

BOLETÍN INFORMATIVO DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ÁVILA

Coordinación y dirección:

Grupo de Investigación "Turismo y Ciudades Históricas" (U.C.M.)

Miguel Angel Troitiño Vinuesa

María García Hernández

Manuel de la Calle Vaquero

Libertad Troitiño Torralba

Trabajo de campo:

Área de Turismo – Ayto. de Ávila

LA EXPOSICIÓN "TESTIGOS": motor de impulso turístico para la ciudad

Número

6

Diciembre
2004

Entre mayo y diciembre de 2004 la catedral de Ávila ha sido el singular marco de acogida para la exposición TESTIGOS y este Nº 6 del Boletín quiere dar cuenta de algunos de los aspectos de su dimensión turística, sin por ello minusvalorar otras dimensiones como la cultural o la religiosa, cada día mas entrelazadas en la ciudad de Santa Teresa. Nuestro agradecimiento a la Fundación Las Edades del Hombre y, especialmente, a su secretario general Antonio-Ignacio Meléndez Alonso por la información y las bases de datos que nos han facilitado. En un primer apartado del boletín se presentan, de forma sintética, los datos básicos en relación con la exposición (visitantes, procedencias, valoraciones, gasto, etc.) y en el segundo se trata de situar y valorar la exposición en el contexto de la dinámica turística de la ciudad. Se trata de dos visiones complementarias que esperamos sirvan para valorar, en su justo término, el significado de un acontecimiento de dimensiones culturales, religiosas y turísticas.

La exposición "TESTIGOS" ha sido la duodécima del ciclo que la Fundación Las Edades del Hombre viene organizando en las distintas sedes de las diócesis de Castilla y León. En esta ocasión han sido 859.859 los visitantes que, con motivaciones diversas, se han acercado a la catedral de Ávila para recorrer la exposición, un acontecimiento cultural/religioso que también ha servido para posicionar Ávila como un importante destino de turismo cultural y en 2004, por primera vez en su historia, superar el millón de visitantes. Han aumentado espectacularmente las cifras de afluencia de visitantes y se han abierto nuevos establecimientos turísticos. Por su parte, Ávila se ha preparado para este acontecimiento y ha mejorado su capacidad de acogida con la puesta a punto de nuevas infraestructuras y equipamientos. También ha sido importante el impacto económico de la exposición.



Ayuntamiento de Ávila
Concejalía de Turismo

Pag. SUMARIO

2-5	TESTIGOS: Las <i>Edades del Hombre</i> en Ávila
5-7	TESTIGOS: la visita de los visitantes de la ciudad
8-13	El turismo en la ciudad. Datos básicos de coyuntura turística
14-15	Repercusión de la exposición y dinámica turística local

1. TESTIGOS: Las *Edades del Hombre* en Ávila

Ávila ha acogido en 2004 la exposición TESTIGOS, duodécima edición de las exposiciones montadas por la Fundación *Las Edades del Hombre*. Esta innovadora iniciativa de comunicación cultural y religiosa se gestó en 1986, cuando los obispos de Castilla y León decidieron apoyar una propuesta de José Velicia Berzosa y programaron tres exposiciones (Valladolid, Burgos y León) con la intención de contribuir a dar a conocer y ayudar a recuperar el patrimonio cultural de las diócesis de esta comunidad; esta exitosa iniciativa ha sido brillantemente continuada por Antonio Ignacio Meléndez. Desde entonces se han realizado doce exposiciones: Valladolid, Burgos, León, Salamanca y Amberes (I Ciclo), Burgo de Osma, Palencia, Astorga, Zamora y Nueva York (II Ciclo) y Segovia y Ávila que, junto con Ciudad Rodrigo, culminará el III Ciclo. Todas ellas han tenido un considerable éxito religioso, cultural y turístico. En su conjunto han recibido casi ocho millones de visitantes con promedios diarios que se sitúan entre los 2.500 y 4.000 visitantes.

El **tema central de la exposición TESTIGOS**, ubicada en la catedral de Ávila entre mayo y diciembre de 2004, ha sido la Pascua de la Iglesia, siendo la segunda parte del relato contado el año anterior en la catedral de Segovia titulado “**El Árbol de la Vida**”, narrándose el nacimiento y la expansión de la Iglesia a lo largo de siete capítulos, uno de ellos dedicado a la Reina Isabel la Católica, en el V Centenario de su muerte, y otro a la mística y sus representantes avilenses: Santa Teresa de Jesús, San Juan de la Cruz y San Pedro de Alcántara. A través de más de 200 piezas de arte sacro, procedentes en su mayoría de la diócesis de Ávila, se explica la misión evangelizadora de la Iglesia y de los cristianos mediante el testimonio y la predicación, buscándose, en palabras de Antonio-Ignacio Meléndez, “en la calidad el posible sustituto de la espectacularidad”. Las cifras totales de visitantes, **859.859**, sitúan su nivel de visita muy próximo al de las ediciones más concurridas, la cuarta, tras las de Salamanca, Valladolid y León.

Visitantes de las Exposiciones de Las Edades del Hombre				
	Año	Visitantes	Duración (días)	Visit/día (media)
I Ciclo:				
Valladolid	1989	1.050.000	159	6.604
Burgos	1990	500.000	180	2.778
León	1991-1992	980.000	251	3.904
Salamanca	1993-1994	1.303.000	332	3.925
Amberes	1995	100.000	54	1.852
II Ciclo:				
Burgo de Osma	1998	458.000	196	2.337
Palencia	1999	612.000	202	3.030
Astorga	2000	460.000	180	2.556
Zamora	2001	510.000	194	2.629
Nueva York	2002	205.207	71	2.890
III Ciclo:				
Segovia	2003	858.977	216	3.977
Ávila	2004	859.859	224	3.839
TOTAL		7.897.043	2.259	3.496

Fuente: www.lasedades.es

ELEVADO NÚMERO DE VISITANTES Y FUERTES TASAS DE FRECUENTACIÓN DIARIA.

A partir de los registros de datos de la Fundación *Las Edades del Hombre* y de la encuesta que la propia Fundación ha realizado a los visitantes una vez terminada la visita, (Gabinete de Sociología del Arzobispado de Valladolid. Avance de resultados, a 26 de septiembre, sobre 539.378 visitantes) haremos una presentación del significado de la exposición TESTIGOS, centrándonos, prioritariamente, en las dimensiones turísticas pero sin obviar otros aspectos que también resultan de interés para un destino de las características de Ávila.

Visitantes Exposición TESTIGOS Distribución mensual	
Mayo	71.619
Junio	102.815
Julio	110.500
Agosto	155.149
Septiembre	108.580
Octubre	138.685
Noviembre	116.115
Diciembre	56.396
TOTAL	859.859

Fuente: Registros de visita de la exposición.
Fundación Las Edades del Hombre.

Exposición TESTIGOS Promedio diario de visitantes por meses y tipo de días			
	Festivos	Laborables	Media mensual
Mayo	4.578	2.187	2.984
Junio	5.625	3.212	3.954
Julio	5.439	3.240	3.946
Agosto	5.543	4.784	5.005
Septiembre	6.163	3.293	4.176
Octubre	6.894	3.497	4.953
Noviembre	6.528	3.187	4.301
Diciembre	6.014	2.902	4.338
TOTAL	5.903	3.377	4.236

Fuente: Registros de visita de la exposición.
Fundación Las Edades del Hombre (elaboración propia).

Exposición TESTIGOS Días de máxima afluencia de visitantes			
Día	Día semana	Festivo/lab.	Nº visitantes
06/12/2004	lunes	festivo	9.232
23/10/2004	sábado	festivo	9.192
13/11/2004	sábado	festivo	8.261
16/10/2004	sábado	festivo	7.947
06/11/2004	sábado	festivo	7.947
31/10/2004	domingo	festivo	7.815
10/10/2004	domingo	festivo	7.811
27/11/2004	sábado	festivo	7.728
20/11/2004	sábado	festivo	7.681
09/10/2004	sábado	festivo	7.588

Fuente: Registros de visita de la exposición.
Fundación Las Edades del Hombre (elaboración propia).

Por la exposición, de entrada gratuita, han pasado 859.859 personas entre el 4 de mayo y el 13 de diciembre de 2004. De ellos, 723.309 (el 84,12%) fueron visitantes que acudieron a la exposición sin reserva previa y 136.550 (15,88%) los que asistieron en visita concertada con antelación. Agosto fue el mes que más visitantes recibió (155.149), seguido de los meses de octubre y noviembre (138.685 y 116.115 visitas respectivamente). El promedio diario de visitantes se situó en 4.236 personas, siendo 5.903 la media de visitantes registrados en los días de fines de semana y festivos y 3.377 la media de los días entre semana; esta última cifra es quizás la que mejor evidencie la capacidad de movilización de la exposición.

De los 203 días que estuvo abierta la exposición, en 31 días se superaron los 6.000 visitantes y únicamente hubo 8 días con menos de 2.000; el día de máxima afluencia fue el 6 de diciembre, puente de la Inmaculada/ Constitución, con 9.232 visitantes. En general, la exposición ha mantenido un alto nivel de visita, incluso en los días laborables de entre semana.

En el momento de organizar la visita, la mayor parte de los visitantes lo han hecho de forma individual, tal como suele ocurrir en los destinos culturales próximos a importantes regiones urbanas; pero también es de reseñar que un número significativo, 136.550 personas, lo han hecho en visita guiada, previa solicitud de reserva, conformando 8.097 grupos de visita (3.580 en fines de semana y festivos y 4.517 en días laborables).

VISITANTES CON RESERVA PREVIA Y VISITA ORGANIZADA: IMPACTO GEOGRÁFICO Y SOCIAL DIVERSO.

Los 136.550 visitantes con reserva previa se organizaron en un total de 8.097 grupos de visita, lo que significa una media de 40 grupos por día. Las reservas corresponden a familias, asociaciones, guías, agencias de viajes, etc., así mientras las reservas realizadas para agrupaciones de 1 a 5 personas representan el 1,34% de los visitantes con reserva previa, las realizadas para más de 50 personas representan el 56,11%.

La capacidad de movilización de colectivos sociales diversos ha sido muy alta, destacando los escolares (17,14%), las parroquias (16,93%), las asociaciones culturales (14,59%), las asociaciones religiosas(8,35%), los grupos de la tercera edad (7%), las asociaciones de vecinos(5,59%) y, ya con valores inferiores al 5%, las agencias, los guías, particulares, instituciones o empresas.

Las procedencias de los visitantes evidencia el protagonismo del factor proximidad, así el 43,32% proceden de Castilla y León, el 29,10% de Madrid y el 4,45% de Castilla-La Mancha, siendo bajas las procedencias de Comunidades Autónomas como Andalucía (2,12%), País Vasco (1,33%) o Cataluña (0,31%)

La diversidad de colectivos sociales y de procedencias de los grupos que realizan la visita organizada evidencia que las exposiciones de la Fundación Las Edades del Hombre consiguen llegar y movilizar públicos más amplios que los habituales visitantes de exposiciones y museos, dejándose sentir su impacto fundamentalmente entre los visitantes de proximidad.

Exposición TESTIGOS Visitantes en visita organizada por procedencias de las reservas		
<i>Escolar</i>	23.402	17,14
<i>Parroquia</i>	23.113	16,93
<i>Asociación cultural</i>	19.924	14,59
<i>Asociación religiosa</i>	11.406	8,35
<i>Otros</i>	11.225	8,22
<i>3ª Edad</i>	9.555	7,00
<i>Asociación de vecinos</i>	7.636	5,59
<i>Agencia viajes</i>	6.535	4,79
<i>Particular</i>	6.503	4,76
<i>Guías</i>	6.287	4,60
<i>Institucional</i>	5.905	4,32
<i>Empresas....</i>	5.059	3,70
TOTAL	136.550	100,00

Exposición TESTIGOS. Visitantes en visita organizada por colectivos sociales de las reservas		
<i>Castilla y León</i>	59.148	43,32
<i>Madrid</i>	39.730	29,10
<i>Castilla-La Mancha</i>	6.074	4,45
<i>Andalucía</i>	2.891	2,12
<i>Extremadura</i>	1.937	1,42
<i>País Vasco</i>	1.810	1,33
<i>Aragón</i>	1.485	1,09
<i>Extranjero</i>	1.451	1,06
<i>Comunidad Valenciana</i>	1.078	0,79
<i>Asturias</i>	1.026	0,75
<i>Cantabria</i>	853	0,62
<i>Galicia</i>	829	0,61
<i>Murcia</i>	793	0,58
<i>La Rioja</i>	632	0,46
<i>Cataluña</i>	422	0,31
<i>Navarra</i>	384	0,28
<i>Islas Canarias</i>	132	0,10
<i>Sin datos</i>	15.875	11,63
Total	136.550	100,00

Fuente: Registros de visita de la exposición.
Fundación Las Edades del Hombre
(elaboración propia).

MOTIVACIONES Y VALORACIONES DIVERSAS: PREDOMINIO DE MUJERES, UNIVERSITARIOS, CASTELLANO-LEONESES Y MOTIVACIONES CULTURALES Y RELIGIOSAS.

Los avances de la encuesta a los visitantes, realizada por la fundación *Las Edades del Hombre*, permite un acercamiento a las características de los visitantes, motivaciones, valoraciones y niveles de gasto. En general, entre los visitantes, son mayoría las mujeres (56,98%) y las personas con edades comprendidas entre los 25-44 años (39,42%) y entre 45 y 64 (39,88%). Las personas de la tercera edad se aproximan al 12% y no es muy alta la presencia de niños y jóvenes, únicamente el 8,79%. Por nivel de estudios, tal como suele ocurrir con los visitantes de otras exposiciones y de destinos culturales, predominan los universitarios (48,56%) y las personas con niveles medios de estudios (24,92%), siendo los estudiantes un 4,41%.

Un 49,32% de los visitantes han tenido conocimiento de la exposición por los medios de comunicación clásicos, un 20,82 por información de familiares y amigos, un 7% por internet y un 24,85% por otros medios. Las motivaciones de la visita son de naturaleza diversa: el 32,60% señalan “el gusto por el arte”, el 20,90% por razones turísticas, el 20,74 por razones de tipo religioso/cultural y el 15,96% simplemente por curiosidad.

El ranking de procedencias está encabezado por los castellano-leoneses (el 16,95% abulenses y 17,33% de las restantes provincias de Castilla y León) y madrileños (26,44%). Del resto de España procede el 34,34% y un casi un 5% son visitantes extranjeros.

La Fundación *Las Edades del Hombre* ha conseguido configurar una oferta religioso/cultural atractiva que incorpora nuevos públicos, así lo evidencia que sólo un 30,40% de los visitantes de TESTIGOS sea la primera vez que visita una de las exposiciones del ciclo. La exposición tiene una alta valoración (8,55 sobre 10) y el 18,41% de los encuestados señala que ha sido la que más les ha gustado de todas las de Edades del Hombre.

La importancia que los visitantes conceden en su vida a los aspectos religiosos es alta, el 52,43% le atribuye mucho o bastante valor, solo un 20,67% le concede poco o ningún valor. En el marco de la comprensión de la relación entre fe y cultura, un 27,05% de los encuestados consideran que la exposición ayuda mucho, un 44,45% que ayuda bastante y un 28,50% que no demasiado.

Medir el impacto económico de la exposición TESTIGOS es una tarea compleja pues depende de las variables que se consideren y de que se tengan en cuenta o no los gastos de viaje. En función de la encuesta realizada hasta finales de septiembre, el gasto medio por visitante se situaba en 62,36 euros. No hay duda que el efecto multiplicador de la exposición sobre la economía de la ciudad ha sido importante y de naturaleza diversa.

2. TESTIGOS: la visión de los visitantes de la ciudad

Los resultados de la encuesta a la demanda realizada entre mayo y noviembre muestran en relación con la exposición que el 92,97% % de los turistas y excursionistas encuestados en la ciudad la habían visitado. Entre éstos últimos, el 43,94% llegó a la ciudad sin saber de la existencia de la muestra y el 56,06% restante declaró haber tenido conocimiento previo de la misma por distintos medios: fundamentalmente a través de referencias de amigos y conocidos, reseñas y publicidad de prensa y televisión. Además entre los visitantes de la exposición un alto porcentaje (32,69%) ya había visitado otras ediciones de Edades del Hombre: la mayoría una exposición (50,64%), pero un 6,87% había visitado casi todas las organizadas por la Fundación.

La **exposición ha constituido el motivo principal de la visita Ávila** para buena parte de los visitantes que llegaron durante esos meses a la ciudad (39%) y motivo secundario o complementario de otros para un 18,74% más. Tras la visita a la exposición los visitantes dicen haberse acercado a Ávila para conocer la ciudad en general, visitar a familiares y amigos o simplemente pasar el día. Según la duración de su estancia en destino sigue predominando los excursionistas (64,33% del total), especialmente entre los visitantes de proximidad (82,89%) y los visitantes en grupo (74,02%). Sin embargo, **el porcentaje de turistas (35,67%) ha sido relativamente más alto que el registrado en temporadas anteriores** y puede estar en relación con el mayor nivel de uso de alojamiento extrahotelero por parte de los visitantes que han pernoctado en Ávila (casas de familiares y amigos utilizadas por el 27,20% de los encuestados) y la presencia de visitantes de proximidad, que acuden a Ávila a visitar a conocidos aprovechando la celebración del evento. En consecuencia, la duración media de la estancia parece haber sido también más elevada (2,65 noches por turista).

De los visitantes encuestados la mayor parte provenía de su lugar de residencia habitual (66%), un 13,81% lo hacía de su lugar principal de vacaciones (13,81%) y un 20,19% hizo una parada en ruta hacia otros destinos; sólo un reducido número combina la visita a Ávila con otros destinos en el mismo día (12,18%). Los lugares de vacaciones desde los que se han desplazado los visitantes han sido Madrid (30,47%), pueblos de la provincia de Ávila (25,71%), Segovia y provincia (17,14%) y Salamanca (13,33%).

Atendiendo al perfil socio-económico de los visitantes encontramos un alto porcentaje de visitantes con estudios universitarios, 52,96% y de nivel medio, 29,44%. En consonancia, por categorías socio-profesionales, ha habido una mayor presencia de ocupados superiores (27,15%), seguidos de estudiantes (14,44%) y clases pasivas (amas de casa y jubilados fundamentalmente) con el 17,22%.

El nivel de repetición de la visita ha sido alto entre los visitantes de estos meses, 39,45% y alcanza el 69,57% entre los visitantes de proximidad, lo que viene a confirmar la **influencia que eventos culturales del tipo de la exposición TESTIGOS tiene sobre la renovación del interés por la visita a estos destinos culturales**. Ávila, gracias a la exposición, se ha reforzado durante estos meses como un destino de visita corta para gran un gran número de población residente en las provincias y regiones limítrofes.

La Muralla ha sido tras la exposición el monumento que en mayor medida se dice haber visitado, seguido de la basílica de San Vicente y la iglesia y convento de la Santa. Y entre las actividades realizadas en destino destaca el gran porcentaje de visitantes que han hecho uso de restaurantes locales (83,88%) lo que ha convertido sin duda a la restauración en el sector más directamente beneficiado de la afluencia de visitantes, cuyo gasto medio en destino, por persona y día, se ha situado en 54,15 euros.

TIPOLOGÍA DE VISITANTES (perfil de la demanda)			
MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA		FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE	
Visitar la exposición TESTIGOS	39,00	Viaje por cuenta propia (vist. individuales)	82,83
Conocer Ávila en general	33,20	Viaje en grupo organizado de agencia	5,37
Visitar a familiares y amigos	5,53	Viaje en grupo organizado escolar	5,24
Simplemente pasar el día	4,87	Viaje en grupo organizado 3ª edad	3,28
Visitar los museos y monumentos de la ciudad	4,35	Viaje en grupo de organización religiosa	1,57
Estudio o asistencia a cursos	3,29	Otros grupos	1,31
Ver la Muralla	3,16	n.s./n.c.	0,39
Trabajo, negocios o motivos profesionales	2,77	LUGAR DE PROCEDENCIA	
Visitar los lugares asociados a Sta. Teresa	2,11	Residencia habitual	66,00
Otros	1,71	Lugar principal de vacaciones	13,81
DURACIÓN DE LA ESTANCIA EN ÁVILA		En ruta	20,19
Un día	64,33	PRINCIPALES LUGARES DE VACACIONES	
Pernocta en la ciudad	35,67	Madrid	30,47
DURACIÓN DE LA ESTANCIA (turistas que pernactan)		Provincia de Ávila	25,71
1 noche	31,11	Segovia	17,14
2 noches	40,00	Salamanca	13,33
3 noches	11,85	Sierra de Madrid	2,85
Más de 3 noches	17,04	Toledo	2,85
Duración media	2,65 noches	Otros	7,61
TIPO DE ALOJAMIENTO (turistas que pernactan)		MEDIO DE TRANSPORTE	
Hotel	45,59	Vehículo propio	59,61
Hostal	18,39	Autocar turístico	14,47
Camping	1,15	Autobús de línea regular	10,53
Casa amigos/familiares	27,20	Tren	10,92
Otros	7,66	Otros	4,47
VISITA A OTROS DESTINOS EN EL DÍA		GRUPOS DE EDAD	
No va a visitar otros lugares	87,82	Menos de 20 años	5,03
Sí va a visitar otros destinos	12,18	De 20 a 30 años	23,54
CATEGORÍAS SOCIOPROFESIONALES		De 30 a 40 años	22,49
Ocupados superiores	27,15	De 40 a 50 años	19,31
Amas de casa, jubilados y parados	17,22	De 50 a 65 años	20,11
Estudiantes	14,44	Mayor de 65 años	9,52
Empleados administrativos	12,05	NIVEL DE ESTUDIOS	
Empleados servicios baja cualificación	10,60	Sin estudios	2,98
Trabajadores manuales	8,61	Primarios	10,30
n.s./n.c.	6,49	Secundarios	29,44
Otros	3,44	Universitarios	52,96
		Otros	4,44

VISITA A LA EXPOSICIÓN			
VISITANTES DE ÁVILA ENCUESTADOS – PORCENTAJE DE VISITA A LA EXPOSICIÓN		CONOCIMIENTO PREVIO DE LA EXISTENCIA DE LA EXPOSICIÓN	
Visitante la exposición	92,76	Si conocía la exposición	56,06
No visita la exposición	7,24	No conocía la exposición	43,94
MEDIO DE CONOCIMIENTO DE LA EXPOSICIÓN (respuesta múltiple)		VISITA A OTRAS EDICIONES DE Edades del Hombre	
Amigos/conocidos	45,91	Si	32,69
Prensa	43,51	No	67,31
Televisión	21,63	Nº de exposiciones visitadas antes	
Folletos	15,63	1 Exposición	50,64
Oficinas de Información Turística	12,26	2 Exposiciones	18,03
Internet	11,30	3 Exposiciones	13,30
Otros	9,62	4-7 Exposiciones	11,16
Radio	9,13	10-11 Exposiciones	6,87
Carteles	4,57		
Agencias de viaje	3,61		

FIDELIZACIÓN AL DESTINO					
REPETICIÓN DE LA VISITA					
	Vist. Expos.	Visitantes extranjeros	Visitantes nacionales		Total
			Visitante de proximidad	Resto de España	
Es la primera vez que visita Ávila	61,02	88,46	28,27	67,94	47,90
Repite visita	38,98	11,54	71,73	32,06	52,10
	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

USO TURÍSTICO DE LA CIUDAD			
ELEMENTOS VISITADOS (respuesta múltiple)	Visitados	Intención de visita	n.s./n.c.
Muralla	64,61	25,56	9,83
Basílica de S. Vicente	43,91	28,18	27,92
Pza. del Chico	39,71	37,88	22,41
Pza. del Grande	50,98	32,63	16,38
Monasterio de Santo Tomás	5,24	21,49	73,26
Monasterio de la Encarnación	3,67	18,87	77,46
Puente romano sobre el Adaja	7,34	18,48	74,18
Iglesia y Convento de la Santa	19,66	39,71	40,63
Museo de la Santa	13,11	29,75	57,14
Museo de Ávila	4,06	17,43	78,51
Cuatro Postes	10,35	26,47	63,17
ACTIVIDADES REALIZADAS (respuesta múltiple)			
Visitar OIT			64,74
Comida/cena en un restaurante local			83,88
Tomar algo en bares y cafeterías			80,73
Compra de recuerdos y productos turísticos			49,02
Compra en otro tipo de establecimientos			27,92
Uso del "Murallito"			27,52

IMÁGENES Y VALORACIONES DE LA CIUDAD			
RAZONES PARA LA ELECCIÓN DE LA CIUDAD COMO DESTINO TURÍSTICO (respuesta múltiple)		INFORMACIÓN UTILIZADA (respuesta múltiple)	
Interés propio	83,36	Ninguna	34,34
Recomendación amigos o familiares	21,23	Folletos de la Oficina de Información Turística	35,26
Recomendación de agencia de viajes	3,67	Otros folletos turísticos	14,94
Catálogos TTOO	0,52	Guías de viajes	19,13
Folletos turísticos	3,54	Estudios sobre Ávila, Santa Teresa, etc.	2,75
Anuncios en prensa	0,66	Internet	17,30
Internet	6,68	Otros	5,50
Experiencia previa de un viaje anterior	8,39		
CONOCIMIENTO PREVIO DE LA CIUDAD (respuesta múltiple)		POSICIÓN RELATIVA DE ÁVILA FRENTE A OTROS DESTINOS COMPETITIVOS (*)	
Condición de "Ciudad Patrimonio de la Humanidad"	82,57	Ávila	5.174
La figura de Santa Teresa y el ambiente religioso	79,82	Salamanca	4.034
La Muralla	94,10	Toledo	3.489
Las iglesias románicas	36,44	Segovia	3.423
Los palacios renacentistas	20,31	Burgos	2.084
El mercado de ganados y otros mercados al aire libre	6,55	León	2.082
El frío y los rigores climáticos	8,65	Cuenca	1.915
La tradición gastronómica	48,23	Cáceres	1.850
La Sierra de Gredos	57,01	Valladolid	1.845

Ficha técnica:

Población: personas no residentes en la ciudad de Ávila que visitan el destino con motivación turística. Se supone infinita.

Tamaño de la muestra: 763. Nivel de confianza: 95%. P=0,5. Error muestral: +4,5%.

(*) Puntuación ponderada en función del orden de preferencia citado por los visitantes de Ávila encuestados en relación a la elección de cada ciudad como destino de visita

3. El turismo en la ciudad. Datos básicos de coyuntura turística

La Exposición “TESTIGOS” ha consolidado un buen año turístico para Ávila. De hecho, las principales cifras turísticas muestran un incremento notable en el número de visitantes durante el periodo en el que ha permanecido abierta al público. Teniendo en cuenta las cifras de visitantes registradas en algunos de los principales museos y monumentos durante los meses de la exposición, se observa, por ejemplo, un incremento de un 43,41% respecto al mismo periodo del año anterior en las entradas vendidas para visitar la Muralla (en total 46.811 nuevos visitantes). En el Museo de Ávila el aumento ha sido del 40% (8.345 personas más que en 2003) y en el Museo de Santa Teresa del 35% (8.368 visitantes más). Por su parte las consultas atendidas en la Oficina de Información de la Junta de Castilla y León crecieron en un 33,47%; en total se atendieron 53.350 peticiones de información más que en el mismo periodo del año anterior.

Variación registrada en las cifras de afluencia turística de mayo a noviembre. Años 2003 y 2004. Indicadores básicos				
	2003	2004	Var. 03/04	Var. 03/04 (%)
OIT-Junta CyL	159.392	212.742	53.350	33,47
Muralla (entradas vendidas)	107.846	154.657	46.811	43,41
Muralla (subidas al adarve)	169.009	228.735	59.726	35,34
Museo de Ávila	20.741	29.086	8.345	40,23
Museo de Sta. Teresa	23.916	32.284	8.368	34,99

Fuente: SOTUR, Ayto. de Ávila, Museo de Ávila y Museo de Sta. Teresa.

MURALLA Total Visitantes (entradas vendidas + visitas gratuitas). Mayo-nov. 2004				
	2003	2004	Var. 03/04	Var.03/04 (%)
Mayo	20.684	16.503	-4.181	-20,21
Junio	12.047	17.679	5.632	46,75
Julio	17.290	22.624	5.334	30,85
Agosto	31.294	42.002	10.708	34,22
Septiembre	17.321	28.790	11.469	66,21
Octubre	12.192	27.039	14.847	121,78
Noviembre	7.682	14.051	6.369	82,91
TOTAL	118.510	168.688	50.178	42,34

Fuente: Ayto. de Ávila.

MURALLA-Subidas al adarve por tramos (mayo-nov. 2004)				
	Carnicerías	Alcázar	Ronda Vieja	Total
Mayo	12.215	8.280	1.728	22.223
Junio	13.874	8.104	1.425	23.403
Julio	17.596	11.245	2.295	31.136
Agosto	31.234	23.349	4.945	59.528
Septiembre	18.722	15.492	2.455	36.669
Octubre	20.955	13.509	2.325	36.789
Noviembre	10.163	7.307	1.517	18.987
TOTAL	124.759	87.286	16.690	228.735

Fuente: Ayto. de Ávila.

Durante los siete meses en que ha permanecido abierta la muestra, tras la propia exposición, la **Muralla** ha vuelto a ser el monumento más visitado. Ha recibido 168.688 visitantes (un 42% más que el mismo periodo del año anterior). Esta cifra se corresponde con 228.785 visitas o subidas al adarve (124.759 en el acceso de Carnicerías, 87.286 en el Alcázar y 16.690 en la Ronda Vieja). Dado que los visitantes en grupo apenas suben a la Muralla (los visitantes del monumento son en su mayoría, 88%, visitantes individuales), los picos de máxima afluencia se produjeron en el mes de agosto con un total de 31.294 personas, siendo noviembre el mes con menos afluencia (7.682). Septiembre y octubre han sido, en cambio, los meses en que mayor ha sido el crecimiento con respecto al año anterior, tanto en términos absolutos como relativos.

En el resto de los museos y monumentos visitables, aunque en menor medida, también se ha dejado sentir la influencia de la exposición. El **Museo de Santa Teresa** ha recibido entre mayo y noviembre 32.284 visitantes, el **Museo de Ávila** 29.086 y el **Monasterio de Santo Tomás** 23.731. Es de destacar cómo en estos museos y monumentos se ha notado especialmente el incremento de visitantes que se produjo durante el mes de octubre (mes de máxima afluencia de visitas en el Museo de Ávila y en el Monasterio de Santo Tomás). Tras octubre, agosto y septiembre completan la trilogía de meses de mayor número de visitantes.

Museos de Ávila. Registros de visitas. Mayo-Noviembre 2004			
	M. Santo Tomás	Museo de Ávila	Museo de Sta. Teresa
Mayo	3.254	3.689	2.629
Junio	3.998	3.050	3.200
Julio	2.385	3.464	4.779
Agosto	2.476	4.557	7.480
Septiembre	2.947	4.087	6.122
Octubre	5.384	6.841	6.012
Noviembre	3.293	3.398	2.062
TOTAL	23.737	29.086	32.284

Fuente: Museo de Ávila, Monasterio de Santo Tomás y Museo de Sta. Teresa.

En los diversos servicios de información y atención al visitante también se han registrado un elevado número de consultas entre mayo y noviembre de 2004. En la **Oficina de Información Turística de la Plaza de la Catedral** (Junta de Castilla y León), durante los meses de la exposición se han atendido un total de 212.742 consultas con origen en los visitantes de la ciudad, un 33,47% más que durante el mismo periodo del año anterior. El promedio diario fue de 994 consultas, frente a las 744 de 2003. Agosto fue el mes en que más consultas se atendieron (46.320, una media de 1.494 consultas diarias), seguido de los meses de octubre (36.365) y junio (32.923). Noviembre, por el contrario, fue el mes de menor número de consultas (13.867).

Por los **puntos de información turística** dependientes del Ayuntamiento (estación de RENFE, estación de autobuses y Pza. de la Catedral) han pasado 198.027 personas: 9.942 en la Estación de RENFE, 5.917 en el punto de la estación de autobuses y 182.162 en la Plaza de la Catedral. De ellos, un 59% fueron de visitantes individuales (116.701) y el 41% restante correspondieron a visitantes que accedieron a la ciudad en grupo organizado (especialmente numerosos en el punto de información situado en la Catedral, donde se registraron 80.671 visitantes en grupo). Entre todos los visitantes que pasaron por los puntos de información, un 17,57% (34.800 personas) pernoctaron en la ciudad de Ávila y lo hicieron en mayor número los visitantes de agosto (visitantes individuales fundamentalmente).

Finalmente, el **Centro de Recepción de Visitantes** ha recibido en el periodo de referencia 175.972 consultas. Entre ellos el 18% correspondieron a visitantes individuales (32.383) y el 82% a visitantes en grupo organizado (143.589). El centro es el punto de recogida de los grupos por parte de los guías locales, por ello queda constancia del paso de buena parte de los visitantes en grupo que acceden a la ciudad. Entre mayo y noviembre por él pasaron un total de 3.345 grupos (2.498 nacionales y 847 extranjeros). El tamaño medio de estos grupos es de 43 personas y la media de grupos por día se ha situado en 16. Destaca la relativa concentración de este tipo de visitantes en los últimos meses de la exposición. Durante octubre y noviembre se ha registrado el mayor número de grupos: 890 y 668 respectivamente.

El incremento en las visitas en grupo a la ciudad ha sido muy notable, como se desprende de las cifras expuestas y constatan los guías locales. A las visitas que anualmente programan los operadores comerciales se han añadido el gran número de grupos de turismo social que han llegado atraídos por la exposición (asociaciones culturales de diverso tipo, grupos religiosos, colegios y otras instituciones educativas, etc.). No obstante se ha tratado de grupos fundamentalmente de excursionistas pues tan sólo un 10% de los visitantes que han pasado por el Centro de Recepción de Visitantes (que han sido en su mayoría visitantes en grupo) han pernoctado en la ciudad (16.715 personas). La distribución temporal de los visitantes en grupo muestra un incremento notable de su llegada a lo largo de los meses de octubre y noviembre, que se une al pico del mes de junio, lo que contrasta con la curva de la llegada de visitantes individuales cuyo momento álgido se sitúa en el verano y concretamente en agosto, mes tradicional de vacaciones.

OIT_Junta CyL. Consultas atendidas- Mayo-Noviembre 2004					
Mes	2003	2004	Var. 03/04	Var. 03/04 (%)	Nº consultas/día
Mayo	20.629	23.272	2.643	12,81	751
Junio	14.464	32.923	18.459	127,62	1.097
Julio	23.451	29.266	5.815	24,80	944
Agosto	45.547	46.320	773	1,70	1.494
Septiembre	26.024	30.729	4.705	18,08	1.024
Octubre	18.699	36.365	17.666	94,48	1.173
Noviembre	10.578	13.867	3.289	31,09	462
TOTAL	159.392	212.742	53.350	33,47	994

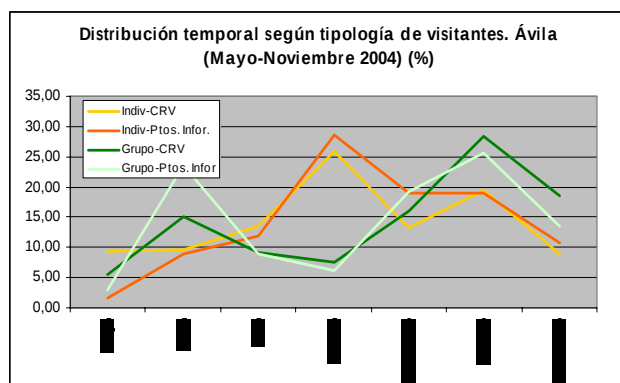
Fuente: SOTUR

Consultas realizadas en los Puntos de Información Turística del Ayuntamiento						
		Visitantes nacionales		Visitantes extranjeros		TOTALES
		Individuales	Grupos	Individuales	Grupos	
Pto. Infor. RENFE	Mayo	382	0	153	0	535
	Junio	634	104	174	0	912
	Julio	1.284	162	528	69	2.043
	Agosto	1.959	0	471	11	2.441
	Septiembre	1.848	126	419	0	2.393
	Octubre	889	0	230	0	1.119
	Noviembre	402	0	97	0	499
	Subtotal	7.398	392	2.072	80	9.942
Pto. Infor. Est. Autobuses	Mayo	85	0	42	0	127
	Junio	167	8	43	0	218
	Julio	593	0	193	0	786
	Agosto	1.873	46	216	10	2.145
	Septiembre	1.059	50	223	0	1.332
	Octubre	833	0	126	14	973
	Noviembre	214	55	67	0	336
	Subtotal	4.824	159	910	24	5.917
Pto. Infor. CATEDRAL	Mayo	1.076	2.300	239	175	3.790
	Junio	8.178	17.981	1.246	1.043	28.448
	Julio	9.641	6.491	1.756	461	18.349
	Agosto	26.663	4.190	2.266	782	33.901
	Septiembre	16.287	13.695	2.443	1.821	34.246
	Octubre	18.017	19.508	1.979	1.383	40.887
	Noviembre	10.608	10.420	1.098	421	22.547
	Subtotal	90.470	74.585	11.027	6.086	182.168
TOTAL		102.692	75.136	14.009	6.190	198.027

Fuente: Ayto. de Ávila.

Consultas realizadas en los Ptos. Infor. Tca. del Ayto. Personas que pernctaron en la ciudad (mayo-noviembre 2004)				
	RENFE	Autobuses	Catedral	TOTAL
Mayo		44	1.079	1.123
Junio	163	66	4.177	4.406
Julio	570	289	3.746	4.605
Agosto	601	640	7.213	8.454
Septiembre	682	352	6.220	7.254
Octubre	349	180	5.701	6.230
Noviembre	78	47	2.603	2.728
TOTAL	2.443	1.618	30.739	34.800

Fuente: Ayto. de Ávila.



Centro de Recepción de Visitantes. Número de consultas realizadas desde su inauguración según tipos de visitantes						
Mes	TOTAL	Nacionales	Extranjeros	Individuales	Visit. Grupos	Nº Grupos
Mayo	10.938	7.667	3.271	3.026	7.912	204
Junio	24.661	21.330	3.331	3.140	21.521	462
Julio	17.410	14.098	3.312	4.394	13.016	312
Agosto	19.210	15.948	3.262	8.398	10.812	269
Septiembre	27.160	22.129	5.031	4.295	22.865	540
Octubre	47.070	38.896	8.174	6.262	40.808	890
Noviembre	29.523	25.938	3.585	2.868	26.655	668
TOTAL	175.972	146.006	29.966	32.383	143.589	3.345

Fuente: Ayto. de Ávila.

Por **procedencias** se detecta que durante los meses de la exposición han **predominado los visitantes nacionales**, siendo débil la afluencia de turistas extranjeros. De hecho, parece constatar un descenso, en términos absolutos, del número de visitantes extranjeros que visitan Ávila, al igual que vienen ocurriendo en otros destinos del entorno como Toledo, Segovia, e incluso Madrid. Según los datos de las consultas efectuadas en la Oficina de Información Turística de la Junta el 86,60% de los visitantes (individuales) que han utilizado este servicio entre mayo y noviembre son de origen español (el 75,38% en el mismo periodo de 2003), mientras que el 13,40% restante han sido extranjeros. Porcentajes semejantes se observan entre los visitantes individuales de la Muralla: 82,91% de visitantes nacionales y 17,09% de extranjeros. En la oficina de información turística las consultas realizadas por visitantes nacionales han crecido respecto al mismo periodo de 2003 un 61%, mientras que han disminuido notablemente los extranjeros, 10.727 personas menos, un 27%. En la Muralla el crecimiento de los visitantes nacionales ha sido del 61%, en cambio ha habido 7.392 visitantes extranjeros menos que en 2003 (-17%).

Procedencia de los visitantes individuales de Ávila. Mayo-Noviembre 2004

		OIT_Junta	Muralla
2003	Nac.	120.157	109.852
	Extr.	39.235	43.945
2004	Nac.	184.241	177.373
	Extr.	28.508	36.553
Var. 03/04	Nac.	64.084	67.521
	Extr.	-10.727	-7.392
Var. 03/04 (%)	Nac.	53%	61%
	Extr.	-27%	-17%

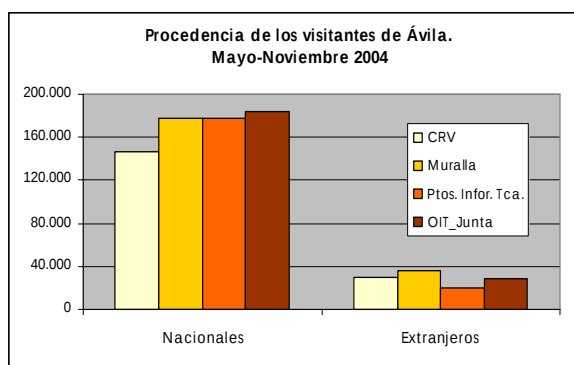
Fuente: SOTUR; Ayto. de Ávila.

En el caso de los visitantes en grupo los datos proporcionados por los registros del Centro de Recepción de Visitantes y las consultas de los puntos de información turística del Ayuntamiento muestran también una primacía del turismo interior. El 80% de los visitantes en grupo que han pasado entre mayo y noviembre por el centro han sido visitantes nacionales, porcentaje que alcanza el 92% en el caso de los visitantes de grupo atendidos en los puntos de información turística. Los profesionales del sector han constatado un incremento notable en el número de grupos nacionales que han acudido atraídos por la exposición: grupos excursionistas de turismo social que constituyen un público que en las exposiciones de *Edades del Hombre* tiene más presencia que en *otro tipo de exposiciones*.

Procedencia de los visitantes de Ávila por tipos. Mayo-Noviembre 2004

		CRV	Ptos. Infor. Tca.
Individuales	Nac.	27.391	102.692
	Extr.	4.992	14.009
Grupos	Nac.	118.615	75.136
	Extr.	29.974	6.190
Total	Nac.	146.006	177.828
	Extr.	29.966	20.199

Fuente: Ayto. de Ávila.



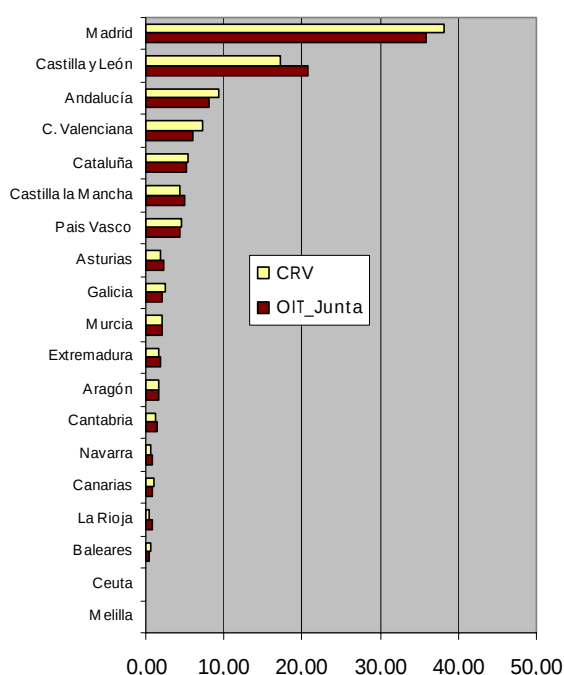
Desagregando con un mayor nivel de detalle la procedencia de los visitantes de Ávila, encontramos que para los **individuales**, los principales mercados emisores de visitantes **nacionales** han sido durante estos meses Madrid (35,94% de las consultas realizadas en la OIT), Castilla y León (20,84%), Andalucía (8,09%), Comunidad Valenciana (6,11%) y Cataluña (5,19%). Destaca el alto número de visitantes de proximidad, madrileños y castellano-leoneses, que han constituido el grueso de los visitantes nacionales que han llegado a la ciudad (56,78%). En relación con la variable procedencia, los datos que permiten analizar la evolución de los visitantes individuales nacionales por comunidad autónoma (consultas de la OIT) indican que las *Edades del Hombre* ha propiciado un crecimiento espectacular del número de visitantes de Ávila este año, debido fundamentalmente al incremento de los visitantes de proximidad: madrileños y castellano-leoneses. Los primeros han crecido un 130% respecto al mismo periodo de 2003 (en total 37.498 consultas más) y los castellano-leoneses un 192,70%; es decir casi se han duplicado respecto al año anterior (25.277 consultas). Sin embargo, el número de consultas realizadas por catalanes, valencianos y andaluces, tres de los principales mercados emisores de turismo nacional, han disminuido respecto al año anterior. De estas comunidades provienen la mayor parte de los visitantes que pernoctan en la ciudad. En este sentido, todo parece indicar que **TESTIGOS como reclamo turístico ha potenciado fundamentalmente la afluencia de visitantes individuales del entorno más cercano: visitantes que realizan un corto desplazamiento en un contexto de ocio urbano-turístico.**

**Procedencia de los visitantes individuales de Ávila.
Mayo-Noviembre 2004**

	Total		%	
	CRV	OIT_Junta	CRV	OIT_Junta
Madrid	10.462	66.219	32,31	31,13
C-León	4.699	38.397	14,51	18,05
Resto de España	12.230	79.625	37,77	37,43
Extranjeros	4.992	28.508	15,42	13,40
TOTAL	32.383	212.749	100,00	100,00

Por su parte entre los visitantes individuales extranjeros destacan de forma muy clara los colectivos de visitantes procedentes de Francia, EEUU, Alemania, Italia Reino Unido, Portugal, México y Argentina. Todos ellos mercados emisores clásicos de turismo a España. Aunque el número de visitantes individuales extranjeros parece haber disminuido en general respecto al año anterior (cifras de visitantes de la Muralla, consultas de las OIT), los colectivo que más fuertemente se ha visto afectado ha sido el de los visitantes italianos (-36,82%), estadounidenses (-29,45%) y franceses (-20,04%).

**Principales procedencias de
los visitantes individuales nacionales.
Mayo-Noviembre 2004 (%)**



**Variación 03-04. Procedencias Visitantes individuales
nacionales. Mayo-Noviembre. OIT_Junta**

	2003	2004	Var. 03/04	Var. 03/04 (%)
Madrid	28.721	66.219	37.498	130,56
Castilla y León	13.118	38.397	25.279	192,70
Castilla la Mancha	4.608	9.051	4.443	96,42
País Vasco	6.527	8.180	1.653	25,33
Asturias	2.719	4.171	1.452	53,40
Extremadura	2.010	3.331	1.321	65,72
Cantabria	1.429	2.567	1.138	79,64
Galicia	3.723	3.990	267	7,17
Navarra	1.294	1.551	257	19,86
Aragón	2.930	3.177	247	8,43
Ceuta	106	223	117	110,38
La Rioja	1.321	1.355	34	2,57
Melilla	46	64	18	39,13
Murcia	3.910	3.881	-29	-0,74
Baleares	1.218	802	-416	-34,15
Canarias	2.471	1.528	-943	-38,16
Andalucía	16.396	14.913	-1.483	-9,04
Cataluña	12.716	9.575	-3.141	-24,70
C. Valenciana	14.894	11.266	-3.628	-24,36

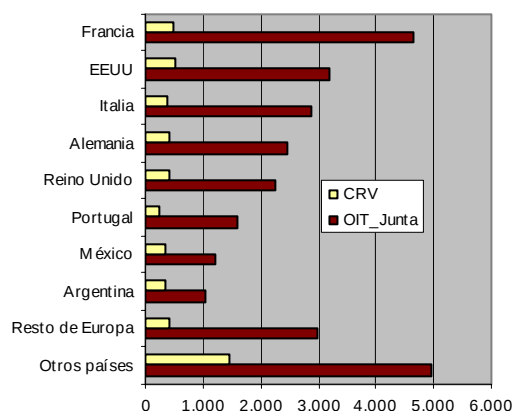
Fuente: SOTUR

Variación 03-04. Procedencias Visitantes individuales extranjeros. Mayo-Noviembre. OIT_Junta

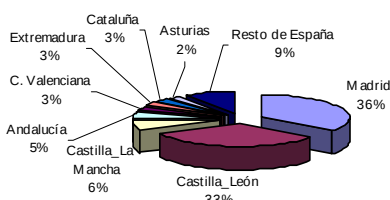
	2003	2004	Var. 03/04	Var. 03/04 (%)
Francia	5.808	4.644	-1.164	-20,04
EEUU	4.544	3.206	-1.338	-29,45
Alemania	3.246	2.871	-375	-11,55
Italia	3.889	2.457	-1.432	-36,82
Reino Unido	3.020	2.244	-776	-25,70
Portugal	2.422	1.591	-831	-34,31
México	1.584	1.231	-353	-22,29
Argentina	1.248	1.032	-216	-17,31
Resto de Europa	6.449	2967	-3.482	-53,99

Fuente: SOTUR.

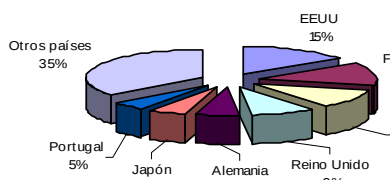
Principales procedencias de los visitantes individuales extranjeros. Mayo-Noviembre 2004



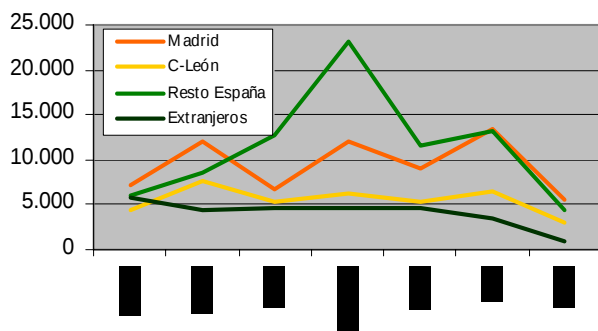
CRV. Procedencias de los visitantes en grupo nacionales. Mayo-Noviembre 2004



CRV. Procedencias de los visitantes en grupo extranjeros. Mayo-Noviembre 2004



OIT_Junta. Distribución mensual de las consultas en función de la procedencia de los visitantes. (Mayo-Noviembre 2004)



Entre los visitantes en grupo, la información recogida en el Centro de Recepción de Visitantes nos indica que los visitantes en grupo nacionales (el 80% del total) procedieron en su mayor parte de Madrid (36%) y de Castilla y León (33%). Castilla-La Mancha, Andalucía, Valencia, Extremadura y Cataluña, por ese orden, han constituido este año 2004 los mercados emisores secundarios. Entre los extranjeros los grupos más numerosos provenían de Estados Unidos, Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Japón y Portugal.

La distribución temporal de la llegada de visitantes a Ávila durante los meses de la exposición muestra un perfil muy diferente en función de la procedencia de los turistas y excursionistas. De esta manera, para los visitantes de proximidad y los extranjeros la distribución resulta mucho más homogénea que en el caso de los visitantes españoles del resto de España, fundamentalmente concentrados en verano (mes de agosto).

4. Repercusión de la exposición y dinámica turística local.

Es indudable la trascendencia que para una ciudad pequeña como Ávila ha tenido la celebración de una exposición de la naturaleza de las *Edades del Hombre*. Los efectos positivos sobre la afluencia turística y el conjunto de la economía local son más que evidentes. Sólo en las primeras siete ediciones de la muestra (sin considerar la de Amberes), la organización estimaba en 81.000 millones de pesetas el volumen de negocio generado por las exposiciones: unos 5.000 millones de ptas. en Valladolid, 20.000 en León, 30.000 en Salamanca y alrededor de 6.000 en las ciudades de Burgos, Astorga y el Burgo de Osma.

En Ávila la exposición ha servido sin lugar a dudas para incrementar, de forma muy significativa, el número de visitantes que este año han pasado por la ciudad. En los meses de la exposición los elementos del patrimonio abulense abiertos al público han aumentado alrededor de un 40% sus visitas y las consultas atendidas en la Oficina de Información Turística de la Junta crecieron un 33% respecto al mismo periodo del año anterior. Aunque no se disponen aún de los datos de la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del I.N.E., los resultados de la encuesta realizada a los visitantes de la ciudad muestran un incremento en el porcentaje de los visitantes que pernoctaron en Ávila: un 35,67% frente al 31,95% del primer semestre o al 29% de hace tres temporadas. Sin embargo es preciso señalar que en parte este incremento de la pernoctación se debe al aumento del volumen de personas que han hecho uso de alojamiento extrahotelero (casas de familiares y amigos fundamentalmente): un 27,20%, frente al 5,13% que se obtenía en la temporada 2000-2001. Por otra parte, aplicando los porcentajes de pernoctación en establecimientos con categoría de hoteles y hostales obtenidos en la encuesta realizada a los visitantes se podría estimar *grosso modo* en más de 175.000 los viajeros alojados en los establecimientos hoteleros en Ávila entre mayo y mediados de diciembre de 2004, lo que supondría un 23% más respecto a los viajeros de 2003, según los datos que proporciona el INE para el mismo periodo de dicho año.

Como no todos los visitantes de la ciudad hacen uso turístico del resto de los recursos patrimoniales, es difícil estimar de forma exacta el incremento real del número de visitantes respecto a años anteriores. Ahora bien en conjunto, los 859.559 visitantes que ha tenido la exposición suponen, aproximadamente, **un incremento de un 80%** en el número de visitantes que se vienen acercando a Ávila durante esos meses (estimado sobre un total de 650.000 visitantes anuales). Por tanto, el número total de visitantes de Ávila durante 2004 se puede haber incrementado hasta superar el umbral del millón de visitantes (entre 1.050.000 y 1.100.000 personas). En este cálculo tan básico no se tiene en cuenta que entre los visitantes de la exposición están los residentes en la ciudad; sin embargo este dato se compensa con la existencia también de un porcentaje de visitantes foráneos, un 7,24% de los encuestados durante esos meses, que no pasaron por la exposición.

NIVEL DE GASTO EN DESTINO (Encuesta a la demanda)	
Menos de 15 euros	11,97 %
De 15 a 30 euros	22,37 %
De 30 a 60 euros	34,21 %
De 60 a 90 euros	15,00 %
Más de 90 euros	15,66 %
n.s./n.c.	0,79 %

Fuente: Encuesta a la demanda
(Ávila, mayo-noviembre 2004).

El gasto turístico directo realizado en Ávila, entre mayo y diciembre, se aproxima a los **100 millones de euros de ingresos directos para la ciudad**, calculados sobre el gasto medio que los visitantes han realizado en destino: 68,07 euros al día en el caso de los turistas que pernoctan (con una estancia media de 3,56 días) y 47,76 euros al día en el caso de los excursionistas. Los impactos indirectos de la exposición, aunque difíciles de calcular, son muy importantes para el reforzamiento del Ávila destino cultural/religioso, resaltando, entre otros, la presencia en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, ...) que ha situado la ciudad en el imaginario colectivo durante un largo periodo de tiempo.

El impacto económico de TESTIGOS se ha dejado sentir sobre todo el entramado productivo local, aunque de forma directa ha incidido sobre el sector del alojamiento, el comercio y fundamentalmente la restauración. Los establecimientos dedicados a la hostelería (bares, restaurantes y cafeterías), especialmente los ubicados en el entorno de la catedral y su zona de influencia inmediata, han visto aumentar la demanda de su negocio exponencialmente porque, si bien la mayor parte de los visitantes fueron excursionistas, en un alto porcentaje hicieron uso de los restaurantes locales (83,88%).

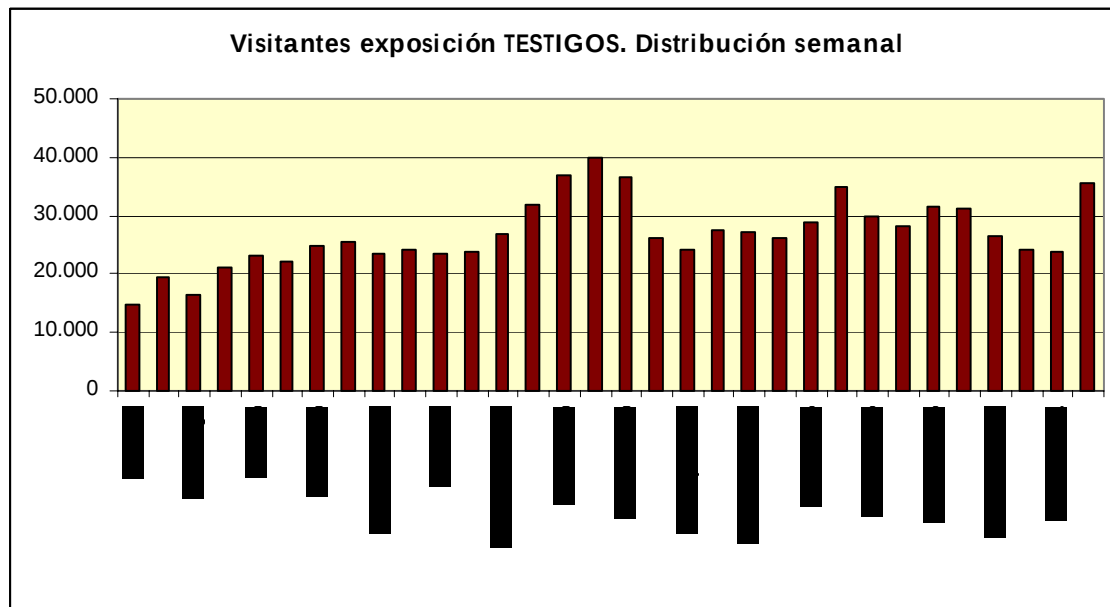
En conjunto el sector de actividades turísticas de orientación privada, en respuesta al aumento de la demanda turística que ha experimentado Ávila durante los últimos años se ha reforzado aumentando la oferta de plazas hoteleras y de restauración. En los últimos meses se han abierto al público tres nuevos establecimientos de restauración y dos hoteles con 185 plazas nuevas (Hotel Ávila Golf y Hostal Puerta del Alcázar).

Por último es preciso tener en cuenta que la llegada, en ocasiones masiva, de visitantes durante la celebración de la exposición, al igual que ha ocurrido en otras muchas ciudades, ha desbordado puntualmente la capacidad de asimilación de tráfico de la trama del casco histórico. El nivel de uso de los aparcamientos habilitados para los visitantes ha sido muy alto, pero lo ha sido especialmente el situado en la Pza. de Santa Teresa (en pleno centro urbano) con 125.861 turismos aparcados entre mayo y noviembre, dado que era el aparcamiento utilizado de manera preferente por los turistas (debido a su cercanía a la Catedral). Este aparcamiento se ha saturado en múltiples ocasiones pues el nivel de rotación de los vehículos de los visitantes es muy bajo. Contrasta, sin embargo con el escaso nivel de uso de los otros dos aparcamientos, especialmente el de Edades cuando el precio era muy bajo (1 euro durante todo el día) y se tenía garantizado la conexión mediante autobús con la catedral; este hecho evidencia que es necesario reforzar la información en origen y también en destino.

Uso de los aparcamientos públicos de Ávila (Nº de vehículos)					
	El Rastro	Pza. Sta. Teresa	"Edades" Coches	Total coches	"Edades" Autocares
Mayo	805	15.954	716	17.475	16
Junio	783	16.073	1.071	17.927	45
Julio	945	17.821	1.269	20.035	43
Agosto	2.214	23.814	4.142	30.170	82
Septiembre	1.518	18.555	1.207	21.280	63
Octubre	1.347	19.097	1.618	22.062	72
Noviembre	700	14.547	795	16.042	55
TOTAL	8.312	125.861	10.818	144.991	376

Fuente: Ayto. de Ávila.

En suma, **la exposición TESTIGOS cuya función cultural/religiosa se ha cubierto con éxito**, a juzgar tanto de los responsables de la Fundación *Las Edades del Hombre* como de los visitantes, **también ha resultado exitosa en términos turísticos** pues ha servido para que Ávila haya incrementado el número de visitantes en cerca de un 40%, superando el millón de visitantes, se haya posicionado mejor como destino cultural, ha obtenido muy buenos resultados económicos y preparado mejor sus infraestructuras y equipamientos turísticos. No hay duda, Ávila esta hoy mejor preparada como destino cultural que antes de la exposición, evidenciándose nuevamente como una oferta cultural de calidad, presentada en los lugares adecuados y en las fechas mas oportunas, además de cumplir fines culturales o religiosos resulta una inversión mas que rentable para la ciudad tanto en términos culturales como turísticos.



Ayuntamiento de Ávila
Concejalía de Turismo