

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

Trabajo de campo:

Área de Turismo – Ayto. de Ávila

Balance de la actividad turística (primer semestre del 2016)

Número

41

Junio

2016

El número cuarenta y uno 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 2016. La explicación de la dinámica turística de este año viene condicionada por el fuerte impacto turístico que supuso para la ciudad la conmemoración del V Centenario del Nacimiento de Santa Teresa. Dicha excepcionalidad ha supuesto un descenso comparativo en prácticamente todas las variables y realidades analizadas, llegadas de viajeros, pernoctaciones, consultas a las oficinas de información turística y CRV, visitantes a los principales monumentos y museos de la ciudad. Sin embargo, hay que considerar los efectos de coyuntura singular con cierta cautela, pues si la comparativa la realizamos con un año ordinario, como lo fuera 2014, los resultados obtenidos en este primer semestre de 2016 arrojarían un balance favorable. Esta situación evidencia la importancia que los eventos extraordinarios han tenido en la evolución turística de la ciudad.

1. La coyuntura turística

OFERTA Y DEMANDA DE ALOJAMIENTO HOTELERO

Oferta. La oferta actual está integrada por 2.919 plazas distribuidas en 59 establecimientos de diferentes tipologías y categorías.

Ávila. Oferta de alojamiento. Primer semestre 2016		
	Plazas Nº total	Establecimientos Nº total
H 4*	1.271	9
H 3*	560	7
H 2*1*	348	9
HS-P	492	18
Albergue	77	3
Apartamentos	104	16
Total	2.852	62

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.
Registro de Establecimientos Turísticos.

Su estructura refleja un predominio de los hoteles de categorías media y media alta. Concretamente, el 44,57% de las plazas (1.271) está en hoteles de cuatro estrellas, el 19,64% corresponde a hoteles de tres estrellas (560) y el 12,20% son plazas de hoteles de dos y una estrella (348 plazas), mientras que el 17,25% pertenece a hostales y pensiones (492 plazas) y el 2,70% a los tres albergues existentes en la ciudad (77 plazas), y por último, los apartamentos, que representan un 3,65% (104 plazas).

Además de la oferta de carácter más urbano, existen 11 casas rurales y 2 apartamentos turísticos en los núcleos anexionados al municipio, sumando 67 plazas más, ascendiendo el cómputo total a 2.919.

Ávila. Oferta de alojamiento. Casas Rurales -Apartamentos en núcleos anexionados a Ávila. Primer semestre 2016					
	Plazas		Establecimientos		Tamaño medio
	Nº total	%	Nº total	%	Nº plazas/estab.
Bernuy-Salineró	6	8,96	2	15,38	3,00
Aldea del Rey Niño	20	29,85	5	23,08	4,00
Brieva-Vicolozano	10	14,93	2	15,38	5,00
Narrillos de S. Leonardo	31	46,27	4	30,77	7,75
Total	67	100	13	100	6,09

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Castilla y León.
Registro de Establecimientos Turísticos.

Demanda. Los datos provisionales publicados en la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE, referidos al primer semestre del año 2016, evidencian "la resaca" de la celebración del V Centenario del Nacimiento de Santa Teresa. Las llegadas de viajeros a los establecimientos hoteleros de la ciudad han sido de **102.017**, esta cifra implica un descenso del 12,47%, con 14.540 viajeros menos que en el mismo periodo del año anterior. Respecto a la procedencia, el viajero nacional sigue siendo mayoritario, de hecho, representaban el 80% de las llegadas (81.437) frente al 20% de internacionales (20.580). Esta situación no solo se ha producido en lo que respecta a las llegadas de viajeros, el número de pernoctaciones, también ha descendido considerablemente, si bien, supera los registros de 2014, siendo este un año sin eventos extraordinarios como si lo fue 2015. Las pernoctaciones contabilizadas fueron **155.170**, es decir, 26.482 menos que durante el mismo periodo del año anterior, lo que implica una caída del 14,58%. El predominio del turismo nacional también es evidente en el 2016, pues representan el 79% de las llegadas frente al 21% de las registradas por los internacionales (32.753).

La dinámica turística abulense en 2016 ha recobrado una cierta normalidad tras la excepcionalidad vivida en 2015. Las habituales actividades turísticas de la ciudad siguen captando la atención de los visitantes, si bien es cierto, que a un ritmo mucho más contenido que cuando tiene lugar en la ciudad algún evento puntual o conmemorativo. Esta circunstancia no es la primera vez que la vive Ávila, cabe remontarnos al año 2004 cuando tuvo lugar la exposición de Edades del Hombre "Testigos". Es inevitable prestar atención al descenso de llegadas de viajeros y pernoctaciones que se ha producido entre 2016 y 2015, sin embargo, si tomamos de referencia comparativa 2014, un año sin eventos extraordinarios, observamos que los registros en el primer semestre de 2016 se han mejorado sensiblemente.

Un dato a tener significativo, es que no se ha producido una reducción de la estancia, manteniéndose en 1,5 noches por viajero, como ocurría en 2015.

Demanda de alojamiento en Ávila. Primer semestre años 2014-2015-2016

	Viajeros				Pernoctaciones			
	2014	2015	2016	Var 16/15	2014	2015	2016	Var 16/15
E	9.267	11.672	10.904	-768	13.237	17.610	16.561	-1.049
F	11.697	11.972	12.836	864	15.761	18.190	20.234	2.044
M	21.055	20.945	18.712	-2.233	28.783	30.502	29.952	-550
A	22.444	27.592	17.919	-9.673	34.096	45.862	25.487	-20.375
M	19.767	22.464	22.202	-262	28.639	35.106	34.040	-1.066
Jn	17.333	21.912	19.444	-2.468	24.423	34.382	28.896	-5.486
TOTAL	101.563	116.557	102.017	-14.540	144.939	181.652	155.170	-26.482

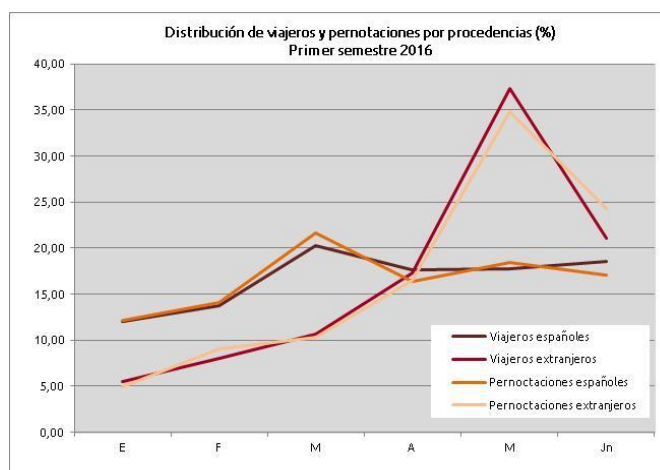
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.

Ávila. Distribución mensual de viajeros y pernoctaciones. Primer semestre 2016

	Viajeros			Pernoctaciones		
	Total	Esp	Ext	Total	Esp	Ext
E	10.904	9.770	1.134	16.561	14.943	1.618
F	12.836	11.180	1.656	20.234	17.247	2.987
M	18.712	16.521	2.191	29.952	26.565	3.387
A	17.919	14.354	3.565	25.487	20.085	5.402
M	22.202	14.507	7.695	34.040	22.632	11.408
Jn	19.444	15.105	4.339	28.896	20.945	7.951
Total	102.017	81.437	20.580	155.170	122.417	32.753

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La distribución mensual de viajeros y pernoctaciones de nacionales y extranjeros son similares entre sí. Mientras que los nacionales tienen una presencia más homogénea a lo largo de los meses, exceptuando el pico de marzo con motivo de la celebración de la Semana Santa, los internacionales tienen una dinámica más desigual, siendo el mes de mayo el que registró los máximos, concentrando el 37% y 35% de llegadas y pernoctaciones, respectivamente.



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 2016 la ciudad de Ávila ha seguido contando con dos servicios de información turística: el Centro de Recepción de Visitantes, que registró 102.882 consultas y la Oficina de la Junta de Castilla y León, que atendió 55.312.

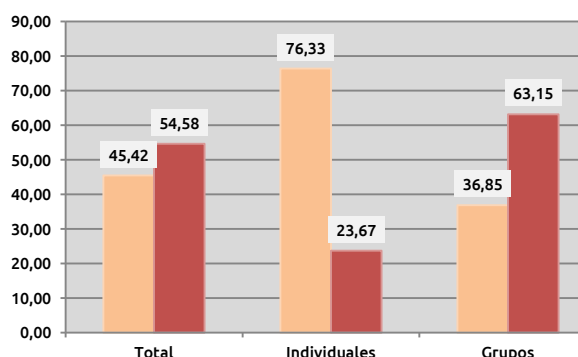
El Centro de Recepción de Visitantes (CRV) registró durante los primeros seis meses del año 2016 un total de 102.882 consultas, con un nivel medio de uso diario de 567,28. De ellas el 45,42% fueron realizadas por visitantes nacionales (46.734) y el 54,58% por extranjeros (56.148). Asimismo, el 21,72% de las consultas (22.345) fueron realizadas por visitantes individuales y el 78,28% por grupos (80.537), sigue por tanto el CRV, actuando como punto de partida y referencia en la visita a la ciudad.

Ávila. CRV. Características básicas de las consultas atendidas. Primer semestre 2014-2015-2016

	2014	2015	2016	Var 14/15	%	Var 15/16	%
TOTAL	112.554	182.756	102.882	70.202	62,37	-79.874	-43,71
Tipologías básicas por procedencias							
Individuales	23.021	28.390	22.345	5.369	23,32	-6.045	-21,29
Indiv. España	17.450	23.114	17.056	5.664	32,46	-6.058	-26,21
Indiv. Extranjero	5.571	5.276	5.289	-295	-5,3	13	0,25
Grupos	89.533	154.366	80.537	64.833	72,41	-73.829	-47,83
Víst. en grupo España	34.503	100.292	29.678	65.789	190,68	-70.614	-70,41
Víst. en grupo Extranjero	55.030	54.074	50.859	-956	-1,74	-3.215	-5,95
Nº total de grupos	2.894	4.040	2.591	1.146	39,6	-1.449	-35,87
Nº grupos españoles	882	2100	685	1.218	138,1	-1.415	-67,38
Nº grupos extranjeros	2.012	1.940	1.906	-72	-3,58	-34	-1,75
Tamaño medio grupo	31	38	31	7	0	-7	-18,42
Nº grupos/día	16	22	7	6	0	-15	-68,18

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

CRV. Número de consultas realizadas según procedencia y tipología (%). Primer semestre 2016



En el primer semestre de 2016 visitaron el CRV un total de 2.591 grupos. A lo largo de esta primera parte del año 685 grupos nacionales pasaron por el CRV y 1.906 internacionales (26,44% y 73,56% respectivamente). Estos grupos llevaron a Ávila un total de 80.537 visitantes y presentan una media diaria de 7 grupos, 15 grupos menos que en el año anterior. Cada uno de los grupos cuenta con un tamaño medio de 31 personas.

Hay que señalar que el número de consultas atendidas en el CRV durante el primer semestre del año 2016 es considerablemente inferior al que se atendieron en el mismo periodo del año 2015, realizándose 79.874 menos (-44%). Dos razones pueden ser la clave de este descenso, la primera y ya mencionada repercusión de los eventos del 2015, y la segunda, el alto índice de repetición de la visita, dada la importante proporcionalidad de excursionistas nacionales y, fundamentalmente de proximidad. El haber visitado Ávila en diversas ocasiones, puede generar en el visitante una percepción de conocimiento del destino, que hace que no acudan o demanden más información en el CRV.

CRV. Registro de consultas. Evolución del primer semestre 2007-2016

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var. 16/15
E	5.359	5.416	5.253	4.312	4.443	7.488	5.254	5.740	6.966	7.690	724
F	9.443	9.139	8.224	8.069	8.307	9.739	9.038	7.671	11.071	10.329	-742
M	19.308	19.501	12.966	15.188	15.645	19.173	19.332	15.415	24.567	18.411	-6.156
A	30.086	21.738	20.866	22.369	25.229	26.605	24.709	27.044	44.860	21.937	-22.923
M	27.897	26.731	26.354	26.677	26.815	31.170	30.933	32.831	49.277	24.542	-24.735
Jn	21.637	20.090	18.049	18.977	14.680	23.317	24.216	23.853	46.015	19.973	-26.042
TOTAL	113.730	102.615	91.712	95.592	95.119	117.492	113.482	112.554	182.756	102.882	-79.874

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

CRV. Registro de consultas. Primer semestre del año 2016

	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	Individuales	Visit. Grupos
E	7.690	3.841	3.849	2.882	4.808
F	10.329	5.771	4.558	2.246	8.083
M	18.411	10.918	7.493	6.258	12.153
A	21.937	8.062	13.875	3.449	18.488
M	24.542	9.360	15.182	4.359	20.183
Jn	19.973	8.782	11.191	3.151	16.822
TOTAL	102.882	46.734	56.148	22.345	80.537

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

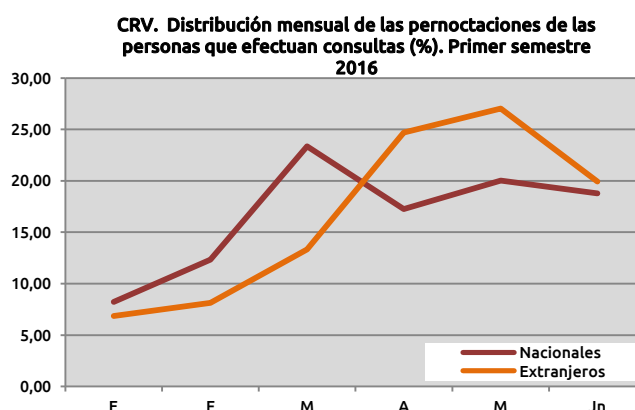
Los visitantes que han realizado consultas en el CRV son esencialmente excursionistas, puesto que únicamente el 10,26% declaró haber pernoctado en la ciudad o tener voluntad de hacerlo (10.558 personas). Entre este conjunto de visitantes, el 59,56% eran nacionales y el 40,44% de los extranjeros.

CRV. Pernoctaciones. Primer semestre del año 2016

	Nacionales	Extranjeros	Total
E	619	187	806
F	810	109	919
M	1.656	252	1.908
A	1.372	1.620	2.992
M	1.138	1.630	2.768
Jn	693	472	1.165
TOTAL	6.288	4.270	10.558

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

La distribución mensual de las pernoctaciones de personas que efectuaron consultas en el CRV evidencia notables diferencias entre los nacionales y los internacionales. Mientras que para los españoles es el mes de marzo es el que concentra un mayor número de pernoctaciones 23,36%, para los extranjeros es el mes de mayo, con más del 27% de las realizadas en todo el primer semestre.



La Oficina de Información Turística de la Junta de Castilla y León contabilizó durante el primer semestre del año 2016 un total de **54.312 consultas**, con un nivel medio de uso diario de 300 registros. Como venimos observando en el análisis de las variables previas, la OIT de la Junta también refleja registros inferiores a los obtenidos en el mismo periodo del año anterior; de hecho se produce un descenso de 28.204 consultas.

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución mensual de las consultas.

Primer semestre. 2006-2016

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
E	3.617	3.207	1.991	2.500	3.693	3.396	3.389	3.038	3.371	5.104	5.531
F	3.543	3.546	2.651	3.644	4.911	5.413	4.122	4.080	4.365	5.312	5.724
M	10.303	6.999	9.328	5.364	9.270	5.993	7.221	12.277	7.153	13.145	15.061
A	17.669	12.276	3.907	14.624	16.541	13.298	12.390	10.106	15.171	23.641	8.556
M	10.594	7.124	4.572	10.557	9.134	10.157	10.333	12.579	12.680	19.234	10.681
Jn	4.794	4.084	4.890	7.209	9.285	9.522	7.946	10.363	8.943	16.080	8.759
TOTAL	50.520	37.236	27.339	43.898	52.834	47.779	45.401	52.443	51.683	82.516	54.312

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

Del total de las consultas, el 77,21% (41.936) fueron realizadas por visitantes nacionales y el 22,79%(12.376) por extranjeros. Las consultas efectuadas por nacionales pasaron de las 68.516 en el primer semestre de 2015 a las 41.936 en 2016.

Ávila. OIT de la Junta de Castilla y León. Distribución del número de consultas según procedencia.

Primer semestre 2014-2015-2016

	2014			2015			2016		
	Espanoles	Extranjeros	Total	Espanoles	Extranjeros	Total	Espanoles	Extranjeros	Total
E	2.433	938	3.371	4.024	1080	5.104	4.506	1025	5.531
F	3.505	860	4.365	4.518	794	5.312	4.827	897	5.724
M	5.636	1.517	7.153	11.376	1.769	13.145	13.429	1.632	15.061
A	12.279	2.892	15.171	20.290	3.351	23.641	6.002	2.554	8.556
M	8.731	3.949	12.680	15.232	4.002	19.234	7.141	3.540	10.681
Jn	6.042	2.901	8.943	13.076	3.004	16.080	6.031	2.728	9.759
TOTAL	38.626	13.057	51.683	68.516	14.000	82.516	41.936	12.376	54.312

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

El mes de mayor afluencia de visitantes fue marzo, coincidiendo con los días festivos de la Semana Santa. En él se atendieron 15.061 consultas, que concentran el 24,28% semestral, predominando las realizadas por los españoles (89%). Entre los visitantes nacionales es muy importante el papel que juegan los visitantes de proximidad (fundamentalmente madrileños), de hecho, representan el 36,18% de las consultas efectuadas en la OIT de la Junta. Para estos visitantes es también marzo el mes con más registros 30,19%.

OIT-Junta Castilla y León. Distribución mensual según origen de los visitantes.

Primer semestre 2016

	Extranjeros	Visitantes de proximidad ⁽¹⁾	Resto de España
E	1.025	2.563	1.943
F	897	2.253	2.574
M	1.632	6.041	7.388
A	2.554	2.780	3.222
M	3.540	3.782	3.359
Jn	2.728	2.592	3.439
TOTAL	12.376	20.011	21.925

¹Visitantes de proximidad: procedentes de Madrid y Castilla y León

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

El mes de mayo, en este primer semestre, fue el segundo que mejores datos registró, hay que tener en cuenta, que a los festivos nacionales, como el Día del Trabajo, hay que unirle los festivos de la Comunidad de Madrid (2 y 15 de mayo), que contribuyen a incrementar los desplazamientos a destinos cercanos, como es el caso de Ávila. En mayo, se efectuaron el 26,47% de las consultas de los visitantes internacionales, el 19% de las de los visitantes de proximidad, y se gestionó el 15,32% de las consultas de los procedentes del resto de España.

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE VISITANTES: PROCEDENCIAS Y DISTRIBUCIÓN

Los datos de coyuntura turística disponibles para el primer semestre del año 2016 siguen reflejando el predominio de los visitantes nacionales en la ciudad de Ávila, si bien es cierto, que la cuota de visitantes internacionales año a año va mejorando.

Visitantes individuales

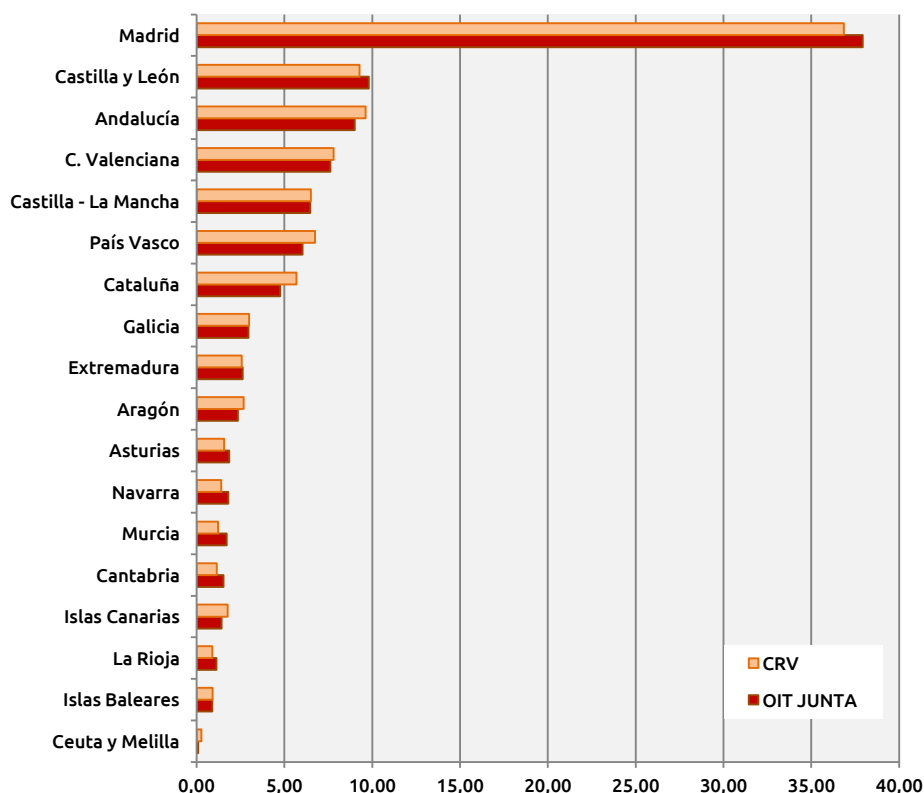
Las consultas realizadas por visitantes individuales en la Oficina de Información Turística de la Junta muestran que el 75,82% fueron efectuadas por españoles y el 24,18% por extranjeros. Una realidad prácticamente idéntica se observa en el CRV, donde el 76,33% eran nacionales y el 23,67% extranjeros.

Analizando la información del CRV y la OIT de la Junta desagregada por procedencias (países y CC.AA.) podemos conocer cuáles son los mercados emisores más potentes, lo que puede contribuir a definir estrategias de acción futuras orientadas a atraer "nuevos visitantes".

La procedencia de los visitantes individuales nacionales por CC.AA., los datos de las consultas realizadas en el CRV durante los seis primeros meses de 2016, evidencian el protagonismo de los visitantes de proximidad, como ya señaláramos con anterioridad, seguidos de las autonomías con mayor volumen de población: la Comunidad de Madrid (6.286, el 36,86%); Castilla y León (1.582, el 9,28%); Andalucía (1.641, el 9,62%); Comunidad Valenciana (1.332, el 7,81%); País Vasco (1.151, el 6,75%); y Cataluña (971, el 5,69%).

Por su parte, la distribución, según procedencias, de las consultas atendidas en la OIT de la Junta es la siguiente: madrileños (15.902, el 37,92%), castellano leoneses (4.109, el 9,80%), andaluces (3.777, el 9,01%), valencianos (3.195, el 7,62%), castellano manchegos (3.713, el 6,47%), vascos (2.529, el 6,03%), y catalanes (1.994, el 4,75%).

Visitantes Nacionales por CC.AA. Consultas efectuadas en el CRV y la OIT de la Junta (%). Primer semestre 2016



En relación a los **visitantes individuales extranjeros** los datos de las consultas realizadas en el CRV no evidencian grandes cambios respecto a años anteriores, aunque sí llama la atención, que el mercado internacional más numeroso, sea el argentino (595, el 12,46%). A continuación los procedentes de EEUU (491, el 10,28%), seguidos de Francia (468, el 9,80%), Brasil (453, el 9,49%), Alemania (354, el 7,41%), Gran Bretaña (279, el 5,84%), Italia (241, el 5,05%), México (209, 4,38%) y Holanda (197, el 4,13%). Se observa todavía una presencia limitada de los llamados mercados emergentes como China (86, el 1,80%), Corea del Sur (32, el 0,67%), Rusia (48, el 1,01%), o Taiwán (28, el 0,59%).

Los datos de las consultas atendidas en la OIT de la Junta ponen de manifiesto que los principales mercados emisores son: Francia (1.603, el 16,94%), Alemania (1.321, el 13,96%), EE.UU. (1.069, el 11,30%), Argentina (823, el 8,70%), Reino Unido (751, el 7,94%), Portugal (658, 6,95%), Holanda (653, el 6,90%), Brasil (641, el 6,77%), Italia (596, el 6,30%), México (491, el 5,19%), Canadá (240, el 2,54%), China (174, el 1,84%), Japón (126, el 1,32%), Corea del Sur (73, el 0,77%) y Suecia (36, el 0,38%). En cuanto al mercado internacional minoritario, desde el Ayuntamiento de Ávila, para mejorar esta situación, se desarrollan importantes acciones con el objetivo de incrementar la cuota de visitantes extranjeros en la ciudad y, poco a poco, los resultados se van evidenciando, ya que no solo se mantienen los mercados tradicionales, europeo y norteamericano, sino que se está logrando atraer nuevas procedencias, tanto del continente asiático, casos de Corea del Sur, China, Japón o Taiwán, como del latinoamericano, México, Argentina, y Brasil.

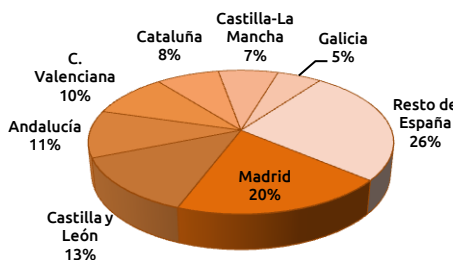
Visitantes en grupo

En el primer semestre de 2016 han pasado por el CRV, 2.591 grupos, 1.449 menos que en el mismo periodo en 2015. El tamaño medio de los grupos es del orden de las 31 personas, lo que supone que en los seis meses considerados en este informe, han visitado la ciudad en grupo, 80.537 personas. Considerando el lugar de procedencia, observamos en este caso, un predominio de los **visitantes en grupo** de origen internacional, 73,57%, frente al 26,43% de procedencia nacional.

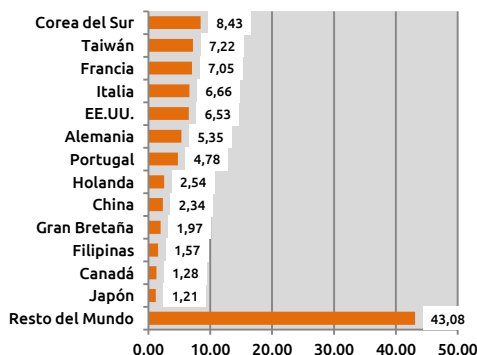
Respecto a los principales mercados emisores observamos la consolidación de los países asiáticos, tendencia que ya se venía evidenciando en años anteriores: Corea del Sur(8,43%, con 4.285 visitantes y 169 grupos), Taiwán (7,22%, con 3672 visitantes y 132 grupos), Francia (7,05%, con 3.588 y 102 grupos), Italia (6,66%, con 3.387 visitantes y 103 grupos), EE.UU. (6,53%, con 3.321 visitantes y 133 grupos), Alemania (5,35%, con 2.719 visitantes y 101 grupos), Portugal (4,78%, con 2.429 con 4.728 visitantes y 156 grupos); Holanda (2,54%, con 1.290 visitantes y 48 grupos), China (2,34%, con 1.191 visitantes y 46 grupos), Gran Bretaña (1,97%, con 1.000 visitantes y 38 grupos); por debajo de los 1.000 visitantes nos encontramos Filipinas (1,57%, con 799 visitantes y 30 grupos), Canadá (1,28%, con 652 visitantes y 21 grupos), y Japón (1,21%, con 617 visitantes y 30 grupos).

La procedencia de los grupos de españoles son mayoritariamente de proximidad, de Madrid (20% con 5.836 visitantes y 127 grupos); Castilla León (13%, con 3.894 visitantes y 88 grupos); Andalucía (11%, con 3.152 visitantes y 76 grupos); Comunidad Valenciana (10%, con 2.923 visitantes y 67 grupos); Cataluña (8%, con 2.321 visitantes y 60 grupos); y Castilla La Mancha (7%, con 2.204 visitantes y 45 grupos).

CRV. Procedencia de visitantes españoles en grupo (%). Primer semestre 2016



CRV. Principales mercados internacionales. Visitantes en grupo (%). Primer semestre 2016



VISITAS A LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PATRIMONIALES DE INTERÉS TURÍSTICO

Durante el primer semestre del año 2016 los elementos monumentales y museísticos de referencia en la ciudad recibieron 225.280 visitas. Al igual que el resto de variables analizadas, el descenso del número de visitantes es la tendencia generalizada; de hecho, respecto al mismo periodo de 2015, se ha producido una reducción del -20,23%. El Museo de Santo Tomás recibió 11.259 visitas, un -34, 18% que en el mismo periodo del año anterior. El Museo de Ávila es el elemento que ha registrado una caída menor, de las 26.880 personas en 2015 a las 25.876 en el corriente año, es decir, un -3,74%. El Museo de la Santa es el que experimenta una mayor bajada, -55,95%, algo bastante lógico, dado que el efecto reclamo del Año de la Santa conmemorado en 2015, no se ha mantenido en 2016, volviéndose a obtener registros similares a los de 2014, en torno a las 9.000 visitas.

El registro de visitas a la Muralla también refleja un menor número respecto al primer semestre de 2015, un -8,24%, pasando de 110.912 a las 101.912 en 2016. Por último, la Catedral, que aunque no supera el dato de visitantes de 2015, sí que mejora sustancialmente los registrados en 2014, siendo este un año ordinario desde el punto de vista turístico. En este primer semestre de 2016, fueron 75.358 las personas que accedieron a la Catedral, un -27,63% menos que en 2015.

Respecto a la dinámica de visita a los monumentos y museos de la ciudad, es el mes de marzo el que marca el momento de mayor afluencia, 24,71% del total semestral, coincidiendo con los días festivos de Semana Santa, complementándose este “pico”, con un segundo en el mes de mayo, que concentra el 21,36% de visitas.

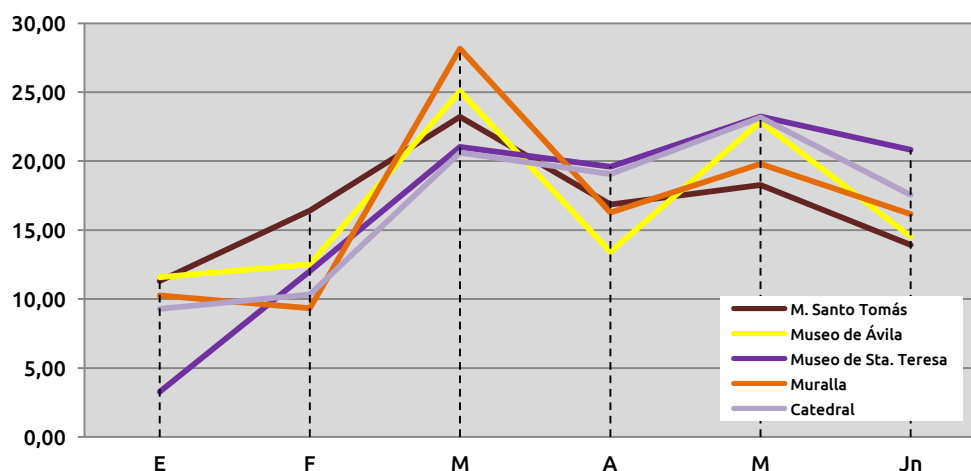
Distribución mensual del número de visitantes de museos y monumentos.

Primer semestre del año 2016

	M. Santo Tomás	Museo de Ávila	Museo de Sta. Teresa	Muralla	Catedral
E	1.274	2.998	310	10.438	7.001
F	1.848	3.239	1.135	9.495	7.778
M	2.614	6.490	1.987	28.657	15.540
A	1.898	3.473	1.850	16.566	14.361
M	2.057	5.917	2.195	20.164	17.454
Jn	1.568	3.759	1.967	16.455	13.224
Total	11.259	25.876	9.444	101.775	75.358
1er SEMESTRE 2015	17.107	26.880	21.440	110.912	104.126
1er SEMESTRE 2014	6.465	11.705	9.227	83.120	42.144
Var. (%) 2015-2016	-34,18	-3,74	-55,95	-8,24	-27,63

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

Distribución mensual de los visitantes a los principales elementos monumentales de la ciudad (%). Primer semestre 2016



2. Ávila: presente y desafío de futuro de un destino turístico patrimonial

ÁVILA: presente y desafíos de futuro para un destino turístico patrimonial

El 6 de mayo de 2016, en el Palacio de Exposiciones y Congresos Lienzo Norte, se celebró la segunda edición del taller-seminario **“Ávila: presente y desafíos de futuro de un destino turístico patrimonial”**, donde se analizó la trayectoria reciente de la ciudad, que ha estado marcada por el V Centenario del nacimiento de Santa Teresa y la celebración de las exposiciones Edades del Hombre (2015). Este seminario, como el celebrado en diciembre de 2010, se configuró como un espacio de reflexión compartida; para ello se contó con participantes procedentes de la administración municipal, el Observatorio Turístico de Ávila y el sector turístico de carácter público y privado, que aportaron su visión, de cara a perfilar una estrategia de futuro compartida. Esta cooperación es necesaria debido a que el turismo, además de un potente sector económico, es clave para la conservación activa del patrimonio cultural y el paisaje de la ciudad y, tal como reclama la UNESCO, tiene que estar plenamente integrado en los Planes de Gestión de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

El momento parecía oportuno pues, tras el V Centenario de Santa Teresa, cumplidos los 30 años de la inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial y bloqueado el Plan de Gestión, era necesaria una reflexión sobre la estrategia turística de la ciudad, sus éxitos y desafíos a corto y medio plazo.

Tras la bienvenida y presentación realizada por el Excmo. Alcalde de Ávila, D. José Luis Rivas Hernández, la jornada se estructuró en 3 sesiones que fueron las siguientes:

1ª Sesión: Situación turística de la ciudad de Ávila y sus principales desafíos

Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” (Universidad Complutense de Madrid).

Dr. D. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa

Dra. D^a. Carmen Mínguez García

Dra. D^a Libertad Troitiño Torralba



2ª Sesión. La ordenación y la gestión de un destino patrimonial: la perspectiva institucional

D. Héctor Palencia Rubio. Teniente Alcalde de servicios a la ciudad, turismo y patrimonio.

D. Roberto Rodríguez Pindado. Técnico área Asuntos Europeos, Energía, Promoción y Turismo. Diputación de Ávila.

D. Javier Marfull Robledo. Secretario Federación de Hostelería. Confae.

D^a. Rosa María Piorno. Directora Secretariado para la Pastoral del Turismo y la Carretera. Obispado de Ávila.

3ª. Sesión: La ordenación y gestión de un destino patrimonial: la perspectiva turística privada

D. Gonzálo Súnico. Centro de Exposiciones y Congresos Lienzo Norte.

D^a. Isabel López Resina. Santa Teresa Gourmet.

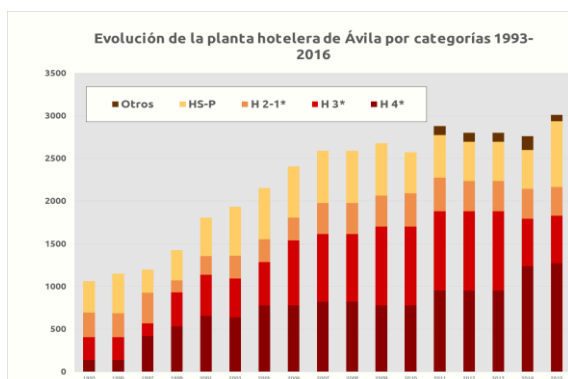
D^a. Blanca Solano Galván. Presidenta de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo de Ávila.

D. Daniel García-Moreno Rodríguez. Experto en marketing y comunicación online.

D. Diego Serrano Sagredo. Responsable comercial de Wamos Circuitos.

Algunas consideraciones y conclusiones:

Tras la bienvenida y presentación introductoria del Excmo. Alcalde, D. José Luis Rivas Hernández, el director del Observatorio Turístico de Ávila, Dr. Miguel Ángel Troitiño, inició la sesión con la presentación “**Situación turística de la ciudad de Ávila sus principales desafíos**”. En ella mostró la evolución turística experimentada por la ciudad desde la década de los noventa, observándose un importante incremento de la afluencia, que ha pasado de recibir 170.228 viajeros en el año 1999 a 277.289 en el 2015.



Este aumento también se observa en el número de establecimientos y adecuación del espacio urbano. Así, ha pasado de 688 plazas hoteleras en el año 1976 a 3.011 en 2016 y de 25 restaurantes en 1980 a 140 en 2016. Esto ha ido en paralelo de un reforzamiento del turismo en la agenda política y la economía urbana hasta el punto de que la actividad turística es el motor de recuperación del patrimonio.

Ávila sigue teniendo una importante presencia de visitante individual, fundamentalmente excursionista nacional; el visitante internacional, como en otros destinos patrimoniales de nuestro país, sigue siendo minoritario. Respecto a los grupos, en los últimos años hemos asistido a un incremento del número y la diversificación de las procedencias, sin embargo, sigue siendo destino de paso, por tanto, las estrategias de acción deben ir enfocadas hacia la conversión de la ciudad en punto final de ruta.

Ávila tiene muchas potencialidades y desde la administración competente se trabaja para que siga siendo un destino bien valorado por quienes lo visitan. La ciudad cuenta con grandes posibilidades de crecimiento y mejora turística, a medio plazo, si combina los atractivos culturales con la naturaleza de su entorno, y los valores territoriales existentes. Además, es un destino patrimonial renovado y bien valorado, gracias al importante esfuerzo que se ha realizado en las últimas décadas por recuperar su patrimonio y por mejorar la imagen de algunos espacios (Chico, Grande, Reyes Católicos).



Además, expuso los rasgos principales de la situación turística de la ciudad de Ávila en el 2015, año de la celebración del V Centenario de Santa Teresa y de la Exposición de las Edades del Hombre, que han atraído a casi medio millón de personas de diversos colectivos. El éxito de este evento, en términos turísticos, está vinculado a la renovación del interés de la visita y a la creación de productos turísticos diferenciados.

Como conclusiones el profesor Troitiño plantea una serie de retos de futuro que se resumen en los siguientes:

- El turismo es un importante motor de recuperación y desarrollo urbano, pero es necesario establecer un control.
- Hay que rentabilizar el conocimiento adquirido en la gestión turística de la ciudad (Observatorio Turístico).
- Apostar por la calidad frente a la cantidad, en este sentido se puede intentar potenciar el crecimiento pero a medio plazo.
- Es necesario amortiguar la estacionalidad y llegar a nuevos mercados, nacionales y extranjeros.

- Incrementar la duración de la estancia y la pernoctación, primando al turista frente al “excursionista”, en este sentido reforzar la captación de grupos de agencia que pernocten para superar “Ávila, ciudad de paso”.
- Seguir aprovechando la Muralla, la oferta cultural y el palacio de congresos para diversificar el uso turístico del espacio urbano.
- Continuar articulando el producto patrimonial urbano, mejorar la visita pública y diversificar la oferta cultural de calidad.
- Diversificar la base turística de la ciudad: congresos, de naturaleza, idiomas, etc.
- Prepararse para competir y cooperar con otros destinos (Segovia, Salamanca, Toledo, Madrid, etc), trabajando en red.
- Captar segmentos específicos de demanda y reforzar los esfuerzos (de forma estratégica) para captar turismo extranjero.

Desde el punto de vista de la gestión es necesario:

- Reforzar la cooperación público-privada.
- Estar atentos a las dinámicas y evitar desajustes entre la oferta y la demanda (hoteles, equipamientos culturales...).
- Impulsar actividades artesanales, productos de calidad y empresas de servicios.
- Diseñar nuevas estrategias e innovación en el sector cultural e industrias culturales.
- Integrar el turismo en la estructura urbana y cualificar el destino, a través de un Plan de Gestión que demanda la UNESCO.
- Mantener un importante liderazgo municipal -imprescindible por la naturaleza transversal del turismo.

En el debate surgido, tras la intervención, se plantearon cuestiones en relación al papel del excursionismo y cómo posiblemente el objetivo sea canalizar los esfuerzos para atraer excursionistas y no solo turistas, cuya afluencia es semejante a la de otros destinos patrimoniales y hay menos margen de atracción. Para ello se plantean dos cuestiones: 1. Conocer la situación en otras ciudades, consideradas competidoras de Ávila, como son Toledo y Segovia y 2. Tener una información más detallada de las características de los visitantes de Ávila, con el fin de poder establecer clúster a los que dirigirse con políticas y estrategias diferentes.

En la mesa dedicada a las **perspectivas del sector público** Héctor Palencia destacó que es necesario considerar la ciudad desde una perspectiva global que aúne el turismo con el patrimonio y el urbanismo. Además, la tendencia es que los visitantes vayan a “pasar su tiempo”, es decir, a pasar el día y a disfrutar de la ciudad y en este sentido la gastronomía se consolida como un importante eje de actuación para el futuro. Asimismo, señaló los esfuerzos realizados y dificultades experimentadas por parte del Ayuntamiento en materia de promoción, especialmente en la internacional, ya que está siendo difícil aumentar el número de visitantes extranjeros.



Roberto Rodríguez Pindado planteó las tres líneas sobre las que se basa la estrategia turística de la Diputación, que son: el patrimonio, la naturaleza y la gastronomía. En este sentido destaca la importancia que tiene el patrimonio inmaterial (gastronomía, artesanía, tradiciones e historias...). Desde la Diputación se plantea la necesidad de llegar al visitante extranjero y para ello ha diseñado, en colaboración con otras administraciones, algunos productos como son las rutas (ciclomotor en la sierra del Guadarrama, la de Santa Teresa) y el turismo ornitológico o *birding*. Para esto último están participando en un proyecto europeo, dentro del cual han realizado workshops en países escandinavos.

Según Pindado los retos a los que se enfrenta la Diputación de Ávila en materia de turismo pasan por mejorar la promoción, orientada a captar nuevos nichos de mercado: parejas jóvenes, familias y mayores de 50 años. Para ello cuentan con tres ideas que consideran fundamentales: la elaboración de historias – *storytelling*–, crear experiencias e implicar a la población local que son los mejores embajadores de su ciudad.

Javier Marfull Robledo retoma una idea planteada en el debate, haciendo hincapié en la necesidad de llegar a nuevos clientes, los excursionistas, y para ello apela a la profesionalización de los empresarios de la restauración. Destaca la calidad y la variedad de la oferta que en este sentido existe en Ávila: 16.177 plazas en 134 establecimientos, de ellos 25 son totalmente accesibles, 50 disponen de cartas en braille y 21 en inglés. Además, incide en la importancia de los apartamentos turísticos como una forma de alojamiento con cada vez más aceptación y coincide con el teniente de alcalde en destacar la importancia de la gastronomía, tan de moda en la actualidad, como eje sobre el que se ha de trabajar.

Marfull hizo el siguiente análisis de la situación turística de Ávila: entre las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Entre las debilidades destaca la resistencia del sector a los cambios, la falta de profesionalización y las reticencias y dificultades a adaptarse al proceso de diferenciación de la oferta. Entre las amenazas está la presencia de competidores próximos y la fuerte estacionalidad de la actividad. Las fortalezas de Ávila residen en que cuenta con una oferta adecuada y bien valorada por la demanda y, por último, las oportunidades están vinculadas a la presencia del mercado madrileño, muy numeroso. Resume su intervención destacando la importancia del patrimonio inmaterial de la ciudad y la necesidad de mejorar la hospitalidad y la innovación en los establecimientos.

Rosa María Piorno señaló la importancia de reforzar el turismo religioso en la ciudad, el cual ha manifestado su importancia y volumen en el año de celebración del V Centenario del nacimiento de la Santa. En este sentido destacó que hay importantes problemas de coordinación entre instituciones y agentes que deberían ser resueltos al tiempo que también señaló la importancia de vincular la actividad turística de la ciudad a la de la provincia.

En la mesa dedicada a las **perspectivas del sector privado**, Gonzalo Súnico, presentó la visión del Palacio de Congresos Lienzo Norte, y planteó la necesidad de cuestionarse "qué se quiere, cuanto se quiere y qué tipo de demanda se quiere captar", teniendo en cuenta la necesidad de trabajar con una perspectiva a largo plazo.



Por su parte Isabel López Resina, señaló la necesidad de reforzar la "Marca Ávila". Además aportó la visión de la empresa poniendo de manifestó la falta de formación y de profesionalización para actividades que requieren de un personal cualificado. Insistió en las tres necesidades que presenta la actividad turística en la ciudad que son tres: apostar por el marketing experiencial; abrirse a nuevos mercados y, especialmente, reforzar las relaciones Ayuntamiento-Diputación-Empresas. Desde su perspectiva no es tan necesario fomentar la pernoctación como dar buenos servicios que fomenten la repetición de la visita.

Blanca Solano Galván planteó la importancia de reforzar la colaboración entre Ayuntamiento y Diputación, así como la necesidad de actualizar alguno de los productos ya existentes, como es el caso del Mercado Medieval que muestra ciertos signos de agotamiento. Puso de manifiesto la necesidad de mejorar la actitud de los abulenses frente al turismo y ofrecer más al turista. Y finalmente, resaltó la dimensión poliédrica de Santa Teresa de Jesús y la posibilidad de "comercializar esta marca".

Daniel García-Moreno presentó una nueva realidad: las redes sociales y el poder que estas tienen. Esto se debe primero al volumen de información que se genera y en segundo lugar, a la capacidad de generar interacciones. Estas están estrechamente relacionadas con el poder de las recomendaciones, que alcanzan dimensiones incontrolables a través de las redes sociales. De ahí que las empresas e instituciones tengan que prestar atención a los comentarios que se realizan en estos medios y además conocerlos, con el fin de poder comunicar a través de ellos. Por último, destaca la importancia del *branding* para los destinos y para los productos turísticos.

El último en intervenir, Diego Serrano, representa a los turoperadores y expuso que, en su gremio, Ávila sigue siendo un destino de paso y no un destino final, de manera que se vende poco, por lo que son necesarias actuaciones y crear nuevos productos que potencien el atractivo de la ciudad.

Conclusión: de las intervenciones se desprenden varias ideas comunes como la necesidad de contemplar el turismo como un fenómeno global, la necesidad de mejorar las relaciones entre los agentes implicados para definir una estrategia común, a largo plazo, así como la necesidad de seguir trabajando en nuevos productos que sean más atractivos (por ejemplo tarjeta única Ayuntamiento-Obispado).

Como señalara el profesor Troitiño al final de su intervención sobre la base de un destino patrimonial adecuadamente equipado, se requiere seguir innovando en la gestión (pública y privada), así como definir con claridad los marcos de concertación y las estrategias de comunicación. Solo así se podrá afrontar el futuro con realismo.

3. Principales noticias turísticas 2016

Durante el primer semestre del año 2016 se han llevado a cabo, desde el Área de Turismo del Ayuntamiento de Ávila, las siguientes actividades de interés turístico:

- **Visitas guiadas.** Durante los primeros seis meses del año se han ofertado las siguientes visitas: Ávila isabelina; Ávila palaciega; Ávila Patrimonio de la Humanidad; Ávila judía; Joyas abulenses; Ávila de leyenda y Huellas de Teresa en Ávila. Cada una de ellas ha sido programada en un mes diferente y casi en su totalidad se han realizado los sábados por la mañana a las 11:00 o 12:00, salvo Ávila judía a las 18:00 y Ávila de leyenda a las 19:00. Por otra parte, Huellas de Teresa en Ávila se oferta los domingos y Ávila Patrimonio de la Humanidad ha tenido lugar los días 24, 25 y 27 de marzo y 1 y 2 de mayo a las 12:00.

Por otra parte hay que destacar que casi todas tienen una misma tarifa 5€ para la general y 3€ para la reducida, salvo Ávila Palaciega y Ávila de Leyendas, que tienen una tarifa de 6 y 4€, respectivamente y Joyas Abulenses que tienen una tarifa única de 8€, ya que incluye las entradas a la basílica de San Vicente, la catedral y la muralla.

Este año las visitas guiadas han contado con la siguiente afluencia: Ávila de leyenda, 154 participantes; Ávila judía con 143; Ávila palaciega con 178; Ávila Patrimonio de la Humanidad con 59; Joyas abulenses con 79 y Huellas de Teresa en Ávila con 62. A ellos hay que añadir los 881 clientes de la tarjeta VisitÁvila.



Visitas Guiadas
2016



imagineÁvila

Fuente: Ayto. de Ávila

- **Conmemoración del nacimiento de Santa Teresa:** el pasado 2 de abril se desarrolló esta actividad que aunaba a su vez dos iniciativas vespertinas con las que enriquecer y complementar la visita: el "Concierto de Campanas", que tuvo lugar a las 20:30 horas y contó con el repicar de 15 campanarios y, el espectáculo "Teresa ilumina Ávila", que se proyectó en cuatro pases (21:30 h., 22:00 h., y 22:30 h., y 23:00h.) sobre la fachada de la Iglesia del Convento de la Santa. El hilo conductor de las proyecciones era el legado, personalidad y datos biográficos de Santa Teresa. Como novedad, en esta edición, además del videomapping habitual, se incluyó un repertorio musical interpretado por el Coro de Gospel "Good News".



Fuente: Ayto. de Ávila y la Tribuna de Ávila.

- **Concurso Ávila en Tapas.** Desde el 22 al 26 de junio de 2016 se ha celebrado la XVII Edición del concurso Ávila en Tapas. En esta ocasión han intervenido treinta y siete establecimientos, entre bares y restaurante de la ciudad, cuatro menos que en los dos últimos años. Todos ellos disputaban por uno de los tres galardones ofrecidos, así como por el reconocimiento en las diversas distinciones que en esta edición se otorgaban (Tradición, Innovación, Puesta en escena, Armonía, Productos de la tierra) y en la nueva categoría "Sin barreras", en la que se valoraban aquellas creaciones que favorecieran que todos los asistentes, incluidos celiacos, pudieran disfrutar de ellas. La elección fue realizada por un jurado profesional y los ganadores fueron:



Fuente: Ayto. de Ávila

- 1^{er} Premio: la tapa "Crujiente de rabo de avileña con mahonesa ahumada de su jugo y ensalada de wakame y microvegetales" de "La Vaquería".
- 2^o Premio: la tapa "Esfera crocante de queso artesano de cabra y vaca, con bacon, cebolla caramelizada, frutos rojos y reducción de mostaza y miel" del "Restaurante La Bruja", distinguida también con la categoría "Sin barreras".
- 3^{er} Premio: la tapa "Habano de avileña" de "Palacio Sofraga", reconocida además con la distinción "Puesta en Escena".

Mención Especial "Guido Caprotti" para la tapa presentada por "Venta El Colmenar" denominada "Tres texturas tres culturas" que también sumó la categoría "Sin Barreras". En la pervivencia de tipo de eventos la implicación de la población local es clave, y en este sentido, el voto popular premió a la tapa presentada por "Las Cancelas" denominada "Mini hamburguesa oceánica".

Otras distinciones concedidas:

- Tradición: a la tapa presentada por "De Fábula" denominada "Hojaldre de mollejas y boletus".
- Innovación: a la tapa presentada por "Restaurante La Santa" llamada "De Mercado".
- Armonía: a la tapa presentada por "Los Tres Caracoles" bautizada como "Taco de solomillo de avileña marinada en soja y jengibre, puntos de guacamole y chile chipotle".
- Productos de la tierra: a la tapa presentada por "Restaurante Las Murallas" denominada "Manillas de lechón".

Con la categoría "Sin barreras" también se reconocieron al:

- "El Buen Yantar" por la tapa "Veraniega de pollo, judías y quino con verduras".
 - "Café-Teatro La Oca" por la creación "Pez espada con salsa de papaya y cilantro"
- **Promoción turística:** como cada año Ávila ha participado en FITUR, celebrado entre el 20 y el 24 de enero de 2016 en Madrid y ha contado con representación en todas las actividades de promoción organizadas por la Red de Juderías, por el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y Huellas de Teresa de Jesús. Además, la ciudad ha recibido viajes de familiarización y de prensa organizados por las distintas redes de touroperadores y agentes turísticos que operan en ella.