

BOLETÍN INFORMATIVO OBSERVATORIO TURÍSTICO DE SEGOVIA

Nº16 / MARZO 2023

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE SEGOVIA



VIAJES ILUMINA EL CIELO

BOLETÍN Nº16 MARZO 2023 / DATOS AÑO 2022

El Observatorio Turístico de la Empresa Municipal de Turismo de Segovia presenta este decimosexto boletín, en el que se analizan los datos de coyuntura turística en Segovia obtenidos durante todo el año 2022.

Se examinan los resultados de 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 todos los interesados en conocer mejor la situación del destino.

Nota: Los datos ofrecidos en cada Boletín del Observatorio turístico son los disponibles en las distintas fuentes consultadas en el momento de su elaboración. Los responsables de estas fuentes pueden revisar y corregir algunos de sus datos con posterioridad, por lo que podrían darse pequeñas variaciones en los datos de referencia.

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 y Patrimonio Nacional.

SUMARIO

1) SEGOVIA: COYUNTURA TURÍSTICA 2022.....	3
A. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, PLAZAS ESTIMADAS, GRADO DE OCUPACIÓN Y PERSONAL EMPLEADO	3
B. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES.....	4
C. PROCEDENCIA GENERAL DE VISITANTES	5
D. WEBS Y REDES SOCIALES.....	6
2) SERVICIO DE ATENCIÓN AL VISITANTE	7
A. CRV	8
B. PIT MURALLA	10
C. PIT AVE	11
D. PIT BUSES.....	12
3) MONUMENTOS Y MUSEOS.....	13
A. MONUMENTOS.....	13
B. MUSEOS	16
4) UNIDADES DE NEGOCIO	23
A. CENTRAL DE RESERVAS	23
B. SEGOVIA CONVENTION BUREAU	25
C. SEGOVIA FILM OFFICE	26
5) OTROS DATOS DE INTERÉS.....	27
6) CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO.....	28

1) SEGOVIA: COYUNTURA TURÍSTICA 2022

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

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE) y su Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), en 2022 el promedio mensual de establecimientos hoteleros abiertos en la ciudad de Segovia fue de 38, con una oferta media de 1.258 habitaciones (récord histórico) y 2.434 plazas (récord histórico). En comparación con los datos publicados en el anterior boletín, se observa un crecimiento del 26,27% en el número de hoteles, del 31,45% en el caso de las habitaciones y del 125,37% en el caso de las plazas ofertadas.

El grado de ocupación promedio por plaza ofertada fue del 53,13% (11,83 puntos por encima del porcentaje alcanzado en 2021), mientras que el de ocupación por plaza ofertada durante los fines de semana ascendió hasta el 67,72% (15,68 puntos por encima del porcentaje alcanzado en 2021) y el de ocupación por habitación ofertada alcanzó una media mensual del 63,94% (13,59 puntos sobre la media del año anterior).

Respecto al número estimado de empleados en los establecimientos hoteleros de la ciudad, el INE sitúa la media de 2022 en 301 trabajadores, lo que supone un crecimiento del 46,79% respecto a 2021.

Si en 2021 destacaron los meses de agosto (con el grado más alto tanto de ocupación por plaza como por plaza en fin de semana, y con el número más alto de empleados) y septiembre (por haber alcanzado el número más alto de establecimientos, habitaciones y plazas ofertadas), en 2022 destacan Julio (mes con mayor número de empleados en hoteles y, con mayo, mes con una mayor oferta de establecimientos y habitaciones) y octubre (mes con un grado de ocupación por habitación y por plaza en fin de semana más alto), aunque agosto también volvió a destacar, en este caso por repetir como el mes en el que se ofertó un mayor número de plazas, pero también por haber sido el mes con un mayor grado de ocupación por plazas.



Plazas

+32,28%



Empleados

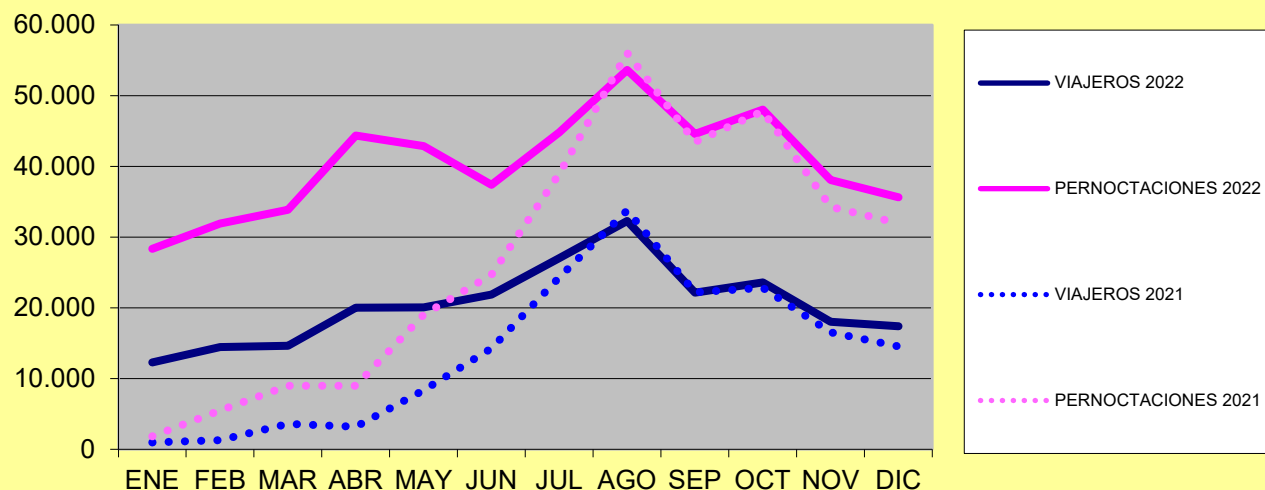
+46,97%

Viajeros y pernoctaciones realizadas en Segovia. Comparativa 2022-2021								
	Viajeros				Pernoctaciones			
	2022	2021	Variación	%	2022	2021	Variación	%
Enero	12.283	991	11.292	1139,46%	28.347	1.861	26.486	1423,21%
Febrero	14.464	1.321	13.143	994,93%	31.918	5.528	26.390	477,39%
Marzo	14.662	3.587	11.075	308,75%	33.865	9.010	24.855	275,86%
Abril	20.012	3.182	16.830	528,91%	44.366	8.979	35.387	394,11%
Mayo	20.056	8.338	11.718	140,54%	42.870	19.053	23.817	125,00%
Junio	21.863	14.290	7.573	53,00%	37.395	24.675	12.720	51,55%
Julio	27.022	24.300	2.722	11,20%	44.792	38.968	5.824	14,95%
Agosto	32.272	33.788	-1.516	-4,49%	53.620	56.015	-2.395	-4,28%
Septiembre	22.173	22.201	-28	-0,13%	44.568	43.464	1.104	2,54%
Octubre	23.594	22.824	770	3,37%	48.038	47.792	246	0,51%
Noviembre	18.058	16.522	1.536	9,30%	38.061	34.274	3.787	11,05%
Diciembre	17.381	14.554	2.827	19,42%	35.626	31.965	3.661	11,45%
TOTAL	243.840	165.898	77.942	46,98%	483.466	321.584	161.882	50,34%

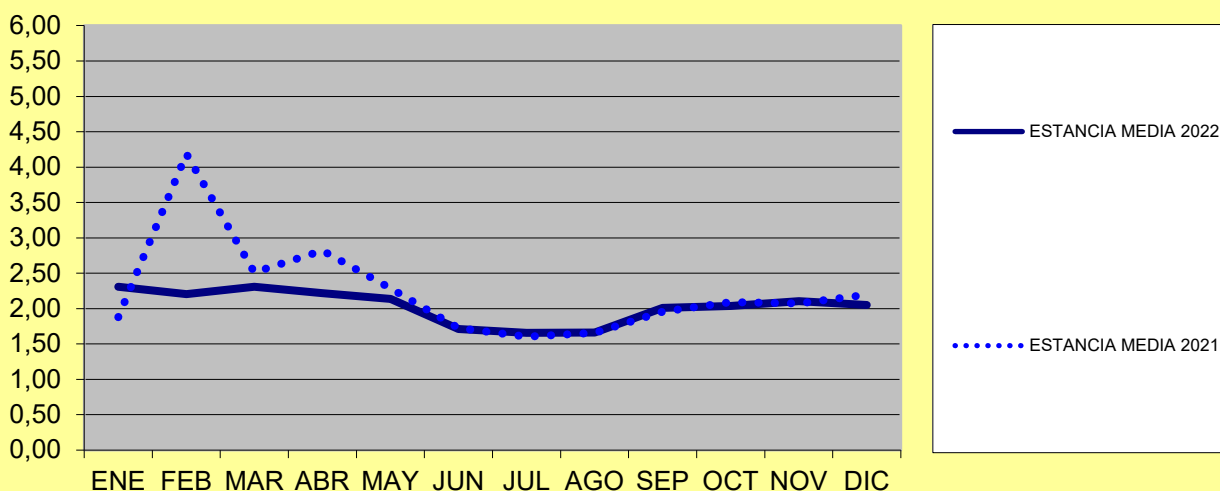


Interior de una habitación de hotel en Segovia

Viajeros y pernoctaciones 2022-2021



Estancia Media 2022-2021



B. VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

La ciudad de Segovia recibió un total de 243.840 viajeros (definidos por el INE como aquellas personas que pernoctaron un día en el destino) que realizaron 483.466 pernoctaciones, lo que supone una estancia media de 1,98 noches por cada viajero.

Estos resultados implican que Segovia ha experimentado un importante crecimiento interanual en estos tres conceptos, en concreto del 46,98% en el número de viajeros, del 50,34% en el caso de las pernoctaciones y de 0,04 puntos en la estancia media.

Es necesario destacar que, tras las revisiones que el INE realiza de los datos que va publicando, el récord de

estancia media en Segovia sería esta de 1,98 noches alcanzada en 2022 y no las 2,56 noches de 2020 que se llegó a publicar en boletines anteriores, puesto que en el momento de elaboración de este informe, los datos que aporta el INE como definitivos para el año 2020 arrojan una media definitiva de 1,91 noches.

Un análisis pormenorizado del número de viajeros por su lugar de procedencia permite observar que ha habido un importante crecimiento de la proporción de viajeros internacionales respecto del total (han pasado de ser el 14,08% en 2021 al 20,78% en 2022, cada vez más cerca del 25,37% que supusieron en 2019), y en el caso de las pernoctaciones realizadas por viajeros internacionales la proporción ha sido todavía mayor, pues realizaron

el 30,16% del total, por encima del 22,97% que supusieron el año anterior e incluso por encima del 27,12% alcanzado en 2019. De hecho, el total anual de 145.802 pernoctaciones de extranjeros en la ciudad de 2022 supone el establecimiento de un nuevo récord anual (superando las 145.142 pernoctaciones de extranjeros en 2019).

Así, aunque agosto fue tanto el mes con un mayor número total de viajeros y pernoctaciones como en el que se dio un mayor número de viajeros y pernoctaciones realizadas por nacionales, hay que destacar septiembre por haber sido el mes en el que se recibió un mayor número de viajeros y pernoctaciones de internacionales. La estancia media más alta no se obtuvo en ninguno de estos dos meses, sino en enero y marzo, ambos con una media de 2,31 noches.



Resto de España
13,32%



Resto del Mundo
17,87%

C. PROCEDENCIA GENERAL DE VISITANTES

El conjunto de oficinas de información turística de la ciudad (Centro de Recepción de Visitantes y PITs: de la Muralla, AVE y Estación de Autobuses) y los espacios museísticos gestionados por la Empresa Municipal de Turismo (Casa-Museo de Antonio Machado, Colección de Títeres de Francisco Peralta, Centro Didáctico de la Judería y Real Casa de Moneda) se atendió un total de 252.468 consultas/visitas en 2022 (un volumen superior al de 2021 en un 43,37% al año anterior).

El 71,69% de esas visitas/consultas fueron de origen nacional, lo que significa que la balanza nacional/internacional estuvo más que equilibrada que el año anterior,

en el que los nacionales fueron el 84,36%. A pesar de ese crecimiento de 12,67 puntos en los internacionales, el equilibrio entre nacionales y extranjeros aún está lejos del 58,46% y 41,54% de 2019.

Si se analizan en profundidad las procedencias (por comunidades autónomas en el caso de los españoles y por países en el caso de los extranjeros), se puede establecer el siguiente TOP 10: 1º Comunidad de Madrid (21,76% del total), 2º Castilla y León (8,55%), 3º Andalucía (7,39%), 4º Comunidad Valenciana (6,58%), 5º Cataluña (5,53%), 6º EE.UU. (4,66%), 7º País Vasco (4,37%), 8º Castilla-La Mancha (4,2%), 9º FRANCIA (3,19%) y 10º ARGENTINA (2,59%).

Dada esta clasificación, se observa que las procedencias

que ocupan los cinco primeros puestos coinciden con las del año pasado y, el resto, también repiten en el TOP 10 pero con distinto orden, a excepción de ARGENTINA, que vuelve al ranking en detrimento de Aragón, que desaparece del mismo.

Cabe destacar la remontada de EE.UU., que en 2021 ocupó la octava plaza y en 2022 ya fue la sexta procedencia más importante, pero a pesar de todo aún está lejos de la segunda plaza que solía ocupar antes de la crisis provocada por el COVID.

También es necesario reflejar que, si en 2021 las cuatro primeras posiciones de este ranking acumulaban el 53,7% del total, en 2022 apenas supusieron el 44,28% y, para superar el 50%, es necesario sumar el porcentaje que acumularon las seis primeras procedencias (que sumaron el 54,46% del total).

www.turismodesegovia.com													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2022	15.851	19.135	16.114	25.289	20.700	19.066	25.055	25.061	24.775	24.677	14.439	31	230.193
2021	7.468	9.851	9.738	10.704	14.388	21.803	34.589	36.633	28.285	30.108	23.591	18.450	245.608
DIF.	8.383	9.284	6.376	14.585	6.312	-2.737	-9.534	-11.572	-3.510	-5.431	-9.152	-18.419	-15.415
%	112,25%	94,24%	65,48%	136,26%	43,87%	-12,55%	-27,56%	-31,59%	-12,41%	-18,04%	-38,79%	-99,83%	-6,28%



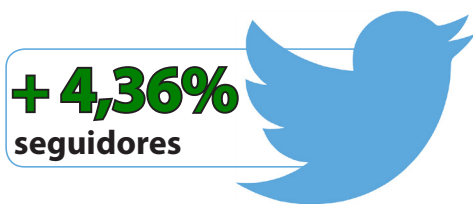
+ 6,51%
"Me gusta"



+ 51,65%
seguidores



+ 2,98%
suscriptores



+ 4,36%
seguidores



+ 410,26%
seguidores



+ 13,88%
suscriptores

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

Durante el año 2022, Turismo de Segovia siguió trabajando en la reestructuración y renovación de sus webs y redes sociales. Asociados a estos trabajos se produjeron diversos problemas técnicos que afectaron a la contabilidad de las visitas y que, entre otras cosas, provocaron el fin prematuro de todos los microsites que anteriormente gestionaba.

En cualquier caso, todo ese contenido fue, de un modo u otro, integrado en la principal web de todas las gestionadas por la Empresa Municipal de Turismo, www.turismodesegovia.com, que, tras años en preparación, logró la puesta en marcha de su nueva versión en el mes de noviembre, momento a partir del cual, por un problema técnico dejaron de registrarse todas las visitas recibidas. Teniendo esto en cuenta y de acuerdo con los datos proporcionados por Google Analytics, esta web recibió un total de 230.193 visitas en todo el año, un 6,28% menos que en 2021, pero, a fin de cuentas, un 82,25% del total del tráfico recibido en todos los espacios web gestionados por Turismo de Segovia (proporción superior en 3,6 puntos porcentuales a la alcanzada por esta misma web en 2021).

El 25,46% de todas esas visitas se realizaron desde Madrid, que volvió a ser el principal origen de visitas a esta web, seguido por Segovia (12,53%) y Valladolid (6,85%), tal y como ya sucedió en 2021. Estas tres ciudades acumularon el 44,84%

de todas las visitas, lo que supone una ligera pérdida de peso, pues el año anterior llegaron a aportar el 46,37% (1,53 puntos por encima de 2022).

Un 64,2% de todas las visitas a esta web se realizaron desde dispositivos móviles (61,67% desde teléfonos móviles y 2,53% desde tabletas), lo que supone un incremento del peso de este tipo de dispositivos de 2,88 puntos frente a 2021 y el establecimiento de un récord. Las visitas realizadas desde ordenadores marcaron, por tanto, un nuevo mínimo histórico, al solamente aportar el 35,8% del total anual.

REDES SOCIALES

A lo largo del año, Turismo de Segovia gestionó los perfiles oficiales del destino (en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn), además de los perfiles específicos dedicados al Centro Didáctico de la Judería (en Facebook y Twitter) y Saborea Segovia (en Facebook, Twitter e Instagram), es decir, mantuvo activos un total de 9 perfiles (2 más que en 2021).

Tomando como referencia únicamente los perfiles con una mayor comunidad, es decir, los oficiales del destino (TurismodeSegovia en Twitter, Turismo de Segovia en Facebook, Turismodesegovia en Instagram y Turismo de Segovia en LinkedIn), un análisis detallado de sus resultados permite observar que ha habido un

crecimiento del 4,36% en el número de seguidores en Twitter (hasta llegar a 8.231), del 6,51% en el número de "Me gusta" en Facebook (alcanzando los 14.780 "Me gusta" al cabo del año), del 51,65% en el número de seguidores en Instagram (para llegar a un total de 7.340) y del 410,26% en LinkedIn (con 199 seguidores en esta red).

NEWSLETTER Y CANAL DE YOUTUBE

Según los datos proporcionados por Mailchimp, empresa a través de la cual Turismo de Segovia realiza los envíos de su newsletter, ésta finalizó 2022 con un total de 1.739 suscriptores, un 13,88% más que con los que terminó el año anterior. La tasa media de apertura fue del 48,05% (3,61 puntos por encima de la media del año anterior) y la de clicado del 10,24% (0,82 puntos por debajo de la media de 2021).

El canal oficial de Turismo de Segovia en Youtube logró incrementar sus suscriptores en un total de 23, cerrando el año con un total de 794 suscriptores (un 2,98% más que en 2021). Sin embargo, al igual que el año anterior, el número de visualizaciones volvió a caer, y en este caso se pasó de las 20.722 visualizaciones de 2021 a tan sólo 12.130 en 2022 (un 41,46% menos).

2. SERVICIO DE ATENCIÓN PRESENCIAL AL VISITANTE

La Empresa Municipal de Turismo gestionó las cinco oficinas de información turística que la ciudad mantuvo abiertas durante el pasado 2022: los PIT (Punto de Información Turística) de la Estación del AVE, de la de Autobuses (tan sólo en el mes de abril), del Alcázar (durante tres meses) y la Muralla, así como el Centro de Recepción de Visitantes. En todos estos espacios se atendió un total de 205.860 consultas, un 48,48% más que en 2021 (es justo recordar que en 2021 el PIT Alcázar no llegó a abrir sus puertas).

Si en 2021 los meses de agosto, octubre y septiembre fueron los más importantes por volumen de consultas atendidas de manera presencial en el conjunto de oficinas de la ciudad (y en ese orden), en 2022 tan sólo repitieron agosto (en primera posición con 28.819 consultas atendidas, 14% del total) y octubre (en tercera posición con 23.424 consultas, 11,38% del total), ya que el segundo mes

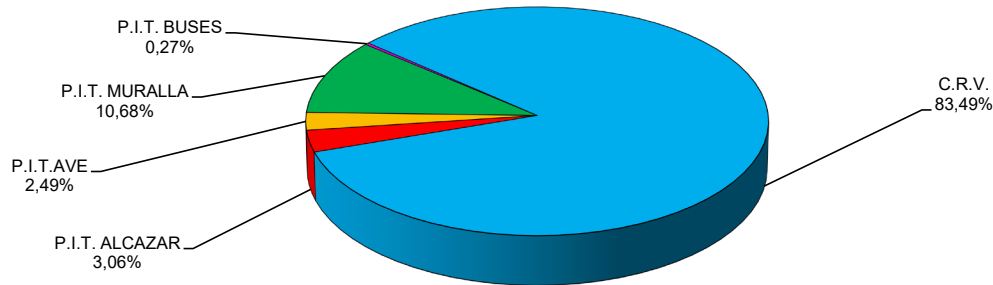
más importante del año fue abril (26.891 consultas, 13,06% del total).

Mientras que en 2020 y 2021 los tres meses más importantes por volumen de consultas acumularon más de la mitad de todas las atendidas cada año, en 2022 esta tendencia se rompió, pues la suma de las consultas de abril, agosto y octubre de este año apenas supusieron el 38,44% del total anual, lo que casi supone la recuperación de la normalidad previa al estallido del COVID19 en este concepto, ya que en 2019 los tres meses con mayor volumen de consultas tan sólo sumaron el 35,19% del total, un porcentaje muy similar al actual, lo que indica que la influencia en la estacionalidad que trajo consigo la pandemia ya ha sido prácticamente revertida por completo.

Los meses de enero (8.963 consultas, 4,35% del total), marzo (11.162 consultas, 5,42%) y febrero

(12.278 consultas, 5,96%) fueron por el contrario, y en ese orden, los meses en los que los servicios de atención al visitante de la Empresa Municipal de Turismo atendieron un menor número de consultas. Juntos tan sólo acumularon el 15,74% del total, en cualquier caso, un porcentaje muy superior al logrado por los tres peores meses de 2021, año en el que en el periodo de enero a marzo tan solo se atendió el 2,66% de total anual de consultas. Así, el incremento del peso de los tres peores meses del año fue de 13,08 puntos, lo que supone, tal y como se indica en el párrafo anterior, un mayor equilibrio del reparto de las consultas a lo largo del año.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en el Centro de Recepción de Visitantes de Segovia y los Puntos de Información turística en 2022.



SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2022					
MES/2022	C.R.V.	P.I.T. AVE	P.I.T. MURALLA	P.I.T. BUSES	P.I.T. ALCAZAR
ENERO	7.451	122	1.390		
FEBRERO	10.517	161	1.600		
MARZO	9.376	293	1.493		
ABRIL	20.986	769	2.603	558	1.975
MAYO	15.856	445	1.593		
JUNIO	13.388	484	1.596		
JULIO	13.419	491	1.878		
AGOSTO	21.892	401	2.696		3.830
SEPTIEMBRE	16.076	287	1.896		503
OCTUBRE	20.535	447	2.442		
NOVIEMBRE	10.772	433	1.163		
DICIEMBRE	11.605	793	1.645		
TOTAL 2022	171.873	5.126	21.995	558	6.308

A. CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES

El Centro de Recepción de Visitantes (CRV), principal oficina de información turística de la ciudad por antigüedad (inaugurada el 2 de diciembre de 2004), tamaño, ubicación (junto al Acueducto), servicios prestados y personal empleado, fue un año más el espacio informativo gestionado por la EMT en el que se atendió un mayor número de consultas, con un total de 171.873 (un 44,8% más que en 2021), es decir, el 83,49% del total (proporción 2,12 puntos por debajo de la alcanzada el año anterior en este centro).

Pese a este importante crecimiento interanual en el número de consultas atendidas, la diferencia con 2019, año en el que se atendieron 287.643 consultas en el CRV, es notable (en concreto, un 40,25% inferior en 2022). Tanto es así, que este volumen de consultas atendidas supone un nuevo mínimo histórico, superando tan sólo las cifras alcanzadas durante los años de mayor incidencia del COVID19 (2020 y 2021) y, por tanto, aún lejos también del anterior mínimo registrado en 2012 (con 207.446 consultas atendidas en este centro). De hecho, aunque el número de visitas recibidas en este centro experimentó un crecimiento todavía más pronunciado que el de las consultas (en concreto del 95,11%), la cifra final de 337.766 visitas recibidas tan solo supera los mínimos históricos alcanzados en 2020 y 2021.

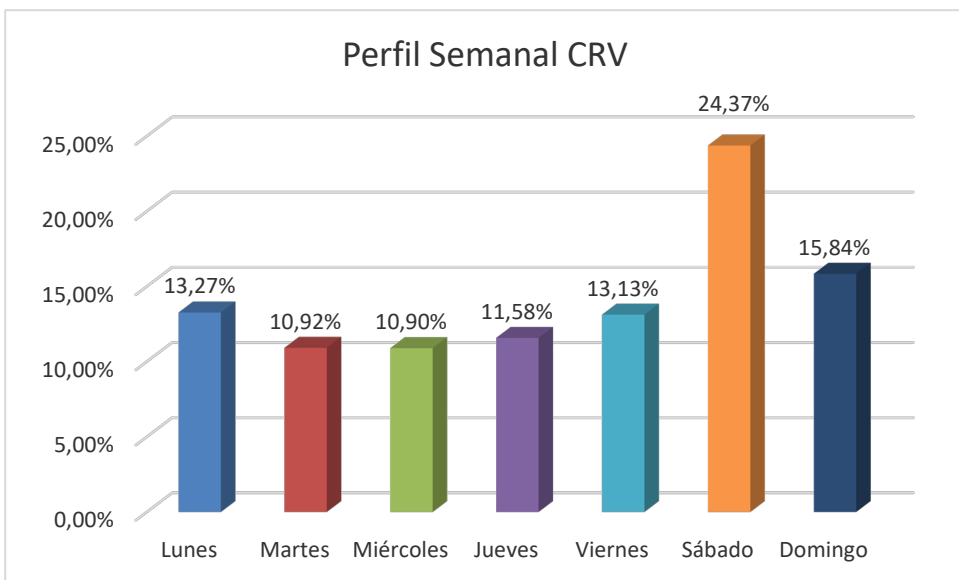
Este superior crecimiento de las visitas respecto de las consultas conlleva que, si se interrelacionan estos conceptos, se observa que la proporción de visitas que terminaron en consulta fue del 50,88%, porcentaje prácticamente equidistante a los alcanzados en 2021 y 2019 (17,69 puntos por debajo de 2021 y 17,47 puntos por encima de 2019).

Agosto (21.892 consultas, 12,74% del total), abril (20.986 consultas, 12,21%) y octubre (20.535 consultas, 11,95%) fueron los tres meses en los que se atendió un volumen de consultas más alto en este centro, sumando entre los tres el 36,9% del total (15,3 puntos por debajo del porcentaje alcanzado por los tres meses más importantes de 2021). Por el contrario, los meses de enero, marzo y febrero fueron, con 7.451, 9.376 y 10.517 consultas atendidas (4,34%, 5,46% y 6,12% del total) los peores meses del año en el CRV, que juntos acumularon el 15,92% del total anual (porcentaje superior en 13,96 puntos al alcanzado por los tres peores meses de 2021).



Celebración del 18 aniversario del Centro de Recepción de Visitantes
(2 de diciembre de 2022)

Estadísticas totales en el CRV y Puerta del CRV								
	C.R.V				Puerta C.R.V.			
	2021	2022	Variación	%	2021	2022	Variación	%
Enero	155	7.451	7.296	4707,10%	1.129	11.032	9.903	877,15%
Febrero	528	10.517	9.989	1891,86%	1.944	15.386	13.442	691,46%
Marzo	1.647	9.376	7.729	469,28%	3.394	15.727	12.333	363,38%
Abril	2.569	20.986	18.417	716,89%	3.238	33.227	29.989	926,16%
Mayo	4.813	15.856	11.043	229,44%	5.514	30.397	24.883	451,27%
Junio	9.263	13.388	4.125	44,53%	12.010	29.035	17.025	141,76%
Julio	16.140	13.419	-2.721	-16,86%	21.950	29.718	7.768	35,39%
Agosto	25.770	21.892	-3.878	-15,05%	36.006	40.150	4.144	11,51%
Septiembre	15.884	16.076	192	1,21%	24.395	30.945	6.550	26,85%
Octubre	20.085	20.535	450	2,24%	27.701	46.901	19.200	69,31%
Noviembre	10.635	10.772	137	1,29%	18.731	26.179	7.448	39,76%
Diciembre	11.210	11.605	395	3,52%	17.100	29.069	11.969	69,99%
TOTAL	118.699	171.873	53.174	44,80%	173.112	337.766	164.654	95,11%



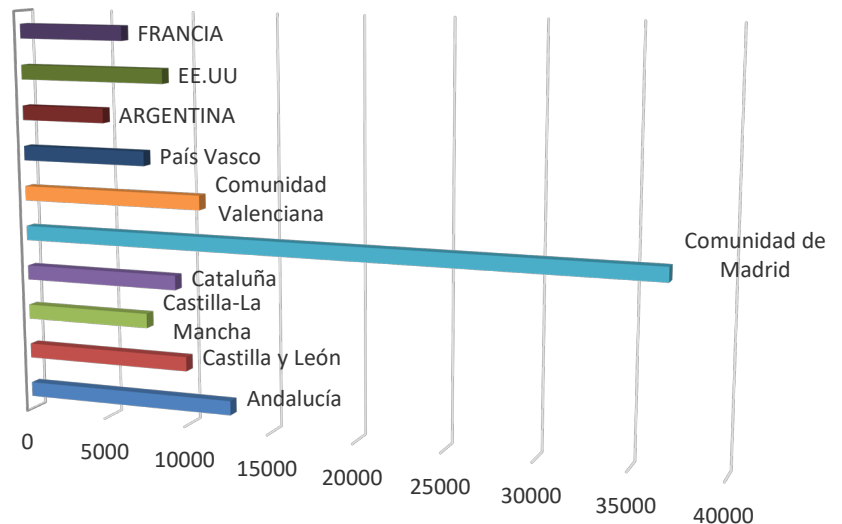
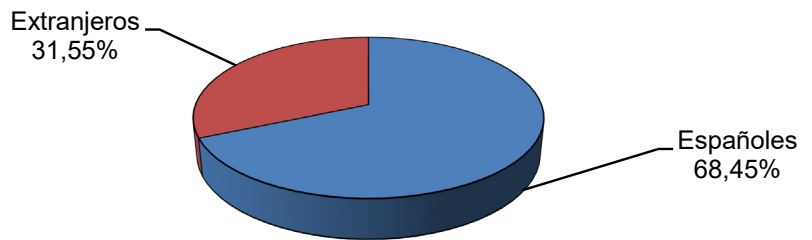
En cualquier caso, a excepción de julio y agosto (con variaciones interanuales del -16,86% y -15,05%), todos los meses de 2022 vieron crecer sus cifras, destacando los casos de enero y febrero, que crecieron un 4707,10% y 1891,86% respectivamente debido a los bajos resultados alcanzados durante estos meses en 2021 (meses aún con gran incidencia en el turismo de la pandemia provocada por el COVID19).

Si se analizan los datos en función del día de la semana se puede concluir que la distribución de las consultas fue muy similar en 2022 a 2021, pues si el año anterior el reparto era del 41,25% fines de semana (sábado y domingo) y 58,75% entre semana (lunes a viernes), en 2022 el reparto fue de un 40,22% los fines de semana (apenas 1,03 puntos más que en 2021) y 59,78% entre semana (lógicamente, 1,03 puntos menos que el año anterior). Un año más, el tercer día con más consultas atendidas (sólo por detrás de sábados y domingos) volvió a ser el lunes, con un 13,27% del total (porcentaje ligeramente inferior al alcanzado por este día en 2021, pues entonces supuso el 13,63% del total), superando por muy poco a los viernes, que acumularon el 13,13% de las consultas atendidas en el CRV.

En cuanto a la procedencia de las personas que realizaron todas estas consultas, hay que destacar que un 68,45% de ellas las formularon visitantes españoles, mientras que el 31,55% restante las llevaron a cabo visitantes provenientes del extranjero. Esta situación supone un mayor equilibrio entre visitantes nacionales e internacionales que en 2021, pues hay que recordar que, ese año, el 82,62% del total de consultas en el CRV provino de visitantes españoles y el 17,38% de extranjeros. En cualquier caso, la balanza sigue todavía muy desequilibrada en comparación con 2019, cuando el peso del turismo nacional en este centro fue del 54,84% y del internacional del 45,16%.

De esta manera, si en el TOP10 2021 de procedencias en este centro tan solo había 2 internacionales (EE.UU. y Francia), en el de 2022 son ya 3: 1º Comunidad de Madrid (36.812 consultas, 21,42% del total), 2º Andalucía (12.540 consultas, 7,3%), 3º Comunidad Valenciana (10.844 consultas, 6,31%), 4º Castilla y León (9.879 consultas, 5,75%), 5º Cataluña (9.288 consultas, 5,4%), 6º EE. UU. (8.741 consultas, 5,09%), 7º P. Vasco (7.511 consultas, 4,37%), 8º Castilla La-Mancha (7.478 consultas, 4,35%), 9º FRANCIA (6.315 consultas, 3,67%) y 10º ARGENTINA (5.046 consultas, 2,94%).

Un 14,53% de quienes realizaron estas consultas en el CRV formaban parte de grupos organizados, lo que supone un



¿Sabías que...?

Desde su inauguración (el 2 de diciembre de 2004) hasta el 31 de diciembre de 2022, el Centro de Recepción de Visitantes recibió más de 11 millones de visitas (exactamente fueron 11.009.035 visitas, con un récord anual de 880.628 visitas en 2018).



crecimiento de en este tipo de turismo en 8,22 puntos en este centro (aunque aún sigue lejos del 23% que supuso este tipo de turismo en 2019) y permite al CRV

repetir como la oficina con una mayor proporción de consultas recibidas por este tipo de visitantes.

B. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA MURALLA

La segunda oficina de la ciudad por volumen de consultas atendidas fue, un año más, el Punto de Información Turística La Muralla (PIT Muralla), con un total de 21.995 consultas (un 10,68% del total). En comparación con el resultado obtenido en 2021, el número de consultas en este PIT creció un 34,48% pero, sin embargo, perdió algo de peso respecto al resto de oficinas abiertas en la ciudad (en 2021 se atendió en esta oficina el 11,81% de todas las consultas atendidas en la ciudad, por lo que existe una diferencia negativa de 1,13 puntos).

Durante los 7 primeros meses de 2022, se registraron en este PIT unos resultados muy positivos en comparación con el año precedente (destacan los meses de enero y febrero con crecimientos del 2.795,83% y 1112,12% respectivamente), pero ese crecimiento fue paulatinamente reduciéndose hasta que, a partir de agosto, todos los meses acabaron con resultados comparativamente negativos (siendo los peores en este sentido los meses de septiembre y agosto, que perdieron el 27,16% y 16,61% de las consultas atendidas en 2021).

Sin embargo, al igual que en el CRV, los meses de más trabajo en este centro fueron agosto, abril y octubre, en este caso con 2.696 (12,26% del total), 2.603 (11,83%) y 2.442 consultas (11,10%) respectivamente, que juntos sumaron el 35,19% del total anual. De esta manera, los tres meses más fuertes en este PIT perdieron peso respecto a 2021, pues entonces acumularon la mayoría de las consultas atendidas en todo el año (en concreto el 51,3%, por lo que la diferencia respecto al porcentaje de 2022 es de 16,11 puntos).

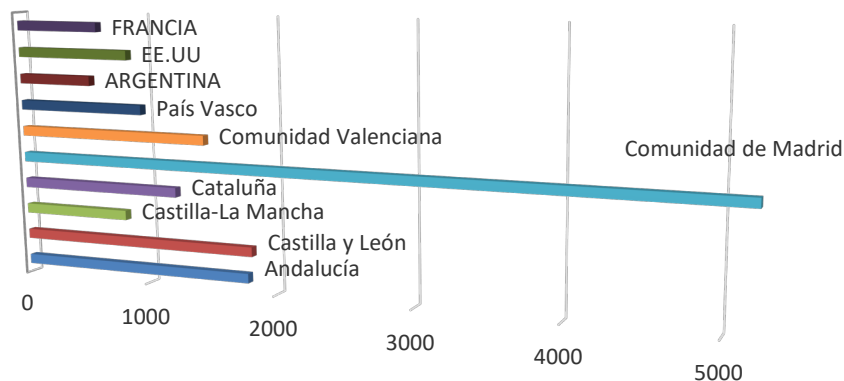
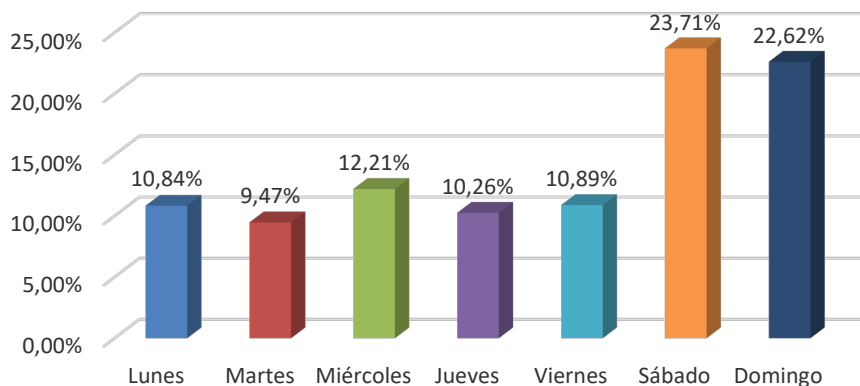
En el lado opuesto se encontraron los meses de noviembre, enero y marzo, con sólo 1.163, 1.390 y 1.493 consultas atendidas respectivamente, o lo que es lo mismo, el 5,29%, 6,32% y 6,79% del total anual (sumando entre los tres meses el 18,4% de las consultas atendidas en todo del año, un porcentaje superior al alcanzado por los tres peores meses de 2021 en 15,4 puntos, ya que ese año los peores meses tan solo acumularon el 3% del total de consultas).

Más de la mitad de todas estas consultas, concretamente el 53,67% (2,37 puntos por encima del año anterior), se llevaron a cabo entre semana, aunque los días con mayor volumen de consultas fueron el sábado (con el 23,71% del total) y el domingo (22,62%), seguidos a bastante distancia de los miércoles (día de la semana en el que se atendió el 12,21% de todas las consultas). Por el contrario, el



P.I.T. Muralla				
	2021	2022	Dif.	%
ENE	48	1.390	1.342	2795,83%
FEB	132	1.600	1.468	1112,12%
MAR	311	1.493	1.182	380,06%
ABR	552	2.603	2.051	371,56%
MAY	775	1.593	818	105,55%
JUN	1.260	1.596	336	26,67%
JUL	1.853	1.878	25	1,35%
AGO	3.233	2.696	-537	-16,61%
SEP	2.603	1.896	-707	-27,16%
OCT	2.560	2.442	-118	-4,61%
NOV	1.280	1.163	-117	-9,14%
DIC	1.761	1.645	-116	-6,59%
TOTAL	16.368	21.995	5.627	34,38%

Perfil Semanal PIT Muralla



jueves destaca como el día de la semana con una menor cantidad de consultas en este PIT, con tan sólo el 9,47% del total anual.

En cuanto a la procedencia de quienes realizaron consultas en este PIT, destacar que la gran mayoría siguió siendo de origen español, aunque en una proporción menor que en 2021. Si ese año los españoles formularon el 86,38% de las consultas, en 2022 fueron el 73,58% (12,8 puntos menos), por lo que dejó de ser la oficina de turismo con una proporción más alta de turismo nacional (en favor del PIT Alcázar). De hecho, en

el TOP10 de procedencias en este centro se colaron tres procedencias internacionales (en 2021 tan sólo hubo una procedencia internacional y en 2020 dos): 1º Comunidad de Madrid (5.213 consultas, 23,70% del total), 2º Castilla y León (1.817 consultas, 8,26%), 3º Andalucía (1.784 consultas, 8,11%), 4º Comunidad Valenciana (1.468 consultas, 6,67%), 5º Cataluña (1.235 consultas, 5,61%), 6º País Vasco (980 consultas, 4,46%), EE.UU. (880 consultas, 4%), 8º Castilla-La Mancha (825 consultas, 3,75%), 9º FRANCIA (646 consultas, 2,94%), 10º ARGENTINA (572 consultas, 2,6%).

Respecto al porcentaje de consultas que fueron formuladas por visitantes pertenecientes a grupos organizados, destacar que, si los dos años anteriores había estado en torno al 1% (1,08% en 2021 y 1,11% en 2020), en 2022 creció hasta situarse en el 3,88%.

C. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL AVE

El Punto de Información Turística del AVE (PIT AVE), que en 2021 tan solo abrió sus puertas algunos fines de semana del segundo semestre del año, en 2022 si abrió sus puertas durante la mayoría de sábados, domingos, festivos y puentes del año, lo que sin duda influyó en el incremento de consultas atendidas que se experimentó en este espacio, pues al término del año sumó un total de 5.126 consultas atendidas, un 108,04% más que el año anterior. En cualquier caso, y pese al crecimiento experimentado, esta oficina volvió a ser la tercera de la ciudad por volumen de consultas atendidas, con un 2,49% de todas las atendidas en los servicios de información turística de la ciudad.

Sorprendentemente, el mes en el que se atendieron más consultas en este centro fue diciembre (con 793 consultas, un 15,47% del total), seguido de cerca por abril (769 consultas, 15%) y, ya a más distancia, julio (491 consultas, 9,58%). Estos tres meses acumularon el 40,05% de todas las consultas atendidas en este PIT a lo largo de 2022, porcentaje inferior al alcanzado por los tres mejores meses de 2021 en 19,12 puntos.

Los meses de enero (122 consultas, 2,38% del total), febrero (161 consultas, 3,14%) y septiembre (287 consultas, 5,6%) fueron en los que se atendió un menor número de consultas en este PIT, pues entre los 3 tan sólo acumularon el 11,12% de todas las consultas atendidas en esta oficina a lo largo del 2022, resultado 29,71 puntos por debajo del obtenido por los tres peores meses de 2021 (sin tener en cuenta los meses en los que esta oficina cerró sus puertas durante ese año).

En cuanto a la variación respecto al año anterior, sin tener tampoco en cuenta los meses en los que no abrió sus puertas en 2021, los tres meses que salieron mejor parados en la comparativa interanual fueron diciembre (mes en el que el número de consultas atendidas creció un 99,25%), julio (54,89% consultas más) y agosto (con un 26,9% más de consultas), mientras que en los únicos que se perdieron consultas fueron octubre (-31,12%) y septiembre (-30,17%).

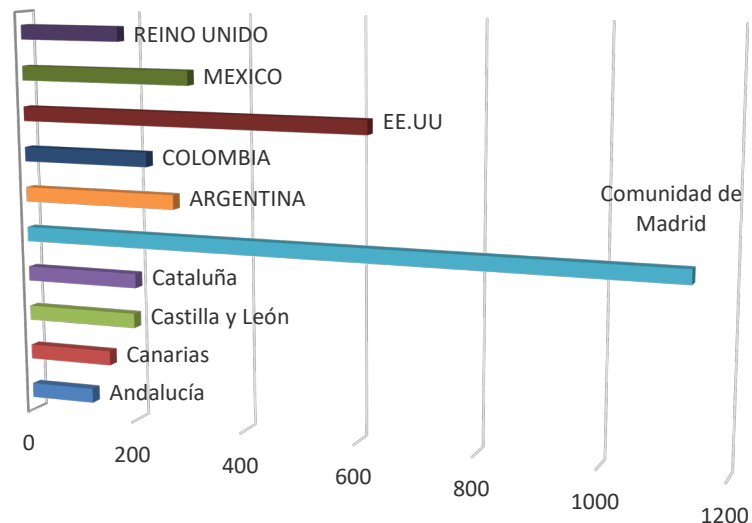
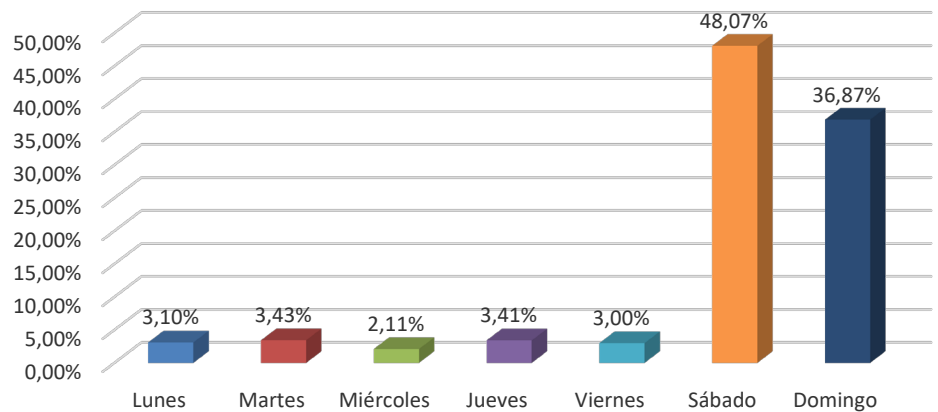
Dado que esta oficina sólo abre



Estación de tren Segovia-Guiomar

P.I.T. AVE				
	2021	2022	Dif.	%
ENE		122	122	
FEB		161	161	
MAR		293	293	
ABR		769	769	
MAY		445	445	
JUN		484	484	
JUL	317	491	174	54,89%
AGO	316	401	85	26,90%
SEP	411	287	-124	-30,17%
OCT	649	447	-202	-31,12%
NOV	373	433	60	16,09%
DIC	398	793	395	99,25%
TOTAL	2.464	5.126	2.662	108,04%

Perfil Semanal PIT AVE



los fines de semana, a excepción de determinados festivos y puentes, los sábados (48,07% del total) y domingos (36,87) volvieron a acumular la inmensa mayoría de consultas atendidas (en concreto el 84,94% del total, 2,93 puntos menos que en 2021).

Con un 57,02% de consultas formuladas por extranjeros, el PIT AVE no sólo volvió a ser la oficina de turismo

con un porcentaje más alto de consultas formuladas por visitantes internacionales, sino que, además, de nuevo fue la única oficina en la que se atendió más turismo extranjero que nacional (de hecho el peso del turismo internacional en este PIT se incrementó en 4,95 puntos respecto al 52,07% que supusieron en 2021). Sin embargo, a pesar de todo esto, mientras que en 2021

había 6 procedencias internacionales en su TOP10, en 2022 tan sólo hubo 5: 1º Comunidad de Madrid (1.137 consultas, 22,18% del total), 2º EE. UU. (618 consultas, 12,06%), 3º MÉXICO (306 consultas, 5,97%), 4º ARGENTINA (276 consultas, 5,38%), 5º COLOMBIA (228 consultas, 4,45%), 6º Cataluña (203 consultas, 3,96%), 7º Castilla y León (199 consultas, 3,88%), 8º REINO UNIDO (180 consultas, 3,51%), 9º Canarias (151 consultas, 2,95%) y 10º Andalucía (116 consultas, 2,26%).

Un año más, la inmensa mayoría de las consultas atendidas en esta oficina en 2022, en concreto el 98,73% del total, fueron realizadas por visitantes que no formaban parte de un grupo organizado.

D. PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA ESTACIÓN DE AUTOBUSES

El Punto de Información Turística ubicado en el interior de la Estación de Autobuses tan sólo ofreció sus servicios a los visitantes durante cuatro días del mes de abril, en concreto durante Semana Santa (de Jueves Santo al Domingo de Resurrección).

Teniendo en cuenta este periodo de apertura tan corto, al contrario que en el caso del resto de oficinas de turismo de la ciudad, no procede realizar una comparativa interanual por meses, aunque sí que se puede apuntar que, en total, el volumen de consultas atendidas fue de 558 (un 50,09% menos que en 2021, año en el que se atendieron 678 consultas en agosto y 440 en septiembre).

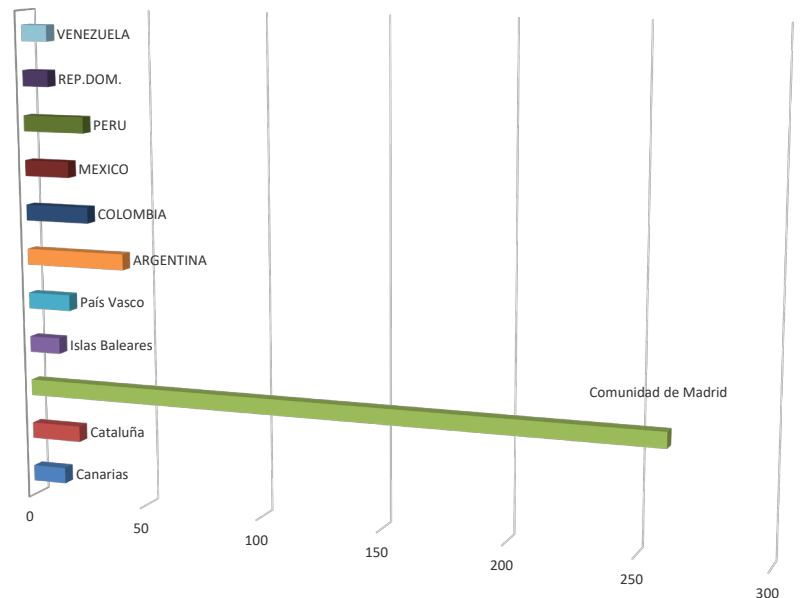
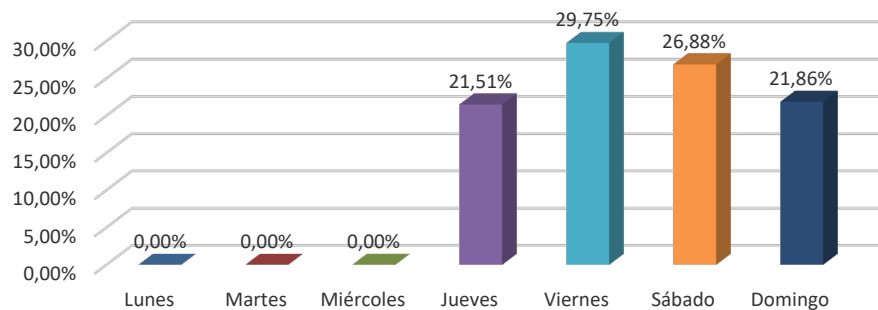
Como consecuencia, esta cifra de consultas atendidas hizo del PIT de la Estación de Autobuses la oficina de turismo de la ciudad con menos consultas atendidas en 2022, pues tan solo recibió el 0,27% del total de atendidas en Segovia.

Un 36,74% de todas las consultas atendidas en este PIT fueron llevadas a cabo por visitantes internacionales, por lo que fue la segunda oficina con una proporción más alta de consultas formuladas por extranjeros, pero, sin embargo, fue la oficina con más procedencias internacionales en su TOP10, en concreto 6 (debido al empate en el último puesto, que obliga a incluir una procedencia más): 1º Comunidad de Madrid (261 consultas, 46,77% del total), 2º ARGENTINA (42 consultas, 7,53%), 3º COLOMBIA (27 consultas, 4,84%), 4º PERÚ (26 consultas, 4,66%), 5º Cataluña (21 consultas, 3,76%),



P.I.T. BUSES				
	2021	2022	Dif.	%
ENE	0	0	0	
FEB	0	0	0	
MAR	0	0	0	
ABR	0	558	558	
MAY	0	0	0	
JUN	0	0	0	
JUL	0	0	0	
AGO	678	0	-678	-100%
SEP	440	0	-440	-100%
OCT	0	0	0	
NOV	0	0	0	
DIC	0	0	0	
TOTAL	1.118	558	-560	-50,09%

Perfil Semanal PIT Buses



6º MÉXICO (19 consultas, 3,41%), 7º País Vasco (18 consultas, 3,23%), 8º Canarias (14 consultas, 2,51%), 9º Islas Baleares (13 consultas, 2,33%) y 10º REP. DOMINICANA y VENEZUELA (11 consultas y un 1,97% cada uno de estos países).

Si se analizan las consultas por el día de la semana en que fueron formuladas y atendidas, se observa que el Jueves Santo se atendió el 21,51%, el

Viernes Santo el 29,75%, el 26,88% el sábado y el 21,86% el Domingo de Resurrección.

Por tercer año consecutivo, ni una sola de las consultas atendidas que se registraron en esta oficina a lo largo del año provino de visitantes que pertenecieran a grupos organizados, por lo que fue, un año más, el espacio en el que este tipo de turismo tuvo un menor peso.

3. MONUMENTOS Y MUSEOS

La ciudad de Segovia, inscrita en el listado de Patrimonio Mundial de la UNESCO desde 1985, alberga un gran número de monumentos y museos de gran interés turístico. En este apartado se analizan los resultados alcanzados por los más destacados de todos ellos.

A. MONUMENTOS

En este epígrafe se reflejan los resultados obtenidos por los tres grandes iconos del turismo en la ciudad: Acueducto, Catedral y Alcázar

i. Acueducto

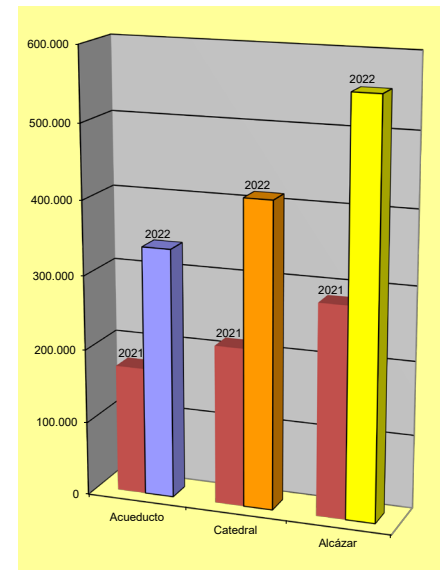
Tal y como se indicó en el anterior boletín, a las dificultades habituales para la medición del número de visitas que recibe cada año el Acueducto (por estar ubicado al aire libre, ser de carácter gratuito y contar con más de 16 kilómetros de longitud), se ha unido el hecho de que, desde la llegada del COVID19, muchos visitantes siguieron evitando el acceso a oficinas de turismo, por lo que el número de visitas recibidas en el Centro de Recepción de Visitantes ha perdido fiabilidad como reflejo del número de visitas que recibe la famosa obra de ingeniería romana.

En cualquier caso, dada la importancia del monumento, declarado Patrimonio de la Humanidad junto con el resto de la "ciudad vieja de Segovia" en 1985, y ante la falta de un nuevo indicador que permita conocer con más exactitud el número de visitas que recibe, a continuación se sigue tomando como referencia el número de visitas que registró el contador de personas ubicado en el interior del CRV.

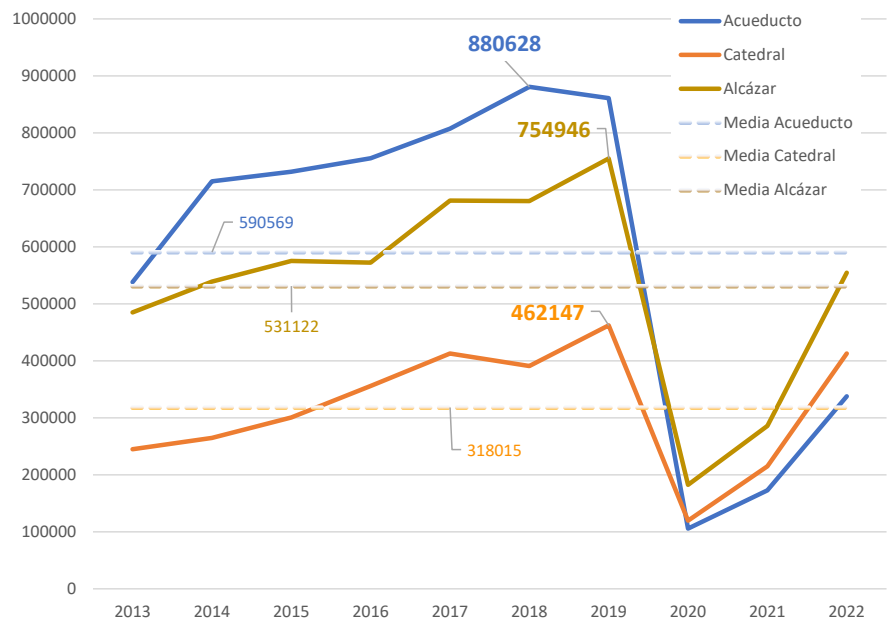
A la vista de lo expuesto anteriormente, el Acueducto habría recibido un total de 337.766 visitas en 2022, lo que supone un crecimiento del 95,11% respecto a 2021 y convierte al monumento romano en el que más crece de los tres grandes iconos analizados pero, por otro lado, repetiría un año más como el menos visitado (al contrario de lo habitual en los años previos al estallido de la pandemia, cuando el cuenta-personas del CRV reflejaba que el Acueducto era, con diferencia, el monumento más visitado de la ciudad).

Los meses de octubre, agosto y abril fueron, con 46.901, 40.150 y 33.227 visitas respectivamente, los de mayor afluencia en el monumento romano, aportando el 13,89%, 11,89% y 9,84% del total de recibidas en el año (en total acumularon el 35,61% de todas las de 2022, 15,28 puntos por debajo del

MES/2022	Cuenta personas del CRV / Acueducto	Catedral	Alcázar
ENERO	11.032	17.724	24.221
FEBRERO	15.386	22.564	27.161
MARZO	15.727	25.058	30.804
ABRIL	33.227	36.068	56.203
MAYO	30.397	37.311	50.634
JUNIO	29.035	40.041	48.610
JULIO	29.718	39.225	53.036
AGOSTO	40.150	49.070	65.871
SEPTIEMBRE	30.945	38.013	53.325
OCTUBRE	46.901	46.228	64.159
NOVIEMBRE	26.179	29.210	37.891
DICIEMBRE	29.069	32.424	42.929
TOTAL 2022	337.766	412.936	554.844



Visitas recibidas los últimos 10 años
Acueducto - Catedral - Alcázar



porcentaje que alcanzaron los tres meses más importantes de 2021, año en el que esos meses principales acapararon la mayoría de las visitas que el monumento recibió ese año).

En el lado opuesto se encontraron los meses del primer trimestre del año, pues enero (11.032 visitas, 3,27% del total), febrero (15.386 visitas, 4,56%) y marzo (15.727 visitas, 4,66%) tan sólo aportaron entre los tres el 12,48% de las visitas anuales (8,83 puntos más que los tres peores meses de 2021).

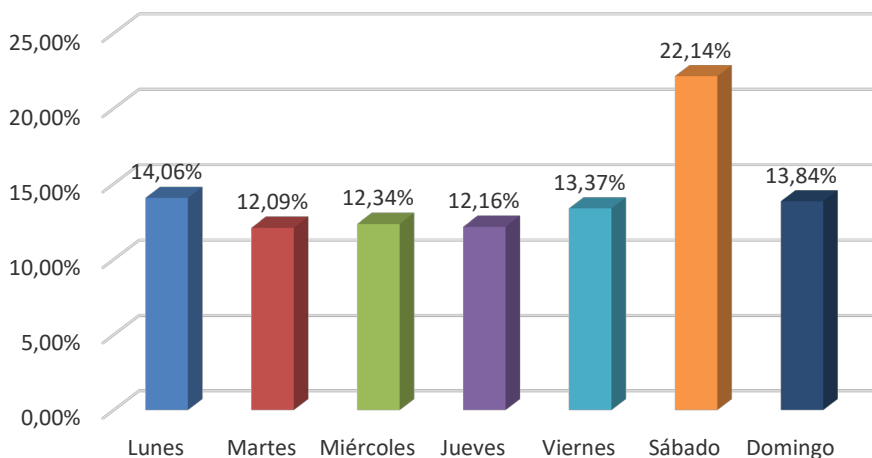
En comparación con 2021, todos los meses del año mejoraron sus resultados, siendo abril, enero y febrero los que lograron crecimientos más pronunciados (en concreto vieron crecer las visitas un 926,16%, 877,15% y 691,46% respectivamente) y agosto, septiembre y julio los que experimentaron crecimientos más moderados (exactamente del 11,51%, 26,85% y 35,39% respectivamente).

Un análisis de las visitas que recibió cada día de la semana refleja que los sábados y domingos absorbieron el 35,98% del total (0,97 puntos por encima de 2021), un 22,14% el primer día del fin de semana (porcentaje que permitió que el sábado repitiera un año más como el día de mayor afluencia de toda la semana) y un 13,84% el último. De esta manera, se puede afirmar que el acueducto siguió recibiendo más visitas entre semana que en fin de semana, pero ese periodo de lunes (día que destaca por ser el segundo día con más visitas en 2022, el 14,06%) a viernes perdió peso respecto a 2021 (bajó del 64,99% que supuso en 2019 al 64,02% de 2022).

Gracias a los datos aportados por el Parque Natural Sierra de Guadarrama, se puede saber que el azud del Acueducto (origen del monumento, ubicado en Revenga) recibió 7.723 visitas en todo el año, un 3,07% más que el año anterior. El promedio de visitas diarias se mantuvo en 21, al igual que el año anterior, pero el día con más visitas (en este caso el domingo 16 de octubre) tan solo atrajo a 207 visitantes, un 17,20% menos que el día de mayor afluencia en 2021. Los tres meses de mayor afluencia en el azud fueron los del tercer trimestre del año, que acumularon casi la mitad de todas las visitas del año (el 48,06% del total anual, 4,38 puntos por debajo de los tres mejores meses del 2021), con 1.355 visitas en julio (17,54% del total), 1.180 en agosto (15,28%) y 1.177 en septiembre (15,24%). Los domingos siguieron siendo el día favorito de quienes visitaron este espacio en 2022, pues en ese día de la semana se produjeron el 36,2% de todas las visitas del año (0,95 puntos por encima del porcentaje alcanzado por los domingos de 2021).



Perfil Semanal Acueducto 2022



¿Sabías que...?

El 15 de julio de 2022 se cumplieron 30 años del fin del tráfico bajo el Acueducto.

Se calcula que, hasta ese veraniego día de 1992, bajo los arcos del famoso monumento romano circulaba una media diaria de aproximadamente 22.000 vehículos.

Teniendo en cuenta esa media diaria, desde la fecha en que se cortó el tráfico hasta el 31 de diciembre de 2022, se ha evitado que unos 222.520.000 de vehículos circulen bajo sus arcos.

ii. Catedral

En 2022 la Catedral de Segovia recibió 412.936 visitas, un 92% más que en 2021. Este importante crecimiento, a pesar de ser menor que el experimentado en el Alcázar y el Acueducto, permitió que, de los tres grandes iconos turísticos de la ciudad, el templo cristiano fuera el que más próximo estuvo a recuperar las cifras previas a la crisis provocada por el COVID19, pues apenas recibió un 10,65% menos de visitas que en 2019.

La torre de la Catedral, a su vez, recibió 39.562 visitas, lo que supone un crecimiento del 60,18% respecto a 2021, pero todavía un 25,54% por debajo de la cifra alcanzada en 2019, cuando este espacio recibió 49.668 visitas.

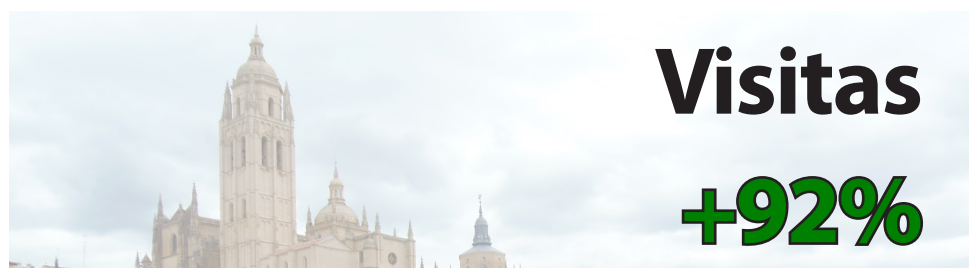
Agosto, octubre y junio fueron los meses con más visitas, pues en ellos se recibieron 49.070, 46.228 y 40.041 respectivamente, o lo que es lo mismo, el 11,88%, 11,19% y 9,70% del total. Entre los tres acumularon el 32,77% del total anual, 16,75 puntos por debajo del porcentaje que alcanzaron los tres meses más importantes de 2021 (prácticamente igualando el 32,57% que supusieron los meses más importantes de 2019). Los meses de mayor crecimiento fueron febrero, enero y abril con una variación interanual positiva del 1680,90%, 1545,68% y 890,06% respectivamente.

Los meses de menor afluencia de visitas en la Catedral fueron enero, febrero y marzo, con 17.724, 22.564 y 25.058 respectivamente (un 4,29%, 5,46% y 6,07% del total en cada uno de ellos) que juntos acumularon el 15,82% de las visitas anuales (13,26 puntos por encima del porcentaje acumulado por los tres peores meses de 2020). Si bien todos los meses mejoraron sus resultados respecto al año anterior, los que lo hicieron en una menor medida fueron agosto, noviembre y octubre, con crecimientos del 13,69%, 21,46% y 26,28% respectivamente.

iii. Alcázar

Con 554.844 visitas (un 94,14% más que en 2021), el Alcázar fue, de acuerdo con los datos disponibles y por segundo año consecutivo, el monumento más visitado de la ciudad de Segovia.

Los meses de agosto, octubre y abril fueron los de mayor afluencia de visitas en la fortaleza, con 65.871 (11,87% del total), 64.159 (11,56%) y 56.203 visitas (10,13%) cada uno de ellos, acumulando entre los tres el



33,56% del total anual (17,24 puntos por debajo de los meses más importantes de 2021, cuando esos meses sumaron la mayoría de las visitas recibidas en el año).

Si bien todos los meses se registraron más visitas que el año anterior, destacaron por sus crecimientos del 3231,64%, 1574,54% y 670,43% los meses de enero, febrero y abril. Los dos primeros de estos meses fueron, sin embargo, los de

menor afluencia de visitantes, con 24.221 (4,37% del total) y 27.161 visitas (4,9%) respectivamente, seguidos por marzo con sólo 30.804 visitas (5,55%). Entre los tres tan sólo acumularon el 14,81% del total anual, un porcentaje superior al alcanzado por los tres meses con menos visitas de 2021 en 12,24 puntos.

Los meses en los que el crecimiento de visitas fue más moderado fueron agosto (con un incremento del 13,01%), noviembre (del 28,37%) y octubre (del 29,04%).

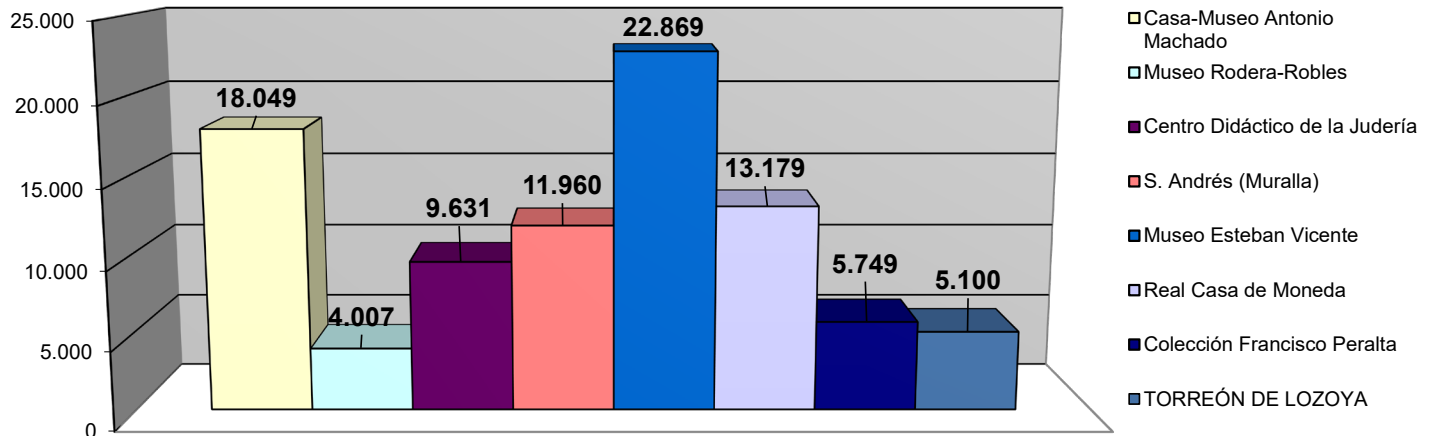
B. MUSEOS

En este apartado se analizan los resultados alcanzados por 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 (todos ellos, espacios museísticos gestionados por la

Empresa Municipal de Turismo), además de los del Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente, el Museo Rodera-Robles y el Torreón de Lozoya.

Juntos, estos 8 espacios sumaron un total de 90.554 visitas, un 34,89% más que el año anterior y tan solo un 1,9% inferior a las 92.295 visitas de 2019.

A excepción de la Colección de Títeres de Francisco Peralta (que perdió el 7,33% de las visitas que recibió en 2021), todos los espacios analizados en este epígrafe mejoraron sus resultados respecto al año anterior.



CASA-MUSEO ANTONIO MACHADO													
2021	33	107	190	326	594	866	1.810	3.001	2.126	2.016	1.077	1.253	13.399
2022	713	1.209	929	2.083	1256	1108	1744	2676	2044	1759	1132	1396	18.049
DIF.	680	1.102	739	1.757	662	242	-66	-325	-82	-257	55	143	4.650
%	2060,61%	1029,91%	388,95%	538,96%	111,45%	27,94%	-3,65%	-10,83%	-3,86%	-12,75%	5,11%	11,41%	34,70%
MUSEO RODERA-ROBLES													
2021	0	0	0	0	0	82	373	493	523	280	206	397	2.354
2022	358	257	253	172	244	278	558	316	515	308	352	396	4.007
DIF.	358	257	253	172	244	196	185	-177	-8	28	146	-1	1.653
%						239,02%	49,60%	-35,90%	-1,53%	10,00%	70,87%	-0,25%	70,22%
CENTRO DIDÁCTICO DE LA JUDERÍA													
2021	29	56	94	132	377	472	793	1.292	1.558	981	654	597	7.035
2022	423	568	567	851	745	566	705	1.122	1.798	917	632	737	9.631
DIF.	394	512	473	719	368	94	-88	-170	240	-64	-22	140	2.596
%	1358,62%	914,29%	503,19%	544,70%	97,61%	19,92%	-11,10%	-13,16%	15,40%	-6,52%	-3,36%	23,45%	36,90%
LA MURALLA - PUERTA DE SAN ANDRÉS													
2021	0	95	136	339	418	870	1.071	1.471	1.183	1.126	578	851	8.138
2022	656	711	631	1.451	934	949	886	1.565	1.490	1.188	594	905	11.960
DIF.	656	616	495	1.112	516	79	-185	94	307	62	16	54	3.822
%		648,42%	363,97%	328,02%	123,44%	9,08%	-17,27%	6,39%	25,95%	5,51%	2,77%	6,35%	46,96%
MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE													
2021	214	0	0	1.910	1.809	1.400	1.518	2.622	2.621	240	1.717	872	14.923
2022	1.386	0	1.237	1.729	2.561	780	4.071	2.778	3.744	1.041	2.109	1.433	22.869
DIF.	1.172	0	1.237	-181	752	-620	2.553	156	1.123	801	392	561	7.946
%	547,66%			-9,48%	41,57%	-44,29%	168,18%	5,95%	42,85%	333,75%	22,83%	64,33%	53,25%
REAL CASA DE MONEDA													
2021	0	0	0	596	496	861	1.449	2.149	1.646	1.857	881	878	10.813
2022	452	658	1.076	1.782	1.233	1.176	878	1.793	844	1.237	945	1.105	13.179
DIF.	452	658	1.076	1.186	737	315	-571	-356	-802	-620	64	227	2.366
%				198,99%	148,59%	36,59%	-39,41%	-16,57%	-48,72%	-33,39%	7,26%	25,85%	21,88%
COLECCIÓN DE TÍTERES FRANCISCO PERALTA													
2021	62	132	170	381	386	320	673	996	843	1.070	558	613	6.204
2022	458	505	469	941	384	242	444	552	655	345	320	434	5.749
DIF.	396	373	299	560	-2	-78	-229	-444	-188	-725	-238	-179	-455
%	638,71%	282,58%	175,88%	146,98%	-0,52%	-24,38%	-34,03%	-44,58%	-22,30%	-67,76%	-42,65%	-29,20%	-7,33%
TORREÓN DE LOZOYA													
2021	0	0	0	0	0	0	0	0	452	964	1.232	1.608	4.256
2022	530	579	393	386	407	232	391	437	778	330	233	404	5.100
DIF.	530	579	393	386	407	232	391	437	326	-634	-999	-1.204	844
%									72,12%	-65,77%	-81,09%	-74,88%	19,83%

i. Real Casa de Moneda

La Real Casa de Moneda repitió un año más como el tercer espacio museístico de la ciudad por número de visitas recibidas, con un total de 13.179 (un 14,56% de todas las recibidas en este tipo de espacios en Segovia, 1,55 puntos por debajo de lo que supuso el año anterior), un 21,88% más que en 2021, lo que, si bien es un porcentaje de crecimiento alto, de todos los espacios museísticos que crecieron, fue el que anotó el segundo porcentaje más bajo (superando tan solo al Torreón de Lozoya). Este crecimiento, demostró ser insuficiente para recuperar el volumen de visitas anterior a la crisis provocada por el COVID19, pues el número alcanzado en 2022 aún quedó por debajo del alcanzado en 2019 en un 17,03%.

La antigua ceca también volvió a ser, de todos los espacios museísticos gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, el que tuvo un porcentaje más alto de visitantes pertenecientes a grupos organizados, exactamente el 18,65% (porcentaje no sólo superior en 10,71 puntos al alcanzado en 2021, sino incluso superior en 2,81 puntos al porcentaje que supuso este tipo de turismo en 2019).

Los meses de mayor afluencia de visitas fueron agosto, abril y octubre, con 1.793 (13,6% del total), 1.782 (13,52%) y 1.237 visitas (9,39%) respectivamente, que acumularon entre los tres el 36,51% del total anual (lo que supone una reducción del peso de los tres meses más importantes del año, que dejaron de recibir la mayoría de visitas del año, tal y como sucedió en 2021, cuando acumularon el 52,27%).

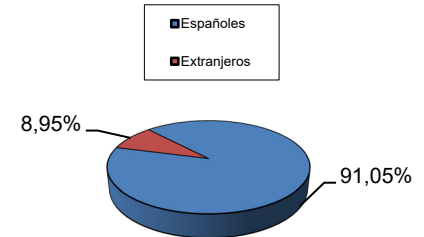
Enero, febrero y septiembre fueron los meses en los que recibió un menor número de visitas, exactamente 452 (mínimo histórico para ese mes), 658 y 844 respectivamente, o lo que es lo mismo, un 3,43%, 4,99% y 6,4% del total anual (sumando entre los tres el 14,82% del año, 3,24 puntos por debajo de los tres peores meses de 2021).

El mayor crecimiento interanual se vivió en los meses de abril, mayo y junio, con incrementos del 198,99%, 148,59% y el 36,59% respecto a las visitas alcanzadas esos mismos meses del año anterior. En el lado contrario se encontraron los meses de julio, septiembre y octubre, que con fueron los que perdieron más visitas respecto a 2021, con caídas del 39,41%, 48,72% y 33,39% respectivamente.

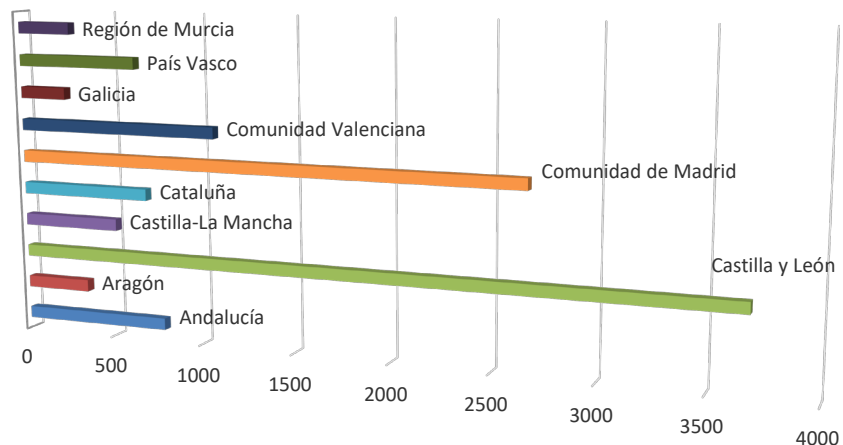
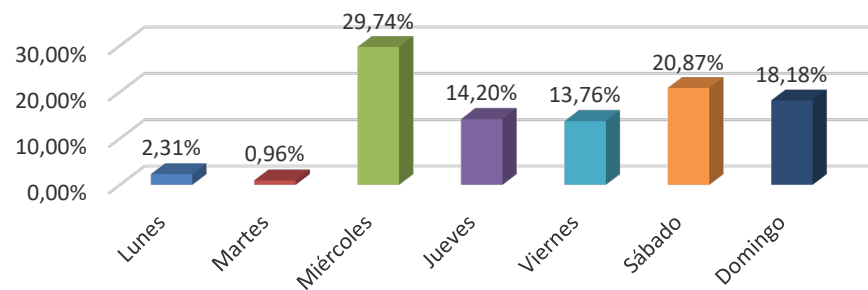
En un análisis de las visitas en función del día de la semana se observa que no sólo se volvió a recibir más visitas



Visitas
+21,88%



Perfil semanal



entre semana que el fin de semana, sino que además se incrementó la diferencia, pues si bien en 2021 de lunes a viernes se recibieron el 55,02% de las visitas, en 2022 este porcentaje subió hasta el 60,95% (por tanto, el crecimiento del peso de esos días fue de 5,93 puntos). Los miércoles (29,74% del total) y los sábados (20,87%) fueron los días con más visitas, acumulando entre los dos la mayoría de visitas recibidas en todo el año (el 50,61%), mientras que el tercer día por volumen de visitas fueron los domingos (con el 18,18% del total anual).

Si se lleva a cabo un análisis de las visitas en función de la procedencia de quienes la realizan se observa que, un año más, fue el espacio museístico

gestionado por la Empresa Municipal de Turismo con una mayor proporción de visitantes españoles, en concreto un 91,05%, lo que en realidad supone una caída de 4,65 puntos del turismo nacional en este centro respecto a 2021.

En consecuencia, entre las diez principales procedencias no hay ninguna extranjera: 1º Castilla y León (3.689 visitas, 27,99% del total), 2º Comunidad de Madrid (2.677 visitas, 20,31%), 3º Comunidad Valenciana (1.082 visitas, 8,21%), 4º Andalucía (787 visitas, 5,97%), 5º Cataluña (699 visitas, 5,3%), 6º P. Vasco (652 visitas, 4,95%), 7º Castilla-La Mancha (523 visitas, 3,97%), 8º Aragón (346 visitas, 2,63%), 9º Murcia (289 visitas, 2,19%) y 10º Galicia (251 visitas, 1,9%).

ii. Casa-Museo de Antonio Machado

La antigua pensión en la que vivió el poeta, hoy Casa-Museo de Antonio Machado, recibió 18.049 visitas, un 34,7% más que en 2021. Así, habiendo recibido el 19,93% de todas las visitas a este tipo de lugares en la ciudad, fue el segundo espacio museístico más visitado de Segovia, tan sólo por detrás Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente. En cualquier caso, si bien aún terminó el año con volumen de visitas todavía inferior a 2019, tan sólo perdió un 4,52% de visitas respecto al resultado obtenido ese año, por lo que podría considerarse que en 2022 ya se habría recuperado tras la crisis del COVID19 (el resultado de 2022 es, de hecho, el cuarto mejor de su historia, tan solo por detrás de las cifras récord alcanzadas en 2017, 2018 y 2019).

El 96,75% de las visitas que recibió fueron realizadas por visitantes que no formaban parte de ningún tipo de grupo organizado, porcentaje muy elevado pero inferior al alcanzado en 2021 (cuando este porcentaje fue del 97,88%), lo que provocó que el espacio dedicado al insigne poeta dejara de ser el museo gestionado por la EMT con un menor peso del turismo organizado, lugar que en 2022 ocupó la Colección de Títeres de Francisco Peralta.

Los meses más importantes en este espacio por el número de visitas que trajeron consigo fueron: agosto, abril y septiembre con 2.676, 2.083 y 2.044 visitas respectivamente, es decir, un 14,83%, 11,54% y 11,32% del total en cada caso. Así, sumados, estos tres meses aportaron el 37,69% de todas las recibidas en el año, un porcentaje inferior al 53,31% que supusieron los mejores meses de 2021 en 15,62 puntos). Los meses que mejoraron más sus resultados del año anterior fueron enero, febrero y abril, en los que se observó un crecimiento del 2.060,61%, 1.029,91% y 538,96% en cada caso.

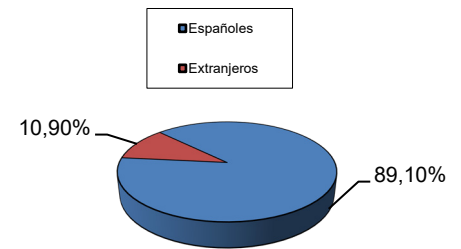
Por el contrario, en enero, marzo y junio, tan solo se recibieron 713, 929 y 1.108 visitas cada uno de ellos, o lo que es lo mismo, un 3,95%, 5,15% y 6,14% del total anual, que sumados solamente supusieron el 15,24% de todo 2022 (incrementándose el peso de los tres peores meses del año en 12,78 puntos respecto a 2021). Los meses que perdieron más visitas respecto al año anterior fueron octubre, agosto y septiembre, con caídas del 12,75%, 10,83% y 3,86% respectivamente (es necesario recordar que en septiembre y octubre de 2021 se establecieron nuevos récords de visitas para esos meses del año).

Si en 2021 la Casa-Museo de Antonio Machado fue, de todos los

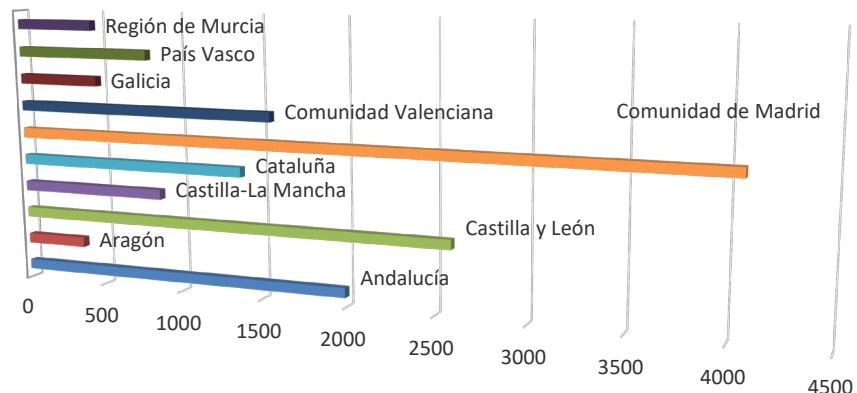
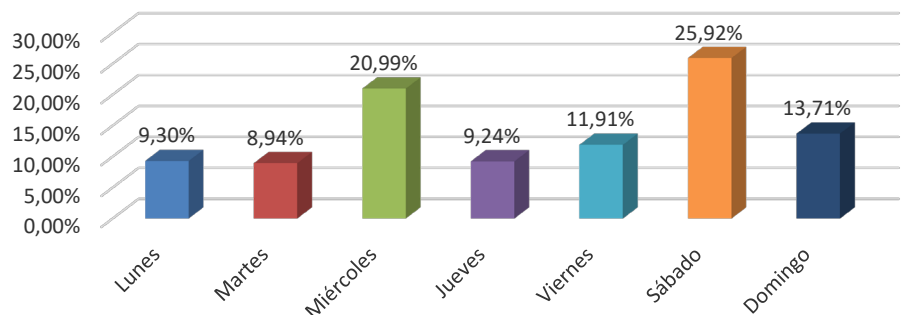


ANTONIO
MACHADO

Visitas
+34,7%



Perfil Semanal



espacios museísticos gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, el que recibió una mayor proporción de visitas entre semana, en 2022 redujo ligeramente el porcentaje de visitas recibidas en ese periodo hasta llegar al 60,36% (frente al 60,79% que supusieron esas visitas de lunes a viernes en 2021) y cedió ese puesto al Centro Didáctico de la Judería. Los días con una mayor afluencia de visitantes en la casa fueron un año más los sábados (25,92% del total), seguidos de los miércoles (20,99%).

Respecto el origen de quienes realizaron todas estas visitas, destacar que, si bien el turismo nacional siguió siendo mayoría (un 89,10% del total), lo fue en una proporción menor que en 2021 (cuando los visitantes españoles

a la casa supusieron el 93,22%). Este cambio, sin embargo, no permitió que se colase en el TOP10 de procedencias ninguna de carácter internacional: 1º Comunidad de Madrid (4.071 visitas, 22,56% del total), 2º Castilla y León (2.593 visitas, 14,37%), 3º Andalucía (1.995 visitas, 11,05%), 4º Comunidad Valenciana (1.569 visitas, 8,69%), 5º Cataluña (1.385 visitas, 7,67%), 6º Castilla-La Mancha (881 visitas, 4,88%), 7º País Vasco (818 visitas, 4,53%), 8º Galicia (493 visitas, 2,73%), 9º Murcia (471 visitas, 2,61%) y 10º Aragón (367 visitas, 2,03%).

iii. Centro Didáctico de la Judería

Este espacio, dedicado a la difusión de la herencia cultural y patrimonial judía que atesora la ciudad, recibió 9.631 visitas en 2022 (un 36,9% más que el año anterior), el 10,64% del total de las recibidas en los espacios museísticos de Segovia capital. Este resultado es inferior al alcanzado en 2019 en un 31,04%, lo que convierte al Centro Didáctico de la Judería (CDJ) en el espacio museístico más alejado de los resultados obtenidos ese año previo al COVID19 de todos los gestionados por la EMT.

Aquí, las visitas realizadas por personas pertenecientes a grupos organizados fueron el 11,91% del total, 5,39 puntos más que en 2021, lo que significa que, de los espacios gestionados por la EMT, fue el segundo con una proporción más alta de este tipo de turismo (tan solo por detrás de la Real Casa de Moneda).

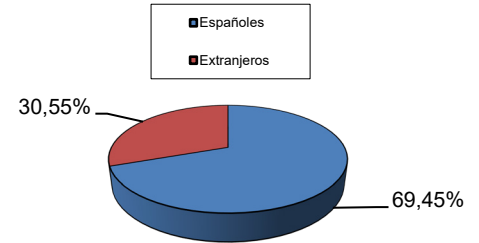
Los meses de más éxito por volumen de visitas recibidas en el CDJ fueron septiembre, agosto y octubre, con 1.798 (18,67% del total y nuevo récord para un mes de septiembre en este espacio), 1.122 (11,65%) y 917 visitas (9,52%) cada uno de ellos respectivamente, que acaparon el 39,84% de todas las del año (lo que supone una pérdida de peso de los tres meses más fuertes del año de 14,62 puntos porcentuales en comparación con 2021). Enero, febrero y abril fueron, con crecimientos del 1358,62%, 914,29, 544,70%, los meses que más visitas ganaron respecto al año anterior.

Por otro lado, enero, junio y marzo fueron los meses en los que este espacio logró atraer un menor número de visitas, exactamente 423 (4,39% del total), 567 (5,88%) y 566 (5,89%), sumando entre los tres el 16,16% del año (mejorando el resultado acumulado de los tres peores meses de 2021 en 13,61 puntos). Los meses en los que este centro didáctico perdió más visitas fueron agosto, julio y octubre, que vieron reducidas sus visitas en un 13,16%, 11,10% y 6,52% respectivamente.

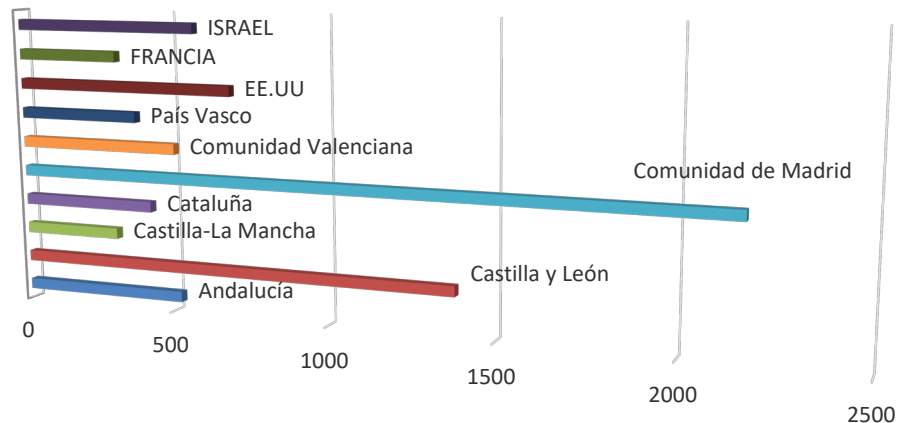
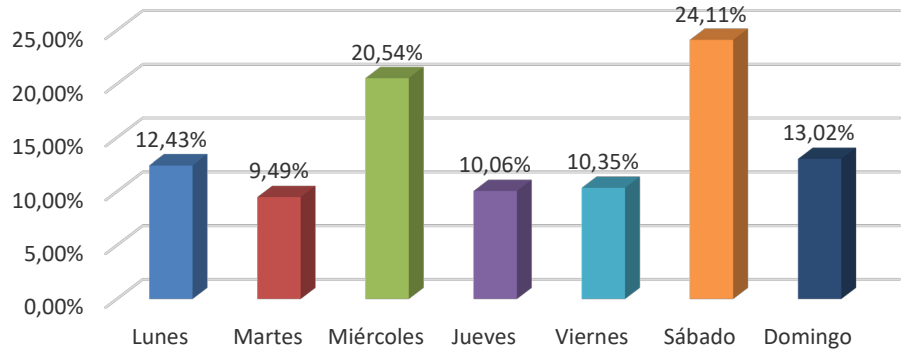
La mayoría de visitas a este centro se siguieron produciendo entre semana y, de hecho, la proporción respecto al fin de semana se amplió en comparación con 2021. Si ese año de lunes a viernes se recibió el 54,74% del total de visitas, en 2022 ese porcentaje creció 8,13 puntos hasta llegar al 62,87%, lo que convirtió al CDJ en el espacio gestionado por la EMT con una mayor proporción de visitas recibidas



Visitas
+36,9%



Perfil Semanal



fuera del fin de semana. Sin embargo, los sábados siguieron siendo los días de mayor afluencia de visitantes en este centro (24,11% del total), eso sí, seguidos de los miércoles (20,54% del total).

Un año más, este Centro Didáctico fue, de todos los espacios museísticos que gestiona la EMT, el que recibió más visitas origen extranjero, gracias a un 30,55% de visitas llevadas a cabo por internacionales. Además, este porcentaje es 14,71 puntos superior

al alcanzado en 2021, por lo que no es de extrañar que en el TOP10 de procedencias en este centro se colara una procedencia internacional más que el año anterior (siendo ya tres en total): 1º Comunidad de Madrid (2.174 visitas, 22,57% del total), 2º Castilla y León (1.385 visitas, 14,38%), 3º EE.UU (701 visitas, 7,28%), 4º ISRAEL (587 visitas, 6,09%), 5º Andalucía (526 visitas, 5,46%), 6º Comunidad Valenciana (515 visitas, 5,35% del total), 7º Cataluña (431 visitas, 4,48%), 8º País Vasco (387 visitas, 4,02%), 9º FRANCIA (325 visitas, 3,37%) y 10º Castilla-La Mancha (312 visitas, 3,24%).

iv. Puerta de San Andrés

La Puerta de San Andrés, una de las puertas que cerraba la Muralla de Segovia y hoy uno de los espacios museísticos gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, recibió 11.960 visitas en 2022. Este volumen de visitas supone un incremento del 46,96% respecto a 2021 y es, por tanto, el espacio gestionado por la Empresa Municipal de Turismo que logró un mayor crecimiento de visitas.

Además, dado que está ubicada junto al PIT Muralla y que para poder acceder a ella es preciso pasar antes por el esa oficina (donde se facilita un código de acceso), se puede deducir que, de las 21.995 consultas atendidas en ese centro, un 54,37% de ellas terminó convirtiéndose en una visita a la puerta (lo que supone un incremento de 4,65 puntos respecto a 2021) y, por lo tanto, puede afirmarse que en 2022 la mayoría de consultas atendidas en el PIT Muralla terminaron en visita a la Puerta de San Andrés.

Los meses de agosto, septiembre y abril fueron en los que esta puerta recibió más visitas, con 1.565 (13,09% del total), 1.490 (12,46%) y 1.451 (12,13%) respectivamente en cada caso, sumando entre los tres el 37,68% del total anual de visitas (8,77 puntos menos que los tres mejores meses de 2021). Febrero, marzo y abril fueron los meses que lograron un mayor crecimiento interanual de visitas, con incrementos del 648,42%, 363,97 y 328,02% en cada caso.

Por otro lado, noviembre, marzo y enero fueron los meses en los que la puerta recibió un menor número de visitas, en concreto 594, 631 y 656 cada mes, o lo que es lo mismo, un 4,97%, 5,28% y 5,48% respectivamente del total anual (juntos sumaron un 15,73% del total anual, 12,89 puntos por encima de los tres peores meses de 2021). El único mes que perdió visitas en comparación con el año anterior fue julio, que vio caer el número de visitas recibidas en un 17,27%.

Un año más, conviene recordar que por cuestiones técnicas no es posible conocer la procedencia de quienes acceden a la Puerta de San Andrés, pero sí es posible saber el lugar de origen de quienes realizaron algún tipo de consulta en el Punto de Información Turístico de la Muralla, por lo que, si se toman como referencia esos datos, tal y como se ha explicado ya en el apartado dedicado a las oficinas de turismo de la ciudad, las 10 principales procedencias en este espacio serían: 1º Comunidad de Madrid, 2º Castilla y León, 3º Andalucía, 4º Comunidad Valenciana, 5º Cataluña, 6º País Vasco, EE.UU., 8º Castilla-La Mancha, 9º FRANCIA y 10º ARGENTINA.



Adarve de la Muralla ((Puerta de San Andrés))

La Muralla



Visitas

+46,96%



Colección de Títeres de Francisco Peralta

Colección de Títeres de Francisco Peralta

Visitas

-7,33%

v. Colección de Títeres de Francisco Peralta

En la Puerta de Santiago se encuentra la Colección de Títeres de Francisco Peralta, espacio gestionado por la Empresa Municipal de Turismo que recibió 5.749 visitas en 2022, un 7,33% menos que el año anterior. De esta manera, el museo dedicado a los títeres del maestro Peralta es el único espacio museístico de la ciudad que vio reducidos sus datos respecto a 2021,

por lo que repite como penúltimo de todos los espacios de este tipo que son analizados en este boletín (tan sólo por delante del museo del Torreón de Lozoya). Además, de todos los espacios museísticos gestionados por la Empresa Municipal de Turismo, éste fue el que tuvo una menor proporción de visitas realizadas por miembros de grupos organizados, tan sólo el 2,27% del total (porcentaje inferior en 0,81 puntos respecto al año anterior).

La colección recibió 941 visitas en abril, 655 en septiembre y 552 en agosto, siendo estos los meses con más visitas de todo el año, aportando cada uno de ellos el 16,37%, 11,39% y 9,6% de las visitas de 2022 (entre los tres sumaron el 37,36% del total, lo que supone una pérdida de peso de los tres meses más importantes del año en este espacio de 9,53 puntos en relación a 2021). Los meses del primer trimestre del año fueron los que más crecieron en visitas respecto al año anterior, con incrementos del 638,71% en el caso de enero, 282,58% en el de febrero y 175,88% en marzo.

Los meses de junio, diciembre y noviembre fueron en los que recibió menos visitas, 242, 320 y 345 visitas respectivamente, que supusieron el 4,21%, 5,57% y 6,00% de las visitas anuales (entre los tres tan solo acumularon el 15,78% de las visitas anuales, porcentaje superior en 9,91 puntos al alcanzado por los tres meses con menos visitas de 2021).

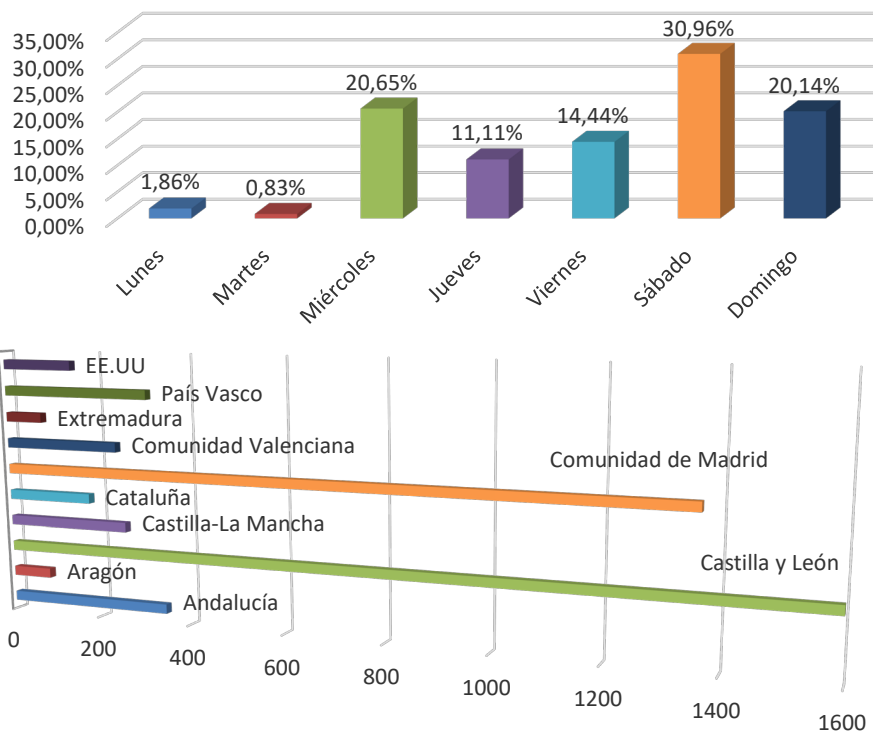
Un año más, la Colección de Títeres de Francisco Peralta fue el único espacio gestionado por la Empresa Municipal de Turismo que recibió más visitas en fin de semana que entre semana, pues el 51,10% de todas ellas se realizaron los sábados y domingos (porcentaje inferior en 5,23 puntos al alcanzado por estos dos días en 2021, pero que todavía supone la mayoría de las visitas del año). El sábado fue el día de la semana en el que se recibieron más visitas, exactamente el 30,96% del total.

La gran mayoría de visitas siguieron llevándolas a cabo visitantes nacionales aunque en una proporción menor que en 2021, ya que ese año supusieron el 91,92% del total y en 2022 ese porcentaje se redujo en 5,68 puntos para quedarse en un 86,24%. De hecho, en el TOP10 de procedencias logró colarse una de carácter internacional: 1º Castilla y León (1.597 visitas, 28,14% del total), 2º Comunidad de Madrid (1.365 visitas, 24,05%), 3º Andalucía (347 visitas, 6,11%), 4º País Vasco (317 visitas, 5,59%), 5º Castilla-La Mancha (262 visitas, 4,62%), 6º Comunidad Valenciana (246 visitas, 4,33%), 7º Cataluña (182 visitas, 3,21%), 8º EE. UU. (151 visitas, 2,66%), 9º Aragón (83 visitas, 1,46%) y 10º Extremadura (79 visitas, 1,61%).

vi. Resto de museos (Museo Esteban Vicente, Museo Rodera Robles y Museo del Torreón de Lozoya)

El Museo de Arte

Perfil Semanal



Contemporáneo Esteban Vicente fue, con 22.869 visitas (25,26% de todas las visitas recibidas por los espacios museísticos) el más visitado de todos los analizados en este boletín, logrando mejorar su resultado de 2021 en un 53,25%. De hecho este volumen supone la tercera mejor marca de la historia de este museo, tan sólo por detrás de 2007 y el récord de 33.358 visitas que logró en 2008, por lo que podría considerarse completamente recuperado del impacto que supuso el COVID19. Julio (4.071 visitas, 17,8% del total y récord histórico para este mes), septiembre (3.744 visitas, 16,37%) y agosto (2.778 visitas, 12,15% del total

y récord histórico para este mes) fueron los meses con más visitas (entre los tres acumularon el 46,32% de las visitas anuales, 1,61 puntos por debajo de los tres mejores meses de 2021), mientras que junio (780 visitas, 3,41% del total), octubre (1.041 visitas, 4,55%) y marzo (1.237 visitas, 5,41%) fueron en los que recibió un menor número de visitas (sin contar, claro está, los periodos en los que permaneció cerrado, estos tres meses acumularon el 13,37% del total anual de visitas, 4,48 puntos por encima de los peores meses de 2021). Los meses que más visitas ganaron respecto a 2021 fueron enero (con un incremento del 547,66%), octubre (con un aumento del 333,75%) y julio (con un 168,18% de visitas), mientras

que los únicos meses que salieron perdiendo en la comparativa interanual fueron abril y junio (que cayeron un 9,48% y 44,29% respectivamente).

El Museo Rodera-Robles fue el que logró un mayor incremento de visitas respecto a 2021, pues estas aumentaron un 70,22% hasta llegar a las 4.007 (sin tener en cuenta los periodos en que permaneció cerrado, destacan los meses de junio, septiembre y junio, con crecimientos del 239,02%, 70,85% y 49,60% respectivamente). Sin embargo, este incremento no impidió que fuese el espacio museístico menos visitado (tan sólo recibió el 4,33% de las visitas que se produjeron en este tipo de espacios), con meses como abril, mayo y marzo, en los que tan sólo recibió 172 (4,29% del total), 244 (6,09%) y 253 (6,31%) visitas en cada caso (un 16,69% del total entre los tres, 7,44 puntos por debajo del porcentaje alcanzado por los tres peores meses de 2021 sin contar los meses en que estuvo cerrado). En el lado positivo estuvieron los meses de julio, septiembre y diciembre, cuando alcanzó las 558 (13,93% del total), 515 (12,85%) y 396 (9,88%) visitas mensuales respectivamente (acumulando entre los tres el 36,66% del total anual, 23,37 puntos por debajo de los tres mejores meses en este mismo espacio en 2021).

El museo del Torreón de Lozoya, en su primer año completo de apertura, sumó un total de 5.100 visitas (5,63% de todas las producidas en los espacios museísticos analizados en este boletín), un 19,83% más que en 2021, sin embargo, de los cuatro meses que son comparables (abrió sus puertas al público en septiembre de 2021), solamente Septiembre logró mejorar las cifras alcanzadas el año anterior (ese mes logró un 72,12% más de visitas, pero en octubre éstas cayeron un 65,77%, en noviembre un 81,09% y en diciembre un 74,88%). También fue septiembre el mes con más visitas de todo el año (778 visitas, 15,25% del total), seguido de febrero (579 visitas, 11,35%) y enero (530 visitas, 10,39%). Estos tres meses acumularon el 37% de todas las visitas del año, mientras que junio (232 visitas, 4,55% del total), noviembre (233 visitas, 4,57%) y octubre (330 visitas, 6,47%) tan solo sumaron el 15,59% del total. Por último, es justo destacar que, de acuerdo con los datos proporcionados por la dirección del Torreón, al margen de las visitas al museo, contaron con 54.905 participantes en las actividades culturales paralelas que organizaron en 2022.



Museo Rodera-Robles



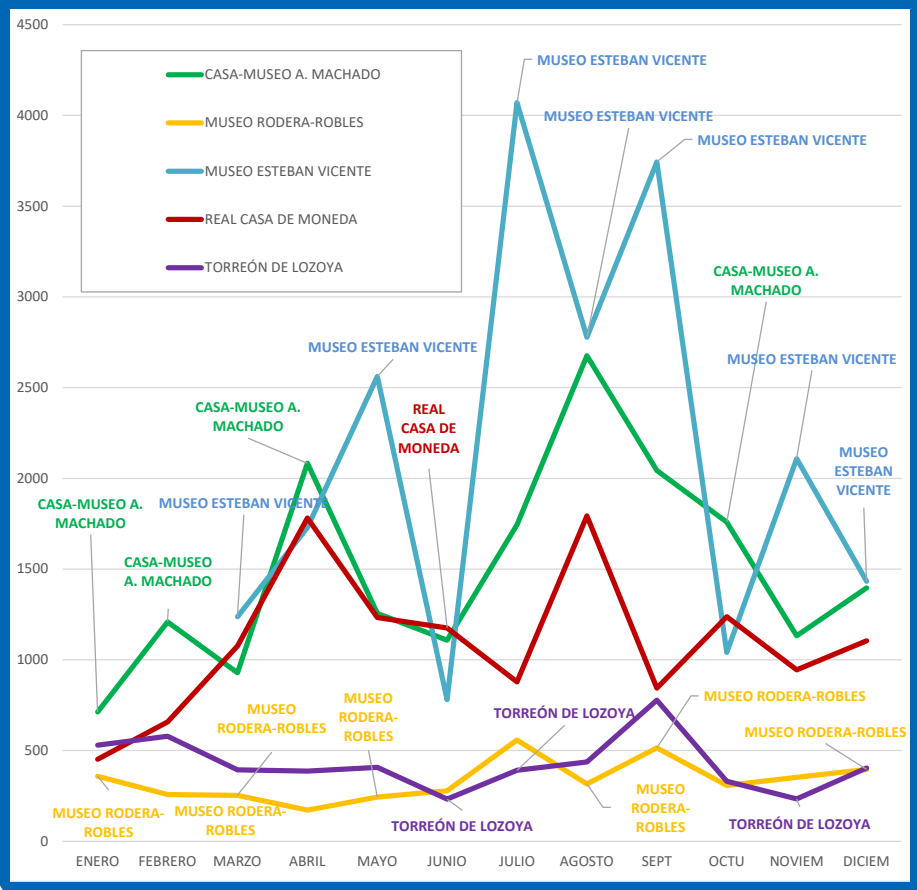
Torreón de Lozoya

¿Sabías que...?

El Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente fue el espacio museístico más visitado en 8 de los 12 meses del año, la Casa-Museo de Antonio Machado en 3 y la Real Casa de Moneda en 1.

El museo Rodera-Robles fue el menos visitado en 9 de los 12 meses del año y el Torreón de Lozoya en 3 de ellos.

El Centro Didáctico de la Judería, la Puerta de San Andrés y la Colección de Títeres de Francisco Peralta, ningún mes fueron ni los más visitados ni los menos visitados de la ciudad.



4. UNIDADES DE NEGOCIO DE LA EMT

En este apartado se analizan los resultados obtenidos por la Central de Reservas, Oficina de Congresos (Convention Bureau) y Oficina de Rodajes (Segovia Film Office) como unidades de negocio de la Empresa Municipal de Turismo.

A. CENTRAL DE RESERVAS

La Central de Reservas de Turismo de Segovia es la principal vía de comercialización de productos de la EMT. Tanto de manera presencial como online comercializa un buen número de productos y servicios turísticos, entre los que destaca especialmente el programa de visitas guiadas preprogramadas conocido como "Conoce Segovia".

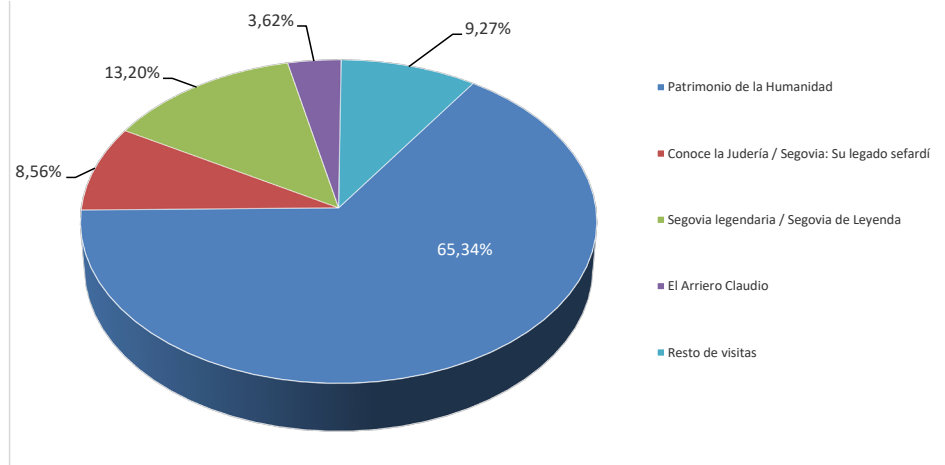
i. Visitas guiadas Conoce Segovia

Teniendo en cuenta el volumen de participantes, los profesionales implicados (los grupos son dirigidos tanto por cualquiera de los 7 guías que la empresa municipal tiene en su plantilla como por los más de 15 guías externos conveniados con la empresa municipal) y que se trata un programa único en la ciudad tanto por tratarse de visitas preprogramadas con salidas todos los días de la semana, como por su variedad (temática, de horarios y duraciones, con o sin interiores de monumentos), "Conoce Segovia" fue un año más el producto/servicio más importante de todos los que la EMT puso a disposición de quienes visitaron Segovia en 2022.

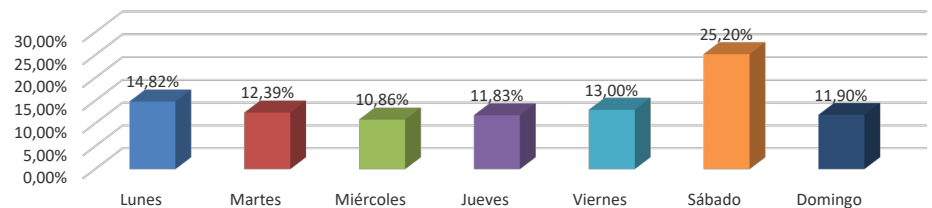
En total fueron 10.945 participantes en este programa de visitas, lo que supone un incremento del 20,25% respecto a 2021. Si bien se trata de un incremento considerable, el resultado final aún quedó lejos del récord de 19.786 participantes que se alcanzó en 2019 (la diferencia sería del 44,68%), aunque también es justo recordar que ese año el CRV recibió 860.868 visitas, lo que sin duda supone un número mucho más elevado de posibilidades de venta presencial frente a las 337.766 de 2022, además de darse en un contexto competitivo muy diferente (el estallido del COVID19 supuso un gran impulso a los free-tours y visitas llevadas a cabo por guías sin acreditación, de los que se carece de datos oficiales en la ciudad pero un análisis empírico de la situación permite observar que están en auge).

El 65,34% de quienes realizaron alguna de estas visitas optaron por "Patrimonio de la Humanidad" (porcentaje superior al alcanzado por esta visita en

Usuarios/Ventas/Alquileres de los Productos/Servicios Turísticos ofertados por la Empresa Municipal de Turismo de Segovia. Año 2022				
MES	Visitas Guiadas	Alquiler de Audioguías	Tarjeta Turística	Publicaciones CRV
ENE	577	17	6	50
FEB	719	19	6	106
MAR	557	22	7	99
ABR	1.427	30	21	156
MAY	821	35	9	143
JUN	719	56	7	162
JUL	883	14	10	170
AGO	1.761	46	11	225
SEP	1.031	57	8	219
OCT	1.029	39	12	175
NOV	528	21	7	94
DIC	893	9	3	69
TOTAL	10.945	365	107	1.668



Perfil Semanal Participantes Patrimonio de la Humanidad



2021 en 0,84 puntos), lo que, un año más, convirtió a esta visita en la de mayor éxito del programa (si bien también fue la más ofertada, con salidas programadas todos los días de la semana y en varios horarios). El resto de visitas volvieron a mantenerse a gran distancia de esta y tan sólo cabría destacar el caso de la última visita de la tarde, que a lo largo de su historia ha sido denominada como "Segovia legendaria", "Segovia de leyenda", "Paseos al atardecer" o "La tarde caso noche" entre otros nombres, pues esta visita (habitualmente en exteriores y con un contenido más desenfadado, cargado de anécdotas y curiosidades) logró captar

el 13,2% de los participantes en el programa de visitas (4,21 puntos por debajo del resultado que obtuvo en 2021).

Si se analiza el número de participantes por meses se observa que agosto, abril y septiembre fueron los meses más importantes del año, con un total de 1.761 (16,09% del total), 1.427 (13,04%) y 1.031 (9,42%) participantes respectivamente. En conjunto, estos tres meses sumaron el 38,55% del total anual de participantes en las visitas "Conoce Segovia" (porcentaje inferior en 21,29 puntos al alcanzado en 2021, año en



el que los tres meses más importantes acapararon la mayoría de participantes que hubo en todo el año).

Durante el primer semestre del año, todos y cada uno de los meses mejoraron sus resultados de 2021, destacando los crecimientos experimentados en febrero, enero y marzo, pues estos fueron del 7.090%, 1.960,71% y 1292,50% (esos meses solamente hubo 10, 40 y 28 participantes en 2021, frente a los 719, 577 y 557 de 2022). En el lado opuesto se encontraron los meses del segundo semestre, todos con un peor resultado que el año anterior, destacando octubre, julio y agosto, que perdieron el 33,61%, 32,49% y 29,76% de participantes.

Los meses en los que el volumen de participantes en este programa de visitas fue más bajo fueron noviembre, marzo y enero, con 528 (4,82% del total), 557 (5,09%) y 577 participantes (5,27%) respectivamente, que sólo acumularon entre los tres el 15,19% del total anual (14,33 puntos por encima del porcentaje alcanzado por los tres peores meses de 2021, que tan sólo recibieron el 0,86% de los participantes de ese año).

Si se analiza en número de participantes por día de la semana, en el caso de "Patrimonio de la Humanidad" (única visita programada todos los días de la semana) se observa que los fines de semana, que en 2021 acumularon el 34,05% del total de

participantes, en 2022 estos dos días incrementaron su peso en 3,04 puntos puntuales hasta llegar a suponer el 37,09% del total, por lo que, pese al crecimiento experimentado, la mayoría de participantes siguieron haciendo sus visitas de lunes a viernes. El sábado, con 1.802 participantes (un 25,20% de todos los del año), volvió a ser el día más importante de la semana (incrementando su peso respecto a 2021, cuando este día acumuló el 21,67% del total de participantes). El segundo día más importante volvió a ser el lunes, con 1.060 participantes y un 14,82% del total, porcentaje 1,72 puntos por debajo del alcanzado en este día de la semana en 2021.

ii. Audioguías, Tarjetas turísticas y Publicaciones

Al margen de las visitas guiadas, la Central de Reservas de Segovia comercializa muchos otros productos y servicios. En este epígrafe, al igual que en boletines anteriores, se analizan los resultados obtenidos por tres de ellos: ventas de tarjetas turísticas, alquileres de audioguías para recorrer la ciudad y ventas de publicaciones en el Centro de Recepción de Visitantes.

Tanto las ventas de la tarjeta turística "Amigos de Segovia" (que da acceso a diversos descuentos y gratuidades) como las de publicaciones en el Centro de Recepción de Visitantes sufrieron una caída respecto a 2021, mientras que el alquiler de audioguías

para recorrer de manera autoguiada la ciudad sí que se incrementó.

En el caso de las tarjetas turísticas la caída fue del 18,94%, puesto que en todo 2022 tan sólo se vendieron 107 tarjetas (frente a las 132 unidades que fueron adquiridas a lo largo de 2021). Los mejores meses para la venta de este producto fueron abril (con 21 tarjetas vendidas, un 19,63% del total), octubre (12 tarjetas vendidas, 11,21%) y agosto (11 tarjetas vendidas, 10,28%), en los que se acumuló el 41,12% de las ventas de este producto en 2022.

La caída de las ventas de publicaciones (guías de bolsillo y libros) en el Centro de Recepción de Visitantes fue más moderada que en el caso anterior, pues, gracias a un total de 1668 publicaciones vendidas en todo el año, ésta pérdida de ventas fue de tan sólo el 5,33% (en 2021 fueron 1762 las publicaciones vendidas). Un 37,11% de todas las ventas de publicaciones tuvieron lugar entre los meses de agosto (225 publicaciones vendidas, 13,49% del total), septiembre (219 publicaciones, 13,13%) y octubre (175 publicaciones, 10,49%).

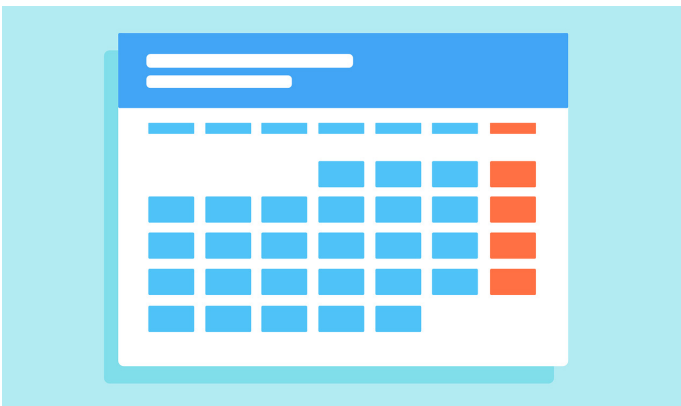
Al contrario que en los dos casos anteriores, el número de alquileres de audioguías llevados a cabo en 2022 fue superior al de 2021 en un 46%, llegando a un total de 365 audioguías alquiladas en todo el año (en cualquier caso, cifra todavía muy por debajo de los 930 alquileres logrados en 2019). Los meses en los que se alquilaron más audioguías fueron septiembre (57 alquileres, 15,62%), junio (56 alquileres, 15,34%) y agosto (46 alquileres, 12,6%).



Participación de la Oficina de Congresos en IBTM World 2022



La alcaldesa de Segovia, Clara Martín, recibe a los responsables del XIV Congreso de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria



83 Eventos



10.040 Delegados

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

La Oficina de Congresos de Segovia (Segovia Convention Bureau), que tiene como objetivo la promoción de la ciudad de Segovia como destino de congresos, ferias, reuniones de negocios, viajes de incentivo, etc. es otra de las unidades de negocio de la Empresa Municipal de Turismo.

En 2022, esta oficina colaboró con distintas instituciones y empresas para el desarrollo de 83 eventos empresariales en la ciudad, en los que participaron un total de 10.040 delegados. Esto significa que el número de eventos desarrollados en Segovia capital creció un 151,52% y el de delegados un 389,28%.

Este importante crecimiento, si bien no permite alcanzar las cifras récord que se establecieron en 2019 (año en el que el número de eventos

alcanzado fue de 101, y el de delegados de 12.820, cifras un 17,82% y un 21,68% superiores a las de 2022), sí que permitió que se establecieran las terceras cifras más altas de su historia, justo por debajo de los resultados obtenidos en 2018 (92 eventos y 10.884 delegados, un 9,78% y 7,75% por encima de 2022) y por encima de los de 2017 (año en el que el volumen de eventos fue de 77 y el de delegados de 9.934, un 7,79% y un 1,07% por debajo del pasado año 2022), por lo que podría decirse que este tipo de turismo ha recuperado la normalidad tras la pandemia provocada por el COVID19 (aunque es justo destacar que un 40% de los eventos han mantenido el formato híbrido, es decir, que ofrecieron a ponentes y delegados la opción de participar por vía telemática).

Los tres principales sectores de actividad en los que se enmarcaron las entidades organizadoras de estos eventos fueron, por orden

de importancia, el comercial, el de alimentación/bebidas, y el industrial.

La mayoría de todos estos eventos tuvo lugar en el primer semestre del año, pues el 61% de todos los llevados a cabo en la ciudad tuvieron lugar entre enero y junio, mientras que en el segundo semestre tan sólo se desarrolló el 39% del total. La duración media de los eventos en Segovia fue de 1,31 días y, respecto al tamaño de los eventos, destacar que el 51% tuvo un tamaño de hasta 100 delegados, mientras que el 49% superó el centenar de delegados.

Al margen de los eventos, todos los viajes de familiarización para turoperadores, periodistas y otros profesionales relacionados con el mundo del turismo que fueron realizados en la ciudad en colaboración con la EMT, también fueron gestionados desde esta unidad de negocio, por lo que hay que reseñar que si en 2021 este tipo de viajes tan solo fueron 4, en 2022 esta cifra creció un 75% para acabar el año con un total de 7 viajes de este tipo.



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

Como unidad de negocio dedicada a la promoción de la ciudad como escenario para todo tipo de producciones audiovisuales, la Oficina de Rodajes de Segovia (Segovia Film Office), colaboró con diversas productoras para que un total de 42 rodajes tuvieran lugar en la ciudad a lo largo de 2022.

Este número de rodajes supone un incremento del 20% respecto al de 2021, lo que permitió a la ciudad acabar el año con un volumen de producciones muy similar al alcanzado en 2019, pues ese año la ciudad acogió 44 rodajes (una diferencia de apenas el 4,55%).

La Antigua Cárcel de Segovia, hoy denominada "Cárcel_Segovia Centro de Creación" por su actual dedicación a la cultura, fue, un año más, el espacio más utilizado de la ciudad como escenario de producciones audiovisuales, pues un 38,10% de todas las grabaciones llevadas a cabo en Segovia, es decir 16, fueron desarrolladas en este lugar (proporción ligeramente inferior a la que supusieron los rodajes en la antigua cárcel en 2021, año en que alcanzaron el 40% del total). Este volumen de rodajes realizados en el antiguo centro penitenciario supone un incremento del 14,29% respecto al año anterior, puesto que en 2021 fueron 14 los rodajes que tuvieron lugar en este mismo lugar.



El concejal de Turismo, Miguel Merino, recibe en la Antigua Cárcel de Segovia a los responsables del rodaje de la serie "Amares para siempre"



Fotograma de la película "Reyes contra Santa"

5. OTROS DATOS DE INTERÉS

En este epígrafe se analizan los resultados de otros indicadores que también son relevantes para Segovia como destino turístico.

A. ALBERGUE MUNICIPAL DE PEREGRINOS "FUENTE DEL PÁJARO"

Tras permanecer cerrado en el periodo 2020 - 2021 por culpa de la crisis provocada por el COVID19, el albergue municipal de peregrinos "Fuente del Pájaro" (ubicado en Zamarramala, barrio incorporado de Segovia y parte del Camino de Santiago desde Madrid) reabrió sus puertas a los peregrinos el 21 de junio de 2022.

Al cabo del año, en este albergue se alojaron un total de 216 peregrinos, cifra inferior a la alcanzada en 2019 en un 47,83%.

B) MARCA DE GARANTÍA "COCHINILLO DE SEGOVIA"

Durante evento conocido como "Los 5 días del dorado", periodo en el que los restaurantes asociados a PROCOSE (Asociación para la Promoción del Cochinillo Segoviano) comercializan el cochinillo a mitad de precio, aproximadamente se consumieron un total de 7.200 raciones con marca garantía "Cochinillo de Segovia", cantidad que no sólo superó en un 620% las 1.000 raciones alcanzadas en 2021, sino que también superó en un 2,86% las 7.000 raciones que se estima se consumieron durante este mismo evento en 2020 (previo al estallido del COVID), por lo que se establece un nuevo récord de consumo para ese periodo.

Así, durante los 5 días que duró este evento, se consumió el 3,2% de las 300.000 raciones que aproximadamente se habrían servido en los restaurantes asociados a PROCOSE a lo largo de todo el año 2022, según datos de la propia asociación.

C) REALES SITIOS

De acuerdo con los datos proporcionados por Patrimonio Nacional, el Palacio Real de la Granja de San Ildefonso recibió un total de 190.095 visitas, cifra que no sólo superó en un 56,10% el resultado de 2021 (año en el que el número de visitas se quedó en 121.780), sino que también fue un 2,47% superior a la de 2019, año anterior al estallido del COVID19 y en el que el número final de visitas recibidas fue de 185.512, por lo que podría decirse que este palacio



Clara Martín (Alcaldesa de Segovia) y Andrés Torquemada (Concejal de Participación Ciudadana, Transparencia y Gobierno Abierto) en la reapertura del albergue municipal



Cochinillo de Segovia



Jardines del Palacio Real de la Granja de San Ildefonso

podría haberse recuperado ya del efecto negativo que causó la pandemia.

El Palacio Real de Riofrío recibió 44.209 visitas en 2022, por lo que, dado que en 2021 recibió 35.084 visitas, el crecimiento en este caso fue del 26,01%. Así, aunque las visitas a este palacio también crecieron respecto al año anterior, lo hicieron en una proporción menor que en el Palacio Real de la Granja de San Ildefonso (quedó exactamente 30,09 puntos por debajo). En cualquier caso, dado que el volumen de visitas anual de 2022 es apenas un 0,61% inferior al de 2019 (cuando recibieron un total de 44.481 visitas), también podría decirse que en el Palacio Real de Riofrío se han recuperado los niveles previos al estallido del COVID19.

Sin embargo, mientras que en general los Jardines del Palacio Real de La Granja de San Ildefonso recibieron 437.297 visitas, un 5,39% menos que en 2021 (año en el que las visitas fueron 462.217), la "Temporada de Fuentes 2022" (de abril a agosto) concluyó con 69.247 visitas, un 234,79% más que la temporada de 2021 (año que solo tuvo 20.681 visitas debido a las restricciones que trajo consigo la pandemia) y un 20,94% más que en la de 2019 (año en el que la temporada de fuentes atrajo 57.248 visitas), por lo que también podría decirse que al menos esta programación asociada las fuentes de los jardines también podría haberse recuperado.

6. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO



Turistas chinas en Segovia en 2014 (foto: Sergio Frías)

ESPAÑA 2022:
Turistas:
71,6 millones
Gasto:
87.061 millones

En enero de 2022, dados los avances alcanzados en la vacunación masiva de la población y la consecuente bajada de la incidencia del COVID19, el Gobierno de España comunicó que empezaría a gestionar como una enfermedad endémica las infecciones provocadas por el SARS-CoV-2, por lo que las restricciones que afectaban al normal desarrollo de la actividad turística experimentaron una paulatina reducción, lo que sin duda tuvo un impacto positivo en el proceso de recuperación del sector, que también se vio beneficiado por las medidas que tomaron el resto gobiernos extranjeros para la recuperación de la normalidad y reactivación de la economía.

Lamentablemente, la invasión rusa de Ucrania que comenzó en febrero tuvo un gran impacto en el turismo, pues no sólo provocó una crisis energética que encareció los viajes y toda clase de productos, sino que, además de la obvia pérdida de viajeros de esos países, también trajo consigo una reducción de los viajeros procedentes de otras partes del mundo, especialmente de Asia (que a partir de ese momento sufrieron una serie de restricciones para utilizar el espacio aéreo de los países implicados y, por tanto, debían hacer viajes más largos y caros).

A pesar de este marco tan adverso e inestable a nivel internacional, la recuperación del turismo a nivel nacional fue poco a poco intensificándose hasta prácticamente recuperar la normalidad pues, si se atiende a los datos de FRONTUR, el país recibió 71,6 millones de turistas extranjeros, un 14,25% menos que en 2019, pero que gastaron (de acuerdo con EGATUR) 87.061 millones de euros,

tan sólo un 5,28% menos que en 2019. De hecho, el gasto medio por viajero se incrementó en 116€ hasta llegar a la cifra de 1.217 € (un 10,5% más que en 2019).

Esta recuperación del turismo internacional, que también pudo observarse a nivel regional, pues según el boletín de coyuntura Turística que publica la Junta de Castilla y León, en esta comunidad se recibió un total de 1.754.416 viajeros internacionales, tan sólo un 13,16% menos que en 2019. Sin embargo, a pesar de que en esos mismos boletines se habla de un incremento de viajeros del 14,91% en la provincia de Segovia en 2022 respecto a 2019, esto contrasta con los datos que manejan tanto el INE como Turismo de Segovia sobre el turismo en la ciudad de Segovia.

Aunque a nivel local el crecimiento del turismo respecto a 2021 es palpable, tal y como se ha podido constatar en los anteriores apartados del presente boletín, ese “rebote” (del que ya se hablaba en el anterior número de esta publicación) sufrió una cierta desaceleración en algunos indicadores, por lo que la “V” que dibujan las gráficas se abrió, reflejando que la recuperación en la ciudad continua de manera firme pero, para alcanzar las cifras de 2019 (o que estas se queden a menos de un 15% de diferencia) aún parece que habrá que esperar, al menos, un año más.

Mientras que la oferta hotelera de habitaciones y plazas alcanzaron su máximo histórico en la ciudad (con 1.258 habitaciones y 2.434 plazas de media en 2022 según el INE), el número de viajeros, aunque creció significativamente

respecto a 2021, aún fue un 20,94% inferior a la cifra alcanzada en 2019. Las pernoctaciones, sin embargo, aunque aún no llegaron a las cifras de 2019, tan solo se quedaron un 9,47% por debajo de la cifra alcanzada en ese último año de normalidad prepandemia.

Esta situación es reflejo de un cambio en el perfil de los viajeros, pues, si bien éstos son menos numerosos que antes, ahora se quedan más noches, tal y como refleja la estancia media récord de 1,98 noches por viajero en 2022. Este cambio de perfil se observa claramente en el caso de los viajeros extranjeros, pues mientras que éstos fueron un 35,44% menos que en 2019, el número de pernoctaciones que realizaron fue un 0,45% superior, marcando un nuevo récord histórico (alcanzando una estancia media de 2,88 noches por cada viajero internacional).

Volviendo a la estancia media general, es justo destacar que Segovia fue la capital de provincia de Castilla y León con la más alta de todas las capitales de Castilla y León, pues esas 1,98 noches por viajero no sólo suponen el establecimiento de nuevo un récord en la ciudad, sino que además es la 4ª mejor estancia media anual de la historia en todas las capitales de la comunidad, pues sólo se obtuvieron estancias medias superiores en Leon en 2020 (1,99 noches), en Palencia en 2016 (2,10 noches) y en Soria en 2020 (2,12 noches) y 2021 (2,03 noches), por lo que en realidad sería la 2ª mejor media anual de todas las capitales de Castilla y León si se excluyeran los



Imanes a la venta en la tienda del CRV (foto: Sergio Frías)

principales años de la pandemia (2020 y 2021), sólo por detrás de Palencia en 2016.

Ahondando en este tema, es destacable que, de los 12 meses del año, 9 de ellos terminaron en Segovia con una media de pernотaciones por viajero superior a 2 noches (destacando enero y marzo con una media de 2,31 noches por viajero). Curiosamente, tan sólo Junio, Julio y Agosto terminaron con medias de pernотación inferiores a 2 noches (1,71, 1,66 y 1,66 noches de media respectivamente en cada uno de estos meses).

Si se analizan los resultados obtenidos en las oficinas de turismo de la ciudad, se observa que, aunque atendieron muchas más consultas que el año anterior (a excepción del PIT BUSES, que tan solo abrió sus puertas en Semana Santa), en su conjunto lograron el peor registro de consultas atendidas de su historia (tan sólo por delante de los años más duros de la pandemia, 2020 y, como ya se ha mencionado, 2021).

Sin embargo, si se observa el número de visitas recibidas en los museos, se puede comprobar que 2 de los 8 analizados en este boletín superaron el número de visitas recibidas en 2019 (el Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente superó en un 38,92% el número de visitas recibidas en 2019, y el Rodera-Robles en un 67,45%), 1 se quedó a punto de lograrlo (la Casa-Museo de Antonio Machado tan sólo recibió un 4,52% menos de visitas que en 2019) y 1 no se puede comparar porque en 2019 aún no había abierto sus puertas (caso del Torreón de Lozoya). Por otro lado, la Catedral y el

Alcázar se quedaron un poco más lejos de la recuperación completa, todavía un 10,65% y un 26,51% respectivamente por debajo del número de visitas que recibieron en 2019 (en el caso del Acueducto, al tomarse como referencia el número de personas que pasaron por el CRV, la diferencia fue mucho mayor, del 60,76%).

Podría pensarse que esa lenta recuperación de las oficinas de turismo se deba a que el proceso de digitalización que trajo consigo la pandemia convirtió muchas de las visitas presenciales a estos espacios en visitas virtuales a la principal web del destino, pero esta no sólo no recuperó las visitas de 2019 (obtuvo un 42,74% menos de visitas que ese año) sino que recibió incluso menos que en 2021 (exactamente un 6,28% menos, lastrada sin duda por las complicaciones técnicas que trajo consigo el proceso de renovación del sitio web). Esta situación hace pensar que estamos siendo testigos de un cambio en el comportamiento de los visitantes (que estarían evitando entrar en las oficinas), sufren más que otros indicadores la falta de visitantes procedentes de países a larga distancia o una combinación de ambas.

Y es que, a pesar de que el INE refleje un volumen de pernотaciones récord por parte de los viajeros internacionales, las oficinas gestionadas por Turismo de Segovia (que no sólo registran a quienes pernотan sino también el turismo excursionista) reflejan una caída de las consultas atendidas muy superior en el caso de los internacionales que en el de los nacionales. Así, si se toma como referencia el caso del CRV

(en 2022 superó las 11.000.000 de visitas recibidas desde su apertura), se observa que, mientras que en 2019 las consultas formuladas por extranjeros llegaron a 129.886 (y supusieron el 45,16% del total), en 2022 solo fueron 54.234, un 58,24% menos (y sólo supusieron el 31,55% del total). En el caso de las consultas realizadas por visitantes españoles la caída es de sólo el 25,43% respecto a 2019, pues se pasó de las 157.757 de ese año a las 117.639 de 2022.

Aunque recientemente el gobierno Chino puso fin a las restricciones al turismo (vigentes hasta febrero de 2023), los problemas derivados de la invasión rusa de Ucrania (coste elevado de los combustibles y energías en general, subida generalizada de los precios de productos y servicios, cambios y cancelaciones en las rutas aéreas, etc.) parece que aún no tienen un final a la vista, por lo que esta situación podría prolongarse en el tiempo más de lo deseado, ralentizando la recuperación de muchos de los indicadores del turismo local, por lo que, tal y como se indicaba en párrafos anteriores, la previsión es que, al menos, haya que esperar un año más para dar por finalizado el proceso de recuperación de Segovia como destino turístico.

