

RESUMEN ESTADÍSTICO 2019

Turismo de Villena



M.I. AYUNTAMIENTO DE
VILLENA
CONCEJALÍA DE
TURISMO

VILLENA
FORTALEZA MEDITERRÁNEA

Total de visitas



Total visitas atendidas 2019

Total de visitas incluye los visitantes atendidos a lo largo de 2019 por los informadores y guías de Turismo de Villena en los siguientes espacios de interés turístico:

- Oficinas Tourist Info de Villena
- Castillo de la Atalaya
- Iglesia de Santiago
- Iglesia de Santa María
- Teatro Chapí
- Museo Arqueológico José María Soler
- Museo Festero
- Museo Escultor Navarro Santafé
- Cabezo Redondo (no incluye Jornadas de Puertas Abiertas de julio 2019)

Total visitas atendidas 2019

56.676 visitas totales atendidas en 2019

 -6,1% respecto de 2018

Algunas causas:

Cierre del Museo Arqueológico Municipal en julio 2019 para su traslado a nuevas dependencias.

Cierre del Santuario de las Virtudes en diciembre 2018 para obras de restauración.

Descenso generalizado de visitantes con origen Comunidad Valenciana en la Costa Blanca, principal emisor hacia Villena.

Positiva ampliación del horario de apertura de Iglesia de Santiago por presencia de la Patrona, pero más visitas por libre al templo que no se pueden cuantificar.

Comportamiento anual

 Temporada alta (primavera y otoño)

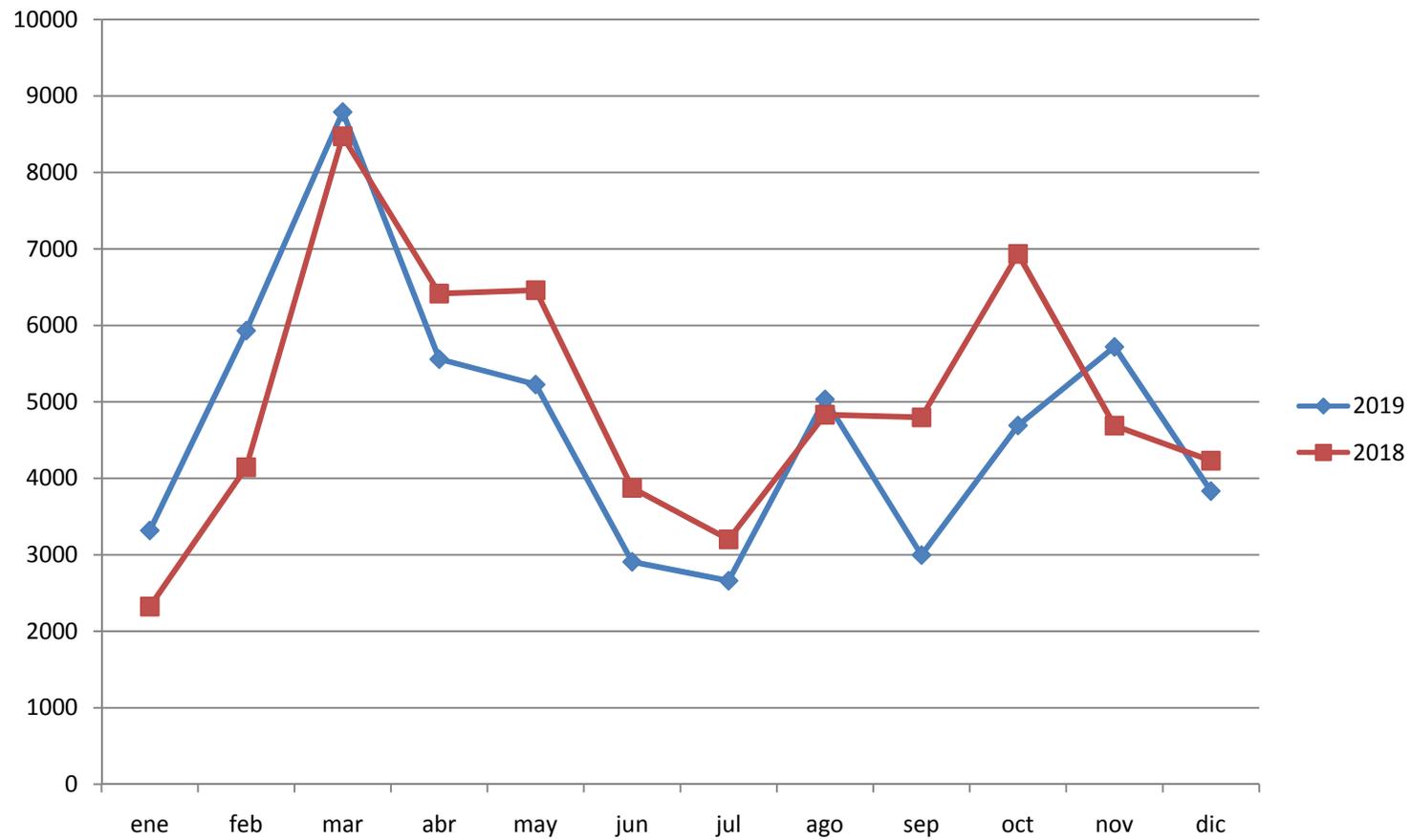
La temporada alta se extiende hacia los extremos del año: febrero y noviembre

Febrero  supera a abril por primera vez

Temporada alta  en los meses más cercanos al verano: abril, mayo y octubre 

Junio, julio y septiembre se hundén, pero agosto 

Comportamiento anual

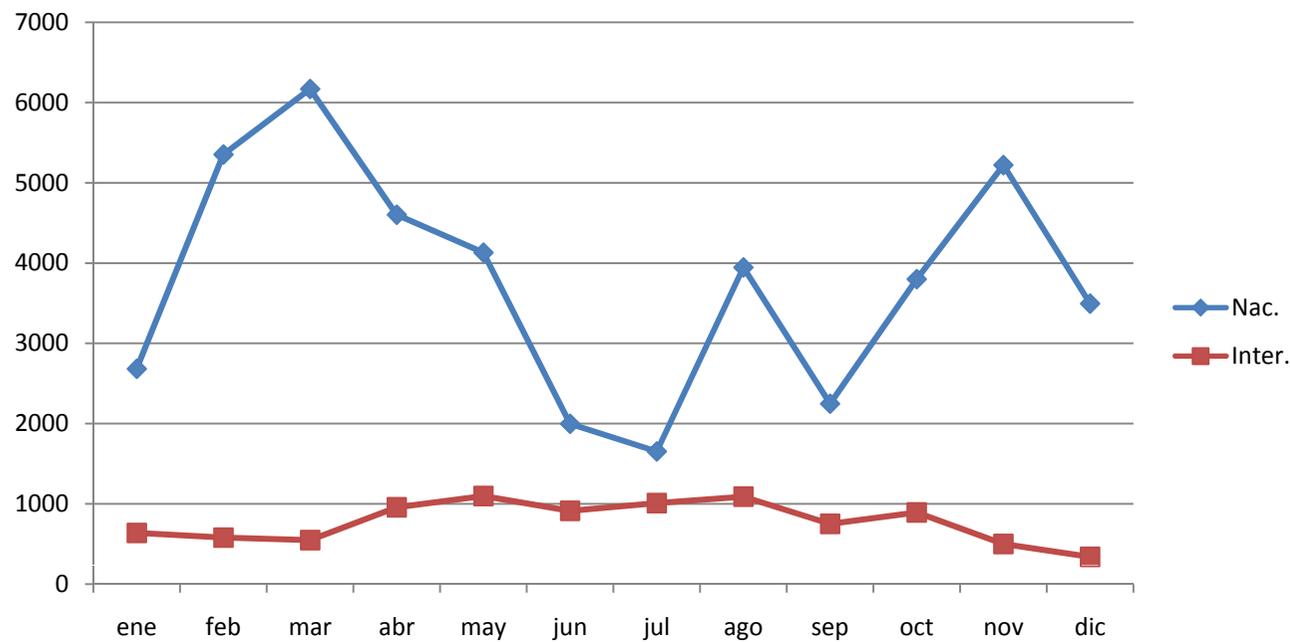


Procedencia de total visitas

Nacionales ↓ -10,1%

Internacionales ↑ +7,5%

no compensan caída de nacionales



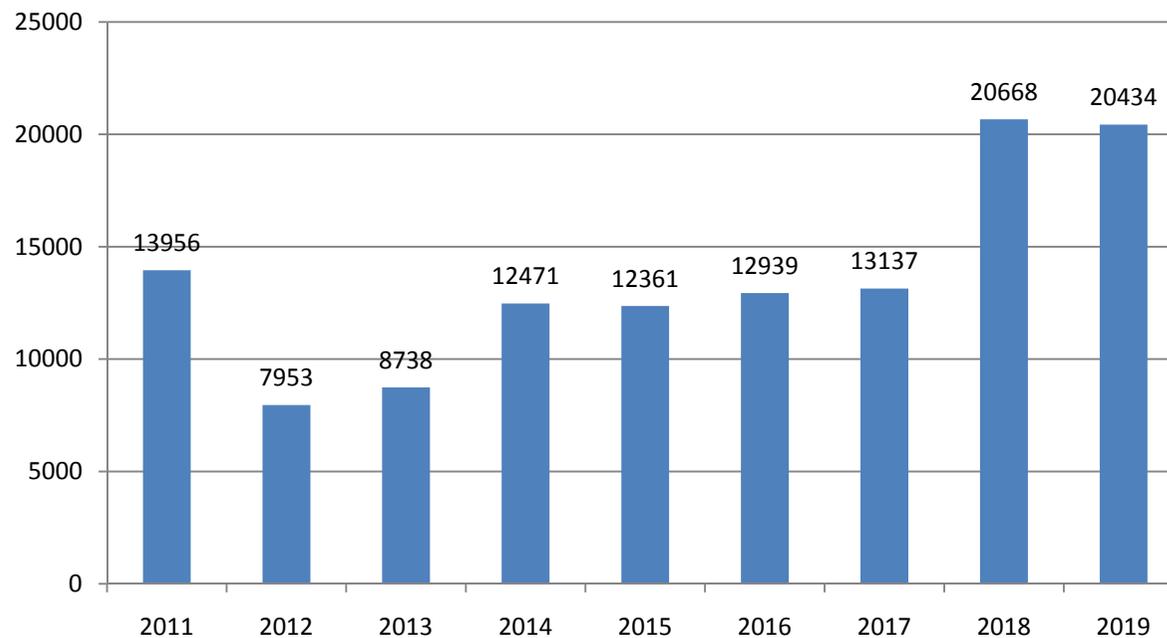
Oficinas Tourist Info



Oficinas Tourist Info

Tourist Info Castillo de Villena  -1,1%

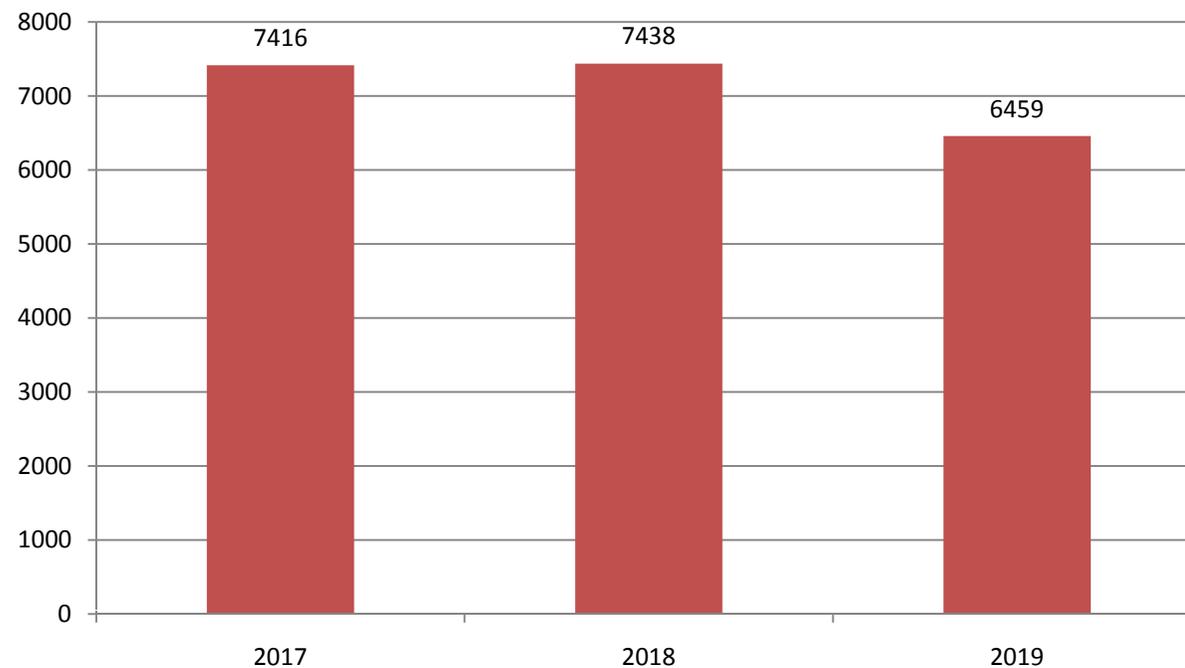
2º mejor año desde su apertura



Oficinas Tourist Info

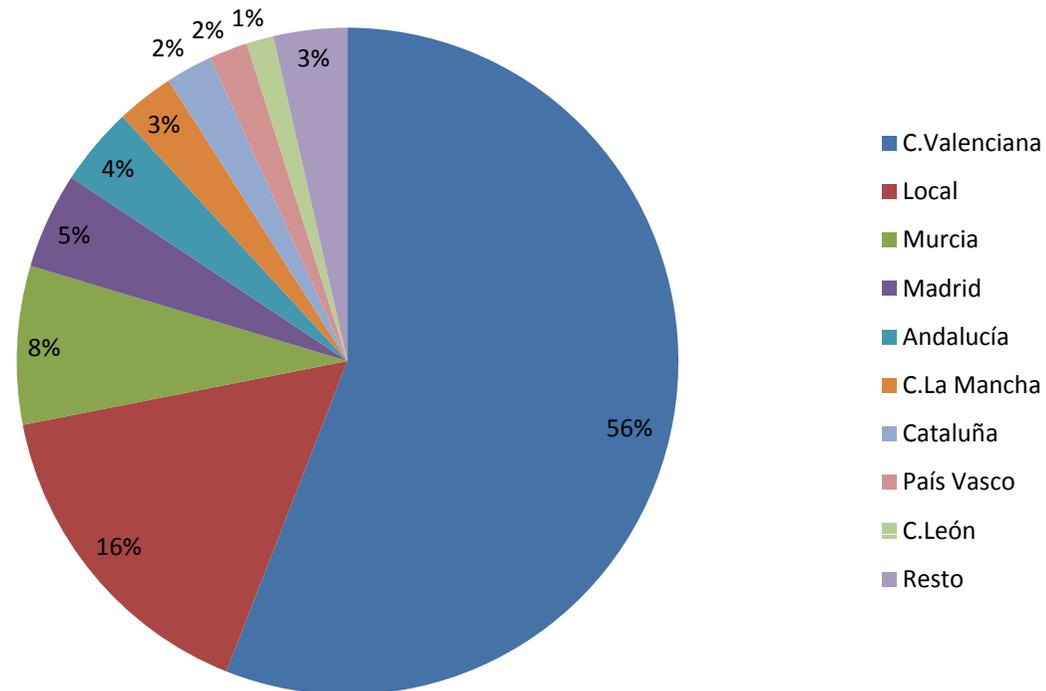
Tourist Info Santiago ↓ -13,2%

Muy afectada por cierre Museo Arqueológico



Oficinas Tourist Info

Procedencias nacionales:



Oficinas Tourist Info

 principal emisor  -8,7%

Explica en parte el descenso en temporada alta

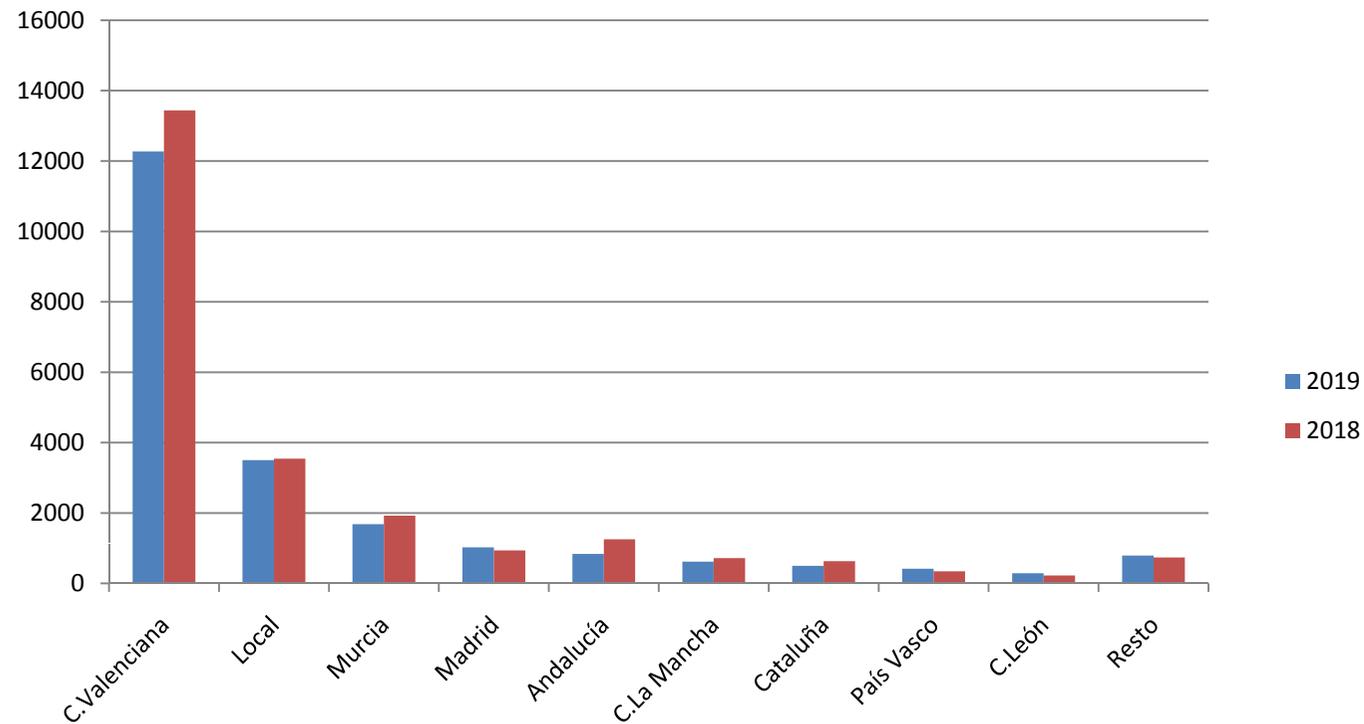
Bajan principales emisores, excepto 

Crece resto de España

Explica en parte el incremento en temporada baja

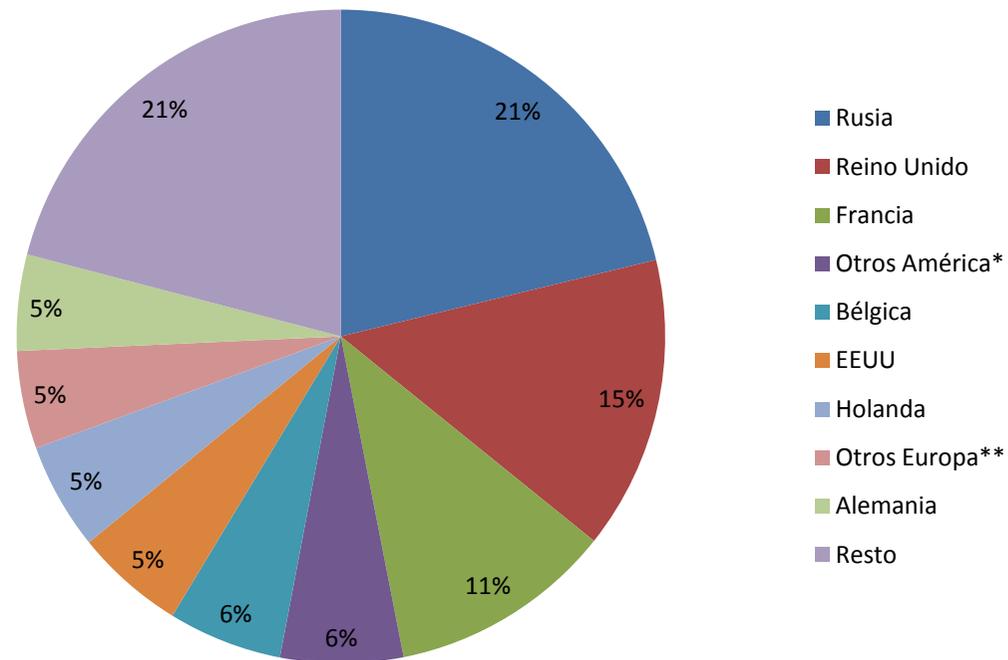
Oficinas Tourist Info

Procedencias nacionales:



Oficinas Tourist Info

Procedencias internacionales:



Oficinas Tourist Info



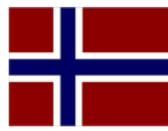
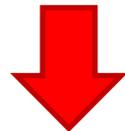
Principal emisor en 2019  +48,3%

Por visitas de TT.OO. principalmente



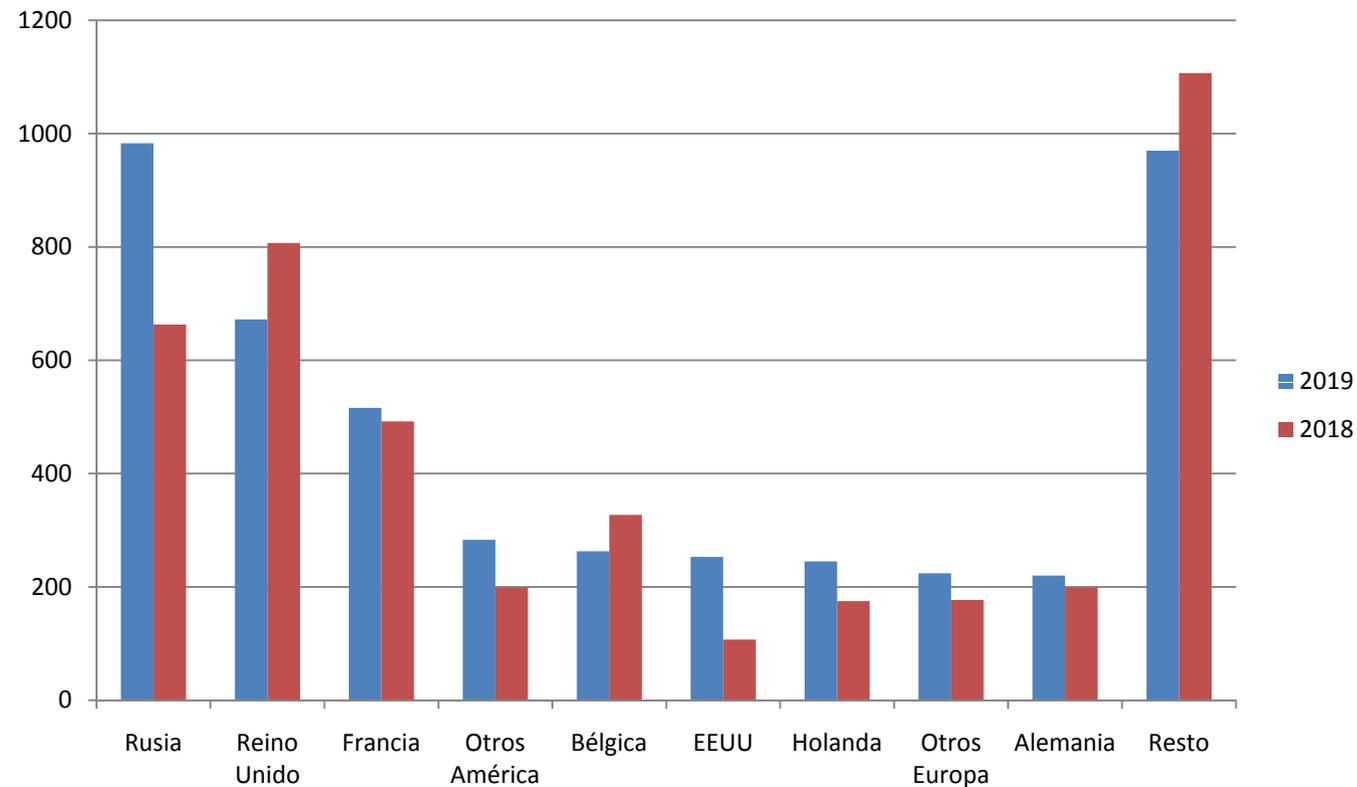
 -16,7 Baja al 2º puesto

Afectado por cierre del Museo



Oficinas Tourist Info

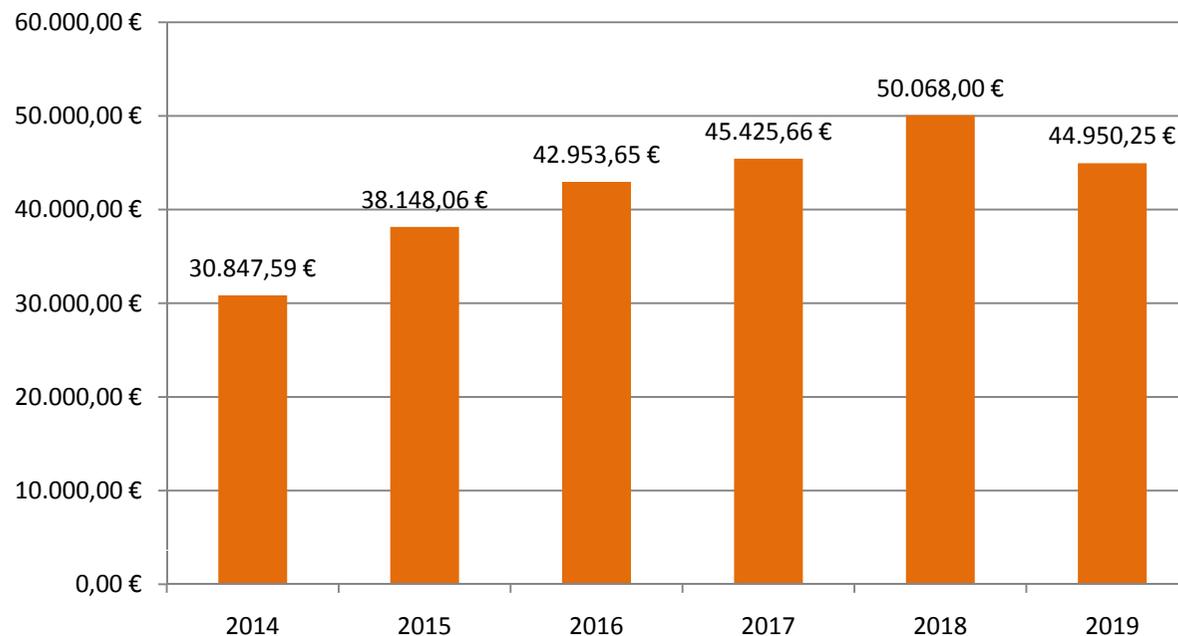
Procedencias internacionales:



Oficinas Tourist Info

Ingresos por cobro de tasas y ventas de
suveniris  -10,2%

Resultó decisivo el cierre del Museo Arqueológico



Oficinas Tourist Info

Empresas de intermediación turística:

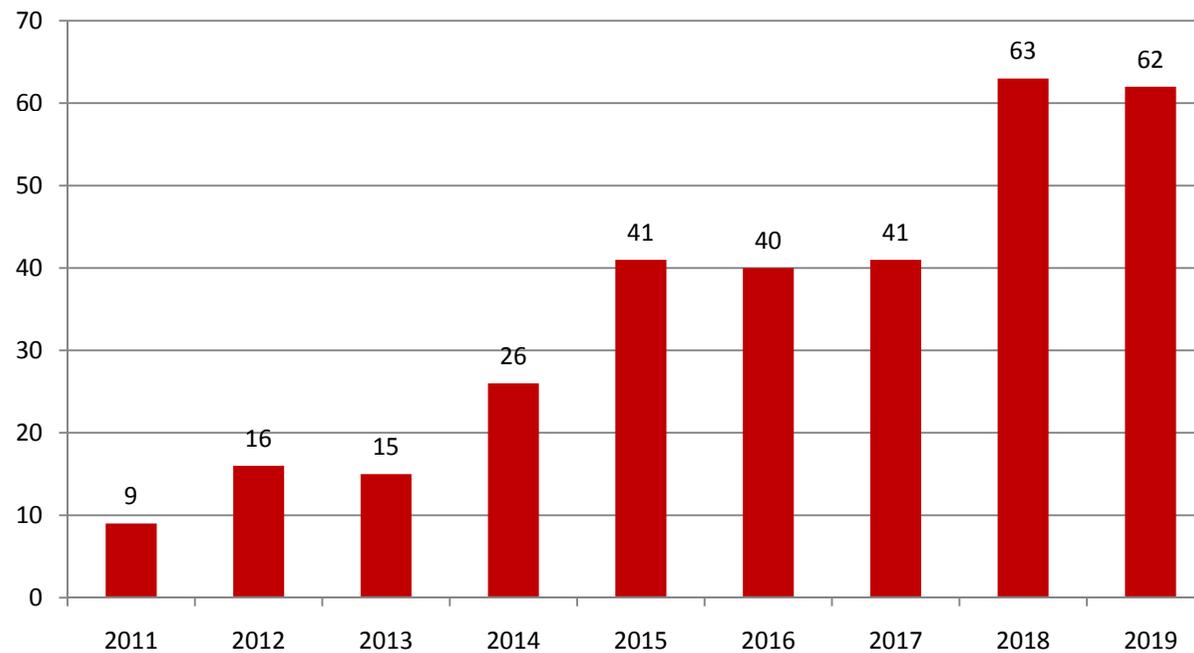
 Baja ligeramente el número de visitantes a través de estas empresas.

Se mantiene el número de empresas y grupos llegados a través de ellas.

2º mejor año en visitas de intermediarios turísticos:
AAVV, TTOO y empresas especializadas.

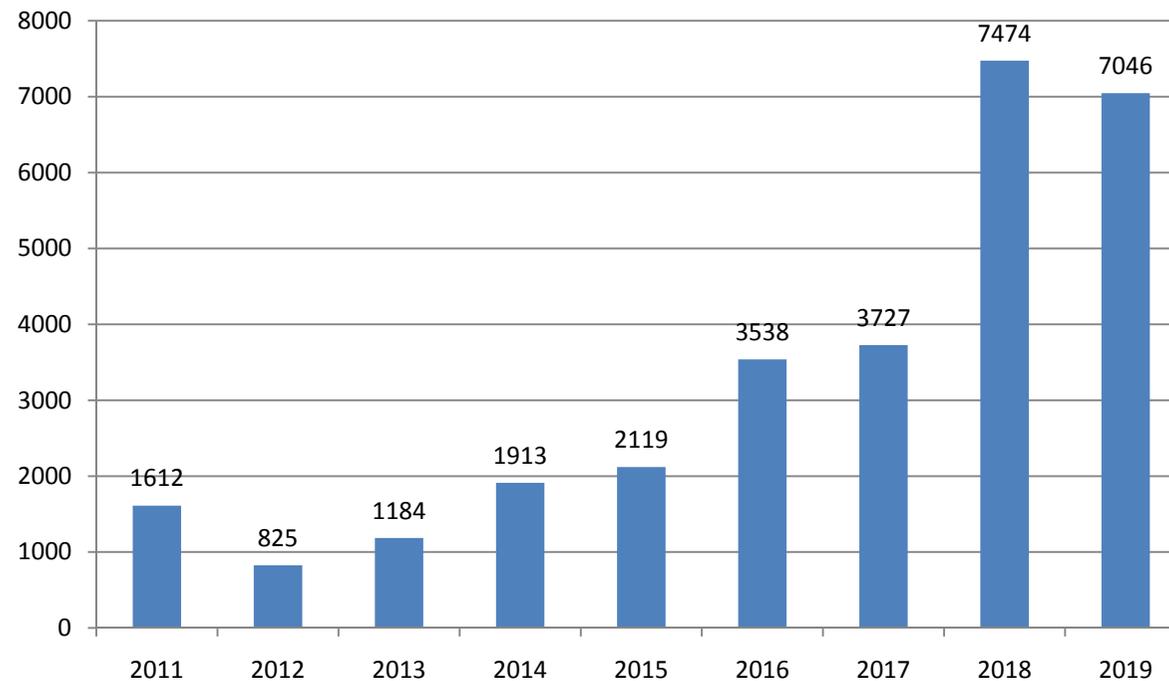
Oficinas Tourist Info

Total de empresas de intermediación turística distintas recibidas:



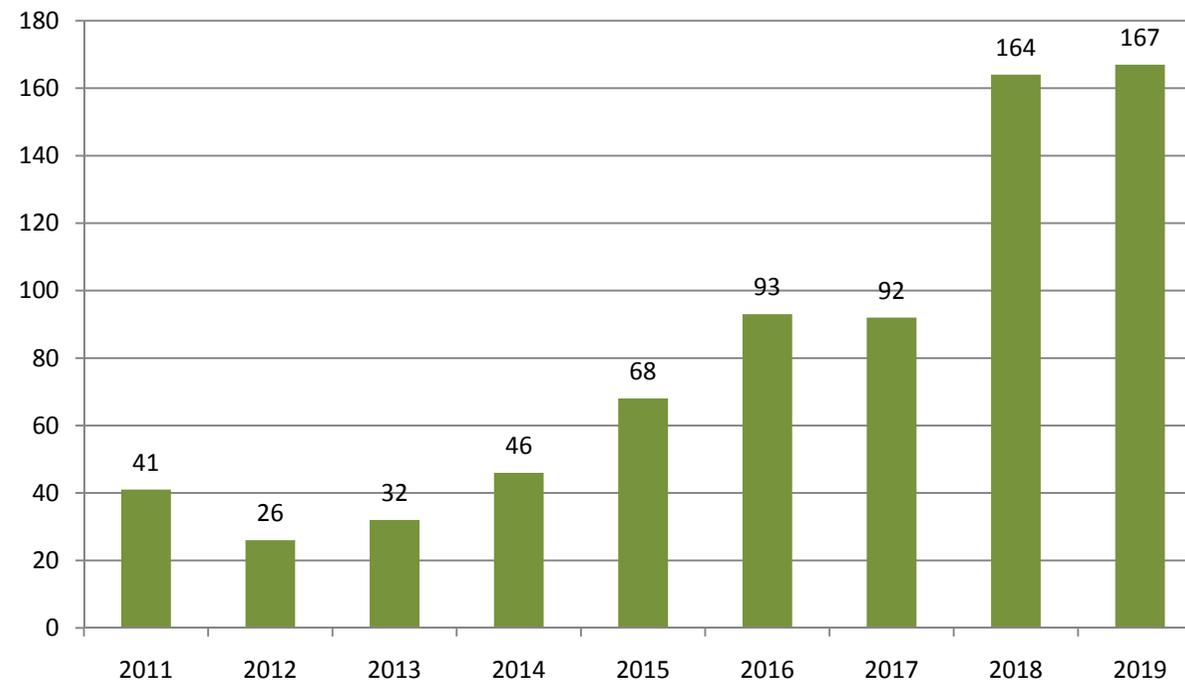
Oficinas Tourist Info

Total de visitantes llegados a través de empresas de intermediación turística:



Oficinas Tourist Info

Total de grupos llegados a través de empresas de intermediación turística:

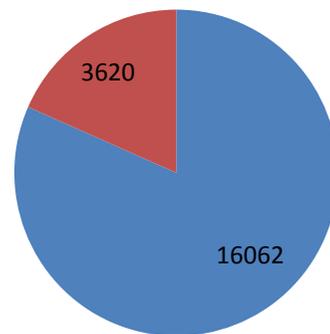
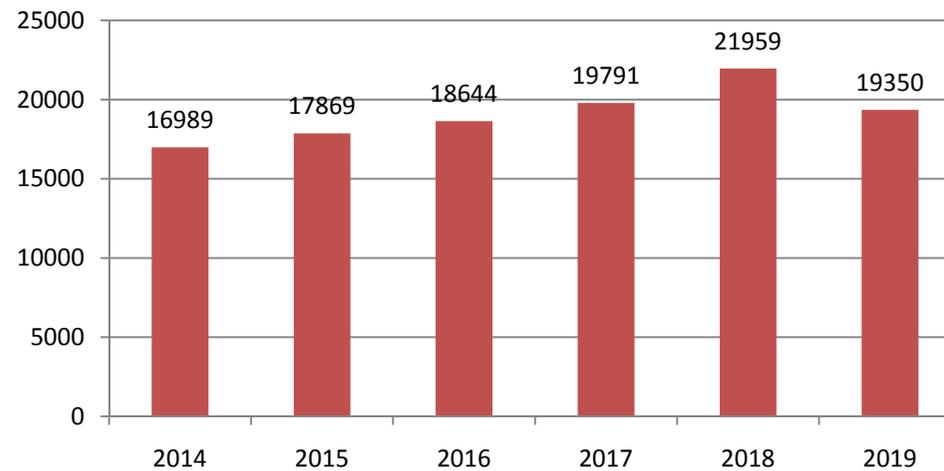


Monumentos

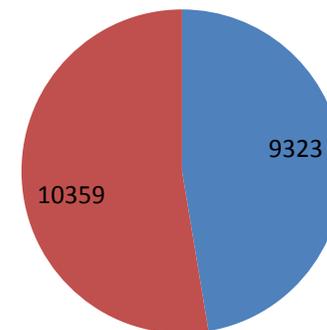


Castillo de la Atalaya

-10,4% ↓
 Primer descenso desde reapertura a finales de 2013.



■ esp
 ■ ext



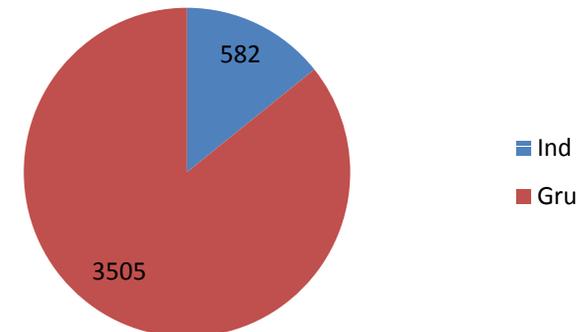
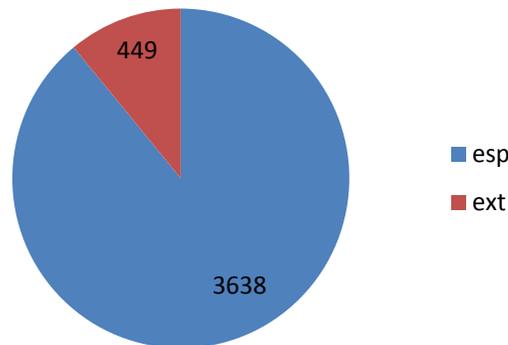
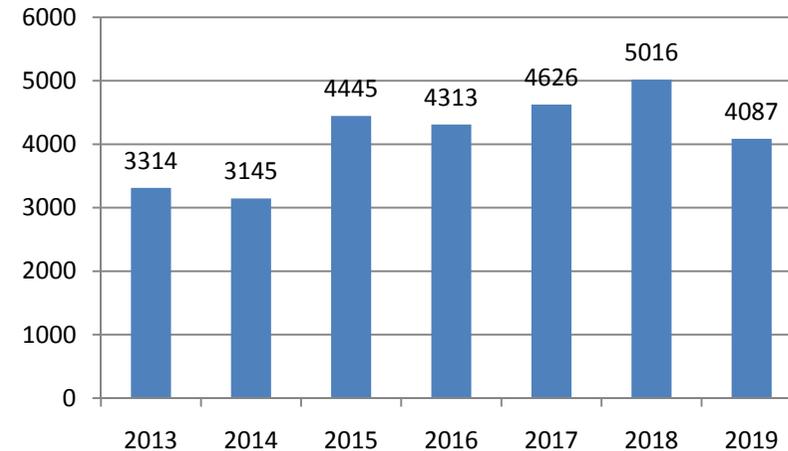
■ Ind
 ■ Gru

Iglesia Arcediana de Santiago

-18,5% ↓

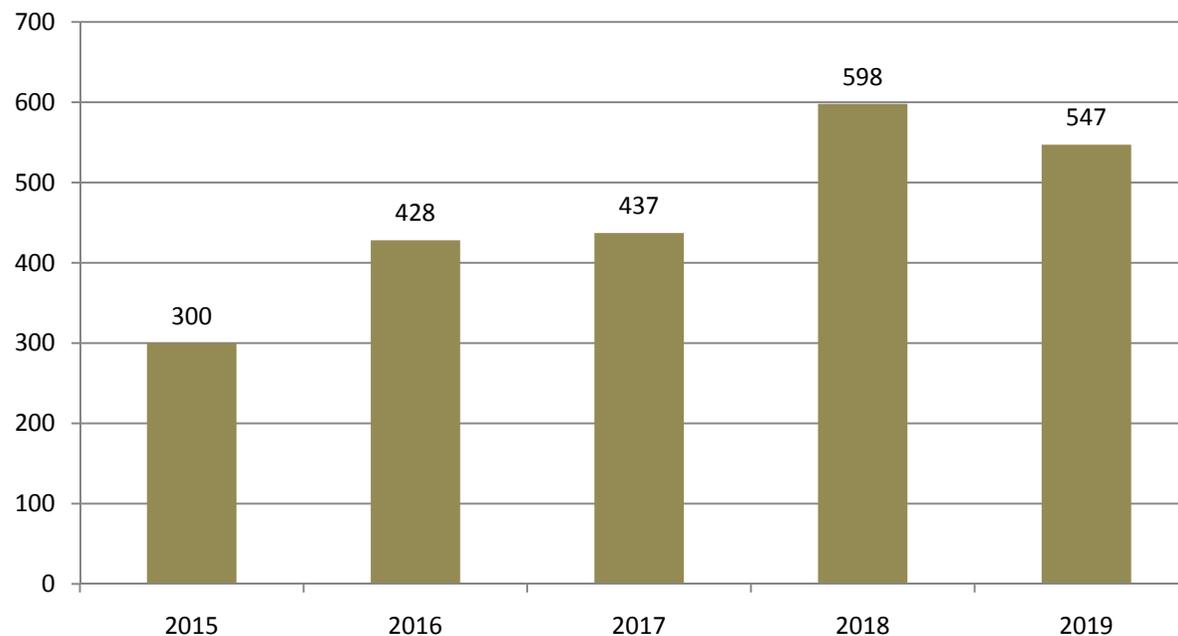
Menos grupos por cierre del Museo Arqueológico.

Menos individuales contabilizados por incremento del horario de apertura del templo al estar la patrona.



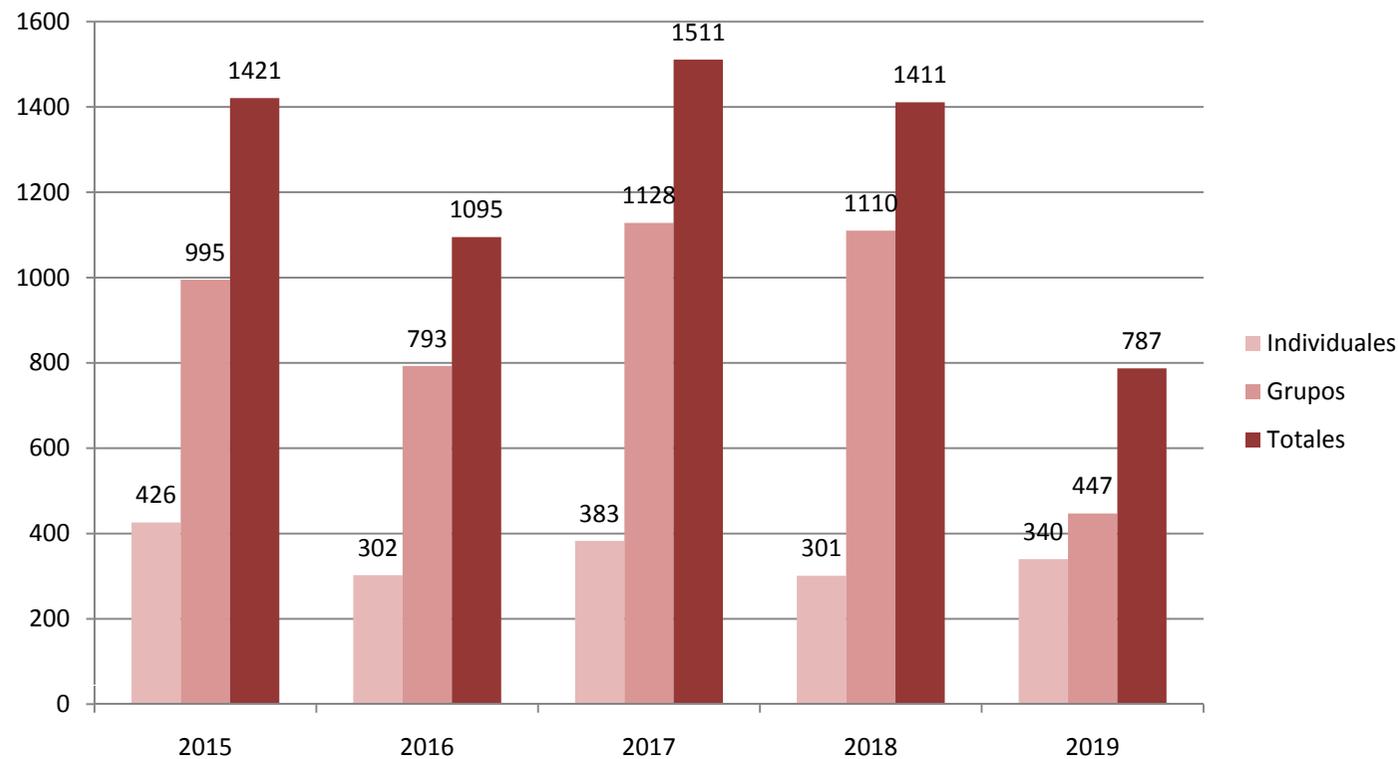
Iglesia de Santa María

-8,5% ↓ Solo se cuantifican grupos organizados que solicitan la visita guiada a Turismo de Villena, pues la iglesia tiene un amplio horario de apertura. Segundo mejor año desde que hay datos.



Teatro Chapí

¡¡-47,6%!!  La bajada fue provocada, en exclusiva, por la escasez de grupos organizados, fruto de un descenso en la difusión de las mismas. Visitas de individuales crecieron.



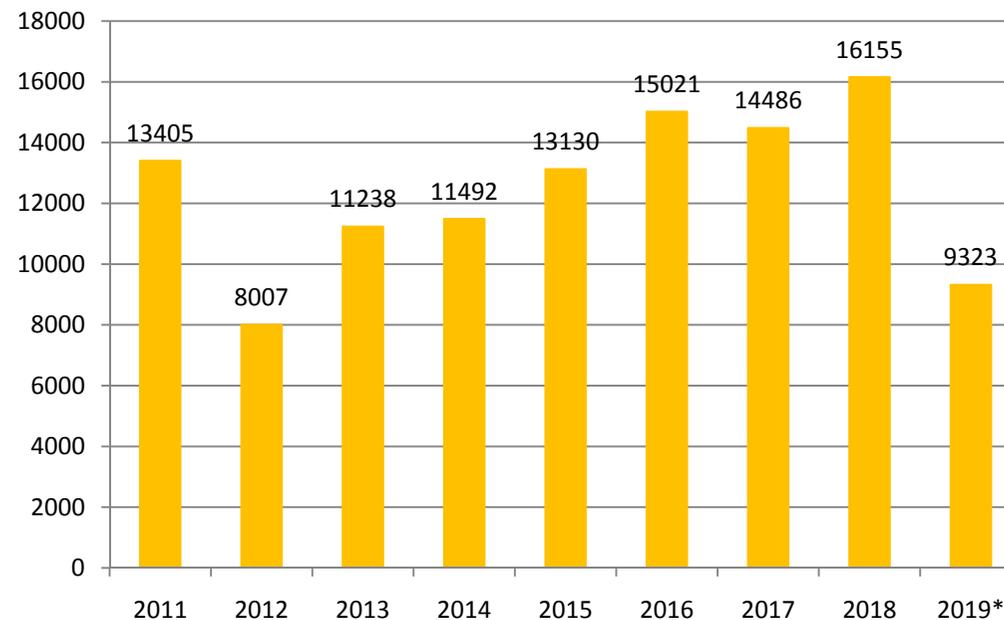
Museos y colecciones museísticas



Museo Arqueológico J.Mª Soler

Hasta el cierre en junio ↓ -1,7%

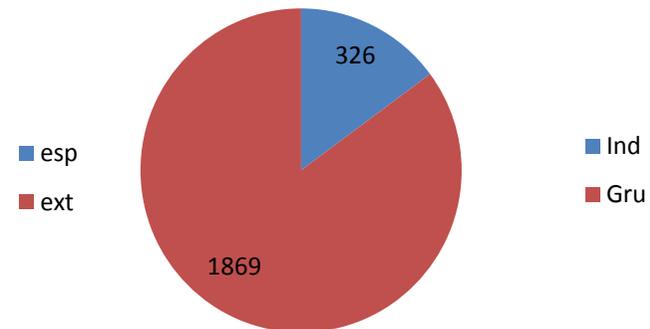
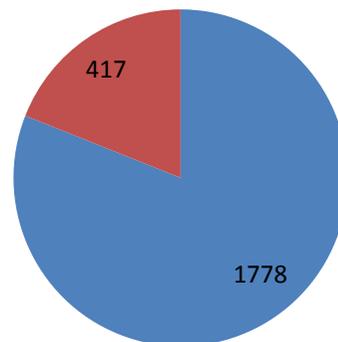
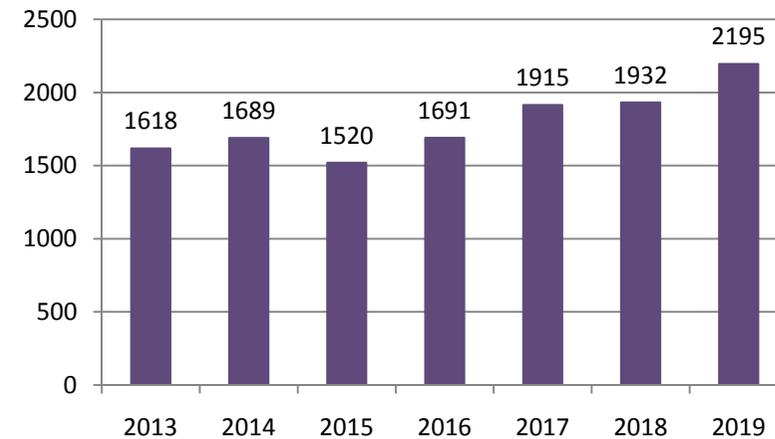
Hasta 2018, registró incrementos interanuales consecutivos desde que en 2012 registrara mínimos al entrar en vigor la primera ordenanza de tasas y descender las visitas de extraescolares por recortes en educación.



Museo Festero

+13,6% ↑

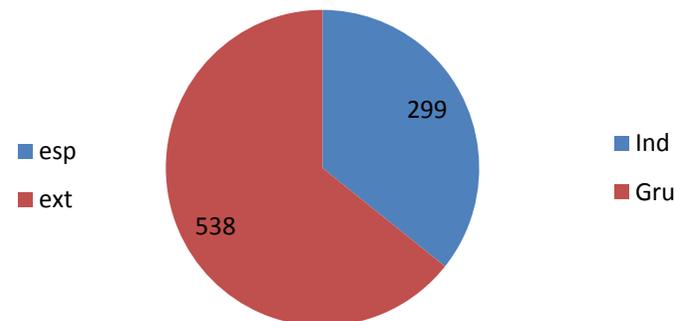
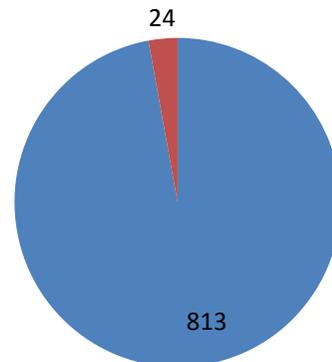
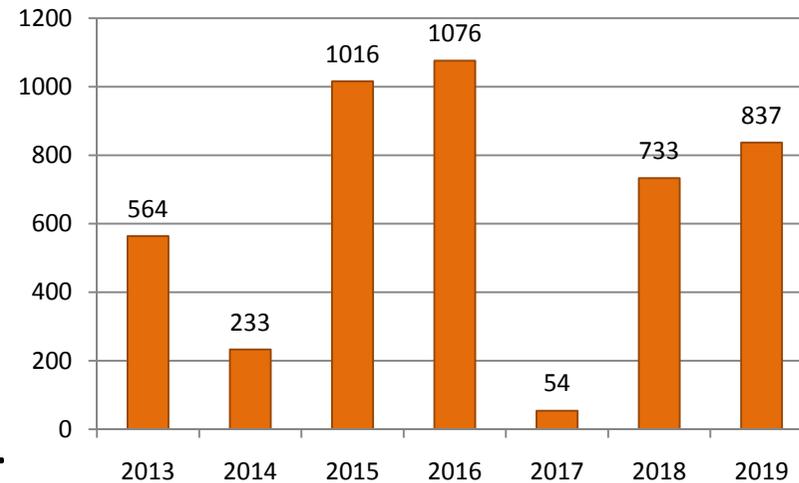
Mejor año desde que hay registros.
 Principal alternativa para
 grupos organizados tras el cierre
 del Museo Arqueológico.



Museo Escultor Navarro Santafé

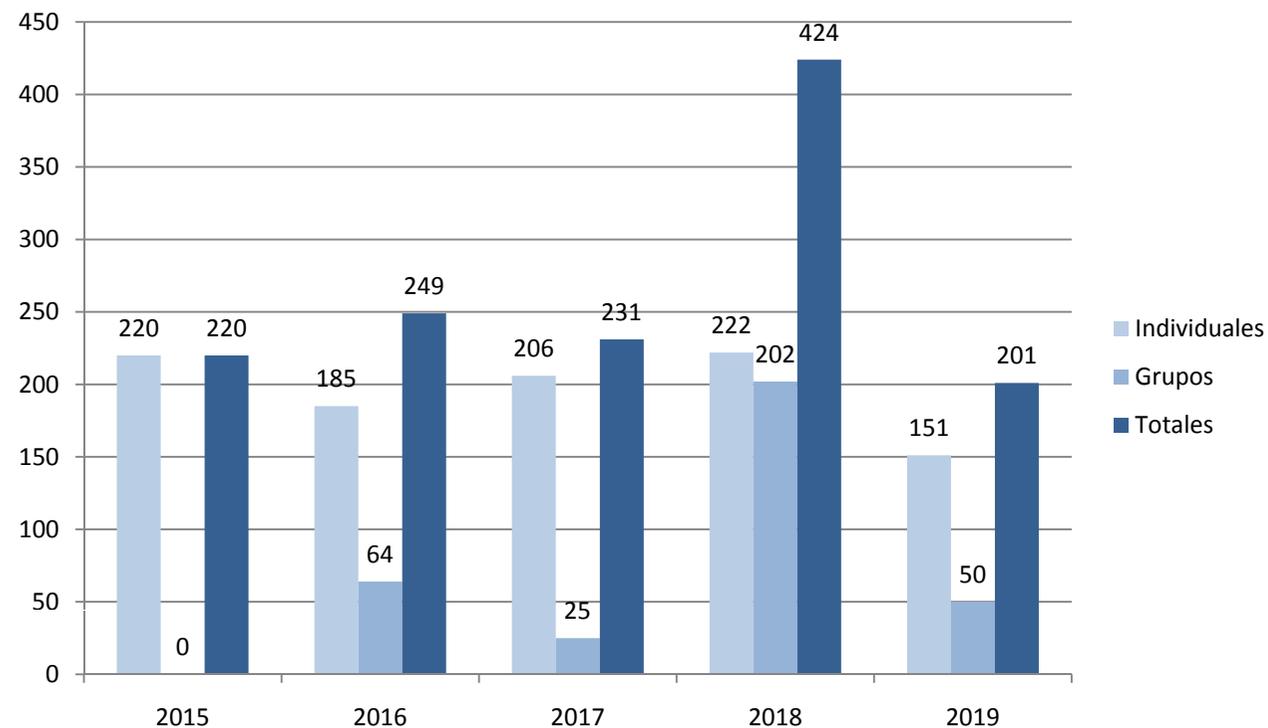
+14,2% ↑

Aunque ha mejorado datos, queda lejos de sus mejores cifras, cuando era escenario de actividades que generaban atracción hacia el mismo.



Cabezo Redondo

¡¡-52,6%!!  Al igual que en el Teatro Chapí, el descenso fue provocado, principalmente, por la escasez de grupos organizados; los cuales se dispararon en 2018. Individuales bajaron por cancelarse las visitas en Semana Santa al haber fuertes lluvias.



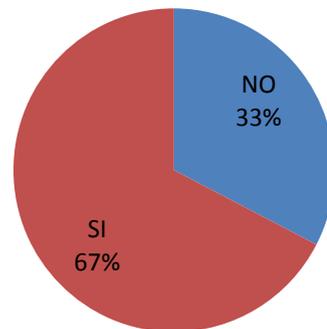
Resultados Encuesta Tourist Info



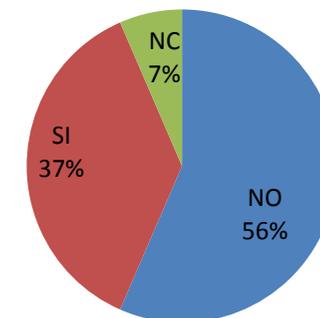
Encuesta Tourist Info

Muestra: 46 encuestas completadas entre julio y septiembre 2019

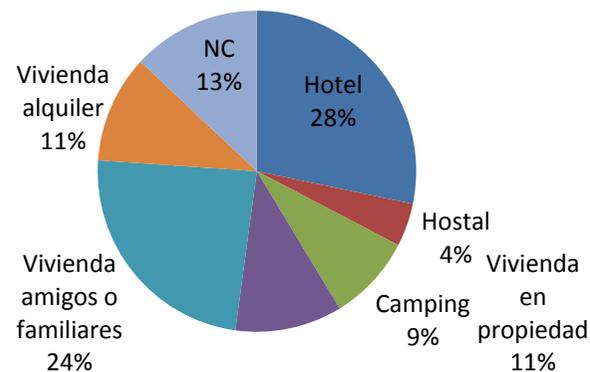
¿Está usted disfrutando/va a disfrutar de una estancia por motivos de ocio/vacaciones, pernoctando en este municipio?



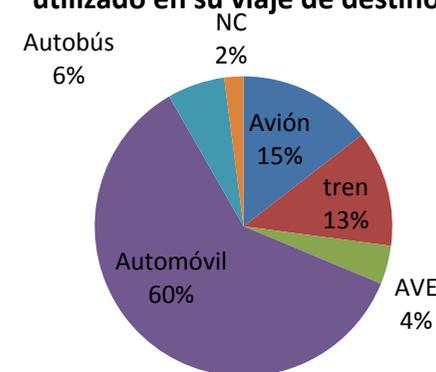
¿Es la primera vez que disfruta de una estancia de vacaciones/ocio en la Comunitat Valenciana?



¿Dónde se aloja usted?

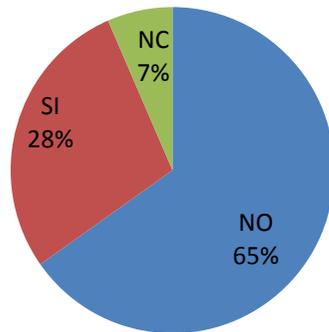


¿Cuál es el medio principal de transporte que ha utilizado en su viaje de destino?

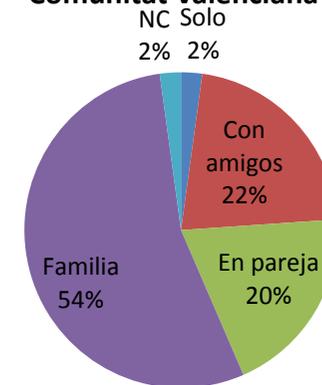


Encuesta Tourist Info

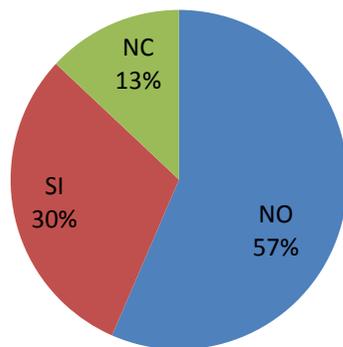
¿Ha realizado alguna reserva para organizar este viaje a la Comunitat Valenciana?



¿Con quién está disfrutando de su estancia en la Comunitat Valenciana?



¿Conoce la programación de actividades festivas y culturales de esta localidad?

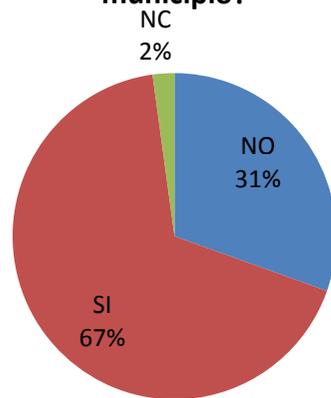


¿Qué uso ha realizado de Internet para la preparación de su visita a este municipio?

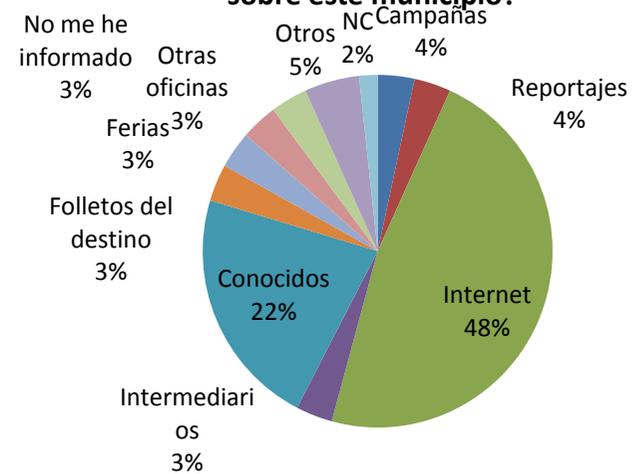


Encuesta Tourist Info

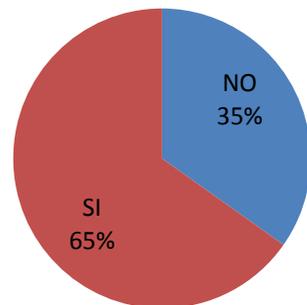
¿Ha visitado la página web turística de este municipio?



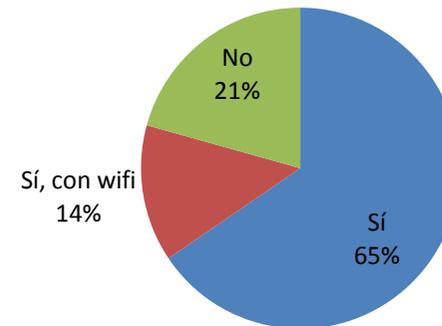
¿A través de qué medios recibió información sobre este municipio?



¿Es usuario de un smartphone o tablet con conexión a Internet?

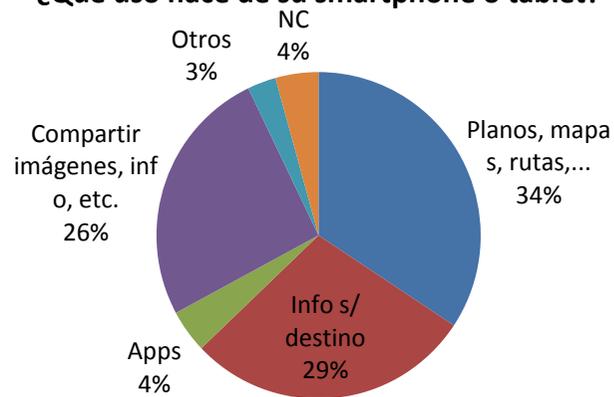


¿Lo va a utilizar durante su visita?

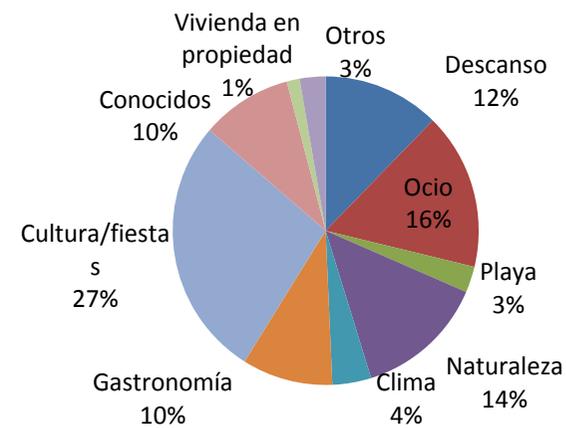


Encuesta Tourist Info

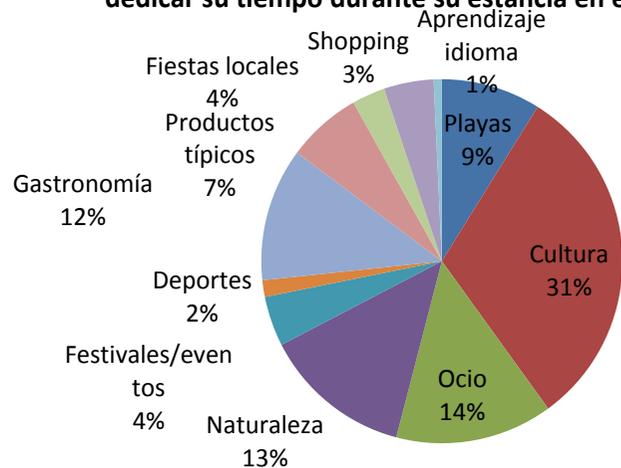
¿Que uso hace de su smartphone o tablet?



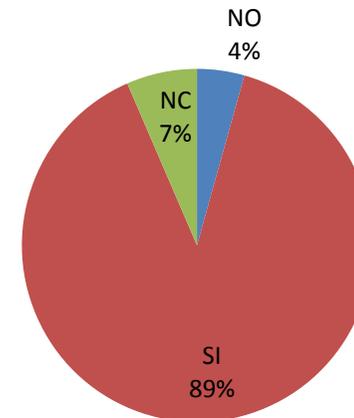
Indique los principales motivos por los que visita esta localidad



Indique las actividades a las que ha dedicado o piensa dedicar su tiempo durante su estancia en esta localidad



¿Tiene intención de volver a visitar este municipio?



Turismo de Villena

Enero 2020



M.I. AYUNTAMIENTO DE
VILLENA
CONCEJALÍA DE
TURISMO

VILLENA
FORTALEZA MEDITERRÁNEA

www.turismovillena.com

turismo@villena.es