

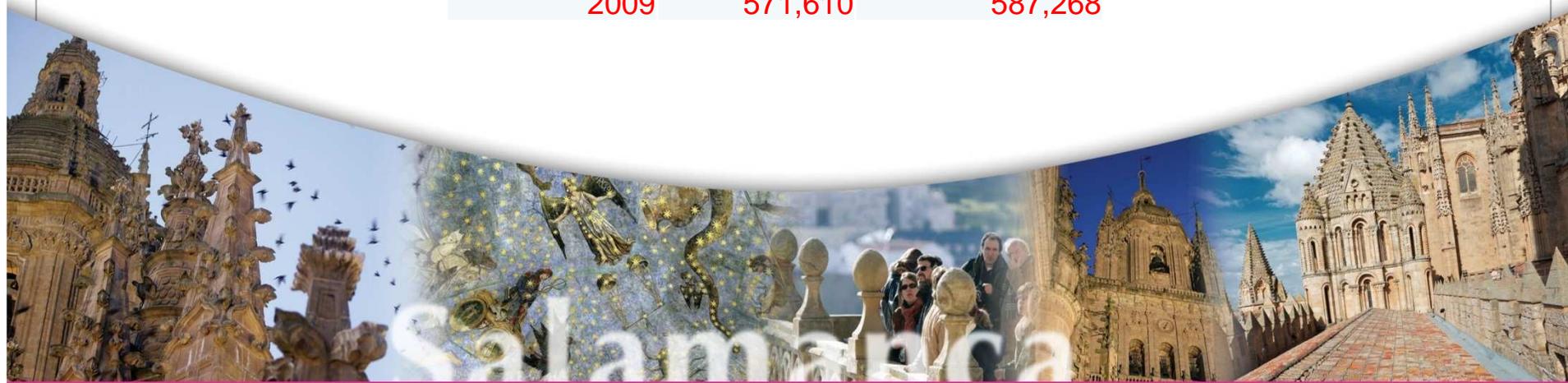
PERFIL Y COMPORTAMIENTO DE LOS VISITANTES DE LA CIUDAD DE SALAMANCA

Avance de resultados de la Encuesta a Visitantes
(Año 2009)

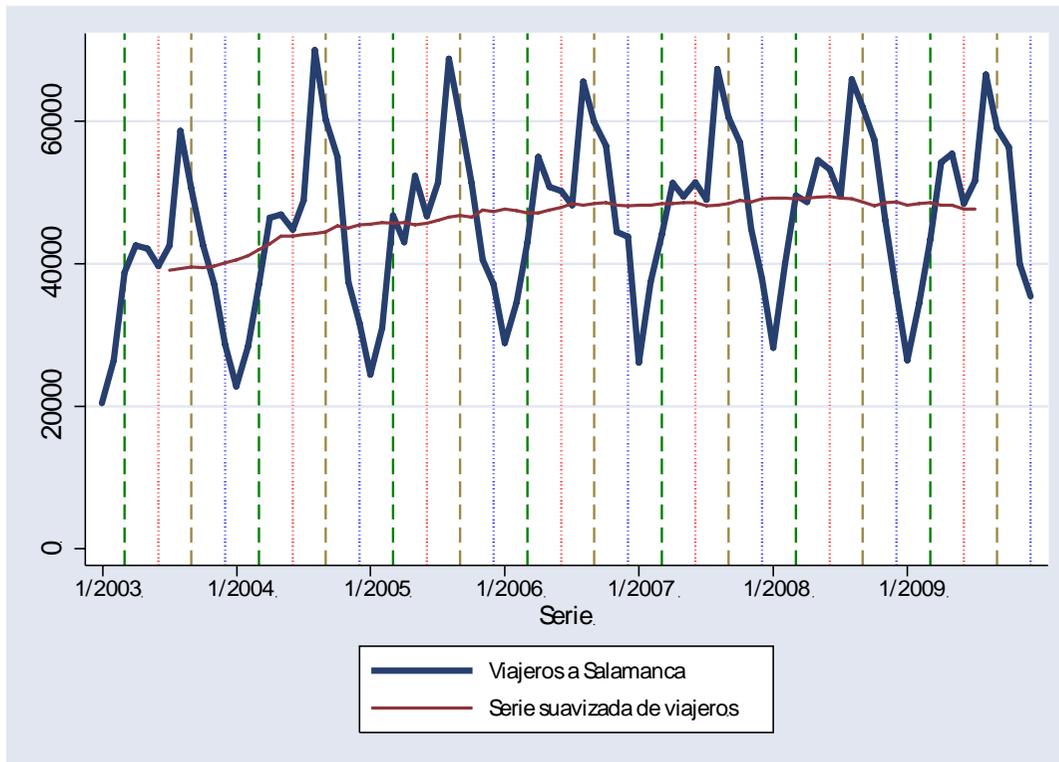


EVOLUCIÓN DE VIAJEROS E INFORMADOS

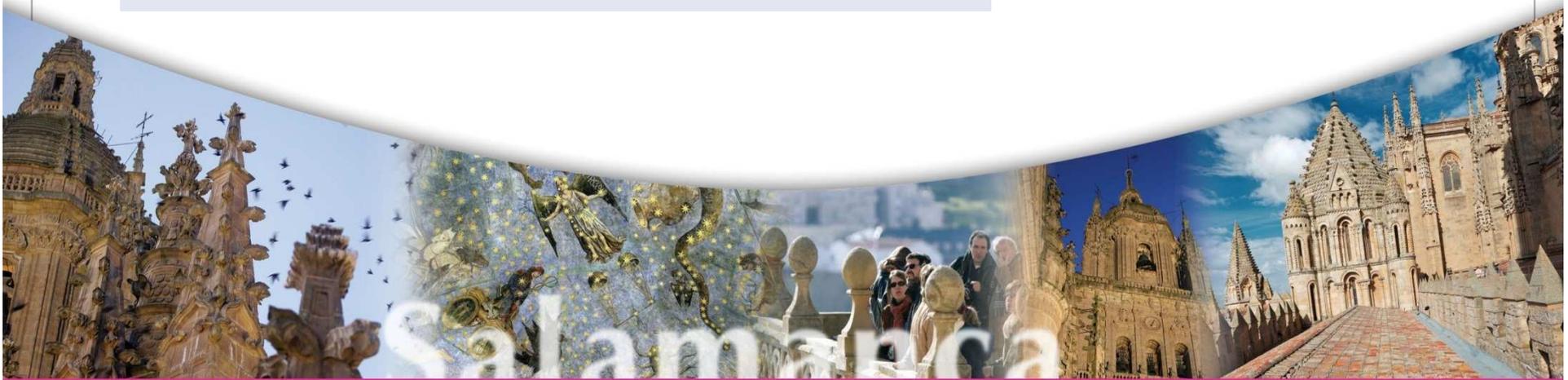
Año	Viajeros (INE)	Informados (Oficinas)
2004	529,816	544,804
2005	554,007	542,347
2006	581,040	635,299
2007	576,890	672,814
2008	590,885	589,658
2009	571,610	587,268



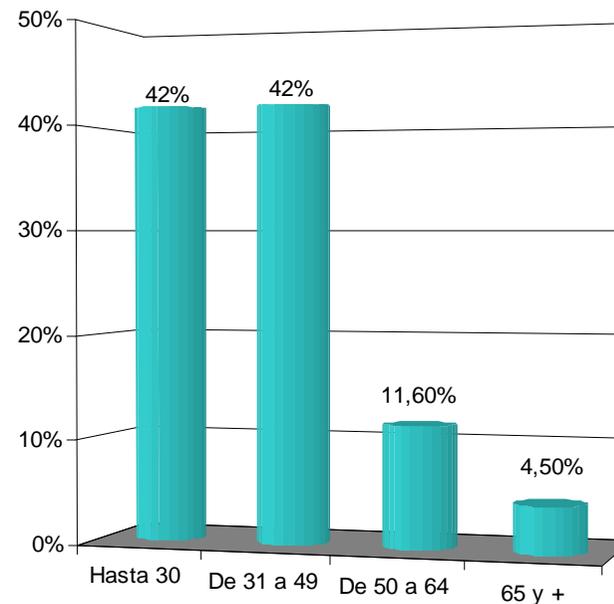
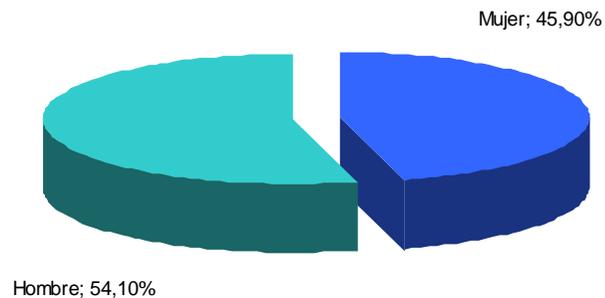
EVOLUCIÓN DE VIAJEROS



La evolución suavizada de las series de turistas marcan un descenso desde el otoño de 2008, que corresponde aproximadamente con el inicio de la crisis económica en España.
Pese a todo, se está en niveles superiores a los de 2005.

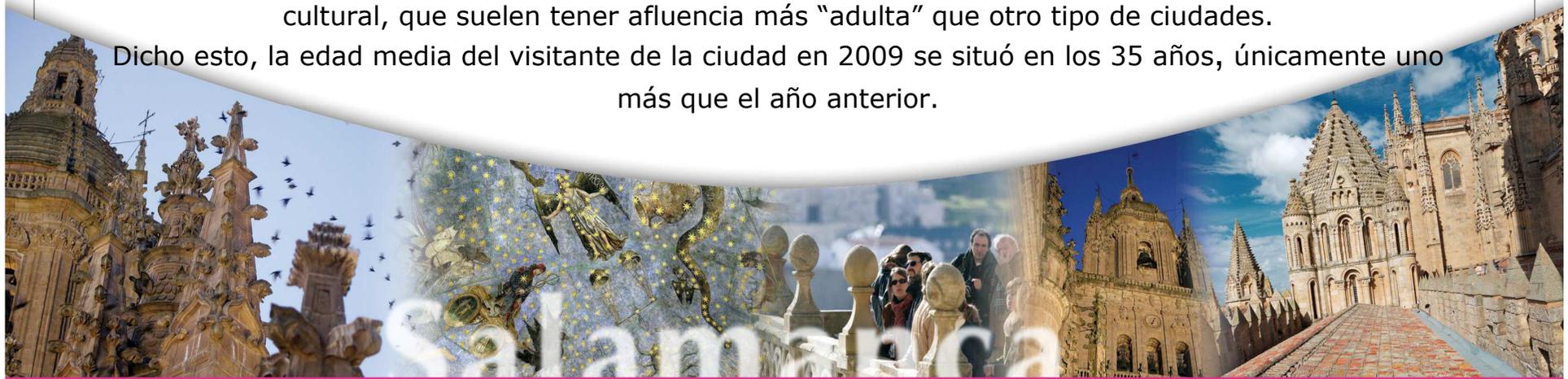


SEXO Y EDAD

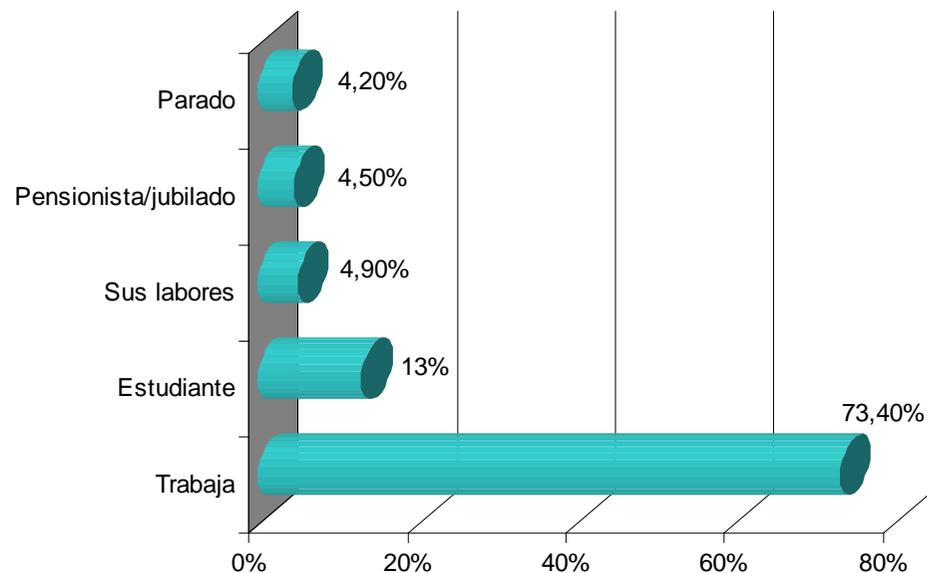
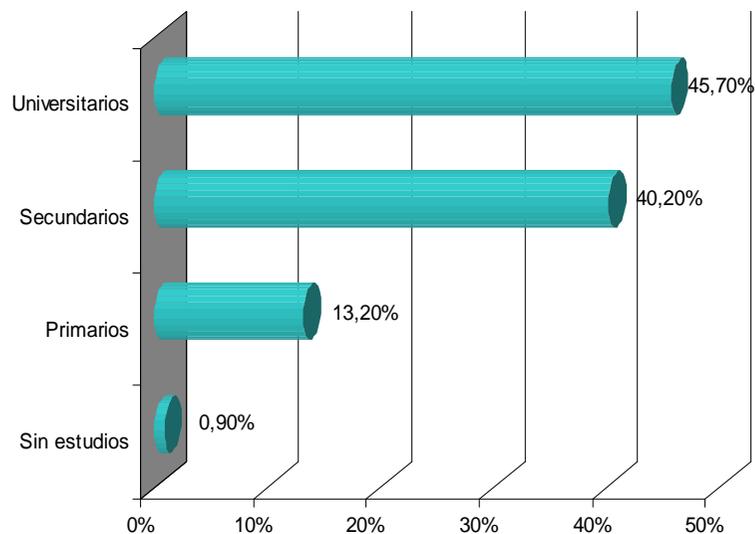


En el año 2009 visitaron Salamanca más hombres que mujeres, en concreto, un 8,2% más. De igual forma, se acercaron a la ciudad personas de hasta 50 años principalmente, ya que el 84% de los visitantes tenían menos de esa edad. Salamanca aparece así como un destino turístico típicamente cultural, que suelen tener afluencia más "adulta" que otro tipo de ciudades.

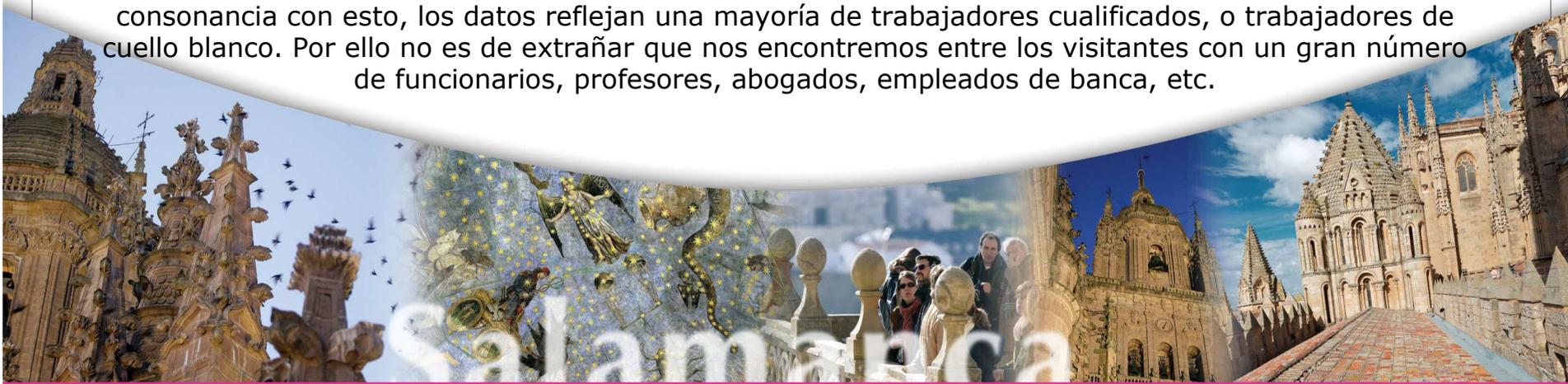
Dicho esto, la edad media del visitante de la ciudad en 2009 se situó en los 35 años, únicamente uno más que el año anterior.



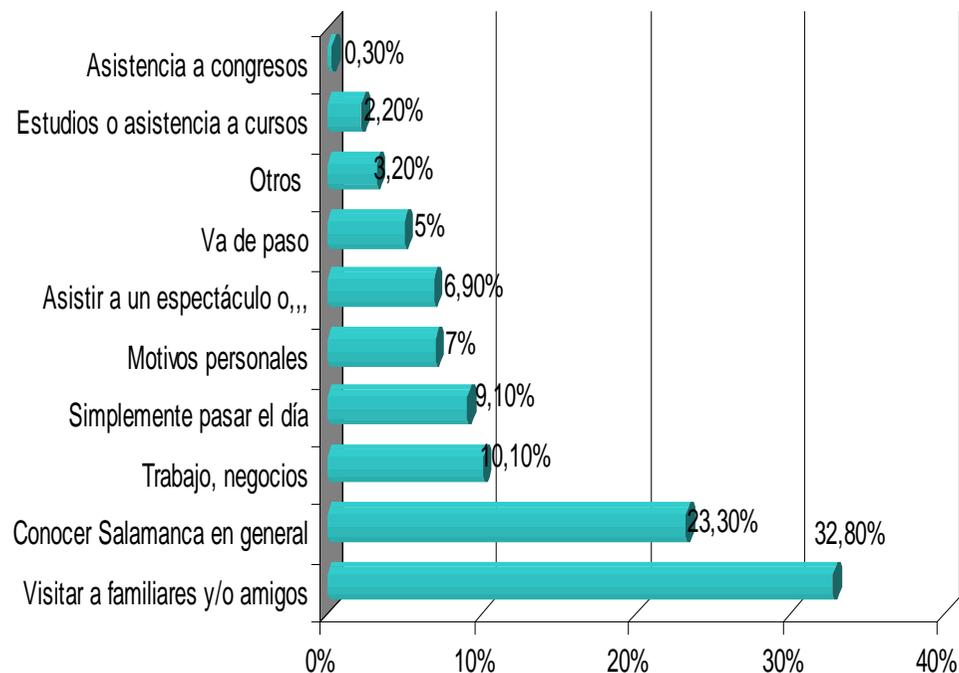
NIVEL DE ESTUDIOS Y SITUACIÓN PERSONAL



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.

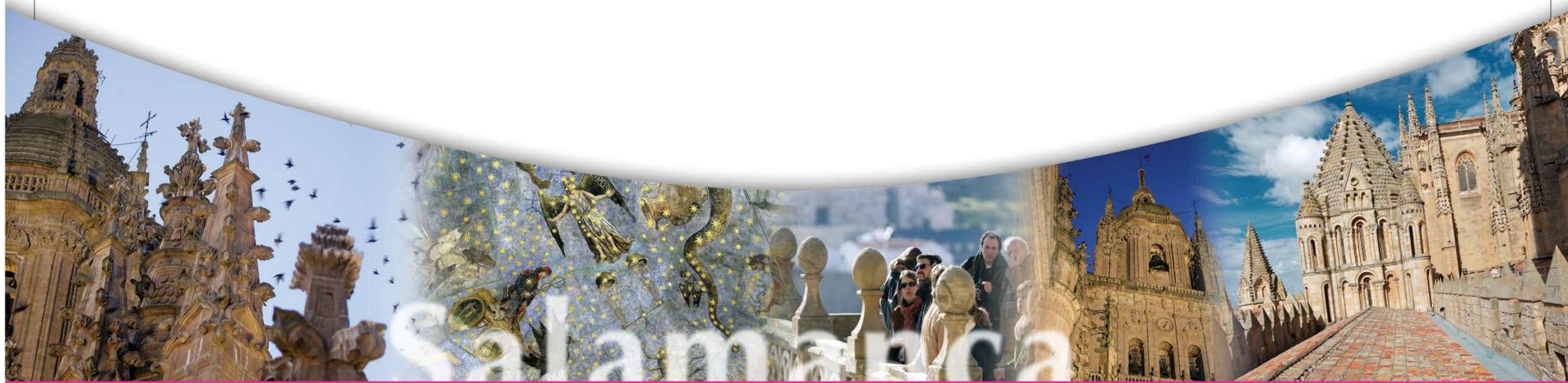


MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA

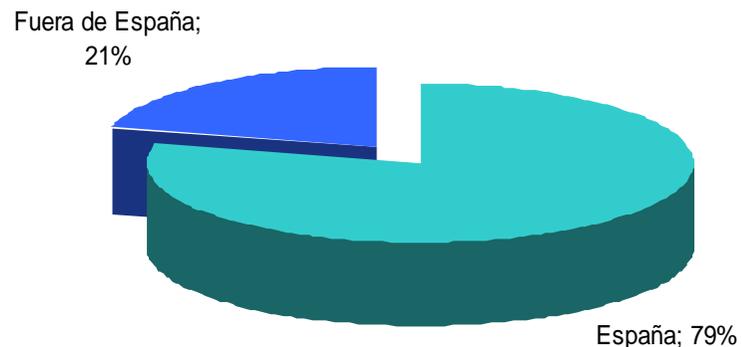


El principal motivo de los visitantes para llevar a cabo su viaje a la ciudad hace referencia a "visitar a familiares y/o amigos" (32,8%). No sobresale, por consiguiente, una motivación vinculada a un recurso o evento turístico específico.

La segunda razón esgrimida por los encuestados se relaciona con conocer Salamanca en general (23,3%). El trabajo sólo es señalado como motivo principal del viaje por el 10,10% de los entrevistados, mientras que el 9% señala que viene simplemente a pasar el día.



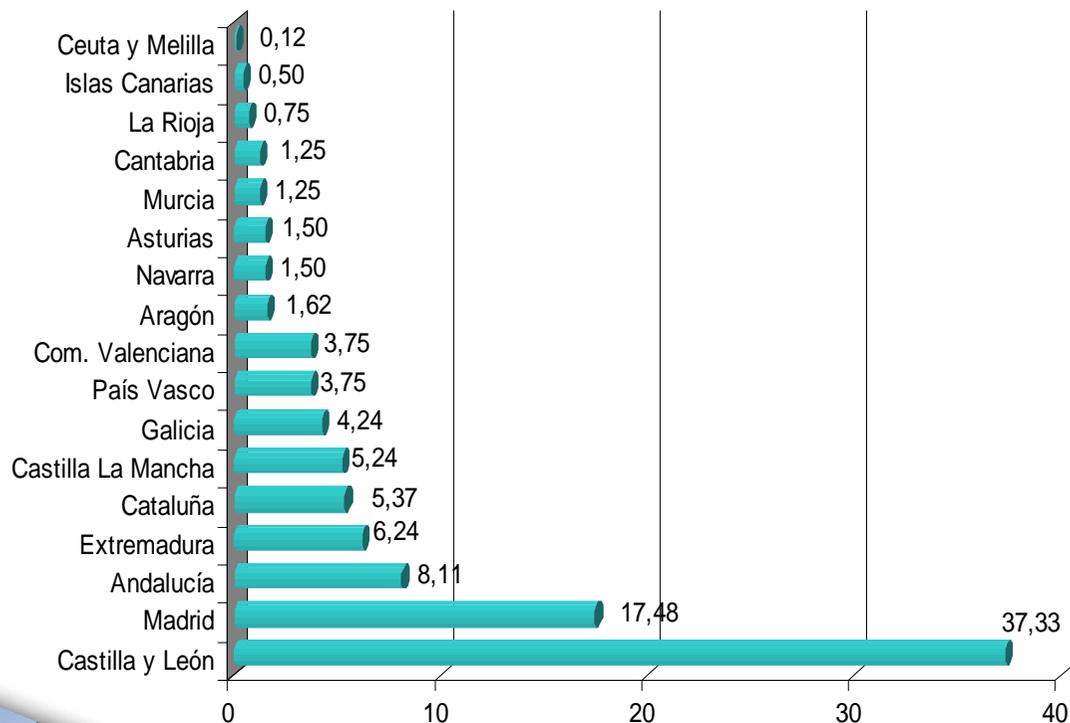
PROCEDENCIA DEL VISITANTE



El 21% de los visitantes que llegaron a Salamanca durante el año 2009 no residía en España. Un porcentaje inferior al obtenido en 2008, que se situaba en el 29%. Entre los visitantes extranjeros destacan tres nacionalidades: franceses, ingleses y alemanes. Aunque el panorama es ciertamente heterogéneo, sobre todo recibimos visitas de europeos (mucho más con el panorama económico actual).

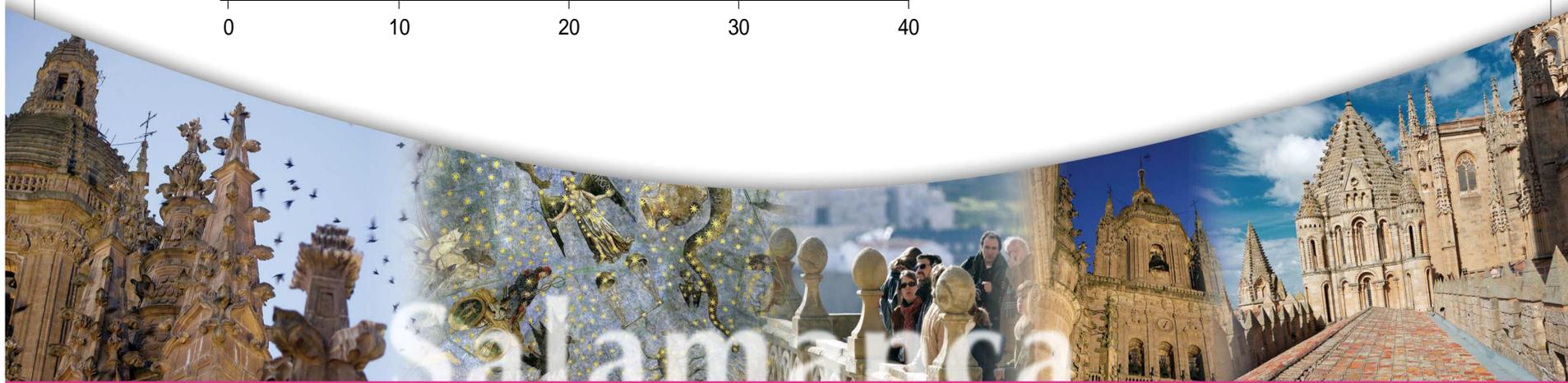


PROCEDENCIA DEL VISITANTE NACIONAL

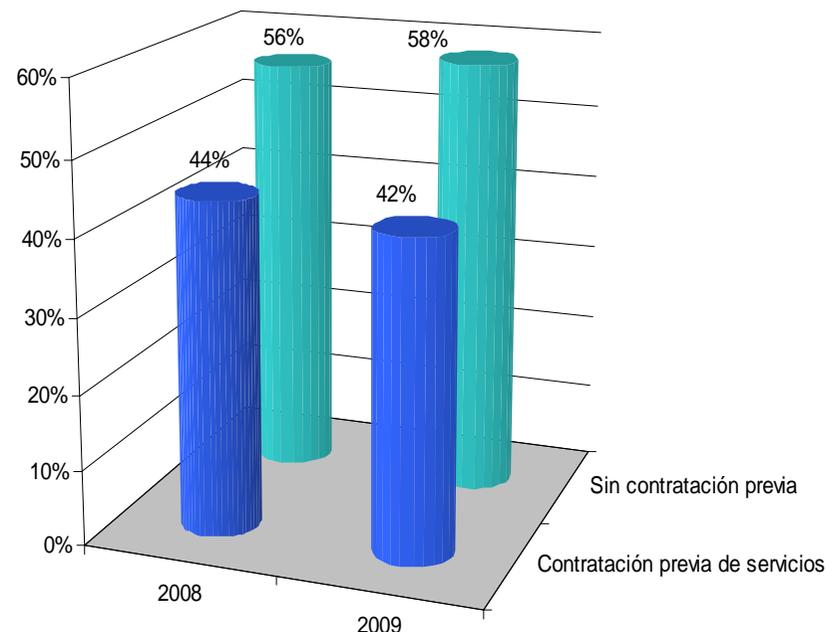
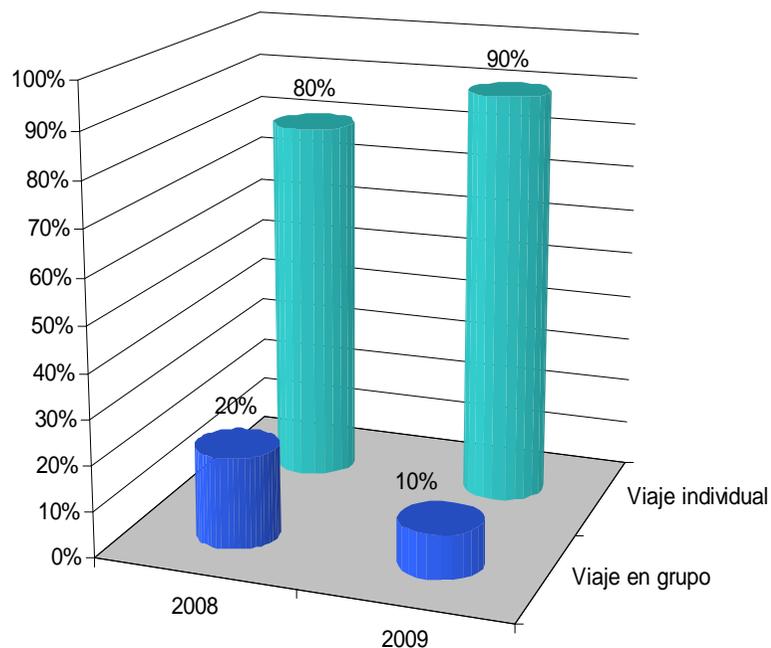


La comunidad que más visitas aporta es Castilla y León, seguida de Madrid, lo que refuerza la tesis del turismo de proximidad que atrae la ciudad, sobre todo si nos fijamos en la posición de Extremadura, como cuarta procedencia principal.

En cuanto al resto de regiones españolas, destaca Andalucía, que contribuye con un 8% del total de visitantes. Después aparecen Extremadura, Cataluña y Castilla La Mancha.



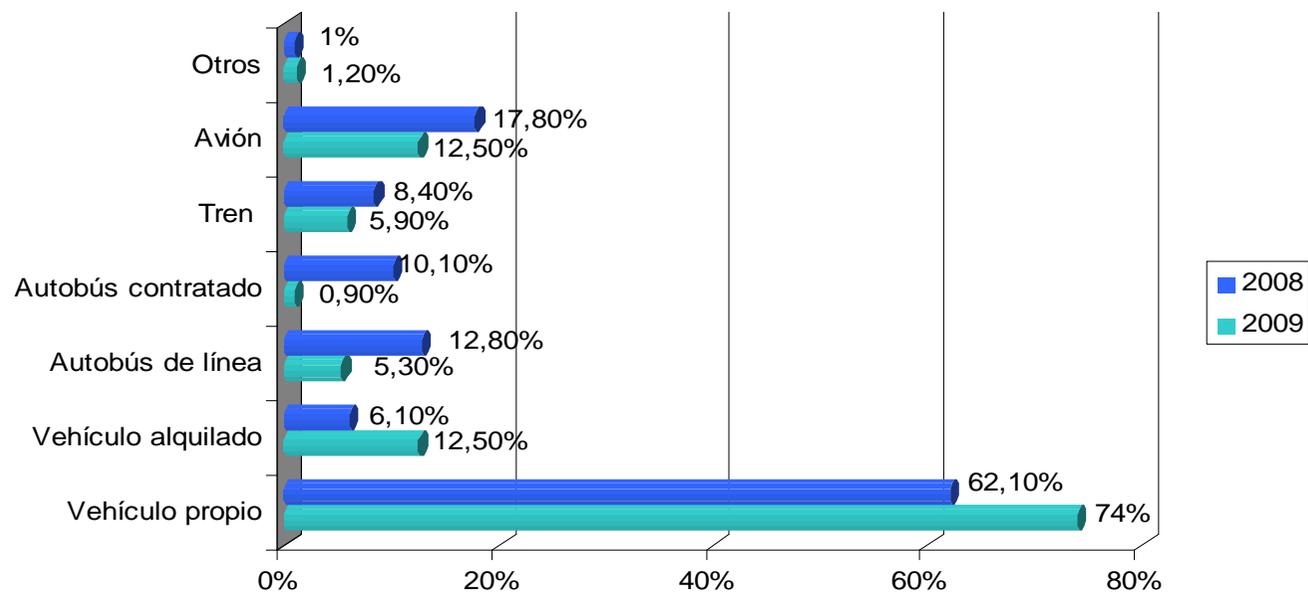
LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



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 2009, del volumen total de visitantes el 90% son visitantes en viaje individual, mientras los visitantes en viaje de grupo representan el 10%; la mitad que en 2008. 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 2009 aumenta ligeramente el número de visitantes que vienen sin contratación previa.



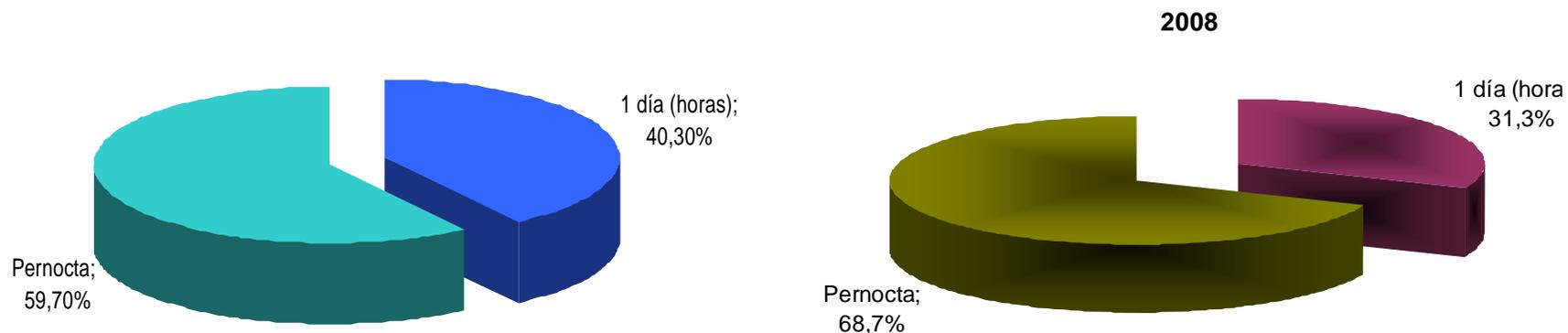
TRANSPORTE EMPLEADO



No existen grandes diferencias en relación al transporte utilizado para acercarse desde el lugar de destino hasta Salamanca entre los años 2008 y 2009. Cabe destacar el descenso que tiene la utilización del avión, particularmente entre los extranjeros que llegan a aeropuertos cercanos; y en sentido contrario, el aumento más importante se presenta en las opciones del vehículo alquilado y propio.



DURACIÓN DE LA ESTANCIA

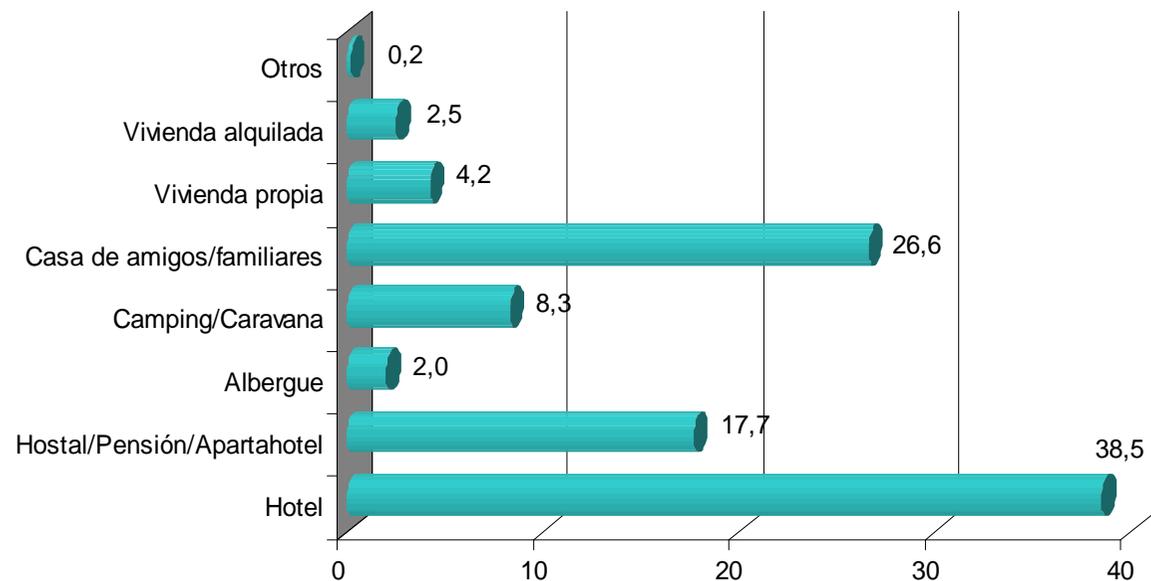


Si se distingue a los visitantes de Salamanca entre turistas (pernoctan) y excursionistas (pasan el día o unas horas), se observa que la mayoría (59,70%) pasa al menos una noche en la ciudad. Como vemos en la comparación con 2008, el porcentaje de excursionistas sube de manera considerable.

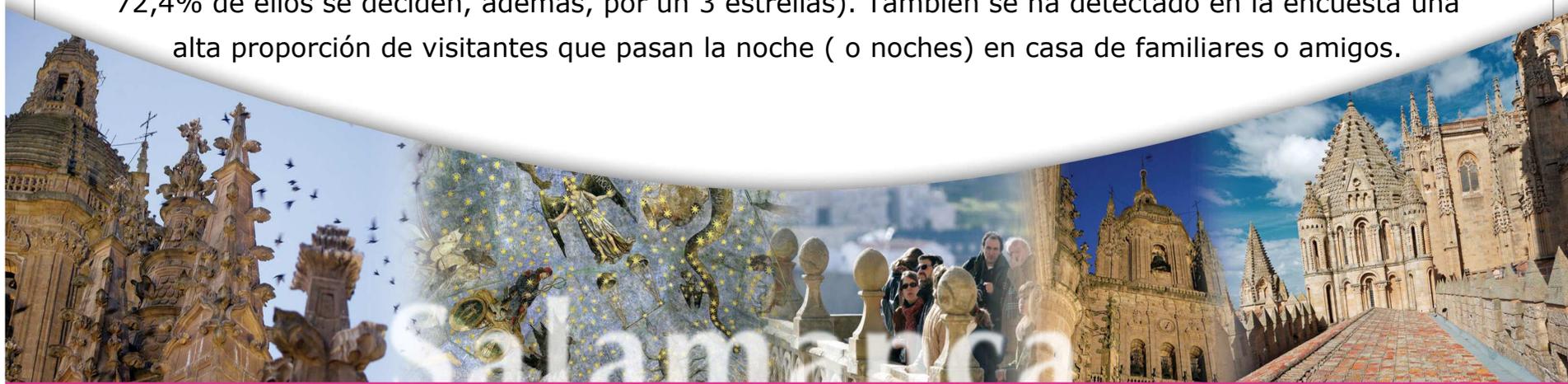
Por otra parte, la estancia media baja de 2,8 noches en 2008 a 2,5 noches por visitante en 2009.



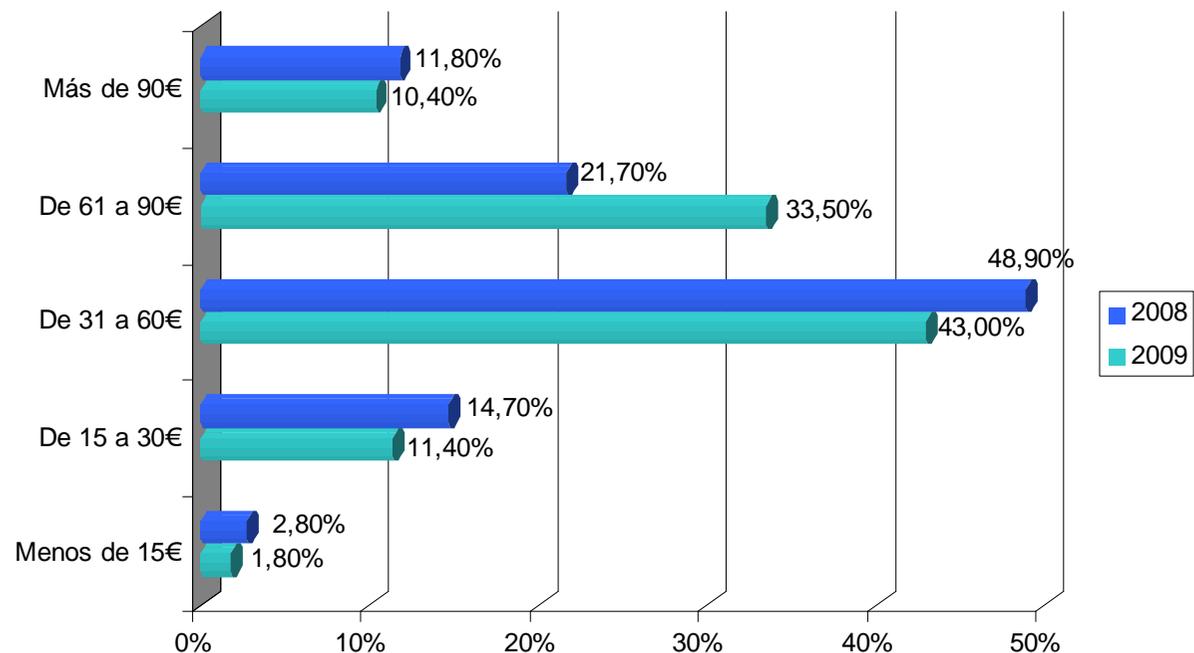
TIPO Y CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO



Entre aquellos que pernoctan en Salamanca, la opción preferida para su alojamiento es el hotel (el 72,4% de ellos se deciden, además, por un 3 estrellas). 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 76,5% de los visitantes de Salamanca gastó en 2009 entre 31 y 90 euros al día, situándose, como se verá posteriormente, el gasto medio por persona y día en los 58 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.

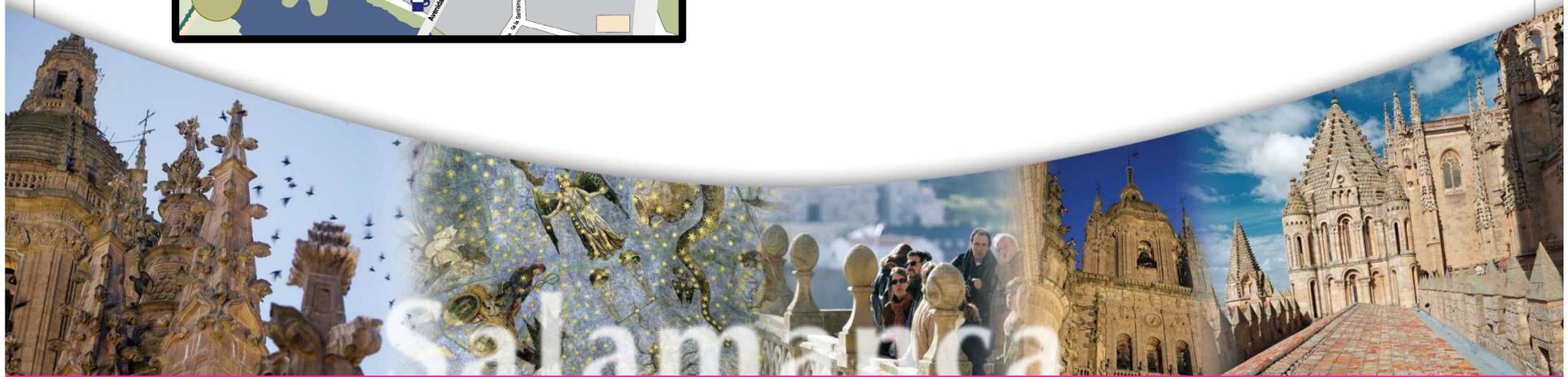


SITIOS VISITADOS

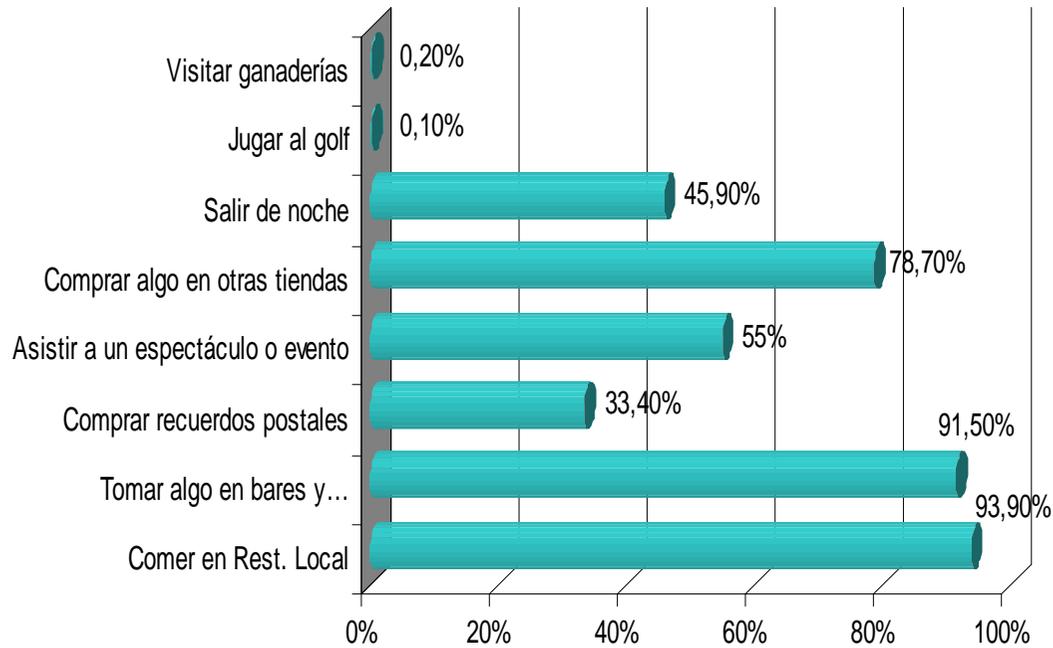


Salamanca presenta cinco sitios con una visita cercana o superior al 90 por ciento de todos los visitantes de la ciudad: la Plaza Mayor, el Puente Romano, la Casa de las Conchas, las Catedrales y la Clerencia. Existe por tanto un recorrido turístico muy definido en torno al centro histórico .

Existen otros lugares muy visitados como la Universidad, S. Marcos, el convento de S. Esteban 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.



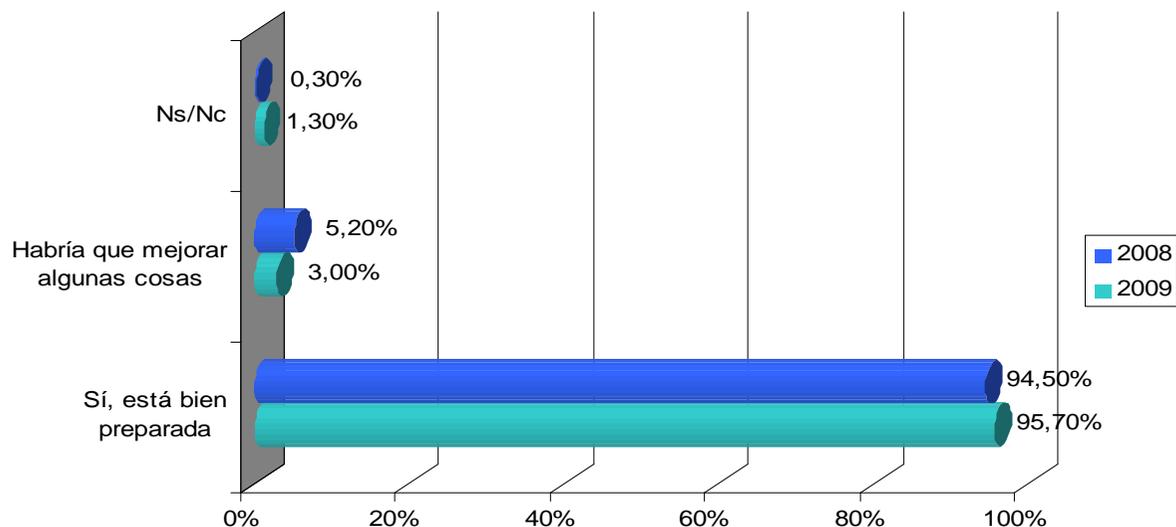
ACTIVIDADES REALIZADAS



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 y a asistir a algún espectáculo o evento que coincida con su estancia en Salamanca.



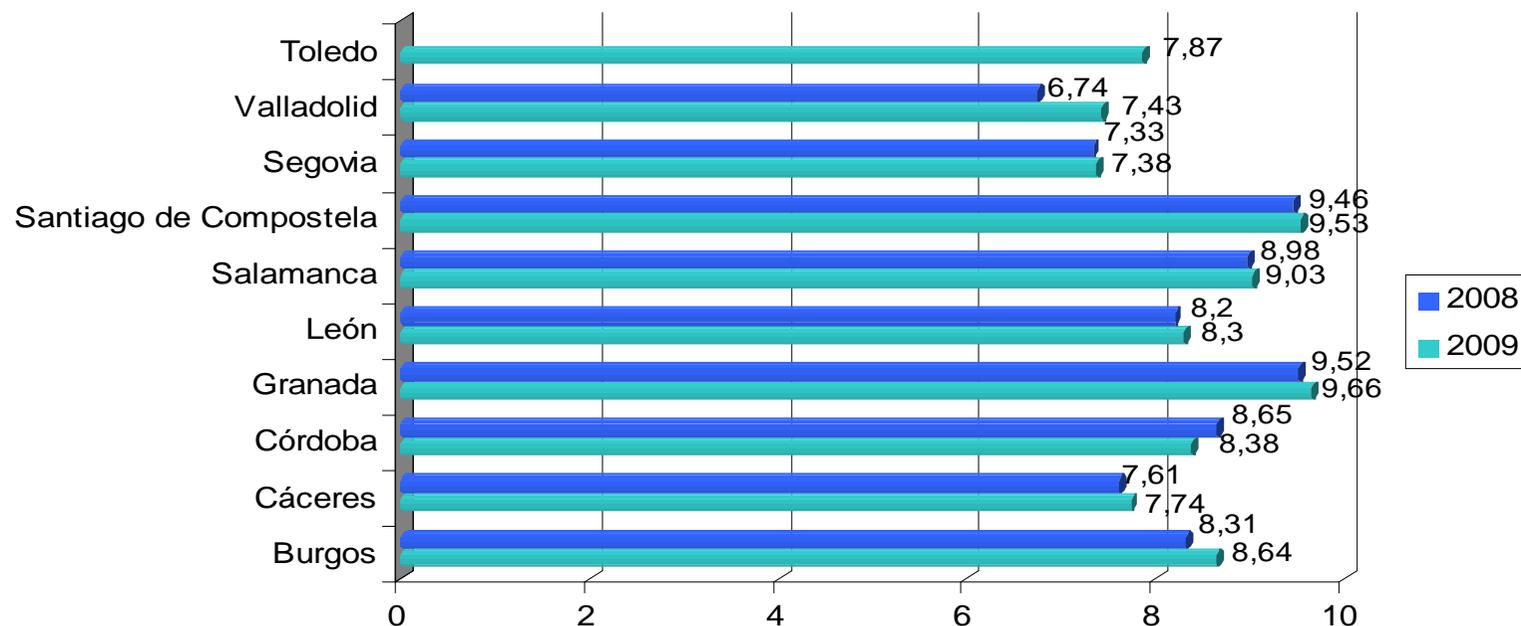
VALORACIÓN DEL ACONDICIONAMIENTO TURÍSTICO



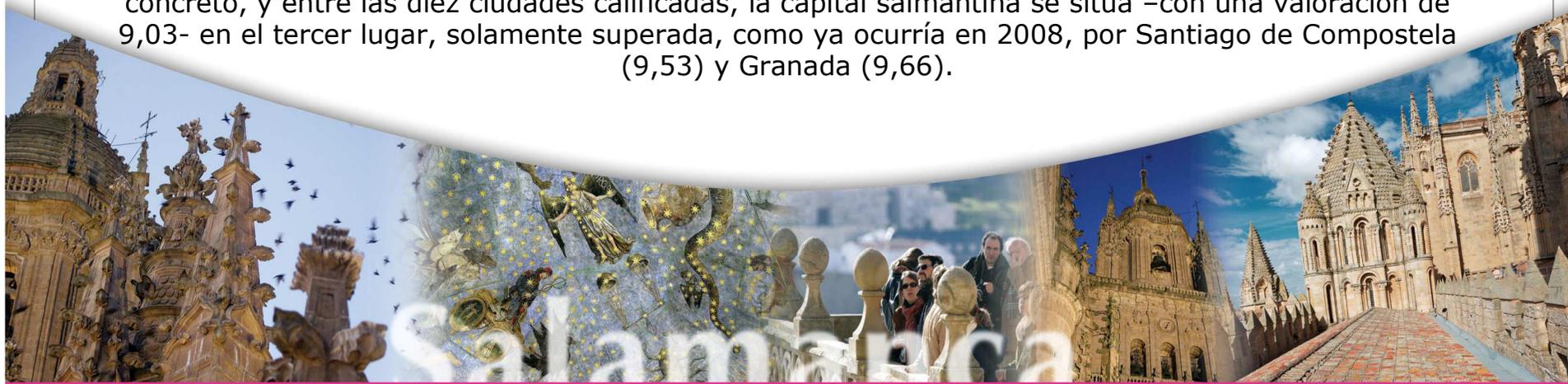
Existe un amplísimo consenso a la hora de valorar a Salamanca como una ciudad bien orientada hacia el turista. Así se expresa nada menos que el 95,7%. Esto no significa que no exista un porcentaje significativo de visitantes que considera necesario mejorar algunas cosas (el 3%), pero éste, como consecuencia de lo anterior, es menor que el recogido en el año 2008.



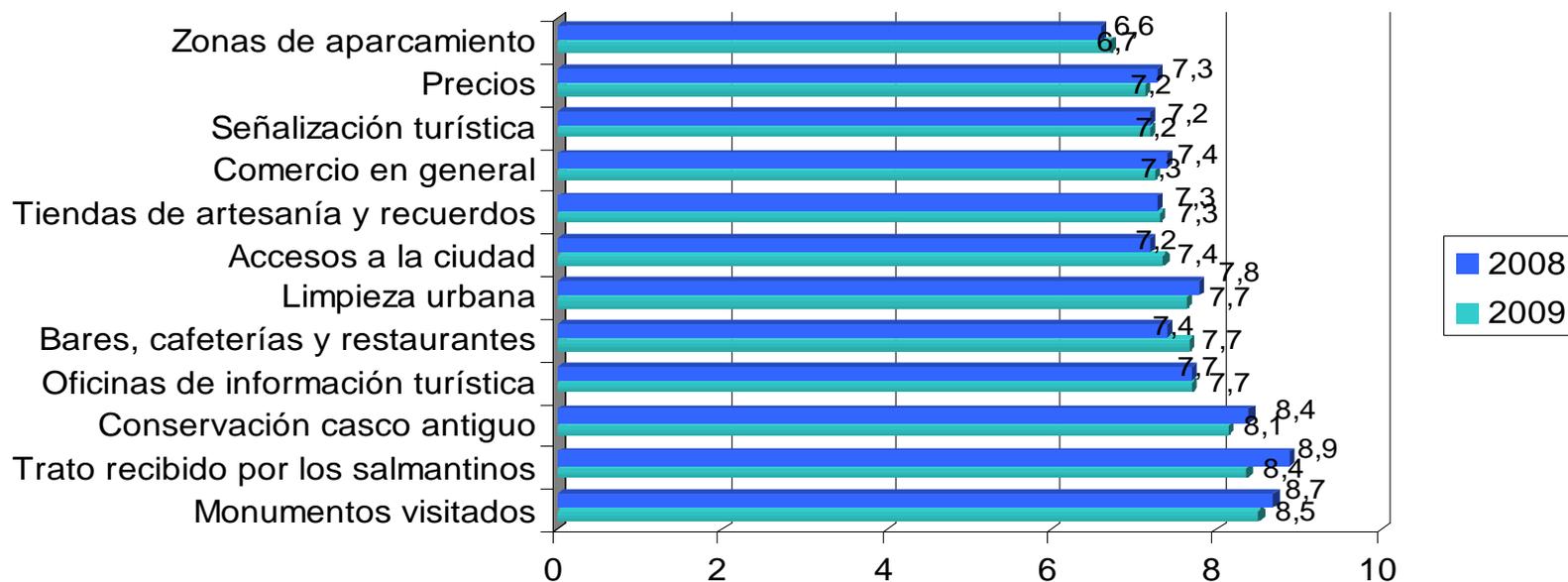
ATRACTIVO TURÍSTICO EN PERSPECTIVA COMPARADA



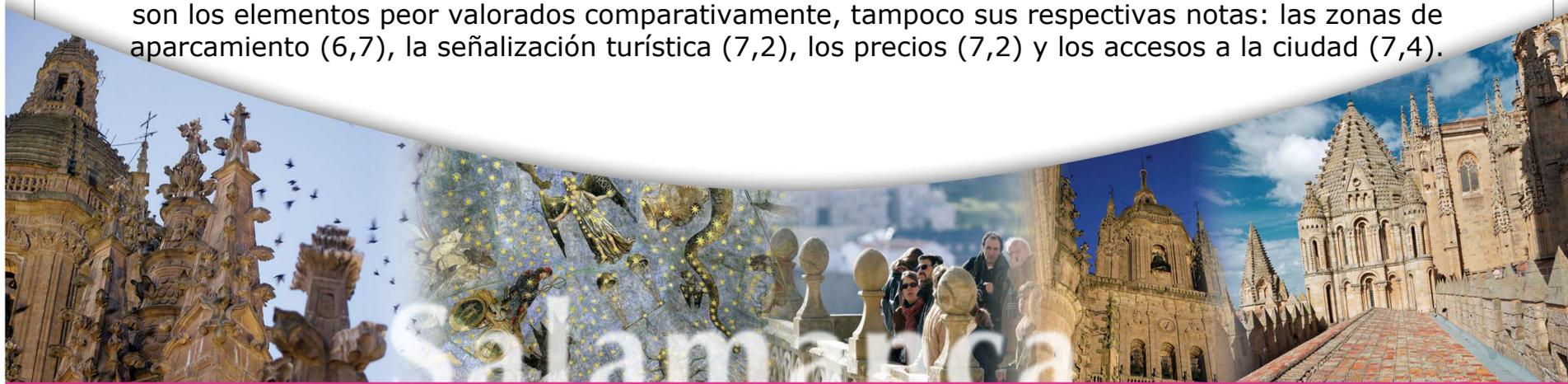
Salamanca emerge como una ciudad altamente competitiva en cuanto a su atractivo turístico. En concreto, y entre las diez ciudades calificadas, la capital salmantina se sitúa –con una valoración de 9,03- en el tercer lugar, solamente superada, como ya ocurría en 2008, por Santiago de Compostela (9,53) y Granada (9,66).



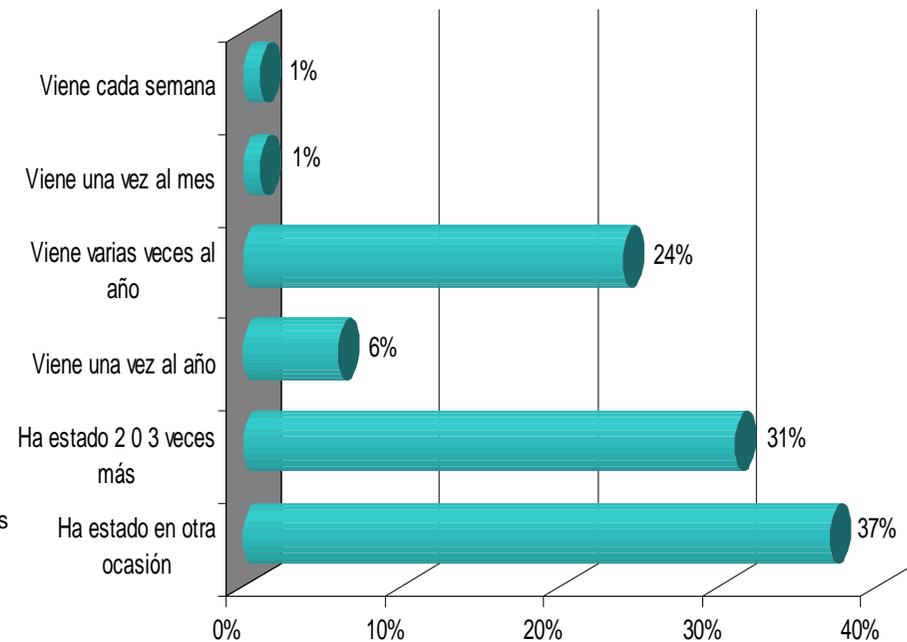
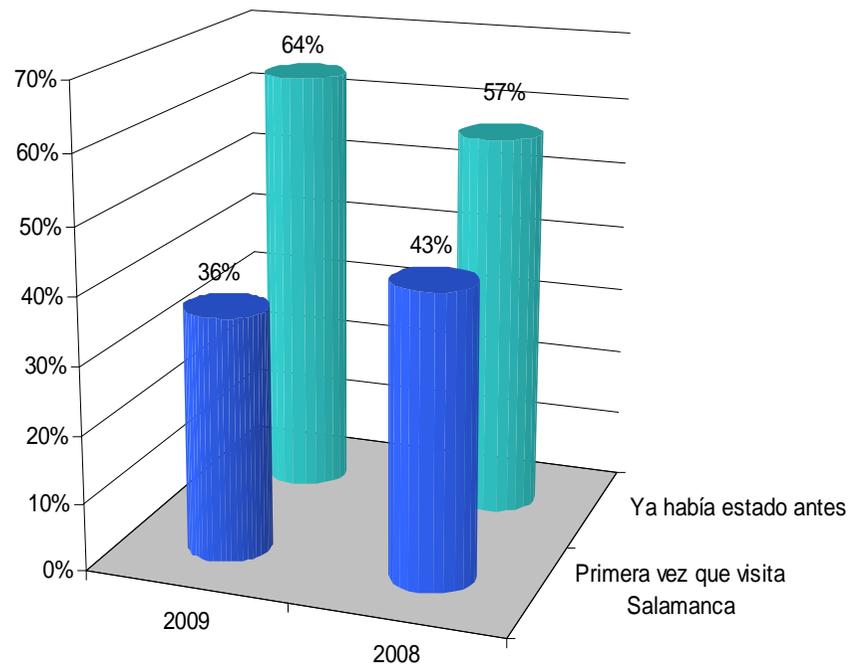
VALORACIÓN SECTORIAL (DE 0 A 10)



En el año 2009, Salamanca baja la valoración de la mitad de los apartados medidos. Lo que no cambia son los elementos peor valorados comparativamente, tampoco sus respectivas notas: las zonas de aparcamiento (6,7), la señalización turística (7,2), los precios (7,2) y los accesos a la ciudad (7,4).



FIDELIZACIÓN AL DESTINO



En el año 2009 aumenta también el número de visitantes que repite visita a la ciudad. En concreto, el 64% ya había estado anteriormente en Salamanca. Dentro de aquellos que repiten visita, más de un tercio regresa a la ciudad por segunda vez, mientras que un 31% ya había estado 2 o 3 veces. Cabe reseñar, además, la existencia de un 24% de visitantes que vienen varias veces al año a la ciudad.



ESTIMACIÓN DE GASTO DEL VISITANTE

Cálculos de la estimación del gasto del visitante en Salamanca

Año	Viajeros	% en hotel	Visitantes	Días	Gasto diario	Gasto en €
2008	590.890	38,6%	1.530.803	2,8	60	257.174.904
2009	571.610	33,5%	1.706.298	2,5	58	247.413.210



ENCUESTA A VISITANTES DE SALAMANCA 2009

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: 1020 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: Marzo-Diciembre 2009

