



BOLETÍN INFORMATIVO DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ÁVILA

Balance de la actividad turística

Julio - Octubre 2025

Dirección, coordinación y elaboración:

Seeketing

Trabajo de campo:

Área de turismo - Ayto. de Ávila

NÚMERO 64

2025 Noviembre



**Ayuntamiento
de Ávila**

Del Rey · De los Leales · De los Caballeros

ÁVILA

Índice!

- 1 INTRODUCCIÓN
- 2 OFERTA Y DEMANDA DE ALOJAMIENTO
- 3 VISITANTES DE LA CIUDAD DE ÁVILA
- 4 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE VISITANTES
- 5 VISITAS A LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PATRIMONIALES DE INTERÉS TURÍSTICO
- 6 ANÁLISIS DE LOS DATOS RECOGIDOS POR LOS NODOS SEEKETING

Este informe presenta una síntesis de la actividad turística en Ávila durante los meses de julio a octubre de 2025, combinando los datos procedentes de los servicios de información turística y del análisis oficial del alojamiento.

El CRV y la OIT atendieron conjuntamente a 95.679 visitantes, mostrando dinámicas diferenciadas pero complementarias en función del tipo de visitante y la modalidad de consulta, mientras que los datos del INE reflejan un total de 119.702 viajeros y 177.574 pernoctaciones en hoteles.

El comportamiento conjunto de estas fuentes confirma un periodo marcado por la estacionalidad, con una concentración de actividad en los meses de verano y un rendimiento especialmente elevado en agosto. La estabilidad del flujo registrado en los nodos de análisis, junto con la evolución positiva de los servicios de atención turística y del sector de alojamiento, permite obtener una visión clara de la demanda turística en la ciudad y constituye la base para valorar la evolución del visitante y su interacción con Ávila a lo largo de este periodo.

Ávila, como miembro de la Red de Juderías de España, utiliza la tecnología de los nodos Seeketing para capturar flujos de visitantes. Estos dispositivos son clave en este informe, ya que proporcionan datos anonimizados de procedencia y afluencia, enriqueciendo el análisis del perfil del viajero en los elementos patrimoniales y eventos turísticos de la ciudad.

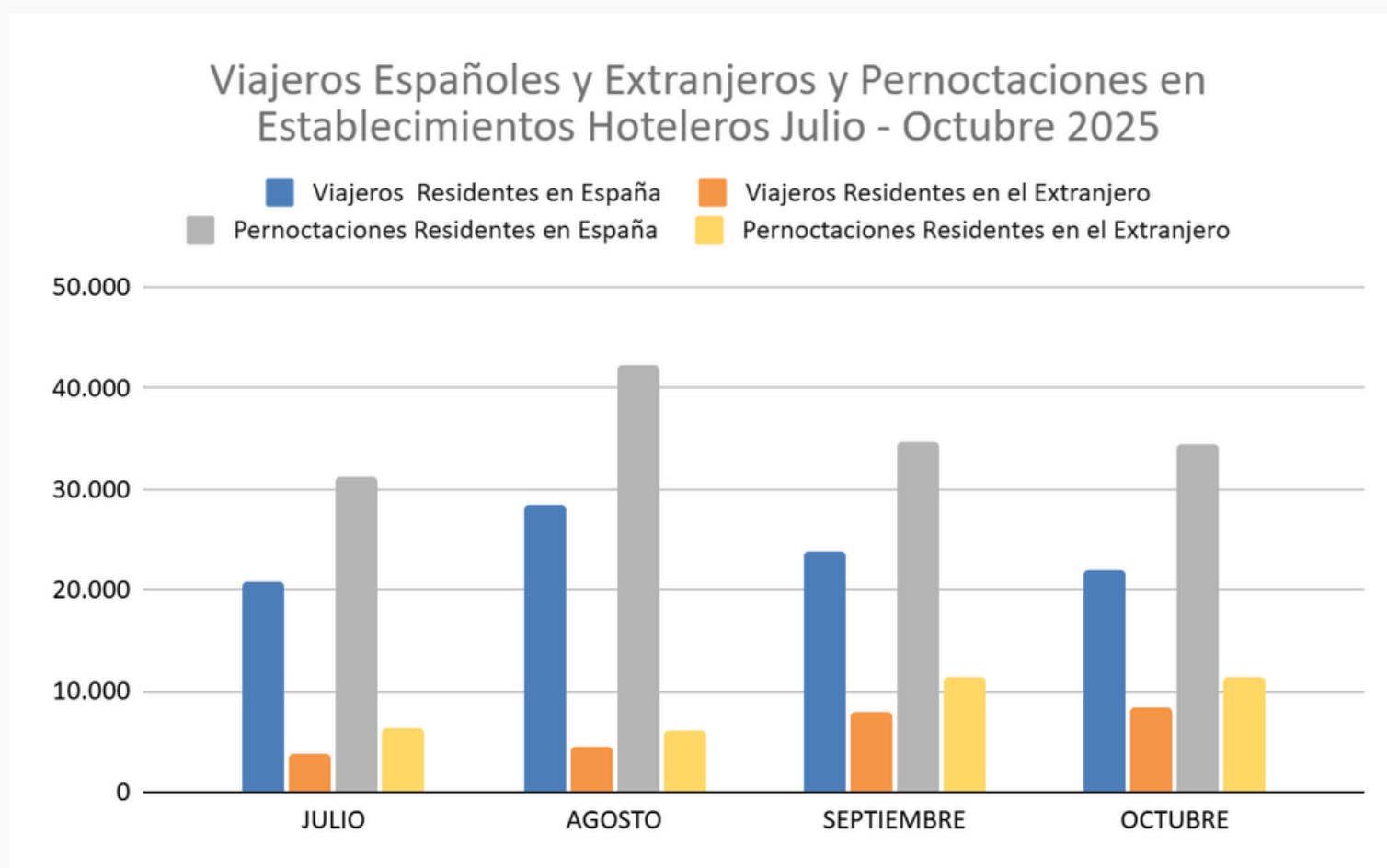
En esta sección, se presenta un análisis detallado de la oferta y la demanda de alojamiento en la ciudad de Ávila, segmentado por tipo de establecimiento.

2.1 ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

A continuación, se expondrán los principales indicadores de la actividad de los establecimientos hoteleros por punto turístico en Ávila para el periodo de julio a octubre de 2025. Se detallará el número de viajeros y pernoctaciones, diferenciando entre residentes en España y extranjeros. Los datos para este análisis se extraen de la Encuesta de Ocupación Hotelera de Viajeros y pernoctaciones por puntos turísticos publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Durante estos meses, los establecimientos hoteleros de Ávila registraron un total de 119.702 viajeros y 177.574 pernoctaciones.

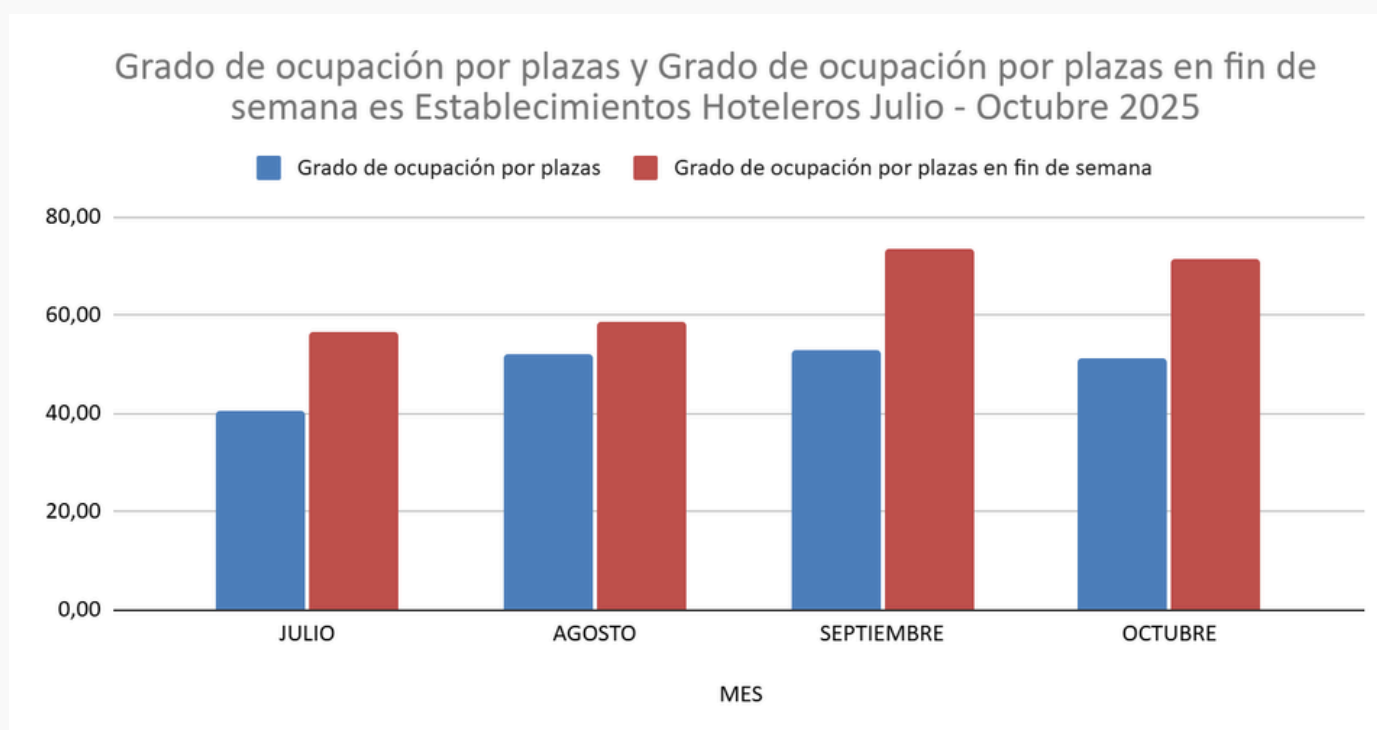
Del total de viajeros, la mayoría fueron residentes en España, con 95.075 viajeros y 142.508 pernoctaciones. Por su parte, los viajeros extranjeros en hoteles sumaron 24.627, con un total de 35.066 pernoctaciones.



2.1.2 ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS: GRADO DE OCUPACIÓN POR PLAZAS Y FINES DE SEMANA JULIO - OCTUBRE 2025

El análisis de los datos hoteleros en Ávila muestra que la ciudad funciona principalmente como un destino de escapada, con una actividad que se intensifica notablemente durante los sábados y domingos. Mientras que el mes de julio registra los niveles de ocupación más bajos del periodo, septiembre y octubre logran las cifras más altas, superando el 70% de las plazas ocupadas en los fines de semana. Esta tendencia confirma que el inicio del otoño es una época de gran atractivo para los visitantes, quienes eligen estos meses para realizar estancias cortas pero frecuentes.

Por otro lado, el mes de agosto presenta un comportamiento distinto al resto del periodo analizado, ya que la diferencia entre la ocupación diaria y la de fin de semana es la más estrecha de toda la serie. Esto indica que durante el mes de vacaciones por excelencia, el turismo se distribuye de forma más equilibrada a lo largo de toda la semana, perdiendo ese carácter tan marcado de destino de fin de semana que recupera con fuerza en septiembre. En conjunto, los datos reflejan un sector hotelero dinámico que sabe capitalizar el turismo estacional y de proximidad.



CONCLUSIONES

Los indicadores de actividad hotelera en Ávila para el periodo de julio a octubre de 2025, basados en los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), reflejan una sólida base de visitantes con un total de 119.702 viajeros y 177.574 pernoctaciones. Este flujo turístico está liderado mayoritariamente por el mercado nacional, con 95.075 viajeros residentes en España que generaron 142.508 pernoctaciones, mientras que el turismo internacional aportó 24.627 viajeros y 35.066 pernoctaciones. Estas cifras confirman que la ciudad mantiene un atractivo constante, apoyado principalmente en el visitante doméstico que elige este destino por su proximidad y riqueza patrimonial.

En conclusión, la ocupación hotelera en Ávila se consolida como un modelo de turismo de escapada, donde la actividad se intensifica notablemente durante los fines de semana de septiembre y octubre, superando el 70% de las plazas ocupadas. Aunque julio registra los niveles más moderados, el mes de agosto destaca por ofrecer una ocupación más equilibrada durante toda la semana, lo que sugiere una mayor duración de las estancias en el periodo vacacional. En conjunto, los datos muestran un sector dinámico que logra captar un volumen importante de viajeros, especialmente durante el inicio del otoño, reafirmando la relevancia de Ávila como referente del turismo de interior.

Este apartado examina la afluencia de visitantes a la ciudad de Ávila mediante las consultas gestionadas en sus principales servicios de información turística durante cuatrimestre: el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) y la Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León (OIT). En conjunto, ambos puntos de atención registraron un total de 95.679 visitantes durante este periodo, resultado de la suma de 65.907 consultas en el CRV y 29.772 en la OIT.

3.1. CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES (CRV)

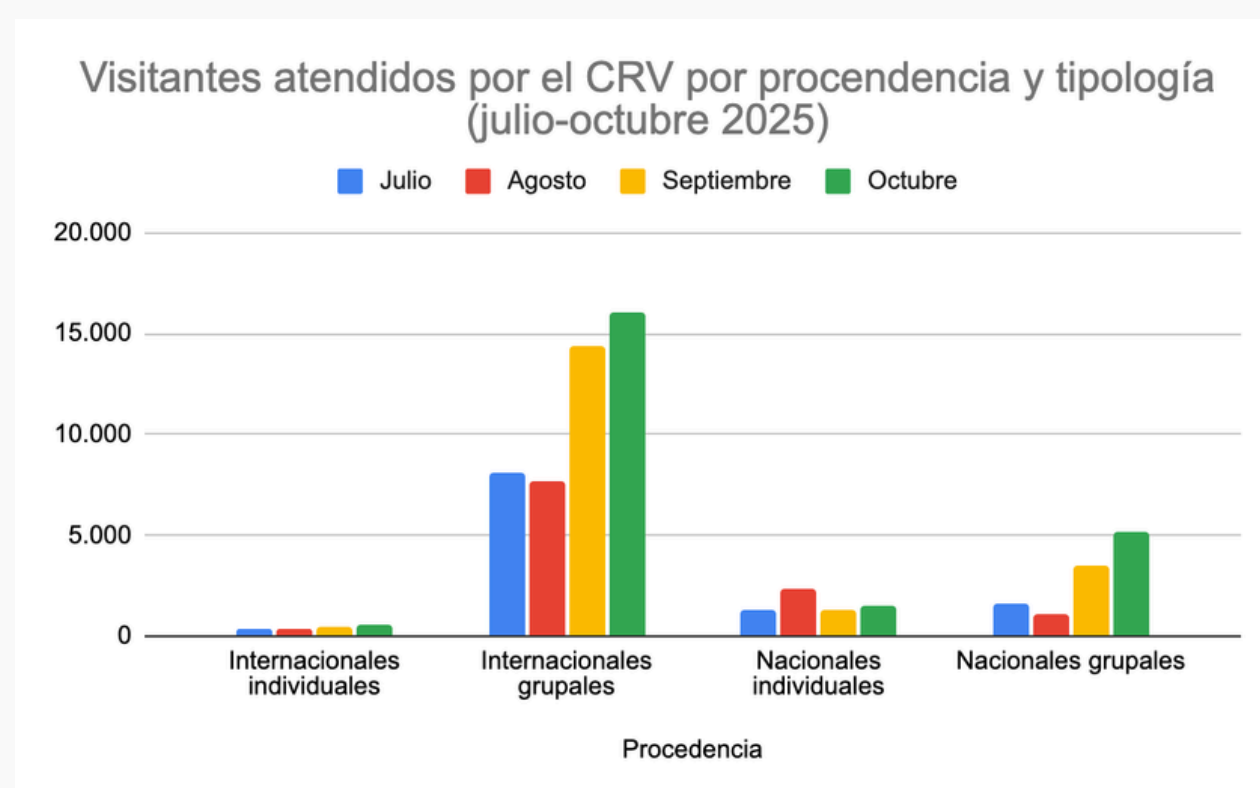
Se presentan a continuación los datos correspondientes a las consultas atendidas por el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) de Ávila durante el cuatrimestre de 2025, segmentados según la procedencia de los visitantes (nacional o internacional) y el tipo de visita (individual o en grupo).

Durante este periodo, el CRV atendió un total de 65.907 visitantes, de los cuales el 27.10% correspondieron a visitantes nacionales (17.859) y el 72.90% a visitantes internacionales (48.048), lo que evidencia la destacada presencia del turismo extranjero en este punto de información.

En cuanto a la tipología de las visitas, los grupos representan la mayor proporción de consultas, especialmente entre los visitantes internacionales. El desglose detallado es el siguiente:

- **Visitantes Nacionales:** Se registraron 6.474 consultas individuales y 11.385 consultas de grupos, siendo los grupos responsables del 17.27% del total de visitantes nacionales del CRV.
- **Visitantes Internacionales:** Las consultas individuales ascendieron a 1.821, mientras que las de grupos alcanzaron 46.227, representando estos últimos el 70.14% del total de visitantes internacionales.

Estos datos reflejan la importancia del turismo organizado, especialmente en el segmento internacional, y subrayan la necesidad de adaptar la oferta del CRV a las características específicas de cada tipo de visitante para optimizar la atención y la experiencia turística.



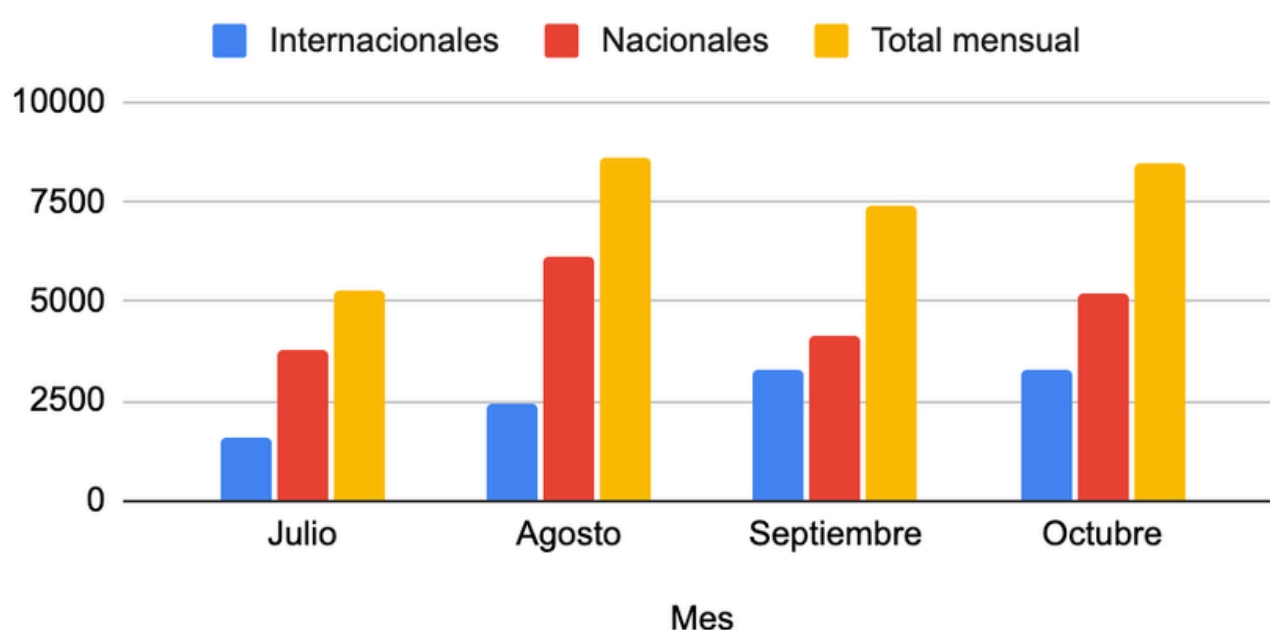
3.2. OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (OIT)

Este apartado presenta las estadísticas de visitantes atendidos por la Oficina de Información Turística (OIT) de la Junta de Castilla y León durante periodo comprendido entre Julio y Octubre de 2025, desglosadas por procedencia nacional e internacional. Durante este periodo, la OIT atendió un total de 29.772 visitantes, de los cuales 19.176 fueron nacionales y 10.596 internacionales, evidenciando un predominio del turismo nacional en las consultas.

El análisis mensual muestra que los visitantes nacionales mantuvieron un flujo constante a lo largo del cuatrimestre, con un máximo de 6.147 visitantes en agosto y cifras significativas en julio, septiembre y octubre. Por su parte, los turistas internacionales aumentaron progresivamente desde 1.546 en julio hasta 3.307 en septiembre, estabilizándose en octubre con 3.279 visitantes, lo que refleja una mayor concentración de turismo extranjero en los meses centrales del verano y comienzos del otoño.

Estos resultados destacan la relevancia de la OIT como punto de referencia para la atención turística, permitiendo identificar patrones estacionales y planificar de manera más eficiente la asignación de recursos. Asimismo, refuerzan la posición de Castilla y León como un destino atractivo para visitantes nacionales e internacionales, subrayando la necesidad de estrategias de promoción y servicios adaptados a los distintos perfiles de turistas.

Visitantes atendidos por la OIT por procedencia (julio-octubre 2025)



CONCLUSIONES

El análisis conjunto de los servicios de información turística de Ávila pone de manifiesto la relevancia de estos puntos como canales estratégicos de atención y orientación para los visitantes. En total, el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) y la Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León (OIT) atendieron 95.679 visitantes, mostrando patrones diferenciados según la procedencia y la tipología de visita. El CRV registró 65.907 atenciones, caracterizándose por su clara orientación internacional, con un 72.90% de visitantes extranjeros, y por el predominio de los grupos, especialmente en este segmento. Por su parte, la OIT atendió 29.772 visitantes, con un predominio de turistas nacionales (64.41%), aunque manteniendo una participación significativa de visitantes internacionales. Esta información conjunta ofrece una radiografía detallada del perfil de quienes llegan a Ávila y evidencia la complementariedad entre ambos puntos de información.

La distribución mensual de los visitantes refleja patrones estacionales claros, con picos de afluencia en los meses de verano y comienzos del otoño. El CRV destaca por concentrar un elevado número de consultas de grupos internacionales, mientras que la OIT mantiene un flujo estable de turistas nacionales, con incrementos notables durante agosto, septiembre y octubre. Estos datos confirman que Ávila continúa siendo un destino atractivo tanto para visitantes nacionales como extranjeros, mostrando un comportamiento diferenciado según el origen y la modalidad de visita.

En términos generales, la afluencia a los servicios de información turística evidencia un crecimiento sostenido en 2025, especialmente en el segmento internacional del CRV, lo que indica un interés creciente de los visitantes por acceder a información oficial y planificar sus experiencias de manera informada. Estos resultados refuerzan la necesidad de mantener y adaptar los servicios de atención turística, optimizando recursos y estrategias de promoción para atender de manera eficaz a los distintos perfiles de visitantes y potenciar la experiencia global en la ciudad.

Este apartado analiza la procedencia de los visitantes de Ávila diferenciando entre los mercados nacionales por Comunidad Autónoma y los mercados internacionales por país. Para estudiar estos datos haremos uso de los datos obtenidos en Centro de Recepción de Visitantes (CRV) y Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León (OIT).

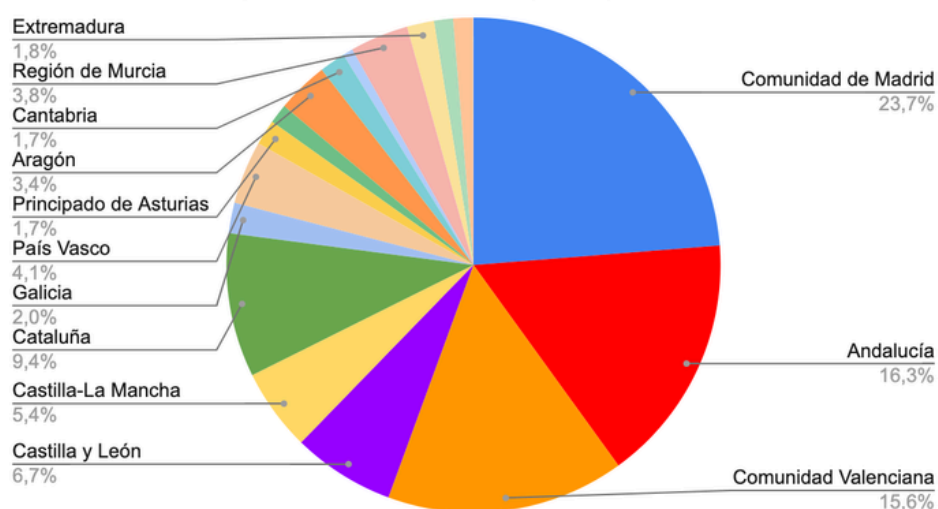
4.1. VISITANTES NACIONALES

Si se considera el total de 37.035 turistas nacionales asistidos por el Centro de Recepción de Visitantes (CRV) y la Oficina de Información Turística (OIT) durante el periodo estudiado, el análisis pormenorizado de los datos revela una clara jerarquía en la procedencia. El estudio ratifica el liderazgo estratégico de la Comunidad de Madrid, que aporta 5.332 visitantes en la OIT y 4.197 grupos en el CRV, superando el 25.73% del total nacional. Este predominio se explica por su elevada población y su cercanía con Ávila, reforzada por excelentes conexiones, lo que favorece visitas frecuentes y consolida a Madrid como un mercado natural, estable y de alta capacidad emisora para el destino.

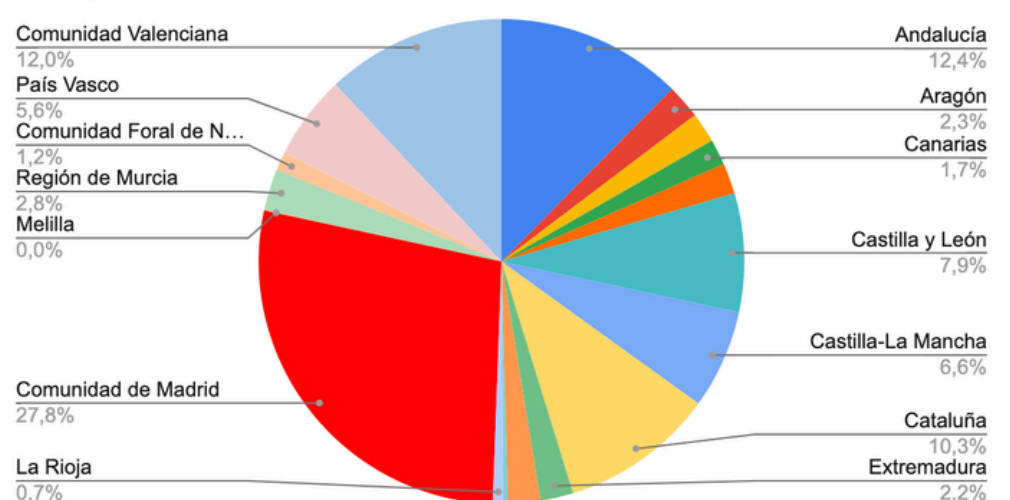
El podio de las comunidades emisoras lo completan Andalucía, con 5.735 visitantes, y la Comunidad Valenciana, con 4.522, seguida de cerca por Cataluña, que aporta 3.252 visitantes nacionales entre ambas oficinas, lo que demuestra su relevancia como mercado. La elevada contribución de estas Comunidades confirma el atractivo sostenido de Ávila para grandes núcleos de población. Crucialmente, la significativa aportación de grupos organizados procedentes de Madrid (2.660) y Andalucía (2.305) en el CRV subraya que el turismo organizado constituye un pilar fundamental, destacando la necesidad de implementar estrategias que permitan maximizar las oportunidades que ofrece este segmento.

Principales Comunidades Autónomas emisoras de visitantes nacionales según el punto de información en el que fueron atendidos (Julio-octubre 2025)

Centro de Recepción de Visitantes (CRV)



Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León (OIT)



4.2. VISITANTES INTERNACIONALES

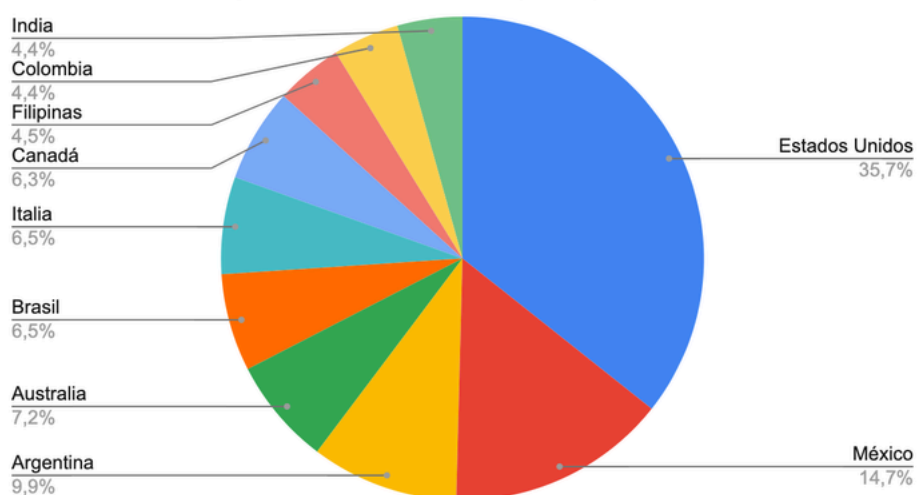
El presente apartado desglosa la procedencia de los visitantes internacionales que arribaron a Ávila durante el cuatrimestre, utilizando la información consolidada del Centro de Recepción de Visitantes (CRV) y la Oficina de Información Turística (OIT) de la Junta de Castilla y León. El análisis comparativo de estas fuentes revela patrones claros y confirma una creciente diversificación de los mercados emisores para Ávila, especialmente en comparación con el primer trimestre del ejercicio.

El estudio ratifica la fortaleza del mercado, con un liderazgo indiscutible de Estados Unidos, que registra un total de 12.350 visitantes en el CRV. Este liderazgo se complementa con la marcada influencia de los mercados latinoamericanos, destacando México con 5.133 visitantes y Argentina con 3.461 visitantes.

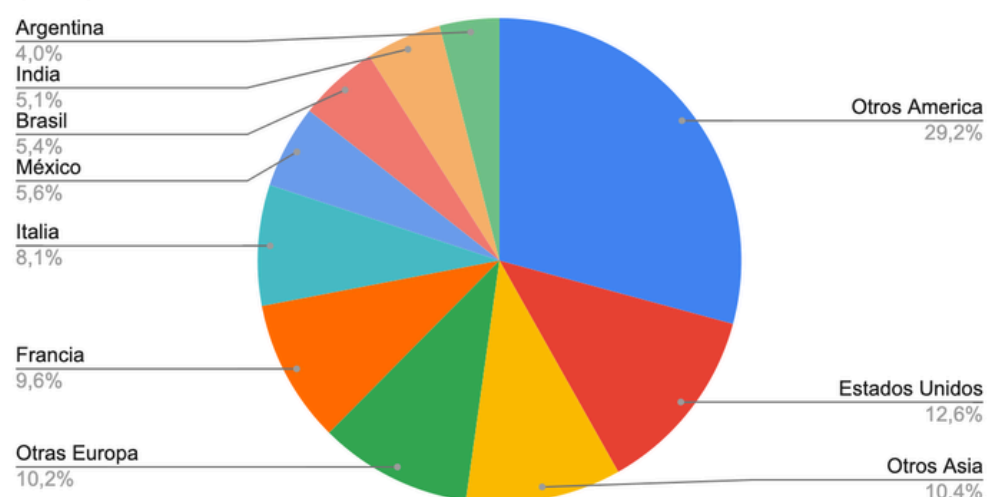
Adicionalmente, la composición del Top 10 del CRV subraya la capacidad de atracción global de la ciudad, con la inclusión de países de larga distancia como Australia (2.246 personas), Canadá (2.013 turistas) y Filipinas (2.013). Esta combinación estratégica de mercados tradicionales europeos (subrayados por la OIT, como Francia, Italia e India) y motores de crecimiento de América, Asia y Oceanía, garantiza la solidez y el atractivo altamente diversificado del sector turístico de Ávila.

Top 10 de países emisores de visitantes internacionales según el punto de información en el que fueron atendidos (Julio-octubre 2025)

Centro de Recepción de Visitantes (CRV)



Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León (OIT)



CONCLUSIONES

El análisis de los visitantes de ambos centros de información turística para el cuatrimestre de Julio a Octubre de 2025 revela una clara segmentación en la procedencia del turismo de Ávila. A nivel nacional, existe un claro liderazgo geográfico de la Comunidad de Madrid, que se consolida como el principal mercado emisor, aportando más de una cuarta parte del total de visitantes. El influjo de Madrid, junto con la fuerte presencia de Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, subraya la importancia del turismo de cercanía y de la alta accesibilidad de Ávila para los grandes núcleos de población españoles. Este patrón de viaje, que se caracteriza por una notable presencia de grupos organizados, es un factor clave que moldea las necesidades y el comportamiento de estos visitantes en la ciudad.

En el ámbito internacional, Estados Unidos lidera con 11.193 visitantes, consolidando también la importancia de América, con México y Argentina en el Top 5. Los datos comparados confirman que el turismo de grupos es el patrón predominante en este segmento global. Este claro dominio de los grupos subraya la solidez y potencial de crecimiento del sector, destacando la necesidad de adaptar la oferta y generar oportunidades de negocio mediante alianzas con turoperadores para maximizar el impacto de estos flujos de visitantes organizados.

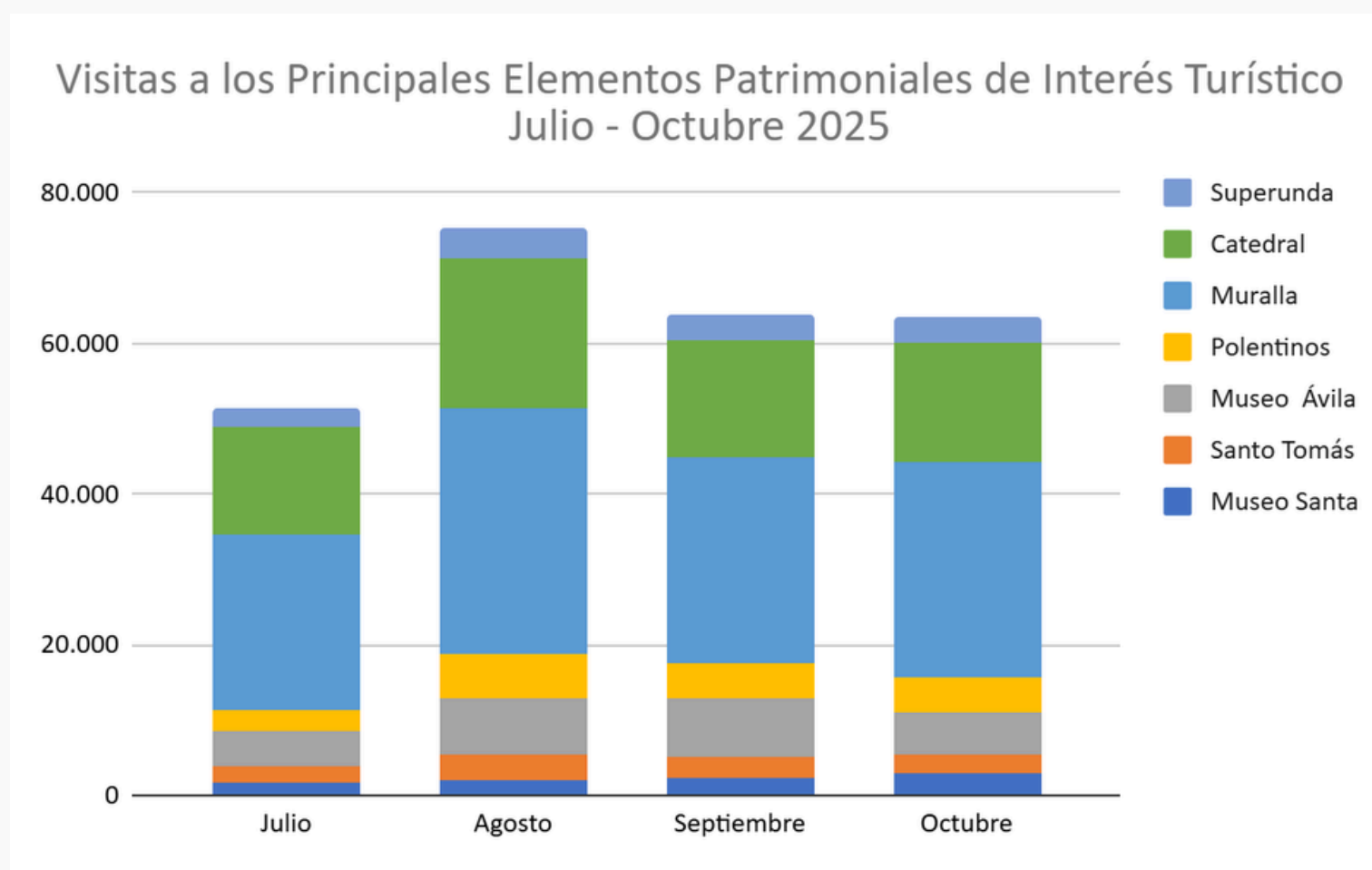
En consecuencia, el claro predominio del turismo organizado en los mercados clave (tanto nacionales como internacionales) no solo subraya la solidez y el atractivo diversificado de Ávila, sino que también representa una oportunidad estratégica clave para el sector turístico local. La demanda de experiencias y servicios que faciliten la estancia de los grupos (evidenciada por el CRV) indica la necesidad imperante de desarrollar y promocionar activamente ofertas específicas y paquetes cerrados en colaboración con turoperadores, asegurando así la capitalización del potencial de crecimiento que ofrece este segmento.

VISITAS A LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PATRIMONIALES DE INTERÉS TURÍSTICO

Entre julio y octubre de 2025, los monumentos principales recibieron un total de 254.069 visitantes, lo que supone 8.899 más que los 245.170 registrados en el mismo periodo de 2024. Este crecimiento del 3.6% se debe principalmente a los resultados de octubre, que pasó de 55.829 a 63.534 visitas, y de julio, que subió de 48.094 a 51.414. La Muralla se mantiene como el lugar con mayor afluencia con 111.977 entradas frente a las 107.431 del año pasado, mientras que el Museo de Ávila aumentó sus visitas de 19.818 a 25.449.

Por el contrario, algunos espacios registraron un descenso en sus cifras: la Catedral tuvo 65.320 visitas, 6.714 menos que las 72.034 del año anterior, y el Museo de Superunda bajó de 13.436 a 13.182. Sin embargo, el resto de centros mejoraron sus datos, como el Palacio de Polentinos, que pasó de 15.314 a 18.213 visitas, el Monasterio de Santo Tomás, que subió de 9.398 a 10.800, y el Museo de La Santa, que aumentó de 7.739 a 9.128.

En conjunto, la asistencia a estos elementos patrimoniales en 2025 es superior a la del ejercicio pasado.



A continuación, presentamos el análisis de los datos recogidos directamente por los nodos Seeketing, una fuente de información innovadora que nos permite obtener una comprensión más profunda del comportamiento de los visitantes en puntos clave de la ciudad de Ávila. Contamos con datos continuos desde el 20 de mayo de 2025, fecha en la que se realizó la instalación y puesta en marcha de los nodos Seeketing.

Este análisis se centrará en dos ubicaciones estratégicas: la zona de Ávila - Tenerías Judías y la de Ávila - Calle Vallespin. Es fundamental destacar que, a diferencia de los datos de ocupación hotelera del INE, que se basan exclusivamente en turistas alojados, los datos de los nodos Seeketing incluyen tanto a ciudadanos locales como a turistas y, muy importante, a excursionistas, quienes realizan visitas de un día sin pernoctación. Esto nos proporciona una visión más holística y de mayor calidad sobre el flujo total de personas en la ciudad.

Aunque existen otras métricas disponibles, para los siguientes puntos vamos a tener en cuenta **4 indicadores principales: Visitantes Únicos, Oportunidades, Ventana de Oportunidad y Presencia.**

Visitante Único: Es la persona física que visita un recurso turístico en un periodo de tiempo determinado. Esta métrica es fundamental para conocer el volumen real de turistas que atrae el destino, evitando duplicar datos si una persona se mueve por distintas zonas el mismo día.

Oportunidad: Es cada ocasión de interacción o consumo que el turista genera en el destino. Representa la recurrencia: si un turista visita un punto de interés por la mañana y vuelve por la tarde tras un largo descanso, ha generado dos oportunidades para que el destino capture su atención o gasto.

Para definir la diferencia entre uno y otro, debemos definir cuánto tiempo debe pasar sin ver a dicho visitante, para que consideremos que se trata de una visita nueva. Para el estudio de las zonas definidas en Ávila, junto con otros puntos de la Red de Juderías, se ha definido este **umbral de tiempo en 1 hora y media**. De esta manera, si el turista abandona el área de detección y no regresa en una hora y media, el sistema considera que su visita ha terminado. Cualquier retorno posterior a ese tiempo se contará como una nueva oportunidad.

Ahora definamos **dos ejemplos para comprender estos indicadores:**

Ejemplo 1: Estancia continua (Una sola oportunidad) Un turista es detectado por el nodo a las 10:00h. Durante toda la mañana se mueve por la zona y el nodo lo detecta de forma intermitente. Como nunca deja de ser detectado por un periodo superior a 90 minutos, el sistema lo contabiliza como 1 Visitante Único y 1 Oportunidad, ya que se considera una visita ininterrumpida.

Ejemplo 2: Salida y retorno (Dos oportunidades) Un turista es detectado a las 10:00h y el nodo deja de verlo a las 10:30h porque el usuario se aleja. El turista regresa y es detectado de nuevo a las 13:00h. Como el tiempo de ausencia ha superado el umbral de tiempo de una hora y media, el sistema registra a 1 Visitante Único pero contabiliza 2 Oportunidades, entendiendo que el usuario ha realizado dos visitas distintas en el mismo día.

Presencia: es el tiempo durante el cual un Visitante Único está siendo detectado activamente por el nodo. Es la unidad mínima de medición. Si el nodo escucha la señal del móvil, hay presencia. La suma de todos los tiempos de presencia nos da la duración total de la estancia. Podemos tomar este indicador como el tiempo "mínimo" de la visita.

Ventana de Oportunidad: Es el periodo de tiempo total que abarca una visita. Comienza en el momento en que se detecta por primera vez al usuario y termina la última vez que lo detectamos sin que pase un tiempo superior al umbral de tiempo sin ser visto (en este caso, 90 minutos).. Para simplificar, podemos definir este indicador como tiempo "máximo" de visita.

6.1 ANÁLISIS DE DATOS SEEKETING: ZONA ÁVILA - TENERÍAS JUDÍAS

El análisis de los datos recabados por el nodo Seeketing en la zona de Ávila - Tenerías Judías, desde julio hasta octubre de 2025, proporciona una comprensión profunda y novedosa del comportamiento de los visitantes en este punto clave de la ciudad. Este sistema destaca por captar la presencia de ciudadanos, turistas y excursionistas indistintamente, ofreciendo una visión más amplia y de mayor calidad que las estadísticas del INE, que se centran en turistas alojados, y las de la OIT, que registran consultas en oficina. La ubicación del nodo, junto a un espacio turístico actualmente cerrado al público, es un factor crucial para interpretar el tránsito en esta área.

Entre julio y octubre, la zona de Tenerías Judías de Ávila muestra un claro pico estival. En julio se registran unas 6.500 oportunidades, que suben con fuerza en agosto hasta alrededor de 9.500, el máximo del periodo. En septiembre descienden a unas 8.800 y en octubre se estabilizan cerca de 8.700.

El tiempo medio de ventana de oportunidad pasa de unos 39 minutos en julio a 43 minutos en agosto, baja levemente en septiembre y vuelve a subir en octubre, mientras que la presencia media se mueve en torno a los 9-10 minutos, con su punto más alto también en agosto.

En conjunto, el periodo muestra una curva ascendente hasta agosto, seguida de un descenso en septiembre y una estabilización en octubre.

La información de Seeketing, complementaria a los datos del INE y la OIT, es un activo estratégico para la gestión urbana y turística. Su capacidad para revelar patrones de movimiento y la vitalidad de las áreas urbanas, independientemente de la actividad turística convencional o la búsqueda activa de información, es fundamental para una toma de decisiones más precisa.

Se muestra a continuación un gráfico con el detalle de los datos mensuales:



6.2 ANÁLISIS DE DATOS SEEKETING: ZONA ÁVILA - CALLE VALLESPIN

En el nodo instalado en Calle Vallespín, durante el periodo de julio a octubre, se observa un comportamiento claramente estacional con su punto más alto en verano.

En julio se registran alrededor de 110.000 oportunidades, que aumentan con fuerza en agosto hasta aproximadamente 130.000, el valor máximo del periodo. En septiembre descienden ligeramente hasta unos 122.000, y en octubre se mantienen prácticamente estables cerca de 121.000.

El tiempo medio de ventana de oportunidad se mantiene muy estable, oscilando entre 36 y 38 minutos, con una leve tendencia al alza hacia octubre. La presencia media permanece baja y constante, alrededor de 5-6 minutos, mostrando solo ligeras variaciones.

En conjunto, el nodo presenta un patrón de incremento hasta agosto seguido de un descenso moderado y estabilización hacia octubre, con tiempos de estancia y ventana muy consistentes durante todo el periodo.

A continuación mostramos el gráfico:



6

ANÁLISIS DE LOS DATOS RECOGIDOS POR LOS NODOS SEEKETING

6.3 ANÁLISIS DE DATOS SEEKETING: NUEVOS NODOS INSTALADOS

En septiembre se incorporaron nuevos nodos en Ávila para ampliar la cobertura y mejorar el análisis del flujo urbano en áreas estratégicas. Las nuevas instalaciones se realizaron en Arco de San Vicente, Plaza Adolfo Suárez y Plaza de la Santa, tres puntos de alto tránsito peatonal que permiten obtener una visión más completa del comportamiento de residentes y visitantes en el casco histórico. Estos nodos proporcionarán información clave y servirán como base de análisis para los eventos previstos durante los próximos informes, facilitando una mejor planificación y seguimiento del impacto en cada zona.

REFLEXIÓN

La gestión turística y urbana de Ávila se optimiza al integrar diversas fuentes de datos. Mientras el INE y la OIT ofrecen una valiosa perspectiva a nivel de toda la ciudad sobre turistas alojados y quienes buscan información, los nodos Seeketing complementan crucialmente este panorama al captar la presencia física y el tránsito de todos los individuos ciudadanos, turistas y, fundamentalmente, excursionistas en puntos específicos.

El análisis del periodo comprendido entre julio y octubre pone de manifiesto la intensidad y el comportamiento diferenciado del flujo urbano en Ávila. En total, los nodos de Tenerías Judías y Calle Vallespín registraron más de 515.000 oportunidades y más de 162.000 visitantes únicos, cifras que evidencian un tránsito constante, con picos estacionales marcados y variaciones significativas entre zonas. Mientras Tenerías Judías muestra un volumen más moderado pero estable sumando 10.221 visitantes únicos en los cuatro meses, Calle Vallespín concentra un flujo mucho mayor, alcanzando 151.239 visitantes únicos, lo que confirma su papel como uno de los principales corredores de actividad en la ciudad.

La incorporación de nuevos nodos en septiembre: Arco de San Vicente, Plaza Adolfo Suárez y Plaza de la Santa permitirá complementar esta visión con mayor profundidad, ampliando la capacidad de análisis para los eventos previstos en el próximo informe. En conjunto, estos datos refuerzan la importancia del seguimiento continuo y de la toma de decisiones basadas en métricas reales, permitiendo anticipar tendencias, optimizar la gestión urbana y comprender mejor la interacción entre residentes, visitantes y espacios clave de la ciudad.

6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

6.3.1. EXPERIENCIAS EN LA MURALLA: SABADOS DE JULIO Y AGOSTO

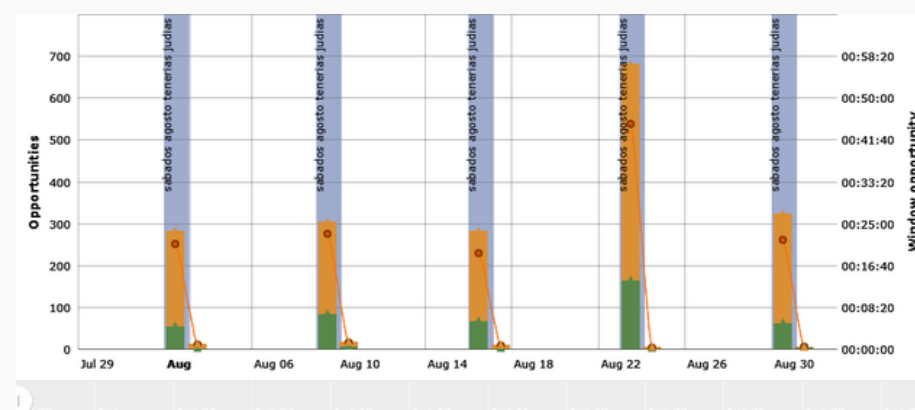
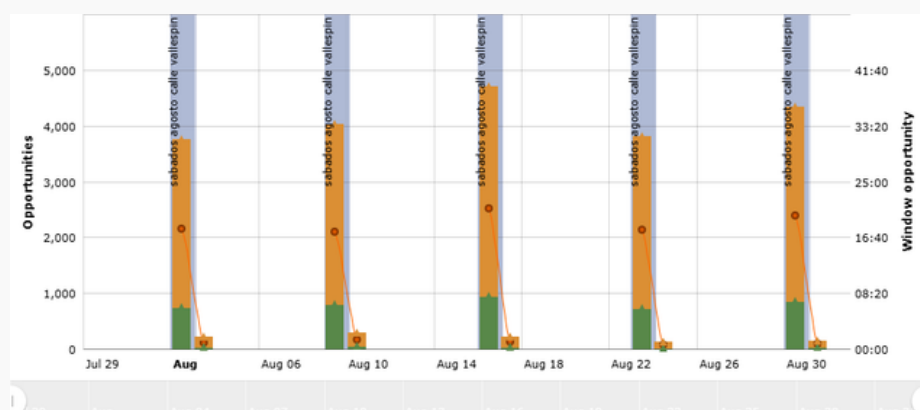
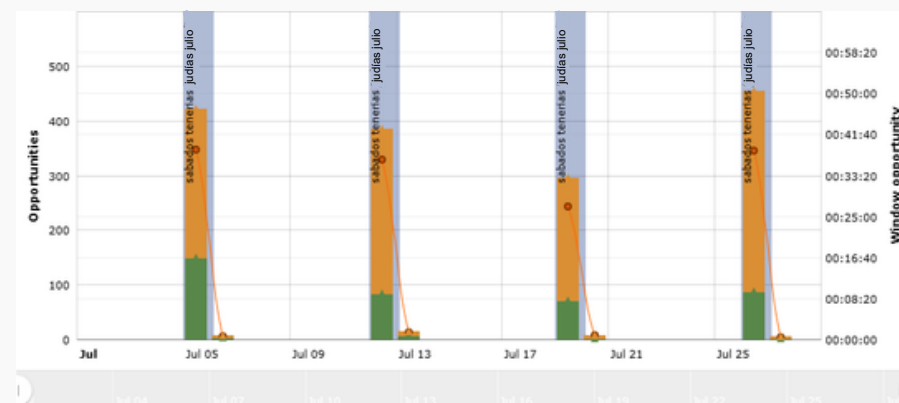
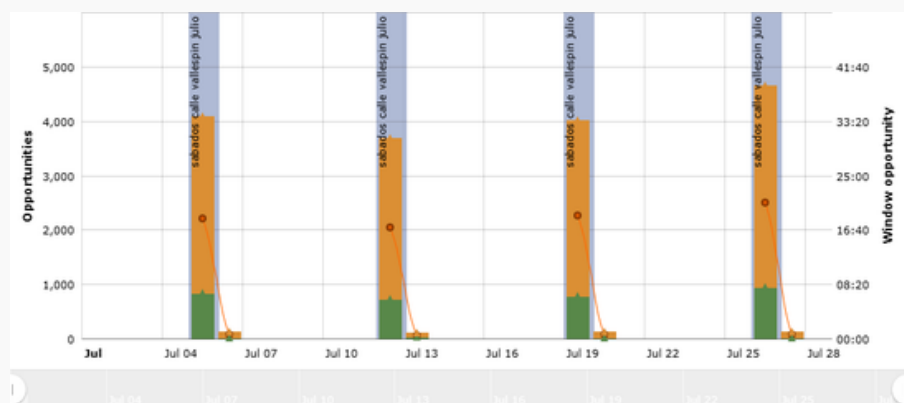
El presente apartado resume el impacto y la asistencia al evento "Experiencias en la Muralla" durante los sábados de los meses de julio y agosto de 2025. Los datos han sido extraídos mediante la tecnología de nodos Seeketing, monitorizando dos puntos estratégicos de flujo peatonal: la Calle Vallespin y la zona de Tenerías Judías.

Durante los sábados del mes de julio, se registraron en la Calle Vallespin un total de 9.004 visitantes únicos y 16.929 oportunidades, lo que supuso una media de 2.251 asistentes por sábado. En la zona de Tenerías, se registraron 1.262 visitantes únicos y 1.589 oportunidades, manteniendo una media de 315 personas durante los sábados.

En agosto, el impacto del evento se intensificó.

La Calle Vallespin alcanzó los 11.276 visitantes únicos con un volumen masivo de 21.667 oportunidades, logrando una media de 2.255 asistentes. Por su parte, Tenerías Judías sumó 1.534 visitantes únicos y 1.922 oportunidades acumuladas, con una media de 307 personas.

Como conclusión final, se refleja en una media global de 2.564 visitantes únicos cada sábado sumando ambos puntos de control. El eje de Vallespin se consolida como el motor principal de actividad y visibilidad.



6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

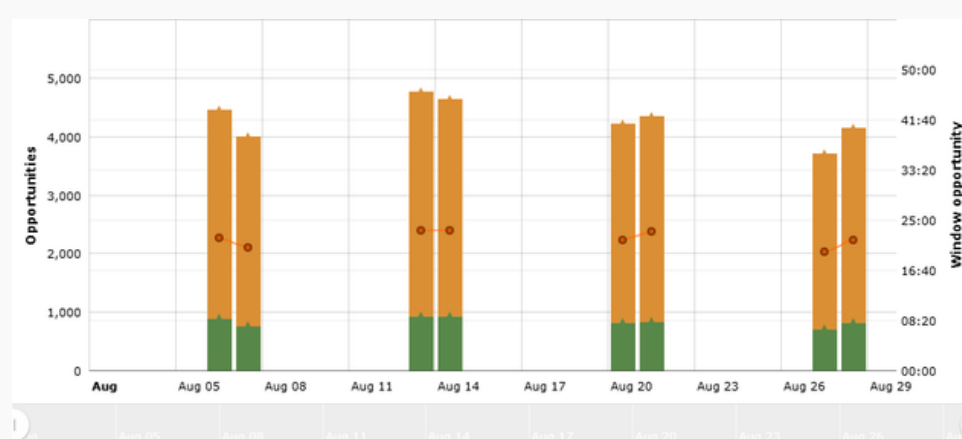
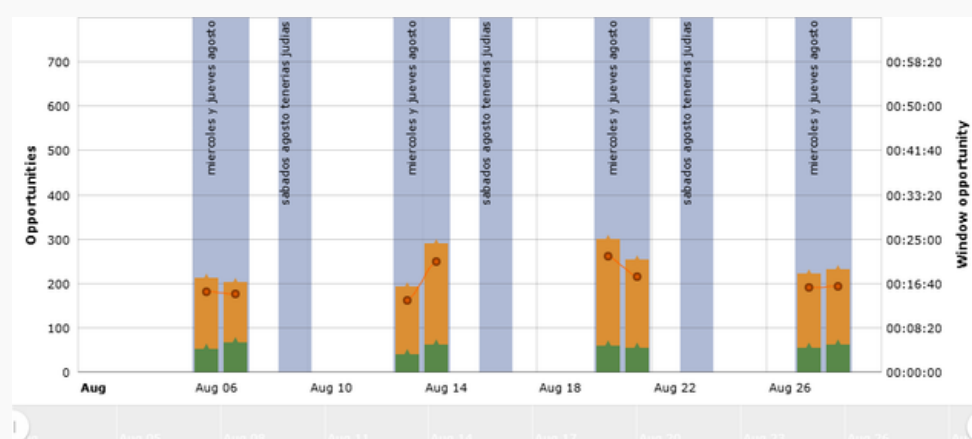
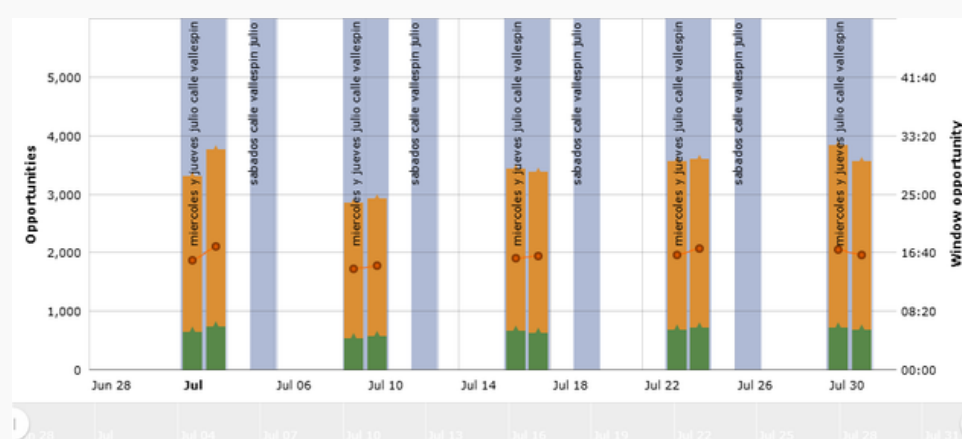
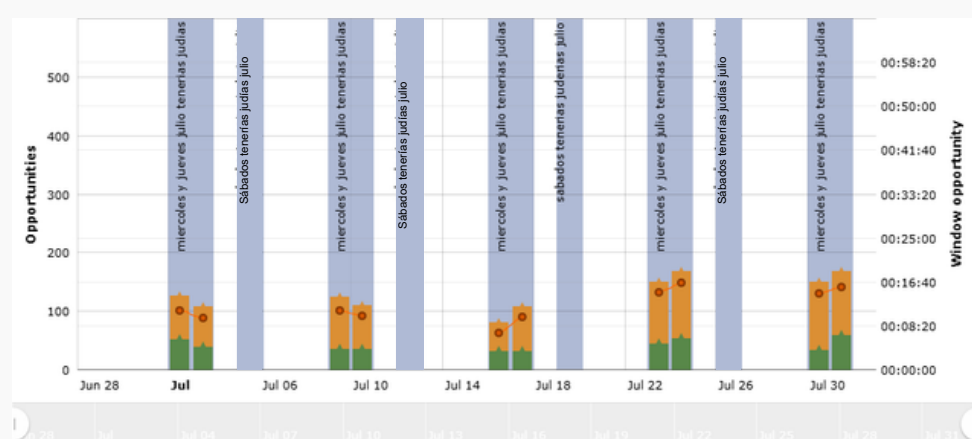
6.3.2. VISITAS TEATRALIZADAS

Los datos obtenidos a través de los nodos Seeketing durante los miércoles y jueves de julio y agosto permiten analizar el seguimiento de las Visitas Nocturnas Teatralizadas a la Muralla. Este sistema de medición ha captado el flujo de visitantes únicos y las oportunidades totales en dos puntos clave, reflejando el alcance de esta actividad en días laborables.

Durante el mes de julio, el eje de la Calle Vallespin registró un total de 19.250 visitantes únicos y 34.174 oportunidades, lo que supuso una sólida media de 1.950 asistentes por jornada. En la zona de Tenerías Judías, el flujo captado por los nodos fue de 1.015 visitantes, con 1.287 oportunidades acumuladas y una media de 101 personas por noche.

En agosto, los datos muestran que el interés por la experiencia nocturna se intensificó. En la Calle Vallespin, la media de asistentes fue de 2.247 visitantes únicos, acumulando un total de 17.977 personas y un impacto de 34.243 oportunidades. Por su parte, el nodo de Tenerías Judías duplicó su actividad respecto al mes anterior, alcanzando los 1.619 visitantes totales y 1.901 oportunidades, con una media de 202 asistentes cada miércoles y jueves.

Como conclusión final, las mediciones de los nodos Seeketing arrojan una media global de 2.250 visitantes únicos por jornada sumando ambos puntos de control. El notable incremento de la afluencia media durante el segundo mes y el elevado volumen de oportunidades confirman que las visitas teatralizadas han logrado dinamizar con éxito la Muralla, consolidándose como un producto turístico de gran impacto y atractivo durante la semana.



6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

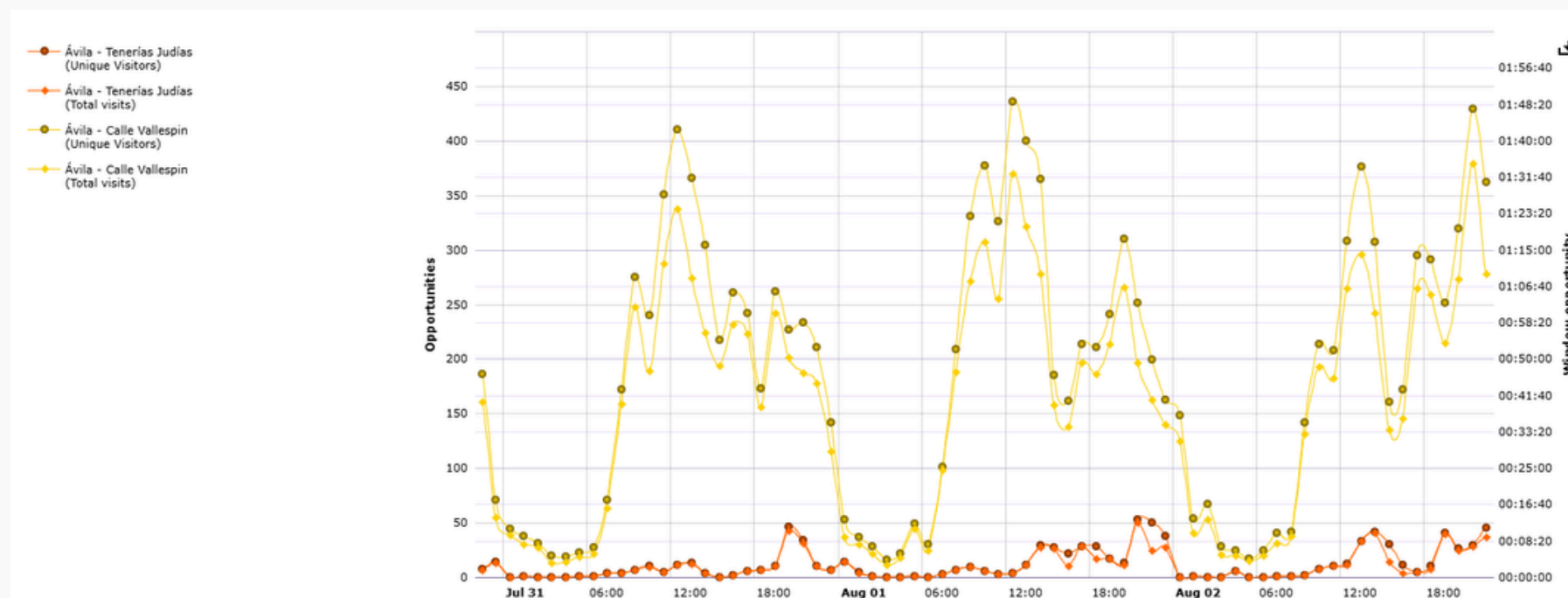
6.3.3.ÁVILA ENLIGHT

El seguimiento del evento Ávila Enlight a través del nodo ubicado en Calle Vallespín ofrece una visión detallada del comportamiento del público durante los días 31 de julio, 1 y 2 de agosto. En este punto, considerado uno de las principales calles de Ávila, se registraron un total de 11.362 oportunidades y 6.284 visitantes únicos, lo que confirma el fuerte impacto del evento en la zona.

El día de máxima afluencia fue el sábado 2 de agosto, cuando el nodo contabilizó 2.144 visitantes únicos y 3.755 oportunidades. Sin embargo, el análisis horario muestra que la hora pico se produjo el día 1 de agosto a las 12:00 con 436 visitantes únicos a esa hora, seguido muy de cerca por el sábado 2 de agosto a las 21:00 h, alcanzando 429 visitantes únicos en ese tramo.

En conjunto, Calle Vallespín se comportó como uno de los puntos de mayor tránsito durante Ávila Enlight, consolidándose como un espacio estratégico para la medición de flujos urbanos en eventos de gran afluencia.

Como podemos ver en la siguiente gráfica, el jueves 31 de julio no muestra repunte en la tarde, que si podemos ver el viernes 1 y especialmente el sábado 2 de agosto.



6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

6.3.4. CIR&CO

El estudio del evento CIR&CO a través de los nodos instalados en Tenerías Judías y Calle Vallespín permite medir con precisión el comportamiento del público entre los días 28 y 31 de agosto de 2025. Durante este periodo, ambos puntos registraron un movimiento significativo, siendo Tenerías Judías el nodo con mayor volumen total de tránsito.

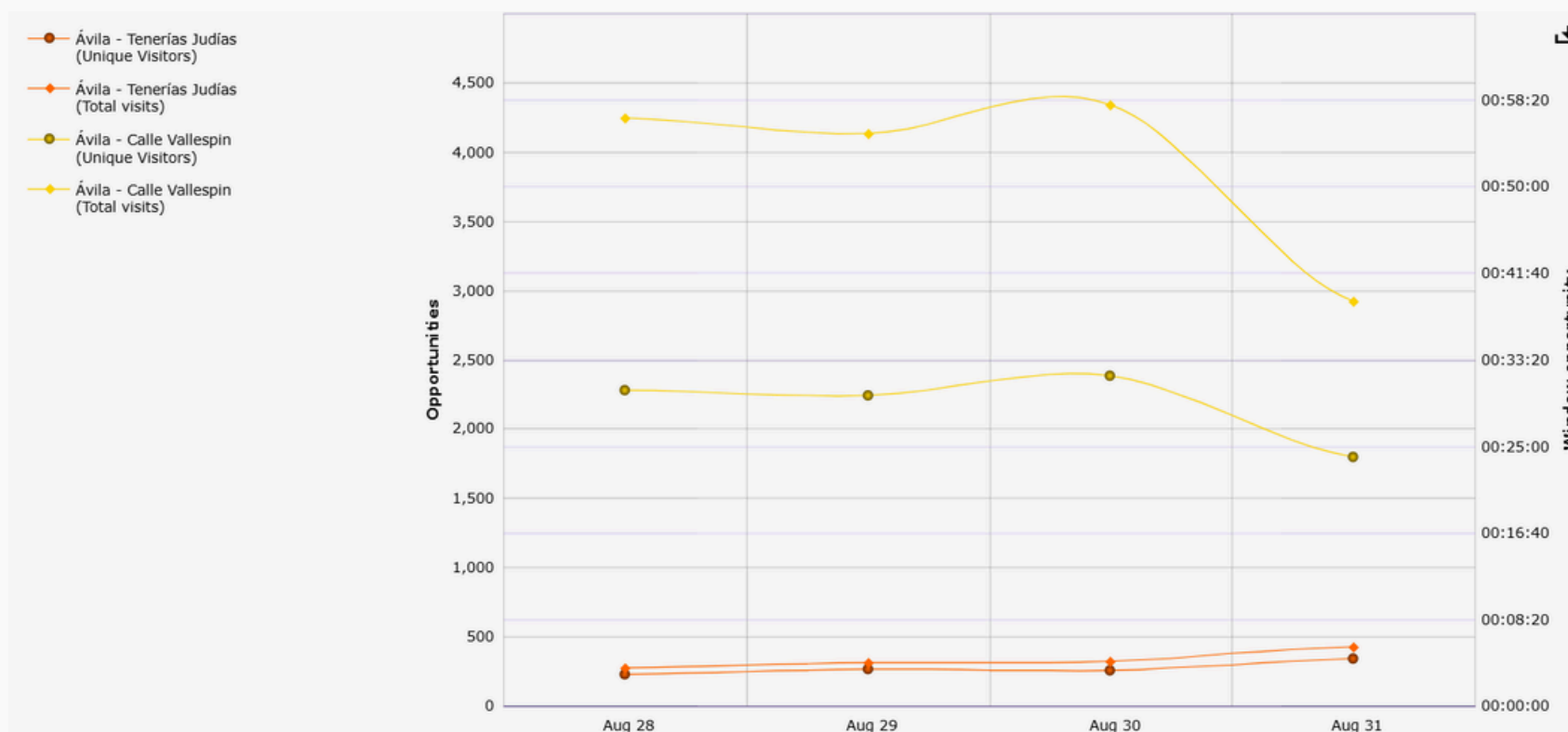
En conjunto, el evento acumuló 15.634 oportunidades y 8.698 visitantes únicos en el nodo de Tenerías Judías, frente a 1.337 oportunidades y 1.096 visitantes únicos en el nodo de Calle Vallespín.

Estas cifras sitúan como el área de mayor transición durante CIR&CO, concentrando la mayor parte del flujo peatonal.

El día de mayor afluencia del evento fue el 30 de agosto, con un total de 4.664 oportunidades y 2.642 visitantes únicos sumando ambos nodos. Esta jornada destacó por consolidarse como el momento central del evento, asociada probablemente a la mayor concentración de actividades programadas.

En cuanto al análisis horario, la hora pico global se situó en torno a las 00:00 h, alcanzando un volumen acumulado de 9.794 visitantes únicos en todos los nodos durante el evento. Este comportamiento, centrado en la franja nocturna, refleja el carácter escénico y cultural del CIR&CO, cuya programación se desarrolla mayoritariamente en horarios de tarde y noche.

En el 30 de agosto marca el pico absoluto del evento, y la actividad nocturna evidencia la fuerte atracción del programa cultural ofrecido.



6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

6.3.6. NOCHE DEL PATRIMONIO

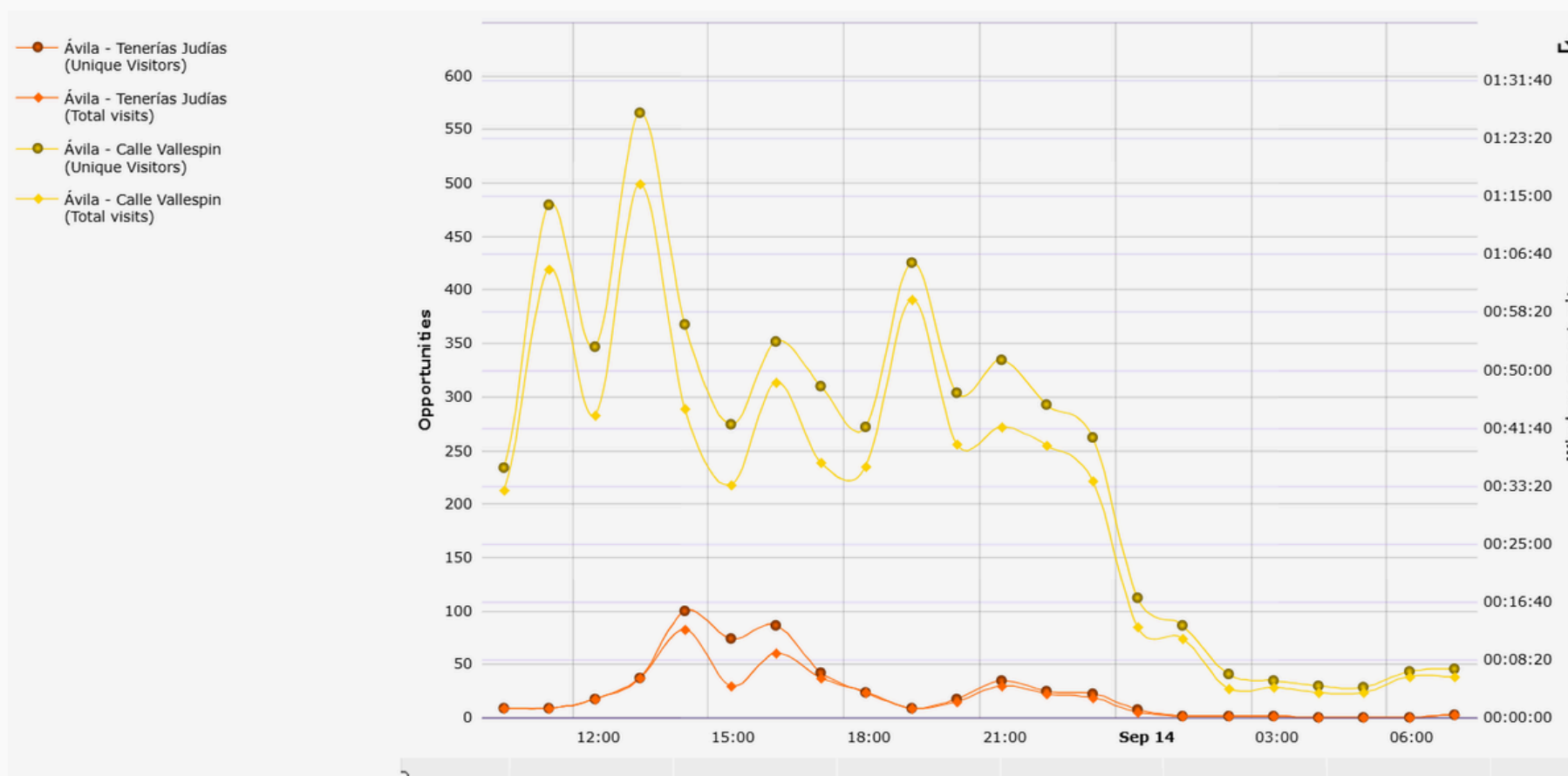
El seguimiento del evento Noche del Patrimonio a través del nodo instalado en Calle Vallespín permite obtener una visión precisa del comportamiento del público a lo largo de la jornada del 13 de septiembre. En total, este punto registró 4.513 oportunidades y 2.431 visitantes únicos, cifras que reflejan una participación notable y una elevada densidad de tránsito en las horas centrales del día.

El análisis por franjas horarias muestra que la hora pico se produjo a las 13:00 h, momento en el que se alcanzaron 565 visitantes únicos en la Calle Vallespín. Esta concentración de público durante el mediodía contrasta con otros eventos de carácter nocturno, mostrando un patrón diferente donde la actividad se dispara antes de la tarde.

El flujo de visitantes fue constante durante toda la jornada, con incrementos progresivos desde las horas previas al mediodía y un comportamiento estable durante la tarde.

Por su parte, los datos proporcionados por la OIT indican que el evento congregó 195 asistentes presenciales a las actividades institucionales programadas. De ellos, 125 procedían del ámbito nacional (64.1%) y 70 eran visitantes internacionales (35.9%), lo que confirma la capacidad del evento para atraer público extranjero incluso en una actividad concentrada en una sola jornada.

El evento generó un tránsito significativo, confirmando la relevancia cultural y turística de la Noche del Patrimonio en el centro histórico de Ávila.



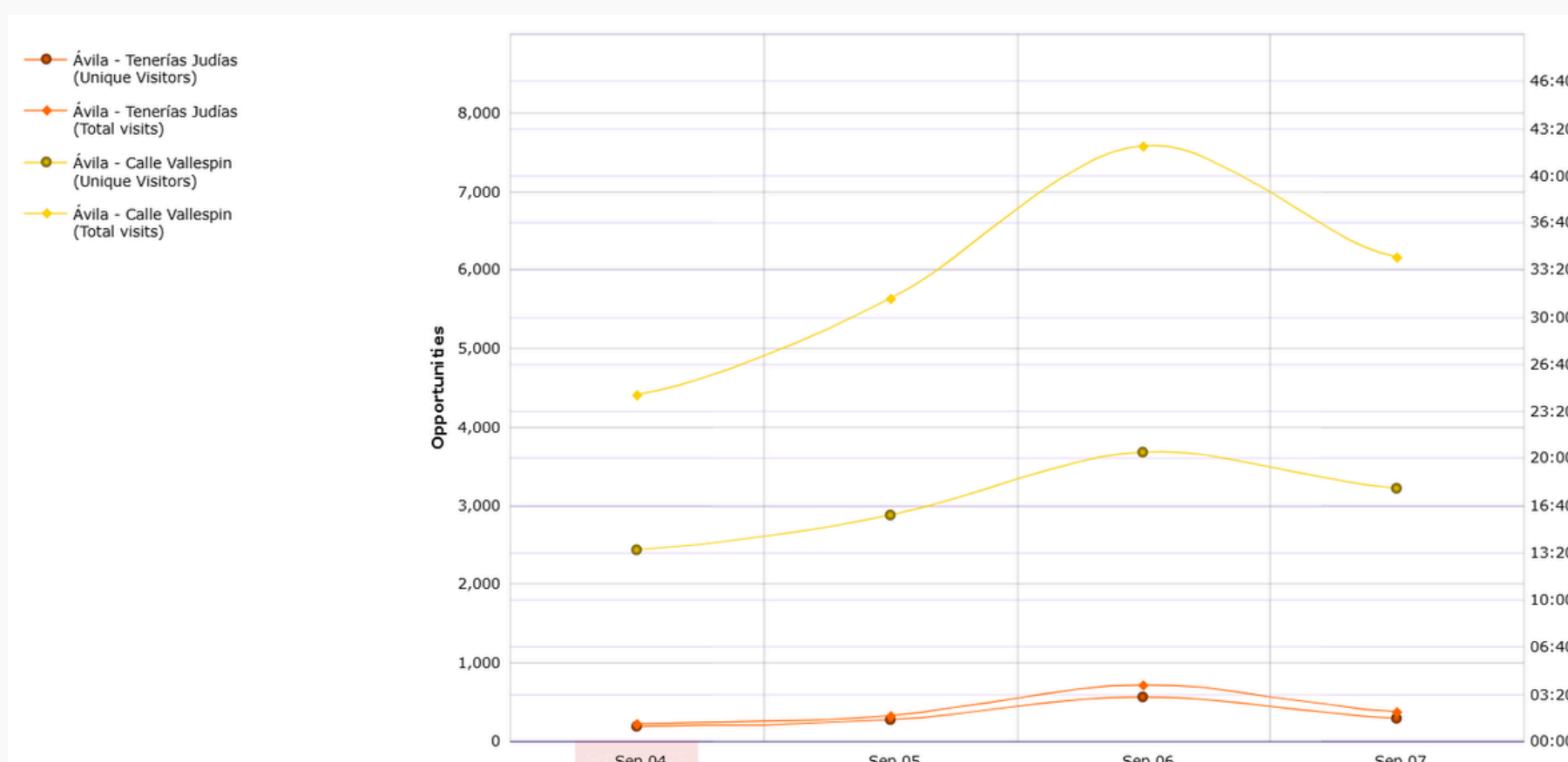
6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

6.3.7. JORNADAS MEDIEVALES

A continuación, detallamos los datos recogidos a través de los Nodos Seeketing durante los días 4, 5, 6 y 7 de Septiembre, correspondientes a las Jornadas Medievales. Durante el jueves 4 de septiembre, se registraron 2.432 visitantes únicos en la Calle Vallespín y 216 en las Tenerías Judías. Esta tendencia ascendente continuó el viernes 5, con 2.882 y 265 visitantes respectivamente, hasta alcanzar el punto máximo de actividad el sábado 6 de septiembre, jornada en la que la Calle Vallespín recibió a 3.679 visitantes únicos y las Tenerías Judías a 555. Finalmente, el domingo 7 de septiembre la afluencia se mantuvo en niveles elevados con 3.208 visitantes en el eje principal y 289 en la zona de Tenerías.

En cuanto al impacto global, el evento generó un total de 25.401 oportunidades, reflejando una altísima visibilidad en los puntos monitorizados. El análisis de los momentos de mayor concurrencia identifica el sábado 6 como el día pico, alcanzando un máximo de 7.576 de los cuales visitantes únicos fueron 3.679 específicamente en la Calle Vallespín durante la franja horaria comprendida entre las 13:00 y las 14:00 horas.

Como conclusión final, el comportamiento del público muestra un compromiso notable con la actividad, registrando un tiempo medio de presencia de 7 minutos. Estos indicadores, sumados a la evolución positiva de las cifras diarias, confirman el éxito de las Jornadas Medievales como un evento de gran poder de convocatoria y una excelente capacidad de dinamización en el casco histórico.



6.3 ANÁLISIS DE EVENTOS Y SU REPERCUSIÓN EN DATOS SEEKETING

6.3.8. BURGER CUP ÁVILA

El evento Burger Cup, celebrado entre el 10 y el 14 de septiembre, generó un impacto destacado. Los datos del nodo situado en Calle Vallespín evidencian un tránsito continuo y de alta intensidad durante los cinco días del certamen, acumulando 20.693 oportunidades y 12.932 visitantes únicos, lo que confirma que el evento supuso una fuerte dinamización del entorno y un crecimiento sostenido de actividad conforme avanzaron sus jornadas.

Desde el punto de vista del registro oficial, la OIT contabilizó un total de 903 asistentes a las actividades del certamen, con una distribución sorprendentemente equilibrada: 509 asistentes nacionales (56.4%) y 394 internacionales (43,6%), un dato que subraya la notable proyección internacional del evento. El día de mayor afluencia fue el jueves 11, con 243 asistentes, rompiendo el patrón habitual que sitúa el sábado como jornada principal, y demostrando una capacidad de convocatoria especialmente fuerte a mitad de semana.

En el ámbito nacional, Madrid actuó como el principal foco emisor con 111 asistentes, mientras que en el ámbito internacional la categoría Oceanía lideró la participación con 61 asistentes, seguida de Francia, que aportó 59 visitantes, reflejando un público muy diverso y de amplio alcance geográfico.

Por su parte, el análisis horario del nodo confirma que la hora pico del evento se produjo a las 00:00 h, momento en el que se concentró el mayor volumen de visitantes únicos, reforzando así el carácter nocturno y social del evento, muy vinculado a la restauración y al ocio.

En conjunto, el Burger Cup Ávila se consolidó como una actividad de impacto significativo: más de 900 asistentes registrados, una participación internacional muy elevada y un movimiento urbano superior a la media habitual. La fuerte concentración de público en los días laborables —especialmente el jueves— aporta un elemento estratégico diferenciador, indicando que la programación central del evento consiguió movilizar al público cuando normalmente se esperaría una menor afluencia. Estos resultados posicionan al Burger Cup como un evento gastronómico con un alcance excepcional y un comportamiento de asistencia altamente singular.

