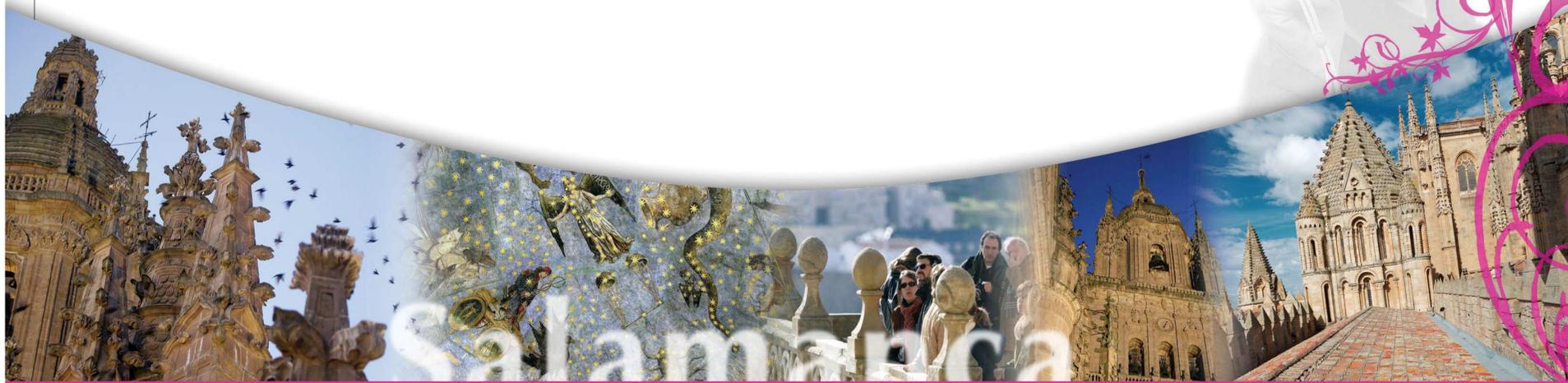
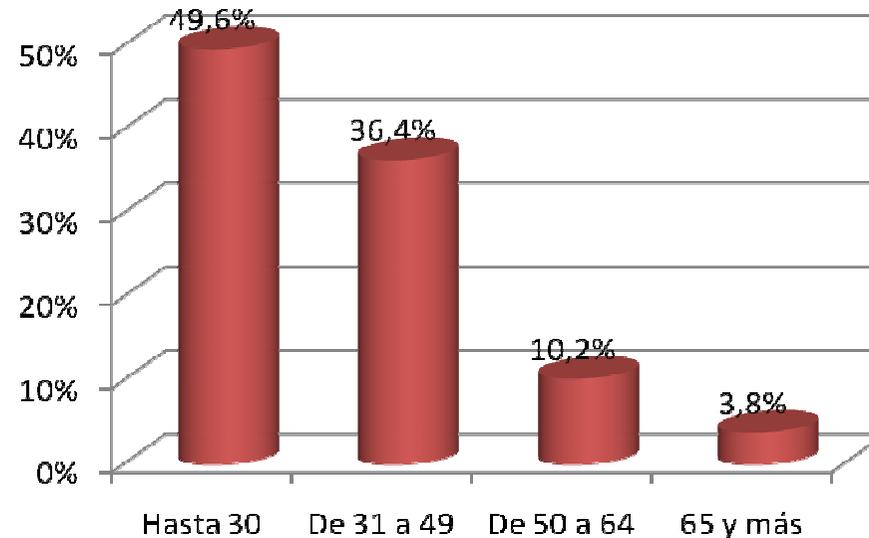
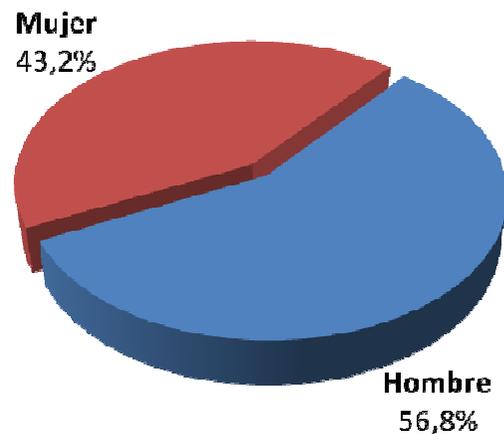


# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES DE LA CIUDAD DE SALAMANCA

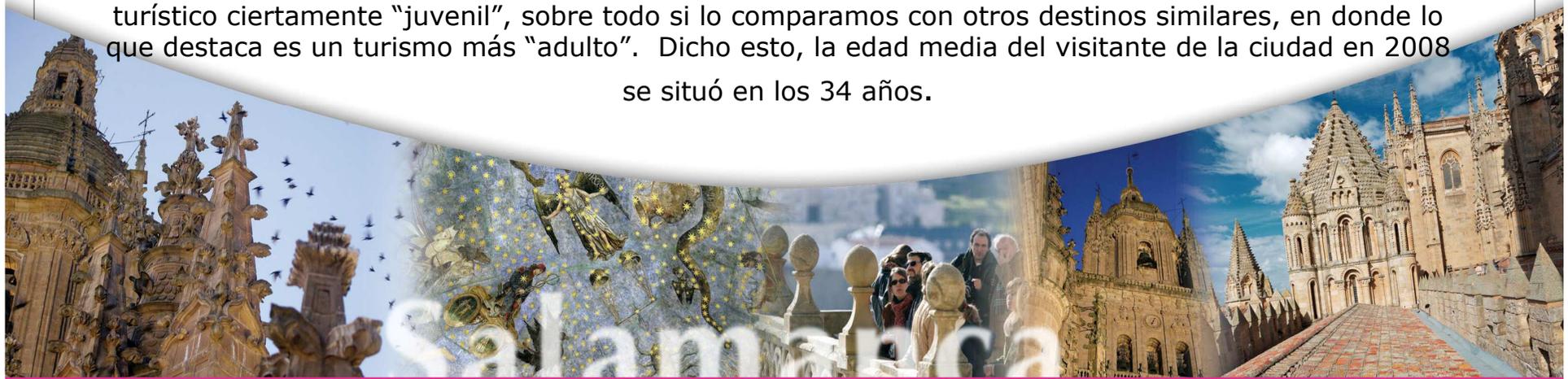
Avance de resultados de la Encuesta a Visitantes  
(Año 2008)



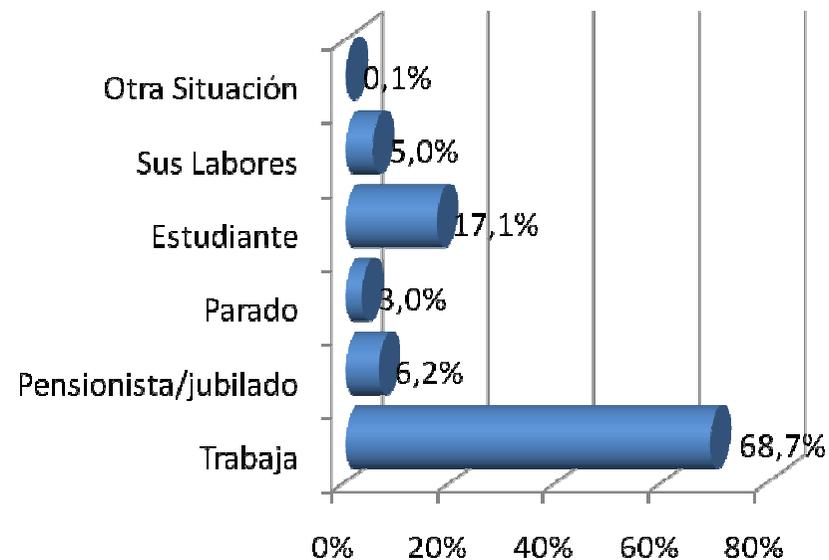
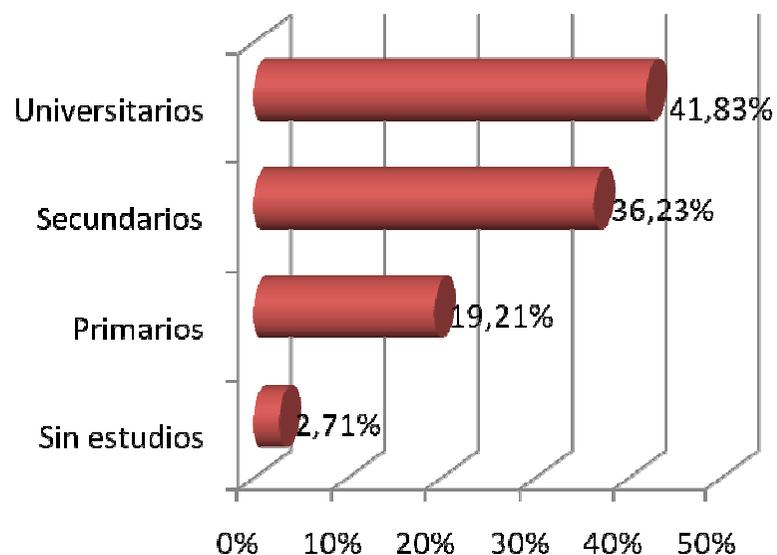
## SEXO Y EDAD



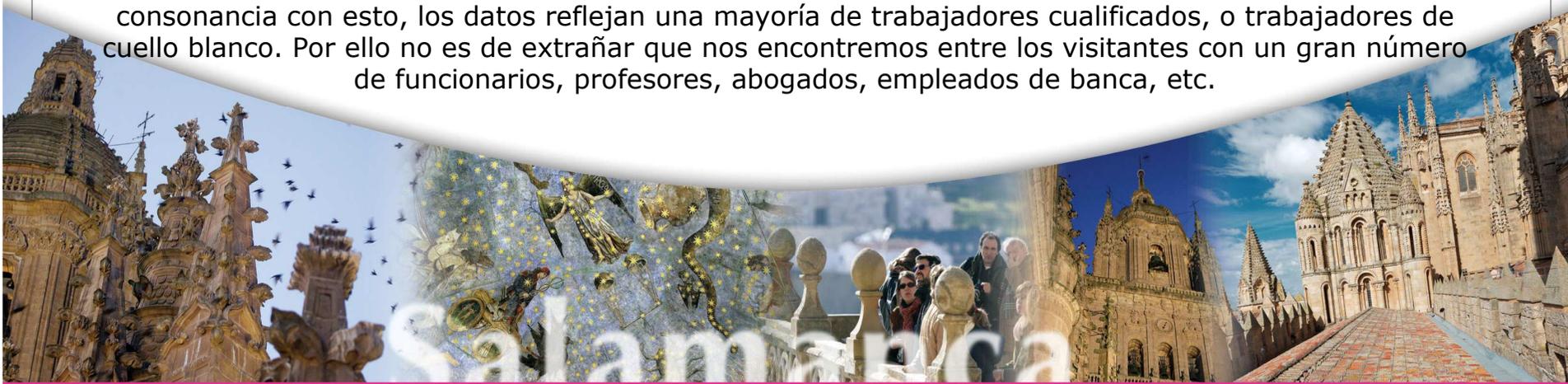
En el año 2008 visitaron Salamanca más hombres que mujeres, en concreto, un 12,6% más de hombres que de mujeres. De igual forma, se acercaron a la ciudad sobre todo jóvenes, hasta tal punto que prácticamente el 50% de los visitantes tenía menos de 30 años. Salamanca aparece así como un destino turístico ciertamente "juvenil", sobre todo si lo comparamos con otros destinos similares, en donde lo que destaca es un turismo más "adulto". Dicho esto, la edad media del visitante de la ciudad en 2008 se situó en los 34 años.



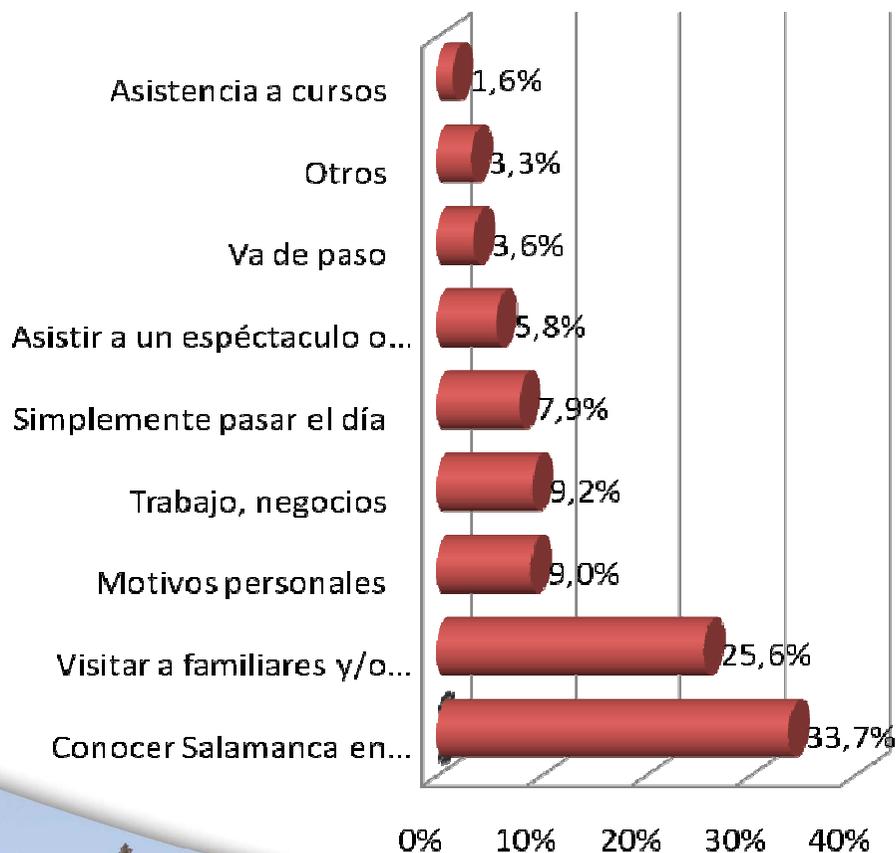
## NIVEL DE ESTUDIOS Y SITUACIÓN PERSONAL



El perfil del visitante de Salamanca es el de una persona que trabaja y que tiene los estudios universitarios terminados. El alto porcentaje de visitantes con estudios universitarios, aún mayor entre los visitantes extranjeros, identifica a Salamanca como un destino preferentemente cultural. En consonancia con esto, los datos reflejan una mayoría de trabajadores cualificados, o trabajadores de cuello blanco. Por ello no es de extrañar que nos encontremos entre los visitantes con un gran número de funcionarios, profesores, abogados, empleados de banca, etc.

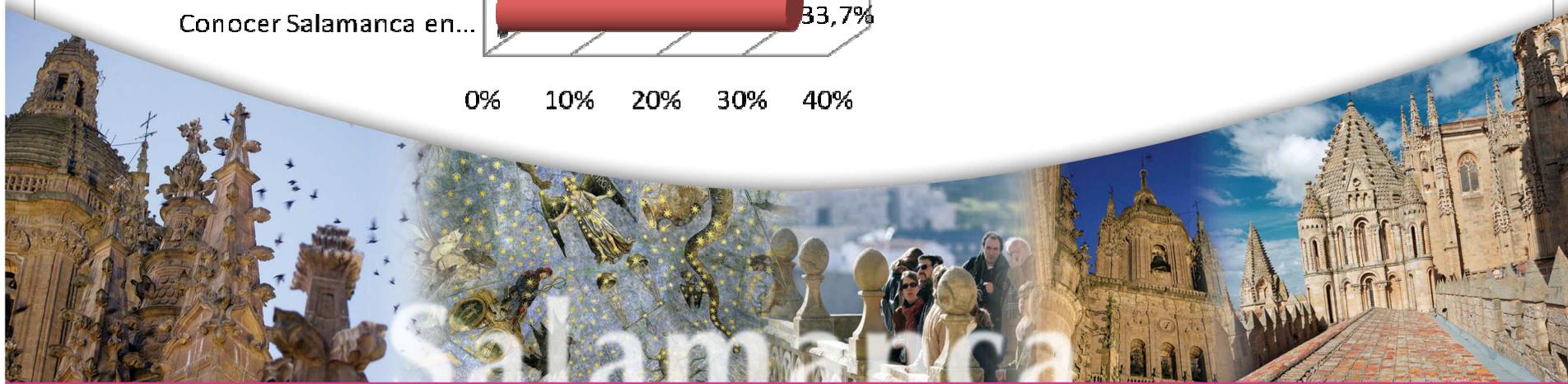


## MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA

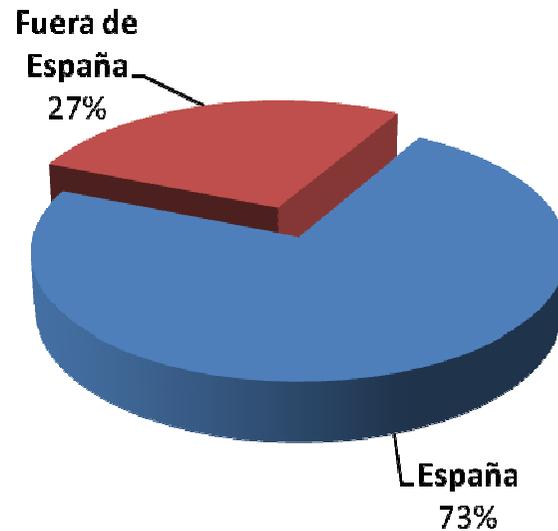


El principal motivo de los visitantes para llevar a cabo su viaje a la ciudad hace referencia a "conocer Salamanca en general" (33,7%). No sobresale, por consiguiente, una motivación vinculada a un recurso o evento turístico específico.

La segunda razón esgrimida por los encuestados se relaciona con la visita a familiares y/o amigos (25,6%). El trabajo sólo es señalado como motivo principal del viaje por el 9,2% de los entrevistados, mientras que el 9% señala motivos personales.



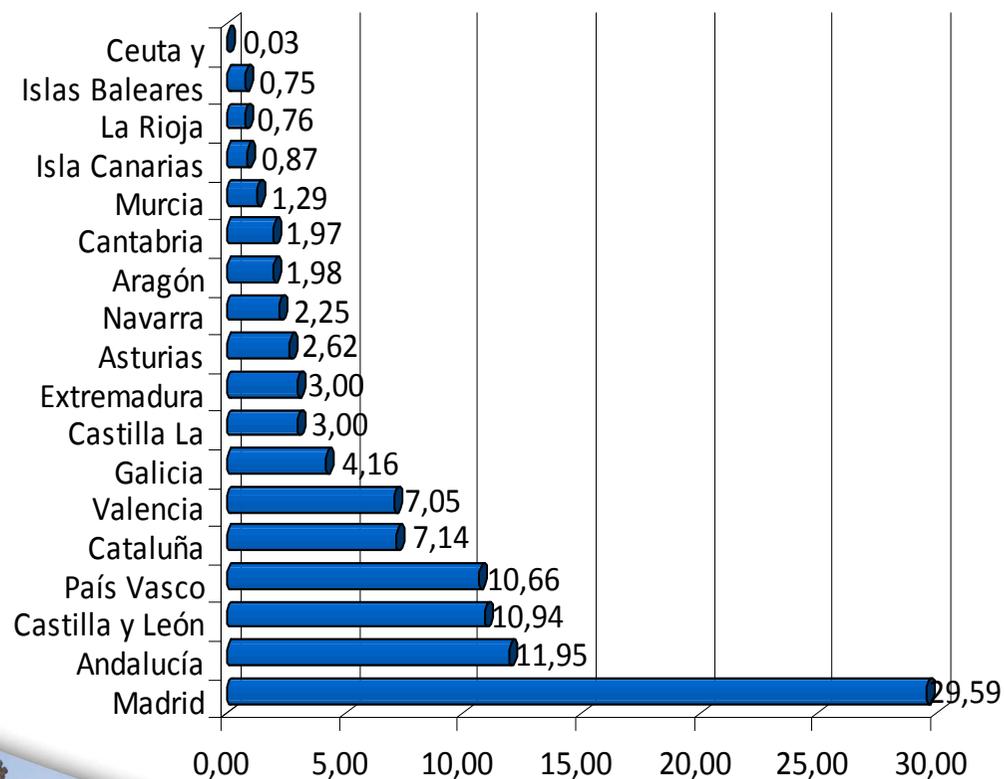
# PROCEDENCIA DEL VISITANTE



El 27% de los visitantes que llegaron a Salamanca durante el año 2008 no residía en España. Un porcentaje ligeramente superior al obtenido en 2007, que se situaba en el 24%. Entre los visitantes extranjeros destacan cuatro nacionalidades: franceses, ingleses, portugueses y estadounidenses. Pero el panorama es ciertamente heterogéneo, sobre todo en lo que se refiere al continente europeo; sin duda, la principal área de procedencia de los visitantes extranjeros.

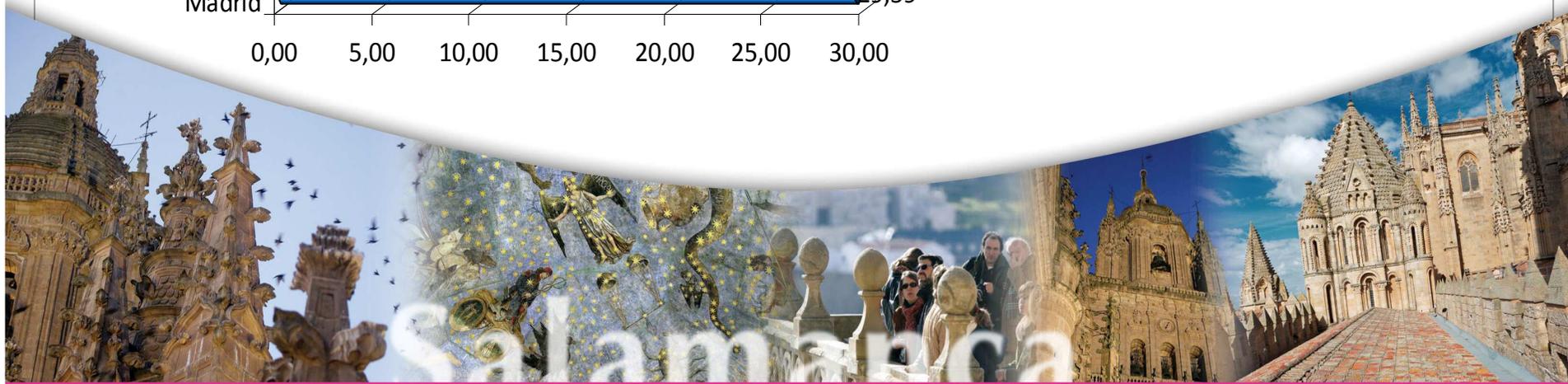


# PROCEDENCIA DEL VISITANTE NACIONAL

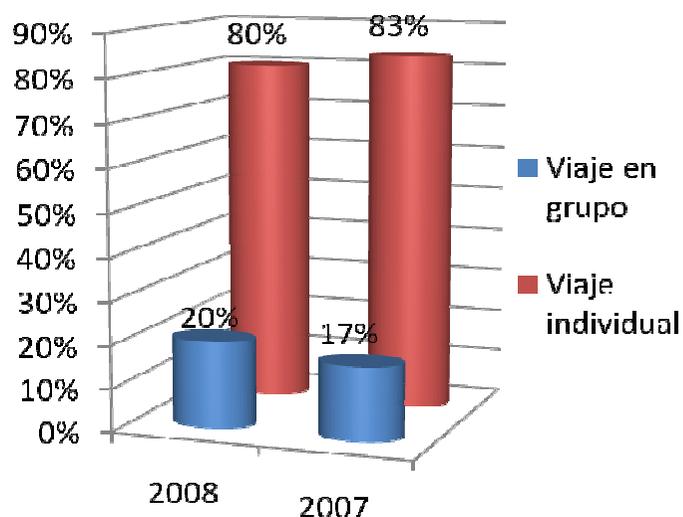


La provincia que más visitantes aporta es la de Madrid con casi un 30%. También hay un considerable número de visitantes proceden de Zamora, Valladolid y Ávila.

En cuanto al resto de regiones españolas, destaca Andalucía, que contribuye con casi un 12% del total de visitantes. Después aparecen el País Vasco, Cataluña y la Comunidad Valenciana, que aumentan su peso con respecto al año anterior.



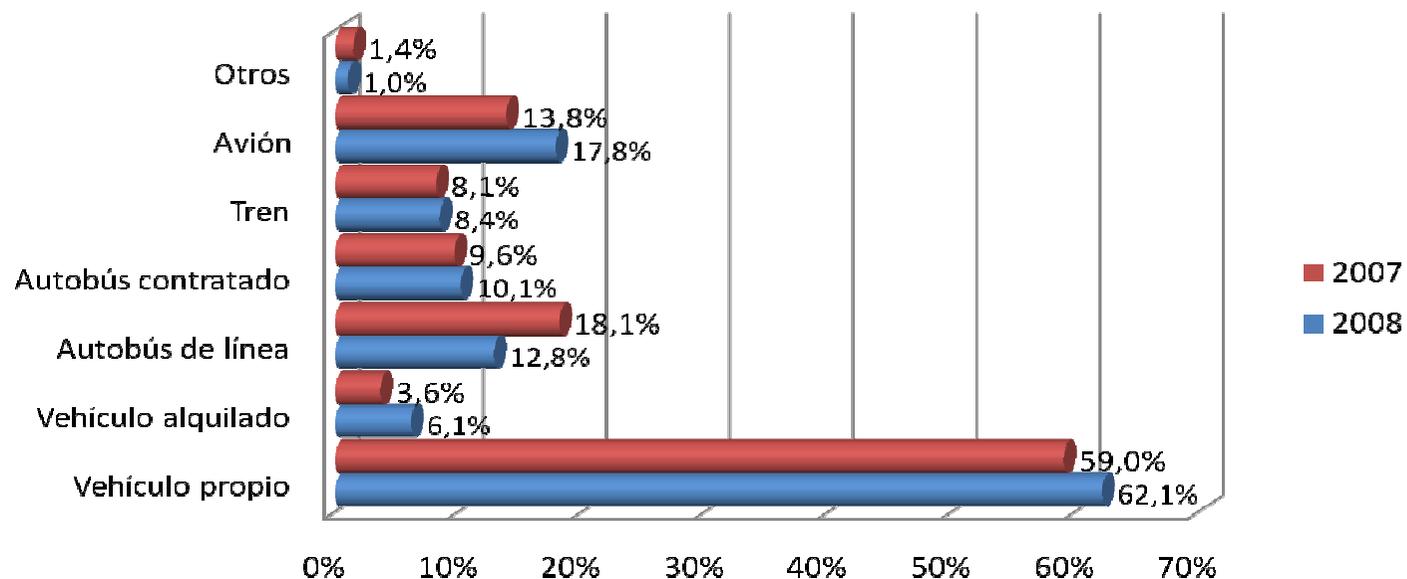
# LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



La gran mayoría de los visitantes de Salamanca viene a la ciudad mediante viajes de tipo individual. Si nos fijamos en los datos obtenidos en 2008, del volumen total de visitantes el 80% son visitantes en viaje individual, mientras los visitantes en viaje de grupo representan el 20%; un poco más que en 2007. De igual forma, poco más de la mitad llega a la ciudad sin contratar previamente ningún tipo de servicio (alojamiento, restauración, transporte...), aunque como se aprecia en el gráfico de la derecha en 2008 aumenta ligeramente el número de visitantes que vienen sin contratación previa.



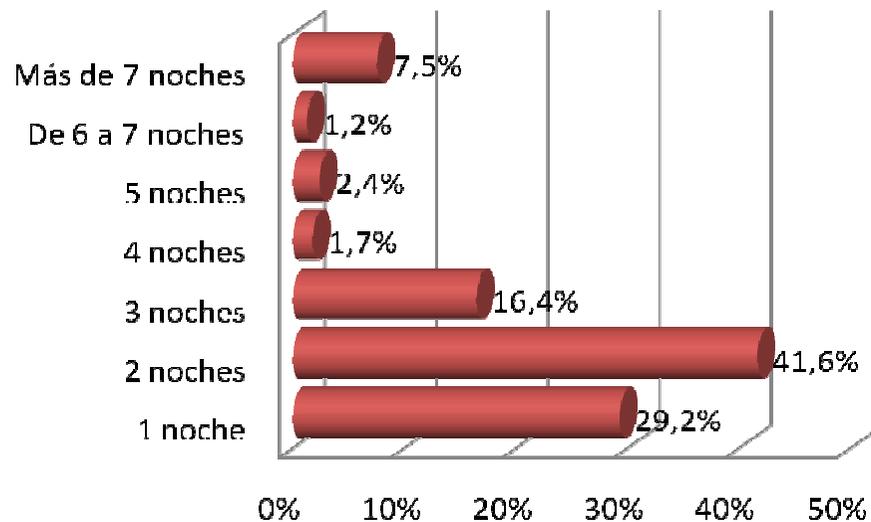
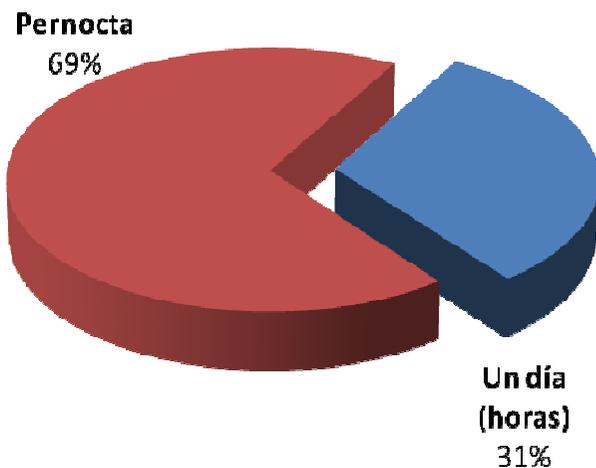
# TRANSPORTE EMPLEADO



No existen grandes diferencias en relación al transporte utilizado para acercarse desde el lugar de destino hasta Salamanca entre los años 2007 y 2008. Cabe destacar el aumento que tiene la utilización del avión, particularmente entre los extranjeros que llegan a aeropuertos cercanos; y en sentido contrario, el descenso que presenta la opción del autobús de línea regular, a favor del vehículo propio, opción mayoritaria.



# DURACIÓN DE LA ESTANCIA

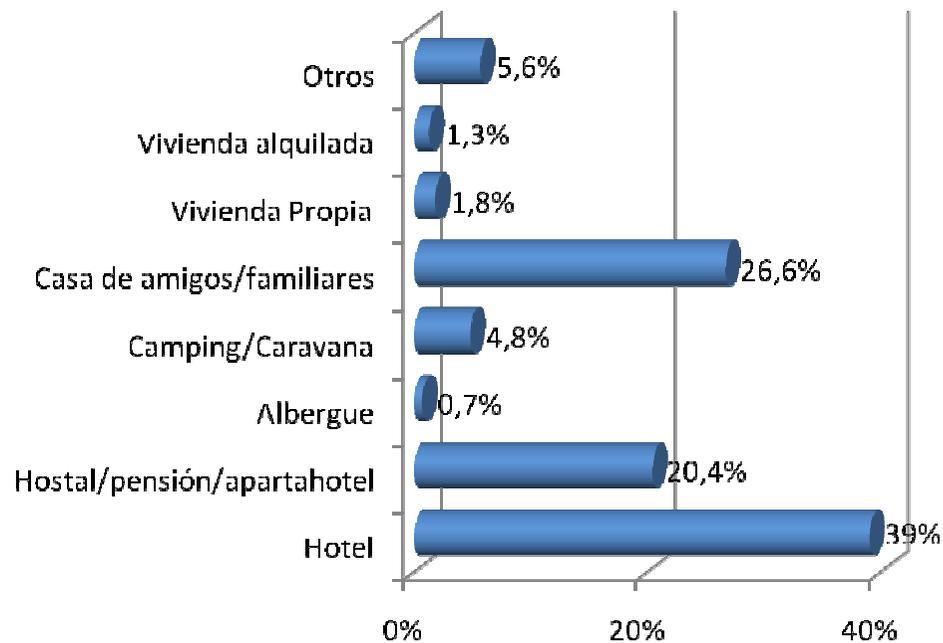


Si se distingue a los visitantes de Salamanca entre turistas (pernoctan) y excursionistas (pasan el día o unas horas), se observa que la gran mayoría (69%) pasa al menos una noche en la ciudad.

Centrándonos únicamente en los turistas y en la duración de su estancia, observamos que son más los que alargan su estancia dos noches (41,6%) que los que únicamente pasan una sola noche (29,2%). No obstante, más del 7% de los visitantes de la ciudad permanece en Salamanca más allá de la semana.



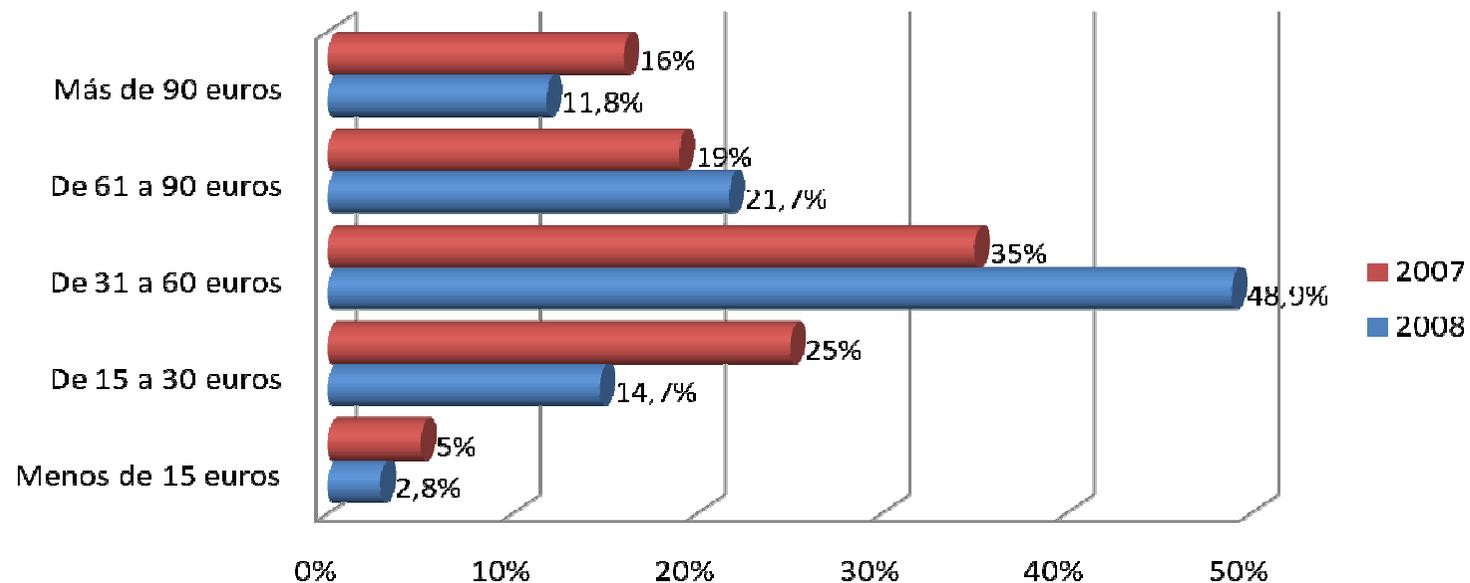
## TIPO Y CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO



Entre aquellos que pernoctan en Salamanca, la opción preferida para su alojamiento es el hotel. También se ha detectado en la encuesta una alta proporción de visitantes que pasan la noche ( o noches) en casa de familiares o amigos.



## GASTO POR PERSONA Y DÍA



El 70% de los visitantes de Salamanca gastó en 2008 entre 31 y 90 euros al día, situándose, como se verá posteriormente, el gasto medio por persona y día en los 60 euros. Con todo, el gasto varía bastante en función del lugar de procedencia del visitante, la duración de la estancia y el motivo de la visita.



## SITIOS VISITADOS

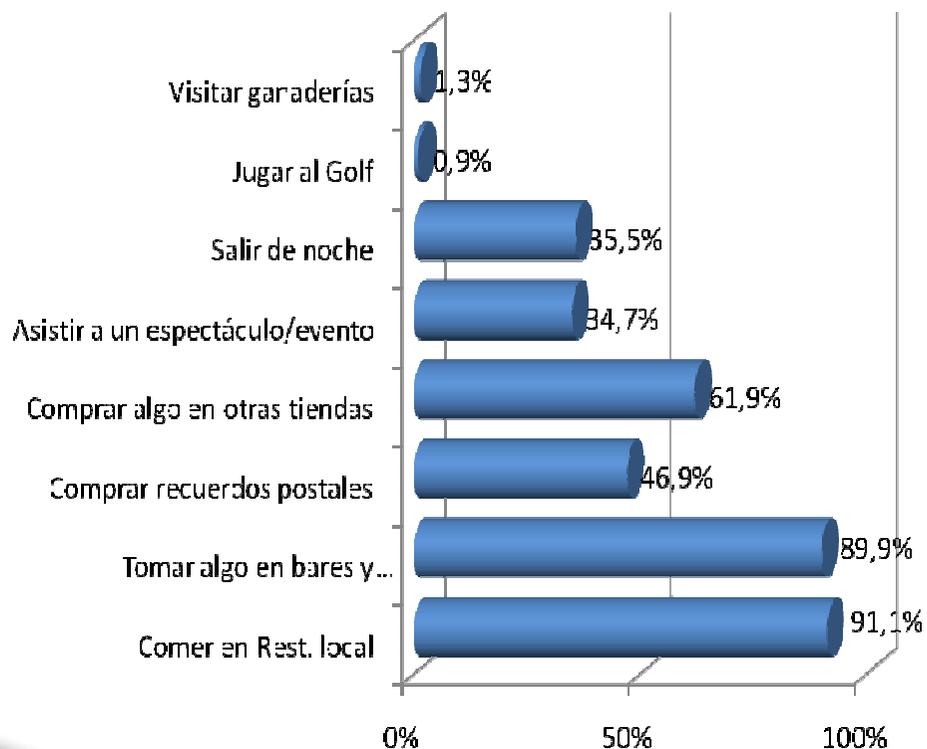
Sitios	%
Plaza Mayor	99
Puente Romano	94
Casa de las Conchas	92
Universidad/Escuelas Menores	88
Catedrales(Nueva/Vieja)	89
Torres Catedral/Ieronimus	82
Colegio Fonseca	81
Clerecía/U. Pontificia	77
Convento S. Esteban	76
Jardín de Calixto y Melibea	67
Museo Casa Lis	62
Iglesia San Marcos	61
Palacio Monterrey	56

Salamanca presenta cinco sitios con una audiencia cercana o superior al 90 por ciento de todos los visitantes de la ciudad: la Plaza Mayor, las Catedrales, la Casa de las Conchas, la Universidad y el Puente Romano. Existe por tanto un recorrido turístico muy definido en torno al centro histórico .

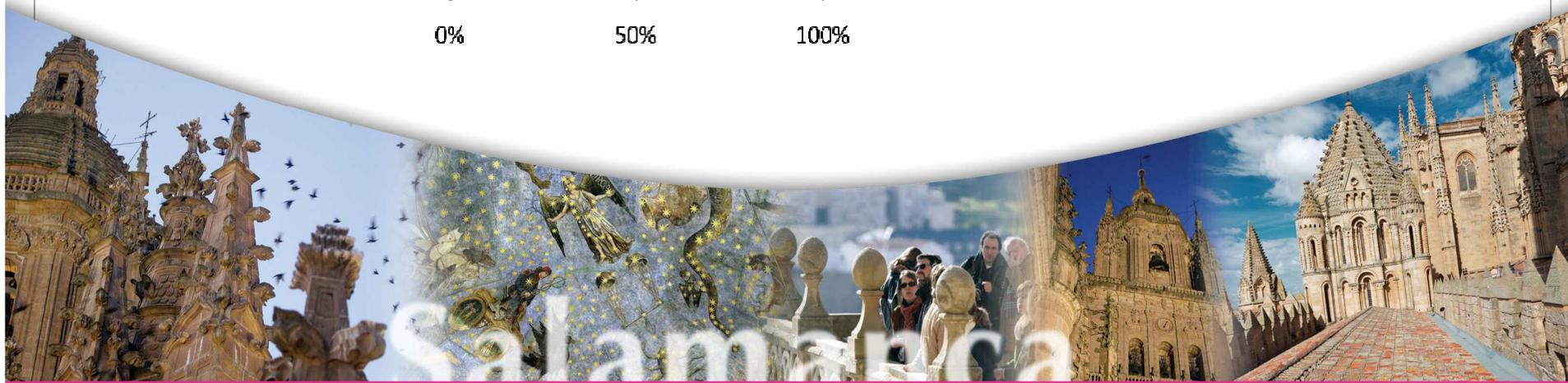
Existen otros lugares muy visitados como la Clerecía, el Colegio Fonseca o el Ieronimus de la Catedral. Todos éstos se ubican en el mismo itinerario turístico que el aquí señalado como central. En general, si hay algo en la ciudad poco visitado son los museos, a excepción de la Casa Lis.



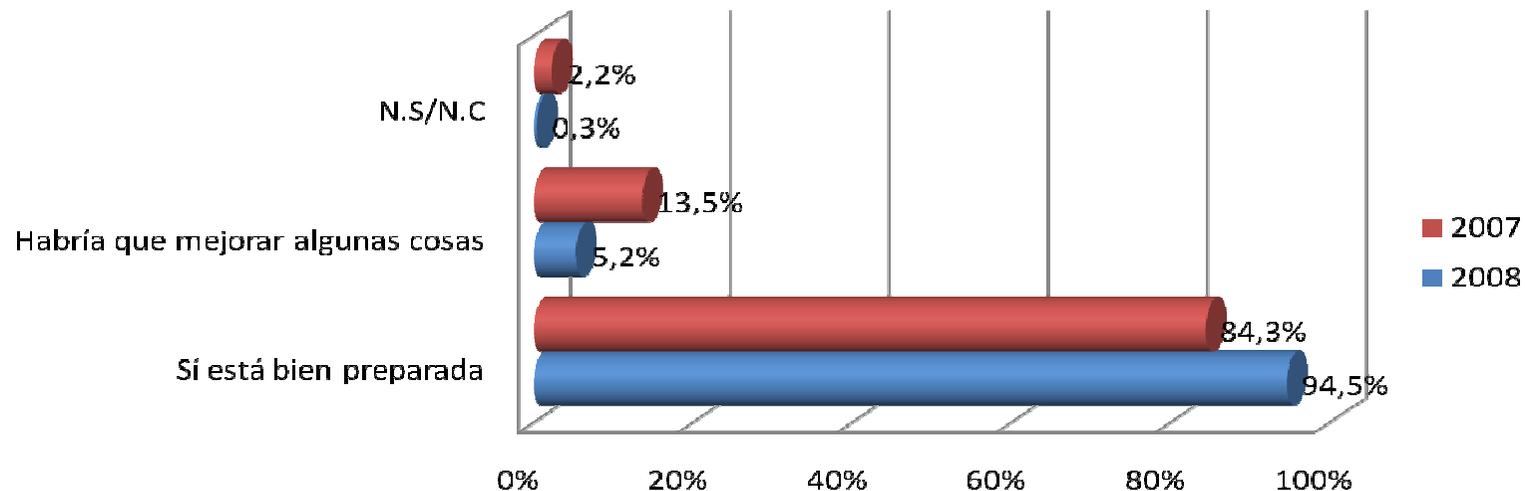
# ACTIVIDADES REALIZADAS



Junto a la visita a elementos patrimoniales o turísticos, todo viaje reúne una serie de actividades complementarias. En el caso de Salamanca, destacan aquellas que se relacionan directamente con la restauración. La práctica totalidad de los visitantes de la ciudad come en un restaurante local y toma algo en un bar o cafetería. Dicho esto, y en atención a otras actividades, cabe destacar el alto porcentaje de visitantes que también dedica parte de su tiempo a ir de compras.



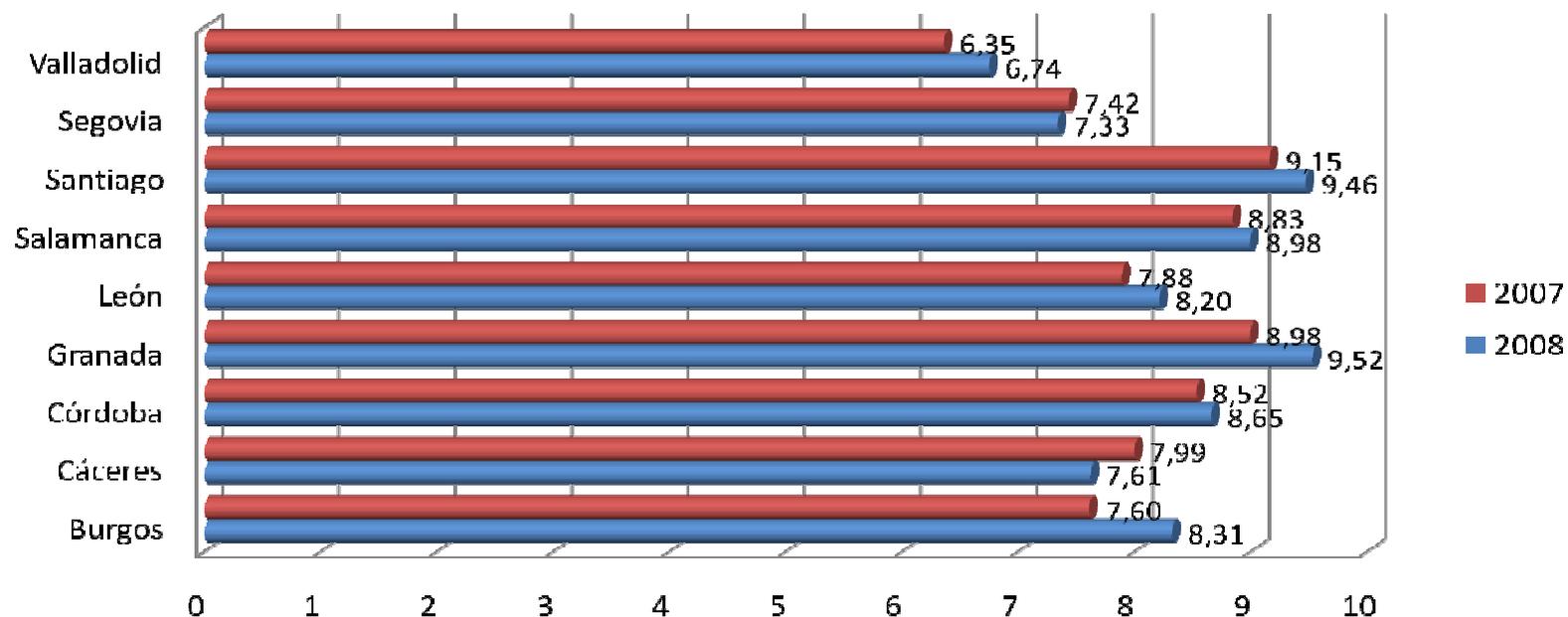
# VALORACIÓN DEL ACONDICIONAMIENTO TURÍSTICO



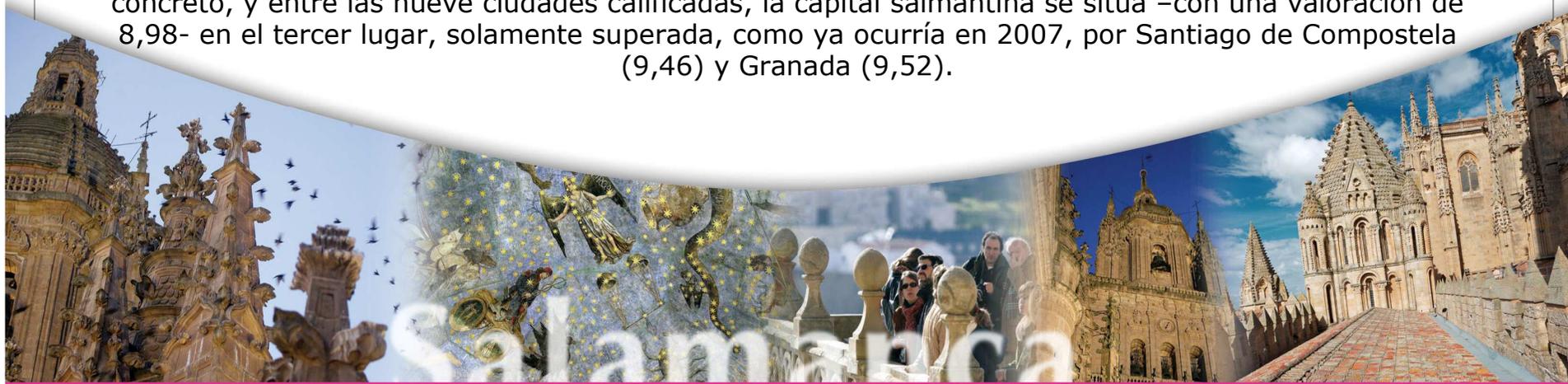
Existe un amplísimo consenso a la hora de valorar a Salamanca como una ciudad bien orientada hacia el turista. Así se expresa nada menos que el 94,5%, lo que supone 10 puntos más sobre el valor obtenido en 2007, con lo que es obvio que mejora bastante la opinión a este respecto. Esto no significa que no exista un porcentaje significativo de visitantes que considera necesario mejorar algunas cosas (el 5,2%), pero éste, como consecuencia de lo anterior, es también bastante menor que el recogido en el año 2007.



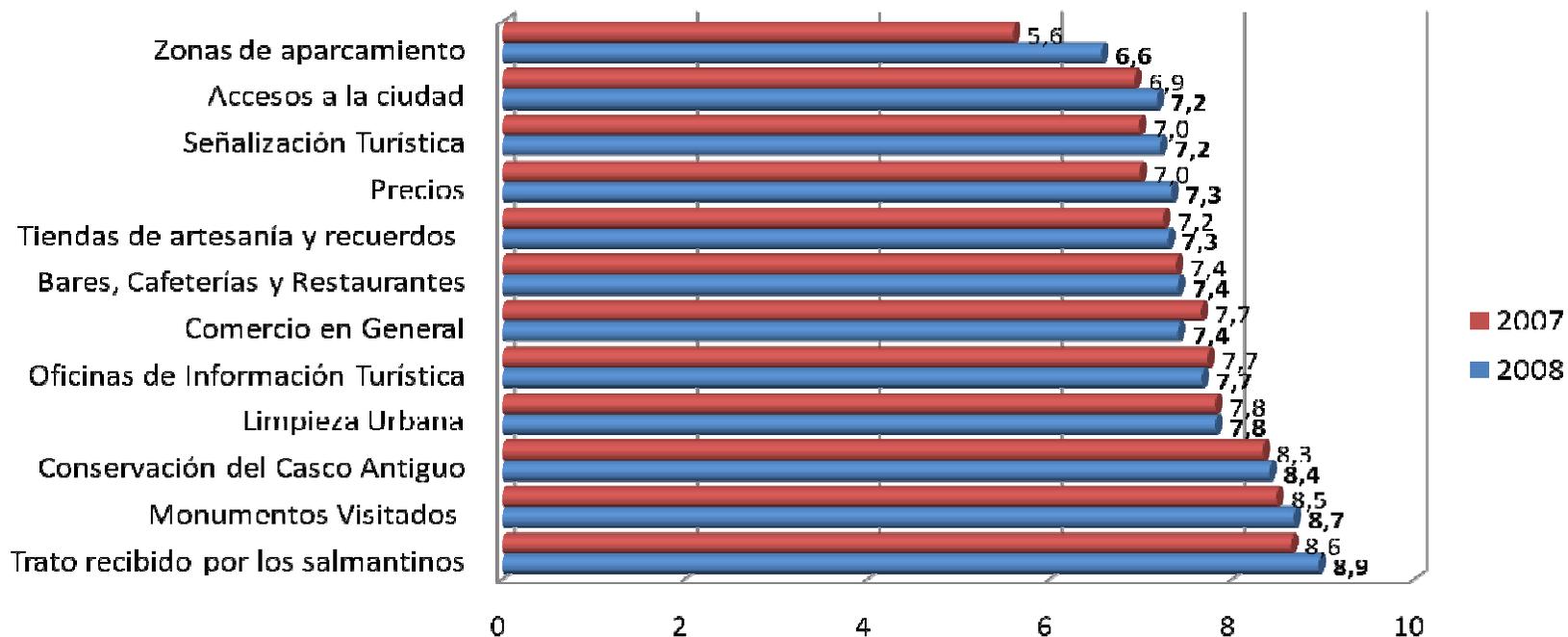
# ATRACTIVO TURÍSTICO EN PERSPECTIVA COMPARADA



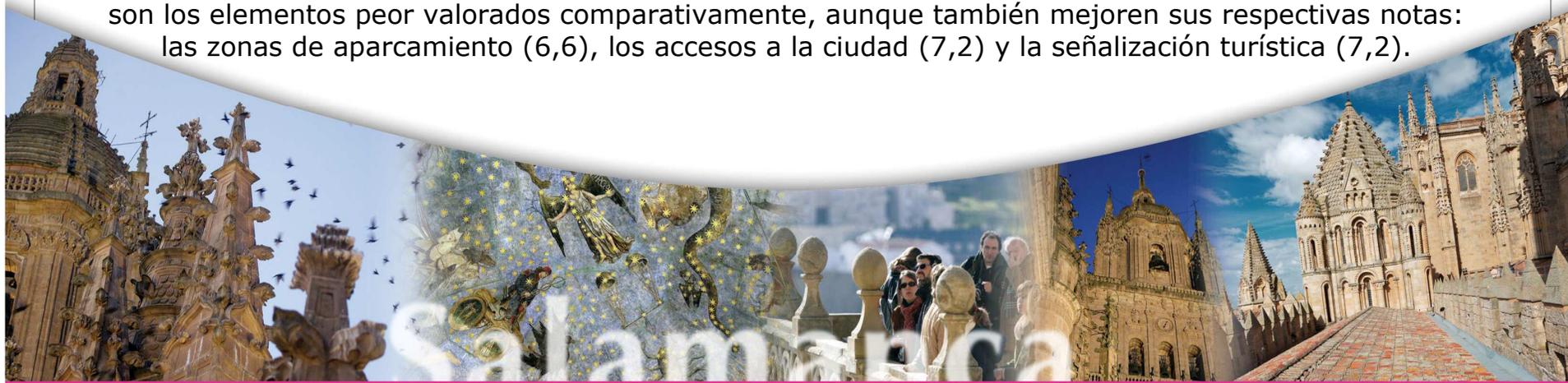
Salamanca emerge como una ciudad altamente competitiva en cuanto a su atractivo turístico. En concreto, y entre las nueve ciudades calificadas, la capital salmantina se sitúa –con una valoración de 8,98- en el tercer lugar, solamente superada, como ya ocurría en 2007, por Santiago de Compostela (9,46) y Granada (9,52).



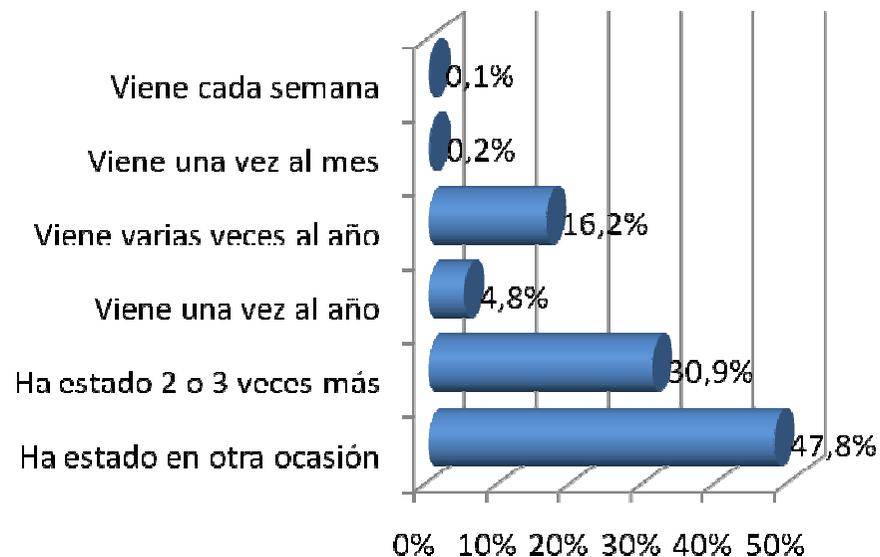
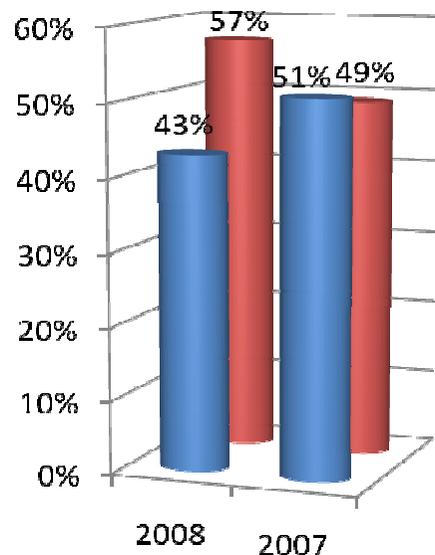
## VALORACIÓN SECTORIAL (DE 0 A 10)



En el año 2008, Salamanca mejora la valoración de casi todos los apartados medidos. Lo que no cambia son los elementos peor valorados comparativamente, aunque también mejoren sus respectivas notas: las zonas de aparcamiento (6,6), los accesos a la ciudad (7,2) y la señalización turística (7,2).



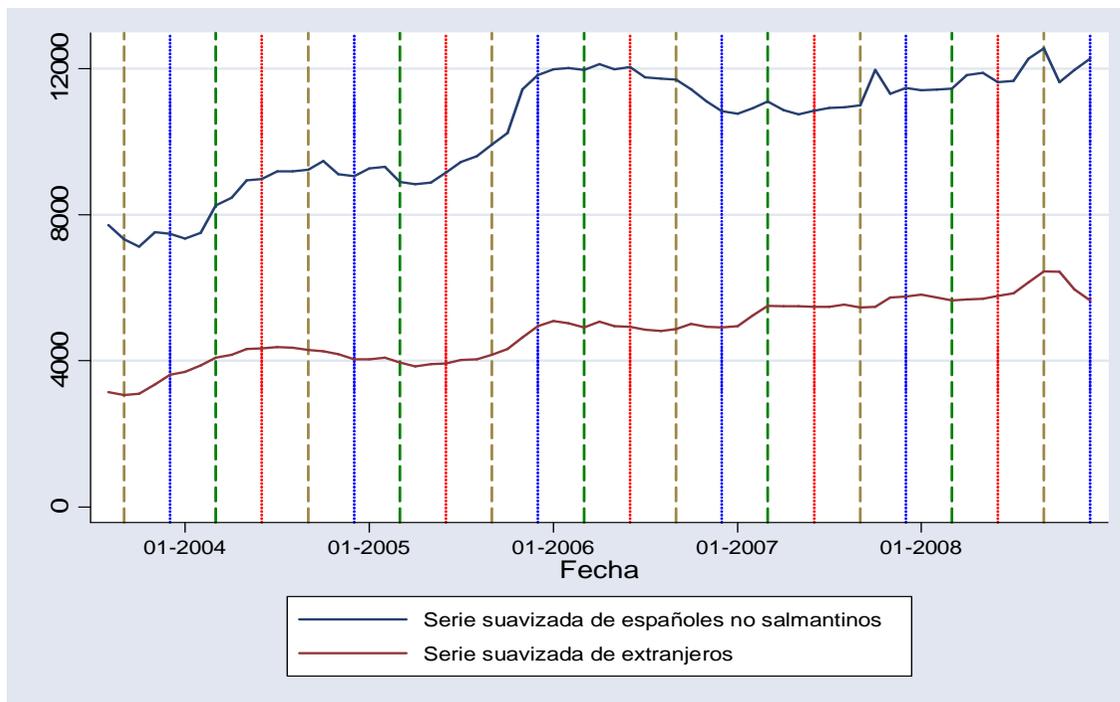
# FIDELIZACIÓN AL DESTINO



En el año 2008 aumenta también el número de visitantes que repite visita a la ciudad. En concreto, el 57% ya había estado anteriormente en Salamanca. Dentro de aquellos que repiten visita, prácticamente la mitad regresa a la ciudad por segunda vez, mientras que un 30,9% ya había estado 2 o 3 veces. Cabe reseñar, además, la existencia de un 16,2% de visitantes que vienen varias veces al año a la ciudad.



# EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE INFORMACIÓN EN O.T



Desde 2003 ha habido una serie ascendentes en la demanda de información en la O.T. municipal con descensos coyunturales. El último de ellos se produce en el otoño de 2008.



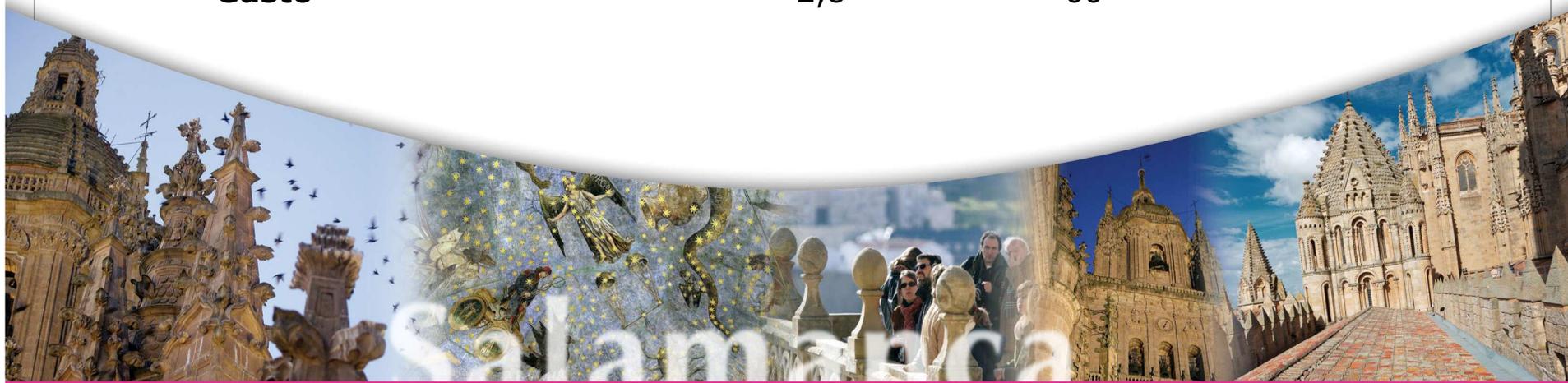
# ESTIMACIÓN DE GASTO DEL VISITANTE

## Cálculos de la estimación del gasto del visitante en Salamanca

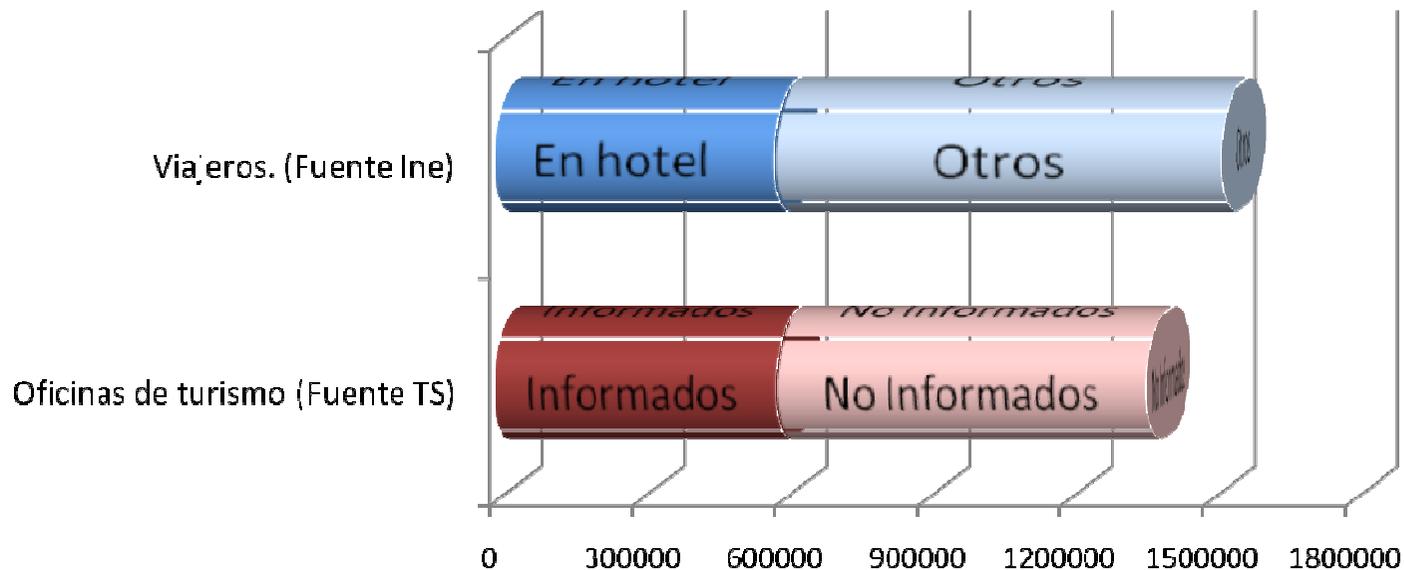
<b>Opción A</b>		<b>% informados</b>	<b>Visitantes</b>	<b>Gasto en €</b>
N. de demandantes de información (O.T.)	594.666	43,3	1.373.363	230.724.984

<b>Opción B</b>		<b>% en hotel</b>	<b>Visitantes</b>	<b>Gasto en €</b>
Viajeros (INE)	590.890	38,6	1.530.803	257.174.904

	<b>Días</b>	<b>€ persona</b>
<b>Gasto</b>	2,8	60



# ESTIMACIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Las dos principales fuentes convergen en la estimación de visitantes de Salamanca. La encuesta de establecimientos hoteleros da 590.890 viajeros; las oficinas de turismo de la ciudad 594.666. A ello habría que sumar un 62,4% de turistas que no usan hotel y 57,7% que no pasan por las Oficinas de Turismo.



# ENCUESTA A VISITANTES DE SALAMANCA 2008

## **Ficha Técnica:**

*Universo de análisis:* Población de 16 y más años no residente en Salamanca que visita la ciudad. Se supone población infinita.

*Ámbito geográfico:* Municipio de Salamanca

*Tamaño de la muestra:* 1011 individuos

*Representatividad:* Error muestral de  $\pm 3,14\%$ , con un nivel de confianza del 95,5% (dos sigma) y para  $p=q=0,5$ .

*Diseño muestral:* Muestreo aleatorio estratificado (por meses, procedencia nacional/extranjero, y días laborables/festivos ).

*Método de recogida de información:* Entrevistas personales basadas en un cuestionario estructurado, que se pasó en los principales lugares de interés turístico (Plaza Mayor, Plaza Anaya, Rúa Mayor ...), de tránsito de viajeros y de alojamiento y restauración.

*Fecha del Trabajo de Campo:* Enero-Diciembre 2008

