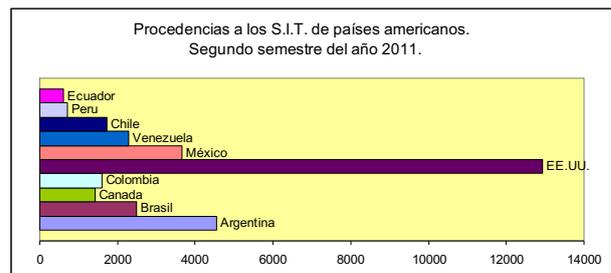
en el primer semestre, a la sexta. Este descenso queda explicado si tenemos en cuenta que las vacaciones de los visitantes orientales suelen disfrutarse durante el primer trimestre, coincidiendo con su Año Nuevo.

Observando los gráficos por continentes, se aprecia que los visitantes europeos mantienen su posición respecto al ranking general; en primer lugar aparece Italia, en segundo Francia y el tercer puesto es para Reino Unido. La principal diferencia en relación al semestre anterior es que la distancia entre estos tres países no está tan marcada. Alemania se mantiene en el cuarto puesto entre los países europeos que visitan Segovia.



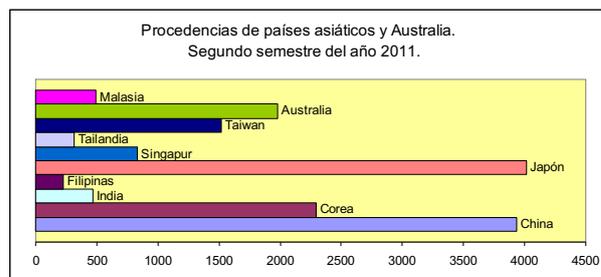
Fuente: Turismo de Segovia

En el gráfico que representa las procedencias del continente americano, se aprecia cómo los cuatro primeros puestos no varían respecto a los del primer semestre de 2011. EE.UU. vuelve a marcar su dominio; lo siguen Argentina, México y Brasil. Venezuela y Colombia intercambian posiciones, pasando el primero al quinto lugar y Colombia al sexto.



Fuente: Turismo de Segovia

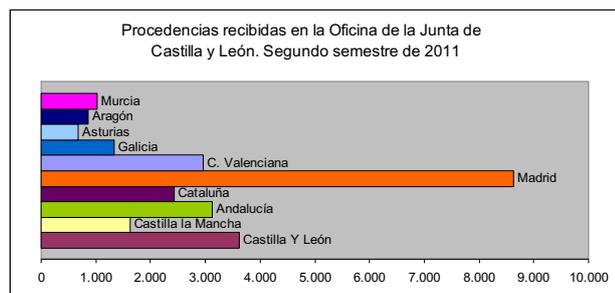
El dato más relevante aparece en el continente asiático en el que, a pesar de que Japón sigue siendo la principal procedencia que llega a la ciudad, la distancia con China queda muy reducida, casi igualada. El tercer país de Asia es Corea, a gran distancia de los dos primeros. En cuarto lugar se encuentra Australia que, aunque mantiene la misma posición que en el primer semestre, ha aumentado en un 2,3%.



Fuente: Turismo de Segovia

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

Al igual que en los diferentes Servicios de Información Turística (SIT) gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, Madrid es la comunidad que mayor número de consultas realiza en la Oficina de Turismo de Segovia gestionada por la Junta de Castilla y León. Representa un 28% del total nacional. Castilla y León continúa en segundo puesto, pero baja un 3% en relación al primer semestre. Cataluña, con porcentaje del 8%, también ha bajado su volumen de presencia en esta oficina, al igual que lo ha hecho en los otros SIT de Segovia. Cede el tercer puesto a Andalucía que, de este modo, sube un puesto en el ranking.



Fuente: SOTUR S.A.



Fuente: SOTUR S.A.

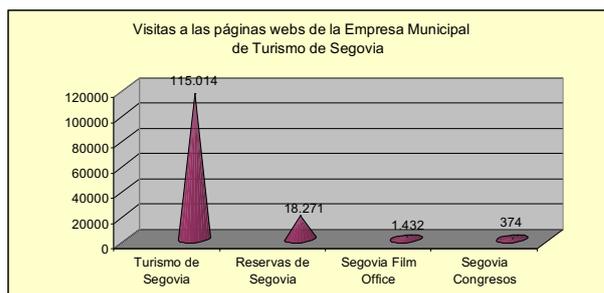
## 7. CONSULTA A LA WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA Y REDES SOCIALES.

Turismo de Segovia mantiene su presencia en redes sociales, blogs o en la web [www.turismodesegovia.com](http://www.turismodesegovia.com) donde pueden conocerse las actuaciones que desarrolla el Área de Turismo y otras Áreas como Cultura, Deportes, Juventud...

### WEBS DE TURISMO DE SEGOVIA

La Empresa Municipal de Turismo renueva y actualiza constantemente las webs de su dominio, sus perfiles en redes sociales y los blogs y sites en los que aparece. Internet ofrece material suficiente al visitante potencial para preparar de modo exhaustivo su visita a Segovia. La página de la oficina Film Office, que facilita los rodajes de cine en la ciudad ha obtenido 1.432 visitas. Por su parte, la oficina de la Convention Bureau, que proporciona la información necesaria para la organización de congresos y seminarios, suma 374 consultas. Los datos de las dos páginas son muy elásticos pues dependen del volumen de demanda de sus servicios. El portal Turismo de Segovia es la web más visitada, con 115.014 visitas entre julio y diciembre. La página de la Central de Reservas de Segovia también cuenta con un número elevado de visitas, 18.271. Esta página permite la

compra on-line de servicios y productos y de eventos de diversa índole. La central de reservas es la mejor opción para conseguir una plaza en alguna de las visitas guiadas o una entrada de teatro o cualquier otro evento.



Fuente: Turismo de Segovia

## REDES SOCIALES

El blog de la tarjeta turística "Amigos de Segovia" sigue aumentando sus seguidores. Este semestre ha conseguido 3.927 visitas. En este blog (tarjetaturisticasegovia.com) los usuarios pueden consultar las ventajas de ser "amigo de Segovia" y disfrutar de descuentos y facilidades a la hora de acceder a la oferta cultural, de ocio y servicios de la ciudad. Pueden dejar también aquí cualquier duda o comentario.



El perfil de Facebook ha perdido solamente 10 seguidores en este periodo, por lo que puede considerarse que el número de fans se ha mantenido durante el año 2011. Twitter ha experimentado un aumento gradual en estos seis meses hasta alcanzar los 649 seguidores.



www.turismodesegovia.com							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	19.634	21.158	17.492	22.831	18.455	15.444	115.014
www.segoviafilmoffice.com							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	3	230	331	306	319	243	1.432
www.reservasdesegovia.com							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	3.905	3.116	2.172	2.660	3.943	2.475	18.271
www.segoviacongresos.com							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2011	89	63	46	50	71	55	374

Fuente: Google analytics

AMIGOS/SEGUIDORES REDES SOCIALES A LA QUE PERTENECE TURISMO DE SEGOVIA SEGUNDO SEMESTRE DE 2011			
MES/2011	FACEBOOK	TWITTER	TARJETA TURÍSTICA
JULIO	2.500	438	706
AGOSTO	190	28	700
SEPTIEMBRE	3	36	755
OCTUBRE	-4	49	640
NOVIEMBRE	10	43	633
DICIEMBRE	-6	55	493
<b>TOTAL</b>	<b>2.693</b>	<b>649</b>	<b>3.927</b>

Fuente: Turismo de Segovia

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

En este apartado se recogen los resultados más significativos del apartado "La pregunta de la semana" que puede contestarse desde la web de Turismo de Segovia. Estas preguntas nos ayudan a conocer la opinión de los usuarios y enfocar así nuestra oferta mejorando servicios y productos.

La primera pregunta trató sobre el turismo de negocios. La mayor parte (89%) de los encuestados, reconocen que, siempre que han podido, han aprovechado su estancia en Segovia por motivos laborales para conocer la ciudad. Sólo un 11% manifiesta que o bien ya conocía la ciudad o no ha tenido tiempo para hacer turismo.

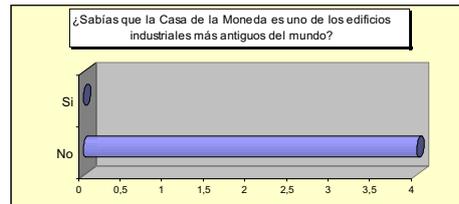


A la hora de elegir alojamiento, el 80% de nuestros visitantes prefiere alojarse en hoteles y solo un 3% en pen-

siones. Estos datos demuestran que, aunque la media de pernoctaciones en Segovia no alcanza las dos noches, los viajeros eligen un alojamiento de categoría superior. El 17% de los encuestados prefieren los hostales como alojamiento de categoría intermedia.



La opinión de los usuarios no solo es importante para los profesionales del sector, sino para cualquiera que desee conocer la experiencia de otras personas en el uso de un determinado servicio o un establecimiento turístico. Estas opiniones pueden llegar a ser determinantes para llevar finalmente a cabo el viaje que se está planificando. Por eso, el 100% de las personas han contestado afirmativamente a esta pregunta.



En el apartado de productos turísticos se analizó el alquiler de audioguías en inglés y español. En “la pregunta de la semana” hemos querido analizar sobre el conocimiento de este producto. El resultado es que la mayoría, el 86% de los encuestados desconoce o no ha utilizado nunca este producto.

El Real Ingenio de la Moneda de Segovia o Casa de Moneda, solo puede visitarse mediante visita guiada o previa concertación de grupos, aunque en breve será posible acceder a este espacio en horario continuo. Este complejo industrial, desconocido, provoca un gran interés. El resultado vuelve a ser unánime, es decir, el 100% desconocían la antigüedad del edificio.

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

Siguiendo en el ámbito de las encuestas, conoceremos ahora la opinión de los usuarios de visitas guiadas. Las visitas guiadas son uno de nuestros productos más aceptados. El cuestionario de satisfacción se entrega a los participantes una vez que finaliza la visita y se realiza de forma voluntaria.

El 44,8% de las encuestas reflejan que el visitante conoce la oferta de las visitas guiadas en el Centro de Recepción de Visitantes a través de los anuncios, carteles y del personal de información. El 34,3% utiliza Internet para preparar, e incluso comprar online su ticket. El 97% ha disfrutado con las explicaciones del guía, consi-

derándolas muy satisfactorias y el 3% satisfactorias. El precio tiene buena aceptación pues el 48% lo considera normal. Hay que tener en cuenta que las visitas guiadas son realizadas por guías altamente cualificados e incluyen el precio de la entrada a monumentos como la Catedral, el Alcázar, la Antigua Sinagoga Mayor o el Centro Didáctico de la Judería. El itinerario es considerado muy satisfactorio por el 80,2% mientras que el 18,8% lo califica de satisfactorio. Ninguna encuesta muestra resultado negativo. Por último, cuando se pregunta por el conocimiento de otras rutas ofertadas por Turismo de Segovia, el 81,3%

ESTADÍSTICAS PRIMER SEMESTRE 2011 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN VISITAS GUIADAS	
MES/2011	E. SAT. VISITAS GUIADAS
JULIO	20
AGOSTO	28
SEPTIEMBRE	5
OCTUBRE	28
NOVIEMBRE	2
DICIEMBRE	13
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>

contesta negativamente, aunque es significativo el aumento de las respuestas afirmativas 17,7%, lo que demuestra el interés de quienes desean conocer las múltiples opciones que brinda nuestro patrimonio monumental y cultural para planificar nuevas visitas a la ciudad.

## 10. CONSULTAS POR CORREO POSTAL.

El uso de las nuevas tecnologías como fuente de información previa al viaje, es cada vez más frecuente pero todavía quedan quienes prefieren seguir utilizando medios tradicionales como el correo postal, que permite recibir información impresa.

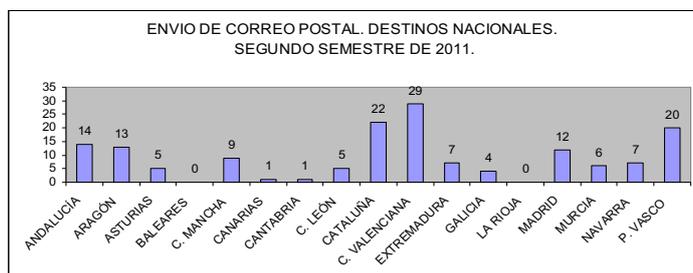
En este periodo Turismo de Segovia ha contestado un total de 203 consultas por correo postal. El 76,3% de los correos enviados han sido peticiones nacionales mientras que el 23,7% han llegado desde países extranjeros.

La procedencia de estas peticiones varía en relación con el primer semestre; ahora ya no es Cataluña el principal emisor sino la Comunidad

ENVÍO DE CORREO POSTAL DESTINOS INTERNACIONALES. SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2011.	
ALEMANIA	5
BÉLGICA	1
FRANCIA	18
POLONIA	1
REINO UNIDO	2
ITALIA	3
PORTUGAL	7
RUSIA	2
MALASIA	1
EE.UU.	3
TURQUÍA	1
BRASIL	2
ARGENTINA	1
RESTO DE PAÍSES	1
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>

Fuente: Turismo de Segovia

ENVÍO DE CORREO POSTAL DESTINOS NACIONALES. SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2011.	
ANDALUCÍA	14
ARAGÓN	13
ASTURIAS	5
BALEARES	0
C. MANCHA	9
CANARIAS	1
CANTABRIA	1
C. LEÓN	5
CATALUÑA	22
C. VALENCIANA	29
EXTREMADURA	7
GALICIA	4
LA RIOJA	0
MADRID	12
MURCIA	6
NAVARRA	7
P. VASCO	20
CEUTA	0
MELILLA	0
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>

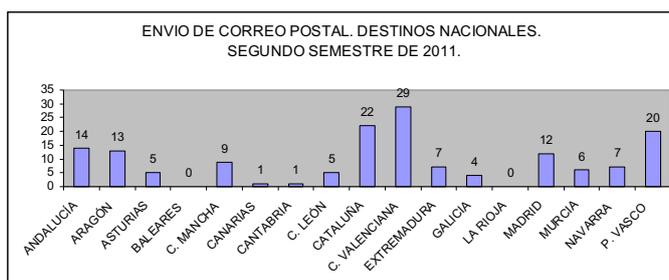


Fuente: Turismo de Segovia

Valenciana. Castilla y León ha descendido y pasa desde la tercera posición, ocupada ahora por País Vasco, al décimo puesto.

En cuanto a las peticiones internacionales, este semestre es similar al anterior; Francia sigue siendo el país que realiza más peticiones. Sigue Alemania y en tercer lugar, Italia. Este ranking de visitantes potenciales no se corresponde con el de visitas reales donde Italia ocupa la segunda posición; Francia, el tercer lugar y Alemania, el noveno.

Septiembre ha sido el mes en el que se han recibido más solicitudes de información vía postal, tanto nacionales como internacionales.



Fuente: Turismo de Segovia

## 11. CONCLUSIONES

En comparación con 2010, la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) pone de manifiesto que en el segundo semestre de 2011 Segovia ha recibido 119.518 viajeros; dato que muestra un aumento del 2,83%. Aunque el número de pernoctaciones, 185.223, ha disminuido en un 3,4%. Ha aumentado, por tanto, el excursionismo en la ciudad. A pesar de esta reducción, la **estancia media en Segovia** continúa siendo de **1,54 noches**, tan solo un 0,03% menos que en el primer semestre. Los totales anuales confirman 213.921 viajeros y 338.424 pernoctaciones.

Los Servicios de Información Turística (SIT) gestionados por la Empresa Municipal de Turismo cierran el año con un aumento en el número de consultas. Se han atendido **190.215 consultas de información**, lo que supone un incremento del 9% sobre el segundo semestre de 2010. Se constata un aumento de visitantes atendidos en el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) del 16%. Tanto el Punto de Información Turística de la estación de AVE como el de la estación de autobuses, han experimentado un descenso. Durante el 2011 la cifra recogida en los SIT de Turismo de Segovia asciende a 344.092 consultas; el segundo año que, tras 2008, arroja mejores resultados.

Podemos concluir que la afluencia de turismo a Segovia va en aumento aunque el peso de la crisis económica aún deja su estela. Las cifras recogidas, en lo que al volumen de visitantes se refiere, son positivas pero constatamos que se trata de visitantes de un día, ex-

curсионistas que no pernoctan. Este hecho supone un descenso en el consumo de productos y servicios turísticos.

El principal reclamo de visita a la ciudad es el **Acueducto**. Es muy difícil conocer el número de visitantes que este monumento recibe al año, pero, se podría afirmar que sobrepasa el millón de personas anuales.

El **Alcázar** ha alcanzado la cifra de **265.234**, dato que lo convierte en uno de los monumentos más visitados de la ciudad. Este año también ha sido positivo para este hito monumental, puesto que ha conseguido superar el medio millón de visitantes. En total, 510.128 personas han accedido al interior del Alcázar a lo largo de 2011. La **Catedral** también aumenta, llegando a alcanzar las **118.476 visitas**. El total anual alcanza las 219.175 visitas, un 4,11% más que en 2010.

Los productos turísticos más demandados son las visitas guiadas y el alquiler de audioguías. Un total de **4.791 personas han participado en alguna de las visitas** organizadas por Turismo de Segovia. Un 78% es para la visita "Patrimonio de la Humanidad" que recorre el eje monumental Acueducto-Catedral-Alcázar. El total anual de personas que han participado en alguna de las rutas asciende a 7.061. El **alquiler de audioguías**, es el producto que mayores incrementos ha conseguido, con **469 alquileres** en este semestre y un total de 892 alquileres al año.

La comunidad de **Madrid** sigue siendo la **procedencia que más nos visita** ya que supone el 31,5% de nuestros visitantes nacionales. La segunda posición corresponde a Andalucía, 10,9%. Siguen la Comunidad Valenciana, Castilla y León y Cataluña.

La **procedencia internacional** con mayor porcentaje de presencia vuelve a ser **EE.UU.**, 15,5%. Francia cede ahora su plaza a Italia que, con una presencia en la ciudad del 7,2%, ha ido subiendo puestos desde la quinta posición en el primer semestre, a la segunda. Países como China y Japón se sitúan en el sexto y séptimo lugar. En comparación con el 2010, estos países han experimentado un aumento paulatino a lo largo de todo el año, incluso en los meses de verano.

Han pasado 7 años desde que la Empresa Municipal de Turismo comenzara su andadura y la evolución de la oferta turística de la ciudad ha sido considerable. Gran variedad de folletos de información turística y cultural, rutas temáticas por el Casco Antiguo como la ruta de Antonio Machado o San Juan de la Cruz, así como nuevos productos como el Taxi Turístico, conforman la variada oferta de productos y servicios que Turismo de Segovia pone a disposición de quienes nos visitan.

