

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

Mª 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 del 2014)

Número

35

Junio

2014

El número treinta y cinco del Boletín del Observatorio Turístico de la ciudad de Ávila recoge los datos de coyuntura turística y las principales noticias relacionadas con el turismo en la ciudad durante el primer semestre del año 2014. Los datos de coyuntura y los registros consultados para este periodo ponen de manifiesto cierta estabilidad, puesto que aunque ha aumentado el número de viajeros, debido al incremento de los extranjeros, sin embargo ha descendido ligeramente el número de pernoctaciones y el de consultas atendidas en el CRV y en la OIT. Por otra parte, los museos presentan realidades muy desiguales, ya que el museo de Santo Tomás y el de Ávila han visto reducido el número de visitas, mientras que el de la Santa, la muralla y la catedral han visto como aumentaba. En este número, además, se incluye un análisis específico de la presencia de Ávila en las redes sociales (Facebook y Twitter) y, como es habitual, se incorpora un apartado con información sobre las noticias turísticas del periodo analizado.

1. Datos de coyuntura turística

OFERTA Y DEMANDA DE ALOJAMIENTO HOTELERO

Oferta. Durante el primer semestre del año 2014 la ciudad de Ávila ha incrementado su planta de alojamiento comercial en 47 plazas, correspondientes al albergue Casa Natal de Santa Teresa. Así, la oferta actual está integrada por 2.743 plazas distribuidas en 42 establecimientos de diferentes categorías.

Ávila. Oferta de alojamiento. Primer semestre 2014		
	Plazas Nº total	Establecimientos Nº total
H 4*	952	6
H 3*	931	10
H 2*1*	352	8
HS-P	461	17
Albergue	47	1
Total	2.743	42

Su estructura refleja un predominio de los hoteles de categorías media y media alta. Concretamente, el 34,70% de las plazas (952) está en hoteles de cuatro estrellas, el 33,95% corresponde a hoteles de tres estrellas (931) y el 12,84% son plazas de hoteles de dos y una estrella (352 plazas), mientras que el 16,80% pertenece a hostales y pensiones (461 plazas) y el 1,71% al albergue de Santa Teresa (47 plaza).

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

Como se ha mostrado en los últimos boletines además existen 16 casas rurales y un apartamento turístico, ubicados en los núcleos anexionados al municipio, lo que supone 104 plazas, que unidas a las 2.696 de los hoteles, hostales y pensiones, suponen un total de 2.800 plazas.

Ávila. Oferta de alojamiento. Casas Rurales en los barrios anexas a Ávila. Primer semestre 2014					
	Plazas		Establecimientos		Tamaño medio
	Nº	%	Nº total	%	Nº plazas/estab.
Alamedilla del Berrocal	18	17,30	3	18,75	6,0
Aldea del Rey Niño	14	13,46	3	18,75	4,6
Brieva-Vicolozano	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: Área de Turismo de la Diputación de Ávila.

Demanda. Según los datos provisionales publicados en la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE, para el primer semestre del año 2014, el número de llegadas de viajeros registrados en los establecimientos hoteleros en Ávila ha sido de **101.563**, de los cuales el 82,12% fueron de españoles (83.402) y el 17,88% de extranjeros (18.161). Esta cifra implica un aumento del 1,99%, con 1.982 viajeros más que en el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, el incremento experimentado en el primer semestre del año 2014 no ha repercutido en el número de pernoctaciones, éstas han alcanzado la cifra de 144.939, lo que se traduce en 4.488 pernoctaciones menos que durante el mismo periodo del año anterior, suponiendo un descenso del -3%, lo cual indica una reducción de la duración de la estancia. La mayoría de las pernoctaciones fueron realizadas por españoles, concretamente el 82,12% (116.363), mientras que las efectuadas por extranjeros representaron el 17,88% (28.576).

A lo largo del primer semestre del año 2014 se han observado buenos resultados en cuanto al número de viajeros, estos se deben a una mejora significativa del turismo internacional, suponiendo un cambio respecto a lo que sucedió el año anterior, en el que el crecimiento lo manifestó el turismo nacional mientras que el internacional seguía descendiendo. En el semestre analizado en este boletín el número de viajeros internacionales creció en 4.076 (28,94%) y sus pernoctaciones en 7.944 (38,50%). Por el contrario, el turismo nacional decreció en -2.094 (-2,44%) y sus pernoctaciones en -12.432 (-9,65%).

Hemos de destacar que la duración media de la estancia ha sido levemente inferior a la de otros años. En esta ocasión se ha cifrado en 1,43 noches por viajero, siendo ligeramente superior entre los extranjeros (1,57 noches por viajero) que entre los españoles (1,40 noches por viajero). Nuevamente, se pone en evidencia la necesidad de impulsar estrategias turísticas orientadas a incrementar la duración de la estancia, dado que ésta continúa reduciéndose.

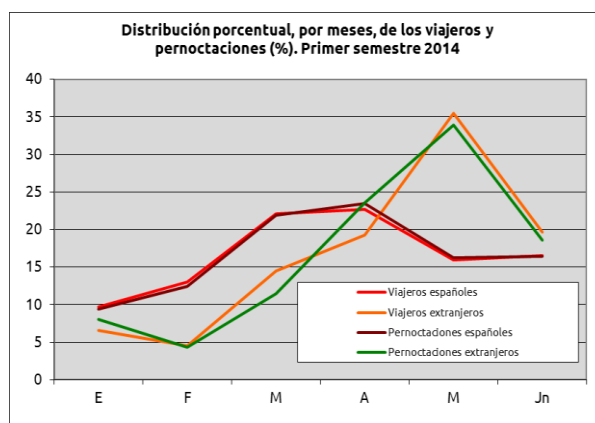
Demanda de alojamiento en Ávila. Primer semestre años 2013-2014						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	2013	2014	Var 14/13	2013	2014	Var 14/13
E	7.762	9.267	1.505	11.690	13.237	1.547
F	10.974	11.697	723	15.877	15.761	-116
M	21.859	21.055	-804	33.024	28.783	-4.241
A	21.126	22.444	1.318	31.663	34.096	2.433
M	17.996	19.767	1.771	27.026	28.639	1.613
Jn	19.864	17.333	-2.531	30.147	24.423	-5.724
TOTAL	99.581	101.563	1.982	149.427	144.939	-4.488

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Ávila. Distribución mensual de viajeros y pernoctaciones. Primer semestre						
	Viajeros			Pernoctaciones		
	Total	Esp	Ext	Total	Esp	Ext
E	9.267	8.065	1.202	13.237	10.932	2.305
F	11.697	10.870	827	15.761	14.511	1.250
M	21.055	18.420	2.635	28.783	25.510	3.273
A	22.444	18.950	3.494	34.096	27.358	6.738
M	19.767	13.332	6.435	28.639	18.949	9.690
Jn	17.333	13.765	3.568	24.423	19.103	5.320
Total	101.563	83.402	18.161	144.939	116.363	28.576

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Las curvas que marcan la distribución de viajeros y pernoctaciones por grandes grupos (nacionales y extranjeros) son prácticamente idénticas entre sí. Como viene siendo habitual existen diferencias en la distribución mensual de los viajeros según procedencias. Proporcionalmente, la presencia de españoles es mayor durante los meses de enero, febrero, marzo y abril, y la de extranjeros durante mayo y junio.



LOS VISITANTES DE LA CIUDAD DE ÁVILA A TRAVÉS DE LAS CONSULTAS REALIZADAS EN LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Durante el primer semestre del año 2014 la ciudad de Ávila ha seguido contando con dos servicios de información turística: el Centro de Recepción de Visitantes, que registró **112.554** consultas y la Oficina de la Junta de Castilla y León, que atendió **51.683**.

El Centro de Recepción de Visitantes (CRV) registró durante los primeros seis meses del año 2014 un total de **112.554 consultas**, con un nivel medio de uso diario de 625,3. De ellas el 46,16% fueron realizadas por visitantes nacionales (51.953) y el 53,84% por extranjeros (60.601). Asimismo, el 20,45% de las consultas (23.021) correspondieron a visitantes individuales y el 79,55% a grupos (89.533), demostrando que el CRV sigue siendo un servicio de referencia para éstos últimos.

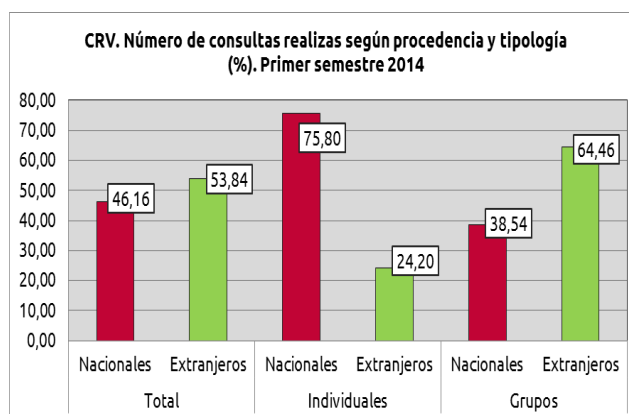
La distribución mensual de las consultas es diferente en función de la tipología de visitantes; así la presencia de los grupos, nacionales y extranjeros, es mayor durante el mes de mayo (27.590 consultas, el 30,80%). Por su parte, los visitantes individuales, nacionales y extranjeros, tuvieron mayor presencia en el mes de abril (7.176 consultas, el 31,17%).

Ávila. CRV. Características básicas de las consultas atendidas. Primer semestre 2013-2014				
	2013	2014	Var 13/14	%
TOTAL	113.482	112.554	-928	-0,81
Tipologías básicas por procedencias				
Individuales	23.460	23.021	-439	-1,87
Indiv. España	17.572	17.450	-122	-0,70
Indiv. Extranjero	5.888	5.571	-317	-5,39
Grupos	90.022	89.533	-489	-0,54
Vist. en grupo España	38.037	34.503	-3.534	-9,30
Vist. en grupo Extranjero	51.985	55.030	3.045	5,85
Nº grupos españoles	928	882	-46	-4,96
Nº grupos extranjeros	2.009	2.012	3	0,15
Nº total de grupos	2.937	2.894	-43	-1,46
Tamaño medio grupo	31	31	0	0
Nº grupos/día	16	16	16	0

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

En el primer semestre del año 2014 visitaron el CRV un total de 2.894 grupos, de los cuales 882 eran nacionales y 2.012 extranjeros (30,48% y 69,52% respectivamente). Estos grupos llevaron a Ávila un total de 89.533 visitantes y presentan una media diaria de 16 grupos, justo igual que en el mismo periodo del año anterior. Cada uno de los grupos cuenta con un tamaño medio de 31 personas, exactamente el mismo que en el primer semestre del 2013. Como es habitual su tamaño varía en función de las procedencias,

siendo tradicionalmente menores los que están formados por visitantes extranjeros (27 personas/grupo) que los compuestos por visitantes nacionales (39 personas/grupo).



Hay que señalar que el número de consultas atendidas en el CRV durante el primer semestre del año 2014 es ligeramente menor que el que se atendieron en el mismo periodo del año 2013, con 928 consultas menos, que suponen un descenso del -0,81%, por lo que se puede afirmar que se ha producido una estabilización en el número de visitantes. Esta pequeñísima caída afecta tanto a los visitantes individuales (439 consultas menos, -1,87%) como a los visitantes en grupo (489 consultas menos, -0,54%). En el caso de los individuales el descenso se ha visto más acusado entre los extranjeros, sin embargo en el caso de los de grupo el descenso ha afectado únicamente a los nacionales, ya que el número de extranjeros ha crecido en un 5,85% (3.045 visitantes más).

CRV. Registro de consultas. Evolución del primer semestre 2007-2014

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Var. 14/13
E	5.359	5.416	5.253	4.312	4.443	7.488	5.254	5.740	486
F	9.443	9.139	8.224	8.069	8.307	9.739	9.038	7.671	-1.367
M	19.308	19.501	12.966	15.188	15.645	19.173	19.332	15.415	-3.917
A	30.086	21.738	20.866	22.369	25.229	26.605	24.709	27.044	2.335
M	27.897	26.731	26.354	26.677	26.815	31.170	30.933	32.831	1.898
Jn	21.637	20.090	18.049	18.977	14.680	23.317	24.216	23.853	-363
TOTAL	113.730	102.615	91.712	95.592	95.119	117.492	113.482	112.554	-928

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

CRV. Registro de consultas. Primer semestre del año 2014

	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	Individuales	Visit. Grupos
E	5.740	1.898	3.842	1.883	3.857
F	7.671	4.062	3.609	1.963	5.708
M	15.415	7.688	7.727	3.095	12.320
A	27.044	13.489	13.555	7.176	19.868
M	32.831	14.049	18.782	5.241	27.590
Jn	23.853	10.767	13.086	3.663	20.190
TOTAL	112.554	51.953	60.601	23.021	89.533

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

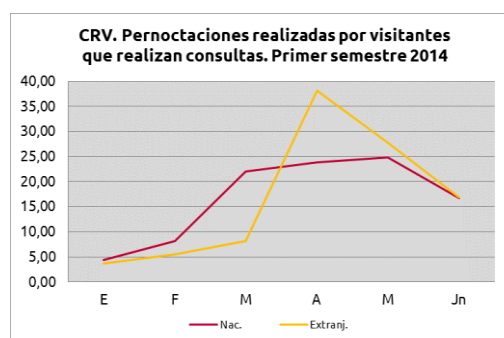
Los grupos que han realizado consultas en el CRV son esencialmente excursionistas, puesto que únicamente el 9,20% declara haber pernoctado en la ciudad o tener voluntad de hacerlo (10.363 personas). Estos datos de pernoctación corresponden a las declaraciones de los visitantes que realizan sus consultas en el CRV, de ahí que no coincidan con los de la Encuesta de Ocupación Hotelera.

CRV. Pernoctaciones. Primer semestre del año 2014

	Nacionales	Extranjeros	Total
E	317	149	466
F	509	14	523
M	1.323	553	1.876
A	1.715	925	2.640
M	1.262	1.705	2.967
Jn	1.114	777	1.891
TOTAL	5.923	3.974	10.363

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

A su vez, según el CRV, el 60,21% de las pernoctaciones fueron realizadas por españoles y el 39,79% por extranjeros. Respecto al comportamiento por meses se observa que mayo es el que registra un mayor número de pernoctaciones. En él se identificaron 2.967, lo que suponen el 28,63% del total de este primer semestre.



La Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León registró durante el primer semestre del año 2014 un total de **51.683 consultas**, con un nivel medio de uso diario de 286 registros. Esto supone un ligero descenso del -1,45% respecto al mismo periodo del año anterior, con 760 consultas menos, rompiéndose así con la tendencia creciente que se mostró a lo largo del año 2013.

Del total de las consultas, el 74,74% (38.626) fueron realizadas por visitantes nacionales y el 25,26% (13.057) por extranjeros. Ambos tipos han realizado un número menor de consultas que en el mismo periodo del 2013. En concreto, los visitantes nacionales han efectuado 149 consultas menos, lo que ha supuesto un descenso del -0,38%, mientras que los visitantes procedentes del extranjero han realizado 611 consultas menos, lo que genera un descenso del -4,47% respecto a los seis primeros meses del 2013, pese a que aumentó el número de viajeros extranjeros que se han desplazado a Ávila en este semestre.

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución mensual de las consultas. Primer semestre 2006-2014									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
E	3.617	3.207	1.991	2.500	3.693	3.396	3.389	3.038	3.371
F	3.543	3.546	2.651	3.644	4.911	5.413	4.122	4.080	4.365
M	10.303	6.999	9.328	5.364	9.270	5.993	7.221	12.277	7.153
A	17.669	12.276	3.907	14.624	16.541	13.298	12.390	10.106	15.171
M	10.594	7.124	4.572	10.557	9.134	10.157	10.333	12.579	12.680
Jn	4.794	4.084	4.890	7.209	9.285	9.522	7.946	10.363	8.943
TOTAL	50.520	37.236	27.339	43.898	52.834	47.779	45.401	52.443	51.683

Fuente: Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución del número de consultas según procedencia. Primer semestre 2013-2014						
	2013			2014		
	Espanoles	Extranjeros	Total	Espanoles	Extranjeros	Total
E	2.291	747	3.038	2.433	938	3.371
F	3.106	974	4.080	3.505	860	4.365
M	10.295	1.982	12.277	5.636	1.517	7.153
A	6.999	3.107	10.106	12.279	2.892	15.171
M	8.600	3.979	12.579	8.731	3.949	12.680
Jn	7.484	2.879	10.363	6.042	2.901	8.943
TOTAL	38.775	13.668	52.443	38.626	13.057	51.683

Fuente: Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

OIT-Junta Castilla y León. Distribución mensual según origen de los visitantes. Primer semestre 2014			
	Extranjeros	Visitantes de proximidad ⁽¹⁾	Resto de España
E	938	1.249	1.184
F	860	1.682	1.823
M	1.517	2.726	2.910
A	2.892	4.897	7.382
M	3.949	4.604	4.127
Jn	2.901	2.715	3.327
TOTAL	13.057	17.873	20.753

Fuente: Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

El mes de mayor afluencia de visitantes fue abril, coincidiendo con la Semana Santa. En él se atendieron 15.171 consultas, predominando las realizadas por los de origen español (80,84%). Este mes destaca además por la alta presencia de visitantes de proximidad (32,28%). Tras abril, mayo ha sido el siguiente mes con mayor afluencia de visitantes, especialmente de proximidad (36,31%), como consecuencia de las festividades de la Comunidad de Madrid (2 y 15 de mayo).

VISITAS A LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PATRIMONIALES DE INTERÉS TURÍSTICO

Durante el primer semestre del año 2014 el museo de Santo Tomás y el de Ávila han recibido un número de visitantes inferior al del mismo periodo del año anterior, perdiendo el 30,22% y el 32,37%, respectivamente. Sin embargo, el museo de Santa Teresa, la muralla y la catedral han visto cómo aumentaba su número de visitantes. Así el museo de la Santa es el que crece de forma más tímida (2,88%) puesto que estuvo cerrada desde mediados de enero hasta mediados de febrero, mientras que la muralla (19,16%) y la catedral (38,57%) lo hacen de forma más llamativa.

La distribución temporal de las visitas registradas en los museos y monumentos durante el periodo analizado es muy semejante a la de los años anteriores, siendo los meses de abril (por la celebración de la Semana Santa) y mayo los que han recibido una mayor afluencia.

Distribución mensual del número de visitantes de museos y monumentos. Primer semestre del año 2014					
	M. Santo Tomás	Museo de Ávila	Museo de Sta. Teresa *	Muralla	Catedral
E	669	1.526	176	5.881	2.167
F	916	2713	484	6.997	2.509
M	1.542	3.427	978	11.075	5.013
A	2.594	4.210	2.395	26.185	12.835
M	2.590	3.635	2.569	19.106	11.696
Jn	1.664	2.542	2.625	13.876	7.924
TOTAL	6.465	11.705	9.227	83.120	42.144

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

* Cerrado desde el 15 de enero al 15 de febrero.

Pese a que los criterios de clasificación de los grupos de la muralla han cambiado, se evidencia un predominio de los visitantes individuales (94,09%) respecto a los grupos (5,91%). Esta información corresponde únicamente a la visita general de la muralla, puesto que para el resto no se dispone de información desagregada. La catedral también muestra una mayor afluencia de los visitantes individuales (80,86%).

Ávila. Registros de visitantes de la Muralla y la Catedral. Tipos de visitantes. Primer semestre 2014						
	Totales			%		
	Individuales	Grupos	TOTAL	Individuales	Grupos	TOTAL
Entradas vendidas para la visita de la Muralla	78.150	4.970	83.120	94,02	5,98	100,00
Entradas vendidas en la Catedral	34.073	8.071	42.144	80,86	19,14	100,00

Fuente: Catedral y Ayto. de Ávila.

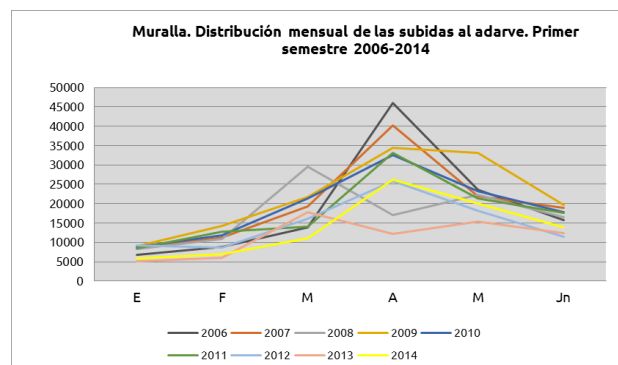
La Muralla, durante los primeros seis meses del año 2014, ha recibido un total de **83.120 visitantes**, una cifra superior a la del mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 17,80%, con 12.562 visitantes más.

Del total de entradas vendidas, 46.694 fueron adquiridas en el acceso de Carnicerías (56,18%), 30.058 en el Alcázar (36,16%), 6.368 en el Puente Adaja (7,66%). Estas cifras recogen las visitas realizadas con las tarjetas turísticas visitÁvila, ya que estas no se computan por la venta sino por el lugar de acceso, quedando recogidos esos datos en cada una de las puertas de la muralla. En este primer semestre se vendieron 2.701 tarjetas turísticas visitÁvila; de ellas 2.492 eran generales y 209 familiares, pero debido al modelo de convenio existente no se tienen los datos desagregados.

Distribución de los visitantes por accesos a la Muralla. Primer semestre				
	Carnicerías	Alcázar	Pte. Adaja	Total
Enero	3.205	2.260	416	5.881
Febrer	4.108	2.380	509	6.997
Marzo	6.590	3.652	833	11.075
Abril	14.646	9.498	2.041	26.185
Mayo	10.115	7.438	1.553	19.106
Junio	8.030	4.830	1.016	13.876
Total	46.694	30.058	6.368	83.120
Porcentaje	56,18	36,16	7,66	100,00

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

Los 83.120 visitantes se corresponden con otras tantas subidas al adarve, de las cuales 64.993 (78,20%) se realizaron mediante la compra de entradas, bien en régimen de tarifa general o reducida, y 18.127, el (21,81%), accedieron de manera gratuita.



PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE VISITANTES: PROCEDENCIAS Y DISTRIBUCIÓN

Los datos de coyuntura turística disponibles para el primer semestre del año 2014 siguen reflejando, como en años anteriores, 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 el periodo analizado son de origen español, tal y como se desprende de la información facilitada por los servicios de Información Turística y por los registros de visitas a la Muralla. Concretamente, las consultas realizadas por visitantes individuales en la Oficina de Información Turística de la Junta muestran que el 74,74% fueron efectuadas por españoles mientras que el 25,26% fueron extranjeros. Una tendencia muy parecida a la que manifiestan los visitantes individuales que han realizado sus consultas en el CRV, donde el 75,80% eran nacionales y el 24,20% extranjeros. En la muralla, aun siendo protagonista el público nacional, la presencia del visitante extranjero es mayor, puesto que el 72,61% de las visitas fueron realizadas por españoles y el 27,39% por extranjeros. Estas cifras no incluyen la gratuidad que tiene la muralla por ser BIC, ya que durante el horario de apertura gratuita no se desagrega la información por procedencia.

Procedencia de los visitantes de Ávila. Primer semestre 2014			
		CRV	
		TOTAL	%
Individual	Nac	17.450	75,80
	Ext	5.571	24,20
Grupos	Nac	34.503	38,54
	Ext	55.030	61,46.
Total	Nac	51.953	46,16
	Ext	60.601	53,84

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

Procedencia de los visitantes de Ávila. OIT. Primer semestre 2014		
	TOTAL	%
Nacionales	38.626	74,74
Extranjeros	13.057	25,26

Fuente: Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

Procedencia de los visitantes de Ávila. Muralla. Primer semestre 2014		
	TOTAL	%
Nacionales	59.135	72,61
Extranjeros	22.302	27,39

Fuente: Ayto. de Ávila. Área de Turismo, Patrimonio y Comercio.

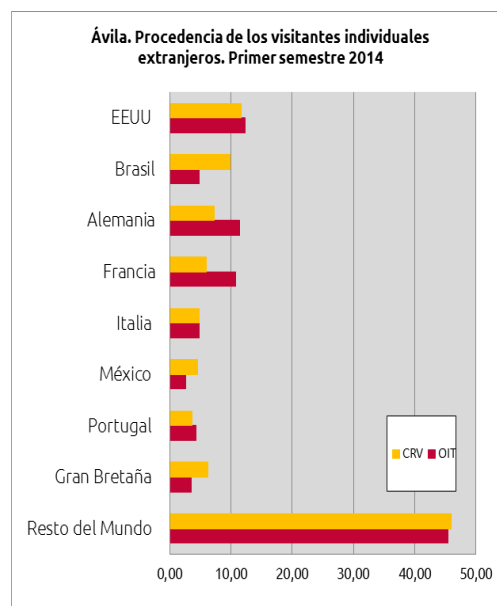
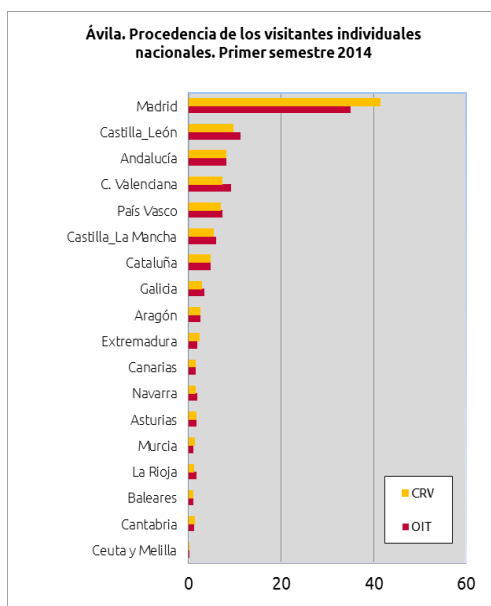
Ávila. Visitantes individuales españoles por CCAA de residencia (%) Primer semestre 2013-2014				
	2013		2014	
	OIT	CRV	OIT	CRV
Madrid	32,73	42,90	34,99	41,48
Castilla y León	10,98	9,61	11,28	9,62
Andalucía	8,48	8,59	8,14	8,02
C. Valenciana	6,67	5,77	9,21	7,23
País Vasco	6,65	5,74	7,33	6,93
Castilla-Mancha	7,07	6,01	5,91	5,34
Cataluña	5,99	5,32	4,84	4,74
Aragón	3,89	2,26	2,54	2,49
Galicia	3,43	2,90	3,38	2,83
Murcia	1,36	1,25	1,12	1,26
Extremadura	3,08	1,82	1,91	2,34
Asturias	2,37	1,44	1,76	1,60
Navarra	1,91	1,05	1,86	1,40
Canarias	1,84	1,39	1,64	1,40
Cantabria	1,30	1,54	1,27	1,28
La Rioja	1,18	1,29	1,77	1,07
Baleares	1,00	0,70	1,00	0,95
Ceuta/Melilla	0,6	0,16	0,06	0,03
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

El CRV y la OIT de la Junta cuentan con registros que recogen la procedencia de los visitantes desagregada por provincias y países. Ambas fuentes muestran que los mercados emisores se mantienen aunque cambian las jerarquías, siendo notable la reducción del número de castellano manchegos y catalanes en estos meses. 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 (7.239, el 41,48%); Castilla y León (1.678, el 9,62%); Andalucía (1.399, el 8,02); la Comunidad Valenciana (1.262, el 7,23%); el País Vasco (1.209, el 6,93%); Castilla- La Mancha (932, el 5,34%) y Cataluña (828, el 4,74%). Por su parte, la distribución, según procedencias, de las consultas atendidas en la OIT de la Junta es la siguiente: madrileños (13.515, el 34,99%), castellano leoneses (4.358, el 11,28%), andaluces (3.146, el 8,14%), valencianos (3.557, el 9,21%), vascos (2.832, el 7,33%), castellano manchegos (2.282, el 5,91%) y catalanes (1.868, el 4,84%).

En relación a los **visitantes individuales extranjeros** los datos de las consultas realizadas en el CRV evidencian que los principales mercados emisores internacionales se mantienen respecto a años anteriores, aunque, como es habitual, también cambian las jerarquías. En este periodo los más numerosos han sido los procedentes de EEUU (637, el 11,63%), seguidos de Brasil (539, el 9,84%), Alemania (402, el 7,34%), Francia (328, el 5,99%), Italia (264, el 4,82%), México (249, el 4,55%), Portugal (198, el 3,62%) y Gran Bretaña (195, el 3,56%). Se observa todavía una presencia limitada de los destinos emergentes como China (127, el 2,32%), Rusia (36, el 0,66%), Corea del Sur (32, el 0,58%) o Taiwán (12, el 0,22%).

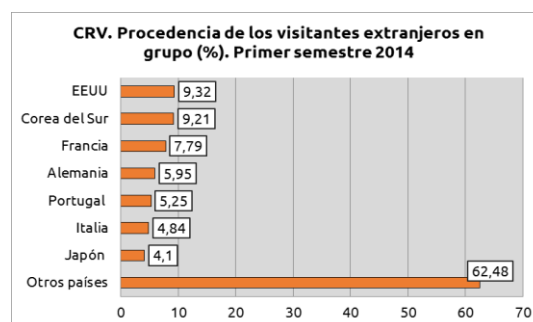
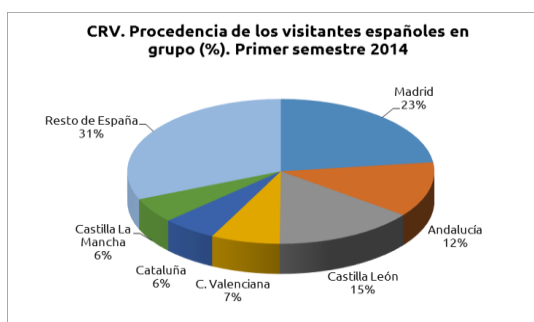
Por su parte los datos de las consultas atendidas en la OIT de la Junta ponen de manifiesto que los principales mercados emisores son: EEUU (1.610, el 12,33%), Alemania (1.487, el 11,39%), Francia (1.409, el 10,79%), Brasil (632, el 4,86%), Italia (631, el 4,83%), Gran Bretaña (808, el 6,19%), Portugal (559, el 4,28%), Holanda (454, el 3,48%), Japón (350, el 2,68) y México (343, el 2,63%). Nuevamente se evidencia la necesidad de captar nuevos mercados y para ello es una gran oportunidad el V centenario del nacimiento de Santa Teresa, cuyos actos tendrán lugar entre octubre de 2014 y de 2015.



Visitantes en grupo

En el análisis de **los visitantes en grupo** que llegan a la ciudad de Ávila se pone de evidencia, a diferencia de lo que ocurre entre los individuales, una mayor presencia de los extranjeros y, además, de grupos procedentes de destinos emergentes. En el caso del CRV estos suponen el 76,95% de las consultas de los grupos (55.030). Entre los principales mercados emisores se encuentran, como viene siendo habitual, los siguientes: EEUU (9,32% con 5.131 visitantes y 175 grupos); Corea del Sur (9,21%, 5.072 visitantes y 199 grupos); Francia (7,79%, 4.289 visitantes y 117 grupos); Alemania (5,95%, 3.273 visitantes y 118 grupos); Portugal (5,25%, 2.891 visitantes y 69 grupos), Italia (4,84%, con 2.664 visitantes y 79 grupos); Japón (4,10%, 2.255 visitantes con 99 grupos); Taiwán (3,03%, 1.668 visitantes con 71 grupos).

Lo grupos de españoles suponen el 23,05% de las consultas realizadas por grupos en el CRV (16.486). La mayoría de ellos, son de proximidad y proceden de Madrid (23,00% con 7.937 visitantes y 173 grupos); Castilla León (14,79%, con 5.104 visitantes y 106 grupos); Andalucía (12,32%, con 4.251 visitantes y 99 grupos); Comunidad Valenciana (7,25%, con 2.502 visitantes y 56 grupos); Cataluña (5,72%, con 1.974 visitantes y 49 grupos) y Castilla La Mancha (5,60%, con 1.932 visitantes y 43 grupos).



CONCLUSIÓN GENERAL

Como conclusión general de este análisis hay que destacar que, a lo largo del primer semestre del año 2014, se han obtenido buenos resultados en cuanto al número de viajeros, pernoctaciones y visitantes, ya que aunque el número de pernoctaciones y de consultas se ha reducido ligeramente el descenso es casi inapreciable, especialmente en las consultas. Esta situación se debe esencialmente a la mejora que presenta el turismo internacional, mientras que el nacional no termina de despegar pese a la mejora significativa que demostró a lo largo del año 2013. Sin embargo, es llamativo el desigual comportamiento de los visitantes de los principales museos y monumentos de la ciudad, un hecho estrechamente ligado a las actividades complementarias, así como con su capacidad de gestión e innovación.

2. Ávila en las redes sociales

En los últimos años el comportamiento de los viajeros está experimentando importantes cambios, y uno de los más importantes es que sus pensamientos y actividades son compartidos en tiempo real a través de las denominadas redes sociales. Estas además son empleadas por empresas e instituciones turístico-culturales para dar difusión a sus actividades. Así un gran número de ayuntamientos, como el de Ávila, disponen de un perfil en Facebook y de cuenta en Twitter con los que dar a conocer las actividades de interés turístico que organizan.

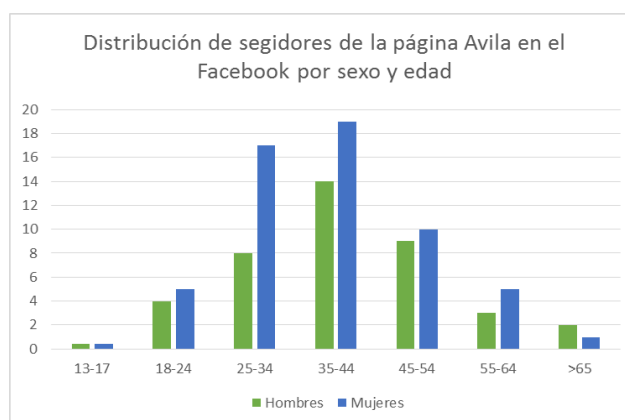
El perfil Ávila Turismo en la red social Facebook cuenta actualmente con más 2.500 seguidores, mostrando un incremento espectacular en los últimos meses, ya que comenzó el año con 577 “me gusta” y terminó abril con 772. Este incremento de seguidores, que se ha producido de manera constante, ha conocido, no obstante, picos de crecimiento superiores en determinadas fechas que corresponde con la publicación de contenidos relacionados con las visitas guiadas, la Muralla de Ávila y leyendas de Ávila, entre otros.



Según los informes de seguimiento internos que se realizan periódicamente sobre Ávila en las redes sociales, llamados “Balance de gestión en Redes sociales”, se observa que existe una correspondencia entre el aumento de seguidores del perfil en Facebook y el número de personas que interactúan indicando que les gustan las publicaciones realizadas, comentándolas y compartiéndolas. Esto indica que se produce un proceso de multiplicación y difusión de contenidos.

Lo más visitado del perfil de Ávila Turismo en Facebook ha sido el *timeline* de publicaciones o biografía y las secciones de imágenes, procediendo las visitas mayoritariamente de la web avilaturismo.com y el buscador Google. Además, el alcance medio y promedio de participación registrados ha resultado casi del triple en las publicaciones con imágenes respecto a las publicaciones que sólo contienen enlaces, aspecto que debe tenerse en cuenta en lo sucesivo.

Facebook permite conocer algunos datos de sus seguidores y para el caso concreto del perfil de Ávila Turismo en Facebook señala que el número de seguidoras (58%) es superior al de seguidores (40%). Además, se observa que la mayoría corresponden a edades comprendidas entre los 25 y los 34 años.



La mayor parte de los seguidores procede de España (644), si bien también los hay procedentes de Brasil (15), Italia (10), México (11), Estados Unidos (9), Francia (5) y otros países. En lo que se refiere a su distribución geográfica a nivel nacional, destaca que la mayoría de ellos son abulenses (188), madrileños (147) y salmantinos (26), aunque también hay seguidores de Valladolid (17), Barcelona (11), Zaragoza (7), Galicia (9), Valencia (9) y otras ciudades españolas.

Twitter presenta una dinámica diferente. El perfil de Ávila Turismo en Twitter ha aumentado de 2.400 seguidores, que tenía a comienzos del mes de enero de 2014, a 3.000 a finales de abril del mismo año, lo que supone un incremento del 25% durante este periodo. De ellos se sabe que la mayoría de los seguidores del perfil proceden de España, si bien y aunque todavía de forma minoritaria, también los hay de otros países, de modo que más de un 4% de los “tuits” publicados se han traducido al inglés. En lo que se refiere a su distribución por sexo, los análisis de los datos no son concluyentes. A diferencia de lo que sucede en Facebook, en Twitter no se aprecian grandes diferencias entre hombres (20,3%) y mujeres (22,9%), ya que para la mayoría de los seguidores no se tiene esta información y el 56,8% figura como sexo “indeterminado”.



Distribución geográfica de los seguidores de Ávila Turismo.

Se observa cómo en el último año se ha ido tejiendo una comunidad virtual en torno a esta red social cada día más activa y participativa. No obstante, aunque el resultado sobre la cifra de seguidores es positiva, deben valorarse también los datos referidos a otros indicadores sobre la gestión de esta red social. Así, en lo que respecta a la antigüedad de las cuentas que siguen a Ávila Turismo, los resultados también son muy positivos, ya que un 95% de ellas fueron creadas hace más de 1 ó 2 años, de modo que resulta muy improbable que se trate de robots, spams y usuarios con poco poder de recomendación e influencia.

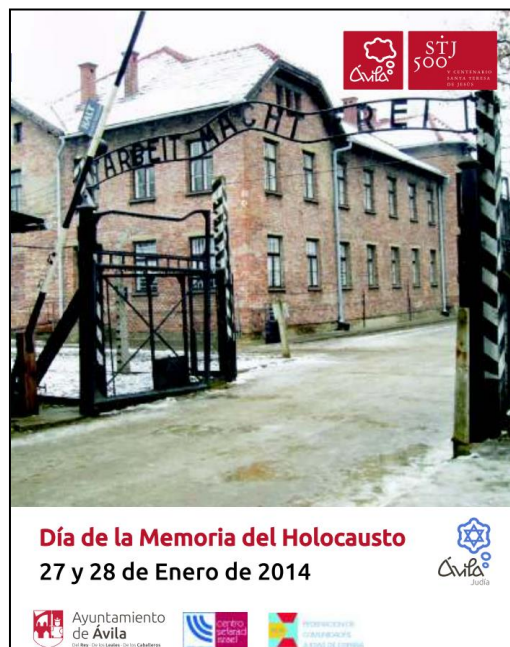
Otro indicador de interés es que los seguidores de Ávila Turismo se caracterizan por el alto porcentaje de tuits que publican con vínculos o urls en relación con el resto del contenido que comparten, de modo que potencialmente son más propensos a compartir contenidos relacionados con la web de Ávila Turismo. Además, cabe apuntar que la ‘autoridad social’ de los seguidores de Ávila Turismo en Twitter (la calificación de la influencia de un usuario y su compromiso en esta red social calificado del 1 a 100 donde las puntuaciones más altas se refieren a una persona con una mayor actividad influyente) se ha incrementado también durante los últimos meses. Así, de enero a abril de 2014 sólo un 17,4% de los seguidores posee una autoridad social baja, es decir, no son seguidores muy influyentes. Esta cifra se ha mantenido estable respecto al período de evaluación anterior (septiembre-diciembre de 2014). Como contrapartida, más de un 40% de los seguidores del perfil de Ávila Turismo poseen ya una autoridad social superior a 40. Gracias a ello, sus recomendaciones, menciones e interacciones con Ávila Turismo alcanzan a un gran número de personas y logran unos resultados positivos para generar conversación y una proyección positiva de la marca.

Como resultado de todo ello, el balance de la gestión de los primeros meses del año 2014 indica que se ha logrado que Ávila Turismo posea un perfil de influencia creciente tanto en Facebook como en la red social Twitter.

3. Principales noticias turísticas 2013

Durante el primer semestre del año 2014 se han llevado a cabo, desde el Área de Turismo del Ayuntamiento de Ávila, las siguientes actividades de interés turístico:

- **Día de la memoria del Holocausto.** Durante los días 27 y 28 de enero de 2014 se conmemoró, por primera vez, el Holocausto, y para ello el Ayuntamiento de Ávila, la Fundación Caja de Ávila, el Ministerio de Asuntos Exteriores, la Federación de Comunidades Judías de España y el Centro Sefarad Israel diseñaron 3 actividades. La primera de ellas consistió en la proyección de la película “El último tren a Auschwitz”, que tuvo el lunes 27 de enero de 2014, a las 19h. en los Cines Estrella (Centro Comercial “El Bulevar”). La segunda, se celebró el martes, día 28 a las 12h, en el Palacio Superunda, y consistió en un acto denominado “Encendido de velas por la memoria”. En él participaron: D. Miguel Ángel García Nieto, Alcalde de Ávila; D. Carlos Jiménez Renjifo, responsable para España del Centro de Información de Naciones Unidas para Europa Occidental; D. Miguel de Lucas, Director Gral. Centro Sefarad-Israel; D. Isaac Querub, Pte. Fed. Comunidades Judías de España; D. Isaac Revah, Sefardí Superviviente del Holocausto y D. Gonzalo Aritio Sanz Briz, nieto de “El Ángel de Budapest”. El tercer acto, fue ese mismo día 28 de enero, a las 19:30 h. en el Auditorio de la Fundación Caja de Ávila (Reyes Católicos), y consistió en un coloquio sobre el holocausto, con la presencia de D. Isaac Revah, judío sefardí español superviviente del campo de Bergen Belsen, quien ofreció su testimonio.



- **Concierto de campanas.** El sábado 29 de marzo de 2014, entre las 13:00 y las 13:50 horas, tuvo lugar el concierto de campanas en conmemoración al nacimiento de Santa Teresa de Jesús. Para ello los 13 campanarios participantes interpretaron la pieza “Teresa via in coelum, camino del cielo” creada por Luis Guzmán y Rodrigo Calle, para celebrar el V Centenario del nacimiento de la Santa en la ciudad. Participaron en dicho concierto los siguientes campanarios: el Convento de Santa Teresa, la Iglesia de San Martín, la Iglesia de Santa M. de la Cabeza, la Capilla de Mosén Rubí, la Basílica de San Vicente, la Iglesia de San Juan, el Ayuntamiento de Ávila, la Catedral de Ávila, la Ermita del Humilladero, la Iglesia de Santiago, el Convento de la Magdalena, la Iglesia de San Pedro y la Ermita de la Virgen de Las Vacas. Para su organización y desarrollo se contó con la colaboración del Ayuntamiento de Ávila, Carrefour Ávila, Ataecina-Centro Cultural y Takay Dúo.



- **Concurso Ávila en Tapas.** Desde el 25 al 29 de junio de 2014 se ha celebrado la XV Edición del concurso Ávila en Tapas. En esta ocasión han intervenido cuarenta y un establecimientos, entre bares y restaurante de la ciudad. Todos ellos disputaban por uno de los tres galardones ofrecidos y cuya elección fue realizada por un jurado profesional. Los ganadores han sido: en primer lugar la tapa "Sarabiada de mar (en esencia da Terra)" del establecimiento Cafetería Mangas; el segundo "¿Kebab? ¡¡¡Ké va!!! Del establecimiento Cinco Restaurante y en tercer, y último lugar, "Solomillo ibérico relleno de queso de caba con suave de turrón líquido" de la Casona Fusión. La mención especial fue para "rollitos de pollo a la parmesana" de Cafetería Galilei.



- **Promoción turística:** entre el 22-26 de enero de 2014 se asistió, en Madrid, a FITUR-2014; entre el 4 y el 6 de abril de 2014 a la Feria STC de Barcelona; entre el 9 y el 11 de mayo a la Feria Expovacaciones celebrada en Bilbao y entre el 6 y el 8 de junio se asistió, junto a la Red de Juderías, a la Jornada Europea de la cultura judía, celebrada en Lisboa. Además, con el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España se han participado en las siguientes actividades: "España en Utrech" (14-19 de enero); "Salon de vacances de Bruselas (6-10 de febrero); "ITB de Berlín" (5-9 de marzo), "España en Amsterdam" (12-14 de abril) y "España en Bologna" (20-25 de mayo).



**Ayuntamiento
de Ávila**
Del Rey · De los Leales · De los Caballeros

Dep. Leg. AV-113-2002

