

BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº6 MARZO 2013

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAO **SEG**OVIA **ILUMINA EL CIELO**

SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2012

En este boletín, el número 6, se analizan los principales datos de coyuntura turística en la ciudad de Segovia. Se tienen 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 tendencia observada en el primer semestre de 2012, fruto de la crisis económica que atravesamos, sigue incidiendo en el comportamiento de la actividad turística en el segundo semestre, provocando que el número de viajeros que llegan, así como el de las pernoctaciones o servicios que se consumen en el destino, sigan una línea negativa.

La mayoría de infraestructuras turísticas españolas (a pesar de pertenecer a uno de los sectores que mejor está aguantando la crisis en nuestro país) se han visto afectadas duramente por la actual recesión mundial. Si bien el turismo sigue siendo el principal motor de la economía, los datos reflejan que, a pesar de los esfuerzos de todos los agentes implicados, no se ha podido impedir que la mayoría de indicadores bajen a niveles similares a los de hace cinco años.

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. LOS 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	8
8. ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA WEB DE TURISMO DE SEGOVIA.....	10
9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS	10
10. CONCLUSIONES.....	11

1. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA. INE

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

En el segundo semestre del año 2012 Segovia ha registrado un total de 115.345 viajeros (91.608 nacionales y 23.737 extranjeros), que han realizado 170.029 pernoctaciones. Comparando estos datos con los del mismo periodo del año anterior, se observa un descenso de visitantes a la ciudad (tanto de viajeros nacionales como internacionales) del 3,5% y una caída de las pernoctaciones del 8,2%. Pese a estos malos datos totales hay que destacar los datos positivos de los meses de septiembre y noviembre.

En el gráfico se observa el crecimiento habitual de pernoctaciones y viajeros en el mes de agosto, así como el constante descenso de ambos indicadores hasta noviembre, seguido del usual repunte del mes de diciembre.

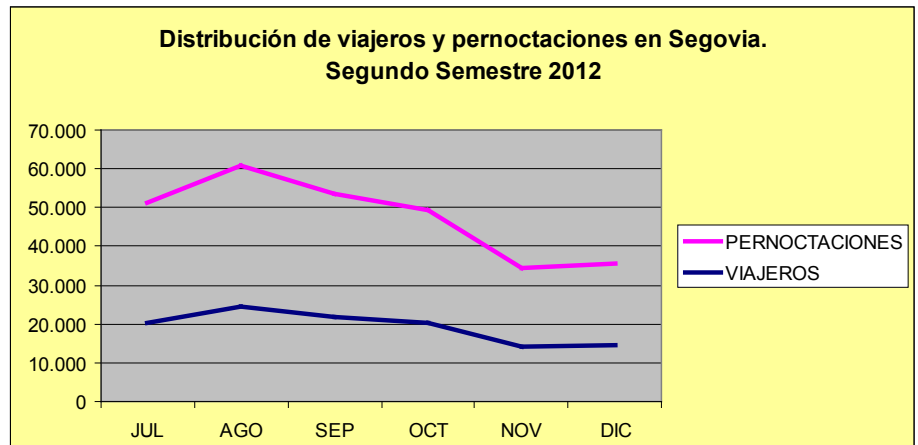
La estancia media en la ciudad en el segundo semestre ha sido de 1,47 noches (mismo dato que en el primer semestre del año), lo que supone un descenso de 0,7 puntos respecto al mismo periodo del año anterior.

Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Segundo semestre. Año 2012						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Nacionales	Extranjeros	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	TOTAL
Julio	15.222	4.932	20.154	23.121	8.117	31.238
Agosto	20.305	4.174	24.479	30.232	6.189	36.421
Septiembre	15.725	6.266	21.991	22.253	9.484	31.737
Octubre	15.085	5.006	20.091	22.298	6.777	29.075
Noviembre	12.526	1.758	14.284	17.620	2.626	20.246
Diciembre	12.745	1.601	14.346	19.236	2.076	21.312
TOTAL	91.608	23.737	115.345	134.760	35.269	170.029

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera

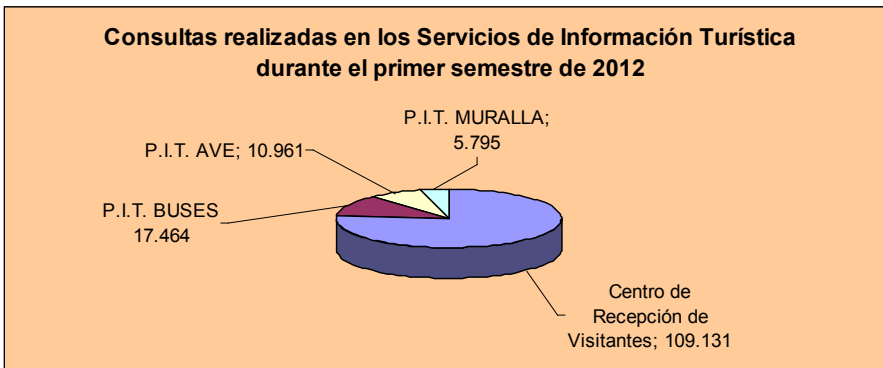
Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa Segundo Semestre 2012-2011						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2012	2011	Variación	2012	2011	Variación
	2011/2010			2012/2011		
Julio	20.154	-22.339	-2.185	31.238	-35.261	-4.023
Agosto	24.479	-26.784	-2.305	36.421	-40.814	-4.393
Septiembre	21.991	-20.851	1.140	31.737	-33.555	-1.818
Octubre	20.091	-21.110	-1.019	29.075	-33.015	-3.940
Noviembre	14.284	-13.126	1.158	20.246	-19.229	1.017
Diciembre	14.346	-15.308	-962	21.312	-23.349	-2.037
TOTAL	115.345	-119.518	-4.173	170.029	-185.223	-15.194

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 punto de información turística que ha atendido un mayor número de consultas ha sido el Centro de Recepción de Visitantes. De julio a diciembre de 2012 se recibieron en este centro 109.131 consultas (un 33% menos que en el mismo periodo del año anterior).

El segundo centro con más consultas atendidas ha sido el Punto de Información Turística de la Estación de Autobuses, por delante del Punto de Información Turística de la Estación de Ave (que ocupaba ese segundo puesto el año anterior). El P.I.T. Estación de autobuses alcanzó la cifra total de 17.464 consultas atendidas (un 35,2% más que el año anterior), mientras que el P.I.T. AVE se quedó en 10.961 consultas atendidas (un 33,7% menos que en el mismo periodo del año anterior).

El antiguo Punto de Información Turística de La Muralla es el cuarto centro por número de consultas atendidas. Pese a ser el centro con menos consultas atendidas hay que destacar que éstas han crecido casi un 200%, llegando a las 5.795 consultas atendidas.

Estadísticas totales en el CRV y P.I.T de Turismo de Segovia. De julio a diciembre 2012						
	C.R.V			P.I.T. Estación del tren AVE		
	2011	2012	Variación 2011/2012	2011	2012	Variación 2011/2012
Julio	26.933	16.506	-10.427	3.118	2.434	-684
Agosto	43.979	21.283	-22.696	3.643	2.275	-1.368
Septiembre	26.995	15.830	-11.165	3.536	1.991	-1.545
Octubre	32.261	24.729	-7.532	2.437	2.254	-183
Noviembre	16.542	16.621	79	1.800	926	-874
Diciembre	16.027	14.162	-1.865	1.993	1.081	-912
TOTAL	162.737	109.131	-53.606	16.527	10.961	-5.566
	P.I.T. Estación de Autobuses			P.I.T. Muralla		
	2011	2012	Variación 2011/2012	2011	2012	Variación 2011/2012
Julio	2.495	2.238	-257	329	685	356
Agosto	2.592	3.455	863	251	1.104	853
Septiembre	2.110	3.323	1.213	252	979	727
Octubre	1.201	2.914	1.713	425	1.115	690
Noviembre	1.175	3.229	2.054	194	787	593
Diciembre	1.752	2.305	553	493	1.125	632
TOTAL	11.325	17.464	6.139	1.944	5.795	3.851

Fuente: Turismo de Segovia

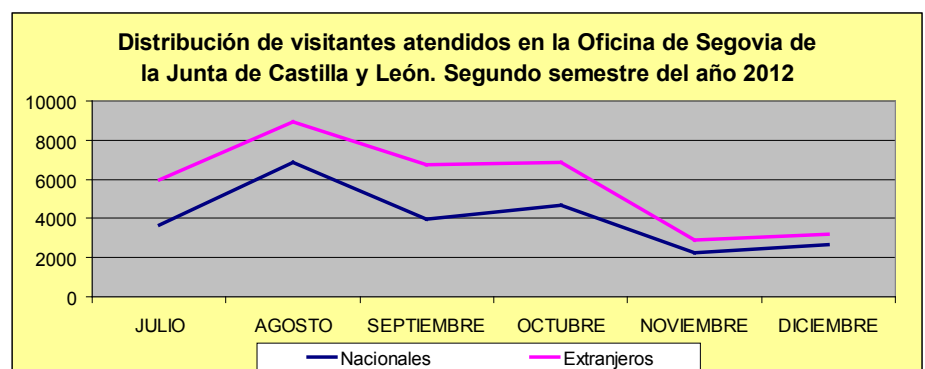
3. CONSULTAS A LA OFICINA DE TURISMO GESTIONADA POR LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA

La oficina de turismo gestionada por la Junta de Castilla y León en Segovia ha atendido 34.675 consultas de las que 24.123 han sido nacionales y 10.552 internacionales. Estos datos arrojan una disminución de un 24% respecto a los datos del año anterior (lo que supone una caída total de consultas similar al del resto de oficinas turísticas de la ciudad). En el gráfico se observa que la diferencia entre consultas de visitantes nacionales e internacionales se mantiene de manera constante durante casi todo el semestre. Esta diferencia se reduce en los meses de noviembre y diciembre por la caída de visitantes nacionales.

La línea que dibuja el comportamiento de los visitantes refleja principalmente dos picos, siendo el más alto de ellos el de agosto (período principal de las vacaciones de verano), seguido del repunte de octubre.

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN EN SEGOVIA							TOTAL
Año 2012	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2012
Nacionales	3669	6837	3959	4704	2272	2682	24123
Extranjeros	2332	2107	2775	2184	627	527	10552
TOTAL	6001	8944	6734	6888	2899	3209	34675

Fuente: Fundación Siglo



Fuente: Fundación Siglo

4. CONSULTAS A MONUMENTOS Y MUSEOS DE SEGOVIA

Visitantes a los principales Hitos Monumentales de Segovia. Segundo semestre 2012			
MES/2012	Contador de Pax. en el CRV (Acueducto)	Catedral	Alcázar
JULIO	42.479	20.174	41.651
AGOSTO	57.977	23.634	51.762
SEPTIEMBRE	49.973	18.851	43.598
OCTUBRE	47.715	21.830	47.949
NOVIEMBRE	45.057	11.790	27.429
DICIEMBRE	38.759	10.818	27.963
TOTAL 2012	281.960	107.097	240.352

Fuente: Turismo de Segovia, Catedral y Alcázar de Segovia

HITOS MONUMENTALES

En este punto se analizan los datos de los tres principales focos de atracción turística de la ciudad de Segovia: el Acueducto, la Catedral y el Alcázar. Es imposible conocer el dato exacto de personas que visitan el Acueducto, por lo que ofrecemos como referencia el número de personas que entran en el Centro de Recepción de Visitantes (ubicado a muy pocos metros de este monumento). Este dato debe considerarse por tanto como una aproximación de referencia, pero nunca como un dato estadístico real.

Tanto el Acueducto como el Alcázar y la Catedral han sufrido una caída en el número de visitantes. Esta caída es proporcional a la caída de consultas atendidas en las oficinas de turismo de la ciudad.

El Acueducto desciende a 281.960 visitas (lo que supone una bajada de un 28,3%), el Alcázar a 240352 (una bajada del 9,4%) y la Catedral, único de estos tres monumentos de referencia que crecía en el primer semestre, cae también hasta las 107.097 visitas (un 9,6%). Pese a esta caída generalizada de visitas hay que destacar los buenos resultados de noviembre (mes en el que estos tres espacios superan las cifras alcanzadas el año anterior) y, en menor medida, los datos de diciembre (aunque en este mes ni Alcázar ni Catedral mejoraron sus datos, el Acueducto logró superar los resultados obtenidos en 2011). Un año más, los tres hitos monumentales coinciden en que agosto es el mes del segundo cuatrimestre en que reciben un mayor número de visitas. Para Catedral y Alcázar el segundo mes por volumen de visitas es el mes de octubre, mientras que en el caso del acueducto es el mes de septiembre.

MUSEOS

Tras un periodo de puertas abiertas en

junio, en julio de 2012 abrió al público la Real Casa de Moneda, espacio que contiene el Museo de la Real Casa de Moneda y el Centro de Interpretación del Acueducto. Pese a que sus datos en este semestre no pueden ser comparados con los de periodos anteriores por tratarse de un nuevo espacio museístico, sí puede ser comparado con el resto de museos de la ciudad. En sus seis primeros meses de vida ha logrado 7.872 visitas, convirtiéndose así en el más visitado de todos los museos de Segovia, muy por encima del segundo, el Museo de Arte contemporáneo Esteban Vicente, que había ostentado hasta ahora ese primer puesto (la Casa de Moneda recibió un 26,12% del total de visitas a museos de la ciudad, frente al 17,55% que logró el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, que pierde un 32,5% de sus visitantes).

Dejando a un lado el éxito del nuevo espacio museístico de la Real Casa de Moneda, lo cierto es que la tendencia negativa que los museos de Segovia experimentaron en el primer semestre de

MUSEO DE SEGOVIA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	1.153	1.275	818	1.144	1.093	1.084	6.567
2012	746	770	612	663	765	627	4.183
DIFERENCIA	-407	-505	-206	-481	-328	-457	-2.384
MUSEO ZULOAGA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	504	738	534	831	399	448	3.454
2012	432	646	559	525	27	86	2.275
DIFERENCIA	-72	-92	25	-306	-372	-362	-1.179
CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	793	1.187	743	520	532	463	4.238
2012	572	933	424	520	535	551	3.535
DIFERENCIA	-221	-254	-319	0	3	88	-703
MUSEO RODERA-ROBLES							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	300	267	134	121	89	918	1.829
2012	296	252	146	200	309	1.233	2.436
DIFERENCIA	-4	-15	12	79	220	315	607
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	866	752	938	881	292	611	4.340
2012	616	916	648	772	464	713	4.129
DIFERENCIA	-250	164	-290	-109	172	102	-211
PUERTA DE SAN ANDRÉS							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	329	251	252	425	194	493	1.944
2012	87	132	86	86	38	0	429
DIFERENCIA	-242	-119	-166	-339	-156	-493	-1.515
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE							
AÑO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCTU	NOVIEM	DICIEM	TOTAL
2011	849	1.049	1.041	1.379	2.065	1.457	7.840
2012	738	834	489	602	1.362	1.267	5.292
DIFERENCIA	-111	-215	-552	-777	-703	-190	-2.548
CASA DE MONEDA							
AÑO	ENERO	FEBERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
2011							0
2012	628	1.367	792	1.621	1.370	2.094	7.872
DIFERENCIA	628	1.367	792	1.621	1.370	2.094	7.872

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

2012 ha sido confirmada en los siguientes seis meses del año. El resto de museos de la ciudad vieron disminuir el número de visitantes, con la excepción del Museo Rodera-Robles, que, debido al éxito de sus últimas exposiciones temporales (especialmente en el mes de diciembre), logra un 33,19% más de visitantes (pese a este crecimiento es el 6º museo por número de visitas, con un 8,08% del total).

El tercer museo más visitado es el Museo de Segovia (con 13,87% del total de visitantes a museos), que pierde un 36,3% respecto al mismo periodo del año pasado (es el museo que más visitantes pierde respecto al mismo periodo del año anterior).

El Centro Didáctico de la Judería es el cuarto museo por número de visitas en nuestra ciudad (con un 13,7% de las visitas a museos), seguido por la Casa Museo de Antonio Machado (con un 11,72% del total de visitas a museos en Segovia) que ocupa el quinto lugar. A pesar de que estos dos espacios museísticos gestionados

por la Empresa Municipal de Turismo también perdieron visitantes respecto al año anterior, son los dos museos que mejor están salvando este periodo de crisis ya que solo han visto reducir sus números en un 4,86% y un 26,59% respectivamente (por debajo de la media del resto de museos).

Los dos museos menos visitados son el Museo Zuloaga y la Puerta de San Andrés, con un 7,54% y un 1,42% del total de visitas a museos respectivamente. En el caso del Museo Zuloaga la caída de visitantes ha sido de un 34,14%, pero en el caso de la Puerta de San Andrés no se puede establecer una comparación. Este

espacio museístico se reabrió en mayo de 2012 y los datos recogidos con anterioridad a esa fecha hacen referencia a todos los visitantes al antiguo museo, sin diferenciar entre visitas y consultas. En este cuadro se reflejan las visitas al museo en el segundo semestre de 2012, mientras que el número de consultas puede verse en el apartado 2 de este boletín.

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

A través de la Central de Reservas, la Empresa Municipal de Turismo de Segovia comercializa una gran variedad de productos y servicios turísticos. De los 6 productos y servicios analizados 4 reflejan una caída de ventas y 2 han logrado números positivos.

Las visitas guiadas son, una vez más, el producto que consigue mejores resultados. En el segundo semestre de 2012 se vuelven a batir récords, consiguiendo el mejor resultado de la historia para Turismo de Segovia (en lo que a visitas guiadas se refiere en un solo semestre). Pese a este gran resultado, con un total de 5.340 visitas (un 11,6% más que el año anterior), es el segundo producto más popular en este periodo, por detrás del Bus Turístico, que sin embargo cae un 27,74% al vender sólo 8.647 tours. En números negativos, además del ya mencionado descenso del Bus Turístico, hay que destacar la caída significativa de audioguías alquiladas (un 34,33%), de las ventas de bonos gastronómicos (un 25%) y del alquiler de bicicletas (un 59,36%).

Las Tarjetas Turísticas arrojan datos positivos, con un importante crecimiento del 67,15%.

VISITAS GUIADAS

Pese a la crisis económica actual, tal y como señalábamos anteriormente, las visitas guiadas ofertadas por Turismo de Segovia en su campaña "Conoce Segovia" están logrando números muy positivos que permiten que este producto mantenga un crecimiento constante.

Una vez más, y a gran diferencia del resto, la visita más demandada es Patrimonio de la Humanidad. Esta visita permite conocer el principal eje turístico de la ciudad, incluyendo el Acueducto, la Catedral y el Alcázar, por lo que no es de extrañar que haya seducido al 77,21% de visitantes que contrataron una visita (4.123 personas) en el segundo semestre de 2012 (un 10,21% más que en el mismo periodo del año anterior, aumento debido

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
Julio	610	723	113	3.025	1.785	-1.240	94	82	-12
Agosto	1.508	1.562	54	5.633	4075	-1.558	99	67	-32
Septiembre	287	744	457	1.540	1376	-164	42	35	-7
Octubre	1.370	882	-488	1.300	917	-383	136	59	-77
Noviembre	344	658	314	215	222	7	44	37	-7
Diciembre	672	771	99	252	272	20	54	28	-26
TOTAL	4.791	5.340	549	11.965	8.647	-3.318	469	308	-161
MES	Alquiler Bicis			Tarjeta Turística			Bono Gastronómico		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Julio	131	80	-51	41	21	-20	18	24	6
Agosto	229	67	-162	62	81	19	4	0	-4
Septiembre	82	32	-50	25	56	31	0	4	4
Octubre	55	23	-32	53	35	-18	12	0	-12
Noviembre				18	120	102	1	1	0
Diciembre				8	33	25	5	1	-4
TOTAL	497	202	-295	207	346	139	40	30	-10

Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

MES/2012	Visitas Guiadas			TOTAL
	Patrimonio de la Humanidad	Por la Judería de Segovia	Resto de visitas	
Julio	456	71	196	723
Agosto	1.003	102	457	1.562
Septiembre	650	58	36	744
Octubre	794	51	37	882
Noviembre	563	27	68	658
Diciembre	657	87	27	771
TOTAL	4.123	396	821	5.340

Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

al incremento de ventas de esta visita los meses de septiembre, noviembre y diciembre).

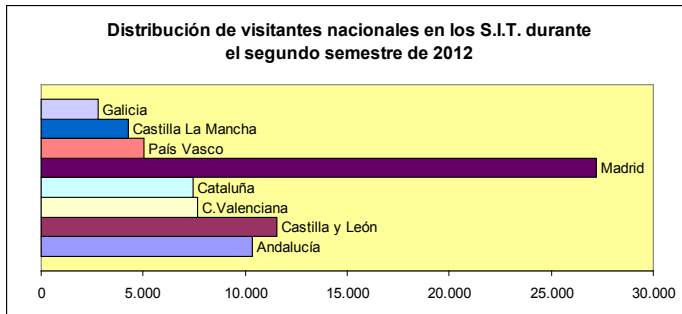
La segunda ruta más demandada por los visitantes que llegan a la ciudad (con un 7,41% del total) es la visita guiada Por la Judería de Segovia, que a diferencia del resto de visitas ve disminuida su demanda un 5,27%.

El resto de visitas continúan cosechando grandes resultados y confirman la

tendencia alcista observada en anteriores números de este boletín. Estas visitas fueron el 15,37% del total de visitas realizadas en el segundo semestre del 2012, seduciendo a 821 personas, lo que supone un aumento de la demanda de un 29,9%. Este crecimiento se debe en gran medida al éxito que ha logrado mantener la visita Conoce el Acueducto (visita express que permite, en tan sólo 45 minutos, conocer el monumento más emblemático de la ciudad por un precio muy reducido).

6. PROCEDENCIAS DE LOS VISITANTES QUE LLEGAN A SEGOVIA

En los P.I.T.s y Museos de Turismo de Segovia se han atendido un total de 157.016 consultas, de los que un 57,47% fueron realizadas por visitantes de nacionalidad española (90.233 consultas) y un 42,53% fueron formuladas por visitantes procedentes del extranjero (66.783 consultas). Estos datos reflejan la tendencia que se apuntaba en boletines anteriores



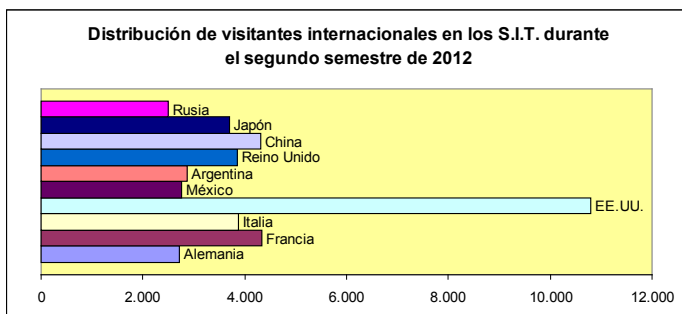
Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

y es que, debido al impacto de la crisis en nuestro país, el peso de los visitantes procedentes del interior de nuestras propias fronteras disminuye (el mismo periodo del año anterior, los visitantes nacionales suponían un 60,1% del total, por lo que cae un 2,63%).

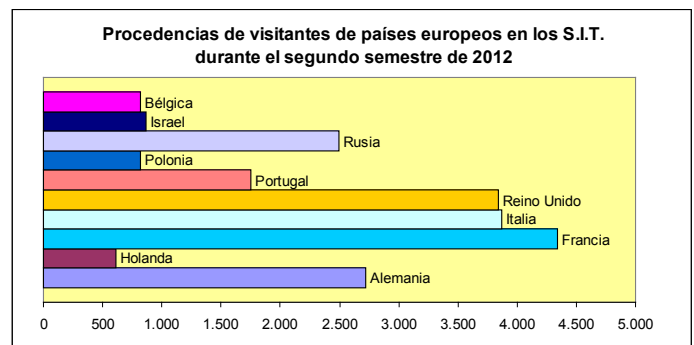
Un semestre más, los visitantes nacionales más numerosos son los procedentes de Madrid, que suponen un 31% del total. A mucha distancia de Madrid, la segunda procedencia más frecuente entre los visitantes españoles es Castilla y León con un 13%. Muy cerca de este segundo lugar está Andalucía en tercera posición con un 11% del total. En cuarto y quinto lugar, casi empatadas, están C. Valenciana (8,49%) y Cataluña (8,27%). Señalar que estas cinco principales procedencias son las mismas que en el mismo periodo del año anterior, con la diferencia de que Castilla y León ha pasado de ocupar el 4º lugar a ocupar el 2º, por lo que Andalucía ha bajado un puesto (de 2º a 3º), igual que la C. Valenciana (de 3º a 4º).



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

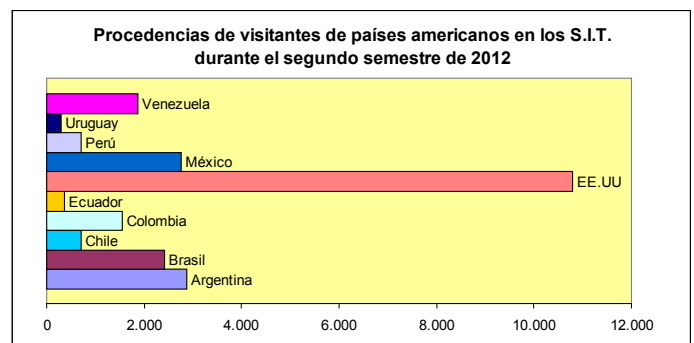
En el caso de las procedencias internacionales el ranking refleja algunas novedades importantes (a diferencia de lo que explicábamos que sucedía en las procedencias nacionales). En primera posición y de manera muy destacada sigue en primer

lugar EE.UU., que aporta un 16,16% del total de visitantes extranjeros. En segundo lugar está Francia, que sube un puesto respecto al año anterior y retoma su histórica segunda plaza con un 6,50%. A muy poca distancia está China (6,46%), que irrumpe con fuerza en el ranking general de países que más visitantes aportan, pasando del 7º puesto que ocupaba en el segundo semestre de 2011, a ser el 3º en el mismo periodo de 2012, prácticamente empatado con Francia (confirmando la tendencia alcista que se apuntó en boletines anteriores). Por otro lado, Italia, que ocupaba el año anterior el segundo puesto, cae hasta el 4º puesto con sólo un 5,79% del total de visitantes. También ve disminuir su peso el Reino Unido, que cae un puesto para quedar en la 5ª posición con un 5,76% prácticamente empatado con Italia. Es necesario destacar la irrupción de Rusia en este ranking, que, con un 3,74% del total, desbanca a Brasil y alcanza el décimo puesto del ranking de procedencias internacionales. Este hecho confirma que estos dos países, Rusia y Brasil, son probablemente los dos nuevos mercados emergentes más importantes para Segovia.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

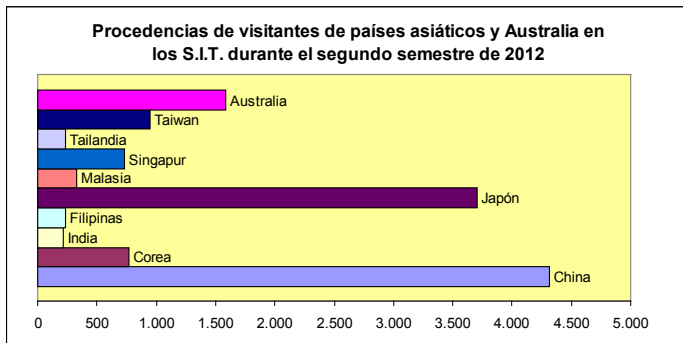
Pese a la dureza con la que la crisis económica está azotando Europa, los turistas procedentes de nuestro continente suponen todavía un 38,75% del total de procedencias extranjeras, siendo este continente el 2º que más visitantes aporta a la ciudad. Francia recupera su habitual primer puesto dentro de las procedencias europeas y es por tanto el país más importante dentro de este segmento pues un 16,79% de los europeos que visitan Segovia son franceses. Por este motivo Italia (14,95% de los europeos) pierde su primer puesto y es segundo, casi empatado con Reino Unido (14,86% del total de países de Europa), que repite en la tercera posición. Es importante destacar la creciente importancia de países como Rusia (sube un puesto respecto al año anterior y es el 5º país europeo que más visitantes aporta con un 9,65% del total) o Israel (sube 3 puestos respecto al año anterior y es el 7º país europeo que más visitantes aporta con un 3,33%).



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

Si bien la crisis económica también está afectando a América, este continente continúa siendo el que más visitantes aporta con un 40,29% del total. En el continente americano el líder es

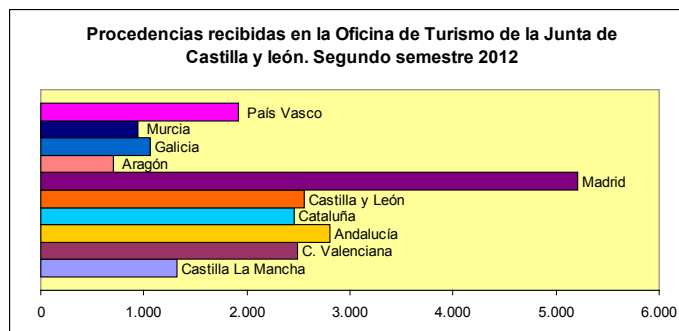
claramente EE.UU., que repite en primera posición un semestre más con un 40,11% del total de países americanos. También repiten en segundo y tercer lugar Argentina y México, que, casi empatados, suponen un 10,65% y un 10,29% respectivamente. Destacar la desaparición de Canadá en este ranking y la irrupción de Uruguay en el décimo puesto.



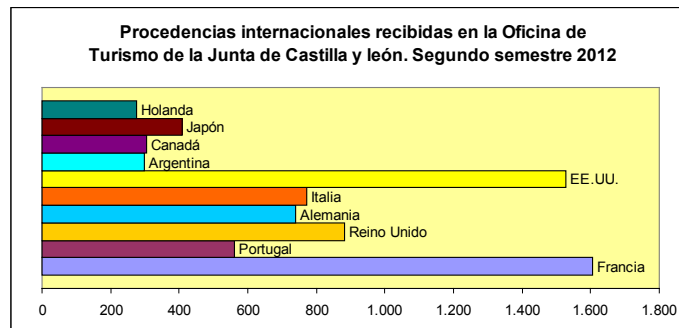
Asia (incluyendo Australia) es el tercer continente por número de visitantes en Segovia (con un 19,59% del total). Entre los países asiáticos hay una importante novedad respecto a boletines anteriores, y es el hecho de que Japón haya perdido su habitual primer puesto en favor de China. El descenso de visitantes nipones sumado al incremento constante de visitantes de china ha provocado esta situación. Esta situación que se venía previendo en anteriores entregas de este boletín es hoy una realidad. Los visitantes asiáticos procedentes de China son el 32,99% del total, y los que vienen de Japón ya sólo suponen un 28,33%. En tercer lugar, a mucha distancia de las dos principales procedencias asiáticas, se encuentra Australia, con un 12,15%. Es reseñable el importante descenso de visitantes procedentes de Corea, que si bien en el mismo periodo de 2011 era la tercera procedencia de turistas asiáticos, en el segundo semestre de 2012 ha sido la quinta, por detrás de Taiwán y casi empatado con Singapur, ya en sexto lugar.

OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

Al igual que sucede en las oficinas de turismo gestionadas por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia, Madrid sigue siendo la comunidad autónoma de la que procede un mayor número de visitantes españoles (con exactamente un 21,61%).



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

Andalucía sube un puesto respecto al año pasado y es segunda con un 11,61%, arrebatando su puesto a Castilla y León, que pasa a ser tercera con sólo un 10,60%. En los puestos cuarto y quinto no hay novedades, y la C. Valenciana y Cataluña repiten en estos puestos con un 10,33% y un 10,18% respectivamente.

En cuanto a las procedencias internacionales, Francia y EE.UU. intercambian sus puestos respecto al mismo periodo de 2011. En primer lugar se encuentra Francia, que aporta el 15,20% de visitantes extranjeros y muy cerca, en segundo lugar, está EE.UU., que aporta un 14,46%. Ya a mucha distancia, con sólo un 8,36%, encontramos en tercer lugar a Reino Unido, que sube un puesto respecto al año anterior. En cuarto y quinto lugar encontramos a Italia y a Alemania, que con un 7,30% y un 6,99%, su peso estadístico es muy inferior a los países mencionados con anterioridad.

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

Existe un fuerte compromiso con las nuevastecnologíasporpartedelaEmpresa Municipal de Turismo de Segovia que le ha llevado a la creación y mantenimiento de diversas páginas webs y perfiles en redes sociales. A continuación se analizarán los resultados de cuatro webs: www.turismodesegovia.com (con información de interés general sobre Segovia como destino turístico), www.reservasdesegovia.com (web de la Central de Reservas de Segovia que permite comprar online entradas para eventos, visitas guiadas, paquetes gastronómicos, etc.), www.segoviafilmoffice.com (pensada para resolver todas las necesidades para realizar un rodaje en Segovia) y 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							
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AÑO 2012	20.395	23.648	23.055	28.861	20.508	16.135	132.602
www.segoviafilmoffice.com							
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AÑO 2012	220	227	503	517	547	277	2.291
www.reservasdesegovia.com							
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AÑO 2012	3.084	3.823	3.042	4.070	4.492	2.682	21.193
www.segoviacongresos.com							
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AÑO 2012	96	94	104	95	90	82	561

Fuente: Google Analytics

Al contrario de lo que sucede con algunas de las oficinas de información turística, todas estas webs están experimentando un fuerte crecimiento en su número de visitas, confirmándose así que Internet es el principal escaparate turístico de la ciudad para todos aquellos que desean planificar su visita desde sus hogares, así como el mejor lugar para encontrar algún tipo de información concreta para aquellos que ya se encuentran en Segovia y acceden a las webs a través de dispositivos móviles.

WWW.TURISMODESEGOVIA.COM

Un semestre más, la web informativa www.turismodesegovia.com es la web más visitada de todas las gestionadas por Turismo de Segovia. Con 132.602 visitas, consigue un 15,29% más de visitas que en el mismo periodo del año anterior (un 16,23% de estas visitas se realizaron mediante dispositivos móviles, siendo esta web la que recibe un porcentaje mayor de visitas desde este tipo de dispositivos). Las ciudades desde donde más se consulta esta web son Madrid (32,61%), Segovia (9,38%), Barcelona (3,90%), Valencia (3,36%) y Valladolid (2,36%). La duración media de las visitas es de 3 minutos 59 segundos.

WWW.RESERVASESEGOVIA.COM

La segunda página web por número de visitas es la de la Central de Reservas que, con 21.193 visitas crece un 15,99% respecto al segundo semestre de 2011 (un 12,20% del total de visitas se realizan desde dispositivos móviles). Las ciudades desde donde se realizan más visitas a esta web son Madrid (34%), Segovia (24,10%), Valencia (2,89%), Barcelona (2,77%) y Valladolid (2,63%). El importante peso de las visitas desde Segovia se debe al éxito de esta web como plataforma para la venta online de entradas para espectáculos y eventos culturales de la ciudad. La duración media de las visitas a esta web es de 4 minutos 30 segundos.

WWW.SEGOVIAFILMOFFICE.COM

La tercera web más visitada es la de Segovia Film Office. Sus 2.291 visitas suponen que sea la web que más crece, con un 59,98% más de visitas que el año anterior. Un 13,3% de las visitas a esta web se llevan a cabo mediante dispositivos móviles. Las ciudades desde donde más se accede a esta web son Segovia (31,34%), Madrid (25,40%), Barcelona (3,10%), Valladolid (3,06%) y Valencia (1,75%). La duración media de las visitas es la menor de todas las páginas comparadas, con 1 minuto 15 segundos.

WWW.SEGOVIACONGRESOS.COM

La web de Segovia Convention Bureau aumenta un 50% el número de visitas recibidas, llegando al total de 561 visitas (siendo un 2,65% de ellas realizadas desde dispositivos móviles). Pese a este gran resultado es la web menos visitada de entre todas las analizadas. La duración media de las visitas a esta web es de 3 minutos 56 segundos. Las ciudades desde donde se visita esta web son Segovia (60,07%), Madrid (16,93%), Barcelona (5,53%) y Valladolid (2,14%).

AMIGOS/SEGUIDORES REDES SOCIALES A LA QUE PERTENECE TURISMO DE SEGOVIA SEGUNDO SEMESTRE DE 2012			
Amigos en junio	2880	1063	11932 (visitas de enero a junio)
Nuevos amigos	FACEBOOK	TWITTER	TARJETA TURÍSTICA
JULIO	30	45	1.533
AGOSTO	29	86	1.822
SEPTIEMBRE	21	47	1.708
OCTUBRE	28	56	1.981
NOVIEMBRE	44	124	2.442
DICIEMBRE	44	87	874
TOTAL	196	445	10.360
TOTAL AMIGOS	3.076	1.508	22.292

Fuente: Turismo de Segovia

REDES SOCIALES

Los datos que se pueden observar en la tabla reflejan un crecimiento constante de las redes sociales de Turismo de Segovia. Aunque Facebook sigue siendo la red en la que existe un mayor número de seguidores, Twitter es 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 un total de 2.117 visitas (lo que supone 1,59% del total), de las cuales, la mayoría procedieron de Facebook (72,13%), Twitter (15,54%), Blogger (5,29%) y TripAdvisor (2,65%).

A la hora de generar visitas a la web de Reservas de Segovia la importancia de las redes sociales es ligeramente superior, ya que gracias a ellas se ha producido un 1,76% de las visitas a esta web (375 visitas). En este caso, la gran mayoría proviene de Facebook (86,40%), muy por delante de Twitter (10,93%) y Blogger (1,87%).



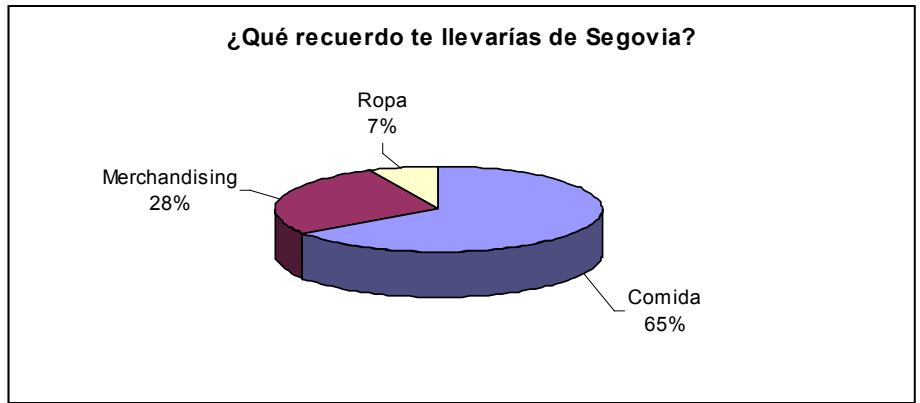
8. ENCUESTAS A TRAVÉS DE LA WEB DE TURISMO DE SEGOVIA

Gracias a la participación voluntaria de los visitantes a la web www.turismosesegovia.com en la sección La pregunta de la semana, podemos conocer la opinión de los internautas que visitan esta web.

A la pregunta ¿Qué recuerdo te llevarías de Segovia? El 65% afirma que preferiría llevarse de la ciudad algún producto gastronómico típico, mientras que un 28% preferiría algún producto de merchandising como souvenir. Sólo un 7% preferiría comprar ropa como recuerdo de Segovia. Este resultado refleja el indudable tirón que supone la cultura gastronómica de la ciudad, que ocupa un lugar importante como motivación para viajar a la ciudad.

Sin ningún género de dudas, la pertenencia de Segovia al selecto grupo de ciudades elegidas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO es un factor determinante a la hora de elegir la ciudad de Segovia como destino frente a otras opciones de viaje.

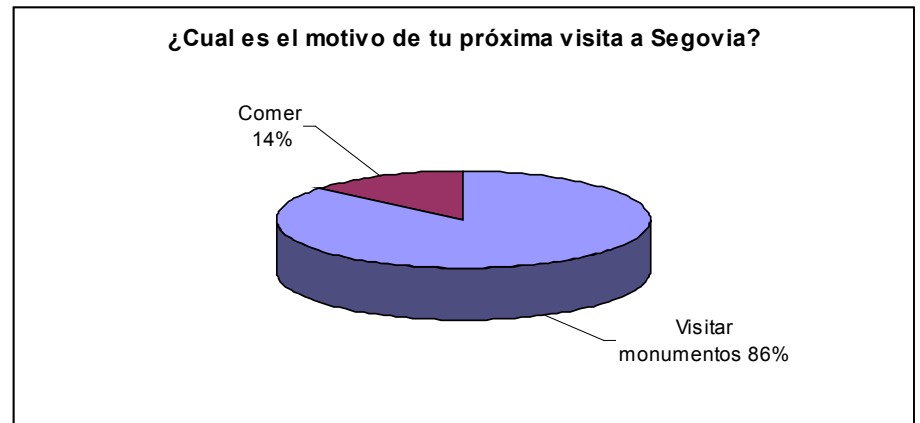
Ante la pregunta directa a los internautas sobre el motivo de su próxima visita a la ciudad, una gran mayoría eligió “visitar monumentos” como principal motivación (86 %), frente a “Comer” (14%), que es la segunda opción. Una vez más se ve reflejado en esta encuesta el pilar principal del turismo en Segovia: el patrimonio, acompañado de la gastronomía como motivación secundaria y complementaria.



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)



Fuente: Turismo de Segovia (Reservas de Segovia)

9. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS VISITAS GUIADAS

La satisfacción de las personas que visitan la ciudad es clave para Turismo de Segovia. Por este motivo se hace hincapié en la calidad como “leitmotiv” de todos los productos y servicios ofrecidos por la Empresa Municipal de Turismo.

El producto más demandado por quienes visitan la ciudad es, sin ninguna duda, las visitas guiadas. Así pues, fruto del mencionado compromiso con la calidad, se llevan a cabo encuestas tras las visitas. Esto permite llevar un control exhaustivo del servicio que se presta y de la satisfacción de los clientes con el mismo.

Así, estas encuestas reflejan que el 56,6% de las personas que hacen una visita guiada ha conocido este servicio en el Centro de Recepción de Visitantes, mientras que un 20,75% lo ha hecho por Internet. Un 12,6% descubre la oferta de visitas en el resto de oficinas y un 6,91% por recomendación de amigos o familiares, mientras que sólo un 3,14% lo hace gracias al personal de un establecimiento hotelero o un restaurante.

Por otro lado, estas encuestas señalan que el 98,13% de los participantes en las visitas guiadas consideran que las explicaciones recibidas por parte de los guías de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia son muy satisfactorias (91,22%) o satisfactorias (7,89%), lo que supone un nivel de satisfacción excepcional.

A pesar de la crisis económica actual, la mayoría de encuestados están satisfechos o muy satisfechos con las tarifas de las visitas guiadas. Concretamente el precio de las visitas le parece muy satisfactorio a un 22,80% de los encuestados, satisfactorio a un 30,70%. Califican de normal el precio un 41,22% de los encuestados, mientras que sólo le parece poco satisfactorio a un 4,38%, y muy poco satisfactorio a un 0,87%. En cuanto al itinerario seguido en el recorrido, una vez más la satisfacción de los visitantes es altísima, pues le ha parecido muy satisfactorio al 71,92% de ellos, satisfactorio a un 26,31%, y normal a un 1,76% (ninguno lo considera insatisfactorio en grado alguno).

Para terminar reseñar que un 85,09% de las personas que participaron en la visitas lo hacían por primera vez, frente al 14,91% que repetía la experiencia.

10. CONCLUSIONES

En comparación con el mismo periodo del año 2011, la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) pone de manifiesto un descenso en el número de pernoctaciones del 8,2%, lo que supone una caída proporcionalmente superior a la de viajeros, que cae un 3,5%. Este hecho se debe a que, dada la actual crisis económica mundial, ha aumentado el turismo de excursiones (visitas sin pernoctación a la ciudad) frente al número de viajeros que si pernoctan en Segovia, que, tal y como muestran los datos, vienen por menos tiempo que años anteriores (hicieron una media de 1,47 noches frente a las 1,54 del primer semestre del año anterior).

En cuanto a los Servicios de Información Turística (S.I.T.) de Turismo de Segovia, si bien atendieron la alta cifra de 143.351 consultas, hay que decir que este dato es inferior al logrado en el mismo periodo del 2011 (un 24,64% menos). Entre las principales causas para este descenso encontramos la actual situación económica, que ha provocado una importante disminución del número de viajeros. Por otro lado hay que destacar que esa situación ha provocado que el flujo de consultas en el P.I.T. del AVE haya disminuido, frente al del P.I.T. Estación de Autobuses que ha aumentado (lo que refleja que se prefiere cada vez más un medio de transporte más económico para llegar a la ciudad). Es importante destacar el éxito del Punto de Información Turístico La Muralla en su nuevo emplazamiento, que ha provocado un aumento de las consultas de casi el 200%.

Aunque las consultas realizadas en algunas de las oficinas de turismo de Segovia hayan bajado, las visitas a las webs propiedad de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia crecen de media más de un 30%. Este aumento en el número de visitas no hace sino confirmar la tendencia global que establece las webs y redes sociales como lugar principal de interacción con viajeros y potenciales viajeros.

El Alcázar, históricamente considerado como principal indicador del turismo en Segovia (dada la difícil medición de visitantes al Acueducto), ve como su número de visitas disminuye un 9,4%, una caída muy similar a la de la Catedral (9,6%). Este descenso en el número de visitas a estos hitos monumentales de la ciudad es achacable también a motivos económicos, pues en el primer semestre de 2012 el Alcázar ya sufría esta tendencia y perdía un 3% de visitantes. La Catedral, posiblemente debido a su precio (1,50 € inferior al del Alcázar), ha tardado más en verse arrastrado por esa tendencia negativa, pues en el primer semestre aumentaba sus visitas un 8%.

Respecto a los productos turísticos comercializados por Turismo de Segovia, las visitas guiadas no sólo vuelven a ser lo más demandado (5.340 personas han participado en las visitas), sino que además crecen un 11,45%, lo que es digno de mención considerando el marco económico en que se ha logrado. Dentro de estas visitas la llamada "Patrimonio de la Humanidad" se mantiene en el primer puesto (creciendo un 10,21%). Por otro lado merece la pena destacar que el trabajo creativo realizado por Turismo de Segovia a la hora de crear nuevas rutas sigue dando muy buenos resultados, pues la demanda de este tipo de visitas ha aumentado casi un 30%.

En cuanto a las procedencias de los viajeros, Madrid, como no podía ser de otra manera, sigue siendo el principal emisor de turismo nacional, mientras que EE.UU. es su homólogo entre los países extranjeros. Más allá de estos líderes en la emisión de turismo, hay que destacar especialmente el crecimiento del número de visitantes procedentes de China, que ya son un 6,46% del total de extranjeros que visitan la ciudad. De continuar esta tendencia, China, que ya es el principal emisor de Asia (por delante de Japón), pronto será el segundo país que más visitantes aporte a la ciudad, sobrepasando a Francia, país con el que ya está prácticamente empatado.

Al margen del crecimiento del número de visitantes chinos, el dato más importante a extraer de este boletín es el éxito sin precedentes de la Real Casa de Moneda como nuevo espacio museístico de la ciudad (alcanzando casi 8.000 visitas en sus primeros 6 meses de vida). En un marco en el que el turismo en la ciudad desciende y los visitantes a la mayoría de museos del resto de la ciudad caen más de un 25%, hay que valorar como merece los logros ya alcanzados por este museo, que se descubre como un hito de atracción turística de primer orden para la ciudad de Segovia. De continuar esta tendencia, el éxito de este museo será clave para el relanzamiento turístico del Valle del Eresma como zona de interés para todos aquellos que visiten la ciudad.

