

Nº 1

Junio 2009

Boletín Informativo

Observatorio Turístico de Segovia



¡VIAJES ILUMINA EL CIELO SEGOVIA



La Actividad turística en la ciudad de Segovia. Enero-Abril 2009.

Primer cuatrimestre de 2009.

En este primer número del Boletín Informativo del Observatorio Turístico de la Ciudad de Segovia se realiza el balance de la actividad turística del primer cuatrimestre del año 2009 a través de los datos básicos de coyuntura turística, donde se evidencia el impacto de la crisis económica, tanto en el turismo nacional como en el internacional.

Asimismo se realiza un análisis monográfico del periodo de Semana Santa, uno de los momentos más importantes en el calendario turístico de la ciudad.

En conjunto, los cuatro primeros meses de 2009 reflejan, al igual que en otros destinos, una coyuntura de crisis para el turismo de la ciudad. El descenso en Segovia con respecto al año 2008, según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera, ha sido del 7,12% en el caso de los viajeros y del 9,83% en las pernoctaciones. Esta caída se sitúa algo por debajo de la media nacional (11,85% menos viajeros y 10,71% menos pernoctaciones) y en una situación intermedia en comparación con destinos de características similares: Ávila pierde el 15,71% del total de viajeros y el 14,20% de las pernoctaciones, Cuenca dónde cae la pernoctación un 10,67% y un 10,48% el número de viajeros y Toledo, que es el destino del entorno de Madrid en el que la crisis tiene una menor incidencia con caídas del 1,42% en el número total de viajeros y del 5,73% del total de pernoctaciones.

Si atendemos a los registros de la ciudad (consultas a los Servicios de Información Turística -SIT- y visitas a los principales monumentos y museos), los descensos son similares: un 12% en el caso del CRV, más de un 10% en los museos Zuloaga y Rodera Robles, y un 8% y 4% en el caso de Catedral y Alcázar. Los únicos registros en los que se dan subidas son los de el Museo de Segovia y la Casa Museo Antonio Machado que aumentan un 10% con respecto al primer cuatrimestre del 2009.

Contenidos

1. Año 2009. El primer cuatrimestre en cifras.
2. Monográfico: La Semana Santa 2009.
3. Noticias y Eventos.

Grupo de Investigación: "Turismo, patrimonio y desarrollo". (Universidad Complutense de Madrid)

- Miguel Ángel Troitiño Vinuesa
- Manuel de la Calle Vaquero
- María García Hernández
- Carmen Mínguez García
- Libertad Troitiño Torralba
- Iván Velasco Romera



1. Año 2009. El Primer Cuatrimestre en Cifras.

1.1. Alojamiento y Restauración. Oferta.

Segovia cuenta a 30 de abril de 2009 con un total de 2.724 plazas de alojamiento, repartidas en 47 establecimientos.

La oferta de la ciudad ha aumentado un 6.41% con respecto a las estadísticas facilitadas en el Boletín 0 del Observatorio Turístico de Segovia puesto que se ha computado el hotel Acueducto, de tres estrellas, que cuenta con 158 plazas.

Además se ha integrado en la estadística el hostel Huerta de San Lorenzo de dos estrellas. El reparto

Oferta de alojamiento de Segovia. Año 2008.				
Categoría	Establecimientos		Plazas	
	Total		Total	%
4*	8		1.221	44.82
3*	5		447	16.41
2*	5		313	11.49
HS 2*	4		258	9.47
HS 1*	12		249	9.14
Pensiones	9		76	2.79
Apartamentos	4		160	5.87
Total	47		2.724	100.00

Fuente: Turismo de Segovia.

porcentual de plazas por categorías se mantiene sin grandes cambios, concentrándose el 61,23% en los hoteles de tres y cuatro estrellas. El cambio más significativo, que se ha producido en este primer cuatrimestre de 2009, es el cambio de

categoría del Hotel San Facundo, de tres a cuatro estrellas, favoreciendo así que pese al aumento de plazas a nivel global, los hoteles de cuatro estrellas mantengan un 45% del total de plazas de alojamiento de Segovia.

1.2. Demanda de Alojamiento.

La demanda de alojamiento hotelero de la ciudad de Segovia durante el primer cuatrimestre del año 2009, atendiendo a los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística, se sitúa en 55.167 viajeros y 86.040 pernотaciones, suponiendo un notable descenso con respecto al año 2008, tanto del número de viajeros, 7.12%, como del número de pernотaciones, 9,82% .

Demanda mensual de viajeros y pernотaciones. Enero-Abril 2009						
	Viajeros			Pernотaciones		
	España	Extranjero	Total	España	Extranjero	Total
Enero	9.120	1.137	10.257	14.725	1.580	16.305
Febrero	10.149	915	11.064	15.733	1.424	17.157
Marzo	13.657	1.423	15.080	21.070	2.095	23.165
Abril	14.962	3.804	18.766	23.282	6.131	29.413
Totales	47.888	7.279	55.167	74.810	11.230	86.040

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional Estadística.

La mayor parte de los viajeros alojados en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Segovia son de origen nacional, 47.888, un 86,81% del total.

Estos viajeros han realizado un total de 74.810 pernотaciones (86,94% del total), lo que nos deja una estancia media de 1,56 noches por viajero. En comparación con el mismo periodo del año 2008, se ha experimentado un notable descenso del número de viajeros: 3.365 personas menos (6,57%), lo que ha supuesto una caída del 8,73% de las pernотaciones (7.153 pernотaciones menos).

Los viajeros extranjeros han tenido un comportamiento similar a otros años, manteniéndose en torno al 13% del total de visitas. La

Demanda de alojamiento en Segovia. Comparativa Primer Cuatrimestre 2008 - 2009.						
	Viajeros			Pernотaciones		
	2008	2009	Variación 2009/2008	2008	2009	Variación 2009/2008
Enero	10.266	10.257	-9	16.294	16.305	11
Febrero	14.012	11.064	-2.948	21.702	17.157	-4.545
Marzo	18.510	15.080	-3.430	31.530	23.165	-8.365
Abril	16.606	18.766	2.160	25.893	29.413	3.520
Totales	59.394	55.167	-4.227	95.419	86.040	-9.379

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional Estadística.

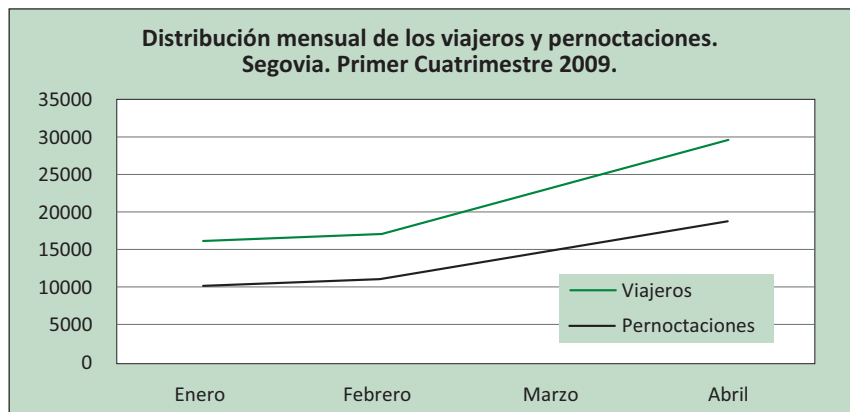


caída ha sido algo mayor - porcentualmente - que en el caso de los viajeros españoles, 862 personas menos (10,59%). Las pernoctaciones de viajeros extranjeros han sufrido una pérdida muy relevante con respecto al año 2008 (2.226 pernoctaciones menos, un 16,54% menos). La distribución mensual por tipologías presenta importantes diferencias entre los viajeros residentes en España y los viajeros que proceden del extranjero.

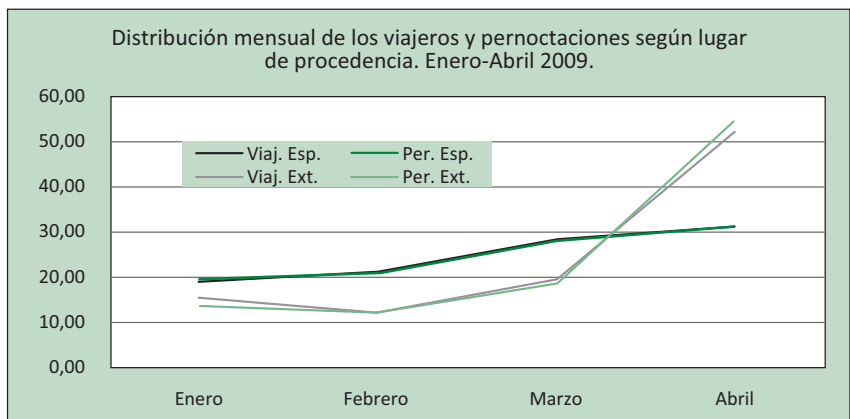
La curva representada por los viajeros españoles es más homogénea y presenta un máximo en abril, coincidiendo con la Semana Santa.

En Semana Santa los niveles de demanda de alojamiento llegan a los 15.000 viajeros y superan las 23.000 pernoctaciones. La curva de los visitantes procedentes de fuera de España es algo más heterogénea, y presenta un máximo mucho más acusado en el mes de abril asociado también con la Semana Santa. En ese punto el número de viajeros extranjeros asciende a 3.804, y el número de pernoctaciones a 6.131.

Es importante destacar la relación casi perfecta entre las curvas



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional Estadística.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional Estadística.

de viajeros y pernoctaciones, tanto en el caso de los visitantes nacionales como en el de los visitantes extranjeros.

Esto indica que el número de noches que pernoctan los viajeros

en Segovia varía muy poco de un mes a otro, situándose la estancia media en 1,56 noches por viajero, siendo la estancia máxima la de los viajeros extranjeros en el mes de Abril, que se sitúa en 1,61 noches por viajero.

1.3. Demanda de Alojamiento.

Servicios de Información Turística. Turismo de Segovia.

Los Servicios de Información Turística gestionados por Turismo de Segovia, han atendido un total de 101.792 consultas en el primer cuatrimestre de 2009.

El Centro de Recepción de Visitantes ha sido el servicio que mas consultas ha registrado con 76.733, seguido del Punto de Información Turística de la Estación de Autobuses que recibió 11.013 consultas, del Punto de Información Turística de la

	2008	2009
Enero	11.934	11.970
Febrero	25.686	19.442
Marzo	51.173	31.958
Abril	30.903	38.422
Total	119.696	101.792

Fuente: Turismo de Segovia.

Estación del AVE con 10.768 consultas recibidas y finalmente del Punto de Información Turística de la Ronda del Pastor que llegó a las 3.278 consultas. De media los Servicios de Información Turística de la ciudad recibieron 848 consultas diarias.

Comparando los datos con los del mismo periodo del pasado año observamos que se ha producido un descenso del 14,89% en las consultas atendidas (17.946 consultas menos).

Este descenso es especialmente significativo en los visitantes nacionales, que han bajado un 19,01% (14.668 consultas menos).

Por su parte las consultas realizadas en los Servicios de Información Turística por turistas extranjeros han descendido un 7,61%, 3.236 consultas menos que en el mismo periodo de 2008.



De las consultas atendidas entre enero y abril de 2009, un porcentaje elevado corresponde a visitantes nacionales, 62.479 consultas, un 61,38% del total. El 38,62% restante (39.313 consultas), fueron solicitadas por visitantes extranjeros.

Igualmente, del total de consultas atendidas en los Servicios de Información Turística un 74,98% fueron realizadas por visitantes individuales, mientras que el 25,02% restante son visitantes que llegan a la ciudad en grupos organizados.

No obstante esta estadística es indicativa puesto que la parada asignada para los autobuses que realizan estos viajes organizados se encuentra alejada de los SIT, por lo que una buena parte de los viajeros no son contabilizados.

SIT Turismo de Segovia. Registro de Consultas. Primer Cuatrimestre 2009.					
	Individuales		Grupos		Total
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	
Enero	5.769	4.673	694	834	11.970
Febrero	9.578	5.053	3.165	1.646	19.442
Marzo	14.699	7.480	5.618	4.161	31.958
Abril	18.553	10.523	4.403	4.943	38.422
Totales	48.599	27.729	13.880	11.584	101.792

Fuente: Turismo de Segovia.

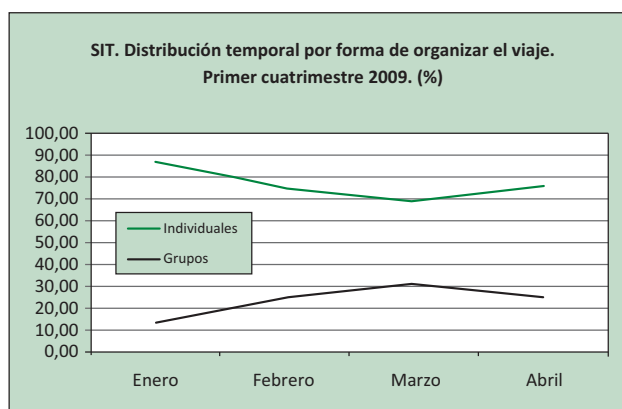
Entre los visitantes individuales destaca el número de nacionales, 48.599, un 63,67%, frente al 36,33% de extranjeros (27.729). Esta relación se equilibra en el caso de los viajes organizados (53,94% nacionales y 46,06% extranjeros).

El total de visitantes procedentes de Madrid vuelve a tener una

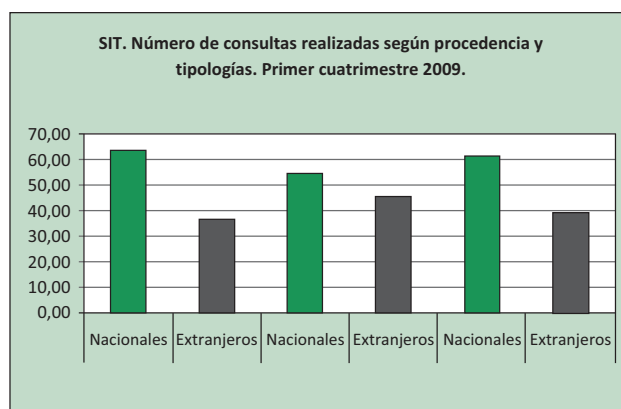
importancia cuantitativa que merece un punto aparte en el comentario. Representa un 24,03% del total de visitantes, y un 39,14% de los visitantes nacionales. Esta proporción es muy similar para visitantes individuales (39,61%) y para los visitantes en grupo (37,50%).

Evolución Registro Total Consultas SIT. Primer Cuatrimestre 2008-2009.								
	2008				2009			
	Madrid	Resto Nacionales	Extranjeros	Totales	Madrid	Resto Nacionales	Extranjeros	Totales
Enero	3.098	4.011	4.825	11.934	2.424	4.039	5.507	11.970
Febrero	6.723	9.766	9.197	25.686	5.242	7.501	6.699	19.442
Marzo	13.018	23.945	14.210	51.173	10.321	9.996	11.641	31.958
Abril	7.115	9.471	14.317	30.903	6.469	16.487	15.466	38.422
Totales	29.954	47.193	42.549	119.696	24.456	38.023	39.313	101.792

Fuente: Turismo de Segovia.



Fuente: Turismo de Segovia.



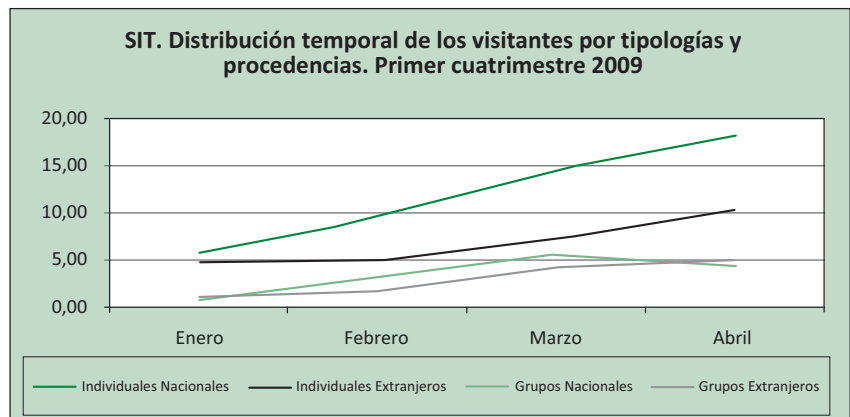
Fuente: Turismo de Segovia.



La distribución mensual de las consultas en los Servicios de Información Turística durante los primeros cuatro meses del año 2009 pone de manifiesto la importancia de los visitantes individuales. Sin embargo, como ya se señaló previamente, es un dato que no contabiliza parte de los usuarios que llegan en grupo puesto que estos son descargados lejos de los Puntos de Información Turística y no están obligados a pasar por ninguno de ellos.

La mayor afluencia de visitantes se da en el mes de abril, coincidiendo con la Semana Santa, y momento del cuatrimestre en el que llegan a la ciudad un mayor número de visitantes individuales, tanto nacionales como extranjeros. Es en abril donde todos las tipologías marcan su máximo a excepción de los visitantes en grupo nacionales.

El mes de abril destaca por ser en el que se atendieron un mayor



Fuente: Turismo de Segovia.

número de consultas, un total de 38.422 (37,75%), lo que supone una media de 1.280 consultas diarias. Le sigue el mes de marzo, con un total de 31.958 consultas. Si diferenciamos por tipologías, el momento de mayor número de consultas realizadas por visitantes individuales es también el mes de abril, en el que se llegan a las 29.066 consultas, un 38,08% del

total de las consultas individuales. De nuevo el mes de marzo se sitúa en segunda posición superando los 21.000 visitantes.

Por su parte, los visitantes en grupo presentan un comportamiento diferente, y es el mes de marzo el que presenta mayor número de consultas, 9.779 (38,40%), seguido muy de cerca por abril (36,70% del total de consultas).

Distribución de las consultas en los Servicios de Información Turística. Turismo de Segovia.

Segovia cuenta, tal y como se ha señalado, bajo la gestión de Turismo de Segovia, con cuatro Puntos de Información Turística.

El más importante en cuanto a número de consultas es el Centro de Recepción de Visitantes, que en el primer cuatrimestre de 2009 recibió 76.733 consultas, lo que supone un 75,38% del total. El siguiente punto por número de consultas es el PIT de

la estación de Autobuses, que recibió 11.013 consultas (el 10,82%), una cifra muy similar a la que alcanza el PIT de la estación del AVE, que absorbió en el primer cuatrimestre de 2009 un 10,57% de las consultas totales (10.768). Finalmente encontramos al PIT de la rotonda del Pastor, que únicamente acogió 3.278 consultas, lo que supone el 3,22%.

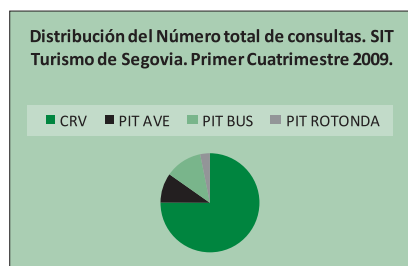
Si analizamos más en profundidad los datos de cada uno de los Servicios de Información Turística, observamos una serie de peculiaridades en cada uno de ellos, que tienen su raíz básicamente en su situación en la ciudad.

El CRV, es sin duda el más importante, situado junto al Acueducto, asume gran parte del peso de las consultas de la ciudad. Recibe mayoritariamente turistas nacionales, un 65,38%, frente a un 34,62% de visitantes extranjeros.

Esta distribución es muy diferente en el resto de los Puntos de Información. En el PIT de la Estación de Autobuses la distribución es la opuesta, siendo mayoritarios las consultas realizadas por turistas extranjeros que alcanzan el 66,07%, dejando en 33,93% las consultas nacionales. Por su parte en la rotonda del Pastor y en la Estación del AVE la distribución vuelve a ser favorable para los visitantes nacionales, aunque en el primero la distribución es 82,27% nacionales frente al 17,63% extranjeros, y en la estación del AVE es 55,24% frente a 44,76%, siendo este el Servicio más equilibrado.

Estas diferencias entre los distintos Puntos de Información Turística se repiten al analizar la distribución de las consultas de los viajes organizados.

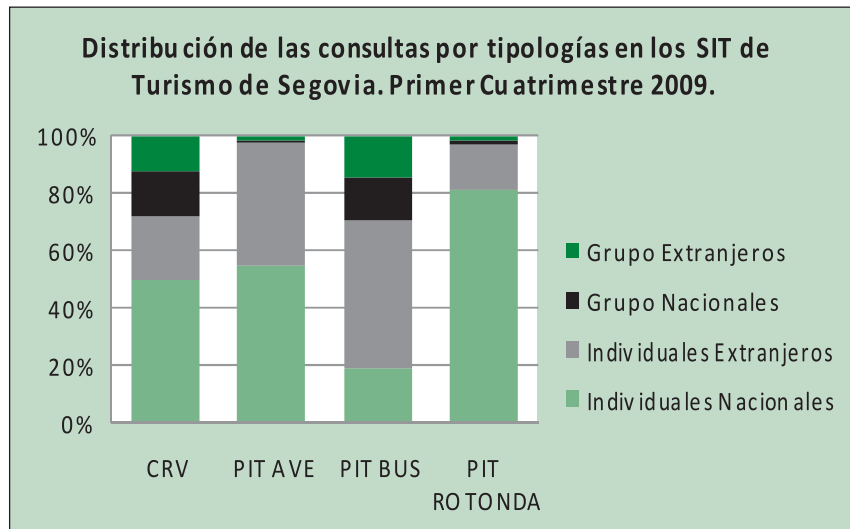
De nuevo el CRV es el centro que más volumen de consultas re-



Fuente: Turismo de Segovia.

cibe, un 84,47% del total, seguido del PIT de la Estación de Autobuses, que absorbe el 14,25% de las consultas de los grupos. El PIT de la Estación del AVE en este caso sólo recibe las consultas del 0,92% del total de viajes organizados. Cierra de nuevo la estadística el PIT de la rotonda del Pastor, con el 0,36% restante. Esta distribución tiene mucho que ver con la localización de los PIT. El PIT de la Estación de Autobuses que recibe aproximadamente el mismo número de consultas que el de la Estación del AVE, recibe un alto número de consultas de grupos por la cercanía con el lugar de descarga de los autobuses de viajes organizados.

En conclusión, podemos afirmar que los servicios periféricos



Fuente: Turismo de Segovia.

(estación del AVE y rotonda del Pastor), reciben mayoritariamente consultas de visitantes individuales, fruto de su localización y del tipo de medio de transporte que utilizan los visitantes que acceden a estos Puntos.

En el otro extremo encontramos al CRV y al PIT de la Estación de Autobuses, que, aunque reciben fundamentalmente consultas nacionales, presentan una distribución más compensada (75% individuales - 25% grupos).

Oficina de Información Turística dependiente de la Junta de Castilla y León.

La OIT de la Junta de Castilla y León, situada en la Plaza Mayor, es una de las fuentes de información de mayor utilidad para conocer las dinámicas de afluencia turística de los visitantes individuales que llegan a la ciudad. El número de consultas en el primer cuatrimestre del año 2009 asciende a 20.979, de las que un 66.62% son visitantes de origen español (13.976), y un 33.38% (7.003) son visitantes extranjeros.

Se observa que el grueso de las consultas a la OIT se realizó en los meses de marzo y abril, especialmente en este último coinci-

OIT. Distribución del número de consultas según procedencia. Enero - Abril 2009

	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	1.810	777	2.587
Febrero	2.627	967	3.594
Marzo	3.679	1.925	5.604
Abril	5.860	3.334	9.194
Totales	13.976	7.003	20.979

Fuente: SOTUR S.A.

diendo con la Semana Santa. Esta dinámica es similar tanto para los visitantes nacionales como para los extranjeros, aunque es algo más acusada en los visitantes extranjeros, que llegan mayoritaria-

mente en Abril (47,61% de las consultas en ese mes), como también se pudo observar en las estadísticas del INE y de los Puntos de Información Turística dependientes de Turismo de Segovia.

1.4. Visita a los principales museos y monumentos.

Los monumentos y museos visitables de la ciudad de Segovia han experimentado durante el primer cuatrimestre del año 2009, un

descenso del número de visitas con respecto al 2008.

Este descenso generalizado del número de visitas va asociado al descenso del número total de visitantes que llega a la ciudad.

El monumento más visitado de la ciudad vuelve a ser el Alcázar, visitado por 142.761 personas entre Enero y Abril. Esta cifra es sólo un 3,61% más baja que en el mismo periodo del 2008, un descenso poco acusado si lo com-



ramos con otras estadísticas o con el otro gran monumento de la ciudad, la Catedral, que desciende un 8,33% con respecto al 2008.

Los museos por su parte sufren dos dinámicas opuestas. El museo de Segovia y la Casa Museo de Antonio Machado han aumentado el número de visitantes, siendo especialmente destacada la subida del Museo de Segovia, que ha duplicado el número de visitantes con respecto al primer cuatrimestre del 2008 (de 2.901 a 5.983 visitantes).

La Casa Museo de Antonio Machado también ha aumentado el número de visitantes en 392, lo que representa un aumento porcentual del 18,06%. Este crecimiento se debe, en buena medida, a la ampliación de horarios establecida por Turismo de Segovia tras asumir la gestión del museo.

En contraposición a estos incrementos, aparecen dos museos, que junto con la Casa Museo de Antonio Machado integran el Bono de Pequeños Museos con Encanto, y que en el primer cuatrimestre de 2009 han perdido visitantes.

El museo Rodera Robles ha experimentado una caída del 3,5%. Este ligero descenso se explica porque este museo se mantuvo cerrado una quincena completa en el mes de Marzo.

El museo Zuloaga por su parte ha caído un 20,97% con respecto al primer cuatrimestre del año pasado, quedándose en sólo 1.700 visitantes

La distribución mensual de las visitas, tanto en los monumentos como en los museos está marcada por curvas ascendentes, que alcanzan su máximo en el mes de Abril, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa.

El incremento progresivo del número de visitantes, que tam-

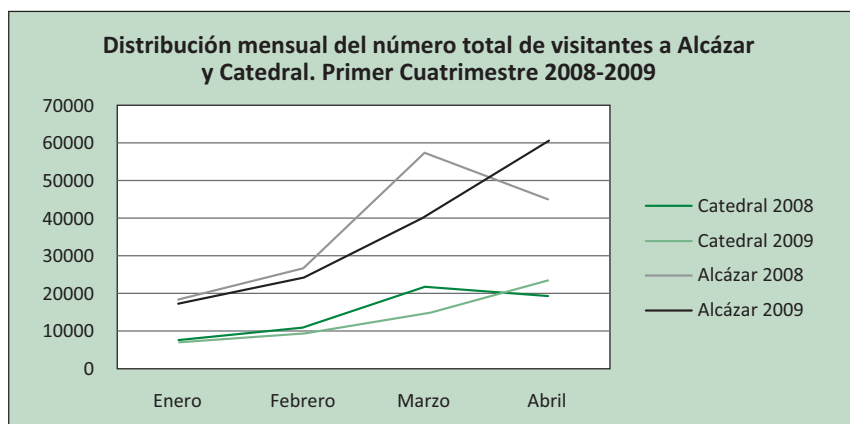
Visitantes a Monumentos. Enero - Abril. Comparativa 2008-2009.						
	Catedral			Alcázar		
	2008	2009	Variación 2009 - 2008	2008	2009	Variación 2009 - 2008
Enero	7.708	7.203	-505	18.656	17.716	-940
Febrero	11.083	9.309	-1.774	26.736	24.126	-2.610
Marzo	21.722	14.868	-6.854	57.546	40.468	-17.078
Abril	19.345	23.494	4.149	45.172	60.451	15.279
Totales	59.858	54.874	-4.984	148.110	142.761	-5.349

Fuente: Alcázar de Segovia / Catedral de Segovia..

Visitantes a Monumentos. Enero - Abril. Comparativa 2008-2009.						
	Museo de Segovia			Casa Museo Antonio Machado		
	2008	2009	Variación 2009-2008	2008	2009	Variación 2009-2008
Enero	574	784	196	402	140	-262
Febrero	588	1.291	273	607	717	110
Marzo	1.018	1.822	1.101	725	517	-208
Abril	721	1.996	1.996	436	1.188	752
Totales	2.901	5.893	2.992	2.170	2.562	392

	Museo Rodera Robles			Museo Zuloaga		
	2008	2009	Variación 2009-2008	2008	2009	Variación 2009-2008
Enero	239	158	-81	323	219	-104
Febrero	61	112	51	425	249	-176
Marzo	212	48	-164	832	390	-442
Abril	120	292	172	571	842	271
Totales	632	610	-22	2.151	1.700	-451

Fuente: Museo de Segovia, Museo Rodera Robles, Museo Zuloaga, Turismo de Segovia.

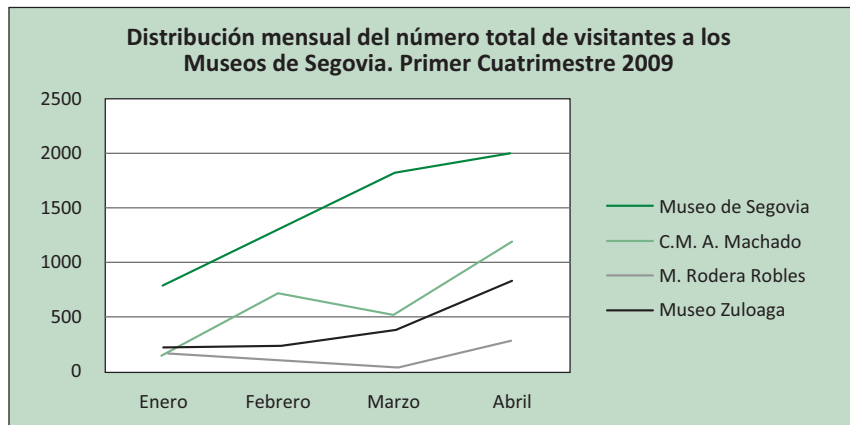


Fuente: Alcázar de Segovia, Catedral de Segovia.



bién se refleja en las estadísticas del INE y de los servicios de información turística, está muy relacionado también con el clima: el aumento de horas de luz y la subida de las temperaturas.

El factor climático sin embargo es menos determinante que la celebración de la Semana Santa, tal y como se aprecia en la comparativa del número de visitantes de Alcázar y Catedral en el primer cuatrimestre de 2008 y 2009.



Fuente: M. de Segovia, M. Rodera Robles, M. Zuloaga, Turismo de Segovia.

El año pasado el momento culmen de la curva en el primer cuatrimestre de 2008 y 2009. Marzo, es decir con la Semana Santa, y este año con el mes de Abril.

1.5. Uso de los productos Turísticos. Bus Turístico y Visitas Guiadas.

El uso de los productos turísticos, Bus Turístico y Visitas Guiadas, ha sufrido un aumento notable con respecto al mismo periodo que el año anterior. Este crecimiento del 20,19% en el caso del Bus Turístico, y del 82,90% en el caso de las Visitas Guiadas; contrasta con el notable descenso del resto de las estadísticas.

El aumento del uso de estos productos supone un éxito para la ciudad puesto que diversifica la oferta de la ciudad, reduciendo la presión sobre los recursos tradicionales.

La distribución mensual repite la dinámica observada en el resto de estadísticas. Las curvas aumentan

progresivamente hasta alcanzar su máximo en el mes de Abril, coincidiendo con la Semana Santa. En el caso del Bus Turístico se aprecia bien el aumento de usuarios con la llegada del buen tiempo (mes de marzo) y en consecuencia el aumento de la oferta. En cuanto a la

distribución de las Visitas Guiadas es destacable la homogeneidad que ha mantenido durante el primer trimestre, con una media de 250 visitas mensuales, duplicando esta cifra en el mes de abril, momento en el que la oferta aumentó por la celebración de la Semana Santa.

	Bus Turístico			Visitas Guiadas		
	2008	2009	Variación 2009-2008	2008	2009	Variación 2009-2008
Enero	362	276	-86	39	221	182
Febrero	540	530	-10	86	263	177
Marzo	1.842	1.350	-492	537	287	-250
Abril	917	2.244	1.327	75	577	502
Totales	3.661	4.400	739	737	1.348	611

Fuente: Turismo de Segovia.

1.6. Principales Procedencias de los visitantes de Segovia.

Los datos correspondientes a la coyuntura turística del primer cuatrimestre de 2009 ponen de manifiesto que la mayoría de los visitantes que han llegado a la ciudad en este período han sido visitantes españoles. Es el colec-

tivo mayoritario en todos los registros (Encuesta de Ocupación Hotelera, OIT Junta de Castilla y León y Servicios de Información Turística gestionados por Turismo de Segovia).

Según los datos de la EOH del INE, el 86,81% de los viajeros son de origen español, mientras que el 13,19% restante son extranjeros. Estas cifras varían notablemente

en los registros de los Servicios de Información Turística. La OIT de la Junta de Castilla y León registra en el primer cuatrimestre de 2009 un 66,62% de consultas nacionales, frente a un 33,38% de consultas de extranjeros. Mientras en el caso de los cuatro SIT gestionados por Turismo de Segovia, la relación es de 61,47% nacionales, por el 38,53% de extranjeros.



Estos datos de los **SIT de Turismo de Segovia**, varían dependiendo del centro, tal y como se observó previamente, siendo el PIT de la Estación de Autobuses el que proporcionalmente mayor número de visi-

tantes extranjeros recibía (66,07%). El caso opuesto se da en la rotonda del Pastor, donde el 82,25% de las consultas son realizadas por turistas de origen nacional. Mientras en el CRV la proporción es tam-

bién favorable a los visitantes nacionales (65,38% frente al 34,62%). El servicio más equilibrado es la Estación del AVE que recibe el 55,24% de consultas de españoles y el 44,76% de consultas de extranjeros.

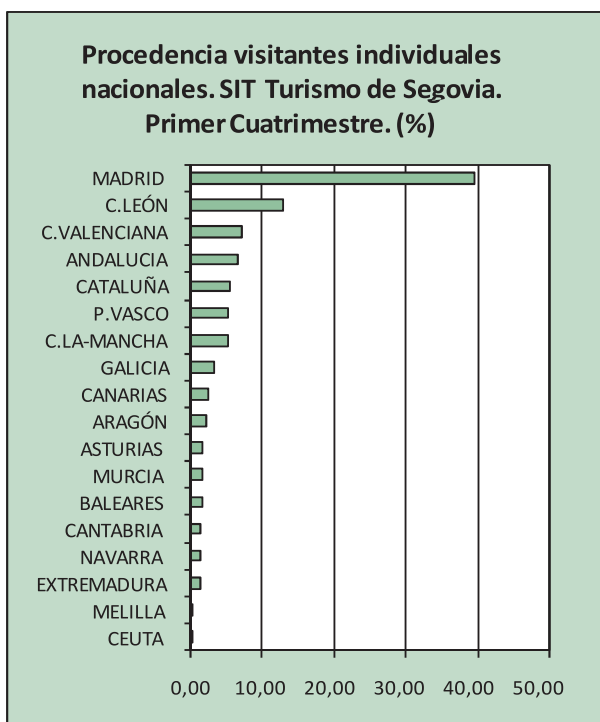
Analizando con mayor detalle la procedencia de los visitantes de la ciudad de Segovia encontramos que en el caso de los visitantes individuales, según los datos de la **OIT de la Junta**, el principal **mercado emisor de visitantes nacionales** es Madrid, que representa un 28,55% de las consultas. Le siguen a una notable distancia Cataluña, la Comunidad Valenciana y el País Vasco, no llegando ninguna de estas procedencias al 7% de las consultas. En

cuanto a las principales procedencias extranjeras, destacan Francia (con el 32% de las consultas), EEUU (con el 13%) y el Reino Unido (con el 10%). Estos datos son similares a los que encontramos en los **Servicios de Información Turística de Turismo de Segovia**.

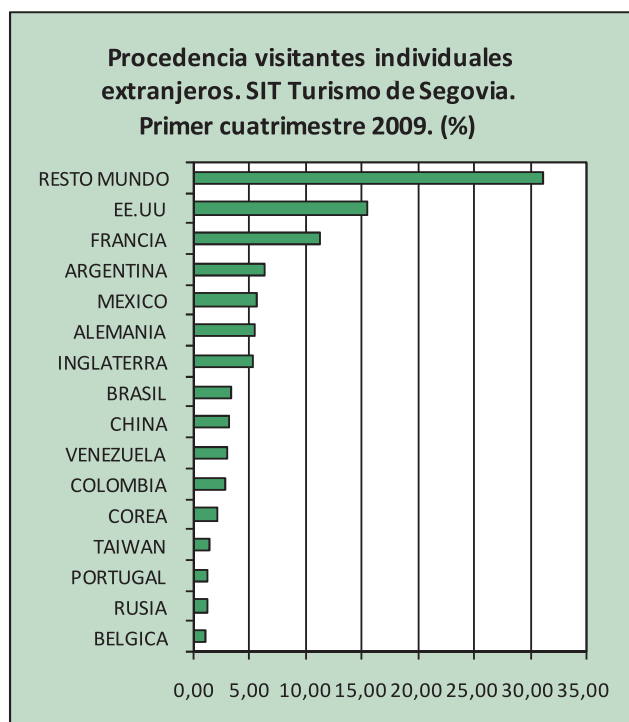
El **mercado emisor nacional** con mayor peso vuelve a ser Madrid, que llega al 39,61% de las consultas nacionales totales. Le sigue a mucha distancia Castilla y

León, que supera el 12%, la Comunidad Valenciana, con el 7,20%, Andalucía (6,53%), Cataluña (5,38%), País Vasco (5,28%) y Castilla La-Mancha (5,15%). El resto de comunidades no alcanza el 5%.

Esta distribución de las consultas por comunidades nos muestra la importancia que tiene el turismo de proximidad para la ciudad de Segovia: Más del 50% de las consultas recibidas provienen de Madrid o Castilla y León.



Fuente: Turismo de Segovia.



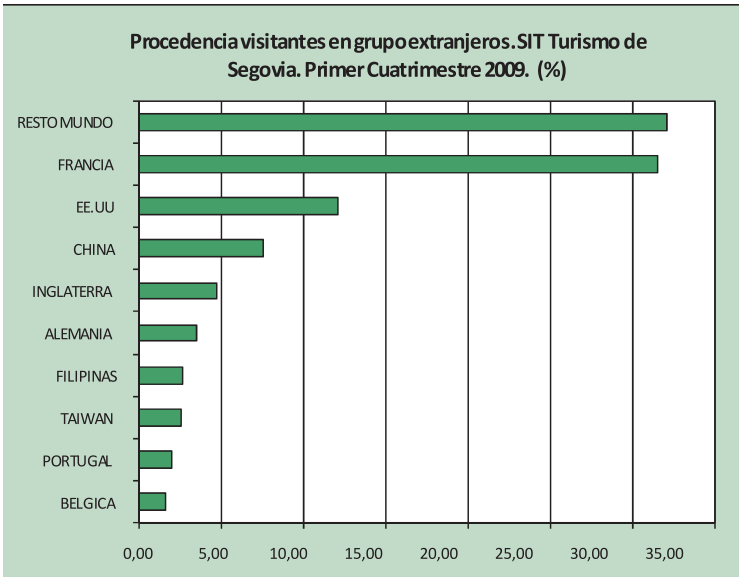
Fuente: Turismo de Segovia.

Respecto a los **visitantes individuales extranjeros** destacan de forma clara EEUU (15,45%), Francia (11,22%), Argentina (6,41%), México (5,62%), Alemania (5,41%) y el Reino Unido (5,31%). Del resto de procedencias internacionales es importante destacar el

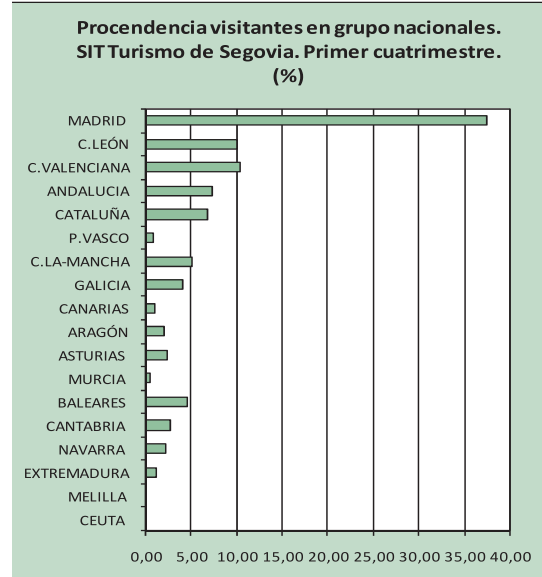
peso de los visitantes europeos, latinoamericanos y asiáticos (China, Corea y Japón).

Entre los **visitantes en grupo**, la información recogida en los Servicios de Información Turística gestionados por Turismo de Segovia

nos muestra como la mayor parte de los visitantes **nacionales** que llegan a Segovia en "Viaje Organizado" provienen de Madrid (37,50%), Comunidad Valenciana (10,39%), Castilla y León (10,11%), Andalucía (7,33%) y Cataluña (6,82%).



Fuente: Turismo de Segovia.



Fuente: Turismo de Segovia.

Se repite la distribución de los visitantes individuales, con la única salvedad del País Vasco, que en el caso de los viajes organizados no llega al 1% del total de consultas.

Entre los **viajeros en grupo extranjeros** aparece en cabeza Francia, con un 31,50%, seguida de EEUU

(12,09%), China (7,51%), Reino Unido (4,78%), Alemania (3,49%), Filipinas (2,62%) y Taiwan (2,56%).

De nuevo Francia y EEUU se muestran como las nacionalidades que más consultas realizan. En este caso Francia supera el 30% del total, hecho que se explica por el gran número

de colegios e institutos franceses que visitan la ciudad en este periodo del año.

Cabe destacar, que de nuevo Europa, por proximidad geográfica es el continente que mayor número de visitantes aporta, seguido, en el caso de los viajes organizados por Asia.

2. Monográfico. La Semana Santa 2009.



Fuente: Joaquín Hernández.



Fuente: Norte de Castilla

La Semana Santa Segoviana declarada de Interés Turístico Regional, se une a los museos, monumentos y productos turísticos de la ciudad, para completar una amplia oferta turística para este periodo vacacional.

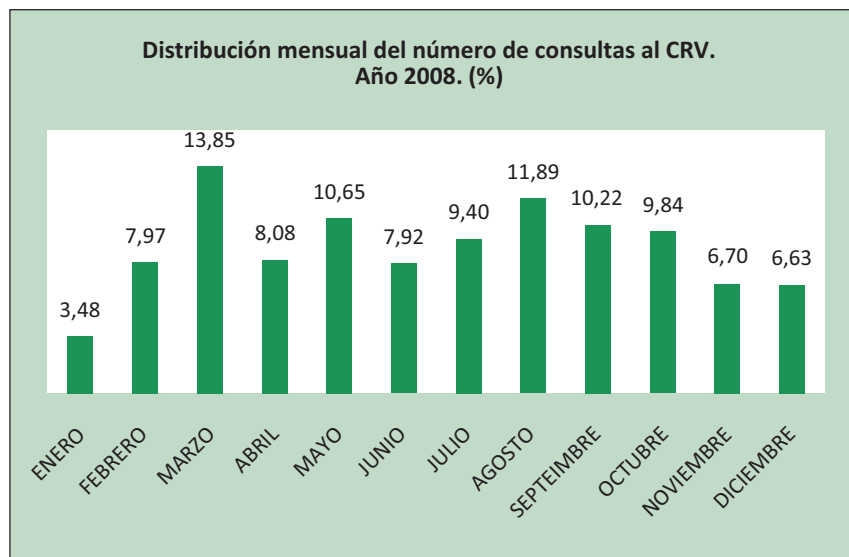
La Semana Santa Segoviana ofrece una alternativa a la visita

tradicional, no sólo con las procesiones que se desarrollan - a cargo de doce cofradías - desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección; sino también con actividades culturales (Exposiciones, Semana de la Música Sacra de Segovia, charlas y coloquios).

Por esto, la Semana Santa es uno de los periodos vacacionales más importantes del año, y para Segovia representa uno de los momentos de máxima afluencia de turistas a la ciudad. Atendiendo a los datos del año 2008 podemos observar como durante marzo, mes en



el que se celebró la Semana Santa, fue el mes en el que se efectuaron un mayor número de consultas en el Centro de Recepción de Visitantes. Este incremento del número de visitas coincidiendo con el mes de celebración de la Semana Santa es un patrón que se repite de forma sistemática año tras año, y que tiene una importancia mayor si se tiene en cuenta la concentración en el tiempo de la llegada de las visitas. Desde el 2005 en Segovia, los datos del Centro de Recepción de Visitantes, nos muestran como en el mes en el que se celebra la Semana Santa se supera el 10% del total de las consultas anuales, alternando con Mayo y Agosto el primer puesto en los meses de mayor número de consultas. Si tenemos en cuenta el peso específico de los días en los que se celebra la Se-



Fuente: Turismo de Segovia.

mana Santa sobre el total de consultas del mes, observamos que se supera al menos el 43% del total de consultas del mes entre el sábado previo al domingo de Ramos y el domingo de Resurrección; y el 30%

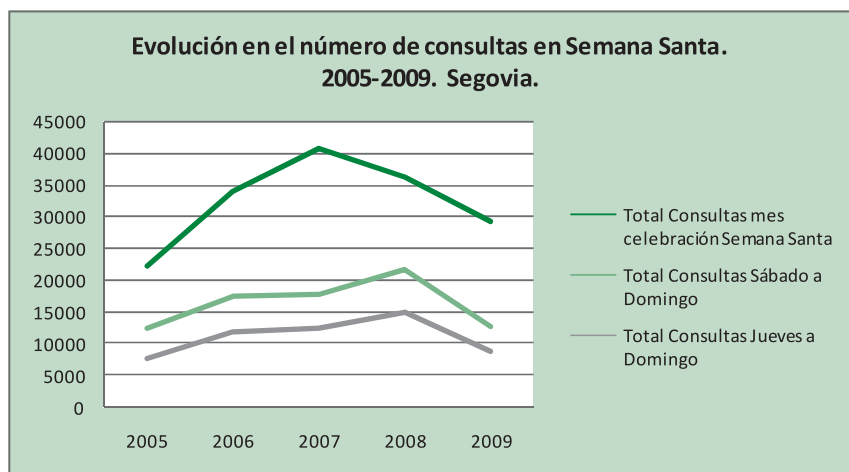
entre el Jueves Santo y el domingo de Resurrección. La concentración de las visitas en la Semana Santa, con respecto al conjunto mensual, es mayor cuando se celebra en marzo, superando el 56% del total

Evolución del número de consultas al Centro de Recepción de Visitantes en Semana Santa. 2005-2009.						
	Mes celebración	Total Consultas	Total Consultas Sábado a Domingo	% Consultas Sábado a Domingo	Total Consultas Jueves a Domingo	% Consultas de Jueves a Domingo
2005	Marzo	22.190	12.430	56,02	7.555	34,04
2006	Abril	34.109	17.416	51,05	12.042	35,31
2007	Abril	40.835	17.852	43,71	12.478	30,56
2008	Marzo	36.322	21.736	59,84	15.097	41,56
2009	Abril	29.192	12.829	43,95	8.844	30,19

Fuente: Turismo de Segovia.

de las visitas del mes. Este hecho se explica fundamentalmente por la mejora climatológica que experimenta la ciudad en el mes de abril (mayor número de horas de luz, subida de las temperaturas, menor riesgo de precipitación).

Asimismo, cuando la Semana Santa se desarrolla en abril el número de visitantes es ligeramente mayor que cuando se celebra en el mes de marzo, con la excepción del año en curso, en el que entran otras variables que han hecho reducir el número de visitas notablemente.

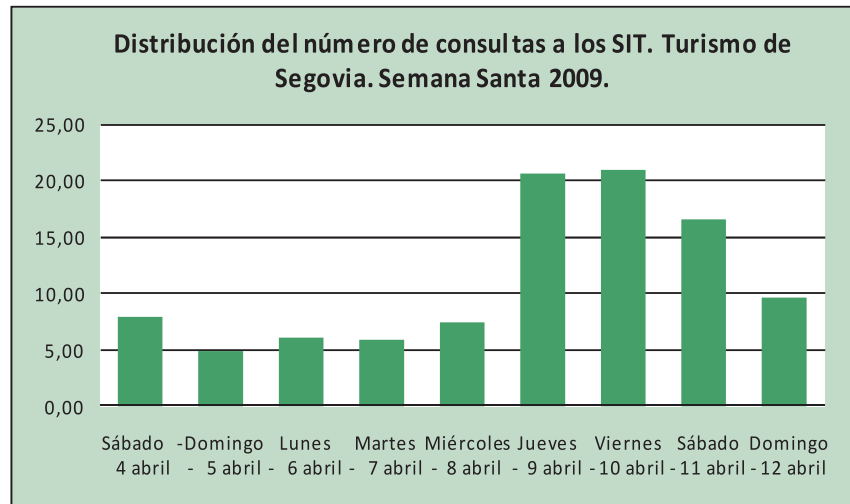


Fuente: Turismo de Segovia.

La distribución diaria del número de consultas en los Servicios de Información Turística gestionados por Turismo de Segovia nos muestra un notable aumento de las consultas en los días centrales de la Semana Santa (Jueves Santo, Viernes Santo y Sábado Santo).

Tanto Jueves Santo como Viernes Santo superan el 20% del total de consultas y el Sábado Santo supera el 15%, lo que nos deja que durante estos tres días los Servicios de Información Turística reciben el 58,03% de las consultas.

Si a estos datos globales les añadimos las consultas realizadas por los visitantes en los Puntos Auxiliares, facilitados por Turismo de Segovia, situados en el Acueducto, San Millán, La Alameda de la Fuencisla y el Alcázar, que registraron un total de 3.200 con-



Fuente: Turismo de Segovia.

sultas entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección, el porcentaje superaría el 64% del total de las consultas efectuadas en Semana Santa.

La Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León, registró

por su parte, un total de 3.325 consultas entre Jueves Santo y Domingo de Resurrección.

Esta cifra supone un 59,33% del total de las consultas realizadas en el mes de Abril por los visitantes en dicha oficina.

Oficina de Información Turística dependiente de la Junta de Castilla y León.

De entre los principales monumentos y museos de la ciudad de Segovia, poseemos datos diarios referentes a la Semana Santa de 2009, del Alcázar y de la Casa Museo de Antonio Machado.

La Casa Museo de Antonio Machado, actualmente bajo gestión de Turismo de Segovia, registró durante la Semana Santa un total de 391 visitas, y entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección 232. Estas cifras suponen un 32,91% y un 19,53% respectivamente, sobre el total de visitas

Día	Número total de Visitas
Sábado - 4 abril	40
Domingo - 5 abril	40
Lunes - 6 abril	0
Martes - 7 abril	0
Miércoles - 8 abril	79
Jueves - 9 abril	50
Viernes - 10 abril	78
Sábado - 11 abril	70
Domingo - 12 abril	34
Total	391

Fuente: C.M. Antonio Machado

recibidas durante el mes de Abril. La jornada que recibió mayor número de

visitas fue el Miércoles Santo, con 79 visitas, seguido del Viernes Santo con 78 y el Sábado Santo con 70.

El Alcázar por su parte registró entre el sábado previo al domingo de Ramos y el Domingo de Resurrección un total de 27.281 visitas, y entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección 16.566, lo que supone un 45,13% y un 27,36% respectivamente del total de las visitas recibidas en el mes de Abril. El día que más visitas recibió el Alcázar fue el Sábado Santo, seguido de Viernes y Jueves Santo, todos ellos superando las 4.300 visitas diarias.

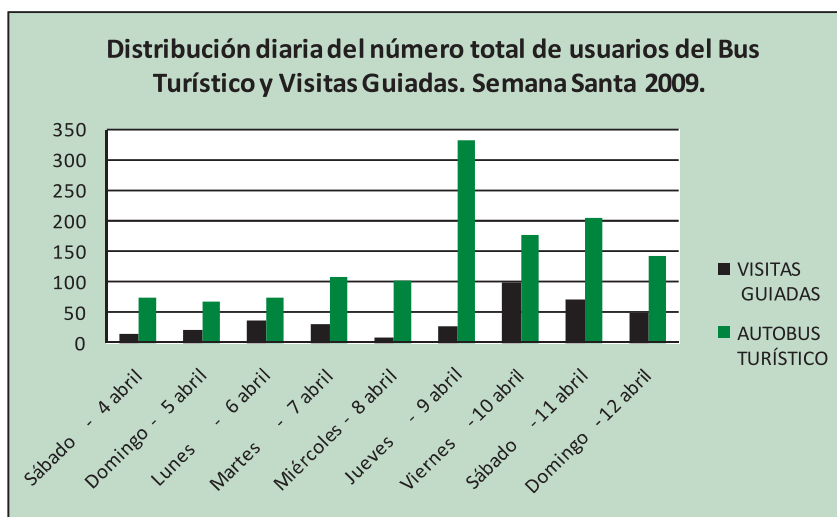
	2007	2008	2009
Sábado	2.412	2.435	2.057
Domingo de Ramos	2.078	1.886	1.901
Lunes Santo	2.330	1.982	2.433
Martes Santo	2.554	2.210	2.356
Miércoles Santo	1.883	2.299	1.968
Jueves Santo	3.926	5.066	4.320
Viernes Santo	5.947	6.370	4.694
Sábado Santo	5.027	4.041	4.881
Domingo de Resurrección	3.194	2.420	2.671
Total	29.351	28.709	27.281

Fuente: Alcázar de Segovia.

El Alcázar ha perdido un 7,05% de las visitas con respecto al año 2007 y un 4,97% con respecto al año 2008. Este dato es especialmente significativo, puesto que el total anual el Alcázar sólo ha perdido un 3,61% con respecto al 2008, lo que indica que la caída durante la Semana Santa ha sido mayor que el resto del año. Esta caída es aún mayor entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección: un 10% menos de visitantes con respecto al año anterior (1.420 visitas menos).

Uso de los productos Turísticos. Bus Turístico/ Visitas Guiadas. Semana Santa 2009.

Tanto el Bus Turístico como las Visitas Guiadas son dos de los cuatro recursos que ganan usuarios en el primer cuatrimestre del año 2009 con respecto al 2008. Sin embargo durante la Semana Santa han sufrido caídas similares a las del resto de recursos. En el caso de las Visitas Guiadas, la caída con respecto al año 2008 es de 41 usuarios, un 10,22% menos. El bus turístico pierde un 11,44% (165 usuarios) con respecto a la Semana Santa de 2008.



Fuente: Turismo de Segovia.

Evolución del número de Usuarios del Bus Turístico y las Visitas Guiadas. Semana Santa. 2007-2009.

	2007		2008		2009	
	Bus Turístico	Visitas Guiadas	Bus Turístico	Visitas Guiadas	Bus Turístico	Visitas Guiadas
Sábado	56	29	55	37	73	15
Domingo de Ramos	52	14	90	44	69	22
Lunes Santo	62	43	133	26	74	37
Martes Santo	70	22	96	16	109	31
Miércoles Santo	41	36	121	21	101	10
Jueves Santo	196	63	342	25	331	27
Viernes Santo	257	159	321	130	176	98
Sábado Santo	184	81	187	84	203	71
Domingo de Resurrección	192	45	97	18	141	49
Total	1.110	490	1.442	401	1.277	360

Fuente: Turismo de Segovia.

Esta caída en el número de usuarios (1.277 usuarios de Autobús Turístico y 360 de Visitas Guiadas) puede estar relacionada con el mal tiempo, puesto que tanto Viernes Santo como Sábado Santo la ciudad sufrió una copiosa nevada.

Para otros recursos el factor clima es menos importante, pero

tanto para las visitas guiadas como para el Bus Turístico es un factor determinante por desarrollar su actividad al aire libre o prácticamente al aire libre.

Este hecho se observa bien en la distribución del uso de dichos productos durante la Semana Santa, especialmente en el caso

del bus turístico que el día de Viernes Santo registra un notable descenso con respecto al día de Jueves Santo. En cambio las visitas guiadas ganaron usuarios el día de la nevada, pasando de 27 el Jueves Santo a 98 el Viernes Santo.

Al igual que en el resto del cuatrimestre todos los Servicios de Información Turística registran una mayoría de consultas nacionales sobre las consultas de turistas extranjeros. En el caso de las OIT de la Junta el 76,12% de las consultas fueron nacionales frente al 23,87% que fueron de extranjeros.

En los Servicios de Información Turística gestionados

por Turismo de Segovia se repiten las dinámicas observadas a lo largo del primer cuatrimestre. El CRV registra una mayoría de consultas nacionales (79,04%), algo superior a lo registrado entre Enero y Abril (66,31%). De nuevo el PIT de la Estación de Autobuses registra una mayoría de consultas internacionales, un 66.11%, frente a sólo un

33,89% de consultas de visitantes españoles.

El PIT de la Estación del AVE por su parte registra de nuevo el dato más homogéneo, aunque en este caso se desequilibra la balanza algo más a favor de los turistas nacionales (63,31% frente al 36,69%). El PIT de la rotonda del Pastor registra una gran mayoría de consultas nacionales, un 90.48% del total.



Si analizamos más a fondo las procedencias observamos como en los SIT gestionados por Turismo de Segovia, dentro de los turistas nacionales vuelve a destacar Madrid, que supera el 26% de las

consultas, seguido de la Comunidad Valenciana, Cataluña y Castilla y León, todas ellas por encima del 12%. Las consultas internacionales también repiten patrones similares a los observados durante

el cuatrimestre. Francia encabeza el número de consultas, con casi el 16%, seguido de cerca por EEUU con casi el 15%, Alemania con el 9%, Reino Unido (5%), Italia (5%) y China (5%).

En conclusión, la Semana Santa 2009 ha supuesto de nuevo uno de los momentos turísticos más importantes del año para la ciudad de Segovia, aunque fruto de la actual situación económica y de la climatología adversa, ha sufrido pérdidas importantes con respecto al año 2008.

3. Noticias y Eventos.

En clave orientadora a siguientes boletines, en este apartado se señalan las principales noticias y eventos desarrollados o a desarrollar en la ciudad de Segovia que tengan algún

impacto en el turismo. En este primer boletín de 2009 se ha prestado atención a la presentación del nuevo Plan de Marketing de la ciudad, a la celebración del Festival Internacio-

nal de Títeres Titirimundi y a la celebración, en el marco de las actividades de la candidatura a la Capital Europea de la Cultura 2016, de la Noche de la Luna Llena 09.

Presentación del Nuevo Plan de Marketing.

El 25 de Mayo de 2009, el Alcalde de Segovia, Pedro Arahuetes, acompañado de la Concejala de Patrimonio Histórico y Turismo, Claudia de Santos Borreguero, del subdirector general adjunto de Promoción y Comercialización Exterior del Instituto de Turismo de España (Tourespaña), Felipe Formariz, y del coordinador de Servicios de la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León, Alejandro Galán, presentó el Plan de Marketing Turístico de Segovia que definirá las principales líneas de actuación hasta 2012.

El Plan constituye una verdadera Hoja de Ruta para el desarrollo futuro del destino Segovia, ya que, aborda temas críticos determinantes para la competitividad de la ciudad, y que van más allá de meras estrategias de comunicación. Se trata de un plan ambicioso, vinculado a las nuevas exigencias del Horizonte 2020 del Turismo Español, con el objetivo de que la ciudad pueda crecer paralelamente a las estrategias nacionales en materia de turismo.

Uno de los objetivos principales del Plan es la incorporación a los elementos tradicionales de la ciudad, otras cuestiones de carácter experiencial que definen la personalidad de la Ciudad y que

la singularizan de otros destinos similares. El Plan por tanto busca utilizar la Innovación, la Creatividad y la Cooperación como ejes directores de las políticas de promoción turística.

Finalmente es importante destacar la nueva marca turística que ha creado el Plan para la ciudad: **SEGOVIA ILUMINA EL CIELO**.



Fuente: www.turismodesegovia.com

Festival Internacional de Títeres Titirimundi.



Titirimundi ha desarrollado entre los días 8 y 13 de marzo su XXIII edición.

El Festival Internacional de Títeres es uno de los momentos clave para el turismo en Segovia, siendo uno de los momentos de máxima afluencia de turistas.

El pasado año Titirimundi favoreció a que el mes de Mayo

registrase el tercer pico anual de número de visitas, con el 11% del total.

En la edición de 2009, se ha reducido el número de días, de los ocho que solían ser habituales, a cinco. Esta reducción se ha producido por la extensión del festival por otras localidades de la



provincia, de Castilla y León y de España.

El Festival ha contado con un total de treinta y nueve compañías que han desarrollado sus espectáculos como viene siendo habitual en diez espacios teatrales y ocho patios de casas blasonadas, así como en diversos puntos de las principales arterias de la ciudad y de los barrios periféricos.



Fuente: Iván Velasco Romera. 2004.

Noche de Luna Llena 09.



La utilización de **la Luna** como piedra angular de la promoción de la candidatura parte de un párrafo escrito por un turista americano en el libro de visitas de un conocido mesón segoviano:

Sin Segovia, No Isabel
Sin Isabel, No Colón
Sin Colón, No América
Sin América, **No Luna**

La llegada del hombre a la Luna por tanto no hubiera sido posible sin Segovia. El autor de este párrafo fue un doctor en Físicas que desarrolló el cohete Saturno, que llevó al primer hombre a la Luna.

La **Noche de Luna Llena** es una **manifestación cultural** creada en el año 2007 por la **Candidatura de Segovia a Capital Europea de la Cultura 2016** con el fin de difundir el conocimiento de la candidatura y las líneas que marcan el proyecto Se-

govia 2016 que sigue los criterios de dimensión ciudadana, innovación, participación y sostenibilidad.

La Noche de Luna Llena quiere ser un **espacio de reflexión, laboratorio y apuesta**. En ella se invita a los agentes, artistas e instituciones culturales de la ciudad y del territorio a desarrollar proyectos con los criterios mencionados.

En la edición de 2009 (6 de Junio), se apuesta por el **papel del museo y de los espacios expositivos** de la ciudad y su proyección en el territorio.

(www.segovia2016.es)

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

