

BOLETÍN INFORMATIVO DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ÁVILA

Dirección, coordinación y elaboración:

Grupo de Investigación "Turismo, Patrimonio y Desarrollo" (U.C.M.)

Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

María García Hernández

Manuel de la Calle Vaquero

M^a del Carmen Mínguez García

Libertad Troitiño Torralba

Iván Velasco Romera

Trabajo de campo:

Área de Turismo – Ayto. de Ávila

Balance de la actividad turística (primer semestre de 2012)

Número

29

Junio

2012

En el número veintinueve del Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de Ávila se realiza el balance de la actividad turística del primer semestre del año 2012. Para ello se analizan los datos básicos de coyuntura, así como las principales noticias de interés relacionadas con el turismo en la ciudad (exposiciones, jornadas, etc). En este periodo la Encuesta de Ocupación Hotelera, la Oficina de Turismo de la Junta y la Muralla muestran un descenso en el número de visitantes, tanto nacionales como extranjeros. Sin embargo, éstos se han incrementado en todos los museos de la ciudad y el Centro de Recepción de Visitantes. Además, en este número se presenta un monográfico sobre la nueva imagen de marca de la ciudad de Ávila.

1. Datos de coyuntura turística

OFERTA Y DEMANDA DE ALOJAMIENTO HOTELERO

Oferta. Al terminar el primer semestre de 2012 la ciudad de Ávila dispone de menos plazas de alojamiento comercial que en diciembre de 2011. Ahora, tras el cierre del Hotel Hospedería Bracamonte y del Hostal Hospedería la Sinagoga, la oferta está compuesta por 2.696 plazas distribuidas en 41 establecimientos, lo que ha supuesto una pérdida de 79 plazas.

Ávila. Oferta de alojamiento. 2012		
	Plazas Nº total	Establecimientos Nº total
H 4*	952	6
H 3*	931	10
H 2-1*	352	8
HS-P	461	17
Total	2.696	41

Pese a este cambio la estructura de la oferta sigue reflejando un predominio de los hoteles de categorías media y media alta. El 35,31% de las plazas (952) está en hoteles de cuatro estrellas, el 34,53% corresponde a hoteles de tres estrellas (931), el 13,06% son plazas de hoteles de dos y una estrella (352 plazas) mientras que el 17,10% corresponde a hostales y pensiones (461 plazas).

Fuente: Dirección General de Turismo.
Registro de Establecimientos Turísticos.

Como en el periodo analizado en el boletín anterior (balance anual del 2011) existen 16 casas rurales y un apartamento turístico, ubicados todos ellos en los barrios anexionados de la ciudad, que aportan 104 plazas más. Éstas unidas a las 2.696 de los hoteles, hostales y pensiones componen la oferta total de la ciudad de Ávila, dotada con 2.800 plazas.

Ávila. Oferta de alojamiento. Casas Rurales en los barrios anexas a Ávila. 2012					
	Plazas		Establecimientos		Tamaño medio
	Nº total	%	Nº total	%	Nº plazas/estab.
Alamilla del Berrocal	18	17,30	3	18,75	6,0
Aldea del Rey Niño	14	13,46	3	18,75	4,6
Brieva-Vicelozano	10	9,62	2	12,50	5,0
Narrillos de S. Leonardo	56	53,85	7	43,75	8,0
Urraca Miguel	6	5,77	1	6,25	6,0
Total	104	100,00	16	100,00	6,5

Fuente: Diputación de Ávila.

Demanda. Según los datos provisionales publicados en la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE, para el primer semestre del año 2012, la demanda de alojamiento en establecimientos hoteleros de Ávila, se ha situado en 83.566 viajeros. Esta cifra se ha visto reducida respecto al mismo periodo del año anterior, consecuencia del descenso experimentado en el número de viajeros (-5.578, el -6,26%) y en el de pernoctaciones (-11.547, el -7,74%). En ambos casos, la caída ha venido motivada por la reducción tanto de viajeros españoles como extranjeros, siendo especialmente alta entre estos últimos. Así, el número de viajes realizados por españoles descendió en 1.909 personas (-2,71%) y el de extranjeros en 3.669 (-19,60%). Por su parte las pernoctaciones también bajaron. Especialmente, las realizadas por extranjeros (-10.442, el -30,78%) aunque también las de los españoles (-1.103, el -0,96%).

El número total de viajeros alojados en los establecimientos hoteleros de Ávila, durante los primeros seis meses de 2012, ha sido de 83.566 que han realizado 137.566 pernoctaciones, lo que ha supuesto una duración media de la estancia de 1,65 noches por viajero.

Demanda de alojamiento en Ávila. Primer semestre años 2011-2012						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2011	2012	Var 12/11	2011	2012	Var 12/11
E	8.937	8.940	3	16.039	14.399	-1.640
F	12.923	10.351	-2.572	21.699	16.893	-4.806
M	14.009	14.506	497	24.589	22.991	-1.598
A	18.640	17.491	-1.149	30.292	30.335	43
M	18.724	14.809	-3.915	30.410	24.087	-6.323
Jn	15.911	17.469	1.558	26.082	28.861	2.779
TOTAL	89.144	83.566	-5.578	149.111	137.566	-11.545

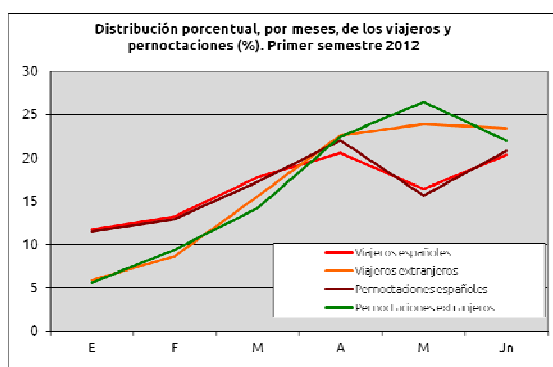
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Ávila. Distribución mensual de viajeros y pernoctaciones. Primer semestre 2012						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Total	Esp	Ext	Total	Esp	Ext
E	8.940	8.051	889	14.399	13.078	1.321
F	10.351	9.053	1.298	16.893	14.699	2.194
M	14.506	12.158	2.348	22.991	19.662	3.329
A	17.491	14.090	3.401	30.335	25.071	5.264
M	14.809	11.217	3.592	24.087	17.876	6.211
Jn	17.469	13.946	3.523	28.861	23.702	5.159
Total	83.566	68.515	15.051	137.566	114.088	23.478

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La mayor parte de la demanda de alojamiento en establecimientos hoteleros de la ciudad ha tenido origen entre el colectivo de los turistas nacionales, que han supuesto el 81,99% de los viajeros (68.515) y el 82,93% de las pernoctaciones (114.088), lo que ha significado una estancia media de 1,66 noches por viajero. Por su parte, los extranjeros han aportado el 18,01% de los viajeros (15.051) y han efectuado el 17,06% de las pernoctaciones (23.478), con una media de 1,56 noches por viajero. En comparación con el mismo periodo del año anterior se observa un descenso general de la afluencia, que afecta esencialmente a los viajeros y pernoctaciones realizadas por extranjeros. En cuanto a la distribución mensual se observa que junio y abril son los meses de mayor afluencia, siendo todavía mayor este último en cuanto a número de pernoctaciones debido a la celebración de la Semana Santa del 2012 durante ese mes.

Existen diferencias en la distribución mensual de los viajeros según procedencias, siendo proporcionalmente mayor la presencia de españoles durante los meses de enero, febrero y marzo. En abril se igualan y a partir de ese momento aumenta la presencia de los extranjeros. Como viene siendo habitual, las curvas que marcan la distribución de viajeros y pernoctaciones por grandes grupos (nacionales y extranjeros) son casi idénticas.



CONSULTAS DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

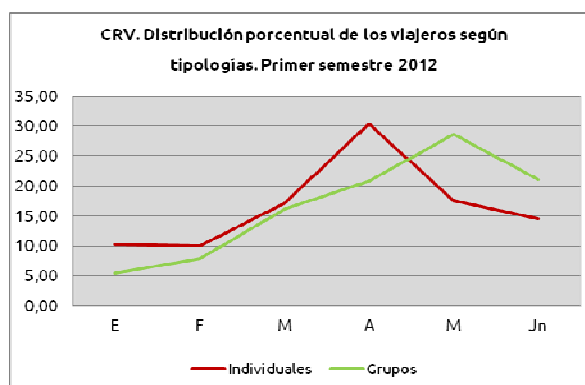
Durante el primer semestre del año 2012 la ciudad de Ávila ha contado con dos servicios de información turística: la Oficina dependiente de la Junta de Castilla y León y el Centro de Recepción de Visitantes dependiente del Ayuntamiento. La primera de ellas, la Oficina de Información Turística de la Junta, ha atendido 45.401 consultas y el Centro de Recepción de Visitantes 117.492.

El Centro de Recepción de Visitantes (CRV) ha registrado durante el primer semestre del año 2012 un total de 117.492 consultas, con un nivel medio de uso diario de 645 registros, lo que ha supuesto un incremento del 23,52% respecto al año anterior (22.373). El 45,78% de las consultas tuvieron su origen en visitantes nacionales (53.788) y el 54,22% en extranjeros (63.704). A su vez, el 19,36% correspondieron con visitantes individuales (22.750) y el 80,64% son visitantes en grupo organizado (94.742), lo que pone de manifiesto que el CRV sigue siendo un servicio de referencia para los visitantes en grupo. En comparación con el mismo periodo del año anterior se detecta un ascenso del número de consultas (23,52%) que afecta tanto a los individuales (37,69%) como a los grupos (20,54%) y tanto a nacionales como a extranjeros.

Ávila. CRV. Características básicas de las consultas atendidas. Primer semestre 2011-2012				
	2011	2012	Var. 12/11	%
TOTAL	95.119	117.492	22.373	23,52
Tipologías básicas por procedencias				
Individuales	16.522	22.750	6.228	37,69
Indiv. España	11.506	16.353	4.847	42,12
Indiv. Extranjero	5.016	6.397	1.381	27,53
Grupos	78.597	94.742	16.145	20,54
Vist. en grupo España	34.734	37.435	2.701	7,77
Vist. en grupo Extranjero	43.863	57.307	13.444	30,65
Nº grupos españoles	823	817	-6	-0,73
Nº grupos extranjeros	1.466	1.905	439	29,95
Nº total de grupos	2.289	2.722	433	18,92
Tamaño medio grupo	33	34	1	3,03
Nº grupos/día	13	15	2	15,38

Fuente: Ayto. de Ávila.

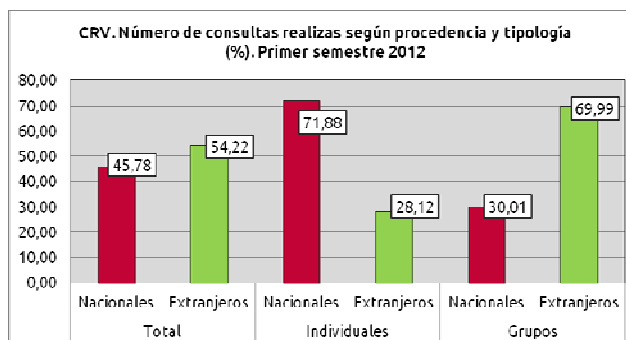
La distribución mensual es diferente en función de la tipología de visitantes, de forma que la presencia de los grupos, nacionales y extranjeros, es mayor durante los meses de mayo (27.166 consultas, 28,67%) y junio (20.007, 21,12%). Por su parte, los visitantes individuales tuvieron mayor presencia en abril (6.905 consultas, el 30,35%).



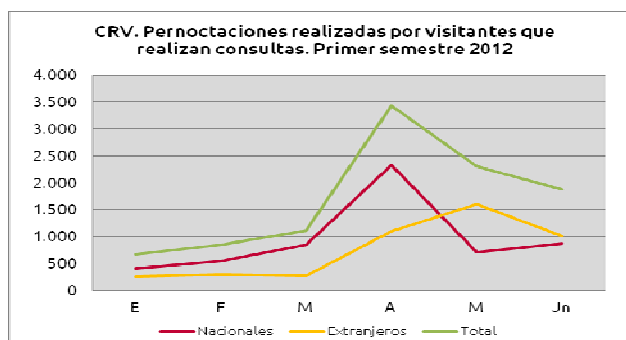
CRV. Registro de consultas. Evolución del primer semestre 2007-2012							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Var.12/11
E	5.359	5.416	5.253	4.312	4.443	7.488	3.045
F	9.443	9.139	8.224	8.069	8.307	9.739	1.432
M	19.308	19.501	12.966	15.188	15.645	19.173	3.528
A	30.086	21.738	20.866	22.369	25.229	26.605	1.376
M	27.897	26.731	26.354	26.677	26.815	31.170	4.355
Jn	21.637	20.090	18.049	18.977	14.680	23.317	8.637
TOTAL	113.730	102.615	91.712	95.592	95.119	117.492	22.373

Fuente: Ayto. de Ávila.

En los primeros meses de 2012 visitaron el CRV un total de 2.722 grupos, de los cuales 817 (30,01%) eran nacionales y 1.905 (69,99%) extranjeros. Estos grupos que llevaron a Ávila un total de 94.742 visitantes (57.307 extranjeros y 37.435 españoles), presentan un tamaño medio de 34 personas por grupo, que varía en función de las procedencias. Así, los grupos compuestos por visitantes extranjeros tienen un menor tamaño (30 personas/grupo) que los formados por visitantes nacionales (46 personas/grupo). Una diferencia que se ha acrecentado en este año con el aumento del número de personas que componen los grupos españoles y la reducción del número de miembros de los grupos extranjeros.



Por último, destacar que los grupos que han realizado consultas en el CRV son esencialmente excursionistas, puesto que únicamente el 10,13% declara haber pernoctado en la ciudad (10.231 personas). A su vez, el 55,74% de las pernoctaciones fueron realizadas por españoles y el 44,26% por extranjeros. Como viene siendo habitual abril es el mes, dentro del primer semestre, que registra un número mayor de pernoctaciones, siempre y cuando en él se celebre la Semana Santa. Así, en abril se registraron 3.430 pernoctaciones que suponen el 33,53% del total.



La Oficina de Información Turística dependiente de la Junta de Castilla y León registró durante el primer trimestre del año 2012 un total de 45.401 consultas, con un nivel medio de uso diario de 250 registros. Esto supone un descenso del -4,97% con 2.378 consultas menos que en el mismo periodo del año anterior. Se sigue así una tendencia decreciente que se inició en 2011, tras un importante periodo marcado por el crecimiento iniciado en el 2009.

Del total de las consultas (45.401), el 74,96% (34.035) fueron realizadas por visitantes nacionales y el 25,04% (11.366) por extranjeros, esto muestra un descenso, respecto al mismo periodo del año anterior, que afecta exclusivamente a los visitantes españoles. Este colectivo ha realizado 2.825 consultas menos, lo que supone un descenso del -4,97%. Por el contrario, el número de visitantes procedentes de otros países ha crecido en un 4,09%, con 447 consultas más.

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución mensual de las consultas. Primer semestre 2006-2012							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
E	3.617	3.207	1.991	2.500	3.693	3.396	3.389
F	3.543	3.546	2.651	3.644	4.911	5.413	4.122
M	10.303	6.999	9.328	5.364	9.270	5.993	7.221
A	17.669	12.276	3.907	14.624	16.541	13.298	12.390
M	10.594	7.124	4.572	10.557	9.134	10.157	10.333
Jn	4.794	4.084	4.890	7.209	9.285	9.522	7.946
TOTAL	50.520	37.236	27.339	43.898	52.834	47.779	45.401

Fuente: SOTUR

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución del número de consultas según procedencia. Primer semestre 2011-2012						
	2011			2012		
	Españole	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total
E	2.818	578	3.396	10.031	2.359	12.390
F	4.655	758	5.413	2.675	714	3.389
M	4.773	1.220	5.993	3.196	929	4.125
A	10.574	2.724	13.298	5.951	1.270	7.221
M	7.055	3.102	10.157	6.679	3.654	10.333
Jn	6.985	2.537	9.522	5.506	2.440	7.946
TOTAL	36.860	10.919	47.779	34.035	11.366	45.401

Fuente: SOTUR

Distribución mensual según origen de los visitantes. Primer semestre de 2012			
	Extranjeros	Visit. Proximidad ⁽¹⁾	Resto de España
E	714	1.552	1.123
F	929	1.614	1.579
M	1.270	3.208	2.743
A	2.359	3.366	6.665
M	3.654	3.133	3.546
Jn	2.440	2.589	2.917
TOTAL	11.366	15.462	18.573

(1): Madrileños y castellano leoneses.

Fuente: SOTUR

El mes de mayor afluencia de visitantes ha sido abril (6.665 consultas), coincidiendo con la celebración de la Semana Santa. El auge de este mes se debe esencialmente a la presencia de visitantes españoles (10.031), que ha alcanzado el 80,96% de las consultas, frente al 19,04% que fueron realizadas por visitantes extranjeros. Por su parte, la presencia de estos últimos fue más numerosa en el mes de mayo, con el 35,36% de las consultas.

VISITAS A LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PATRIMONIALES DE INTERÉS TURÍSTICO

Los museos de la ciudad de Ávila han tenido en el primer semestre de 2012 una presencia de visitantes superior a la alcanzada en el mismo periodo del 2011. El incremento de visitantes ha afectado a todos los museos, aunque de forma desigual: Santo Tomás (2,93%), Ávila (6,51%) y Santa Teresa (9,23%). Por el contrario, la Muralla ha perdido -6.178 visitantes (-8,19%).

Distribución mensual del número de visitantes de museos y monumentos.				
Primer semestre de 2012				
	Museo de Santo Tomás	Museo de Ávila	Museo de Sta. Teresa	Muralla
Enero	324	1.712	471	6.619
Febrero	534	2.068	931	6.318
Marzo	1.087	3.221	1.286	12.156
Abril	1.709	3.912	2.316	17.778
Mayo	1.470	2.380	1.923	14.949
Junio	1.160	2.101	1.503	11.395
TOTAL	6.284	15.394	8.430	69.215

Fuente: Museo Provincial, Museo de Sta. Teresa, Monasterio de Sto. Tomás y Ayto. de Ávila.

La distribución temporal de las visitas registradas en los museos y monumentos durante los primeros meses del año 2012 es semejante a la de ocasiones anteriores, siendo mayor la afluencia en el mes de abril –coincidiendo con la Semana Santa- seguido de mayo, un mes que en el caso de los museos siempre ha presentado cifras muy elevadas, consecuencia de las visitas de los escolares.

La Muralla, que en esta ocasión es el único bien que dispone de datos desagregados por tipología de visitantes, muestra que el peso relativo de visitantes individuales frente a visitantes en grupo se mantiene respecto a años anteriores. Precisamente la Muralla ha cambiado su sistema de control de visitas, lo que ha dificultado el análisis individualizado de los datos a partir del mes de junio. De manera que esta información hace referencia a los primeros cinco meses del año. Al faltar la información correspondiente al mes de junio no se pueden comparar con los años anteriores, aunque sí se observa que sigue existiendo un predominio de los visitantes individuales (85,78%), frente a los grupos (14,22%).

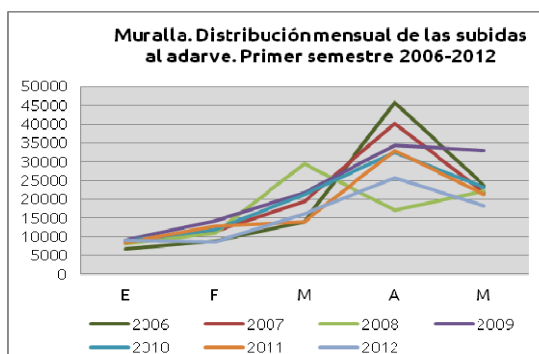
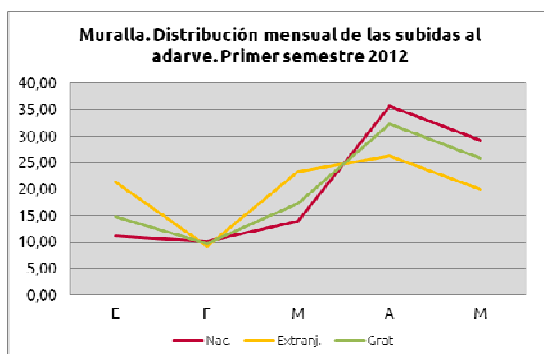
Ávila. Registros de visitantes de la Muralla. Tipos de visitantes. Enero-mayo 2012				
	Individuales	Grupos	Gratis	TOTAL
Subidas al adarve de la Muralla	66.840	4.301	6.777	77.918
Porcentaje subidas al adarve	85,78	5,52	8,70	100,00

Fuente: Ayto de Ávila

La Muralla ha recibido durante el primer semestre de 2012 un total de 69.215 visitantes, una cifra menor a la del mismo periodo en el año anterior, lo que supone un descenso del 8,19%, con 6.178 visitantes menos. El total de visitantes registrado ha correspondido con 77.918 subidas al adarve en los cinco primeros meses, ya que no se ha podido registrar esta información para el mes de junio. De ellas 41.260 en el acceso de Carnicerías (52,95%), 31.301 en el Alcázar (40,17%) y 5.356 en el Puente Adaja (6,88%). Al no tener la secuencia completa de las subidas al adarve es difícil compararlas con los años anteriores, pero si se analiza el periodo enero-mayo de 2011 y de 2012 se puede observar cómo éstas también experimentado un descenso con -11.693 subidas menos (-13,05%). Esta reducción no ha afectado especialmente a ninguno de los accesos, ya que han mantenido una distribución muy semejante a la de los años anteriores: Carnicerías (52,95%); Alcázar (40,17%) y Puente Adaja (6,87%).

Ávila. Muralla. Subidas al adarve según forma de organizar el viaje. Enero-mayo 2011-2012				
	2011		2012	
	Individuales	Grupos	Individuales	Grupos
Carnicerías	39.657	6.151	37.419	3.841
Alcázar	33.190	3.501	29.557	1.745
Pte. Adaja	6.852	260	4.903	453
Total	79.699	9.912	71.879	6.039
Porcentaje	88,94	11,06	92,25	7,75

Fuente: Ayto. de Ávila



Muralla. Subidas al Adarve según lugar de procedencia de los visitantes. Enero-mayo 2012

	Nac.	Extranj.	Grat.	Total
Enero	6.135	2.387	683	9.205
Febrero	5.422	2.619	544	8.585
Marzo	10.437	4.391	1.359	16.187
Abril	17.736	6.024	2.044	25.804
Mayo	8.765	7.225	2.147	18.137
TOTAL	48.495	22.646	6.777	77.918
Porcentaje	62,24	29,06	8,70	100,00

Fuente: SOTUR y Ayto. de Ávila

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE VISITANTES: PROCEDENCIAS Y DISTRIBUCIÓN

Los datos de coyuntura turística disponibles para el primer semestre del año 2012 siguen reflejando que la mayor parte de los visitantes que se desplazan hasta la ciudad de Ávila son españoles.

Visitantes individuales

La mayoría de los turistas y excursionistas que han visitado la ciudad durante los primeros meses del año 2012 son de origen español como se desprende de la información facilitada por los servicios de Información Turística y por la Muralla. La oficina de Información Turística de la Junta refleja que la mayoría de las consultas realizadas por visitantes individuales son efectuadas por españoles, concretamente el 74,97%, mientras que los extranjeros representan el 25,03%. Una situación similar se observa en la Muralla, donde el 70,94% de los visitantes individuales son españoles y el 29,06% extranjeros. Tradicionalmente la presencia de extranjeros es mayor en el Centro de Recepción de Visitantes como consecuencia del elevado número de grupos que recibe. Así, el 54,22% de ellos corresponden con consultas realizadas por extranjeros y el 45,78% por individuales españoles, lo que supone su incremento respecto a años anteriores.

Procedencia de los visitantes de Ávila. 2012					
		CRV		MURALLA	
		TOTAL	%	TOTAL	%
Individual	Nac	16.353	71,88	51.838	72,11
	Ext	6.397	28,12	20.041	27,89
Grupos	Nac	37.435	39,51	3.434	56,86
	Ext	57.307	60,49	2.605	43,14
Total	Nac	53.788	45,78	55.272	70,94
	Ext	63.704	54,22	22.646	29,06

Procedencia de los visitantes de Ávila. Primer semestre 2012		
OIT_ JUNTA		
	TOTAL	%
Nacionales	34.035	74,97
Extranjeros	11.366	25,03

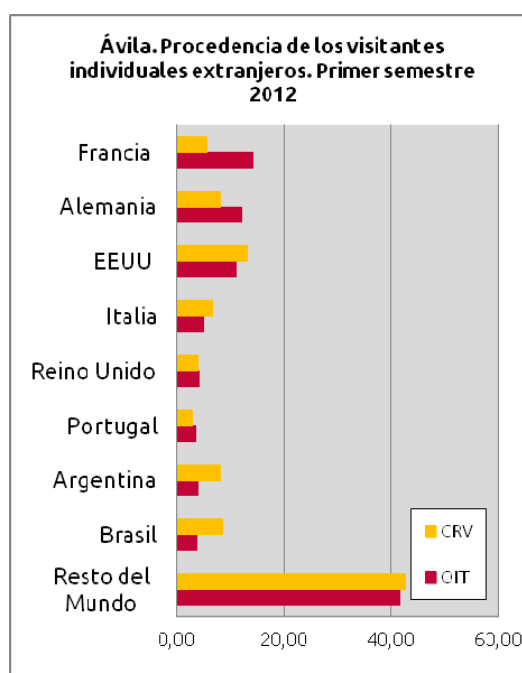
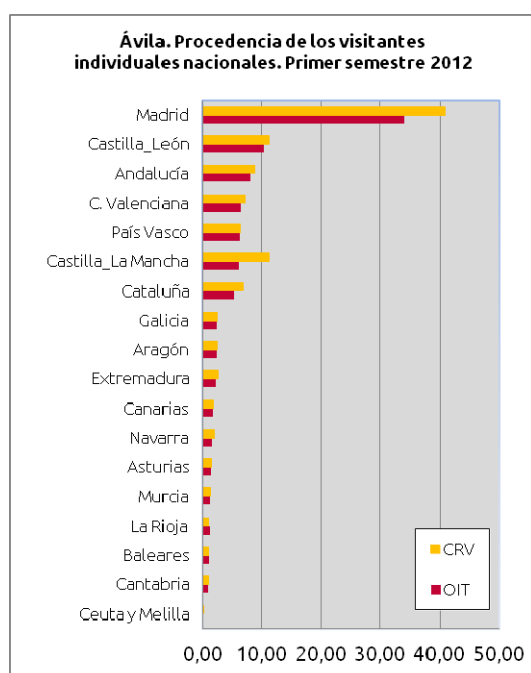
Fuente: Ayuntamiento de Ávila

El CRV y la Oficina de Información Turística de la Junta cuentan con registros de visitas con la información sobre la procedencia de los visitantes desagregada por provincias y por países.

En relación con los **visitantes individuales nacionales** los datos de las consultas realizadas en el CRV ponen de manifiesto que los principales mercados emisores de visitantes nacionales han sido: la Comunidad de Madrid (6.697, el 40,95%); Castilla León (1.699, el 10,39%); Andalucía (1.313, el 8,03%); la Comunidad Valenciana (1.045, el 6,39%); el País Vasco (1.035, el 6,33%) y Castilla La Mancha (1.003, el 16,13%).

Ávila. Visitantes individuales españoles por CCAA de residencia (%) 2012		
	OIT	CRV
Madrid	34,14	40,95
Castilla y León	11,29	10,39
Andalucía	8,83	8,03
C. Valenciana	7,12	6,39
País Vasco	6,32	6,33
Castilla-Mancha	6,83	6,13
Cataluña	6,87	5,28
Galicia	3,50	2,47
Aragón	2,62	2,45
Extremadura	2,69	2,20
Canarias	1,87	1,79
Navarra	2,00	1,58
Asturias	1,30	1,46
Murcia	1,31	1,24
La Rioja	1,01	1,22
Baleares	1,06	1,02
Cantabria	1,16	0,96
Ceuta/Melilla	0,06	0,10
TOTAL	100,00	100,00

Fuente: SOTUR y Ayto. de Ávila



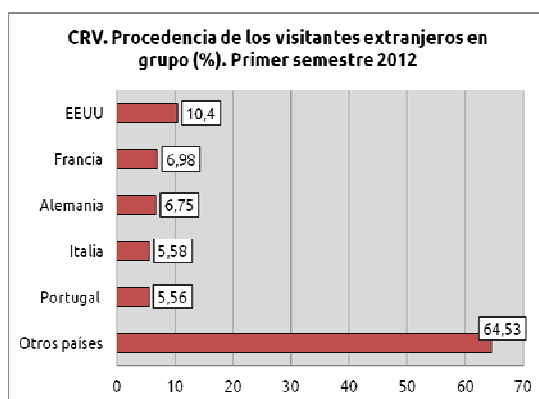
La distribución, según procedencias, de las consultas atendidas en la OIT de la Junta es la siguiente: madrileños (11.618, el 34,14%); castellano leoneses (3.844, el 11,29%); andaluces (3.005, el 8,83%); valencianos (2.423, el 7,12%); catalanes (2.338, el 6,87%); castellano manchegos (2.324, el 6,83%) y vascos (2.151, el 6,32%).

En relación a los **visitantes individuales extranjeros** los datos de las consultas realizadas en el CRV muestran que los principales mercados emisores de visitantes extranjeros han sido los mismos que en ocasiones anteriores aunque con diferente participación. Así, los más numerosos han sido los procedentes de EEUU (844, el 13,19%); seguidos de Brasil (544, el 8,50); Argentina (521, el 8,14%); Alemania (518, el 8,10%); Italia (430, el 6,72%); Francia (370, el 5,78%) y Reino Unido (264, el 4,13%). Por su parte los datos de las consultas atendidas en la OIT de la Junta muestran que los principales mercados emisores son: Francia (1.625, el 14,30%); Alemania (1.381, el 12,15%); EEUU (1.264, el 11,12%); Italia (577, el 5,08%); Reino Unido (487, el 4,28%) Argentina (457, el 4,02%), Brasil (443, el 3,90%) y Portugal (401, el 3,53%).

Visitantes en grupo

Los datos correspondientes a los visitantes que llegan a la ciudad de Ávila en grupo ponen de manifiesto, como en años anteriores, que la diferencia entre españoles y extranjeros es menor que en el caso de los visitantes individuales, aunque cada vez tienen mayor presencia los extranjeros. Así, del total de visitantes en grupo que han realizado consultas en el CRV, el 60,49% fueron visitantes extranjeros y el 39,51% españoles. Entre estos últimos, los registros del CRV reflejan que los grupos nacionales proceden en su mayoría de Madrid (25,87% con 9.684 visitantes y 176 grupos); Castilla León (22,38% con 8.378 y 184 grupos); Andalucía (7,84%, con 2.935 visitantes y 69 grupos), Cataluña (7,77%, con 2.909 visitantes con 69 grupos); Castilla La Mancha (7,20% con 2.696 visitantes y 59 grupos) y la Comunidad Valenciana (5,43%, con 2.033 visitantes y 51 grupos).

Por su parte los grupos de extranjeros más numerosos han procedido de EEUU (10,40%, con 5.958 visitantes y 178 grupos); Francia (6,98%, 4.001 visitantes y 107 grupos); Alemania (6,75%, 3.869 visitantes con 128 grupos); Italia (5,58%, con 3.197 visitantes y 93 grupos) y Portugal (5,56% con 3.188 visitantes y 74 grupos).



2. La marca “ÁVILA”

En 1999, en el marco del Plan de Excelencia Turística de Ávila, se diseñó una imagen de marca de la ciudad en la que destacaba el perfil de la Muralla junto con el eslogan “Ávila te abre las puertas”. Ambos obedecían a un momento en el que la ciudad buscaba impulsar el turismo superando las inercias pasivas en la atracción de visitantes e incorporando novedades a la oferta.

Ahora, trece años después, la ciudad requiere de otra imagen, siendo su creación uno de los principales objetivos contemplados en el plan estratégico de la ciudad, según el cual la nueva imagen ha de responder a la necesidad de comunicar al exterior la idea de Ávila como una ciudad dinámica, moderna, abierta, acogedora, accesible, participativa y solidaria.



Así, la nueva marca “ÁVILA” debería contribuir a poner en valor el esfuerzo realizado en los últimos años y ha de permitir consolidar los valores diferenciales, excepcionales y competitivos de Ávila, desarrollando un programa de reposicionamiento y diseño de la imagen como herramienta en el contexto de una estrategia de crecimiento y desarrollo que facilite la atracción de nuevos mercados. En definitiva se consideró que la ciudad debía tener una imagen más moderna, fresca y, desde el punto de vista operativo más homogénea, de forma que permitiera una serie de submarcas, como la de Ávila Turística, adaptándose mejor a las necesidades actuales de la ciudad.



Con este objetivo el 18 de noviembre de 2011 el Ayuntamiento de Ávila publicó en el Boletín Oficial de la Provincia de Ávila las bases reguladoras con intervención del jurado para la creación y desarrollo de la Marca “ÁVILA” y renovación y modernización del *imagotipo* de la imagen institucional del “Ayuntamiento de Ávila”. Previamente el Ayuntamiento se reunió con todos los sectores implicados en el desarrollo de la ciudad, como los medios de comunicación, los empresarios, los sindicatos, la iglesia, las universidades y los guías. Estas reuniones tenían como finalidad aunar criterios, que en sesiones marcadas por el *brainstorming*, o lluvia de ideas, establecieron los requisitos que, según los agentes locales, debía cumplir y que fueron recogidos en la convocatoria. Entre ellos destacaban los siguientes (contemplados como condiciones generales):

- a) Ámbito de impacto de la marca: Nacional e Internacional.
- b) Nomenclatura: la marca “ÁVILA” deberá incluir obligatoriamente la palabra ÁVILA.
- c) Objetivos de la comunicación: Dar notoriedad a la ciudad de Ávila como destino, creando una imagen de marca para la misma y el desarrollo de su imagen corporativa con los siguientes objetivos:
 - Promover el producto “ÁVILA”, en todas sus versiones.
 - Ayudar a crear sensaciones a través de una imagen innovadora de la ciudad.
 - Crear experiencias inolvidables poniendo en valor los recursos y productos turísticos, patrimoniales, culturales, deportivos, comerciales e industriales, naturales, entre otros, del destino.

d) Características de la marca “ÁVILA”: Se tendrá en cuenta el concepto de marca “ÁVILA” como una síntesis gráfica de identidad de la ciudad, en la cual se contemplen aspectos de tipo cultural y social. Deberá expresar de alguna forma los atributos necesarios para transmitir los valores de su historia, su presente y su futuro.

Por todo ello la imagen de marca deberá tener las siguientes características:

- Representativa: reflejará las condiciones sociales, culturales y patrimoniales de la ciudad de cara al desarrollo de la actividad turística.
- Única: debe ser inédita, legible y capaz de transmitir todos los valores que encierra la ciudad.
- Funcional: el diseño y producción del mismo deberá ser armónico en aspectos formales de forma, color y contenido y aplicable a múltiples y variados soportes.
- Perdurable en el tiempo, moderna y vanguardista, rompedora e innovadora.

Respecto a las condiciones de la propuesta de renovación del *imager*, ésta ha de ir orientada de modo libre a un tratamiento moderno y actual del *imager* institucional del Ayuntamiento con fines promocionales (no estrictamente oficiales) acorde a la filosofía con que se afronta la MARCA ÁVILA.

Asimismo se establecieron los criterios para la evaluación, que son los siguientes:

1. La marca “ÁVILA” deberá ser sencilla, capaz de transmitir sensaciones, de no dejar indiferente, ha de ser moderna, innovadora y perdurable en el tiempo, sin olvidar la historia y cultura de la ciudad de Ávila.
2. Debe identificarse por todos los públicos.
3. Debe ser Multifuncional, es decir, que ha de tener capacidad y flexibilidad para ser usada y aplicada en una diversidad de soportes tanto físicos como digitales, así como en 2D y 3D.
4. Debe ser Multiidomática ya que debe contemplar la posibilidad de realizar las diversas aplicaciones a distintos idiomas ya que será susceptible de ser traducida en función del mercado al que se dirija la aplicación concreta de la marca.
5. Será Adaptable ya que debe convivir con otros logos o marcas en algunos de sus usos.
6. Debe armonizarse el tratamiento de la marca con la propuesta de modernización de imager de la imagen institucional del “AYUNTAMIENTO DE ÁVILA” así como las diferentes soluciones de convivencia con la nueva marca.

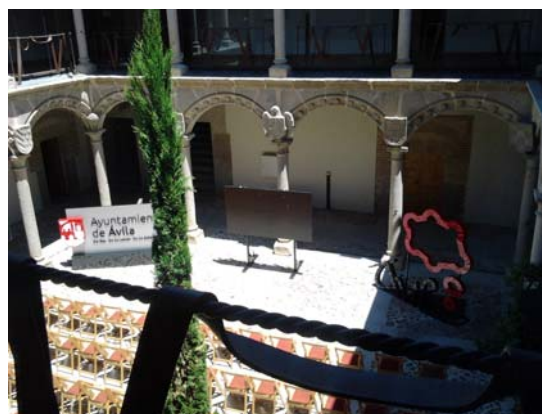
Por su parte el imager también tenía que cumplir los siguientes requisitos:

1. La originalidad y creatividad del diseño.
2. La justificación y explicaciones que se aporten en la propuesta.
3. Facilidad en cuanto a su implantación en los diferentes soportes físicos y digitales.
4. Facilidad de identificación y lectura.

Se creó un jurado compuesto por el Alcalde, o una persona en la que él delegue (Presidente), el Concejal Coordinador del Área de Turismo, Patrimonio, Comercio y Consumo (Vicepresidente), un técnico municipal (Secretario) y una serie de vocales que son: los portavoces de cada uno de los grupos políticos representados en la corporación; la concejala delegada de Patrimonio; el equipo técnico del Área de turismo; el equipo técnico del Área de patrimonio; un técnico de comercio; un técnico del ayuntamiento; un asesor externo experto en publicidad y diseño gráfico; un representante de los medios de comunicación; un representante de las asociaciones empresariales y un representante de las asociaciones de vecinos. Todos ellos evaluaron las 85 propuestas de marca y las 70 de imager, de las que se seleccionaron cinco, que fueron expuestas durante la Navidad 2011-12 para ser sometidas a votación popular por los ciudadanos de Ávila.

Finalmente, las ganadoras de la marca y del imagotipo fueron dos empresas diferentes, Entre-Líneas y Xtrañas producciones, respectivamente, cuyos trabajos fueron reconocidos con un premio económico, que ascendía a 17.000€ para la Marca Ávila y 3.000€ para el *Imagotipo*. En ambos casos los concursantes han cedido los derechos de explotación del trabajo premiado al Excmo. Ayuntamiento de Ávila, sin que puedan ser reproducidos total o parcialmente sin previa y expresa autorización del Órgano contratante.

Para terminar este proceso actualmente se está trabajando en la elaboración de un manual de estilo, que cuenta con el desarrollo de submarcas, y todos los trabajos vinculados a la papelería, cartelería, roll ups para las ferias, presentaciones... con la finalidad de que haya una homogeneidad en la comunicación de la ciudad. Asimismo se está trabajando para dar a conocer estas imágenes entre los abulenses y los visitantes, siendo una de las actuaciones más significativas la instalación de una de las imágenes en volumen en el CRV y el imagotipo en el Ayuntamiento.



3. Principales noticias turísticas del 1º semestre 2012

Durante los primeros seis meses del año 2012 se han llevado a cabo, desde el Área de Turismo del Ayuntamiento de Ávila, las siguientes actividades de interés turístico:

- **Visitas teatralizadas a la muralla.** Todos los jueves, viernes y sábados del 21 de junio al 1 de septiembre de 2012, así como el 25 de julio y el 15 de agosto, han tenido lugar las visitas teatralizadas en la muralla. Para ello se han ofrecido dos pases, a las 22,00 y a las 23,30 horas. En esta ocasión la tarifa general ascendía a 10€ por persona y la reducida a 7€. Debido a las dimensiones de la muralla se contó con un aforo limitado a 60 personas en cada una de las sesiones. Finalmente, la Muralla contabilizó un total ochenta y cuatro personas desde su inicio el día 21 de junio hasta el 30 de ese mes. Una cifra que al terminar esta edición alcanzó los 1.532 participantes.



- **XIV Ronda de las Leyendas de Ávila.** Durante el viernes y sábado, 1 y 2 de junio de 2012 tuvo lugar la Ronda de las Leyendas de Ávila. En esta ocasión, que llevó por título “Místicos, guerreros y enamorados” se realizaron tres representaciones: “La gesta de los sombreros”; “Una historia de amor”; “La primera fundación de la Santa”, en el Atrio de San Vicente, la Plaza de la Catedral y la Plaza del Convento de San José, respectivamente. Todas ellas contaron con un horario con tarde-noche y la participación se estima en más de dos mil personas.

- **Concurso “Ávila en Tapas”.** Desde el 27 de junio al 1 de julio de 2012 se ha celebrado la décimo tercera edición del concurso popular Ávila en Tapas. En esta ocasión han intervenido un total de cuarenta y tres bares y restaurantes de la ciudad, que han concursado para alzarse con alguno de los galardones. El concurso, organizado por la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento y la Asociación Abulense de Empresarios de Hostelería de manera conjunta, ha contado únicamente con un jurado profesional.



Entre los primeros los ganadores fueron: 1º premio.- Venta el Colmenar, con la tapa, “Rulo de puerro relleno”; 2º premio.- Mangas, con la tapa: “Crocanti” Las Cancelas, con la tapa: “Solomillo de ibérico con boletus y mermelada de cebolla”. La mención especial “Ávila auténtica” has sido para el Palacio de los Velada, con la tapa “Sabores de Ávila”.

- **Visitas guiadas de Leyenda.** La última de las iniciativas de la Concejalía de Turismo para conocer la ciudad de Ávila son las visitas guiadas de leyenda. Una actividad desarrollada por primera vez este año, que ha tenido lugar todos los sábados desde el 23 de junio de 2012 al 27 de octubre a las 19:00.

Se trata de un recorrido, de aproximadamente dos horas de duración, con inicio en el Centro de Recepción de Visitantes y fin en la Plaza de Santa Ana que, con la ayuda de actores que reproducen algunas de las leyendas más famosas de la ciudad, permiten conocer algunos de los puntos más significativos de la ciudad como son: el Atrio de San Vicente, el Jardín Prisciliano / San Vicente, la Casa de las Carnicerías, la Catedral, la calle Muerte y la calle Vida,



la plaza de Adolfo Suarez, la plaza José Tomé (Palacio Episcopal), la plaza Pedro Dávila, el Jardín del Rastro, la plaza Corral de las Campanas y la Plaza de Santa Ana.

Cada uno de los recorridos ha contado con un aforo limitado (55 personas máximo y 10 mínimo), cuyas plazas se podían reservar en el CRV. Las tarifas fijadas han sido de 5€ para el público general y 3€ para niños, estudiantes, jubilados y grupos.

- **Promoción turística:** en enero se asistió a FITUR-2012 y al Foro Exceltur Madrid, en abril a la Feria del Vino, celebrada en el Centro de Congresos y Exposiciones Lienzo Norte de Ávila y en junio al Mercado de Contratación de Turismo Idiomático celebrado en Salamanca. Además, se ha participado en la promoción de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad y de la Red de Juderías.

Dep. Leg. AV-113-2002

