

BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº14 JUNIO 2021

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



Ministerio de Cultura
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y el Deporte



Calidad vieja y nueva
de Segovia
Impulsada por la Utra de
Fidelidad en la Ciudad en 1980

VIVOS ILUMINA EL CIELO

BOLETÍN Nº14 JUNIO 2021 / DATOS AÑO 2020

El Observatorio Turístico de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia presenta este decimotercer boletín, en el que se analizan los datos de coyuntura turística en Segovia obtenidos durante todo el año 2020.

Se analizan algunos de los indicadores turísticos más importantes para la ciudad, como el número de consultas atendidas en las oficinas de información turística, la procedencia de los visitantes, el número de participantes en las visitas guiadas comercializadas por la Central de Reservas o el número de visitas a los museos y monumentos de la ciudad, con el único objetivo de ofrecer una información de utilidad para el destino.

Nota: Los datos ofrecidos en cada boletín del Observatorio turístico son los disponibles en las distintas fuentes utilizadas en el momento de su elaboración. Los responsables de cada una de estas fuentes pueden revisar y corregir dichos datos con posterioridad. Turismo de Segovia no se responsabiliza de estos cambios.

Fuentes: Ayuntamiento de Segovia (Turismo de Segovia), Instituto Nacional de Estadística, Google, Facebook, Twitter, Junta de Castilla y León, Organismo Autónomo Parques Nacionales, Patronato del Alcázar de Segovia, Cabildo de la Catedral de Segovia, Museo Esteban Vicente, Museo Rodera-Robles, PROCOSE, Patrimonio Nacional, AirDna, Exceltur y Organización Mundial de la Salud.

SUMARIO

1) SEGOVIA: COYUNTURA TURÍSTICA 2020.....	3
A. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, PLAZAS ESTIMADAS, GRADO DE OCUPACIÓN Y PERSONAL EMPLEADO	3
B. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES.....	3
C. PROCEDENCIA GENERAL DE VIAJEROS	4
D. WEBS Y REDES SOCIALES.....	5
2) SERVICIO DE ATENCIÓN AL VISITANTE	7
A. CRV	8
B. OT JCYL	10
D. PIT MURALLA	11
E. PIT AVE	12
F. PIT BUSES.....	13
3) MONUMENTOS Y MUSEOS.....	14
A. MONUMENTOS.....	14
B. MUSEOS	17
4) ÁREAS DE NEGOCIO	24
A. CENTRAL DE RESERVAS	24
B. SEGOVIA CONVENTION BUREAU	26
C. SEGOVIA FILM OFFICE	27
5) OTROS DATOS DE INTERÉS.....	28
6) CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO.....	29

1) SEGOVIA: COYUNTURA TURÍSTICA 2020

A. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, PLAZAS ESTIMADAS, GRADO DE OCUPACIÓN Y PERSONAL EMPLEADO

De acuerdo con los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), la ciudad de Segovia contó con un promedio mensual de 27 establecimientos abiertos (-64,18% respecto a 2020), 793 habitaciones (-56,98%) y 1.511 plazas ofertadas (-57,02%).

El promedio mensual de ocupación de las plazas ofertadas fue de tan sólo el 33,93%, 26,93 puntos por debajo del resultado obtenido en 2019. En el caso concreto de los fines de semana, el grado de ocupación promedio fue del 44,70% (31,81 puntos menos que en los fines de semana de 2019). El grado de ocupación por habitación ofertada fue del 39,73% (-65,52 puntos por debajo del porcentaje alcanzado el año anterior).

El promedio mensual de empleados en alojamientos hoteleros disminuyó hasta llegar a los 192 trabajadores (-68,75% respecto a los 324 del año anterior).

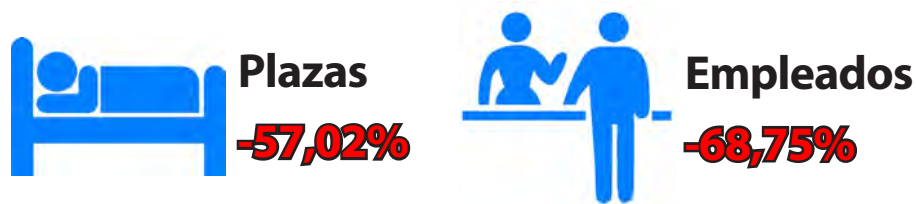
Es necesario destacar que los resultados de mayo y junio para todos estos indicadores, se encuentran protegidos por secreto estadístico y, por tanto, no forman parte de las estadísticas que ofrece el INE.

B. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

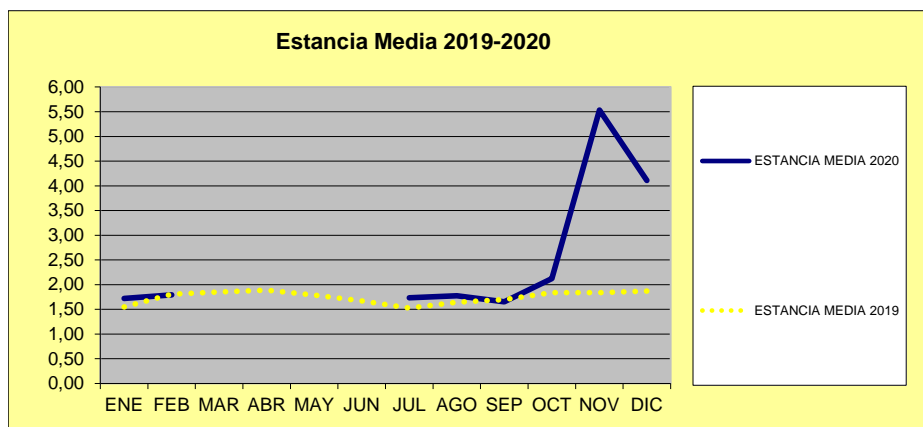
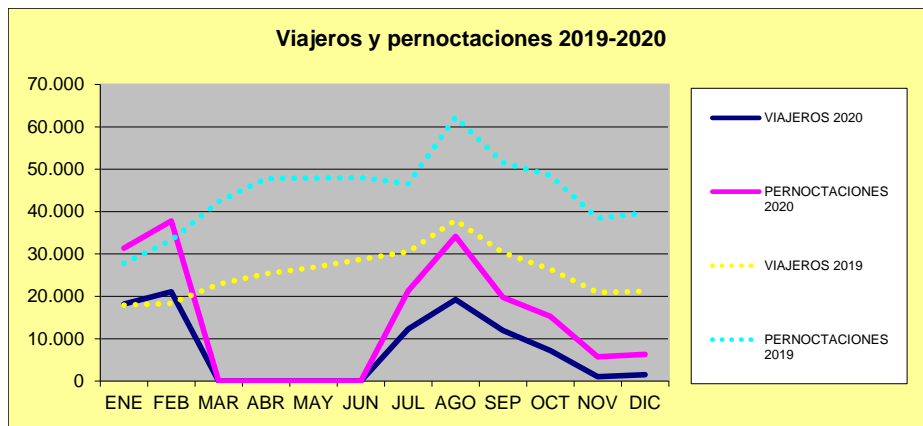
El número de viajeros registrados por el INE a lo largo de todo el 2020 en Segovia fue de 92.501, un 69,91% menos que en 2019. Estos viajeros llevaron a cabo 171.641 pernoctaciones, es decir, un 67,87% menos que el año anterior.

Este desplome en el número de viajeros y visitantes se debe en parte a la pérdida de visitantes de origen extranjero, pues debido a las limitaciones existentes, éstos tan sólo supusieron el 13,52% del total de viajeros (frente al 25,37% de 2019) y el 17,85% de pernoctaciones (frente al 27,12% del año anterior).

A pesar de estas cifras récord que marcan mínimos históricos, la estancia media en la ciudad alcanzó un nuevo récord positivo, pues ésta ascendió hasta las 2,56 noches de media (0,82 puntos por encima

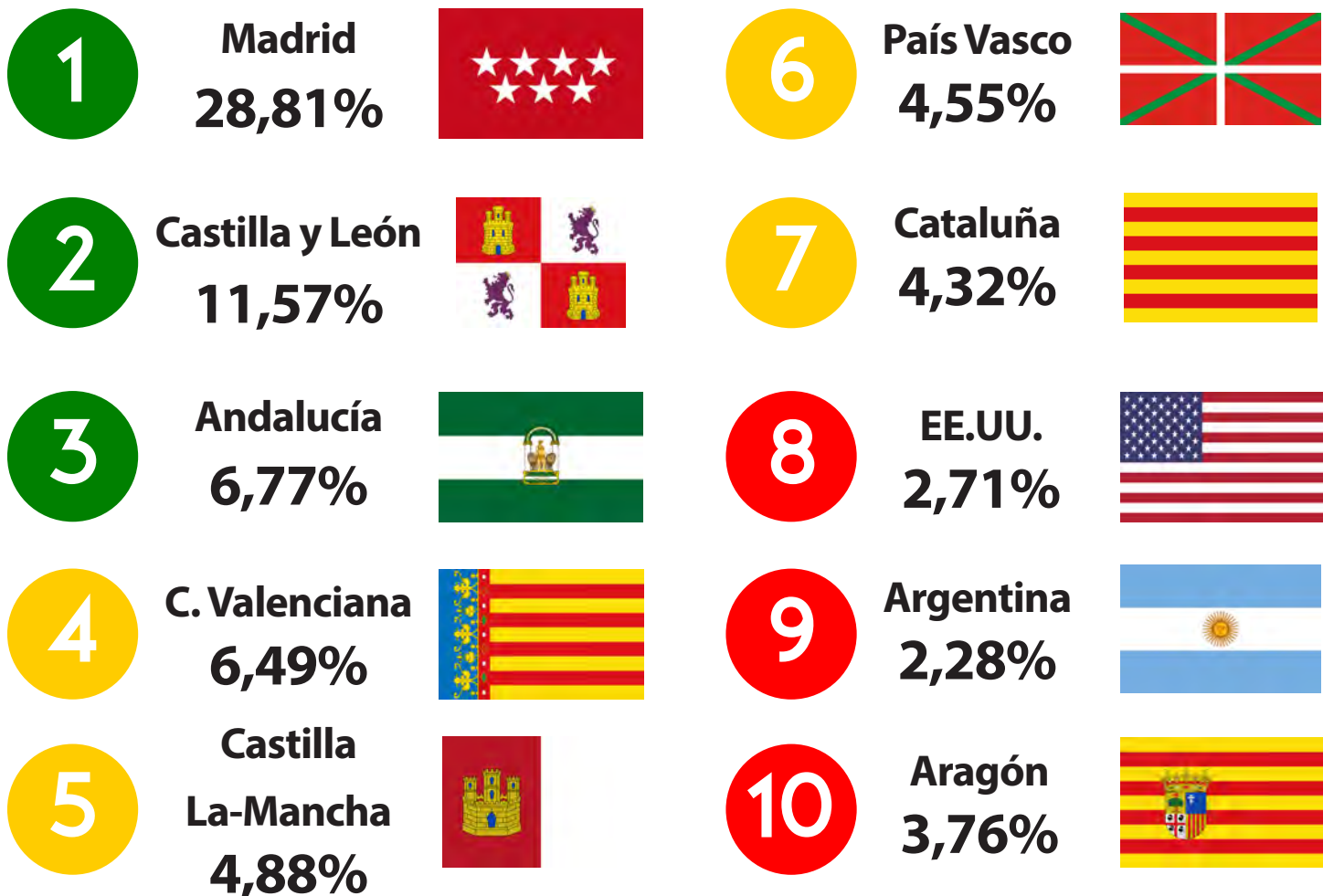


Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa 2020 - 2019								
	Viajeros				Pernoctaciones			
	2020	2019	Variación	%	2020	2019	Variación	%
Enero	18.204	17.932	272	1,52%	31.349	27.767	3.582	12,90%
Febrero	21.086	18.357	2.729	14,87%	37.789	33.207	4.582	13,80%
Marzo	0	22.883	-22.883	-100,00%	0	42.337	-42.337	-100,00%
Abril	0	25.344	-25.344	-100,00%	0	47.838	-47.838	-100,00%
Mayo	0	26.808	-26.808	-100,00%	0	47.944	-47.944	-100,00%
Junio	0	28.757	-28.757	-100,00%	0	48.059	-48.059	-100,00%
Julio	12.252	30.517	-18.265	-59,85%	21.268	46.541	-25.273	-54,30%
Agosto	19.258	37.963	-18.705	-49,27%	34.185	62.343	-28.158	-45,17%
Septiembre	11.941	30.340	-18.399	-60,64%	19.764	51.580	-31.816	-61,68%
Octubre	7.196	26.415	-19.219	-72,76%	15.281	48.511	-33.230	-68,50%
Noviembre	1.033	20.911	-19.878	-95,06%	5.715	38.441	-32.726	-85,13%
Diciembre	1.531	21.196	-19.665	-92,78%	6.290	39.682	-33.392	-84,15%
TOTAL	92.501	307.423	-214.922	-69,91%	171.641	534.250	-362.609	-67,87%



del resultado obtenido el año anterior). Esto se debe a que, a pesar de que tuvo lugar una gran caída en el número de viajeros y pernoctaciones, esa caída fue proporcionalmente mayor en el número de viajeros que en el de pernoctaciones, es decir, que los pocos viajeros que tuvo la ciudad en 2020 llevaron a cabo estancias más prolongadas.

En este sentido, son reseñables los casos de noviembre y diciembre, que a pesar de ser los dos meses con un menor número de viajeros y pernoctaciones, fueron los dos periodos con una estancia media más alta, con 5,53 y 4,11 noches respectivamente.



C. PROCEDENCIA GENERAL DE VIAJEROS

Si se analizan de manera conjunta los datos obtenidos en la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León, la Casa-Museo de Antonio Machado, la Colección de titeres de Francisco Peralta, el Centro Didáctico de la Judería, la Real Casa de Moneda, el Centro de Recepción de Visitantes y el resto de Puntos de Información Turística gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, se observa que el total de consultas/visitas atendidas llegó a 112.762, un 76,56% menos que el año anterior.

El 78,59% de esas consultas/visitas atendidas correspondieron a visitantes de origen nacional y un 21,41% a consultas/visitas de origen internacional. Estos porcentajes reflejan que, durante el año 2020, el peso del turismo nacional se incrementó en 20,13 puntos (en 2019 el turismo nacional fue el 58,46% del total).

Un análisis pormenorizado de las procedencias (por comunidades autónomas en el caso del turismo

nacional y por países en el internacional), refleja que, al igual que ya sucedió en 2019, durante el pasado año 2020 tan sólo hubo 2 procedencias internacionales dentro del top 10 para el destino, eso sí, mientras que en 2019 y años anteriores EE.UU. ocupó una destacada segunda plaza, ahora ocupa la octava. De esta manera, el ranking con los 10 mercados emisores más importantes para Segovia fue el siguiente: 1º Madrid (28,81%), 2º Castilla y León (11,57%), 3º Andalucía (6,77%), 4º Comunidad Valenciana (6,49%), 5º Castilla La Mancha (4,88%), 6º País Vasco (4,55%), 7º Cataluña (4,32%), 8º EE.UU. (2,71%), 9º Argentina (2,28%) y 10º Aragón (1,95%). El resto de procedencias españolas sumaron el 9,26% del total, mientras que el resto de procedencias internacionales sumaron el 16,42% del total.

De este modo, el ranking de procedencias de 2020 es bastante diferente respecto al del año anterior. Madrid mantiene la primera plaza (aumentando su peso en más de 10 puntos), pero la segunda ya no es para


EE.UU. (que tal y como ya se apuntaba en el párrafo anterior, cae al octavo puesto al perder cerca de 5 puntos porcentuales respecto a 2019), sino para Castilla y León (que prácticamente multiplica por 2 su peso y sube dos plazas). En tercer y cuarto lugar se mantienen Andalucía y C. Valenciana (aportando ambas comunidades un porcentaje de visitantes muy similar al de 2019), pero sin embargo en el quinto lugar sí hay una novedad, pues en él está Castilla La-Mancha, que sube tres puestos (pasa de aportar un 3,35% del total de visitantes, a un 4,88%). El sexto lugar lo ocupan los visitantes procedentes del País Vasco (con un 4,55% del total, frente al 3,23% de 2019, año en que fue la novena procedencia por volumen de visitas), el séptimo Cataluña (cae un puesto respecto a 2019, a pesar de que su peso respecto al total aumenta, ya que en 2019 aportó el 3,78% y en 2020 el 4,32%) y el noveno Argentina, que con un 2,28% del total consigue subir un puesto respecto a 2019 (año en que aportó el 3,04% del total). Con un 1,95% del total, cierra el ranking Aragón, lo que supone una novedad, ya que en 2019 esta comunidad no entró entre las 10 principales procedencias.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AÑO 2020	23.972	30.733	18.249	14.002	11.960	18.544	23.946	27.367	28.262	26.396	10.230	10.720	244.381
AÑO 2019	28.145	31.273	39.549	40.406	35.407	28.362	36.484	37.385	31.153	34.009	29.220	30.648	402.041
DIFERENCIA	-4.173	-540	-21.300	-26.404	-23.447	-9.818	-12.538	-10.018	-2.891	-7.613	-18.990	-19.928	-157.660
%	-14,83%	-1,73%	-53,86%	-65,35%	-66,22%	-34,62%	-34,37%	-26,80%	-9,28%	-22,39%	-64,99%	-65,02%	-39,21%

 QUIÉNES SOMOS | PERFIL CONTRATANTE






[INICIO](#) | [QUÉ VER](#) | [QUÉ HACER](#) | [UNA CIUDAD PARA TI](#) | [MULTIMEDIA](#) | [PROFESIONALES](#) | [BLOG](#) 



D. WEBS, REDES SOCIALES, NEWSLETTER Y CANAL DE YOUTUBE

Turismo de Segovia gestiona una treintena de espacios online (sumando webs, microsities y blogs). De acuerdo con los datos que proporcionan Google Analytics y Wordpress, todos estos espacios sumaron un total de 274.723 visitas en 2020, un 38,86% por debajo del resultado alcanzado en 2019.

A continuación se analizan los resultados de la web principal del destino, www.turismodesegovia.com:

WWW.TURISMODESEGOVIA.COM

De todos los espacios online gestionados por Turismo de Segovia, www.turismodesegovia.com (la web principal del destino), fue el más popular, con un total de 244.481 visitas recibidas en todo el año 2020 (recibió el 88,96% de todas las visitas a espacios web gestionados por Turismo de Segovia, incrementando su peso respecto al resto en 1,12 puntos en comparación con 2019). Este volumen de visitas es un 39,21% inferior al alcanzado en 2019, año en que esta web llegó a recibir 402.041 visitas.

Las ciudades de Madrid, Segovia y

Valladolid fueron, un año más, los lugares desde los que más se visitó esta página. En concreto, desde Madrid se realizó el 20,11% de las visitas recibidas, desde Segovia el 15,36% y desde Valladolid el 5,12%.

La mayoría de esas visitas, el 53,74%, se llevaron a cabo desde dispositivos móviles (teléfonos y tablets), mientras que el 46,26% restante se realizaron desde el ordenador. Esto reparto de las visitas supone un crecimiento del peso de los ordenadores frente a los dispositivos móviles de 4,76 puntos.

La duración media de las visitas a esta web fue de 2 minutos y 9 segundos, es decir, 18 segundos menos que en 2019.

En esta web se alojan, mediante subdominios, varios microsities dedicados a diferentes aspectos del turismo en la ciudad. En 2020 destacaron por su volumen de visitas las microsities dedicadas al Acueducto (acueducto.turismodesegovia.com) y a la Judería (juderia.turismodesegovia.com), con 22.063 y 12.730 visitas cada una de ellas respectivamente. Así, la microsite dedicada al Acueducto, pese a ser la más

visitada de todas, sufrió una caída de visitas del 8,52% respecto al año anterior, mientras que la dedicada a la Judería, única que mejoró sus resultados respecto al año anterior, incrementó sus visitas en un 3,02% respecto a 2019, lo que le permitió desbancar a la microsite dedicada a Antonio Machado como la segunda microsite por volumen de visitas.

¿Sabías que...?

Según el informe "Digital 2021", elaborado por las empresas We Are Social y Hootsuite, el tiempo total que se pasa en línea aumentó en 2020 hasta el punto de que, el usuario medio de Internet pasó cerca de 7 horas al día utilizando Internet sumando el uso de todos sus dispositivos, es decir, que pasó más de 2 días completos en línea en una semana de 7 días.

REDES SOCIALES

A pesar del crecimiento que están experimentando otras redes sociales, Facebook y Twitter siguieron siendo las dos más importantes por volumen de seguidores para Turismo de Segovia.

Los diversos perfiles en Facebook que gestiona la Empresa Municipal de Turismo terminaron el año 2020 con un total de 31.594 "Me gusta", mientras que el número de seguidores en Twitter quedó fijado 17.242. De esta manera, la comunidad de Turismo de Segovia en Facebook creció un 8,5% y en Twitter un 7,46%. Así, podría decirse que, si se suman los resultados obtenidos en ambas redes sociales, Turismo de Segovia gestionó una comunidad de 48.836 seguidores (un 8,13% superior a la que supuso esta misma combinación en 2019).

De todas estas cuentas gestionadas en redes sociales, la dedicada a la promoción general de la ciudad como destino turístico volvió a ser la que obtuvo mejores resultados (muy por encima de aquellas dedicadas a un museo o temática concreta). Su perfil en Facebook terminó el año con 13.495 "Me gusta" (un 6,28% más que en 2019), mientras que el de Twitter llegó a 7.604 (un 5,16% por encima de la cifra alcanzada en 2019)

A pesar de lo expuesto en el párrafo anterior y, tal y como ya sucedió el año anterior, si se suma el resultado obtenido por el resto de cuentas temáticas que gestiona Turismo de Segovia, se observa que lograron alcanzar una cifra de seguidores superior a la de la cuenta principal. En concreto sumaron 18.099 "Me gusta" en Facebook y 9.638 seguidores en Twitter, lo que supone un crecimiento respecto al año anterior del 10,21% y 9,35% respectivamente, por lo que se puede concluir que estas cuentas temáticas, a pesar de seguir siendo individualmente más pequeñas (en cuanto a número total de "Me gusta" y seguidores) que la principal, si se suman no sólo acumulan un mayor volumen de "Me gusta" y de seguidores, sino que también crecen en una proporción superior al que lo hace la cuenta principal del destino.

Hay que destacar que la actividad llevada a cabo en todas estas redes sociales llevó, gracias a la utilización de enlaces, 16.944 visitas a la web de Turismo de Segovia que supusieron un 5,98% del total de visitas recibidas (en 2019 las redes sociales llevaron a la web el 3,43% del tráfico total de visitas, por lo que el peso de las redes sociales para generar visitas



+ 8,5%

31.594 "Me gusta"

+ 7,46%

17.242 seguidores



You Tube

+11,54%

522 suscriptores

+ 23,29%

1.350 suscriptores



mailchimp

a la web se vio incrementado en 3,5 puntos).

NEWSLETTER Y CANAL DE YOUTUBE

Turismo de Segovia cuenta con una newsletter oficial que terminó el año 2020 con 1.350 suscriptores, un 23,29% más que en 2019 de acuerdo con los datos proporcionados por Mailchimp. La tasa de apertura media de esta newsletter también creció del 41,64% de 2019 al 43,33% de 2020, es decir, 1,69 puntos. Su tasa media de clicado por envío, sin embargo, descendió del 11,33% de 2019 al 10,31% de 2020 (1,02 puntos menos).

Por otro lado, el canal oficial de Turismo de Segovia en Youtube pasó de 522 suscriptores en 2019 a 648 suscriptores en 2020, lo que supone un crecimiento anual del 24,14%. El número de visualizaciones de los videos subidos al canal llegó a 70.336, lo que supone un importante crecimiento del 236,84%.

¿Sabías que...?

Según el informe "Digital 2021" (de We Are Social y Hootsuite), el 80% de los españoles utilizó de manera habitual las RR.SS. en 2020, cifra muy por encima de la media mundial (que se situó en el 53'6%).

2. SERVICIO DE ATENCIÓN PRESENCIAL AL VISITANTE

Los servicios de atención turística de la ciudad Segovia atendieron un total de 90.691 consultas, un 78,58% menos que en 2019.

A través de sus diferentes Puntos de Información Turística (PITs) y su Centro de Recepción de Visitantes (CRV), Turismo de Segovia atendió en los primeros 9 meses del año el 85,60% del total de consultas realizadas en la ciudad, mientras que en la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León se atendió el 14,4% restante. En el mes de octubre dicha oficina cerró definitivamente sus puertas y su personal fue integrado dentro del Centro de Recepción de Visitantes para que pudiera seguir ofreciendo allí sus servicios, por lo que, a partir de ese momento, el 100% de las consultas presenciales fueron atendidas en espacios originalmente creados por Turismo de Segovia.

Es necesario destacar que en 2020 no abrieron sus puertas el Punto de Información Turística del Alcázar ni los Puntos de Información Turística temporales que ofrecían sus servicios durante Semana Santa.

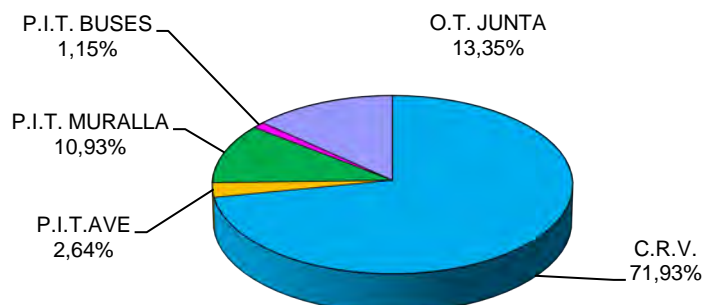
A diferencia de años anteriores, en los que los meses de Enero y Febrero suelen estar entre los 3 meses con un menor volumen de consultas atendidas, en 2020 fueron dos de los meses en los que se atendió un mayor volumen de consultas. En concreto fueron 19.124 y 21.054 las consultas atendidas respectivamente en cada uno de estos meses, es decir, un 21,09% y un 23,22% del total, por lo que fueron el tercer y el primer mes con más consultas atendidas de todo el año. El mes de Agosto, pasó a ser el segundo mes por volumen de consultas atendidas, con un total de

19.587 (21,60% del total). La suma de estos 3 meses supone el 65,9% del total (lo que comparado con los 3 mejores meses de 2019, significa que el peso de los meses más importantes ha crecido 30,71 puntos).

Dadas las especiales circunstancias vividas en 2020, por las que la mayoría de oficinas de la ciudad se vieron obligadas a cerrar durante los meses de Abril, Mayo y Junio, estos fueron los meses con un menor volumen de consultas atendidas, pues juntos apenas suman 470 consultas atendidas (0,51% anual).

A continuación se analizan de los resultados obtenidos en 2020 en cada una de las oficinas de información turística del destino.

SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2020					
MES/2020	C.R.V.	P.I.T. AVE	P.I.T. MURALLA	P.I.T. BUSES	O.T. JUNTA
ENERO	14.609	930	1.630	217	1.738
FEBRERO	12.835	1.112	2.187	638	4.282
MARZO	4.804	221	467	188	899
ABRIL	0	0	0	0	0
MAYO	0	0	0	0	3
JUNIO	0	0	192	0	275
JULIO	6.826	97	1.105	0	1.260
AGOSTO	14.509	33	2.535	0	2.510
SEPTIEMBRE	5.946	0	910	0	1.143
OCTUBRE	4.646	0	584	0	0
NOVIEMBRE	454	0	142	0	0
DICIEMBRE	604	0	160	0	0
TOTAL 2020	65.233	2.393	9.912	1.043	12.110



¿Sabías que...?

Si se suman las consultas que se atendieron en Julio y Agosto de 2019 en el conjunto de oficinas de la ciudad, el resultado es de 96.343 consultas atendidas, lo que supone una cifra superior a la obtenida si se suma el resultado de los 12 meses del año 2020.

A. CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES

En la Plaza del Azoguejo se encuentra el Centro de Recepción de Visitantes (CRV), que en 2020 volvió a ser la oficina de la ciudad en la que se atendió un mayor volumen de consultas, pues cerró el año con un total de 65.233 consultas atendidas. Esta cifra supone un incremento de su peso respecto al resto de oficinas pues, mientras que en 2019 se atendió allí el 67,95% del total, en 2020 este porcentaje creció hasta llegar al 71,93%.

A pesar de este incremento de peso respecto al resto de oficinas, el volumen de consultas atendidas en dicho centro cayó de manera considerable en comparación con el año anterior, pues se pasó de 287.643 consultas atendidas en 2019 a apenas 65.233 consultas atendidas en 2020, lo que supone una disminución del 77,42%.

El número de visitas que recibió este centro fue de 106.108, lo que supone una caída aún más pronunciada que en el caso de las consultas atendidas, pues, al finalizar el año, la pérdida fue del 87,67% (en 2019 el número de visitas recibidas en el CRV fue de 860.858). Si se relaciona este dato de visitas con el de consultas atendidas se observa que un 61,32% de quienes accedieron al centro realizaron algún tipo de consulta. Este porcentaje es casi el doble que en 2019, año en el que tan sólo el 33,41% de quienes accedieron al CRV realizó algún tipo de consulta.

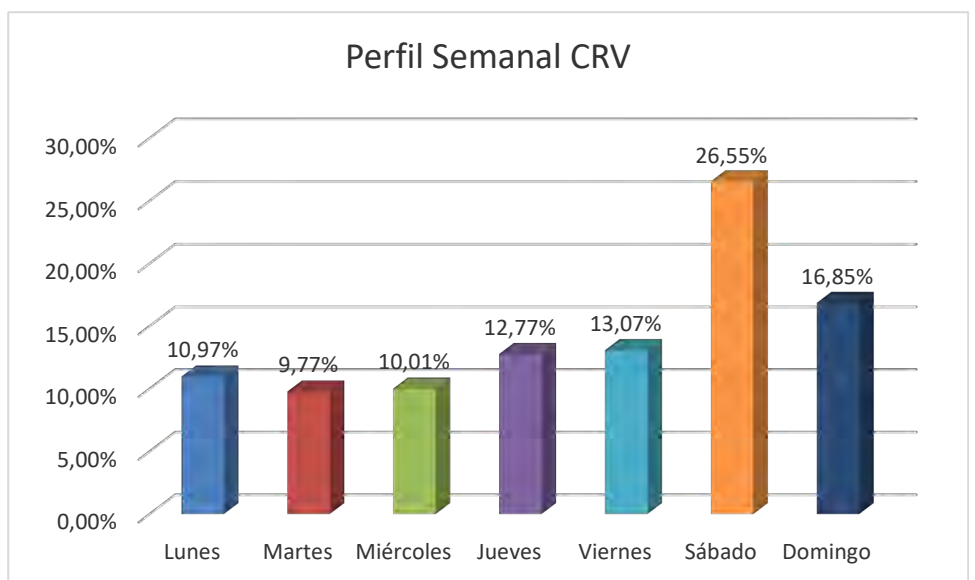
Un análisis pormenorizado de los resultados obtenidos mes a mes permite determinar que Enero, Febrero y Agosto fueron los meses más importantes del año en este centro, pues en ellos fue en los que se registró un mayor volumen de consultas (14.609, 12.835 y 14.231 respectivamente) y visitas (42.034, 18.439 y 14.337 respectivamente). Estos tres meses acumularon el 64,16% del total anual de consultas atendidas y el 70,5% de las visitas recibidas en este centro durante todo el 2020, lo que supone un gran incremento del peso de los tres meses más importantes del año, ya que en 2019 tan sólo acumularon el 32,97% de las consultas y el 30,32% de las visitas.

Es necesario aclarar que, desde el 12 de febrero de 2020, el CRV permaneció cerrado por obras y que, con ese motivo, el día 19 del mismo mes abrió sus puertas una oficina temporal sustitutoria (ubicada en la plaza de artillería, a escasos metros del CRV). Por tanto, entre el 12 y el 18 de febrero no se registraron consultas ni



Reapertura del Centro de Recepción de Visitantes en julio de 2020

Estadísticas totales en el CRV y Puerta del CRV								
	C.R.V				Puerta C.R.V.			
	2019	2020	Variación	%	2019	2020	Variación	%
Enero	11.799	14.609	2.810	23,82%	55.437	42.034	-13.403	-24,18%
Febrero	13.582	12.835	-747	-5,50%	47.495	18.439	-29.056	-61,18%
Marzo	23.835	4.804	-19.031	-79,84%	73.981	0	-73.981	-100,00%
Abril	28.905	0	-28.905	-100,00%	90.568	0	-90.568	-100,00%
Mayo	28.060	0	-28.060	-100,00%	83.896	0	-83.896	-100,00%
Junio	20.559	0	-20.559	-100,00%	73.673	0	-73.673	-100,00%
Julio	22.215	6.826	-15.389	-69,27%	63.357	10.355	-53.002	-83,66%
Agosto	37.874	14.231	-23.643	-62,43%	86.590	14.337	-72.253	-83,44%
Septiembre	25.110	5.946	-19.164	-76,32%	74.526	8.621	-65.905	-88,43%
Octubre	27.620	4.646	-22.974	-83,18%	81.253	6.472	-74.781	-92,03%
Noviembre	22.907	454	-22.453	-98,02%	70.426	2.422	-68.004	-96,56%
Diciembre	25.177	604	-24.573	-97,60%	59.656	3.428	-56.228	-94,25%
TOTAL	287.643	64.955	-222.688	-77,42%	860.858	106.108	-754.750	-87,67%



visitas y, entre el 19 de febrero y el 13 de marzo (el 14 de marzo se decretó el estado de alarma en España), se registraron como propias del CRV todas las consultas atendidas en dicha oficina temporal, en la que, por motivos técnicos, no se pudo registrar las visitas recibidas.

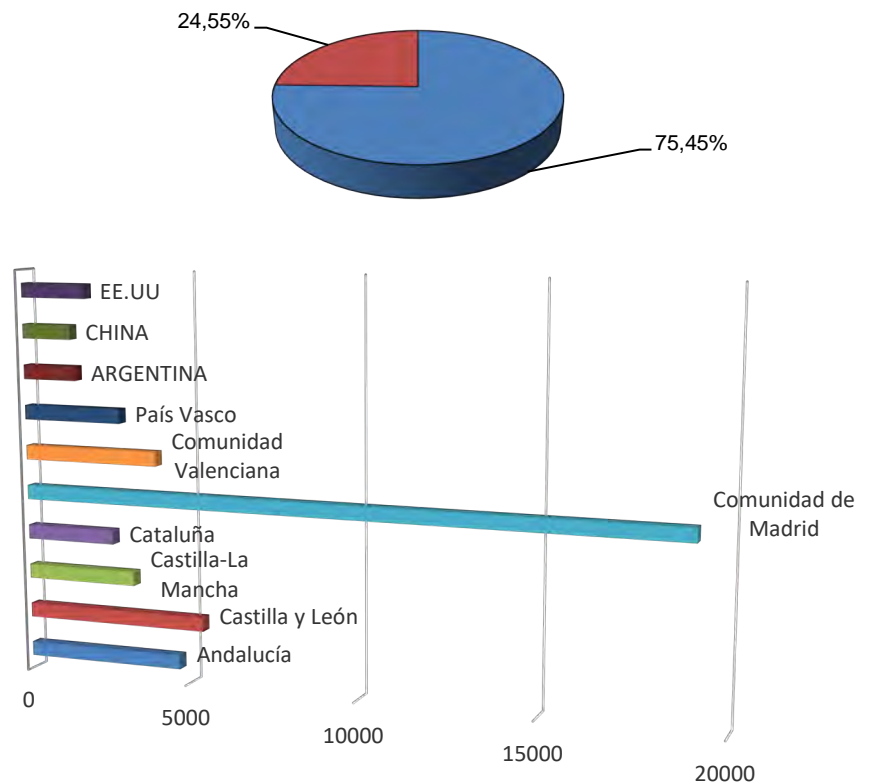
Hay que puntualizar también que, tal y como se avanzaba al comienzo de este apartado, en Octubre de 2020 la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León en la Plaza Mayor de Segovia cerró para siempre sus puertas y que, fruto de un acuerdo con Turismo de Segovia, a partir de ese momento su personal se integró en el CRV y, por tanto, dejaron de tomar estadísticas de manera independiente (es decir, todas las consultas atendidas por el personal de la Junta de Castilla y León en el CRV se registran como atendidas en dicho centro sin realizar ningún tipo de distinción).

Así, al margen de los tres meses en que el CRV no registró consultas atendidas por estar cerrado al público (Abril, Mayo y Junio), los tres meses con un menor volumen de consultas atendidas y visitas recibidas en el CRV fueron Noviembre (454 consultas y 2.422 visitas), Diciembre (604 consultas y 3.428 visitas) y Octubre (4.646 consultas y 6.472 visitas).

En cualquier caso, a excepción del mes de Enero (en el que el volumen de consultas atendidas creció un 23,82% respecto al mismo mes de 2019), todos los meses del año registraron importantes caídas respecto al año anterior tanto en el número de consultas atendidas como en el de visitas recibidas. Al margen de los meses en los que no se realizó ningún tipo de registro y que, por tanto, sufrieron una caída del 100%, los meses que sufrieron pérdidas más pronunciadas fueron Noviembre, Diciembre y Octubre (con -98,02%, -97,60% y -83,18% en consultas atendidas respectivamente y -96,56%, -94,25% y -92,03% en visitas recibidas respectivamente).

Si se analiza el número de consultas atendidas por día de la semana se observa que los Sábados y Domingos se atendió el 43,4% del total, lo que supone un incremento del peso de los fines de semana respecto a 2019 de 6,93 puntos (en aquel año esos dos mismos días de la semana concentraron el 36,47% del total de consultas atendidas).

Un análisis de las consultas atendidas en base a la procedencia de quienes las formula refleja que el peso de los Españoles creció hasta llegar a ser el 75,45% del total, 20,61 puntos por encima del resultado de 2019. Esto significa que, lógicamente, las consultas realizadas por Extranjeros cayeron en 20,61 puntos hasta quedarse en el 24,55% del total.



De las diez principales procedencias por volumen de consultas en el CRV, las siete primeras fueron nacionales: Madrid (19.100 consultas, 29,28% del total), Castilla y León (5.423 consultas, 11,02%), Andalucía (4.690 consultas, 7,19%), C. Valenciana (4.048 consultas, 6,21%), C. La-Mancha (3.307 consultas, 5,07%), P. Vasco (2.957 consultas, 4,53%), Cataluña (2.675 consultas, 4,10%), EE.UU. (1.968 consultas, 3,02%), Argentina (1.611 consultas, 2,47%) y China (1.476 consultas, 2,26%).

De todas las consultas atendidas en este centro (con independencia del origen de quienes las formularon), el 9,85% fueron realizadas por personas pertenecientes a grupos organizados, lo que supone una caída de 13,15 puntos (en 2019 supusieron el 23% del total). A pesar de esto, el CRV volvió a ser el centro gestionado por Turismo de Segovia con una mayor proporción de grupos organizados.

A pesar de la difícil situación vivida a lo largo de 2020, las encuestas de satisfacción reflejan que un 80% de los participantes en las mismas califican como "Muy buena" su satisfacción global con los servicios prestados en el CRV, lo que supone un incremento de 7,69 puntos respecto al año anterior.

Sin embargo, mientras que en 2019 todos los aspectos a valorar en la encuesta recibieron como calificación mayoritaria el "Muy bueno/a", en 2020 la valoración mayoritaria de la relación calidad/precio de los productos y servicios a la venta en este centro dejó de ser "Muy buena" por tan sólo "Buena" (en 2019 un 57,14% de los encuestados valoraron como "Muy buena" esta relación calidad/precio, mientras que en 2020 tan sólo le dieron esta calificación el 33,33% de los encuestados, siendo la opción mayoritaria la de "Buena", que fue por la que optó el 50%). Los 4 aspectos mejor valorados fueron la accesibilidad y emplazamiento del centro (un 93,33% lo valoró como "Muy bueno", es decir, mejora en 9,61 puntos el porcentaje de 2019), el trato recibido por parte del personal (un 86,67% lo calificó como "Muy bueno", lo que supone una mejora de 0,41 puntos respecto al año anterior) y el tiempo de respuesta (también un 86,67% lo calificó como "Muy bueno", mejorando el resultado de 2019 en 0,52 puntos), así como la calidad de la información/documentación recibida (un 73,33% la valoró como "Muy buena", lo que en realidad es un resultado inferior al del año anterior en 1,07 puntos).

B. OFICINA DE TURISMO DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

Tal y como se aclaraba en el punto anterior, la Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León en la Plaza Mayor de Segovia cerró sus puertas en Octubre para, a partir de ese mes, integrar a su personal en el Centro de Recepción de Visitantes. Pese a este hecho y a que por causa de la pandemia permaneció cerrada durante prácticamente dos meses más, fue la segunda oficina más importante de la ciudad por volumen de consultas atendidas con un total de 12.110 (lo que proporcionalmente supone un 13,35% del total de consultas atendidas en las oficinas de la ciudad, incrementando su peso respecto al resto en 1,6 puntos). Sin embargo, este volumen de consultas es un 75,66% inferior al registrado en este mismo centro en 2019 (año en que llegó a atender 49.751 consultas).

Los meses en los que esta oficina hizo frente a una mayor demanda de información turística fueron Febrero, Agosto y Enero, con 4.282, 2.510 y 1.738 consultas atendidas respectivamente. Estos meses acumularon el 70,44% de las consultas atendidas en dicho centro (35,36% en febrero, 20,73% en Agosto y 14,35% en Enero), lo que supone un incremento del peso de los 3 meses más importantes del año de 34,43 puntos (en 2019 tan sólo supusieron el 36,01% del total). Al margen de los cuatro meses en que dicha oficina estuvo completamente cerrada al público durante 2020, los peores meses del año por volumen de consultas atendidas fueron Mayo (3 consultas atendidas, 0,02% del total), Junio (275 consultas, 2,27%) y Marzo (899 consultas, 7,42%). Entre los tres tan sólo suman el 9,72% del total anual, 5,09 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019.

A excepción del mes de febrero (con 4.282 consulta atendidas, un 35,42% más que en 2019), en todos y cada uno de los meses del año en esta oficina se registró un menor volumen de consultas que el año anterior. En este sentido, a mayores de los meses en los que permaneció cerrada y que por tanto sufrieron una caída del 100%, destacan los meses de Mayo (-99,95%), Junio (-94,22%) y Marzo (-80,86%).

De todas las consultas atendidas en esta oficina, un 81,78% de ellas fueron realizadas por Españoles y un 18,22% por Extranjeros. Esto significa que, en comparación con 2019, el peso del turismo nacional en este centro creció en 13,44 puntos. A pesar de esta subida, dicho espacio dejó de ser la oficina de información turística en la que se atiende una mayor proporción de consultas de origen nacional en la ciudad, pues fue

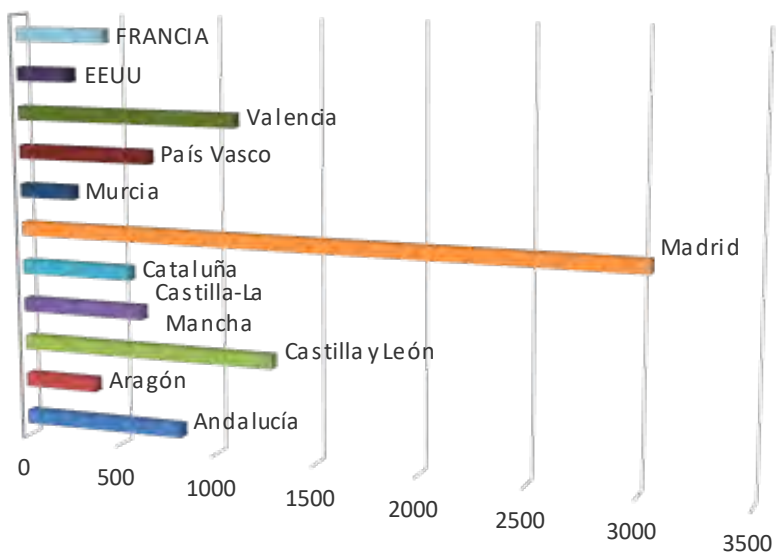


Oficina de Turismo de la Junta de Castilla y León en la Plaza Mayor

O.T. Junta de Castilla y León				
	2020	2019	Dif.	%
ENE	1.738	1.977	-239	-12,09%
FEB	4.282	3.162	1.120	35,42%
MAR	899	4.696	-3.797	-80,86%
ABR	0	5.752	-5.752	-100,00%
MAY	3	5.826	-5.823	-99,95%
JUN	275	4.758	-4.483	-94,22%
JUL	1.260	3.910	-2.650	-67,77%
AGO	2.510	6.337	-3.827	-60,39%
SEP	1.143	4.208	-3.065	-72,84%
OCT	0	3.731	-3.731	-100,00%
NOV	0	2.778	-2.778	-100,00%
DIC	0	2.616	-2.616	-100,00%
TOTAL	12.110	49.751	-37.641	-75,66%

¿Sabías que...?

Según la Organización Mundial del Turismo, el 20/04/20 el 100% de los destinos mundiales había establecido restricciones de movilidad. El 1/11/20, el 27% de ellos mantenía sus fronteras cerradas por completo al turismo.



superada por el Punto de Información de la Muralla (con un 83,40% de consultas nacionales, ahora es este espacio el que ocupa ese puesto).

Como en años anteriores, de las 10 principales procedencias en esta oficina tan sólo 2 fueron internacionales: Madrid (3.040 consultas, 25,10% del total), Castilla y León (1.286 consultas, 10,62%), C. Valenciana (1.111 consultas, 9,17%), Andalucía (820 consultas, 6,77%), País Vasco (673 consultas, 5,56%), Castilla La-Mancha (625 consultas, 5,16%), Cataluña (564 consultas, 4,66%), Francia (454 consultas, 3,75%), Aragón (371 consultas, 3,06%) y, empatadas en último lugar, Murcia (275 consultas, 2,25%) y EE.UU. (275 consultas, 2,25%).

C. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA MURALLA

Junto a la Puerta de San Andrés se encuentra el Punto de Información Turístico La Muralla (PIT Muralla), tercera oficina de la ciudad por volumen de consultas atendidas en 2020 con un total de 9.912 (un 66,05% menos que en 2019, año en que allí se atendieron 29.077 consultas). Esta cifra supone que allí se atendió un 10,93% del total de atendidas en Segovia (4,06 puntos por encima del porcentaje alcanzado el año anterior).

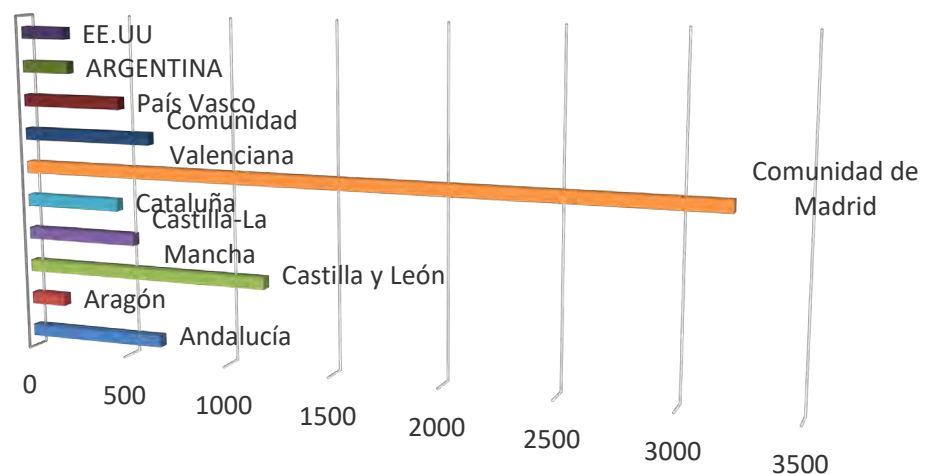
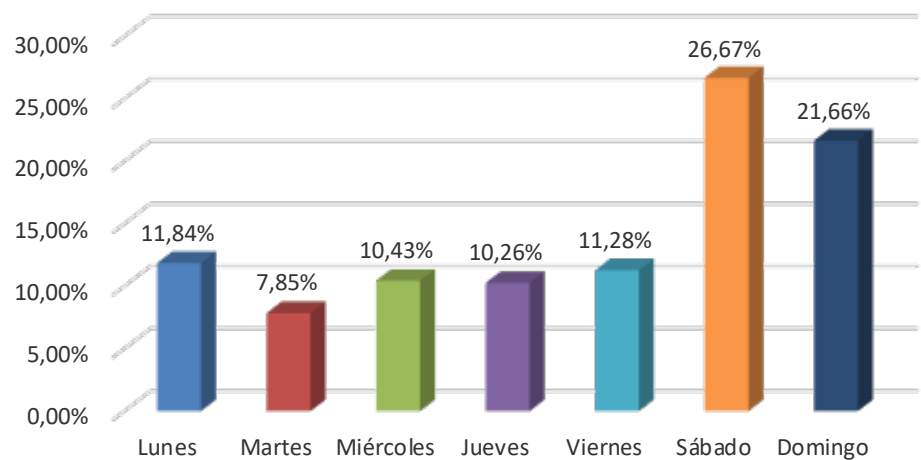
Los meses de Agosto, Febrero y Enero fueron en los que se atendió un mayor volumen de consultas en este centro con 2.496 (25,28% del total), 2.187 (22,15%) y 1.630 (16,51%) respectivamente. Juntos acumularon el 63,95% del total, lo que supone un incremento del peso de los tres meses más importantes del año en este centro de 28,73 puntos (en 2019 tan sólo sumaron el 35,22% del total). A excepción precisamente de los meses de Febrero y Enero (que vieron como las consultas crecieron un 45,51% y un 11,87% respectivamente en comparación con los mismos meses del año anterior), durante todos los meses del año se experimentaron fuertes caídas en el número de consultas atendidas. En este sentido, al margen de los meses en los que la oficina estuvo cerrada a causa de la pandemia, destacan los meses de Diciembre, Noviembre y Junio, porque vieron caer las consultas en un 93,29%, 91,45% y 91,67% respectivamente. Estos meses no sólo fueron los que experimentaron una mayor caída respecto al año anterior, sino que también fueron los que registraron un menor volumen de consultas atendidas: en Noviembre fueron 142 consultas (1,44% del total), en Diciembre 160 (1,60%) y en Junio 191 (1,93%). Juntos apenas suman el 4,99% del total anual de consultas atendidas en este centro, lo que supone una diferencia



Punto de Información Turístico de la Muralla

P.I.T. Muralla				
	2019	2020	Dif.	%
ENE	1.457	1.630	173	11,87%
FEB	1.503	2.187	684	45,51%
MAR	2.674	467	-2.207	-82,54%
ABR	3.000	0	-3.000	-100,00%
MAY	2.689	0	-2.689	-100,00%
JUN	2.294	191	-2.103	-91,67%
JUL	2.014	1.105	-909	-45,13%
AGO	4.550	2.496	-2.054	-45,14%
SEP	2.611	910	-1.701	-65,15%
OCT	2.238	584	-1.654	-73,91%
NOV	1.661	142	-1.519	-91,45%
DIC	2.386	160	-2.226	-93,29%
TOTAL	29.077	9.872	-19.205	-66,05%

Perfil Semanal PIT Muralla



negativa de 10,9 puntos respecto a los tres peores meses de 2019.

Los días de la semana en los que se atendió un mayor volumen de consultas en este centro fueron los Sábados y los Domingos con un 26,67% y 21,66% del total respectivamente. Juntos

suman un 48,33% del total, lo que supone un incremento del peso de los fines de semana en este centro de 11,19 puntos respecto a 2019.

La gran mayoría de las consultas atendidas en este centro fueron formuladas por visitantes

nacionales. En concreto un 83,40% de ellas fueron formuladas por Españoles frente al 16,60% de las realizadas por Extranjeros. Estas cifras indican que, tal y como se avanzaba anteriormente, esta fue la oficina de información turística con mayor proporción de consultas atendidas de visitantes con un origen nacional (en 2019 las consultas de Españoles en este centro fueron el 67,13% del total, luego el crecimiento experimentado ha sido de 16,27 puntos). A pesar de esto, en el top 10 de procedencias en 2010 se encuentran dos internacionales: Madrid (3.206 consultas, 32,34% del total), Castilla y León (11.081 consultas, 11,91%), Andalucía (663 consultas, 6,69%), C. Valenciana (627 consultas, 6,33%), Castilla La-Mancha (538 consultas, 5,43%), P. Vasco (484 consultas, 4,88%), Cataluña (460 consultas, 4,64%), Argentina (229 consultas, 2,31%), EE.UU. (217 consultas, 2,19%) y Aragón (169 consultas, 1,71%).

En todo el 2020 las consultas realizadas por visitantes pertenecientes a grupos organizados tan sólo supusieron el 1,11% del total de todas las atendidas en este centro (8,54 puntos menos que en 2019, cuando supusieron el 9,65% del total).

E. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL AVE

En el Punto de Información Turística del AVE (PIT AVE), ubicado en el interior de la estación de tren Segovia Guiomar, se atendieron 2.393 consultas en todo el 2020. Esta cifra supone una caída del 73,19% respecto al año anterior.

Esta oficina permaneció cerrada de Abril a Junio y de Septiembre a Diciembre, por lo que los visitantes realmente sólo pudieron disfrutar de sus servicios de Enero a Marzo, Julio y Agosto. En Enero y Febrero se superaron las cifras de consultas atendidas en 2019 en un 94,56% y 102,55% respectivamente (alcanzando las 930 y 1.112 consultas atendidas en cada uno de estos meses), mientras que en Marzo, Julio y Agosto las consultas cayeron un 81,84%, 85,37% y 94,08% respectivamente (llegando a tan solo 221, 97 y 33 consultas en cada uno de estos meses).

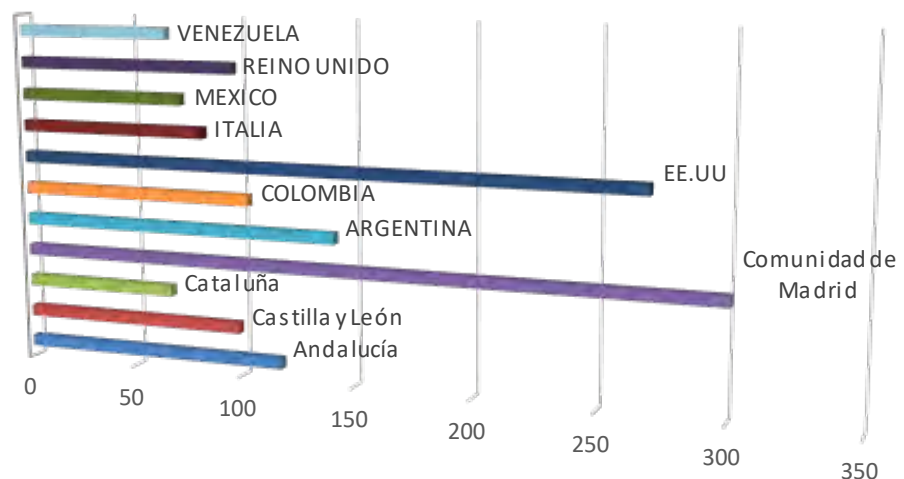
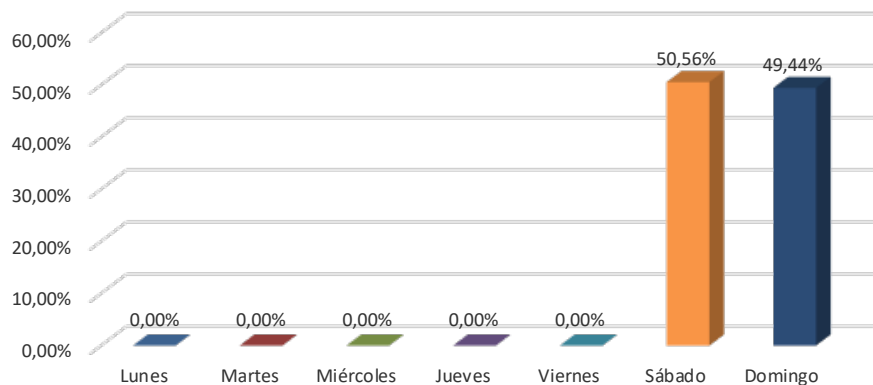
De esta manera, los meses de Enero y Febrero acumularon el 85,33% de todas las consultas atendidas en este centro, mientras que el resto de meses tan sólo sumaron el 14,67% del total.

Dado que este centro tan sólo



P.I.T. AVE				
	2019	2020	Dif.	%
ENE	478	930	452	94,56%
FEB	549	1.112	563	102,55%
MAR	1.217	221	-996	-81,84%
ABR	725	0	-725	-100,00%
MAY	574	0	-574	-100,00%
JUN	1.006	0	-1.006	-100,00%
JUL	663	97	-566	-85,37%
AGO	557	33	-524	-94,08%
SEP	648	0	-648	-100,00%
OCT	815	0	-815	-100,00%
NOV	714	0	-714	-100,00%
DIC	979	0	-979	-100,00%
TOTAL	8.925	2.393	-6.532	-73,19%

Perfil Semanal PIT AVE



abrió sus puertas los fines de semana, todas las consultas fueron atendidas en Sábado (50,56% del total) o Domingo (49,44% del total).

Al igual que en años anteriores, este PIT fue el único que, junto con el ubicado en la estación de autobuses, atendió una mayor proporción de consultas formuladas

por extranjeros que por visitantes nacionales. En concreto fueron un 61,64% de consultas provenientes de Extranjeros, frente a un 38,36% de Españoles. Entre las principales procedencias se encontraron cuatro nacionales y siete internacionales: Madrid (1.270 consultas, 12,58% del total), EE.UU. (270 consultas, 11,28%), Argentina (142 consultas, 5,93%), Andalucía (118 consultas, 4,93%), Colombia (104 consultas,

4,35%), Castilla y León (99 consultas, 4,14%), Reino Unido (98 consultas, 4,10%), Italia (84 consultas, 3,51%), México (74 consultas, 3,09%) y, empatadas en décimo lugar, Cataluña y Venezuela (con 68 consultas y un 2,84% del total cada una).

Mientras que en 2019 este centro destacó por ser el que atendió una menor proporción de consultas provenientes de grupos organizados, en 2020 esta proporción creció del 1,32% del año anterior a un 2,42% (es decir, se incrementó en 1,1 puntos), por lo que dejó de ocupar ese último puesto.

F. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA ESTACIÓN DE AUTOBUSES

Ubicado en el interior de la estación de autobuses de Segovia se encuentra el Punto de Información Turística de la Estación de Autobuses (PIT Buses). En este centro tan sólo se atendieron 1.043 consultas en 2020 (-90,21% respecto al año anterior), por lo que se trata del centro en el que se atendió el menor volumen de consultas de la ciudad (el 1,15% del total de atendidas durante todo el año en el destino).

Este centro, que en 2019 gozó de un amplio periodo de apertura (los 12 meses del año), en 2020 tan sólo se mantuvo operativo durante el primer trimestre del año. En todos y cada uno de esos tres primeros meses se superaron las cifras de consultas atendidas el año anterior, con 217 consultas en Enero (+110,68%), 638 en Febrero (+601,10%) y 188 en Marzo (+38,24%).

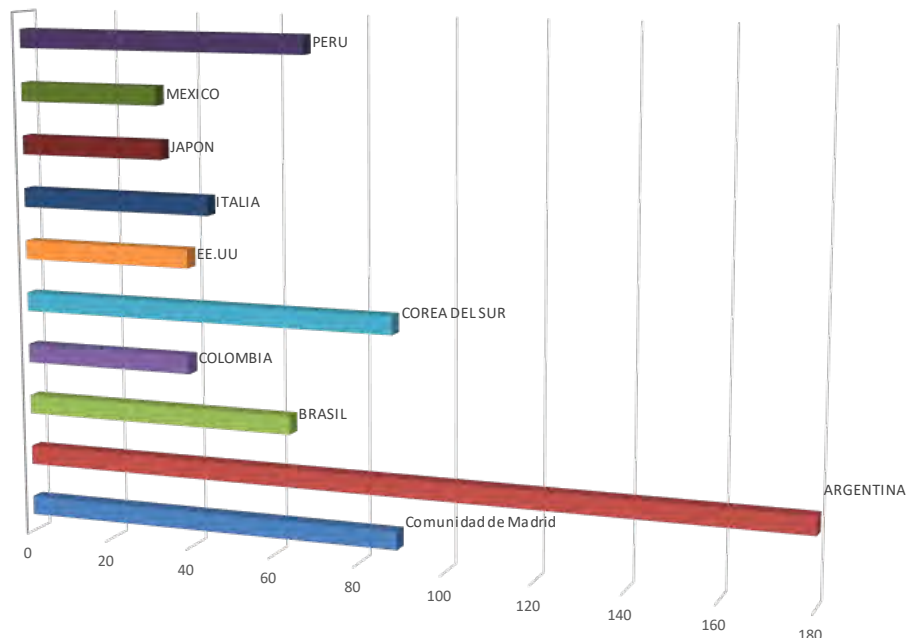
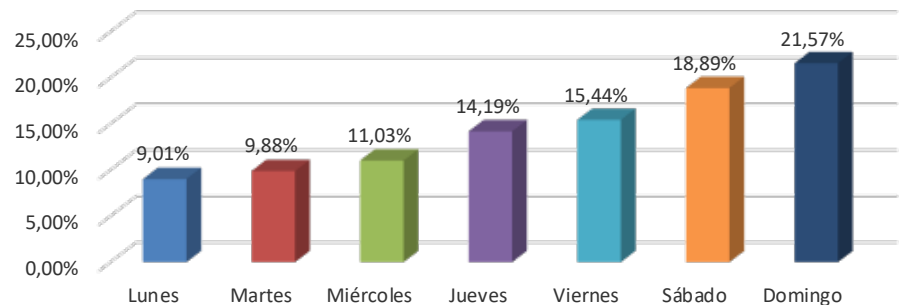
De un análisis pormenorizado de las consultas atendidas en función del día de la semana se extrae que tan sólo un 40,46% de todas las consultas recibidas en este centro fueron atendidas en Sábado (18,89% del total) o Domingo (un 21,57% del total), por lo que, de todos los espacios dedicados a ofrecer información turística que gestiona Turismo de Segovia, este es en el que proporcionalmente existe un mayor peso del turismo entre semana. En concreto, de Lunes a Viernes se atendió el 59,54% del total de consultas recibidas en el PIT (2 puntos menos que el año anterior).

Un año más, el PIT Buses también es el centro gestionado por Turismo de Segovia que recibe una mayor proporción de turismo internacional. Un 84,18% del total de consultas atendidas en este PIT fueron formuladas por visitantes Extranjeros (lo que supone un crecimiento de su peso de 3,99 puntos respecto a 2019) frente al frente al 15,82% que llevaron a cabo los visitantes Españoles. De esta manera, entre las principales procedencias



P.I.T. BUSES				
	2019	2020	Dif.	%
ENE	103	217	114	110,68%
FEB	91	638	547	601,10%
MAR	136	188	52	38,24%
ABR	1.190	0	-1.190	-100,00%
MAY	440	0	-440	-100,00%
JUN	795	0	-795	-100,00%
JUL	1.459	0	-1.459	-100,00%
AGO	248	0	-248	-100,00%
SEP	2.606	0	-2.606	-100,00%
OCT	2.443	0	-2.443	-100,00%
NOV	952	0	-952	-100,00%
DIC	196	0	-196	-100,00%
TOTAL	10.659	1.043	-9.616	-90,21%

Perfil Semanal PIT Buses



de quienes realizaron consultas en este centro tan sólo una es nacional: Argentina (180 consultas, 17,26% del total), Madrid (89 consultas, 8,53%), Corea del Sur (88 consultas, 8,44% del total), Perú (68 consultas, 6,52%), Brasil (64 consultas, 6,14%), Italia (45 consultas, 4,31%), EE.UU. y Colombia (ambas con 40 consultas y un 3,84% del total cada una), Japón (34 consultas, 3,26%) y México (33

consultas, 3,16%).

A diferencia de 2019, año en el que un 3,32% de todas las consultas que se atendieron en este centro fueron formuladas por visitantes pertenecientes a grupos organizados, en 2020 no se registró ninguna, por lo que fue el centro en el que este tipo de turismo tuvo una menor incidencia..

3. MONUMENTOS Y MUSEOS

El gran patrimonio monumental y museístico de la ciudad de Segovia provocó la inscripción de la ciudad en el listado Patrimonio Mundial de la UNESCO en 1985. En este apartado se analizan los resultados de algunos de los monumentos y museos más importantes para el turismo en la ciudad.

A. MONUMENTOS

En este apartado se analizan los resultados de los tres grandes iconos monumentales de la ciudad: Acueducto, Alcázar y Catedral.

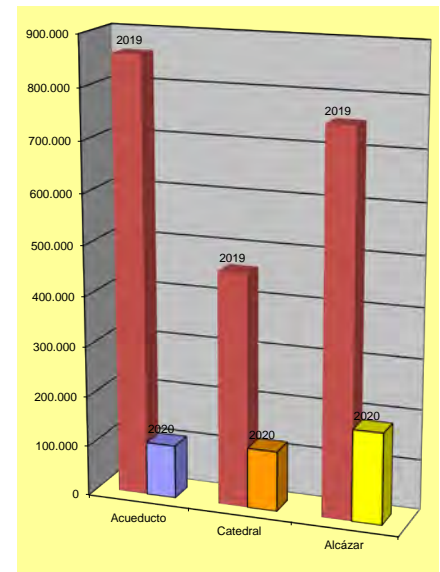
i. Acueducto

El Acueducto es todo un icono de la ciudad (declarado Patrimonio de la Humanidad junto con el resto de la "ciudad vieja de Segovia" en 1985) de vital importancia para el turismo. Sin embargo, dada su longitud (de aproximadamente un kilómetro en su parte monumental pero con unos 16 en total), ubicación (en un espacio abierto) y carácter gratuito (el acceso a él es completamente libre), a día de hoy es prácticamente imposible conocer con exactitud cuantos visitantes se acercan a él para conocerlo.

Dada esta situación, al igual que en anteriores ediciones de este boletín, se toma como referencia para el número de visitas recibidas por el Acueducto el número de visitas que recibió el Centro de Recepción de Visitantes (ubicado a escasos metros del monumento). Así, podría decirse que el Acueducto recibió 106.108 visitas en 2020, un 87,67% menos que en 2019 (siendo esta la caída de visitas más pronunciada de los 3 iconos de la ciudad, por lo que pasó de ser el más visitado de los 3 en 2019, al menos visitado en 2020). De hecho, todos los meses del año registraron cifras inferiores a las alcanzadas en 2019, destacando los casos de Noviembre, Diciembre y Octubre, que, al margen de los meses en los que no hay registros, son los meses en los que esa caída fue más acusada (con pérdidas de visitas del 96,56%, 94,25% y 92,03% respectivamente).

Los tres meses en que recibió un mayor flujo de visitas fueron Enero (39,61% del total anual), Febrero (17,38%) y Agosto (13,51%). Es decir, que los tres meses con mayor volumen de visitas sumaron el 70,5% del año (40,17 puntos por encima de la proporción que soportaron los tres meses más importantes de 2019), mientras que los tres con una menor afluencia (excluyendo los meses en los que no existen registros) apenas alcanzaron el

MES/2020	Cuentapersonas del CRV / Acueducto	Catedral	Alcázar
ENERO	42.034	23.164	40.434
FEBRERO	18.439	27.072	46.909
MARZO	0	8.655	12.650
ABRIL	0	0	0
MAYO	0	0	0
JUNIO	0	1.343	2.950
JULIO	10.355	13.404	18.190
AGOSTO	14.337	24.547	33.823
SEPTIEMBRE	8.621	11.480	15.092
OCTUBRE	6.472	6.805	9.435
NOVIEMBRE	2.422	1.534	1.478
DICIEMBRE	3.428	1.954	1.508
TOTAL 2020	106.108	119.958	182.469



¿Sabías que...?

Por primera vez desde que existen registros, el contador de visitas recibidas en el Centro de Recepción de Visitantes (referencia habitual para realizar una estimación aproximada del número de visitas que recibe el Acueducto) terminó el año con un registro de visitas menor al registrado en el Alcázar.

11,61% del total (7,28 puntos por debajo de los tres peores de 2019), ya que en Noviembre sólo recibió el 2,29% del total anual de visitas, en Diciembre el 3,24% y en Octubre el 6,11%.

Un análisis de las visitas recibidas en el monumento por día de la semana refleja que los Sábados siguen siendo el día en que recibe un mayor número de

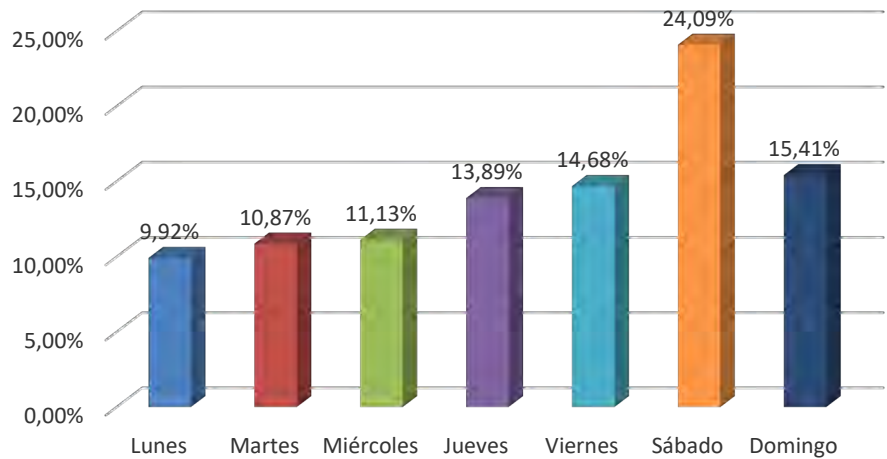
visitas (24,09% del total, lo que supone un crecimiento de su peso respecto al año anterior en 3,75 puntos), aunque el segundo y tercer día más importantes intercambian sus puestos respecto al año anterior. Si en 2019 el segundo puesto lo ocupaban los Viernes a escasos puntos de distancia de los Domingos, son ahora estos últimos los

que ocupan ese puesto (15,41% del total de visitas, 1,4 puntos por encima de su resultado en 2019) y, además, a una cierta distancia de los Viernes (con un 14,68% del total, los Viernes ganan 0,41 puntos respecto al porcentaje que lograron el año anterior pero se quedan a 0,73 puntos de los Domingos). De esta manera, los fines de semana (Sábados y Domingos) vieron crecer su peso del 34,36% del total de visitas que acumularon en 2019 hasta llegar a sumar el 39,5% en 2020 (5,14 puntos más que el año anterior).

De acuerdo con los datos aportados por el Parque Natural Sierra de Guadarrama, el aforador que se encuentra en el azud del Acueducto y que contabiliza el número de personas que lo transitan en intervalos de 60 minutos, registró entre el 1 de Enero y el 9 de Noviembre (última fecha en la que estuvo operativo en 2020, a diferencia de años anteriores en los que se registraron datos hasta el 31 de diciembre) un total de 8.971 visitas, un 16,13% más que el año anterior. Así, la media de visitas diarias registradas en el azud (durante el periodo en que el aforador estuvo operativo) pasó de 21 en 2019 a 28,57 en 2020. Como viene siendo habitual, la media diaria más alta, en este caso 78, se alcanzó durante el mes de Agosto (siendo esta una cifra muy superior a la alcanzada en este mismo mes de 2019, cuando la media fue de 35). El mes con la media diaria de visitas más baja fue Abril, con apenas 0,13 (3,87 puntos por debajo de Noviembre de 2019, peor mes de ese año). Al igual que en años anteriores, el Domingo volvió a ser el día de la semana con una mayor afluencia de visitantes en el aforador del Acueducto, acumulando el 33,91% de todas las visitas (1,69 puntos por debajo del porcentaje alcanzado en este día de la semana en 2019). El día concreto con una mayor afluencia de visitas en el azud del Acueducto fue el Domingo 6 de Septiembre, en el que se registró un total de 197.

La microsite dedicada a este monumento, acueducto. turismodesegovia.com fue un año más, con 22.063 visitas recibidas, la que recibió un mayor tráfico de todas las gestionadas por Turismo de Segovia. Esta cifra supone una caída del 8,52% respecto al año anterior (es necesario destacar que, aunque todas las microsites perdieron visitas, esta fue la que lo hizo en menor medida). Aunque la mayoría de visitas (54,94%) siguieron realizándose desde dispositivos móviles como teléfonos o tablets, lo hicieron en menor proporción que en 2019, año en que las visitas realizadas desde este tipo de medios llegaron al 64,29% (9,35 puntos por encima del resultado de 2020). Las ciudades de Madrid, Segovia y Valladolid fueron los lugares desde las que más se

Perfil Semanal Acueducto 2020

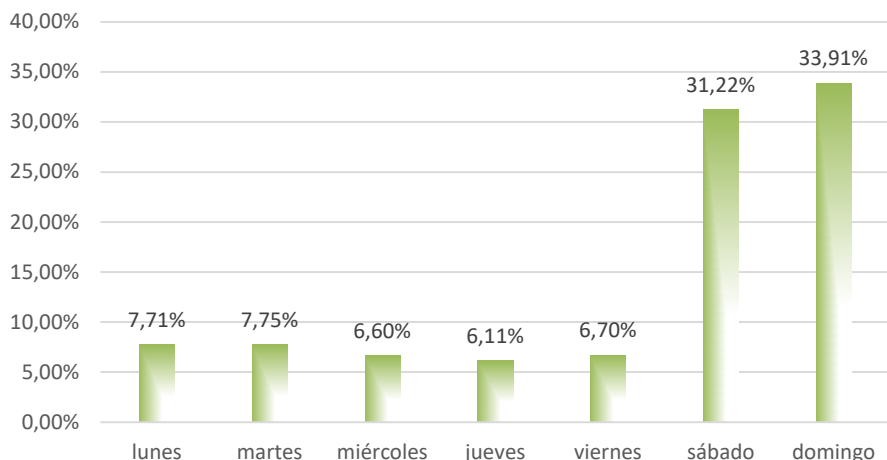


acueducto.turismodesegovia.com													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
2020	2253	2604	2092	2520	2412	1835	1167	1742	1719	1582	1212	925	22.063
2019	2.920	2.540	2.752	2.061	2.119	1.220	1.269	2.321	1.485	2.029	2.157	1.245	24.118
DIF.	-667	64	-660	459	293	615	-102	-579	234	-447	-945	-320	-2.055
%	-22,84%	2,52%	-23,98%	22,27%	13,83%	50,41%	-8,04%	-24,95%	15,76%	-22,03%	-43,81%	-25,70%	-8,52%



Azud del Acueducto de Segovia

Perfil Semanal Azud del Acueducto 2020



visitó esta microsite, pues a ellas les corresponde el 18,99%, 6,59% y 4,49% del total de visitas respectivamente. La duración media de las visitas fue de 1 minuto 13 segundos (6 segundos más que en 2019).

ii. Catedral

La Catedral de Segovia también sufrió una fuerte caída en el número de visitas recibidas a lo largo de 2020. Pasó de las 462.147 visitas de 2019 a tan sólo 119.958 en 2020, es decir, un 74,04% menos. Pese a lo importante de la caída, de los tres grandes hitos monumentales de Segovia, la Catedral fue la que sufrió una menor caída. Las visitas a la torre de la Catedral también cayeron aunque en menor proporción, pues con 17.443 visitas al término del año, esta fue del 64,88% respecto a 2019 (año en que llegó a las 49.668 visitas).

En cuanto a los meses de mayor afluencia de visitantes en el templo, estos fueron los mismos que para el Acueducto, aunque en distinto orden, puesto que en este caso fueron Febrero, Agosto y Enero, con 27.072, 24.547 y 23.164 visitas respectivamente, o lo que es lo mismo, el 22,57%, 20,46% y 19,31% del total (sumando el 62,34% del total anual, lo que incrementa el peso de los tres meses más importantes del año en 29,77 puntos respecto a 2019). Es necesario destacar que, además, Enero y Febrero fueron los únicos meses en los que se superó el número de visitas del año anterior, concretamente en un 8,63% y un 20,28%.

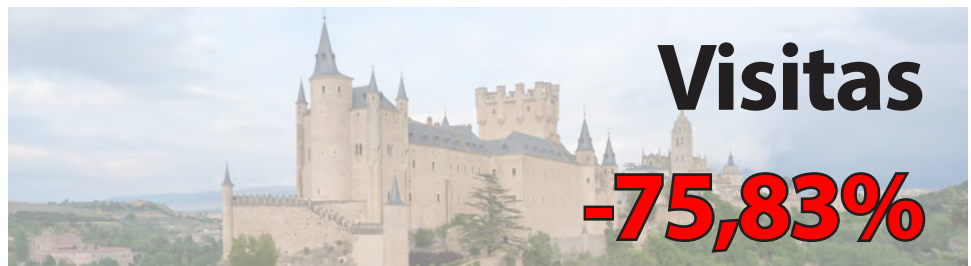
Descartando los meses en los que cerró sus puertas, Junio (1.343 visitas, 1,12% del total), Noviembre (1534 visitas, 1,28%) y Diciembre (1.954 visitas, 1,63%) no sólo fueron los meses con un menor volumen de visitas, sino también en los que existe una mayor diferencia respecto a sus registros del año anterior (en concreto esos meses se perdieron el 96,84%, 95,07% y 93,7% de las visitas respecto a 2019). Estas cifras implican que estos tres meses apenas sumaron el 4,03% del total anual de visitas recibidas, es decir, que la pérdida de peso de los 3 peores meses del año fue de 12,16 puntos respecto a 2019.

iii. Alcázar

El Alcázar de Segovia recibió 182.469 visitas en 2020, un 75,83% menos que en 2019. Al sufrir una pérdida de visitas inferior a la experimentada por el Acueducto (para el que, tal y como se indicó anteriormente, se toma como referencia el número de visitas



Catedral y Alcázar de Segovia



al CRV, con todo lo que esto implica), la fortaleza fue por primera vez el hito turístico más visitado de la ciudad.

Los meses en los que este monumento recibió un mayor número de visitas fueron los mismos que en los casos de la Catedral y el Acueducto, pero su orden no coincide con el de ninguno de los dos. Así, fueron Febrero (46.909 visitas, 25,71% del total), Enero (40.434 visitas, 22,16%) y Agosto (33.823 visitas, 18,54%) los meses con mayor afluencia de visitantes en el Alcázar, que juntos sumaron el 66,40% del total anual (lo que supone un incremento del peso de los tres meses más importantes del año de 34,56 puntos respecto a 2019).

Si no se tienen en cuenta los meses en los que el monumento cerró sus puertas al público, los meses en los que recibió un menor número de visitas

fueron los mismos que en el caso de la Catedral pero en distinto orden: Noviembre (1.478 visitas, 0,81% del total), Diciembre (1.508 visitas, 0,83%) y Junio (2.950 visitas, 1,62%). Estos tres meses juntos tan sólo supusieron el 3,25% del total anual de visitas, por lo que los tres peores meses de 2020 estuvieron 13,15 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019 (estos meses también fueron aquellos que vieron descender de manera más pronunciada sus visitas, con caídas del 96,93% en el caso de Noviembre, 97,01% en Diciembre y 95,65% en Junio). En cualquier caso y al igual que sucedió en la Catedral, al margen de los meses de Enero y Febrero (que fueron los únicos en los que creció el número de visitas en el Alcázar, concretamente en un 14,38% y un 16,47% respectivamente), todos los meses obtuvieron resultados negativos en comparación con los del año anterior.

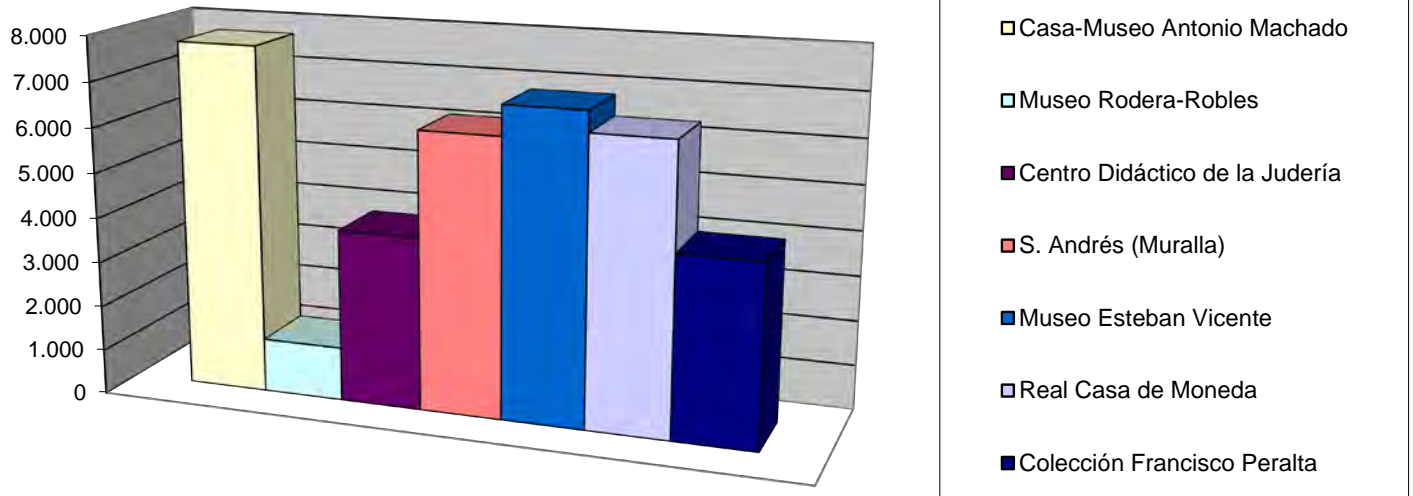
B. MUSEOS

En este apartado se analizan los datos de aquellos espacios museísticos que comparten sus resultados con el Observatorio turístico, es decir, todos los gestionados por Turismo de Segovia (Real Casa de Moneda, Casa-Museo de Antonio Machado, Centro Didáctico de la Judería, Puerta de San Andrés y Colección de

títeres de Francisco Peralta), el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente y el Museo Rodera-Robles.

Todos ellos sumaron un total de 36.236 visitas, cifra inferior a la de 2019 en un 60,74% (pues ese año los mismos espacios llegaron a sumar un total de 92.295 visitas). Esta caída global del número de visitas a museos se debe

a que todos los espacios analizados sin excepción, sufrieron importantes caídas en el número de visitas, siendo el Centro Didáctico de la Judería el que sufrió la caída más acusada (-72,43%) y el Museo Rodera-Robles el que tuvo una caída menos pronunciada (-50,06%).



CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO													
2019	809	1.158	1.701	1.905	1.564	1.304	1.678	3.044	1.658	1.346	1.324	1.412	18.903
2020	1.053	1.657	417	0	0	125	922	1.747	1.138	489	93	108	7.749
DIF.	244	499	-1.284	-1.905	-1.564	-1.179	-756	-1.297	-520	-857	-1.231	-1.304	-11.154
%	30,16%	43,09%	-75,49%	-100,00%	-100,00%	-90,41%	-45,05%	-42,61%	-31,36%	-63,67%	-92,98%	-92,35%	-59,01%
MUSEO RODERA-ROBLES													
2019	185	145	351	301	339	201	2	238	234	116	165	116	2.393
2020	344	188	51	0	0	0	0	401	115	49	47	0	1.195
DIF.	159	43	-300	-301	-339	-201	-2	163	-119	-67	-118	-116	-1.198
%	85,95%	29,66%	-85,47%	-100,00%	-100,00%	-100,00%	-100,00%	68,49%	-50,85%	-57,76%	-71,52%	-100,00%	-50,06%
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA													
2019	648	703	1.381	1.195	1.939	1.006	1.072	1.656	1.653	983	810	920	13.966
2020	707	771	202	0	0	41	420	916	513	188	30	62	3.850
DIF.	59	68	-1.179	-1.195	-1.939	-965	-652	-740	-1.140	-795	-780	-858	-10.116
%	9,10%	9,67%	-85,37%	-100,00%	-100,00%	-95,92%	-60,82%	-44,69%	-68,97%	-80,87%	-96,30%	-93,26%	-72,43%
LA MURALLA - PUERTA DE SAN ANDRÉS													
2019	1.030	753	1.235	1.580	1.295	1.146	1.046	2.721	1.550	1.167	979	1.177	15.679
2020	1.105	1.084	240	0	0	82	671	1.739	732	384	78	64	6.179
DIF.	75	331	-995	-1.580	-1.295	-1.064	-375	-982	-818	-783	-901	-1.113	-9.500
%	7,28%	43,96%	-80,57%	-100,00%	-100,00%	-92,84%	-35,85%	-36,09%	-52,77%	-67,10%	-92,03%	-94,56%	-60,59%
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE													
2019	557	1.215	1.017	1.651	3.291	465	2.252	983	985	1.087	1.754	1.205	16.462
2020	1.045	1.737	641	0	0	37	719	976	548	470	310	363	6.846
DIF.	488	522	-376	-1.651	-3.291	-428	-1.533	-7	-437	-617	-1.444	-842	-9.616
%	87,61%	42,96%	-36,97%	-100,00%	-100,00%	-92,04%	-68,07%	-0,71%	-44,37%	-56,76%	-82,33%	-69,88%	-58,41%
REAL CASA DE MONEDA													
2019	650	824	1.449	1.639	1.445	919	1.479	2.815	1.236	1.197	1.095	1.137	15.885
2020	807	1.297	360	0	0	93	710	1.542	773	513	227	60	6.382
DIF.	157	473	-1.089	-1.639	-1.445	-826	-769	-1.273	-463	-684	-868	-1.077	-9.503
%	24,15%	57,40%	-75,16%	-100,00%	-100,00%	-89,88%	-51,99%	-45,22%	-37,46%	-57,14%	-79,27%	-94,72%	-59,82%
COLECCIÓN DE TÍTERES FRANCISCO PERALTA													
2019	332	325	604	818	1305	523	619	1288	1112	696	670	715	9007
2020	551	916	213	0	0	87	392	754	590	306	95	131	4.035
DIF.	219	591	-391	-818	-1.305	-436	-227	-534	-522	-390	-575	-584	-4.972
%	65,96%	181,85%	-64,74%	-100,00%	-100,00%	-83,37%	-36,67%	-41,46%	-46,94%	-56,03%	-85,82%	-81,68%	-55,20%

i. Real Casa de Moneda

En todo el año 2020, la Real Casa de Moneda recibió 6382 visitas, un 59,82% menos que en 2019 (año en que llegó a recibir 15.885 visitas). Este volumen de visitantes le permite mantenerse como el tercer espacio museístico más visitado, pues recibió el 17,61% de todas las visitas a museos.

De todas las visitas que recibió en 2020, un 9,37% fueron realizadas por personas que formaban parte de grupos organizados. Este porcentaje supone una caída de 6,47 puntos respecto a 2019 pero, sin embargo, se trató del espacio museístico gestionado por Turismo de Segovia con una mayor proporción de visitantes de este tipo (por lo que el Centro Didáctico de la Judería, centro con una mayor proporción de visitantes procedentes de grupos organizados en 2019, cayó al segundo puesto en 2020).

Los meses de Agosto (1.542 visitas, 24,16% del total), Febrero (1.297 visitas, 20,32%) y Enero (807 visitas, 12,64%) fueron en los que este centro recibió un mayor número de visitas, pues juntos acumularon el 57,12% de total anual de visitas (19,77 puntos por encima del porcentaje que sumaron los tres meses más importantes de 2019). En el lado opuesto se encuentran Diciembre (60 visitas, 0,94% del total), Junio (93 visitas, 1,46%) y Noviembre (227 visitas, 3,56%), que, al margen de los meses en los que tuvo que cerrar sus puertas, son en los que recibió menos visitas, sumando tan sólo entre los tres un 5,96% del total anual de visitas (9,11 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019).

Es necesario destacar los casos de Enero y Febrero, en los que se experimentó un considerable crecimiento en el número de visitas respecto a los mismos meses de 2019, en concreto del 24,15% y 57,40% respectivamente. El resto de meses del año se experimentó, sin ningún tipo de excepción, considerables caídas en el número de visitas, destacando los casos de Diciembre (-94,72%), Junio (-89,88%) y Noviembre (-79,27%) por ser los meses en los que se experimentó una mayor pérdida de visitas (al margen de los meses en los que este espacio no abrió sus puertas y en los que, por tanto, la caída fue del 100%).

La distribución por días de la semana de todas estas visitas nos permite saber que en este centro, que habitualmente abre sus puertas de Martes a Domingo (a excepción de determinados puentes y festivos), los días con una mayor afluencia de

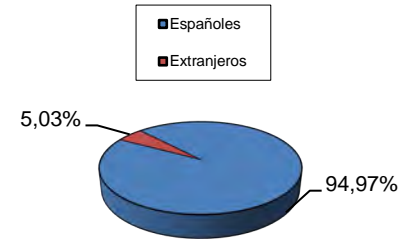


Real Casa de Moneda y Alcázar

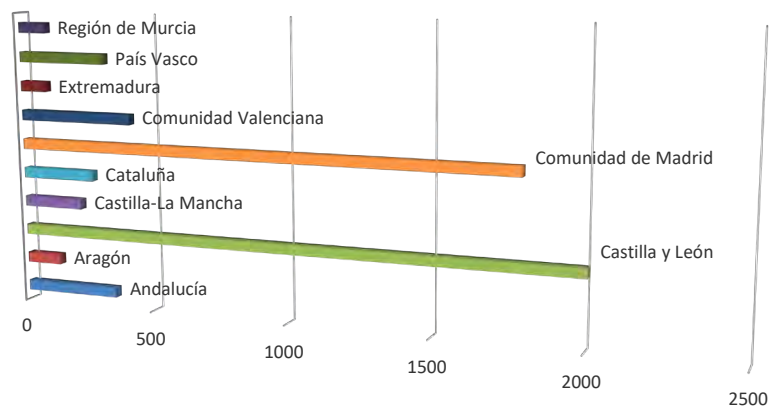
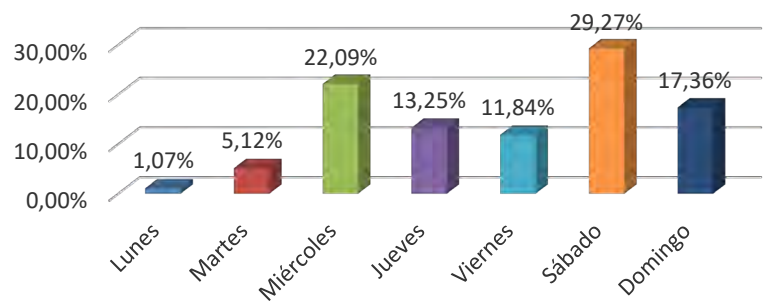


Visitas

-59,82%



Perfil semanal



público volvieron a ser los Miércoles (22,09% del total), día en el que se ofrece acceso gratuito, y los Sábados (29,27%). Así, de Lunes a Viernes se concentraron el 53,38% de las visitas (lo que supone una pérdida de peso de 8,02 puntos respecto a 2019) frente al 46,62% que tuvieron lugar en fin de semana (sábados y domingos).

El 94,97% de todas las visitas fueron realizadas por Españoles (6,05 puntos por encima del porcentaje que supusieron los visitantes nacionales en 2019), por lo que se trata, un año más, del espacio museístico gestionado por Turismo de Segovia con una mayor proporción de visitantes procedentes de nuestro propio país. De este modo, entre las 10 principales procedencias de los visitantes a la Real Casa de Moneda,

no hay ninguna internacional: Castilla y León (2.008 visitas, 31,46% del total), Madrid (1.798 visitas, 28,17%), C. Valenciana (423 visitas, 6,63%), Andalucía (351 visitas, 5,5%), P. Vasco (327 visitas, 5,12%), Cataluña (271 visitas, 4,25%), Castilla La-Mancha (222 visitas, 3,48%), Aragón (130 visitas, 2,04%), Murcia (102 visitas, 1,60%) y Extremadura (97 visitas, 1,52%).

Por un fallo técnico, Google Analytics no registró todos los datos de visitas a la web oficial de la Real Casa de Moneda (www.casamonedasegovia.es, gestionada por Turismo de Segovia) en 2020, por lo que las 8.798 visitas que dicho sistema registró ese año (pertenecientes en su mayoría a los 7 primeros meses del año) no pueden ser comparadas con las 21.622 de todo el año 2019.

La comunidad en redes sociales de la Real Casa de Moneda siguió siendo la más grande de todas las de los museos gestionados por Turismo de Segovia en 2020, pues alcanzó los 5.168 “Me gusta” en Facebook (que crecieron un 5,38% respecto al año anterior) y 2.438 seguidores en Twitter (cifra un 4,95% superior a la alcanzada en 2019).

ii. Casa-Museo de Antonio Machado

La Casa-Museo de Antonio Machado recibió un total de 7.749 visitas (un 59,01% menos que en 2019), por lo que, un año más, fue el museo más visitado de la ciudad. La Casa-Museo recibió el 21,38% de todas las visitas a este tipo de espacios en la ciudad, lo que supuso un incremento de su peso respecto al resto de 0,9 puntos (en 2019 recibió el 20,48% de todas las visitas a museos). Sin embargo, tan sólo un 0,28% de todas las visitas recibidas en este centro fueron realizadas por visitantes pertenecientes a grupos organizados, por lo que, de todos los espacios museísticos gestionados por Turismo de Segovia, fue el que tuvo una menor proporción de este tipo de visitantes (este porcentaje supone un descenso de 6,61 puntos respecto a 2019, año en el que un 6,89% de las visitas a este espacio las realizaron personas que pertenecían a grupos organizados).

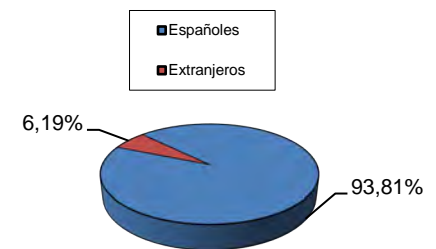
En todos los meses del año se recibió un menor número de visitas que el año anterior, a excepción de Enero y Febrero que, con 1.053 y 1.657 visitas respectivamente, fueron los únicos en los que se superaron las cifras de 2019 (en concreto estos meses crecieron un 30,16% y un 43,19% respectivamente). Así, destacan por lo negativo de sus resultados los meses de Noviembre (93 visitas, -92,35% respecto al mismo periodo del año anterior), Diciembre (108 visitas, -92,35%) y Junio (125 visitas, -90,41%), que fueron también los meses que aportaron una menor proporción de visitas al total anual (en concreto un 1,20%, 1,39% y 1,61% respectivamente). Los tres meses que más aportaron al total anual fueron Agosto (1.747 visitas, 22,54% del total), Febrero (1.657 visitas, 21,38% del total) y Septiembre (1.138 visitas, 14,69%).

Los Sábados repitieron un año más como el día de la semana en el que la Casa-Museo recibió un mayor número de visitas (el 28,62% del total de visitas se llevaron a cabo ese día, incrementándose su peso en 4,24 puntos respecto a 2019), seguido de los Miércoles (18,32%), día en el que se ofrece la entrada gratuita. De esta manera, los Sábados y Domingos acumularon el 46,61% de las visitas (incrementándose el peso de los fines de semana en 8,84 puntos respecto a 2019) y el resto de días el 53,39% del total.

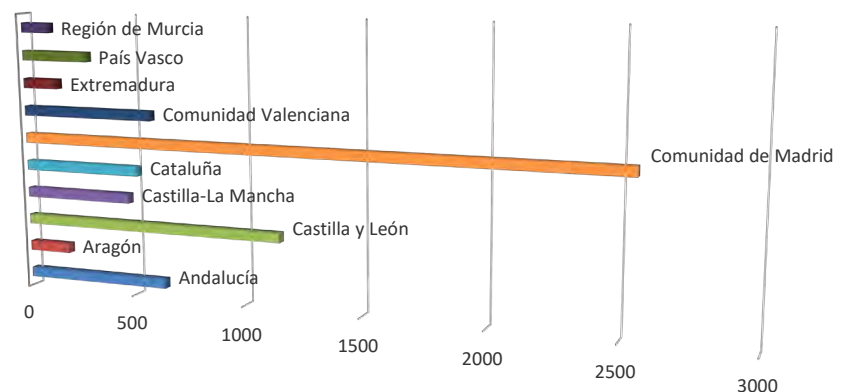
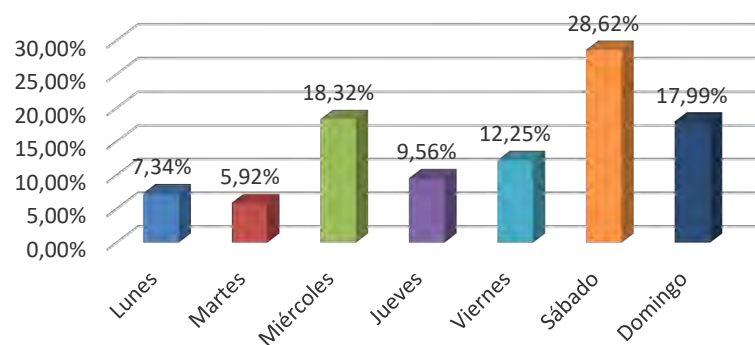


Casa-Museo de Antonio Machado

ANTONIO MACHADO **Visitas -59,01%**



Perfil Semanal



Un análisis pormenorizado sobre los orígenes de quienes realizan todas estas visitas arroja como resultado que el 93,81% de ellos fueron Españoles frente a un 6,19% de Extranjeros. Mientras que en 2019 Francia se colaba entre las 10 principales procedencias, en 2020 todas son nacionales: Madrid (2.556 visitas, 32,85% del total), Castilla y León (1.155 visitas, 14,84%), Andalucía (639 visitas, 8,21%), C. Valenciana (589 visitas, 7,57%), Cataluña (523 visitas, 6,72%), Castilla La-Mancha (479 visitas, 6,16%), P. Vasco (302 visitas, 4,14%), Aragón (186 visitas, 2,39%), Extremadura (158 visitas, 2,03%) y Murcia (127 visitas, 1,63%).

La microsite machado.turismodesegovia.com (gestionada por Turismo de Segovia y dedicada por completo al poeta) recibió 11.772 visitas

en todo el año 2020, lo que supone una pérdida del 17,38% de todas las recibidas el año anterior. Un 58,14% de todas las visitas a esta microsite fueron llevadas a cabo mediante tablets o smartphones, lo que supone un incremento del peso de este tipo de dispositivos móviles de 0,23 puntos respecto al año anterior. Madrid, Segovia y Barcelona volvieron a ser las ciudades desde las que más se visitó esta microsite, en concreto con un 18,88%, 9,14% y 4,75% del total respectivamente. La duración media de cada visita fue de 1 minuto y 19 segundos, 20 segundos menos que en 2019.

Las cuentas en redes sociales asociadas a la Casa-Museo de A. Machado lograron terminar el año con

1.346 "Me gusta" en Facebook y 361 seguidores en Twitter, lo que significa que ambas crecieron respecto al año anterior, concretamente un 14,75% en el primer caso y un 31,27% en el segundo.

iii. Centro Didáctico de la Judería

En el corazón del barrio judío de Segovia se encuentra el Centro Didáctico de la Judería, espacio dedicado al legado sefardí de la ciudad que recibió 3850 visitas en todo 2020, un 72,43% menos que en 2019 (año en el que llegó a recibir 13.966 visitas). Un 7,54% de todas las visitas recibidas fueron llevadas por miembros de grupos organizados, lo que supone un descenso de 14,21 puntos porcentuales respecto a 2019, por lo que pasó de ser el espacio museístico que recibió una mayor proporción de visitas de grupos a ser el segundo.

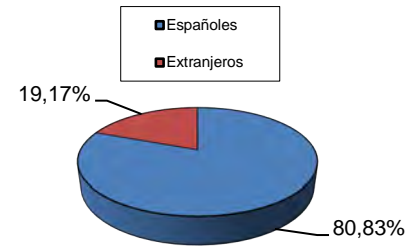
Agosto, Febrero y Enero fueron los meses en los que este centro recibió un mayor número de visitas, con 916 (23,79% del total), 771 (20,03%) y 707 (18,36%) respectivamente. Juntos suman el 62,18% de todas las visitas recibidas a lo largo del año, lo que supone un incremento del peso respecto a los tres meses más importantes del año en 2019 de 24,6 puntos. Hay que destacar que Enero y Febrero fueron además los dos únicos meses del año en los que se mejoraron las cifras de visitas respecto a 2019, pues tuvieron crecimientos del 9,10% y 9,67% respectivamente.

En el lado contrario se encuentran Noviembre (30 visitas, 0,78% del total), Junio (41 visitas, 1,06%) y Diciembre (62 visitas, 1,61%), que juntos apenas suponen el 3,45% del total anual de visitas (12,02 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019). Estos mismos tres meses fueron además, al margen de aquellos en que el centro permaneció cerrado, en los que el centro experimentó una mayor caída en el número de visitas recibidas en comparación con el año anterior, con caídas del 96,3% en Noviembre, del 95,92% en Junio y del 93,26% en Diciembre.

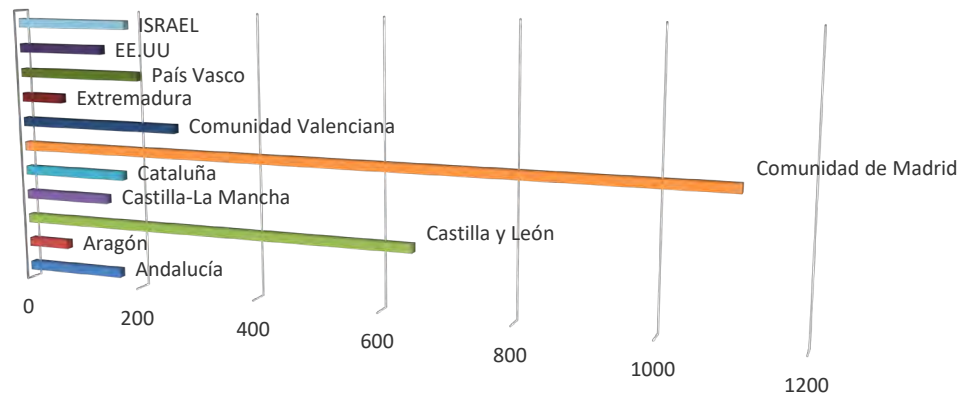
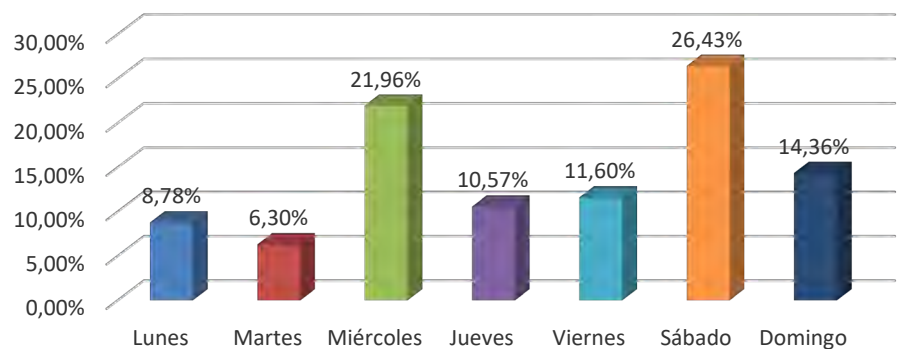
Respecto a la distribución de las visitas por días de la semana, si bien en 2019 el día en que más visitas se recibieron fue el Miércoles (día de acceso gratuito), en 2020 ese día pasó al segundo lugar (con tan sólo el 21,96% del total de visitas), siendo el Sábado el nuevo día de mayor afluencia en este centro (con un 26,43% del total). De esta manera, se reduce la diferencia entre el



Visitas
-72,43%



Perfil Semanal



peso de las visitas entre semana y en fin de semana respecto a 2019, pues ese año de lunes a viernes se recibió el 67,60% de las visitas y el 32,40% en fin de semana, mientras que en 2020 entre semana se recibió el 59,21% del total y los Sábados y Domingos el 40,79%.

Es necesario destacar que, un año más, el Centro Didáctico de la Judería volvió a ser el espacio museístico gestionado por Turismo de Segovia con una mayor proporción de visitas internacionales. A pesar de caer del 45,57% en 2019 al 19,17% en 2020 (26,4 puntos menos), este centro es, tal y como se indica, el que tuvo una mayor proporción de visitantes extranjeros. Es por esto que, entre las principales

procedencias en este centro, dos fueron de carácter internacional: Madrid (1.108 visitas, 28,62% del total), Castilla y León (650 visitas, 16,79%), C. Valenciana (268 visitas, 6,92%), P. Vasco (207 visitas, 5,35%), Israel (187 visitas, 4,83%), Cataluña (175 visitas, 4,52%), Andalucía (164 visitas, 4,24%), Castilla La-Mancha (145 visitas, 3,75%), EE.UU. (144 visitas, 3,72%), Aragón y Extremadura (ambas con 70 visitas y un 1,81%).

La microsite judería.turismodesegovia.com, gestionada por Turismo de Segovia, alcanzó un total de 12.730 visitas, es decir, un 3,02% más que en 2019, por lo que fue la única microsite gestionada por Turismo de Segovia que mejoró los resultados del año anterior.

Un 63,94% de todas estas visitas se realizaron desde dispositivos móviles, creciendo su peso respecto al año anterior en 7,6 puntos. Las ciudades de Madrid y Segovia volvieron a ser las dos ciudades desde las que se llevaron a cabo más visitas, con un 13,09% y un 8,27% del total respectivamente, pero en el tercer lugar ya no se encontró Barcelona (como sucedió en 2019), sino Santiago de Chile, que aportó el 3,72% de las visitas a este espacio web. La duración media de las visitas que recibió fue de 1 minuto 9 segundos, 14 segundos menos que el año precedente.

Las cuentas en Facebook y Twitter asociadas al Centro Didáctico de la Judería terminaron el año con 1679 "Me gusta" y 360 seguidores respectivamente, por lo que en cada caso crecieron un 3,83% y un 35,34% respecto a 2019.

iv. Puerta de San Andrés

En 2020, un total de 6.179 visitas pasaron por el adarve de La Muralla y el cuerpo de guardia de la Puerta de San Andrés, ubicada en la plaza del Socorro, junto al PIT Muralla (este volumen es un 60,59% inferior al recibido en 2019). Habiéndose atendido en dicho PIT un total de 9.912 consultas, puede decirse que un 62,34% de dichas consultas terminó en visita al adarve (proporción 8,42 puntos superior a la del año anterior).

Un 63,56% de las visitas se concentró en los meses de Agosto (1.739 visitas, 28,14% del total), Enero (1.105 visitas, 17,88%) y Febrero (1.084 visitas, 17,54%), por lo que los tres meses más importantes de 2020 tuvieron un peso 26,24 puntos porcentuales por encima de los tres principales de 2019. Además, los meses de Enero y Febrero fueron los únicos que mejoraron sus cifras de visitas respecto al año anterior, pues crecieron un 7,28% y 43,96% respectivamente.

En el lado contrario se encuentran, a mayores de los meses en que cerró sus puertas, los meses de Diciembre (64 visitas, 1,04% del total), Noviembre (78 visitas, 1,26%) y Junio (82 visitas, 1,33%), que juntos tan sólo acumularon 3,63% (8,04 puntos por debajo del resultado de los tres peores meses de 2019). Los tres meses que sufrieron caídas más pronunciadas fueron estos mismos, pues la pérdida de visitas en Noviembre del 92,03%, en Junio fue del 92,84% y en Diciembre del 94,56%.

Puesto que en este centro no es técnicamente posible saber la procedencia de quienes accedieron a la Puerta de San Andrés pero sí de quienes realizaron algún tipo de consulta en el PIT Muralla, si se toman estas como referencia, la gran mayoría serían nacionales, y las diez más



La Muralla desde la Puerta de San Andrés



La Muralla

importantes serían: Madrid, Castilla y León, Andalucía, C. Valenciana, Castilla La-Mancha, P. Vasco, Cataluña, Argentina, EE.UU. y Aragón.

La microsite muralla.turismodesegovia.com, destinada en exclusiva a La Muralla y gestionada por Turismo de Segovia, recibió 3.800 visitas en 2020, por lo que la caída que experimentó respecto al año anterior fue del 39,94%. Un 65,13% de todas esas visitas fueron realizadas mediante móviles y tablets, por lo que los dispositivos móviles incrementaron su peso en 4,06 puntos. Las tres ciudades desde las que llevaron a cabo más visitas a este espacio fueron las mismas que

en 2019: Madrid (28,34% del total), Segovia (13,32%) y Valladolid (9,05%). La duración media de las visitas fue un segundo más larga que el año anterior, pues pasó de ser de 1 minuto y 24 segundos de duración a 1 minuto y 25 segundos.

Las cuentas en RR.SS. asociadas a la Muralla que gestiona Turismo de Segovia terminaron el año con 1.421 "Me gusta" en el caso de Facebook y 1.203 seguidores en el de Twitter. Estas cifras suponen un incremento anual del 5,97% en el número de "Me gusta" y del 15,78% en el de seguidores en Twitter.

v. Colección de Títeres de Francisco Peralta

La Puerta de Santiago alberga la Colección de Títeres de Francisco Peralta, espacio museístico que en 2020 recibió 4.035 visitas, es decir, un 55,20% menos que en 2019 (pese a lo pronunciado de la caída, es el espacio museístico que menos visitas perdió de todos los gestionados por Turismo de Segovia). Un 2,3% de todas las visitas recibidas pertenecían a grupos organizados, lo que supone un descenso de 5,63 puntos respecto a 2019.

Febrero (591 visitas, 22,7% del total), Agosto (754 visitas, 18,69%) y Septiembre (590 visitas, 14,62%) fueron los meses en los que la colección recibió un mayor volumen de visitas, sumando entre los tres el 56,01% del total (14,88 puntos porcentuales por encima de los tres meses más importantes de 2019). Al igual que en otros espacios, se da la circunstancia de que tan sólo durante Enero (+65,96%) y Febrero (+181,85%) se superaron los resultados mensuales del año anterior, destacando también los meses de Noviembre (-85,82%), Diciembre (-81,68%) y Junio (-83,37%) por ser los que más visitas perdieron (al margen de aquellos meses en los que tuvo que cerrar sus puertas y, por tanto, perdió el 100% de las visitas). Estos tres meses pero en distinto orden, es decir, Junio (87 visitas, 2,16% del total), Noviembre (95 visitas, 2,35%) y Diciembre (131 visitas, 3,25%), también fueron los tres que aportaron menos visitas al total anual, pues sólo suman entre los tres el 7,76% de todas las recibidas en 2020 (5,35 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019).

El día de la semana en que la colección recibió un mayor número de visitas fue el Sábado (35,54% del total) seguido del Domingo (22,68%), por lo que se trata del único espacio museístico gestionado por Turismo de Segovia que recibió más visitas en fin de semana (58,22%) que entre semana (41,78%).

La principal procedencia de quienes visitaron este centro fue nacional, en concreto el 90,66% (9,75 puntos por encima del porcentaje de visitantes españoles en 2019). Esta abrumadora mayoría de visitantes nacionales provoca que, entre los principales lugares de origen de estos visitantes no se encuentre ninguno internacional: Madrid (1.287 visitas, 31,90%), Castilla y León (1.235 visitas, 30,61%), C. Valenciana (182 visitas, 4,51%), Andalucía (173

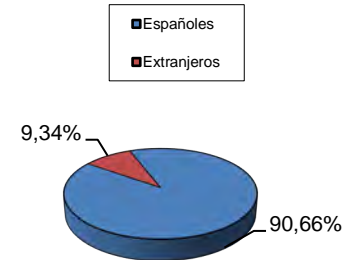


Puerta Colección de Títeres de Francisco Peralta

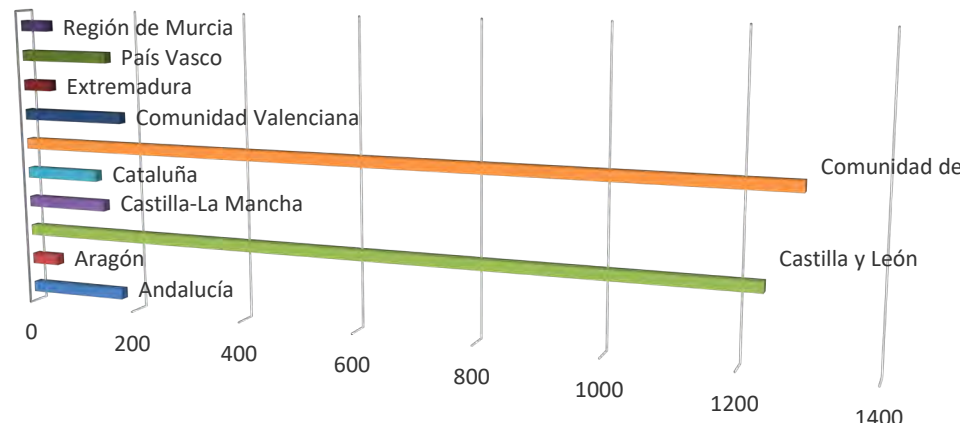
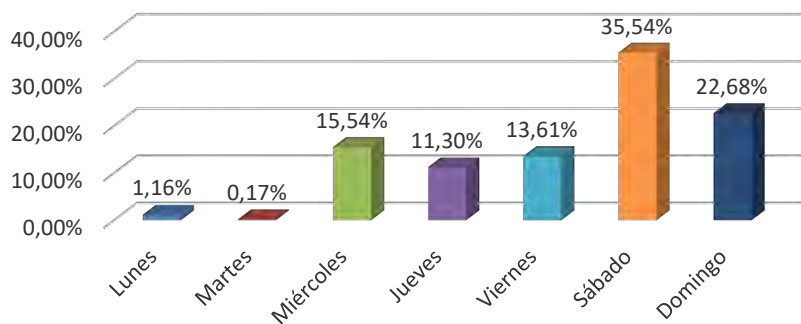
Colección de Títeres de Francisco Peralta

Visitas

-55,20%



Perfil Semanal



visitas, 4,29%), País Vasco (159 visitas, 3,94%), Castilla La-Mancha (145 visitas, 3,59%), Cataluña (132 visitas, 3,27%), Extremadura (50 visitas, 1,24%), Aragón y Murcia (ambas con 49 visitas y un 1,21%).

La microsite títeres.turismodesegovia.com, espacio web dedicado a la Colección de Títeres de Francisco Peralta que gestiona Turismo de Segovia, recibió un total de 3.555 visitas en 2020, un 35,23% menos que el año anterior. Un 58,2% de todas estas visitas se llevaron a cabo desde dispositivos móviles, por lo que, aunque siguen aportando la mayoría de visitas frente a las realizadas desde

ordenadores, su peso disminuyó en 6,75 puntos. Las tres ciudades desde las que se realizaron más visitas a esta microsite fueron las mismas que en 2019 pero en distinto orden, pues si entonces fueron Madrid, Segovia y Valladolid, en 2020 fueron Segovia, Madrid y Valladolid (con un 21,74%, 17,89% y 5,37% del total respectivamente). La duración media de las visitas recibidas pasó de ser de 1 minuto y 49 segundos en 2019 a 2 minutos y 21 segundos en 2020 (se incrementó en 32 segundos).

La comunidad en redes sociales de la Colección de Títeres de Francisco Peralta repitió un año más como la segunda más grande de todos los espacios museísticos gestionados por Turismo de Segovia, ya

que en Facebook terminó el año con 1607 "Me gusta" (un 5,45% más que en 2019) y en Twitter con 1.143 seguidores (un 6,13% más que el año anterior).

vi. Resto de museos (Museo Esteban Vicente y Museo Rodera Robles)

El segundo museo de la ciudad por volumen de visitas recibidas fue, al igual que en 2019, el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, con un total de 6.846 visitas (-58,41% respecto a 2019), es decir, el 18,89% del total de las recibidas en los museos de la ciudad. Los meses en los que recibió más visitas fueron Febrero (1.737 visitas, 25,37% del total anual), Enero (1.045 visitas, 15,26%) y Agosto (976 visitas, 14,26%), que juntos sumaron el 54,89% del total (10,57 puntos por encima de los tres mejores meses de 2019). Es necesario destacar que Enero y Febrero fueron además los únicos meses en los que se mejoraron los resultados del año anterior, en concreto en un 87,61% y 57,40% respectivamente. Por el contrario, además de los meses en los que estuvo cerrado y que por tanto perdieron en la comparativa interanual el 100% de las visitas (Abril y Mayo), destacan en el lado negativo por su caída de visitas los meses de Junio (-92,04%), Noviembre (-82,33%) y Diciembre (-69,88%), que también fueron los meses en los que dicho museo recibió un menor número de visitas, con 37 en Junio (0,54% del total), 310 en Noviembre (4,53%) y en Diciembre 363 (5,3%). Estos tres meses apenas aportaron el 10,37% del total anual de visitas, 1,87 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019.

El Museo Rodera-Robles repitió un año más como el museo con menos visitas de todos los analizados en este boletín, pues tan sólo recibió 1.195 visitas en todo el año (un 3,3% del total de visitas recibidas en los museos de la ciudad), lo que supone una caída del 50,06% en el volumen de visitas recibidas. Este Museo fue el que se vio obligado a cerrar durante más meses, en concreto 5 (de Abril a Julio y Diciembre). De los 7 meses que si que pudo abrir sus puertas, los tres con mayor afluencia de visitantes fueron Agosto (401 visitas, 33,56% del total), Enero (344 visitas, 28,79%) y Febrero (188 visitas, 15,73%), que juntos sumaron el 78,08% del total anual (36,66 puntos por encima del porcentaje alcanzado por los tres mejores meses de 2019). Estos tres meses también fueron los únicos que mejoraron sus resultados respecto al año anterior, en concreto un 85,95% en Enero, un 68,49% en Agosto y un 29,66% en Febrero. Por el Contrario, los tres meses que aportaron menos visitas al total anual de este museo fueron Noviembre (47 visitas, 3,93% del total), Octubre (49 visitas, 4,10%) y Marzo



Museo Rodera-Robles



Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente

¿Sabías que...?

Según el Informe Mundial de Museos que elaboran AECOM (empresa especializada en arquitectura, diseño, transporte y sostenibilidad) y TEA (Themed Entertainment Association), durante 2020 las visitas a los 20 museos más importantes del mundo cayeron un 77,7% respecto a 2019 (estos museos cerraron a causa del COVID19 una media de 112 días en todo el año 2020, siendo Italia y España los primeros países europeos en imponer cierres de museos).

El Museo Reina Sofía de Madrid, único museo español en este top mundial, mantuvo su 12ª posición del año 2019 a pesar de tan sólo haber recibido 1.248.000 visitas (un 71,8% menos de visitas que el año anterior).

(51 visitas, 4,27%), que juntos sumaron el 12,3% del total (2,52 puntos porcentuales por encima de los tres peores meses de 2019). Al margen del periodo en que este museo permaneció cerrado, estos meses también fueron aquellos en los

que este museo experimentó una mayor pérdida de visitas respecto al año anterior (con pérdidas del 85,47% en Marzo, el 71,52% en Noviembre y el 57,76% en Octubre).

4. ÁREAS DE NEGOCIO DE LA EMT

Turismo de Segovia tiene en la Empresa Municipal de Turismo (EMT) su principal herramienta para la gestión turística del destino. En el presente apartado se estudian los resultados más importantes de tres de las unidades de negocio de la Empresa Municipal de Turismo: Central de Reservas, Oficina de Congresos (Convention Bureau) y Oficina de Rodajes (Segovia Film Office).

A. CENTRAL DE RESERVAS

La unidad de negocio de la EMT destinada a la comercialización de productos turísticos (tanto propios como de terceros) es la Central de Reservas de Segovia, que lleva a cabo sus ventas tanto de manera presencial (en el Centro de Recepción de Visitantes) como online (a través de las webs de empresas colaboradoras, de la web www.turismodesegovia.com y, a partir de junio, a través de www.reservasdesegovia.com).

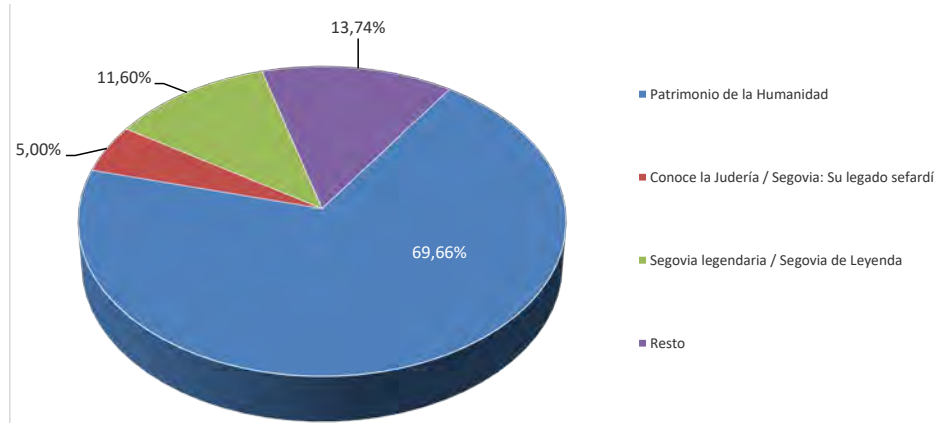
Asociadas a la actividad de la Central de Reservas existen dos cuentas en RR.SS., una en Facebook (que terminó el año con 1.785 "Me gusta") y otra en Twitter (que acabó 2020 con un total de 886 seguidores), que crecieron un 25% y un 3,02% en cada caso respecto a sus resultados en 2019.

i. Visitas guiadas Conoce Segovia

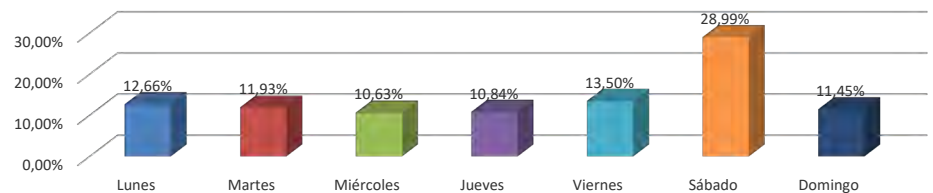
El producto más vendido de todos los comercializados por la CRS volvieron a ser las Visitas Guiadas, que terminaron el año con 6.318 participantes, es decir, un 68,34% menos que en 2019 (en esta ocasión se han tenido en cuenta para la estadística tanto las visitas del programa "Conoce Segovia" como las de los programas especiales "El dulce vivir" y "Segovia como nunca la has visto", pues en todos ellos se han incluido visitas pre-programadas en fechas/horas concretas pensadas para clientes individuales). Esta cifra de participantes supone, tras 13 años de continuo crecimiento (a excepción de la leve caída experimentada en 2018), el peor resultado de los últimos años, pues para encontrar un dato inferior hay que remontarse al año 2008, que terminó con 4.171 participantes.

El 69,66% de los participantes en visitas (4.401 personas) realizaron la denominada como "Patrimonio de la Humanidad", que repitió como la más popular de todas las ofertadas, muy por delante de otras opciones como "Conoce la Judería" / "Segovia: Su legado sefardí" (que atrajo a 316 personas, el 5% de los participantes en visitas guiadas) o "Segovia

Usuarios de los Productos Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Año 2020				
MES	Visitas Guiadas	Alquiler de Audioguías	Tarjeta Turística	Publicaciones CRV
ENE	898	59	4	74
FEB	1.124	85	9	18
MAR	310	6	2	5
ABR	0	0	0	0
MAY	0	0	0	0
JUN	287	0	2	0
JUL	812	5	11	2
AGO	1.780	23	7	123
SEP	607	10	21	58
OCT	353	0	5	39
NOV	33	0	1	14
DIC	114	4	2	15
TOTAL	6.318	192	64	348



Perfil Semanal
Participantes Patrimonio de la Humanidad



legendaria" / "Segovia de Leyenda" (en la que participan 766 personas, el 11,6% de participantes en visitas). Sin embargo, la visita "Patrimonio de la Humanidad" perdió peso respecto al resto, puesto que el año anterior acaparó el 79,28% del total de participantes en visitas, es decir, que en 2020 este porcentaje bajó 9,62 puntos. Los tres meses en que esta visita gozó de un mayor volumen de participantes fueron Agosto, Febrero y Enero con 1.138, 994 y 844 participantes respectivamente, o lo que es lo mismo, un 25,86%, 22,59% y 19,18% del total cada uno respectivamente (en conjunto, estos tres meses concentraron el 67,62% de todos los participantes en esta visita, 31,97 puntos porcentuales por encima de los tres mejores meses de 2019). Los

meses de Noviembre (15 participantes, 0,34% del total), Diciembre (20 participantes, 0,45%) y Octubre (229 participantes, 5,20%) fueron los peores para esta visita, puestos apenas aportaron 264 participantes, un 6% del total (10,02 puntos por debajo de los tres peores meses de 2019). El día de la semana en el que esta visita gozó de un mayor número de participantes fue el Sábado (con un 28,99% del total), mientras que el día con menos participantes fue el Miércoles (con un 10,63%). En el conjunto de días laborables se acumularon en esta visita, mientras que el fin de semana (sábado y domingo), tan sólo hubo el 40,45%.



Servicio de alquiler de Audioguías



Vuelo en globo, actividad con descuento gracias a la Tarjeta Turística Amigos de Segovia



Participantes de la visita guiada "Conoce Segovia"

La visita "Segovia legendaria" / "Segovia de Leyenda" (equivalente a la denominada anteriormente como "Paseos al anochecer" / "Paseos al atardecer"), volvió a ser la segunda con más participantes en todo el año. Con un total de 733 participantes (un 60,46% menos que en 2019), aportó el 11,6% del total anual (2,23 puntos por encima de lo que aportó en 2019). Los meses Agosto, Julio y Septiembre fueron aquellos en los que esta visita logró u mayor número de participantes, en concreto 221 (30,15% del total anual), 204 (27,83%) y 139 (18,96%) respectivamente, mientras que, de todos los meses en los que se ofertó, Noviembre, Marzo y Febrero fueron en los que sedujo a un menor número de personas con 9, 19 y 54 participantes respectivamente (es decir, el 1,23%, 2,59% y 7,37% del total anual respectivamente). Así, los tres meses más importantes del año para esta visita acumularon el 76,94% del total anual (37,67 puntos por encima de los tres mejores meses de 2019) y los tres peores el 11,19% del total anual (3,05 puntos por debajo del resultado

obtenido por los tres peores meses para esta visita en 2019).

La visita guiada "Conoce la Judería", que destacó en años anteriores por el crecimiento que venía experimentando a volumen de participantes, en 2020 vio como estos se redujeron en un 67,76% hasta quedarse en un total de 316 (aportando un 5% al total anual de participantes en visitas guiadas, 0,05 puntos por encima del porcentaje aportado en 2019).

ii. Audioguías, Tarjetas turísticas y Publicaciones

Al margen de su extensa oferta de visitas guiadas, la Central de Reservas de Segovia pone a disposición de todos los visitantes un buen número de productos y servicios. En este apartado se analiza el resultado obtenido de tres de ellos: alquiler de audioguías, venta de tarjetas turísticas y de publicaciones (en el Centro de Recepción de Visitantes).

El número de audioguías alquiladas sufrió una caída del 79,35%

respecto al año anterior, pues pasó de un total de 930 alquileres realizados a tan sólo 192. El mes de mayor demanda de audioguías fue Febrero, en el que se llevaron a cabo 85 alquileres (un 150% más que el mismo mes del año anterior), es decir, el 44,27% del total anual.

Respecto a la venta de publicaciones en el Centro de Recepción de Visitantes, si durante los últimos años ya venía experimentándose una tendencia negativa, en 2020 ésta se acentuó. Si en 2019 se vendieron 2.005 ejemplares de diversas publicaciones, en 2020 tan sólo se vendieron 348 (un 82,64% menos). El mes en el que se vendió un mayor volumen ejemplares fue Agosto, con 123 unidades vendidas, es decir, un 35,34% del total de las ventas anuales de esta categoría.

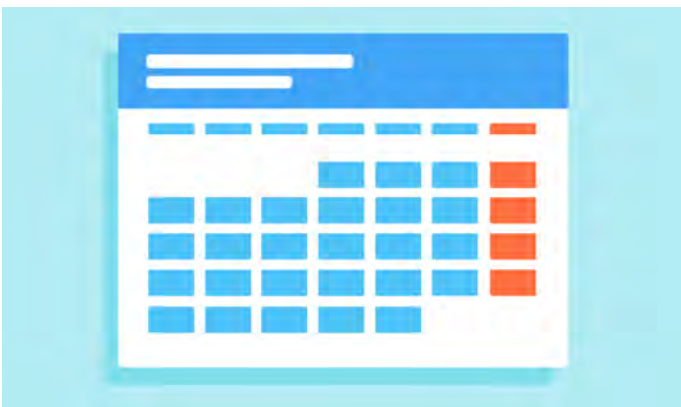
Las ventas de la Tarjeta Turística "Amigos de Segovia" también cayeron significativamente hasta que el año acabó con un total de 64 unidades vendidas, un 68% menos que el año anterior. El mejor mes para la venta de tarjetas turísticas fue Septiembre, que con 21 unidades vendidas, fue el único mes de todo el año en que se mejoraron los resultados del año anterior.



Turismo de Segovia en FITUR 2020



Evento celebrado en Segovia



20 Eventos



1.896 Delegados

B. OFICINA DE CONGRESOS DE SEGOVIA (SEGOVIA CONVENTION BUREAU)

La Oficina de Congresos de Segovia (Segovia Convention Bureau), es la encargada de promocionar la ciudad de Segovia como sede de congresos, destino en viajes de incentivo, sede de convenciones y todo tipo de reuniones de negocios.

Si en 2019 esta oficina alcanzó la cifra récord de 101 eventos gestionados en la ciudad, en 2020 esta cayó hasta terminar el año en tan sólo 20 eventos, un 80,20% menos. Así, el número de delegados también cayó en proporción similar, pasando de la cifra récord de 12.820 de 2019 hasta los 1.896 de 2020, es decir, un 85,21% menos.

Los tres principales sectores de actividad a los que pertenecían las entidades organizadoras de las reuniones fueron, por orden de importancia, el médico-sanitario, el económico-comercial y el universitario.

El 89% de todos estos encuentros tuvieron lugar entre los meses de Enero y Febrero, mientras que el 11% restante tuvo lugar en Septiembre. Respecto al número de participantes por reunión, en el 89,5% de los casos este se situó en la horquilla que va entre los 50 y 150 participantes. La duración media de las reuniones se situó en 2,03 días (0,42 puntos por debajo de la duración media en 2019).

Esta oficina también es la encargada de gestionar los viajes de familiarización (para touroperadores, periodistas, responsables de empresas e instituciones) y, si en 2019 se gestionaron 6 viajes de este tipo en la ciudad, en 2020 no se llevó a cabo ninguno por causa de la pandemia.

El espacio online dedicado a esta oficina, segoviacongresos.turismodesegovia.com, experimentó una importante caída de visitas, pasando de las 2.263 recibidas en 2019 a tan solo 1.257 en 2020 (un 44,45% menos).

Respecto a su presencia en redes sociales, el número de “Me gusta” que acumuló la Oficina de Congresos de Segovia en Facebook fue de 362 (un 17,15% más que en 2019), mientras que el número de seguidores en Twitter llegó a 168 (un 12,75% más que el año anterior).

C. OFICINA DE RODAJES DE SEGOVIA (SEGOVIA FILM OFFICE)

La entidad encargada de promocionar la ciudad como el mejor lugar para el rodaje de todo tipo de producciones audiovisuales es la Oficina de Rodajes de Segovia (Segovia Film Office). En 2020 esta oficina colaboró para que 25 producciones distintas tuvieran lugar en Segovia, cifra un 43,18% inferior a la alcanzada en 2019 (año en la que el número de producciones en la ciudad llegó a 44).

La Antigua Cárcel de Segovia fue, un año más, la localización estrella de la ciudad, pues con 11 producciones llevadas a cabo en sus instalaciones, fue el escenario más demandado por las productoras que llevaron a cabo sus proyectos en la ciudad



Rodaje de "Veneno" en la Antigua Cárcel de Segovia



Rodaje de "Amar es para siempre" en la antigua cárcel de Segovia



(en 2019 el número de producciones en este espacio llegó a un total de 20, por lo que la caída fue del 45%).

La web de esta unidad de negocio, www.segoviafilmoffice.com, vio como el número de visitas que recibió cayó hasta llegar a 6.853, un 18,41% menos respecto a las 8.412 que recibió en 2019. Las redes sociales asociadas a la Oficina de Rodajes de Segovia experimentaron

un leve crecimiento, pues el número de "Me gusta" en Facebook se vio incrementado en un 3,42% (pasó de los 1.316 "Me gusta" de 2019 a los 1.361 de 2020) y el de seguidores en Twitter un 7,21% (pasó de 721 seguidores en 2019 a 773 en 2020).

¿Sabías que...?

A pesar de la crisis provocada por el COVID19 se siguieron grabando en Segovia algunas producciones de destacable calado nacional e internacional como:

- Lo de Evolé (presentación del nuevo proyecto de Jordi Évole para La Sexta en la Antigua Cárcel).

- Veneno (serie española de ATRESMEDIA nominada en la categoría LGBTQ+ de los galardones MIPCOM DiversityTV Excellence Awards en el Festival Internacional de Cannes).

- Amar es para siempre (serie histórica de de ATRESMEDIA para la franja de sobremesa española, con más de 2.000 capítulos emitidos).

- Wheel of time (una de las superproducciones más esperadas de Amazon Prime).

5. OTROS DATOS DE INTERÉS

A continuación se detallan algunos datos que, al no encajar en ninguno de los apartados anteriores, son analizados en este punto por su interés para la ciudad de Segovia como destino turístico.

A. ALBERGUE MUNICIPAL DE PEREGRINOS "FUENTE DEL PÁJARO"

El albergue municipal de peregrinos de Segovia, ubicado en Zamarramala y denominado "Fuente del Pájaro", permaneció cerrado durante todo el año 2020 con motivo de la crisis provocada por la pandemia del COVID-19. Por este motivo, la caída de peregrinos fue del 100%, pues pasaron de los 414 de 2019 a 0 en 2020.

A pesar de esta circunstancia, la cuenta de Facebook del albergue municipal vio crecer el número de "Me gusta" en un 9,02% (terminó el año con 266 "Me gusta") y en Twitter los seguidores crecieron un 7,14% (finalizó el año con 285 seguidores).

B) MARCA DE GARANTÍA "COCHINILLO DE SEGOVIA"

Desde PROCOSE (Asociación para la Promoción del Cochinillo Segoviano), se informa a Turismo de Segovia de que durante todo el año 2020 se consumió en los restaurantes asociados un total de 17.100 cochinillos, lo que supuso una caída anual del 65,56% en el consumo de este insigne producto de la gastronomía segoviana (frente a la cifra récord que se alcanzó en 2019, año en el que el consumo en restaurantes de cochinillos con marca de garantía llegó a un total de 49.658).

Hay que destacar que, una parte muy importante de esos cochinillos se consumieron durante el evento "Los 5 días del Dorado", que se desarrolló antes del estallido del COVID19 en España. Tanto fue así que la cifra de raciones servidas durante esos 5 días superó las 7.000, lo que supuso el establecimiento de un nuevo récord, pues se mejoró la cifra de 2019 (6.200 raciones) en un 12,9%.

C) REALES SITIOS

Fuera de Segovia capital, pero dentro de su área de influencia, se encuentran los Palacios Reales de La Granja de San Ildefonso y Riofrío, ambos gestionados por Patrimonio Nacional.

Estos dos palacios recibieron un total de 694.082 visitas en 2019, que se desglosaron en 232.993 a los dos palacios,



Albergue municipal de peregrinos



Cochinillo de Segovia



Salón del Palacio Real de la Granja de San Ildefonso

57.248 a las Fuentes de La Granja y 403.841 a los Jardines de La Granja. En 2020, sin embargo, el total fue de tan sólo 406.936 visitas (un 41,37% menos) que se desglosó en 86.529 visitas a los dos palacios (un 62,86% menos) y 320.407 visitas a los Jardines de La Granja (un 20,66% menos), ya que la temporada de Fuentes de la Granja fue cancelada (y por tanto sufrió una caída del 100%).

¿Sabías que...?

Según Patrimonio Nacional, los jardines y palacios reales de La Granja de San Ildefonso y Riofrío sumaron juntos más visitas que el Palacio Real de Madrid, que fue el más visitado de España en 2020 con 304.308 visitas.

6. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

El COVID19 hizo de 2020 el peor año de la historia para el turismo en nuestro país. Las restricciones en la movilidad provocaron que el volumen de visitantes extranjeros en España cayese (según datos del INE) hasta los 18,96 millones de turistas, es decir, un 77,3% menos que el año anterior. En consecuencia, el volumen de gasto anual generado por este tipo de Turismo en nuestro país también descendió considerablemente respecto a 2019, quedándose en unos escuetos 19.739 millones, o lo que es lo mismo, un 78,52% menos que el año anterior (en el que esta cifra superó los 92.278 millones). Si se analizan los resultados que ofrece la Junta de Castilla y León a través de su Boletín de Coyuntura Turística se observa que, a nivel regional, el turismo también sufrió un duro varapalo. El número total de viajeros recibidos en la comunidad (sumando nacionales e internacionales) se quedó en 2.924.560 y el número de pernотaciones en 5.325.455 que, comparados con los más de 5 millones de viajeros y 8,5 millones de pernотaciones de 2019, suponen caídas próximas al 43% y 38% respectivamente para cada uno de estos conceptos.

Teniendo en cuenta este contexto supralocal y que habitualmente más del 40% de los visitantes que recibe la ciudad de Segovia son internacionales (de acuerdo con los resultados expuestos en boletines anteriores), era de esperar que, tal y como sucedió, la ciudad también registrase los peores resultados de su historia.

A pesar de que, una vez se suprimieron las limitaciones de movimientos dentro de la comunidad y con el resto del país el turismo nacional respondió como se esperaba (se incrementó el peso de Madrid en el turismo local, pues pasó de ser el origen del 17,6% de quienes realizaron algún tipo de consulta, a ser casi el 29%), no se pudo evitar el cierre de hoteles y la consecuente pérdida de empleos (tal y como ya se ha expuesto, la ciudad perdió un 57,02% de las plazas hoteleras ofertadas y un 68,75% de los empleos que aportaban este tipo de establecimientos).

Las consultas atendidas en todas las oficinas de la ciudad, lógicamente, también cayeron de manera irremediable. En este sentido destaca el caso del Centro de Recepción de Visitantes, que si bien comenzó mejorando los resultados de Enero de 2019, después terminó el año con un 77,42% menos de consultas atendidas, siendo peor aún el porcentaje de caída que sufrió el cuenta personas ubicado en su puerta, pues terminó registrando una caída de visitantes del 87,67%. Es necesario



hacer hincapié en que esta oficina, la principal del destino, no pudo reabrir sus puertas hasta el mes de julio, pues en su interior se estaban acometiendo las reformas necesarias para convertirla en una oficina de turismo universalmente accesible. También es necesario destacar el impacto estadístico del cierre de la oficina que la Junta de Castilla y León gestionaba en la Plaza Mayor de Segovia y su posterior integración dentro del Centro de Recepción de Visitantes.

Tal y como se describe a lo largo del presente boletín, Acueducto (-87,67%), Catedral (-74,04%), Alcázar (-75,83%) y todos los museos de la ciudad (entre los que destacan los casos del Centro Didáctico de la Judería, -72,43%, y la Puerta de San Andrés, -60,59%), también sufrieron con dureza la caída generalizada de visitantes. Ni el Turismo de negocios ni tan siquiera la Oficina de Rodajes de la ciudad pudo evitar el duro golpe que el coronavirus asestó al turismo en la ciudad de Segovia.

Sin embargo, a pesar de todos estos récords negativos, también hay cifras que dan lugar a la esperanza. Si bien es cierto que la web principal de Turismo de Segovia también sufrió una considerable caída en el número de visitas recibidas (-39,21%), los potenciales visitantes no perdieron su interés por la ciudad, tal y como quedó demostrado con su actividad en las Redes Sociales, pues tanto el número de "Me gusta" en Facebook y como el de seguidores en Twitter crecieron (un 8,5% y 7,46% respectivamente). Es necesario destacar que también mejoraron sus cifras los canales de Turismo de Segovia en

Youtube (+11,54% de suscriptores) y su Newsletter en Mailchimp (+23,29% de suscriptores).

Aunque dado el alto nivel de incertidumbre e inestabilidad en el que se encuentra el sector es difícil hacer predicciones, estos resultados nos dan pistas sobre cuales son las tendencias a seguir en el turismo del futuro: ser más social, digital e innovador, y sobre todo, más sostenible, responsable y seguro.

Estas tendencias, convertidas en compromisos de trabajo para el Ayuntamiento de Segovia en su Plan de Reactivación del Turismo Local en Segovia, traerán consigo, muy poco a poco, la recuperación del sector, aunque eso sí, será condición indispensable que las vacunas contra el coronavirus también alcancen su máximo nivel de implantación a nivel global. Sólo así acabarán las restricciones que impiden el normal desarrollo de la actividad turística.

En cualquier caso, no se espera una recuperación rápida, sino más bien una lenta y paulatina que tardará años en completarse. En primera instancia se recuperará el turismo nacional, el excursionista y de corto alcance, pero la recuperación del turismo internacional, de largo radio y estancia prolongada se prevé que será el último en recuperar sus niveles habituales, por lo que es probable que éste lastre la recuperación de un sector que, además, será tremendamente sensible a las posibles crisis que aún pueda provocar el COVID19.

