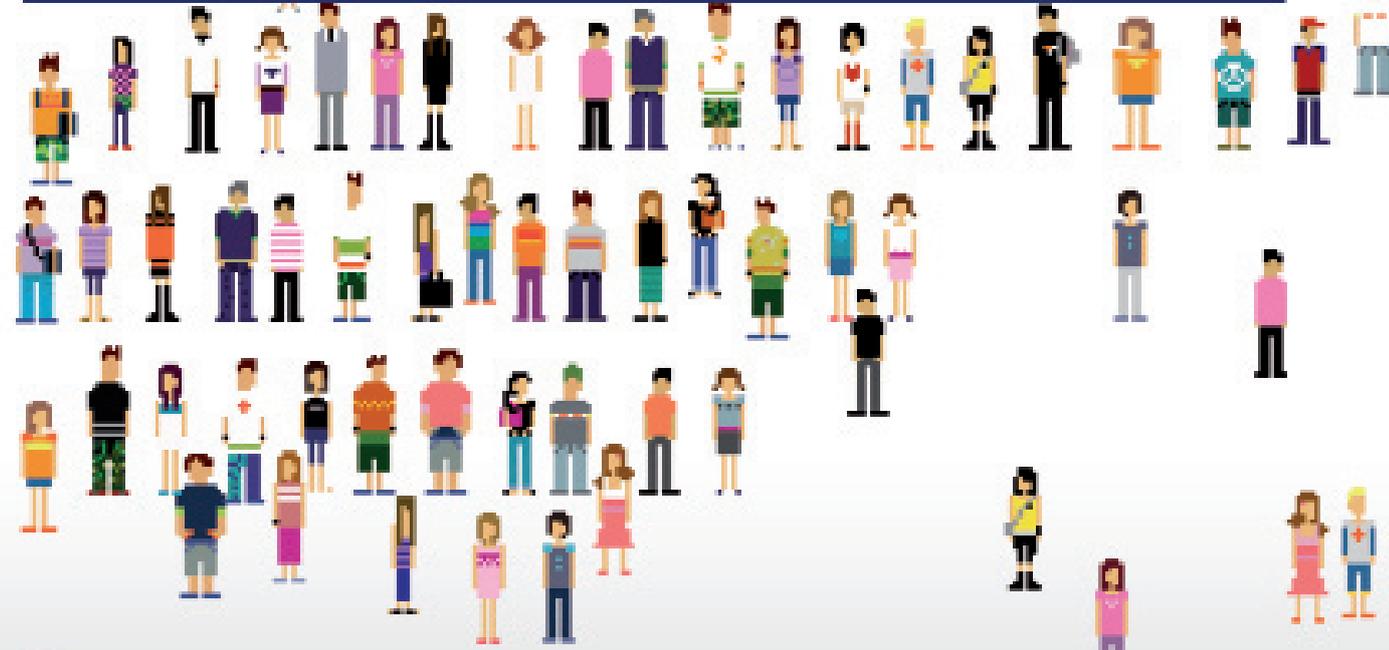


el turismo en valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



GERARDO GARCÍA ÁLVAREZ



el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Trabajo realizado por:

Ayuntamiento de Valladolid

Área de Cultura, Comercio y Turismo

Secretaría Ejecutiva

Trabajo de campo

Telecyl

Elaboración del Informe:

Gerardo García Álvarez

Secretaría Ejecutiva del Área

Colaboradores directos en la elaboración del informe:

Silvia Gutiérrez Valverde

Fernando Gil Pérez

Rubén González Díez

Fernando García Sánchez

Alberto Alvero Ostra

Alba Otero Santervás

Diseño y maquetación:

A duo marketing y publicidad

Fotografías:

Luis Laforga



Índice de contenido

0.	Introducción	7
	a.- El turismo de interior: un sector en expansión en Valladolid.	8
	b.- El Observatorio turístico: una herramienta al servicio de este sector.	8
	c.- Contenido del Informe	9
	d.- Universo de estudio y Trabajo de campo	10
	e.- Agradecimientos	11
1.	Caracterización de la muestra: perfil de los visitantes	13
	1.1.- Perfil sociodemográfico de los visitantes	14
	1.1.1.- Sexo	14
	1.1.2.- Edad	16
	1.1.3.- Estado Civil	17
	1.1.4.- Nivel de Estudios	19
	1.1.5.- Situación Laboral	20
	1.1.6.- Nivel de ingresos en la unidad familiar	21
	1.1.7.- Perfil general de los visitantes	24
	1.2.- Perfil de los turistas y los excursionistas	25
	1.3.- Comparación del perfil del turista que viene a Valladolid con el turista español y el que viene a Castilla y León.	31
2.	Procedencia, transportes y características de la estancia en Valladolid.	35
	2.1.-Número de viajeros, visitantes y estancia media de los viajeros	36
	2.2.- Procedencia de los visitantes y turistas	41
	2.2.1.- Residentes en el extranjero	44
	2.2.2.- Residentes en España	44
	2.3.- Medio de transporte que utilizan	50
	2.4.- Valladolid como principal destino turístico en este viaje	57
	2.5.- Pernoctaciones	58
	2.5.1.- Visitantes que pernoctan	58
	2.5.2.- Número de viajeros y pernoctaciones en hoteles	64
	2.5.3.- Tipo de alojamiento	65
	2.6.- Comidas	69
	2.6.1.- Proporción de los que comen y número de comidas	69
	2.6.2.- Establecimientos donde comen	76
3.	Características del viaje	83
	3.1.- Frecuencia con la que vienen	84
	a.- Visión conjunta de 2008 y 2009	84
	b.- Diferencias entre 2008 y 2009	87
	3.2.- Con quién vienen	92
	3.3.- A qué vienen y que actividades realizan	98
	3.3.1.- Principal motivo por el que vienen	98
	3.3.2.- Actividades que realizan	103
	3.3.2.1.- Tipo de actividades	103
	3.3.2.2.- Número de actividades	108
	3.3.2.3.- Visitas a museos	109
4.	Utilización de los servicios de información turística	115
	4.1.- Información antes del viaje	116
	4.2.- Información durante su estancia en Valladolid	120
	4.2.1.- Nivel de uso de los servicios telemáticos de información turística	121
	4.2.2.- Utilización de los servicios turísticos	122
	4.2.3.- Nivel de uso de la Web y de la Oficina de Información Turística	122

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



5.	Nivel de gasto de los visitantes y su distribución	127
	5.1.- Número de personas que comparten gastos y gasto total del grupo	128
	5.2.- Distribución del gasto	134
	a.- Diferencias, según el tipo de visitante y su lugar de residencia	136
	b.- Diferencias según las características sociodemográficas de los visitantes	139
6.	Nivel de satisfacción con el viaje y su estancia en Valladolid	143
	6.1.- Nivel de satisfacción	144
	6.1.1.- Nivel de satisfacción de los visitantes en general	144
	6.1.2.- Índice de satisfacción global de los distintos colectivos de visitantes	148
	a.- Diferencias según la clase de visitante y su procedencia	148
	b.- Diferencias según las características sociodemográficas	151
	6.2.- Lo que más y lo que menos gusta de Valladolid	152
	6.3.- Interacciones futuras y posible fidelización	156
	6.3.1.- ¿Repetirá el viaje durante el año?	157
	6.3.2.- ¿Lo recomendaría a otros?	161
7.	Conclusiones	167
	1.- Perfil de los visitantes	168
	2.- Procedencia, transportes y características del viaje	169
	a.-Número de viajeros y visitantes	169
	b.-Origen de los visitantes	169
	c.-Medio de transporte que utilizan	170
	d.-Valladolid como principal destino turístico	170
	e.-Frecuencia con la que vienen	170
	f.-Con quien vienen	171
	3.- Características del viaje	171
	a.-Principal motivo por el que vienen	171
	b.-Tipo de actividades que realizan	172
	c.-Visitas a museos	173
	d.-Pernoctaciones	173
	e.-Comidas	174
	4.- Utilización e impacto de los servicios de información turística.	175
	a.-Antes del viaje	175
	b.-Durante su estancia en Valladolid	175
	5.- Nivel de gasto de los visitantes y su distribución	175
	a.-Gasto medio por visitante	175
	b.-Distribución del gasto	176
	6.- Grado de satisfacción con el viaje y su estancia en Valladolid	177
	a.-Nivel de satisfacción	177
	b.-Lo que más gusta de Valladolid a los visitantes	178
	c.-Lo que menos gusta de la ciudad	178
	d.-¿Repetirán el viaje a Valladolid?	178
	e.-¿Recomendarán el viaje a otros?	179
8.	Anexos	183
	Tablas complementarias	184
	Cuestionarios	198



La proyección exterior de Valladolid ha experimentado un cambio cualitativo espectacular en los últimos años, que se ha traducido, como era de esperar, en un cambio cuantitativo evidente y muy positivo. Hoy por hoy, aproximadamente la mitad de los viajeros que llegan a Valladolid son “turistas”; esto es, llegan a Valladolid con expectativas lúdico-culturales y atraídos por la riqueza histórico-artística de la ciudad y sus distintas manifestaciones. Además, el estudio que hoy difundimos constata que un número muy significativo de estos turistas son... “repetidores”; lo cual indica que la oferta global que Valladolid les ofrece para disfrutar de su estancia tiene el atractivo y la calidad necesarias para promover su fidelización.

Es incuestionable que Valladolid se ha visto muy beneficiada por el auge contemporáneo del turismo de interior, frente a destinos más tradicionales. Sin embargo, sería necio pensar que sin la profunda renovación a que se han visto sometidas la ciudad y su oferta, con el objetivo de ser altamente competitivas en sus propuestas y servicios, los datos de este estudio estadístico realizado por Gerardo García Álvarez hubiesen sido los que son.

Valladolid ha encontrado “su camino” y ahora busca con ahínco su proyección exterior. La Semana Santa, las Ferias, SEMINCI, los certámenes gastronómicos o el Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle son, en combinación con la envidiable red de infraestructuras museísticas de la ciudad y la ambiciosa programación escénica, musical, artística y literaria que acoge Valladolid (además de la magnífica oferta hostelera...), los ingredientes de una dinámica explosiva por su atractivo, su diversidad y, sobre todo, su calidad.

He aquí los resultados que arroja el análisis de toda la gestión pública municipal de este valioso “contingente” durante los ejercicios 2008 y 2009. Las conclusiones del estudio nos traen muy buenos augurios e insinúan el acierto de las líneas de actuación seguidas hasta ahora. Nos sirven, además, para efectuar ajustes y correcciones de trayectoria... Así trabaja el Ayuntamiento de Valladolid: teniendo siempre muy presente el impacto de sus políticas y conociendo en profundidad la “cuenta de resultados” que van produciendo.

Hemos conseguido poner a Valladolid... “de moda” y a nadie escapa las grandes exigencias que “la moda” impone a sus seguidores. No obstante el esfuerzo a este respecto es altamente gratificante. ¡Quererse es tan, tan importante!

Francisco Javier León de la Riva
Alcalde de Valladolid

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



*A todos los visitantes que llegan a Valladolid,
quienes, a la vez que disfrutan el sabor de la ciudad,
ensanchan nuestro horizonte,
y nos enriquecen cultural y socialmente.*



0

■ Introducción



a.- El turismo de interior: un sector en expansión en Valladolid.

En las sociedades modernas, el turismo es una pieza clave en la economía, no sólo por su repercusión en el consumo sino también por su capacidad para generar empleo. El boom turístico de sol y playa, que en un primer momento tuvo lugar en España, dejó en un segundo plano a las provincias de interior. Sin embargo, los fuertes cambios culturales que en los últimos años ha sufrido el mundo en general y la sociedad española en particular, han propiciado que el turismo de interior cobre fuerza como clara alternativa al tradicional turismo de sol y playa.

Como región de interior, Castilla y León está intentando adaptar su oferta turística a los nuevos hábitos y estilos de vida de una demanda cada vez más diversa. Como capital castellano-leonesa, Valladolid no sólo es el principal núcleo de negocios y campus universitario de Castilla y León, sino que también resulta un centro muy atractivo en el ámbito cultural, ofreciendo a sus visitantes multitud de opciones de ocio y cultura, diferentes al turismo en las zonas costeras.

Las Ferias, la Semana Internacional de Cine (SEMINCI), el Festival Internacional de Teatro y Artes de Calle y la Semana Santa de Valladolid, junto a la programación de conciertos (algunos de gran repercusión fuera de la ciudad) y otros eventos culturales, dinamizan y relanzan una actividad turística ya de por sí en continuo movimiento, además de contar con puntos turísticos permanentes, como el Museo de Arte Contemporáneo Patio Herreriano, el casco antiguo de la ciudad, el Museo Nacional Colegio de San Gregorio (Museo Nacional de Escultura), el Museo de la Ciencia, etc.

Todo esto, unido a la llegada del AVE, que refuerza las ya de por sí buenas comunicaciones con otras ciudades, y a la amplia oferta de alojamiento, además de un ambiente de intensa actividad social, hacen de Valladolid una ciudad cosmopolita y atractiva para el visitante, que es la base de un sector turístico que repercute de forma notable en la economía local.

b.- El Observatorio turístico: una herramienta al servicio de este sector.

Dada la importancia que el sector turístico tiene para la ciudad, resulta de gran interés disponer de un conocimiento lo más preciso posible de la dinámica en este sector, con vistas a desarrollar todas sus potencialidades.

Por ello, se ha puesto en marcha en el Área de Cultura, Comercio y Turismo un Observatorio Turístico, con el fin de disponer de una información amplia y actualizada que nos permite conocer con la mayor precisión posible la evolución del turismo en la ciudad, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.



Para conseguir este objetivo, el observatorio, gestionado en estos momentos por Telecyl, dispone de herramientas de recogida sistemática de información en ambas direcciones: de la oferta (recogida de datos de ocupación hotelera, de llegada de viajeros a la ciudad, de visitantes de museos, etc.) y de la demanda (encuesta personal a una muestra de visitantes que llegan a Valladolid).

Ambas informaciones se recogen desde perspectivas y con metodologías distintas, pero resultan complementarias para conocer la dinámica del sector.

No obstante, en este informe nos vamos a limitar a analizar la información que disponemos desde la perspectiva de la demanda, es decir, de los visitantes que llegan a la ciudad. Para lo que nos centraremos en los resultados de la encuesta que desde el observatorio turístico se pasa de forma periódica a una muestra de las personas de fuera que llegan a Valladolid por razones no laborales. Una encuesta que se ha iniciado a principios de 2008, con la puesta en marcha del observatorio, y que se seguirá realizando de manera sistemática todos los años con el fin de conocer la evolución de los visitantes que vienen a la ciudad.

c.- Contenido del Informe

En este estudio se analizan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas durante los años 2008 y 2009 a los visitantes¹ que han llegado a la ciudad durante este periodo de tiempo.

Los aspectos que se tratan, y que se pueden ver en el índice, son los abordados en la encuesta (que se incluye en el anexo), y giran en torno a las características de los visitantes que llegan a la ciudad: su perfil sociodemográfico, de dónde vienen y cómo llegan, qué es lo que les atrae de Valladolid y cuál es su dinámica una vez que están aquí, qué servicios utilizan, qué nivel de gasto realizan y cuál es el nivel de satisfacción con el que se van.

El objetivo de todo ello es tener un conocimiento lo más preciso posible de las personas que nos visitan, con el fin de adaptar la política turística del Ayuntamiento a sus circunstancias, deseos, demandas y expectativas.

¹ En el Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid se utilizan los conceptos relacionados con turismo en el sentido que lo entienden los estudios Estadísticos de Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), que indicamos a continuación. En este estudio, como parece lógico, utilizamos los conceptos en el mismo sentido que se utiliza en el Observatorio, (donde se ha hecho el trabajo de campo), que se ajusta al contenido que le dan la OMT y el INE. La definición que en el observatorio se hace de estos conceptos, que es la que hemos tomado en este estudio, es la siguiente:

-**Visitante**: “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”.

-**Turista (visitante que pernocta)**: “un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado”.

-**Excursionista (visitante de día)**: “un visitante que no pernocta”.

-**Viajero**: “toda aquella persona que realiza una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento reglado”.

-**Pernoctación o plaza ocupada**: “cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento”.

-**Usuario**: “persona que acude a un punto de interés objeto de estudio del Observatorio Turístico de la ciudad de Valladolid, independientemente de su procedencia.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Como el espacio temporal en el que se han realizado las encuestas (2008 y 2009) abarca dos momentos muy distintos de la dinámica turística (debido a la coyuntura económica de crecimiento en 2008 y de recesión en 2009), vamos analizar los resultados desde una doble perspectiva temporal: la global de los dos años y la diferenciada entre 2008 y 2009. La primera nos proporcionaría la media de ambos años, ofreciéndonos una información equilibrada entre un año turístico bueno y otro malo. Mientras que la segunda nos permitirá observar los cambios, tanto cuantitativos como cualitativos, producidos entre los dos momentos. Con lo que podremos comprobar si, al margen del descenso del número de visitantes que conlleva una situación de crisis económica, también varían de una a otra coyuntura económica las características de los visitantes y la dinámica turística que éstos generan en la ciudad, y, en caso afirmativo, en qué sentido.

Al Informe se adjunta un anexo con una serie de tablas que se citan en el texto, pero que no se incluyen en él; en primer lugar, por aligerar su lectura –evitando sobrecargarlo de datos-, y por otro, por ser tablas de menor interés que las que se aportan (ya sea porque resultan complementarias de éstas o porque su valor para el análisis es menor –por partir de unas bases reducidas, etc.-). El motivo de aportarlas, aunque sea fuera del texto, es porque se considera que pueden ser de utilidad para personas interesadas en profundizar aspectos concretos del análisis que aquí se realiza.

d.- Universo de estudio y Trabajo de campo

El universo de estudio ha sido todos los visitantes que han llegado a la ciudad durante estos dos años por algún motivo distinto al del trabajo, siguiendo el criterio de lo que entiende por visitante en los estudios turísticos. El concepto de visitante es algo más amplio que el estricto de turista, ya que engloba en él a todos los que visitan la ciudad por cualquier motivo que no sea laboral, incluyendo, además, los que pernoctan y los que no. Por tanto, se incluye en el concepto de visitante también las personas que llegan por otras razones diferentes a las típicamente turísticas, como por ejemplo, los que vienen a la ciudad por razones de estudio, que en Valladolid representa, según esta encuesta, aproximadamente el 9,4% del total de visitantes.

La encuesta se ha pasado a un total de 2.665 personas de este perfil a lo largo de los años 2008 y 2009 (unas 325 en cada trimestre)- 1.325 en 2008 y 1.340 en 2009-, y se ha realizado en todos aquellos puntos considerados de cierta confluencia de visitantes, buscando al máximo que el peso de cada uno de ellos fuera similar al peso real de los que visitan la ciudad.

El trabajo de campo ha sido desarrollado por la empresa Telecyl, en el marco del trabajo que desarrolla dentro del Observatorio Turístico que tiene contratado con el Área de Cultura, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid.

Con este tamaño muestral de 2.665 casos, el error máximo estadístico es de $\pm 1,9\%$ para los datos globales de ambos años y $\pm 2,7\%$ para los relativos a cada año (2008 y 2009), y en ambos casos, para un nivel de confianza del 95,5% y en la situación más desfavorable donde $p=50\%$ y $q=50\%$.



e.- Agradecimientos

Este trabajo se inicia en 2009 con la decisión política de la Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo de realizar un estudio para conocer las características de los visitantes que llegan a Valladolid, y tiene como base las encuestas realizadas por Telecyl durante 2008 y 2009 dentro de los trabajos encargados por el Ayuntamiento a dicha empresa para el observatorio turístico de la ciudad de Valladolid.

El texto que hoy se publica es el resultado de muchas aportaciones, apoyos y colaboraciones, teniendo mucho de trabajo colectivo. Por lo que, como autor del texto final, me siento deudor de las muchas personas que, desde distintos ámbitos, han colaborado en esta investigación, y cuya aportación es de justicia reconocer.

En primer lugar, mi agradecimiento a Mercedes Cantalapiedra Álvarez, Concejala de Cultura, Comercio y Turismo, no solo por la decisión tomada de realizar este estudio sino por el apoyo mostrado en todo el proceso de trabajo.

También quiero mostrar mi especial agradecimiento a Juan Manuel Guimerans Rubio, Director del Área, no solo por su incondicional apoyo sino también por las sugerencias de mejora en la elaboración del Informe y la redacción final del texto, así como a Ana Isabel Mellado, Jefa de la Secretaría Ejecutiva del Área, por su valiosa coordinación de los recursos humanos y la aportación de los medios materiales para la realización del trabajo.

También quiero hacer una mención especial a los trabajadores de la Sociedad Mixta para la promoción del Turismo de Valladolid, S.L., y especialmente a Isabel Mateo Martínez, Gerente de la sociedad, por la información aportada para la realización del estudio y la colaboración prestada a todo lo que se le ha requerido.

Y dentro de este capítulo de agradecimientos, merecen un reconocimiento especial todos los colaboradores directos, que figuran en los créditos de esta publicación, pues con su buen hacer profesional han contribuido de manera muy importante al resultado de esta investigación. A todos ellos (Silvia Gutiérrez, Fernando Gil, Rubén González, Fernando García, Alberto Alvero y Alba Otero) gracias por su dedicación y aportaciones, y especialmente a Silvia Gutiérrez, que es la que más tiempo ha dedicado a esta tarea.

Finalmente, quiero manifestar mi agradecimiento a la empresa Telecyl por el buen trabajo de campo realizado, cuyos resultados han sido el soporte básico de esta investigación.

Y como no, también mi agradecimiento a los visitantes encuestados, ya que sin la información y opiniones que nos han aportado no se hubiese podido realizar este trabajo.

Valladolid, diciembre de 2010

Gerardo García Álvarez

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





Técnico de la Secretaría Ejecutiva del Área de Cultura, Comercio y Turismo

1.

Caracterización de la muestra: perfil de los visitantes





En el primer apartado de este capítulo describimos brevemente la distribución de los encuestados según el sexo, la edad, el estado civil, el nivel de estudios, la situación laboral y el nivel de ingresos, con el fin de conocer el perfil sociodemográfico del colectivo de visitantes que llega a Valladolid, y la variedad interna que presenta el colectivo desde las distintas perspectiva o variables sociodemográficas.

Además de proporcionarnos una primera visión de las características predominantes de los visitantes, estas variables o características serán las que vamos a tener en cuenta en el análisis de los apartados siguientes para conocer las distintas realidades, pautas de comportamiento y opiniones que se dan dentro de este colectivo de visitantes.

En un segundo apartado, analizaremos, también brevemente, el perfil de los turistas y de los excursionistas, que son los dos grandes colectivos en los que podemos clasificar a los visitantes (los que pernoctan y los que no pernoctan en la ciudad). Una diferenciación que también vamos a utilizar asiduamente a lo largo de este informe en el análisis de los resultados de la encuesta.

Finalmente, en el apartado tercero haremos una comparación del perfil del turista que llega a Valladolid con el del turista español y el que viene a Castilla y León con el fin de tener una referencia del entorno en el que se mueve el turismo de la ciudad.

1.1.- Perfil sociodemográfico de los visitantes

1.1.1.- Sexo

Según los resultados de la encuesta, a Valladolid acuden un número similar de hombres y mujeres (ver gráfico 1.1), aunque con una ligera tendencia a venir más mujeres que hombres, como cabe deducir de la inversión que se ha producido a este respecto en 2009 con relación a 2008, como se ve en el cuadro 1.1.

Pero esta similitud no se mantiene en todos los grupos de edad. Como podemos observar en el cuadro 1.1, entre los menores de 34 años predomina claramente la población femenina sobre la masculina, especialmente entre los de 16 a 24, donde la diferencia llega a los 15 puntos porcentuales. Mientras que entre los de 35 a 44 años sucede lo contrario: la diferencia es de 10 puntos porcentuales a favor de los varones. En el resto de grupos no se observan diferencias significativas. Además, cabe destacar entre los visitantes del 2009 un incremento de las mujeres menores de 34 años, con respecto al 2008, como se puede comprobar en el cuadro 1.1. Pero aparte de las diferencias cuantitativas, respecto al número de visitantes que acuden a la ciudad, se observan también algunas cualitativas en función del sexo, que más adelante analizaremos, como, por ejemplo, el motivo de la visita, el momento en el que ésta se produce, etc.



Gráfico 1.1.- Distribución entre hombres y mujeres del colectivo de visitantes que llegan a Valladolid
(Bases: toda la muestra)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Cuadro 1.1.- Proporción de hombres y mujeres dentro de cada grupo de edad.

a.- Total de visitantes en 2008 y 2009

	Entre 16 y 24 años	Entre 25 y 34 años	Entre 35 y 44 años	Entre 45 y 54 años	Más de 55 años	Total
Hombre	42,7	48,0	55,2	49,0	49,9	48,9
Mujer	57,3	52,0	44,8	51,0	50,1	51,1
<i>(Bases)</i>	<i>(527)</i>	<i>(740)</i>	<i>(545)</i>	<i>(451)</i>	<i>(399)</i>	<i>(2.662)</i>

b.- Diferencias entre 2008 y 2009

		Entre 16 y 24 años	Entre 25 y 34 años	Entre 35 y 44 años	Entre 45 y 54 años	Más de 55 años	Total
2008	Hombre	46,0	50,9	56,6	48,3	50,9	50,6
	Mujer	54,0	49,1	43,4	51,7	49,1	49,4
2009	Hombre	39,4	44,8	53,8	49,8	49,1	47,1
	Mujer	60,6	55,2	46,2	50,2	50,9	52,9

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



1.1.2.- Edad

Por lo que se refiere a la edad, predomina claramente la población joven sobre la adulta y mayor. Como vemos en el gráfico 1.2, casi la mitad de los visitantes (el 48%) son menores de 34 años, es decir, población joven. Aunque la población adulta (35 a 54 años) tiene también un peso muy importante (el 37%), éste es bastante menor que el de la población juvenil. Por el contrario, la población mayor de 54 años tiene un peso muy reducido en el conjunto de visitantes (sólo supone el 15% del total).

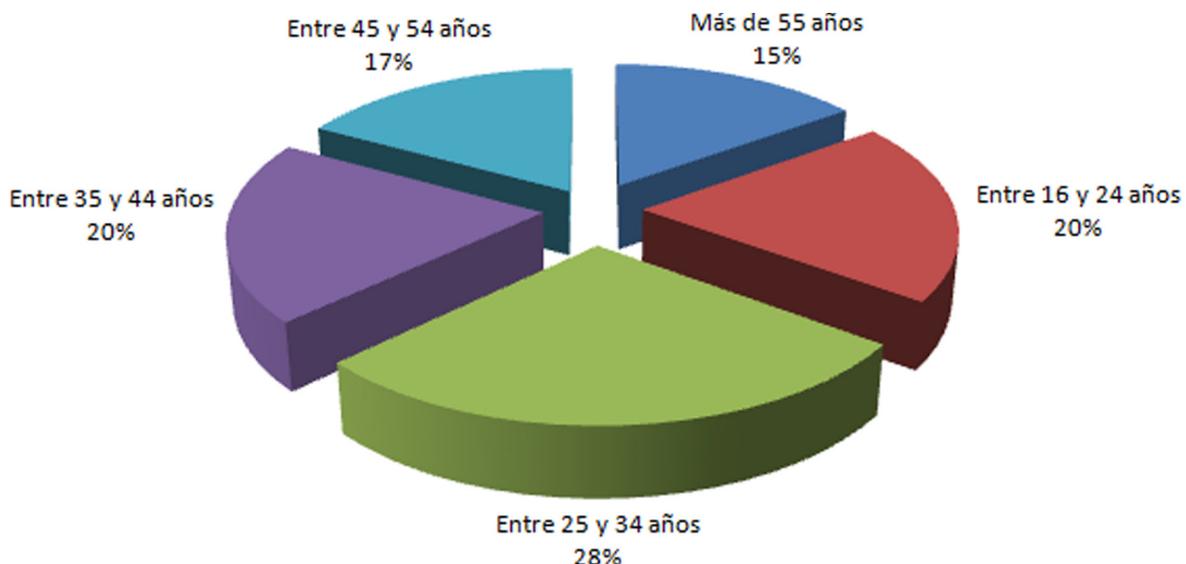
Este dato es importante, ya que el comportamiento turístico varía bastante entre los distintos grupos de edad, pues, aparte de la diferencia de intereses entre unos y otros, la disponibilidad económica también es muy distinta, especialmente entre la población joven y adulta, como después veremos.

No obstante, si observamos el gráfico 1.2 vemos que, a pesar del predominio de la población joven (de 25 a 34 años), se da una distribución de los visitantes relativamente homogénea entre los distintos grupos de edad hasta los 54 años, aunque cabe destacar una cierta tendencia al descenso de la población joven y al crecimiento de la población mayor de 54 años, como se puede deducir del incremento porcentual de visitantes de este grupo de edad en 2009 con respecto a 2008, a costa del descenso de los de 25 a 34 años.

De lo que se puede deducir que los visitantes de la ciudad se concentran entre los 16 y 54 años, distribuidos en esta franja de manera relativamente homogénea entre los distintos grupos de edad, mientras que la población mayor de 54 años tiene un peso muy reducido, aunque en este último año haya experimentado un crecimiento apreciable. Algo que habrá que observar atentamente en próximas encuestas para ver si este incremento de las poblaciones mayores se confirma como tendencia, o se trata de un efecto coyuntural de la crisis económica de este año.

Gráfico 1.2.- Edad de los visitantes que llegan a Valladolid.

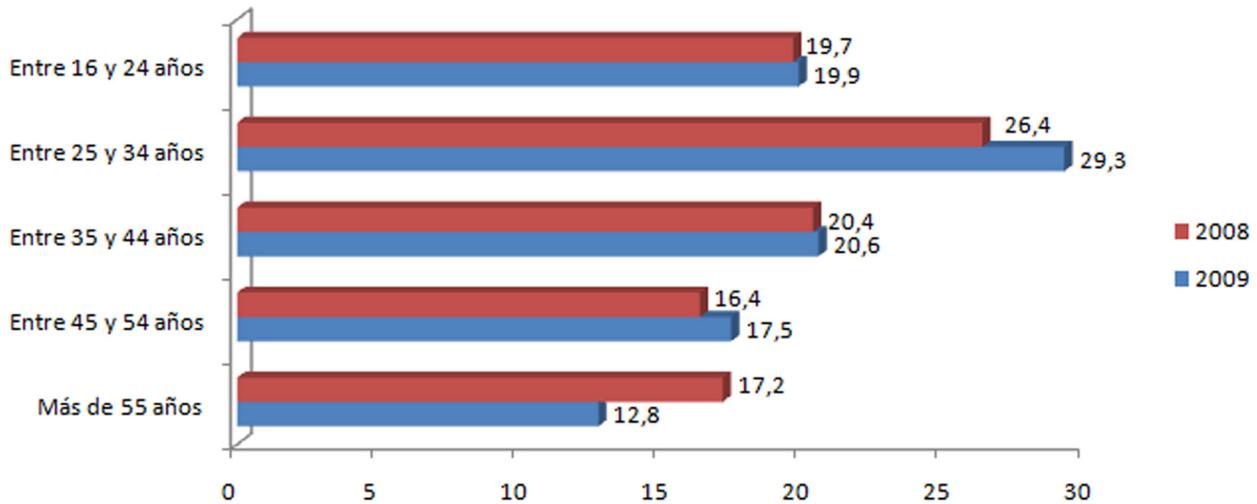
(Bases: toda la muestra. No se incluyen los ns/nc -0,1%-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Gráfico 1.3.- Diferencias entre la edad de los visitantes que llegaron a Valladolid en 2008 y 2009.
 (Bases: toda la muestra. No se incluyen los ns/nc -0,1%-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



1.1.3.- Estado Civil

Acorde con la estructura de edades del colectivo de visitantes descrita en el punto anterior, tenemos que la mitad de los que nos visitan son solteros y algo más de cuatro de cada diez (el 42%) afirman que están casados o que conviven en pareja (ver gráfico 1.4). Una situación que apenas ha variado entre 2008 y 2009 (ver gráfico 1.5).

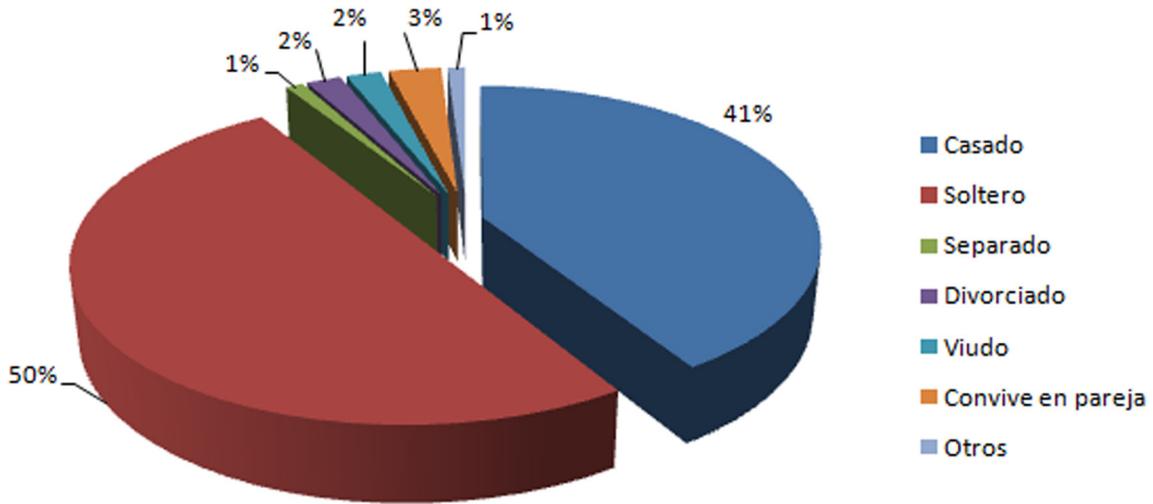
el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Gráfico 1.4.- Estado civil de los visitantes que llegan a Valladolid (Total ambos años)

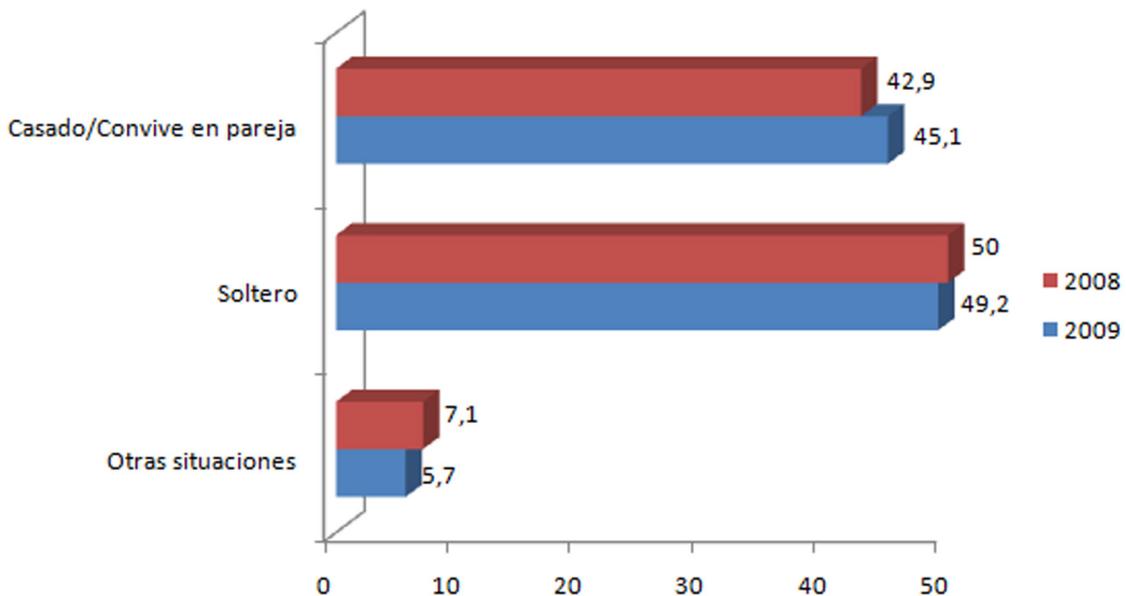
(Bases: toda la muestra. No se incluyen los ns/nc -0,1%-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Gráfico 1.5.- Estado civil de los visitantes que llegaron a Valladolid en 2008 y 2009

(Bases: toda la muestra. No se incluyen los ns/nc -0,1%-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Esta variable también es importante tenerla en cuenta en el análisis, ya que, aparte del hecho de que vaya muy asociada a la edad, el estado civil condiciona algunos comportamientos turísticos, pues el hecho de venir solo, en pareja o con familiares influye de manera importante en los servicios que se utilizan, los gastos que se realizan, etc. Y como se puede comprobar en el cuadro 1.2, los casados o que conviven en pareja vienen, en su inmensa mayoría, con su familia (siendo muy pocos los que vienen solos), mientras que los solteros lo hacen solos en una proporción elevada (el 42%). No obstante, dentro de este marco general, se observa que en 2009 se ha incrementado significativamente con respecto a 2008, la proporción de los que vienen con la



familia o amigos y ha descendido la de los que vienen solos o con la pareja. Una tendencia que se ha producido en los tres colectivos (casados, solteros y otras situaciones), y que hay que atribuir a razones económicas, o coyunturales, consecuencia de la crisis.

Cuadro 1.2.- Cómo han viajado a Valladolid en 2008 y 2009, según el estado civil

¿Viaja Usted solo, en pareja o con familiares y/o amigos?:		Situación Civil			Total
		Casado/convive en pareja	Soltero	Otras situaciones	
2008	Solo	15,8	44,5	41,8	31,9
	En pareja	44,2	16,3	13,2	28,2
	Con familiares y / o amigos	40,0	39,1	45,1	39,9
	(Bases)	(563)	(649)	(91)	(1.303)
2009	Solo	15,7	38,5	41,6	28,4
	En pareja	35,9	15,9	10,4	24,6
	Con familiares y / o amigos	48,3	45,5	48,1	46,9
	(Bases)	(604)	(659)	(77)	(1.340)
Total	Solo	15,8	41,5	41,7	30,2
	En pareja	39,9	16,1	11,9	26,4
	Con familiares y / o amigos	44,3	42,4	46,4	43,5
	(Bases)	(1.167)	(1.308)	(168)	(2.643)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

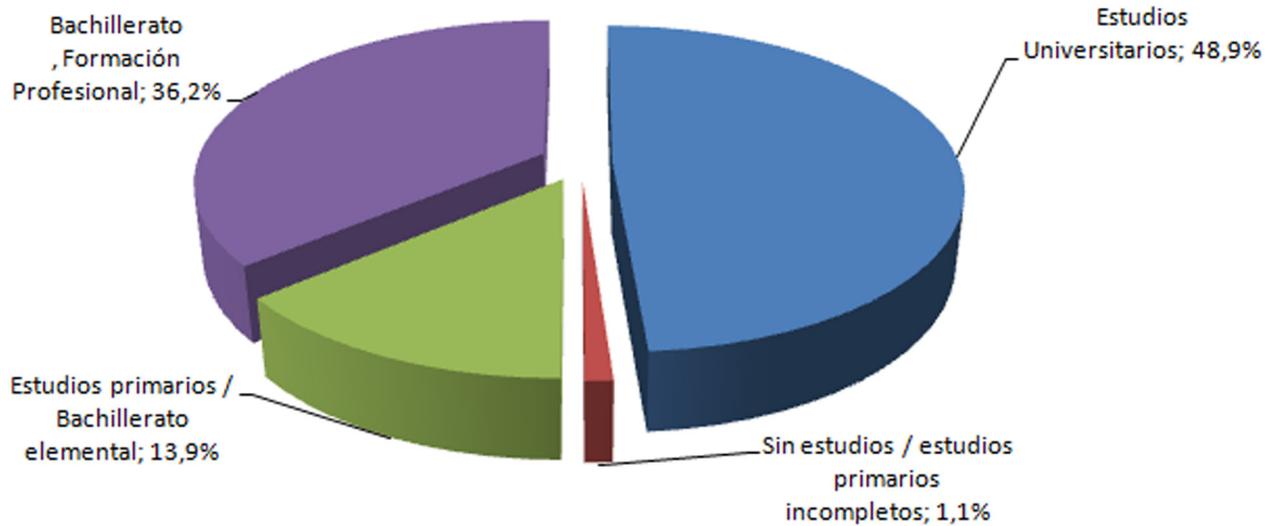
1.1.4.- Nivel de Estudios

En cuanto al nivel de estudios de los encuestados, se puede afirmar que es bastante alto, como lo demuestra el hecho de que uno de cada dos visitantes tenga estudios universitarios, y los demás, en su gran mayoría, tenga estudios medios. Una realidad que parece lógica, si se tiene en cuenta que el turismo cultural, que es el predominante en Valladolid, va muy asociado al nivel de formación, especialmente a los niveles altos. Sin embargo, cabe señalar que, aunque exista esta tendencia, el turismo cultural, muy asociado al turismo interior, se ha ido popularizando en los últimos años y, por tanto, introduciendo en todos los niveles culturales, aunque con distinto grado de incidencia, según el nivel de formación. Esto se refleja en los que vienen a Valladolid (la mitad tienen estudios universitarios, una tercera parte estudios medios, y uno de cada siete –el 15%- tienen estudios primarios o menos). (ver gráfico 1.6)

La formación del visitante también resulta una variable de interés, ya que incide de manera importante en las expectativas que el visitante trae a la ciudad y en las actividades que realiza. Por lo que es una variable a tener en cuenta de cara a la programación de los servicios de actividades turísticas, y que, por ello, utilizaremos también de manera habitual en el análisis de los datos de este informe.



Gráfico 1.6.- Nivel de estudios de los visitantes que llegan a Valladolid



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

1.1.5.- Situación Laboral

Por lo que respecta a la situación laboral, la inmensa mayoría de los encuestados son trabajadores (dos de cada tres visitantes de la ciudad de Valladolid están trabajando, la inmensa mayoría por cuenta ajena) (ver gráfico 1.7). Un dato que después se reflejará en la capacidad económica de los visitantes a la ciudad, puesto que quienes están trabajando disponen de mayores posibilidades económicas que los colectivos no activos, como es el caso de estudiantes, jubilados, parados, etc., tal como se ve en el cuadro 1.3.

Gráfico 1.7.- Situación laboral de los visitantes que llegan a Valladolid



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



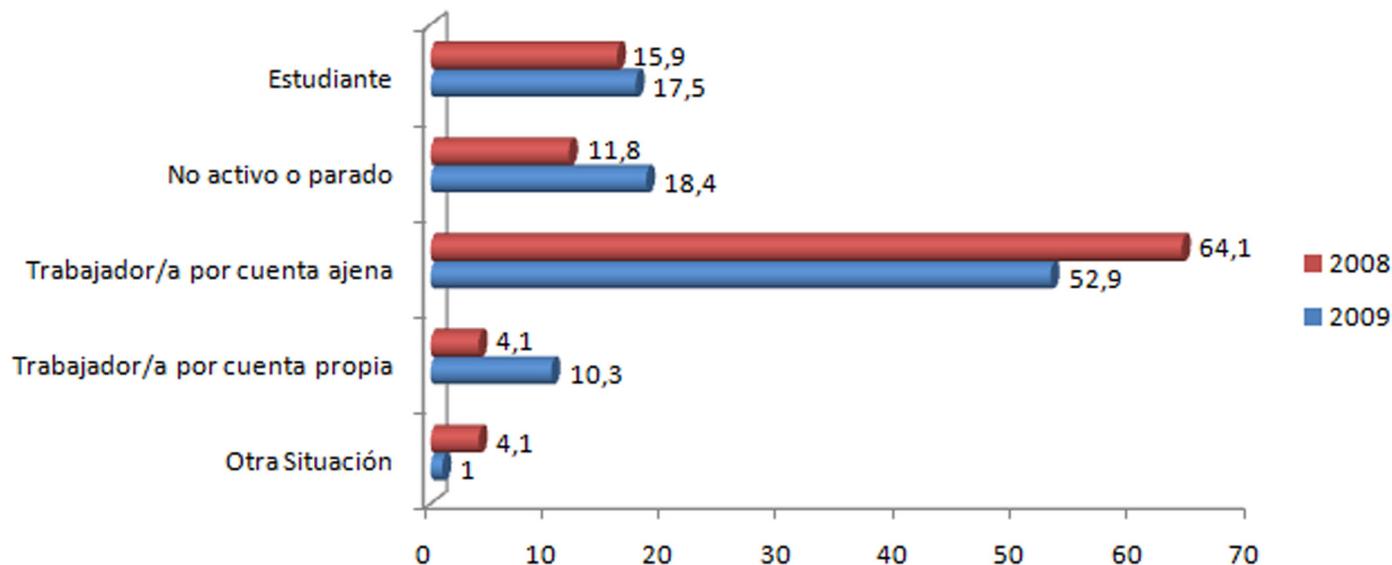
A este respecto, hay que destacar que en 2009 se ha producido con relación a 2008 un aumento significativo de visitantes en paro y trabajadores por cuenta propia (ver gráfico 1.8), y un descenso de los visitantes que trabajan por cuenta ajena. Lo que supone un cambio importante en la estructura ocupacional de los visitantes que llegan a Valladolid. Este cambio hay que atribuirlo claramente a la coyuntura de crisis económica y aumento del desempleo, por lo que no parece que refleje ningún cambio de tendencia en el perfil ocupacional de los visitantes.

Cuadro 1.3.- Nivel de ingresos, según la situación laboral

	Estudiante	No activo o parado	Trabajador/a por cuenta ajena	Trabajador/a por cuenta propia	Otra situación	Total
Menos de 12.000 €	70,2	39,4	12,2	8,1	48,6	48,6
Entre 12.000 y 30.000 €	23,7	48,1	65,7	49,6	37,1	56,4
Entre 30.000 y 54.000 €	3,0	11,5	19,7	39,3	11,4	18,1
Más de 54.000 €	3,0	1,0	2,5	3,0	2,9	2,4
(Bases)	(198)	(208)	(1.060)	(135)	(35)	(1.636)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Gráfico 1.8.- Diferencias entre la situación laboral de los visitantes que han llegado a Valladolid en 2008 y 2009



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

1.1.6.- Nivel de ingresos en la unidad familiar

Lo primero que cabe señalar en este punto es que el número de individuos que han contestado a esta pregunta (el 65% del total de la muestra) es mucho menor que en el resto de preguntas relacionadas con otras características sociodemográficas de los visitantes. Esto se debe a que gran parte de la población es reticente a desvelar su nivel de ingresos, por considerarlo un tema demasiado personal o por temor a que puedan trascender los datos a Hacienda.

el turismo en Valladolid

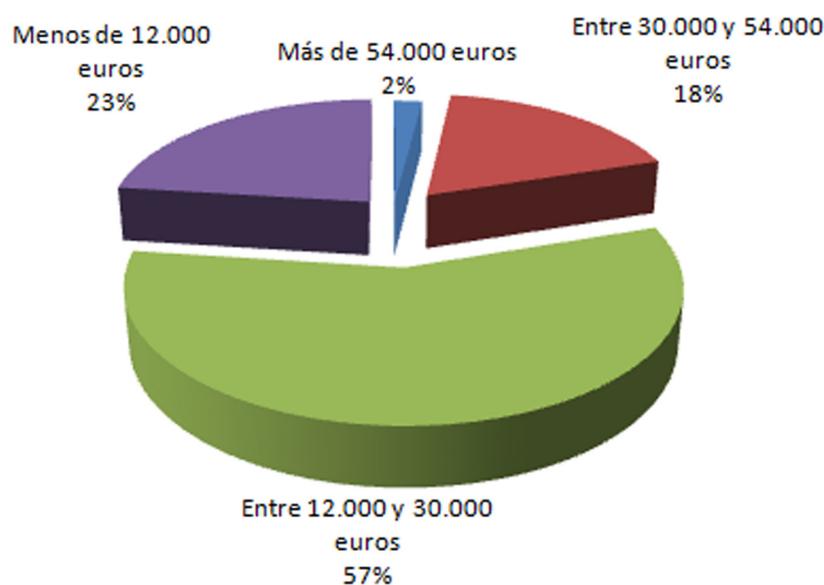
CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



En cuanto al nivel de ingresos de la unidad familiar de los que han contestado, algo más de uno de cada dos (el 57%) afirma ganar entre 12.000 y 30.000 euros al año, mientras que uno de cada cuatro (el 23%) declara que gana menos de 12.000 euros anuales. De lo que se deduce que la inmensa mayoría de los visitantes que llegan a la ciudad corresponden a estatus económicos medios, tirando a bajos (las familias de los visitantes que pasan de 30.000 euros suponen solo uno de cada cinco) (ver gráfico 1.9).

Gráfico 1.9.- Nivel de ingresos familiares de los visitantes que llegan a Valladolid

(Bases: Toda la muestra. No se incluyen los ns/nc -55,4%-). (A esta pregunta no han contestado el 55,4, los cuales no están incluidos en los porcentajes de los gráficos 1.9 y 1.10, ni del cuadro 1.4)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

No obstante, este colectivo con renta familiar superior a los 30.000 euros anuales, con ser muy minoritario en el conjunto de los visitantes, representa el 20%. Un dato muy a tener en cuenta por el nivel de consumo del que disponen estos visitantes.

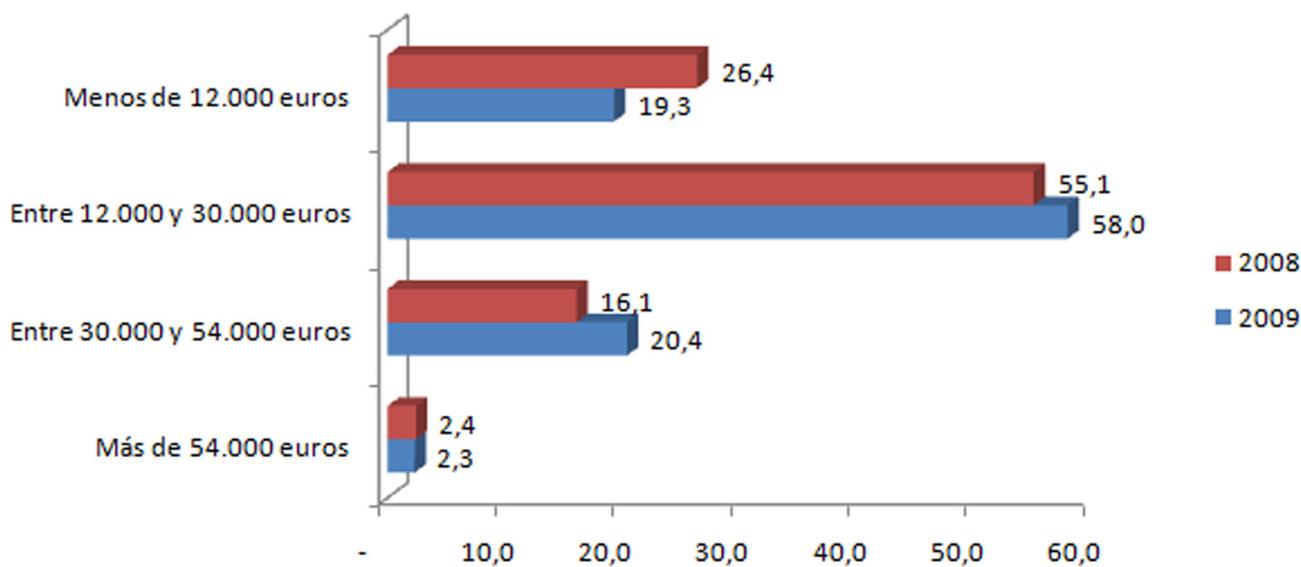
Estos niveles medios de ingresos (muy asociados a la situación laboral –como antes hemos visto–), están muy condicionados por la estructura de edad de los visitantes a Valladolid, y, en consecuencia, por la ocupación. Como hemos visto en el apartado 1.2, el peso de la población joven en el conjunto de los visitantes es muy grande (la mitad tiene menos de 35 años), y esta población tiene un poder adquisitivo bastante bajo (especialmente los menores de 25 años, al ser en su mayoría estudiantes), lo que incide de manera importante en la media global de ingresos (ver cuadro 1.4).

El efecto de la crisis en el sector turístico se ve claramente en esta variable. De los datos del gráfico 1.10 se deduce que el descenso de visitantes que la ciudad ha tenido en 2009, y que analizaremos en el apartado 2.4, se ha producido, básicamente, en los sectores con menor capacidad adquisitiva.



Esto explica, además, el leve incremento del poder adquisitivo de los visitantes de 2009 con respecto a 2008, al subir la proporción de los de poder adquisitivo medio (entre 12.000 y 54.000 euros) y descender el de los de nivel bajo (menos de 12.000 euros). Se trata de un incremento que, aunque sea leve, es más aparente que real, porque al descender en el conjunto de visitantes el peso de los niveles bajos de poder adquisitivo, la media global sube automáticamente, al aumentar el peso relativo de los niveles medios, aunque éstos sigan teniendo los mismos ingresos en valores absolutos.

Gráfico 1.10.- Diferencias entre el nivel de ingresos familiares de los visitantes que han llegado a Valladolid en 2008 y 2009.



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.





Cuadro 1.4.- Nivel de ingresos de la unidad familiar de los visitantes, según la edad y según la ocupación

a.- Nivel de ingresos de cada grupo de edad

	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	Más de 55 años	Total
Menos de 12.000 €	64,2	20,6	8,8	7,8	23,7	23,0
Entre 12.000 y 30.000	31,5	63,1	65,5	57,8	53,8	56,5
Entre 30.000 y 54.000	2,0	14,4	22,9	30,5	21,2	18,1
Más de 54.000 €	2,4	1,8	2,8	3,9	1,3	2,4
<i>(Bases)</i>	<i>(254)</i>	<i>(499)</i>	<i>(362)</i>	<i>(282)</i>	<i>(236)</i>	<i>(1.633)</i>

b.- Nivel de ingresos, según la situación ocupacional

	Estudiante	No activo o parado	Trabajador/a por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Otra situación	Total
Menos de 12.000 €	70,2	39,4	12,2	8,1	48,6	23,1
Entre 12.000 y 30.000	23,7	48,1	65,7	49,6	37,1	56,4
Entre 30.000 y 54.000	3,0	11,5	19,7	39,3	11,4	18,1
Más de 54.000 €	3,0	1,0	2,5	3,0	2,9	2,4
<i>(Bases)</i>	<i>(198)</i>	<i>(208)</i>	<i>(1.060)</i>	<i>(135)</i>	<i>(35)</i>	<i>(1.636)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

1.1.7.- Perfil general de los visitantes

A modo de resumen y con la finalidad de facilitar la percepción global del perfil de los visitantes, en el siguiente cuadro recogemos los resultados generales relativos a las variables que hemos ido comentando en los apartados anteriores.

Como podemos comprobar en el cuadro 1.5, el perfil de los visitantes de Valladolid se caracteriza, básicamente, por los siguientes rasgos sociodemográficos: predominio claro de la población joven (menos de 35 años), soltera, trabajadora, con nivel de estudios altos y con un nivel de ingresos medios tirando a bajos. En este contexto de preponderancia de la población joven, trabajadora, con estudios universitarios e ingresos medios, cabe destacar que también tiene un peso elevado (superior del que le corresponde demográficamente) la población adulta (entre 35 y 54 años), el colectivo de estudiantes, la población con estudios medios y la de bajo poder adquisitivo, mientras que tienen un peso reducido (muy inferior al que tiene en la estructura demográfica del país), la población mayor de 54 años, la población no activa (a parte de los estudiantes) y la de nivel de estudios bajos.



Cuadro 1.5.- Diferencias entre el perfil de los visitantes de 2008 y 2009

		2008	2009	Total
<i>Sexo</i>	Hombre	50,6	47,1	48,8
	Mujer	49,4	52,9	51,2
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	19,9	19,7	19,8
	Entre 25 y 34 años	29,3	26,4	27,8
	Entre 35 y 44 años	20,6	20,4	20,5
	Entre 45 y 54 años	17,5	16,4	16,9
	Más de 55 años	12,8	17,2	15,0
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	42,9	45,1	44,0
	Soltero	50,0	49,2	49,6
	Otras situaciones	7,1	5,7	6,4
<i>Nivel de estudios</i>	Sin /primarios incompletos	1,3	0,9	1,1
	Primarios / Bachillerato El	12,8	14,9	13,9
	Bachillerato, FP	37,6	34,8	36,2
	Universitarios	48,3	49,5	48,9
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	15,9	17,5	16,7
	No activo o parado	11,8	18,4	15,2
	Tr por cuenta ajena	64,1	52,9	58,4
	Tr por cuenta propia	4,1	10,3	7,2
	Otra situación	4,1	1,0	2,5
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	26,4	19,3	23,1
	Entre 12.000 y 30.000 €	55,1	58,0	56,4
	Entre 30.000 y 54.000 €	16,1	20,4	18,1
	Más de 54.000 €	2,4	2,3	2,4
<i>(Bases)</i>		<i>(1.325)</i>	<i>(1.346)</i>	<i>(2.671)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

1.2.- Perfil de los turistas y los excursionistas

Como hemos señalado en la introducción, el concepto de visitante engloba a todos los que vienen a la ciudad por una duración inferior a doce meses, y con una finalidad no laboral, independientemente de que pernocten o no. A los que pernoctan en la ciudad (sea en el establecimiento que sea –hotel, casa, amigos, etc.-) se les considera turistas, y a los que no pernoctan excursionistas. Y dentro de los turistas es importante diferenciar los que pernoctan en establecimientos reglados (hoteles y similares) de los que lo hacen en establecimientos no reglados (viviendas propias o de amigos, viviendas alquiladas, etc.).

el turismo en Valladolid

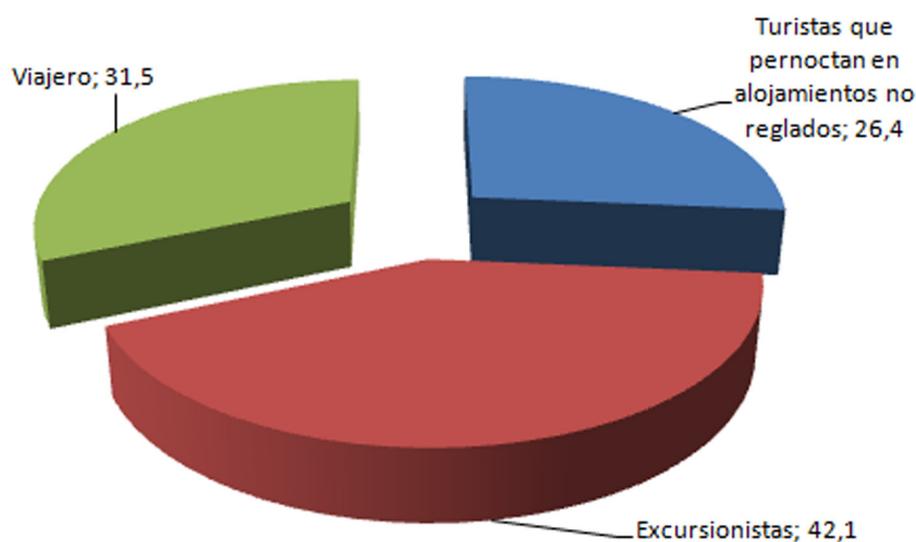
CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Dada la repercusión económica que tiene para la ciudad el hecho de que los visitantes pernocten o no en ella, y de que lo hagan en un establecimiento reglado o no, resulta de gran interés conocer la tipología de visitantes que llega a la ciudad, así como el perfil de cada uno de ellos y si se observan diferencias relevantes entre unos y otros.

En este sentido, lo primero a destacar es que algo más de cuatro de cada diez (el 42%) de los que nos visitan son excursionistas, es decir, personas de paso, que no pernoctan en la ciudad; y de los que pernoctan, casi la mitad lo hacen en establecimientos no reglados. De modo que los visitantes que pernoctan en establecimientos reglados (hoteles y similares), que es el colectivo que más interesa desde el punto de vista del gasto turístico, representan solamente la tercera parte escasa del total de visitantes (el 31,5%).

Gráfico 1.11.- Clase de visitante que llega a Valladolid



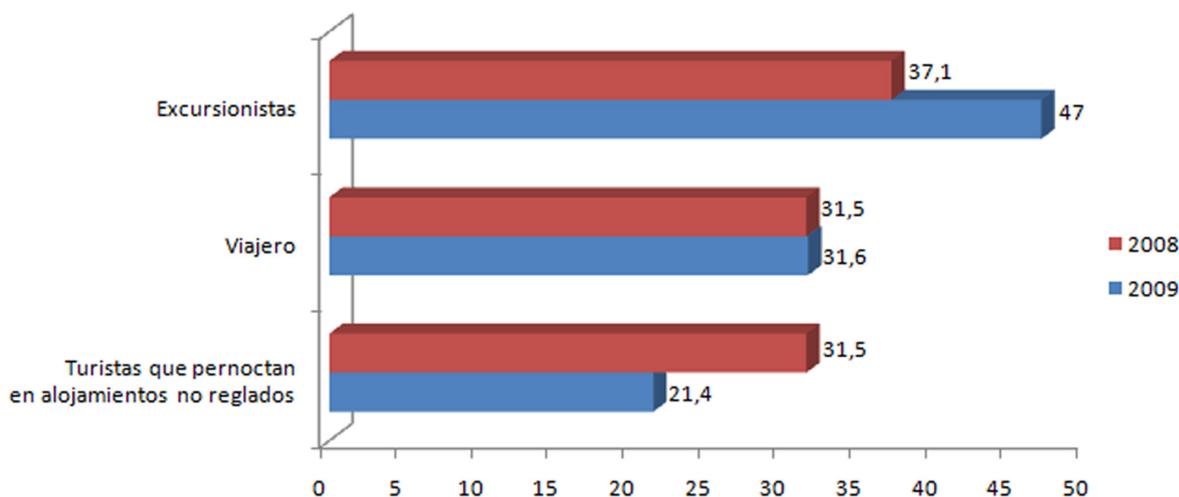
Fuente Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Como podemos observar en el gráfico 1.12, a pesar de la crisis, la proporción de viajeros o visitantes que pernoctan en establecimientos reglados se ha mantenido en el 2009², pero ha descendido considerablemente la de los turistas que pernoctan en establecimientos no reglados (pisos de estudiantes y casas de amigos o familiares, fundamentalmente), aumentando en la misma proporción la de los excursionistas. De lo que cabe deducir que la crisis ha incrementado las estancias de paso en la ciudad a costa de las que conllevan pernoctación en establecimientos no reglados. No obstante, hay que destacar que la repercusión económica de este cambio es escasa, al mantenerse en 2009 la proporción de viajeros, que es el colectivo de visitantes que, con diferencia, tiene mayor volumen de gasto en la ciudad.

² Hablamos de mantenimiento en valores relaciones (proporción sobre el total), pues en la medida que ha descendido el número total de visitantes, como veremos en el apartado 2.1, esta proporción de viajeros representa un número absoluto de viajeros menor en 2009 que en 2008.



Gráfico 1.12.- Clase de visitante que ha llegado a Valladolid en 2008 y 2009



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Por lo que se refiere al perfil de los tres tipos o clases de visitantes en los que hemos clasificado a las personas que llegan a Valladolid por razones no laborales, en el cuadro 1.6 se recogen las características sociodemográficas de cada uno, donde se observan algunas diferencias de interés.

Como se puede ver en el cuadro, entre turistas (globalmente considerados) y excursionistas las diferencias son pequeñas, aunque resulten significativas en algunas características, como por ejemplo: la mayor tendencia a venir a Valladolid como excursionista que como turista entre los hombres que entre las mujeres, así como entre las de niveles medios bajos de ingresos (de 12.000 a 30.000 euros), mientras que la tendencia a venir como turista se observa más entre las mujeres y entre los de estudios universitarios. Pero las diferencias son pequeñas. De lo que cabe deducir que el perfil del turista en general y del excursionista es muy parecido.

Pero si dentro del colectivo de turistas diferenciamos entre los que pernoctan en hoteles y similares (viajeros) de los que lo hacen en establecimientos no reglados (viviendas particulares, etc.) sí que observamos unas diferencias muy marcadas entre ambos grupos.

Como podemos comprobar en el cuadro 1.6, el perfil sociodemográfico de los viajeros y de los que pernoctan en establecimientos no reglados varía bastante en función del sexo, la edad, la formación, la situación laboral y la capacidad económica. Así, observando los datos, se ve claramente una mayor tendencia a pernoctar en establecimientos reglados entre los hombres, la población adulta, los de estudios universitarios, los que trabajan y los que tienen un nivel adquisitivo medio o alto, mientras que la tendencia a pernoctar en establecimientos no reglados se incrementa en las categorías opuestas a las anteriores: las mujeres, los jóvenes, los de nivel de estudios medios o bajos, los que no trabajan (especialmente estudiantes) y los de bajo poder adquisitivo.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Y si ahora comparamos dentro del cuadro los datos relativos a los tres tipos de visitantes encuadrados en el bloque *clase de visitante*, observamos que se da bastante más similitud entre el perfil de los viajeros y los excursionistas que entre el de estos últimos y el de los que pernoctan en establecimientos no reglados. Por lo que, uniendo esto a las diferencias antes señaladas entre viajeros y los que pernoctan en establecimientos no hoteleros concluimos que, las mayores diferencias se dan entre los que pernoctan en establecimientos no reglados y los demás, salvo en la variable estudios donde la mayor similitud se da entre los excursionistas y los que pernoctan en establecimientos no hoteleros. Y si seguimos observando detenidamente los datos del cuadro vemos que donde las diferencias son más acentuadas es en el grupo de edad de 16 a 24 años, en los estudiantes y en los niveles más bajos de ingresos. De lo que cabe deducir que la condición de estudiante es el factor que más está influyendo en estas diferencias, y a gran distancia de los demás.



De lo que podemos concluir que, si dejamos al margen el colectivo de estudiantes, los distintos tipos de visitantes que vienen a Valladolid presentan un perfil bastante parecido y que responde al perfil predominante descrito en los distintos epígrafes del apartado 1.1: joven-adulto (menor de 44 años), nivel de estudios alto, trabajador y con nivel de ingresos medios, tirando a bajos. Es decir, el visitante propiamente dicho (el que viene a Valladolid por razones de ocio, congresos o eventos, u otros motivos que no sean los estudios reglados) responde al perfil que anteriormente hemos señalado, independientemente de la duración del viaje y de que pernocte o no en la ciudad.

Este perfil general de los visitantes es el mismo en 2008 y 2009, salvo en lo que se refiere a la ocupación, ya que, como hemos señalado, en 2009 cambia de manera considerable la estructura ocupacional de los visitantes, como consecuencia de la crisis económica. Este cambio se observa en los tres tipos de visitantes, pero especialmente en el de los excursionistas. Como podemos ver en el cuadro 1.7, en este colectivo el peso de la población no ocupada laboralmente ha subido del 23,7% en 2008 al 40,4% en 2009, mientras la ocupada



ha descendido del 72,9% al 58,6%, lo que está poniendo de manifiesto que el incremento de excursionistas en 2009 se debe a razones económicas, muy asociadas a la ocupación y a la incertidumbre laboral.

Cuadro 1.6.- Perfil sociodemográfico, según el tipo de visitante, y dentro de los turistas, según pernocte o no en establecimientos reglados (Total 2008 y 2009) (Porcentajes en vertical)

Tipo visitante		Clase de visitante					Total
		Turista	Excursionista	Turista		Excursionista	
				Viajero (pernocta en establecimiento reglado)	(pernoctan en alojamientos no reglados)		
<i>Sexo</i>	Hombre	47,6	50,5	52,4	41,8	50,5	48,8
	Mujer	52,4	49,5	47,6	58,2	49,5	51,2
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	20,0	19,5	10,6	31,3	19,5	19,8
	Entre 25 y 34 años	29,0	26,2	27,7	30,5	26,2	27,8
	Entre 35 y 44 años	20,2	20,9	24,7	14,8	20,9	20,5
	Entre 45 y 54 años	16,4	17,7	21,5	10,4	17,7	16,9
	Más de 55 años	14,5	15,7	15,6	13,1	15,7	15,0
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	11,8	19,3	10,7	13,0	19,3	15,0
	Bachillerato, F.P.	34,4	38,6	31,0	38,4	38,6	36,2
	Universitarios	53,8	42,1	58,2	48,6	42,1	48,9
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	17,4	15,7	7,3	29,5	15,7	16,7
	No activo o parado	13,5	17,5	11,6	15,8	17,5	15,2
	Tr por cuenta ajena	60,0	56,4	71,2	46,6	56,4	58,4
	Tr por cuenta propia	6,3	8,5	8,1	4,1	8,5	7,2
	Otra situación	2,9	2,0	1,9	4,0	2,0	2,5
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	23,6	22,5	12,8	36,0	22,5	23,1
	Entre 12.000 y 30.000 €	55,0	58,5	59,8	49,3	58,5	56,4
	Entre 30.000 y 54.000 €	18,8	17,1	23,9	12,8	17,1	18,1
	Más de 54.000 €	2,7	1,9	3,5	1,8	1,9	2,4
<i>(Bases)</i>		<i>(1.547)</i>	<i>(1.124)</i>	<i>(1.124)</i>	<i>(842)</i>	<i>(705)</i>	<i>(2.671)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 1.7.- Perfil sociodemográfico de cada tipo de visitante en 2008 y 2009

		2008			2009		
		Excursionista	Viajero	Turistas que pernoctan en alojamientos no reglados	Excursionista	Viajero	Turistas que pernoctan en alojamientos no reglados
<i>Sexo</i>	Hombre	54,2	52,8	44,1	47,7	52,0	38,5
	Mujer	45,8	47,2	55,9	52,3	48,0	61,5
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	18,0	9,6	32,5	20,7	11,6	29,5
	Entre 25 y 34 años	29,8	27,1	30,8	23,4	28,2	30,2
	Entre 35 y 44 años	21,4	26,4	13,7	20,5	23,0	16,3
	Entre 45 y 54 años	19,2	22,3	10,8	16,5	20,6	9,7
	Más de 55 años	11,6	14,6	12,3	18,9	16,6	14,2
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	15,6	11,3	15,3	22,2	10,2	9,7
	Bachillerato, F.P.	39,9	29,2	43,1	37,6	32,8	31,6
	Universitarios	44,5	59,5	41,6	40,3	57,0	58,7
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	13,7	6,0	28,3	17,2	8,5	31,3
	Amo/a de casa	3,3	2,7	3,4	8,1	4,2	4,5
	Jubilado	4,7	6,0	7,2	9,3	5,9	6,3
	Desempleado/a	2,0	1,7	4,8	5,8	2,6	5,6
	Tr. por cuenta ajena	67,6	76,3	47,8	47,7	66,1	44,8
	Tr. por cuenta propia	5,3	4,1	2,7	10,9	12,0	6,3
	Otra situación	3,5	3,1	5,8	0,9	0,7	1,4
<i>Situación Civil</i>	Casado/ o en pareja	45,4	54,2	28,4	46,0	54,8	28,8
	Soltero	46,6	38,8	65,3	47,2	40,9	65,6
	Otras situaciones	7,9	7,0	6,3	6,8	4,2	5,6
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	22,3	15,1	40,2	22,6	10,6	27,3
	Entre 12.000 y 30.000 €	59,4	60,6	45,8	57,7	59,1	56,6
	Entre 30.000 y 54.000 €	16,0	20,7	12,3	18,1	26,9	14,0
	Más de 54.000 €	2,2	3,6	1,7	1,7	3,4	2,1
<i>(Bases)</i>		<i>(491)</i>	<i>(417)</i>	<i>(417)</i>	<i>(633)</i>	<i>(425)</i>	<i>(288)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



1.3.- Comparación del perfil del turista que viene a Valladolid con el turista español y el que viene a Castilla y León.

Sería interesante comparar los perfiles que hemos descrito en los apartados anteriores con los de los visitantes que vienen a Castilla y León y los que se mueven por el conjunto de la geografía española, para ver si los que visitan la ciudad de Valladolid presentan características especiales o se asemejan a los visitantes y turistas españoles en general y a los que vienen a la comunidad autónoma en particular.

Pero a este respecto, se nos presentan algunas limitaciones en los datos disponibles del INE y de la Junta de Castilla y León. En los estudios que disponemos a nivel nacional no hay datos de visitantes, sino solo de turistas (los que pernoctan fuera de su hogar, al menos una noche). Y estos datos relativos a turistas tampoco se presentan desagregados por viajeros y los que pernoctan en establecimientos no reglados. Y esta diferencia es importante en el caso de Valladolid, como terminamos de ver, por el peso que dentro de los turistas tiene el colectivo de estudiantes de fuera que residen durante el curso en Valladolid, que es bastante mayor que en el conjunto de la comunidad autónoma y del Estado.

Por ello, solo podemos establecer la comparación entre los visitantes que vienen como turistas (es decir, que pernoctan), y, además, sin poder diferenciar los que lo hacen en establecimientos reglados y no reglados.

Teniendo en cuenta esta limitación, en el cuadro 1.8, recogemos los datos disponibles del perfil sociodemográfico de los turistas que llegan a Castilla y León y el de los que se mueven en el conjunto del Estado, además de los relativos a la ciudad de Valladolid. Hacemos la comparación con los datos de 2008 porque son los más recientes que tenemos sobre Castilla y León y España.

En el cuadro podemos observar algunas diferencias significativas entre el perfil de los turistas que vienen a Valladolid y el de los que vienen a la Comunidad Autónoma, así como con el perfil general del turista que se mueve por el conjunto del territorio español. La más llamativa es la que se da en el nivel de estudios. Como se ve en la tabla, la proporción de turistas con estudios superiores es, en el caso de Valladolid, 25 puntos porcentuales superior a la media de Castilla y León y 23 superior a la de España, mientras que, en el otro extremo, la proporción de turistas con estudios primarios es muy inferior a la media de la Comunidad Autónoma y a la del conjunto del Estado (32 puntos porcentuales de diferencia en el primer caso y 31 en el segundo).

Pero también resultan llamativas las diferencias en función de la edad. El perfil del turista que llega a Valladolid es bastante más joven que el que viene a Castilla y León y que se mueve en el conjunto del Estado. Si dividimos el colectivo de turistas en dos grupos, los menores de 45 años y a partir de esta edad, vemos que las diferencias son muy marcadas (en el caso de Valladolid, la proporción de turistas con menos de 45 años es

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



superior a la media de Castilla y León y España en 18 y 20 puntos porcentuales respectivamente, por lo que el peso de los mayores de 44 años disminuye en Valladolid con respecto a la Comunidad y España en esas mismas proporciones).

Cuadro 1.8.- Perfil sociodemográfico de los turistas que vienen a Valladolid, y su comparación con el perfil de los que llegan a Castilla y León y con el de los que se mueve por el conjunto del territorio español.

		Valladolid (ciudad) (2008)	Castilla y León (2008)	España (2008)
<i>Sexo</i>	Hombre	48,4	53	52,8
	Mujer	51,6	47	47,2
<i>Edad</i>	De 15 a 24 años	23,0	18,5	15,0
	De 25 a 44 años	48,3	34,5	35,8
	De 45 a 64 años	24,1	34,9	38,2
	Mayor de 64 años	4,7	12,0	11
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	13,3	45,1	43,8
	Secundarios	36,2	29,7	28,3
	Superiores	50,5	25,2	27,9
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	15,9	17,5	15,1
	Autónomo	4,1	8,3	6,6
	Asalariado	64,1	38,3	43,4
	Parado/Jubilado	11,8	11,4	10,2
	Otros	4,1	24,5	24,7
<i>Estado Civil</i>	Soltero/a	50,0	47,0	41,9
	Casado/a-en pareja	42,9	49,3	53,9
	Viudo/a	1,5	1,9	2,3
	Divorciado/a	2,1		0,6
	Separado/a	1,5		1,3
	Otros	2,0		
<i>(Bases)</i>		<i>(2.671(muestra))</i>	<i>(6.101.040)</i>	<i>(16.374.469)</i>

Fuente: para los datos de Castilla y León y España, IET: Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar) y Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Estas diferencias tienen su reflejo en las que observamos en el cuadro respecto al estado civil: entre los visitantes de Valladolid se da una proporción de solteros muy superior a la media nacional, mientras que la de casados es muy inferior.

También resultan significativas las diferencias en función de la ocupación. La proporción de turistas que están trabajando (sea como asalariados o autónomos) es, en Valladolid, muy superior a la media de Castilla y León y de España (22 puntos porcentuales en el primer caso y 18 en el segundo). Es previsible que esta



diferencia implique un poder adquisitivo de los turistas de Valladolid superior a la media española y de la Comunidad, pero esta variable no la podemos comparar, al no disponer de datos sobre nivel de ingresos familiares de los turistas de Castilla y León y España, que pudieran resultar comparables con los obtenidos en nuestra encuesta.



En cuanto al sexo, también se observan diferencias aunque menos marcadas. Entre los turistas de Castilla y León y del conjunto de España predominan los hombres, mientras que entre los de Valladolid predominan las mujeres, aunque las diferencias son solo de 4 puntos porcentuales.

Resumiendo, podemos concluir, a tenor de los datos disponibles, que el perfil del turista que visita Valladolid es bastante más joven, con mayor nivel de formación y con un índice de ocupación bastante mayor que el que viene a Castilla y León y que el que se mueve por el conjunto del territorio nacional. En este contexto, destaca, además, comparativamente con la media de Castilla y León y de España, la escasa presencia de población mayor de 64 años y de niveles de estudios primarios o menos entre los turistas de Valladolid.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





VALLADOLID

turismo



2.

**Procedencia,
transportes y
características de la
estancia en Valladolid.**



Los medios de transporte, así como la oferta de hoteles y restaurantes, son parte fundamental de la infraestructura necesaria para facilitar el flujo de visitantes que dote de movimiento turístico a una ciudad y hacer la estancia a los turistas atractiva y agradable.

Esto requeriría un análisis desde una doble perspectiva: la de la oferta y la de la demanda, para tener una visión global de la dinámica del sector y la adecuación entre una y otra, así como de los posibles desajustes que se pueden presentar a este respecto, con vistas a su mejora.

Pero en este estudio nos centramos solo en el análisis de la demanda: es decir, el uso que los visitantes hacen de la infraestructura y servicios que la ciudad le ofrece y la opinión que tienen de ellos. Este es el objetivo central del estudio y es lo que se va a desarrollar a lo largo de este Informe. En este capítulo abordaremos los siguientes aspectos: número de visitantes que llegan a la ciudad, de dónde proceden, cómo vienen e intensidad de su estancia en Valladolid en cuanto a pernoctaciones y comidas.

2.1.- Número de viajeros, visitantes y estancia media de los viajeros

Según los datos del INE, el número de viajeros³ ha aumentado considerablemente en la ciudad de Valladolid en los últimos años. Como se ve en el cuadro 2.1, en los últimos años el crecimiento ha sido considerable. Desde 2005 a 2008 el incremento ha sido progresivo, experimentando un aumento del 21,2 durante estos cuatro años. Esta progresión se ha detenido en 2009, que experimenta un descenso con respecto a los dos años anteriores, siguiendo la tónica general del resto de puntos turísticos. Pero aún así se mantiene entre los municipios que más han crecido en viajeros desde el año 2005, como se puede comprobar en el cuadro. Una evolución, que si la comparamos con la que han experimentado el resto de puntos turísticos sobre los que recoge información el INE, resulta alentador. En el cuadro 2.1 se recoge la información relativa a los puntos de turismo interior y en el cuadro 1 del anexo la de todos los puntos turísticos (de interior y de costa). Como podemos comprobar en este cuadro 1, los municipios o puntos turísticos que más han crecido en viajeros son, como es obvio, los de costa. Pero aún así, en el conjunto de puntos turísticos de España, Valladolid ocupa el puesto 25 en el ranking de incremento de viajeros entre 2005 y 2008, como se ve en el cuadro 2.1. Pero si excluimos los municipios de costa y nos centramos solo en los municipios de turismo interior, que es donde la comparación resulta más real -al tratarse de una dinámica turística de similares características-, tenemos que Valladolid ocupa el 7º lugar entre las ciudades o puntos turísticos de interior con mayor incremento durante

³ En este apartado utilizamos el concepto de viajero en lugar del de visitante o turista, pues los datos que aportamos del INE se refieren solamente a turistas que pernoctan en establecimientos reglados. Como señalamos en la introducción, el concepto de viajero es más restrictivo que el de visitante y el de turista. Recordemos que por **visitante** se entiende la persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, y por **turista**, todo visitante que pernocta en la ciudad, independientemente del tipo de alojamiento -colectivo o privado-; mientras que por **viajero** se entiende el visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento reglado, es decir, en un establecimiento hotelero o similar.



este período. Y si la comparación la hacemos con el periodo 2005-2009, Valladolid ocuparía el 10º lugar en este ranking, como se puede comprobar en la antepenúltima columna del cuadro. Lo que quiere decir que el turismo en Valladolid tiene una base bastante sólida. Lo que ha permitido que, en un año de fuerte crisis generalizada, el impacto de la crisis en la ciudad se haya mantenido, dentro de las ciudades de turismo de interior, en una posición intermedia, como se puede observar en el cuadro, viendo la variación entre 2008 y 2009.



el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.1.- Número de viajeros que pernoctan en establecimientos hoteleros en puntos turísticos españoles del interior (no costa), desde 2005 a 2009, ordenadas por nivel de incremento entre 2005 y 2008.

	Total viajeros					%	%	%
	2005	2006	2007	2008	2009	Variación 2005-2008	Variación 2005-2009	Variación 2008-2009
Teruel	78.927	74.076	121.240	127.432	129.673	61,5	64,3	1,8
Sallent de Gállego	55.131	60.988	70.150	83.426	74.198	51,3	34,6	-11,1
Segovia	160.539	187.302	219.805	210.931	209.561	31,4	30,5	-0,6
Zaragoza	739.638	798.816	819.882	940.843	717.251	27,2	-3,0	-23,8
Madrid	5.912.311	6.740.385	7.317.757	7.282.953	7.166.476	23,2	21,2	-1,6
Plasencia	65.757	79.743	87.971	80.600	81.015	22,6	23,2	0,5
Valladolid	298.559	317.406	353.610	361.913	335.031	21,2	12,2	-7,4
Jaca	107.875	124.143	115.334	130.490	117.379	21,0	8,8	-10,0
Logroño	222.090	265.229	253.627	260.974	251.668	17,5	13,3	-3,6
Palencia	77.875	88.859	90.421	90.634	67.916	16,4	-12,8	-25,1
Bilbao	530.063	601.220	639.784	616.487	624.359	16,3	17,8	1,3
Oviedo	324.630	381.417	395.559	377.460	358.642	16,3	10,5	-5,0
Benasque	56.144	69.706	64.974	64.872	60.883	15,5	8,4	-6,1
Zamora	96.503	118.195	117.761	110.672	113.161	14,7	17,3	2,2
Murcia	332.045	371.489	416.962	372.997	301.968	12,3	-9,1	-19,0
Vielha e Mijaran	146.321	150.128	136.868	162.738	151.190	11,2	3,3	-7,1
León	318.968	365.733	382.411	352.988	364.242	10,7	14,2	3,2
Lleida	154.906	146.564	148.037	171.215	158.928	10,5	2,6	-7,2
Ronda	146.837	149.473	187.783	161.628	149.248	10,1	1,6	-7,7
Granada	1.349.987	1.428.779	1.492.980	1.472.183	1.373.862	9,1	1,8	-6,7
Burgos	333.251	344.444	342.260	360.186	356.444	8,1	7,0	-1,0
Pamplona	261.702	283.847	289.100	281.616	287.877	7,6	10,0	2,2
Naut Arant	64.652	80.215	62.545	69.540	57.333	7,6	-11,3	-17,6
Albarracín	34.723	37.189	39.379	37.315	33.538	7,5	-3,4	-10,1
Salamanca	554.007	581.040	576.890	590.588	571.932	6,6	3,2	-3,2
Ourense	104.699	103.344	103.465	111.031	96.952	6,0	-7,4	-12,7
Albacete	157.232	157.797	166.732	164.478	148.228	4,6	-5,7	-9,9
Trujillo	68.863	81.038	81.901	71.287	76.533	3,5	11,1	7,4
Cazorla	34.783	39.714	46.409	35.905	34.332	3,2	-1,3	-4,4
Toledo	434.615	450.668	465.417	448.008	441.645	3,1	1,6	-1,4
Santiago De Compostela	534.716	510.602	573.035	542.592	562.385	1,5	5,2	3,6
Sevilla	1.705.586	1.865.230	1.840.141	1.729.940	1.665.199	1,4	-2,4	-3,7
Benavente	47.449	37.871	55.460	47.706	45.010	0,5	-5,1	-5,7
Jerez De La Frontera	262.224	289.605	311.135	260.452	232.845	-0,7	-11,2	-10,6
Cuenca	209.196	208.925	222.183	203.851	188.090	-2,6	-10,1	-7,7
Cangas de Onís	100.913	97.489	88.922	98.169	110.558	-2,7	9,6	12,6
Córdoba	731.023	726.673	754.129	706.114	661.148	-3,4	-9,6	-6,4
Ávila	225.627	226.457	235.468	217.363	194.964	-3,7	-13,6	-10,3
Lugo	163.664	161.815	163.654	153.977	142.094	-5,9	-13,2	-7,7
Soria	91.311	93.337	93.258	84.923	96.085	-7,0	5,2	13,1
Arcos De La Frontera	52.816	59.181	59.615	47.810	35.804	-9,5	-32,2	-25,1
Cáceres	224.707	226.977	213.384	201.185	206.975	-10,5	-7,9	2,9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y elaboración propia.



A partir de los resultados de la encuesta y de los datos de viajeros (o personas que pernoctan en establecimientos hoteleros) que nos proporciona el INE, podemos hacer una estimación del número de visitantes que llegan a Valladolid anualmente.

Según los datos obtenidos de nuestra encuesta, del total de visitantes que llegaron a la ciudad de Valladolid en 2008 pernoctaron el 63%, y de ellos, el 46,7% lo hizo en hotel, hostel o pensión; y en 2009 pernoctaron el 53%, de los que el 57% lo hicieron en un establecimiento reglado. Lo que equivale a decir que del total de visitantes que han llegado en 2008 y 2009 a la capital han pernoctado en establecimientos hoteleros, en 2008 el 29,4%, y en 2009 el 30,3%. A partir de este porcentaje de pernoctaciones en establecimientos reglados podemos hacer una estimación del número de visitantes. Si en el año 2008 Valladolid ha tenido 361.913 viajeros y en 2009 335.031, y éstos representan el 29,4% y el 30,3%, respectivamente, del total de visitantes, podemos estimar que la ciudad ha recibido durante 2008 en torno a 1.200.000 visitantes (el cálculo exacto de la estimación realizada sería 1.230.997) y en 2009 1.100.000 (la cifra exacta estimada sería 1.105.713). Es decir, casi 4 visitantes mayores de 15 años por habitante mayor de esta edad⁴, tanto en un año como en otro, aunque en 2009 el descenso de visitantes haya sido de 100.000 personas, como efecto de la crisis. Un dato que, por si mismo, habla de un sector (el turístico) con gran impacto en la ciudad.

Pero, si en cuanto a volumen de visitantes en general, y viajeros en particular, los datos son buenos, y si se miran en perspectiva histórica resultan muy esperanzadores (vista la positiva evaluación desde 2005), donde la situación no es tan halagüeña es en la media de las pernoctaciones. Como vemos en el cuadro 2.2, durante los últimos años la media se ha mantenido prácticamente estabilizada en 1,6. De todos modos, aunque este índice es bajo, y se sitúa entre los más bajos del conjunto de puntos turísticos españoles –si incluimos los de costa- (ver la tabla 2 del anexo), cabe señalar que dicho índice está dentro de los parámetros habituales del turismo de interior, por lo que la baja media de pernoctaciones es una limitación de todo el turismo de interior, no sólo el de Valladolid.

Como se pone de manifiesto en el cuadro 2.2, la inmensa mayoría de los puntos turísticos del interior están por debajo de las dos noches de pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Solo siete de estos puntos turísticos están por encima de esta cifra. Y en Castilla y León todas las capitales de provincia tienen un índice de pernoctación similar al de Valladolid (entre 1,5 y 1,8). De lo que se deduce que la dinámica del sector turístico en Valladolid se mueve dentro de los parámetros que se dan, en general, en el turismo de interior en España, y, en particular, de los que se dan en el conjunto de la Comunidad Autónoma.

⁴ En Valladolid en 2010 la población mayor de 15 años es de 302.371. Partiendo de esta cifra y de la edad del número de visitantes, la proporción exacta de visitantes sería 3,66 por cada vecino de Valladolid mayor de 15 años.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.2.- Media de pernoctaciones en establecimientos hoteleros en puntos turísticos españoles de interior desde 2005 hasta 2009. *(Sólo los que pernoctan)*

	2005	2006	2007	2008	2009
Naut Arant	4,3	3,4	3,5	3,4	3,7
Benasque	3,7	3,3	3,1	3,3	3,2
Vielha e Mijaran	3,0	2,8	2,9	2,7	2,6
Jaca	2,7	2,6	2,7	2,5	2,5
Cangas de Onís	2,3	2,4	2,2	2,1	2,3
Cazorla	2,0	2,2	2,2	2,2	2,3
Santiago De Compostela	2,1	2,0	2,0	2,1	2,1
Jerez De La Frontera	2,0	1,9	1,9	2,0	2,1
Madrid	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9
Arcos De La Frontera	1,8	1,7	1,8	1,9	1,9
Sevilla	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Albarracín	1,7	1,6	1,7	1,8	1,9
Granada	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Oviedo	2,0	1,8	1,9	1,8	1,8
Palencia	1,7	1,6	1,8	1,7	1,8
Bilbao	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8
Soria	1,8	1,7	1,7	1,9	1,7
Logroño	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7
Zaragoza	1,7	1,7	1,7	1,9	1,7
Cuenca	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
Ourense	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Pamplona	1,9	1,7	1,7	1,7	1,7
Murcia	1,7	1,6	1,6	1,6	1,7
Salamanca	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Ávila	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6
Valladolid	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6
León	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Ronda	1,6	1,7	1,5	1,6	1,6
Plasencia	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Córdoba	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6
Teruel	2,1	1,8	1,8	1,7	1,6
Albacete	1,6	1,7	1,7	1,8	1,6
Lugo	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6
Cáceres	1,7	1,6	1,6	1,7	1,6
Segovia	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6
Toledo	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Zamora	1,7	1,6	1,7	1,7	1,6
Trujillo	1,6	1,6	1,5	1,6	1,6
Lleida	1,7	1,6	1,7	1,6	1,5
Burgos	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
Benavente	1,2	1,4	1,4	1,3	1,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

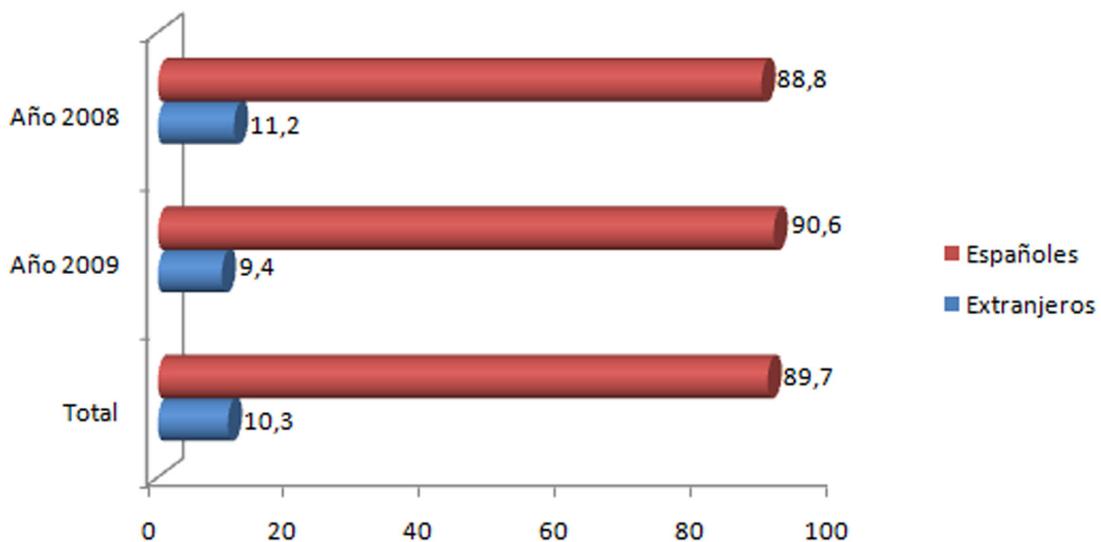


2.2.- Procedencia de los visitantes y turistas

Resulta de gran utilidad para la planificación turística de una ciudad como Valladolid, conocer la procedencia de sus visitantes, ya que este dato es fundamental para las campañas de promoción turística y la adecuación de la oferta a la demanda.

En este sentido, lo primero a destacar es, como se observa en el gráfico 2.1, que nueve de cada diez de los visitantes que llegan a la capital residen en España, principalmente en Castilla y León y Madrid. Los visitantes que proceden del extranjero suponen el 10,3% del total. Y si excluimos los excursionistas y consideramos solo los turistas, la proporción de turistas extranjeros sube al 14,5%, que es más del doble de la que se da en Castilla y León, aunque casi la mitad de la que se da en el conjunto de España -incluidas las islas Baleares y Canarias- (ver cuadro 2.3). Por tanto, aunque la presencia, ya sea de visitantes o de turistas extranjeros, es minoritaria en la ciudad, resulta muy relevante, no solo por el número, sino comparativamente con el conjunto de Castilla y León y de España (teniendo en cuenta que, en el conjunto del estado, la cifra del 26,6% de turistas extranjeros que se refleja en el cuadro está muy condicionada por el turismo de las islas, donde la proporción de turistas del exterior supera a la de los españoles -ya que el peso del turismo de las islas en el conjunto del Estado es grande, pues representa el 13%⁵ del total de los movimientos turísticos en España-). ⁶

Gráfico 2.1.- Porcentaje de visitantes españoles y extranjeros en 2008 y 2009



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

Por ello, si la comparación la hacemos con la media del conjunto del estado (incluidas las islas), el índice de visitantes extranjeros está bastante por debajo de la media nacional (28,7%). Pero si lo comparamos

⁵ Dato tomado del Instituto de Estudios Turísticos, correspondiente a 2007.

⁶ Para mayor detalle sobre el origen de los turistas en Castilla y León y en el conjunto del estado consultar el cuadro 3 del anexo.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



con las zonas de interior, la proporción de extranjeros que viene a la ciudad se mueve, en general, en los parámetros en los que se desarrolla el turismo interior, y se sitúa muy por encima de la media de Castilla y León (ver cuadro 2.3).

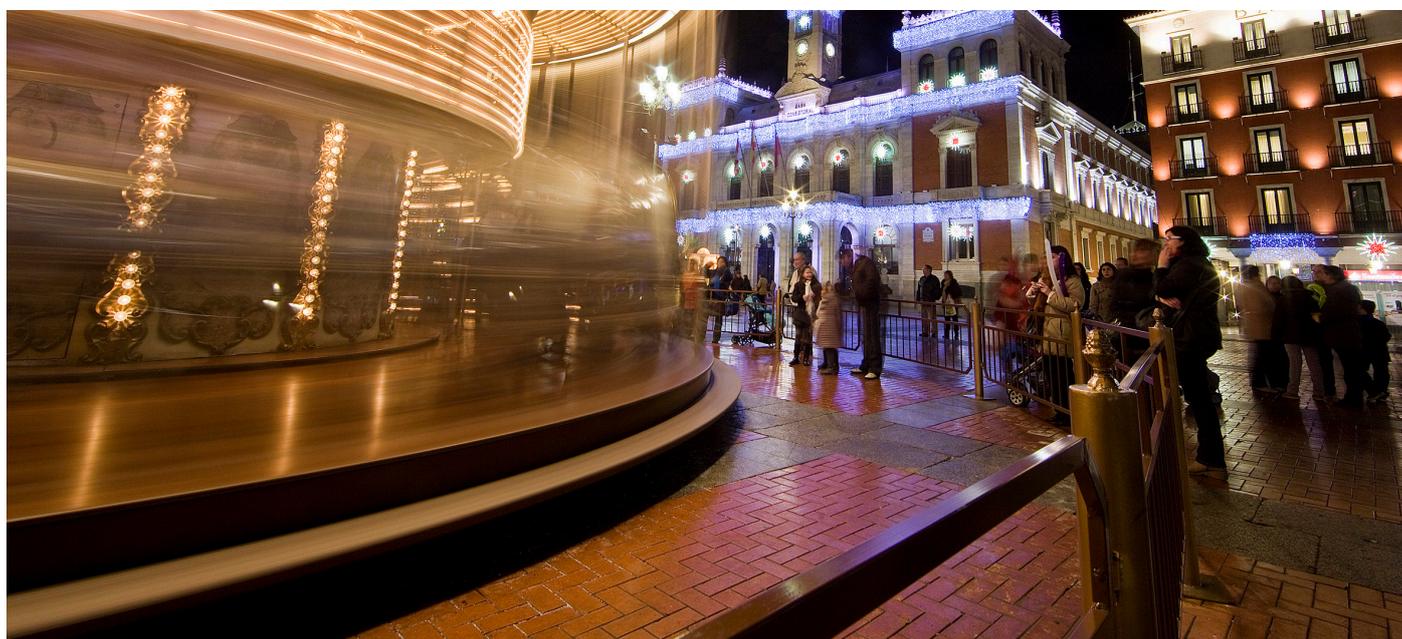
De todos modos, los datos sobre visitantes extranjeros que vienen a la ciudad hay que tomarlos con mucha precaución y relativizarlos mucho desde el punto de vista turístico, ya que en este colectivo hay una proporción importante de estudiantes (fundamentalmente Erasmus) y personas inmigrantes, como cabe deducir de los datos del cuadro 2.4. Como se observa en la tabla, entre los visitantes extranjeros predomina de una manera mucho más acentuada que entre los españoles la población joven, soltera, de estudios superiores y de niveles de ingresos bajos, así como los que vienen como turistas y pernoctan en establecimientos no reglados. Si estos datos los unimos al hecho de que casi una tercera parte estudian y que algo más de la mitad trabajan, cabe deducir que la mayoría de visitantes extranjeros son: o bien estudiantes que vienen a completar su formación a Valladolid o jóvenes que vienen en busca de empleo, aunque sea bajo la cobertura de turista. (El perfil sociodemográfico de los visitantes extranjeros de 2008 y 2009 es muy similar, y las diferencias antes señaladas con los visitantes españoles varían poco de un año a otro).

Cuadro 2.3.- Distribución de los turistas que llegaron a Valladolid, Castilla y León y España en 2008*, según su lugar de origen.

	Valladolid (ciudad)	Castilla y León	España
Turistas del extranjero	14,5	5,8	26,6
Turistas de España	85,5	94,2	73,4

(* Se toman los datos del 2008 porque, en este momento, son los últimos disponibles de Castilla y León y España.

Fuente: Para los datos de Valladolid, Castilla y León y España, IET: *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)* y *Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)*





Cuadro 2.4.- Tipo de visitante y perfil sociodemográfico, según proceda de España o del extranjero

		De España	Del extranjero	Total
<i>Tipo de Visitante</i>	Turista	55,1	82,8	57,9
	Excursionista	44,9	17,2	42,1
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	44,9	17,2	42,1
	Viajero (Alojamiento reglado)	30,8	38,0	31,5
	Alojamiento no reglado	24,3	44,9	26,4
<i>Sexo</i>	Hombre	48,3	53,6	48,8
	Mujer	51,7	46,4	51,2
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	19,0	26,7	19,8
	Entre 25 y 34 años	27,4	31,1	27,8
	Entre 35 y 44 años	20,9	16,5	20,5
	Entre 45 y 54 años	17,7	9,9	16,9
	Más de 55 años	14,9	15,8	15,0
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	44,8	37,2	44,0
	Soltero	48,9	55,5	49,6
	Otras situaciones	6,3	7,3	6,4
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	1,1	0,7	1,1
	Primarios / Bachillerato Ele.	14,7	6,3	13,9
	Bachillerato, FP	37,3	25,8	36,2
	Universitarios	46,8	67,2	48,9
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	15,0	31,6	16,7
	No activo o parado	15,9	8,8	15,2
	Trabajador	66,8	55,5	65,7
	Otra situación	2,3	4,0	2,5
<i>Nivel de ingresos</i> (no han contestado el 38,7%)	Menos de 12.000 €	22,5	29,5	23,1
	Entre 12.000 y 30.000 €	57,6	44,5	56,4
	Entre 30.000 y 54.000 €	17,7	21,9	18,1
	Más de 54.000 €	2,2	4,1	2,4
<i>(Bases)</i>		<i>(2.397)</i>	<i>(274)</i>	<i>(2.671)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

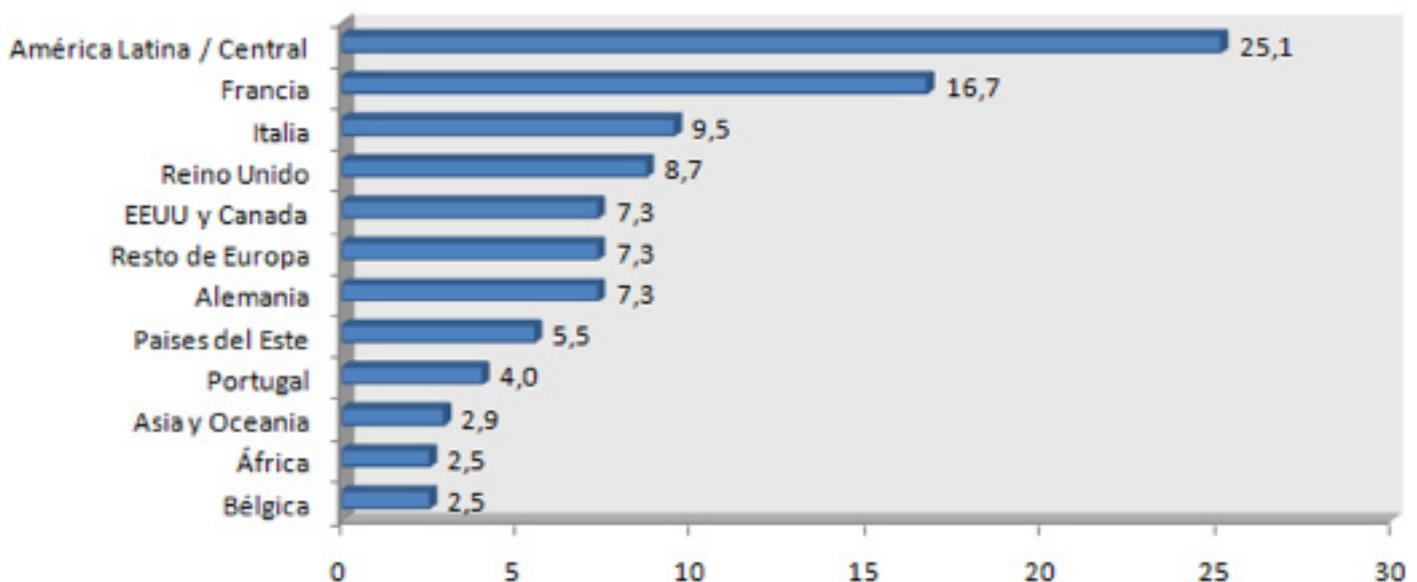


2.2.1.- Residentes en el extranjero

Por lo que se refiere a los turistas extranjeros, según los resultados de la encuesta, la mayoría proceden de países europeos (el 62,5%), destacando, entre ellos y por este orden: Francia, Italia, Reino Unido, Alemania y Portugal. Algo normal, dada la proximidad geográfica y la homogeneización cultural y económica que ha supuesto el proceso comunitario. Pero también resulta relevante el número de visitantes latinoamericanos (que, según los datos de la encuesta, representan el 25% del total). Del resto de zonas geográficas del mundo, la aportación de visitantes resulta muy reducida: los que proceden de Norteamérica representan el 7,3%, los de Asia y Oceanía el 2,9% y los de África el 2,5% (ver gráfico 2.2).

No obstante, estos datos hay que tomarlos con cierta precaución, y más que como cifras exactas sobre los países de procedencia hay que verlos como referencias o tendencias sobre las zonas geográficas de donde vienen las personas que nos visitan. En primer lugar, por el tamaño reducido de la muestra de visitantes que hemos encuestado (274 casos), que implica un alto margen de error estadístico, y, en segundo lugar, porque el origen de los flujos turísticos del exterior varía mucho en función de variables coyunturales de cada momento.

Gráfico 2.2.- Origen de los turistas extranjeros que han venido a Valladolid durante 2008 y 2009.



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta de la demanda 2008 y 2009.

2.2.2.- Residentes en España

Por lo que respecta a los visitantes españoles, alrededor de las dos terceras partes proceden de Castilla y León y Madrid, con un 44,2% y un 19% del total, respectivamente. Algo que cabía esperar, si se tiene en cuenta que la cercanía y la calidad de las infraestructuras de transporte son determinantes en los flujos



turísticos. La otra tercera parte de visitantes españoles se distribuye por todas las comunidades autónomas, sin que ninguna de ellas destaque con un peso específico relevante, como se puede observar en el cuadro 2.5.

No obstante, agrupando las comunidades autónomas que no son Madrid y Castilla y León por zonas geográficas, vemos que, después de nuestra Comunidad Autónoma y Madrid, la tercera bolsa de visitantes de Valladolid lo constituye el Norte o Cornisa Cantábrica (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra), que representa uno de cada siete (el 13,7%) de los visitantes que llegan a Valladolid, seguido por la Zona Sur y Sureste Mediterráneo (Andalucía, Valencia y Murcia), de donde proceden uno de cada diez visitantes (el 10,4%). La Zona Noroeste (Cataluña y Aragón) constituye otra fuente importante de turistas que, aunque resulta todavía reducida (representa sólo el 5,6% del total), es importante tenerlo en cuenta de cara a una labor de promoción turística, por la potencialidad que representa, a este respecto, sus grandes núcleos de población (especialmente Barcelona).



Este ranking respecto a la procedencia de los visitantes no ha variado con la crisis económica, como se puede comprobar en el cuadro 2.5. Pero resulta de interés constatar que en 2009 ha descendido, con respecto a 2008, el peso de los visitantes del entorno más próximo a Valladolid (Castilla y León y Madrid, especialmente ésta última), mientras se ha incrementado el del resto de España (a excepción de Cataluña), aunque las variaciones porcentuales son pequeñas. No obstante, aunque estos cambios resultan estadísticamente irrelevantes, excepto en el caso de Madrid, (donde el descenso es significativo -pérdida de 4,5 puntos porcentuales de peso en el total de visitantes-), habrá que estar muy atentos en próximas encuestas para ver si esta tendencia se confirma o es solo algo coyuntural, efecto de la crisis económica, puesto que este dato resulta de gran interés para el sector turístico de la ciudad, ya que los visitantes de fuera de Castilla y León y Madrid son los que tienen mayor índice de pernoctaciones en la ciudad y, como consecuencia, mayor nivel de gasto.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.5.- Origen de los visitantes de Valladolid residentes en España, por Comunidad Autónoma y Zonas Geográficas. Año 2008, 2009 y medias de ambos años.

CC.AA.	2008	2009	Total
Castilla y León	44,6	43,7	44,2
Madrid	21,3	16,9	19,0
Andalucía	4,9	6,8	5,9
Cataluña	4,5	3,9	4,2
País Vasco	4,3	4,1	4,2
Galicia	3,3	3,4	3,4
Valencia	3,3	3,9	3,6
Cantabria	2,6	3,4	3,0
Castilla la Mancha	1,9	2,1	2,0
Aragón	1,5	1,9	1,7
Navarra	1,4	0,5	1,0
Asturias	1,3	2,9	2,1
Extremadura	1,1	2,1	1,6
La Rioja	1,0	0,6	0,8
Canarias	0,9	2,2	1,6
Murcia	0,9	1,1	1,0
Baleares	0,7	0,5	0,6
Ceuta	0,3		0,1
Melilla	0,1	0,2	0,1
Zonas geográficas	2008	2009	Total
Castilla y León	44,6	43,7	44,2
Madrid	21,3	16,9	19,0
Norte (*)	13,0	14,3	13,7
Andalucía/Valencia/Murcia	9,1	11,7	10,4
Cataluña/Aragón	6,0	5,7	5,9
Extremadura/Cast-La Mancha/ La Rioja	4,0	4,8	4,4
Islas	2,0	2,9	2,4
(Bases)	(1.176)	(1.218)	(2.394)

(*) Norte: Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Por lo que se refiere al perfil personal de los visitantes, se observan algunas diferencias significativas en función de su procedencia, que recogemos en el cuadro 2.6. De una manera general, se da una clara diferenciación entre los visitantes que proceden de Castilla y León y los que proceden del resto del Estado: los que vienen de la Comunidad, comparativamente con el resto de las demás zonas geográficas, presentan una media de edad menor, un índice de soltería mayor, un menor nivel de estudios terminados, así como un menor



índice de ocupación y de poder adquisitivo. Por el contrario, los que proceden de fuera de Castilla y León presentan, con respecto a nuestra Comunidad, un mayor índice de población casada o en pareja (especialmente los procedentes de la costa mediterránea y de Castilla La Mancha-Extremadura), así como un mayor índice de ocupación, nivel de estudios y poder adquisitivo (especialmente los de Madrid y costa mediterránea).

Todas estas diferencias están muy condicionadas por el peso que entre los visitantes procedentes de Castilla y León tienen los estudiantes, especialmente los de 16 a 24 años. Como se observa en el cuadro, este colectivo (o dos, si se observa desde la doble perspectiva de la ocupación y la edad -estudiantes y jóvenes entre 16 y 24 años-) tiene un peso en el conjunto de los visitantes de origen castellanoleonés muy superior al que tiene en los que proceden del resto de Comunidades Autónomas. Y este dato condiciona fuertemente el resto de las variables, y especialmente la ocupación y el nivel de ingresos. Lo que a su vez, explica la gran diferencia en la proporción de excursionistas que proceden de Castilla y León y del resto de España. La de quienes proceden de Comunidad casi dobla la de Madrid y triplica la del conjunto del Estado.

Estas diferencias entre los visitantes procedentes de Castilla y León y del resto apenas han variado entre 2008 y 2009, lo que quiere decir que se trata de dos perfiles bastante distintos, condicionados, básicamente, por el mucho mayor peso que entre los visitantes de Castilla y León tienen los menores de 24 años (a la vez solteros, estudiantes y, por tanto, con menor nivel de estudios terminados y con menor poder adquisitivo), lo que resulta un factor estructural de diferenciación con el resto de Comunidades Autónomas.



el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.6.- Características sociodemográficas de los visitantes españoles, según las distintas zonas de las que proceden. (Porcentajes en vertical)

		CyL	Madrid	Norte	Sur/ Surest	Cataluña/ Aragón	CM/Rioja/ Extremad.	Islas	Total
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	65,5	39,9	22,9	24,4	21,3	22,9	19,0	44,9
	Viajero	9,8	37,5	49,8	53,6	51,8	51,4	67,2	30,8
	Alojamientos no reglados	24,7	22,6	27,2	22,0	27,0	25,7	13,8	24,3
<i>Sexo</i>	Hombre	48,2	49,6	46,5	47,6	48,2	50,5	67,2	30,8
	Mujer	51,8	50,4	53,5	52,4	51,8	49,5	13,8	24,3
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	28,0	11,5	16,3	11,6	7,1	7,7	10,3	19,0
	Entre 25 y 34 años	27,1	32,8	25,8	26,0	27,7	17,3	24,1	27,4
	Entre 35 y 44 años	20,3	20,7	23,3	19,2	27,0	15,4	22,4	20,9
	Entre 45 y 54 años	13,8	19,8	19,3	18,8	19,1	34,6	27,6	17,8
	Más de 55 años	10,8	15,2	15,3	24,4	19,1	25,0	15,5	14,9
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	36,6	47,6	46,0	56,8	54,6	64,8	51,7	44,7
	Soltero	56,5	47,1	48,5	38,0	38,3	26,7	41,4	49,0
	Separado/Divorciado/Viudo	6,9	5,3	5,5	5,2	7,1	8,6	6,9	6,3
	Otros	1,4	0,2	1,3	0,8	0,7	3,9		1,1
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	17,6	7,1	15,0	15,3	15,2	18,6	8,6	14,7
	Bachillerato, FP	41,6	28,1	38,4	31,9	38,4	38,2	44,8	37,3
	Universitarios	39,4	64,6	45,3	52,0	45,7	39,2	46,6	46,8
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	23,3	7,7	11,3	7,2	5,7	7,6	8,6	14,9
	No activo o parado	15,5	13,4	15,6	17,7	19,1	23,8	13,8	15,9
	Trabajador	59,2	76,7	69,9	72,3	73,0	65,7	72,4	66,8
	Otra situación	1,9	2,2	3,1	2,8	2,1	2,9	5,2	2,3
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	32,1	11,8	18,1	15,8	18,1	13,3	20,6	22,5
	Entre 12.000 y 30.000	55,3	59,5	61,7	58,8	59,6	53,3	55,9	57,6
	Entre 30.000 y 54.000	11,0	25,3	19,1	21,8	22,3	25,0	23,5	17,7
	Más de 54.000 €	1,6	3,3	1,1	3,6		8,3		2,2
<i>(Bases)</i>		<i>(1.057)</i>	<i>(456)</i>	<i>(327)</i>	<i>(250)</i>	<i>(141)</i>	<i>(105)</i>	<i>(58)</i>	<i>(2.394)</i>

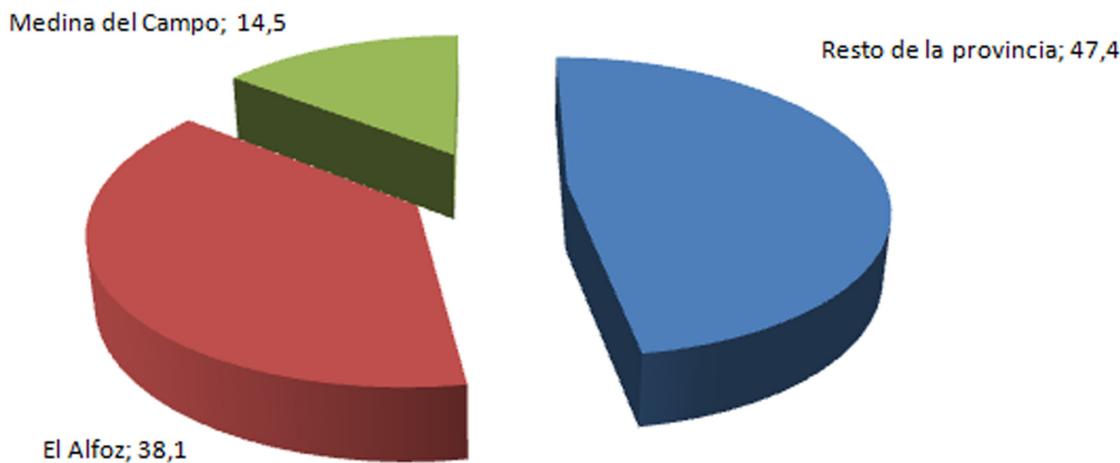
Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009



Dentro de Castilla y León, la provincia de Valladolid es la que aporta un mayor número de visitantes (supone el 32% del total de visitantes de Castilla y León y el 14% del total de visitantes de origen español). Y dentro de este colectivo de visitantes procedentes de Valladolid, la mayoría proceden del Alfoz⁷ y Medina del Campo. Como se ve en el gráfico 2.3 los de estos dos ámbitos territoriales representan el 53% del total provincial, frente al 47% del resto de municipios de la provincia.

Estas diferencias en la intensidad de los flujos turísticos, van muy asociadas a la facilidad de acceso a la capital desde estos dos ámbitos por las buenas comunicaciones entre la ciudad y los municipios del entorno y Medina del Campo. Además, en el caso de los municipios del Alfoz hay que añadir que muchos vallisoletanos han optado por establecer su residencia en localidades cercanas a la capital y bien comunicadas, donde la vivienda es más barata que en Valladolid, siendo común el desplazamiento diario a la capital por motivos laborales⁸, lo que facilita, a su vez, el intercambio por razones turísticas en general, y de ocio en particular.

Gráfico 2.3.- Origen de los visitantes que proceden de la provincia de Valladolid, por zona de procedencia
(Bases: sólo los visitantes de la provincia -337-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

7 Municipios que componen el Alfoz: Aldeamayor de San Martín, Arroyo de la Encomienda, Boecillo, Cabezón de Pisuerga, Castronuevo de Esgueva, Cigales, Ciguñuela, Cistérniga, Fuensaldaña, Geria, Laguna de Duero, Mucientes, Predaja de Portillo (La), Renedo de Esgueva, Santovenia de Pisuerga, Simancas, Tudela de Duero, Valdestillas, Valladolid, Viana de Cega, Villanubla, Villanueva de Duero y Zaratán.

8 Como se ha indicado en la introducción, aquí nos referimos solo a visitantes por motivos turísticos, por lo que los visitantes por motivos laborales no están incluidos en el universo de estudio de esta investigación. Pero no podemos perder de vista la estrecha vinculación laboral de los pueblos del Alfoz a la capital como una variable que favorece el resto de intercambios, entre ellos los turísticos.

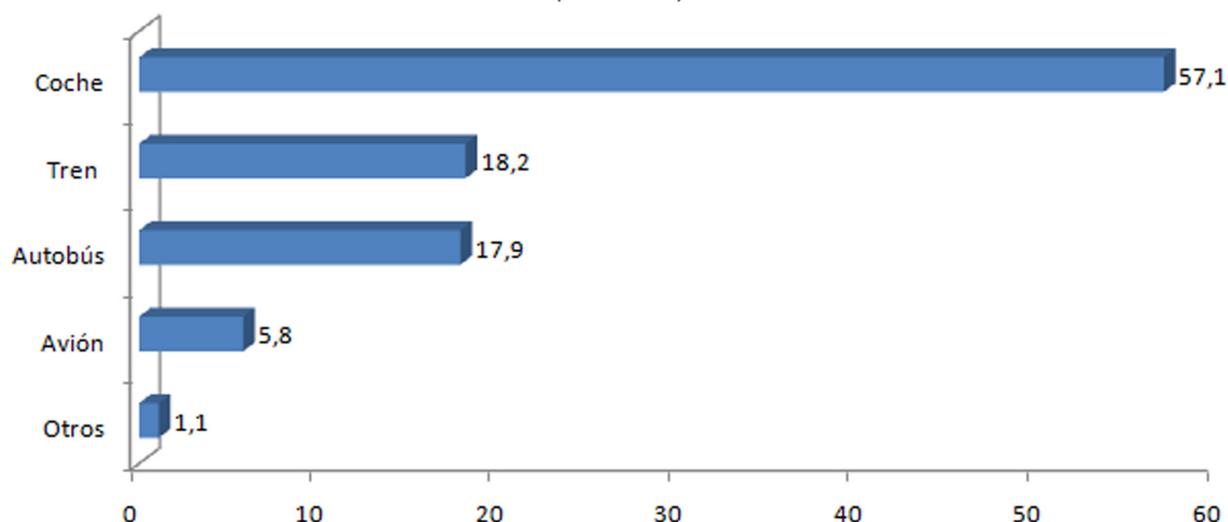
De aquí que, si quisiéramos contemplar el peso que los residentes del Alfoz tienen en el total de flujos de población que se dan desde los pueblos de la provincia a la capital y la repercusión económica que esto tiene, tendríamos que añadirle los que vienen a la ciudad por razones laborales, y que también tienen repercusiones en el consumo del sector hotelero y la restauración, en la medida que utilizan servicios del mismo modo que lo hacen los que vienen por razones turísticas (caso de las comidas, compras, etc).



2.3.- Medio de transporte que utilizan

Como se puede observar en el gráfico 2.4, el medio de transporte básico es el de carretera (lo utilizan el 75% de los visitantes), y especialmente el coche particular (utilizado por el 57%), a través del cual llegan a Valladolid tres veces más que los que llegan en autobús y también que los que llegan en tren (utilizados por el 18% en ambos casos). El avión, como medio de transporte de visitantes, tiene una representación muy escasa en Valladolid (el 6%), quedando limitado prácticamente a los que proceden del extranjero y de las islas.

Gráfico 2.4.- Medio de transporte utilizado para desplazarse a Valladolid
(Bases: 2.663)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Estos resultados, aunque parezcan llamativos, resultan bastante lógicos, si tenemos en cuenta la procedencia de los visitantes, la orografía llana de la meseta castellana y el sistema de comunicaciones que tiene Valladolid: una muy buena comunicación a través de autovía y un AVE que favorece mucho la conexión con Madrid, pero que allí se corta la conexión directa con los AVE que van al Sur y al Noreste del país.

Como ya se ha señalado, la gran mayoría de visitantes proceden de poblaciones relativamente cercanas, como son las provincias de Castilla y León y las limítrofes a la Comunidad Autónoma. Por lo que, si exceptuamos Madrid (por el AVE) para la inmensa mayoría de los visitantes del interior y del Norte, el medio de transporte que les resulta más cómodo y adecuado es el de carretera, especialmente el coche particular.

Como vemos en el cuadro 2.7, el predominio absoluto del coche particular se da en los visitantes de todas las zonas geográficas de la península. Y si nos atenemos a los resultados de la encuesta, este predominio tiende a crecer, a costa del autobús y del tren. Como vemos en el cuadro 2.8, durante 2009, prácticamente en todos los casos, se incrementa la proporción de los que llegan en coche particular y desciende el de los que vienen en autobús y tren, con la excepción de los que proceden de Extremadura-Castilla la Mancha-La Rioja,



donde sube la proporción de los que vienen en autobús y descende la de los que llegan en coche particular. Este último dato habrá que confirmarlo en próximas encuestas, pues puede deberse a error muestral, al tener una muestra tan reducida, donde cualquier factor (por ejemplo una excursión en autobús el día de la encuesta) puede incidir frecuentemente en los resultados.



Pero aparte del claro predominio del coche, también resulta reseñable que la llegada del AVE a Valladolid en 2007 ha supuesto, entre los turistas que viajan desde Madrid y las zonas con AVE hasta la capital, un fuerte incremento en el uso del tren a partir de este momento. Como vemos en el cuadro 2.7, una tercera parte de los visitantes madrileños y una cuarta parte de los que proceden del Sur y de Cataluña elige este medio de transporte para viajar a Valladolid. Aunque también hay que destacar que en 2009 el uso del AVE por parte de los visitantes ha descendido significativamente en el caso de los que proceden de Madrid y del Sur, mientras ha crecido en los que proceden de Cataluña. El incremento en el caso de los visitantes catalanes se debe a que el AVE Barcelona-Madrid empezó a funcionar ya muy avanzado 2008. Por lo que en próximas encuestas habrá de comprobar si la tendencia a utilizar menos el AVE a favor del coche particular se mantiene o se trata de algo puramente coyuntural. (ver cuadro 2.8)

Cuadro 2.7.- Medio de transporte utilizado por los visitantes españoles, según la zona geográfica de origen (Media de 2008 y 2009). (Porcentajes en vertical)

	Castilla y León	Com. Madrid	Sur/Sureste	Cataluña/Aragón	Norte	Extrem/C.Manch/Rioja	Islas	Total
Coche	66,6	57,1	58,2	46,1	69,3	61,9	22,4	61,8
Autobús	22,0	9,7	16,9	13,5	13,8	28,6	17,2	17,7
Tren	10,1	32,7	22,9	25,5	16,0	9,5	36,2	18,1
Avión		0,4	1,2	12,1	0,3		22,4	1,5
Otros	1,3		0,8	2,8	0,6		1,7	1,0
(Bases)	(1.053)	(455)	(249)	(141)	(326)	(105)	(58)	(2.387)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.8.- Medio de transporte utilizado en 2008 y en 2009 por los visitantes españoles, según la zona geográfica de origen. (Porcentajes en vertical)

a.- Visitantes españoles durante 2008

	Castilla y León	Com. Madrid	Sur/Sureste	Cataluña/Aragón	Norte	Extrem/C.Manch/Rioja	Islas	Total
Coche	63,5	49,0	52,8	38,0	63,8	70,2	13,0	57,2
Autobús	23,8	11,2	13,2	19,7	18,4	19,1	17,4	18,9
Tren	10,7	39,4	32,1	22,5	16,4	10,6	30,4	20,6
Avión		0,4	0,9	19,7	0,7		34,8	2,1
Otros	1,9		0,9		0,7		4,3	1,1
(Bases)	(521)	(249)	(106)	(71)	(152)	(47)	(23)	(1.169)

b.- Visitantes españoles durante 2009

	Castilla y León	Com. Madrid	Sur/Sureste	Cataluña/Aragón	Norte	Extrem/C.Manch/Rioja	Islas	Total
Coche	69,5	67,0	62,2	54,3	74,1	55,2	28,6	66,2
Autobús	20,3	7,8	19,6	7,1	9,8	36,2	17,1	16,5
Tren	9,4	24,8	16,1	28,6	15,5	8,6	40,0	15,6
Avión		0,5	1,4	4,3			14,3	0,9
Otros	0,8		0,7	5,7	0,6			0,8
(Bases)	(532)	(206)	(143)	(70)	(174)	(58)	(35)	(1.218)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Uno de los factores que más incide en el medio de transporte que el visitante utiliza para llegar a Valladolid es el hecho de venir solo o acompañado. Como vemos en el cuadro 2.9, los que vienen solos utilizan preferentemente el transporte público mientras que los que vienen acompañados (sea en pareja o con la familia) utilizan preferentemente el coche particular. Las diferencias, a este respecto, entre ambos colectivos, son muy marcadas como se puede observar en el cuadro. Aunque estas diferencias entre los que vienen solos y los que vienen con pareja o con familia o amigos se reducen en 2009 con respecto a 2008, como consecuencia del incremento del uso del coche particular en todos los casos, especialmente en los que vienen solos y los que lo hacen con familiares o amigos. Un dato que parece algo discordante con la situación de crisis en 2009, que más bien invitaría a pensar en un aumento del uso del transporte público en detrimento del coche particular, que resultaría más costoso para los que vienen solos. Pero si tenemos en cuenta otros datos de la encuesta vemos que esta contradicción es solo aparente, pues en realidad el incremento del coche particular en 2009 parece tener su explicación en un mayor aprovechamiento o eficiencia de los recursos, como consecuencia de la crisis. Como vimos en el cuadro 1.2, en 2009 se ha producido, con respecto a 2008, un incremento de siete puntos porcentuales de los que llegan a Valladolid con familiares o amigos, mientras se incrementa



en esa misma proporción la de los que llegan solos o simplemente con la pareja. Si a este dato le añadimos que donde más se ha reducido el nivel de visitantes es entre los de menores niveles de ingresos (ver gráfico 1.10 del capítulo 1) y que en los colectivos en los que más se ha incrementado el uso del coche particular es, como veremos en los cuadros 2.11 y 2.12, en las mujeres, los no activos y los de nivel de ingresos más bajos, resulta razonable interpretar que este incremento del uso del coche particular en 2009 como medio para llegar a Valladolid se debe a que, como efecto de la crisis, ha aumentado el número de visitantes que aprovechan el viaje de un familiar o amigo que viene con coche para evitarse el gasto de desplazamiento o hacerlo más económico, al ser varios a compartir el vehículo.

Cuadro 2.9- Medio de transporte utilizado por los visitantes para llegar a Valladolid, según venga solo o acompañado.
Porcentajes en horizontal.

<i>¿Qué medio de transporte ha utilizado en su desplazamiento a la ciudad de Valladolid?</i>							
<i>¿Viaja Usted solo, en pareja o con familiares y/o amigos?</i>		Coche	Autobús	Tren	Avión	Otros	(Bases)
Media de 2008 y de 2009	<i>Solo</i>	39,1	25,2	26,3	8,4	0,9	(797)
	<i>En pareja</i>	70,2	11,4	14,2	3,2	1,0	(695)
	<i>Con familiares y / o amigos</i>	61,7	16,6	14,8	5,7	1,2	(1.146)
2008	<i>Solo</i>	34,4	26,0	27,9	10,8	1,0	(416)
	<i>En pareja</i>	67,1	11,8	15,9	3,8	1,4	(365)
	<i>Con familiares y / o amigos</i>	56,5	17,2	16,6	8,7	1,0	(517)
2009	<i>Solo</i>	44,4	24,4	24,7	5,8	0,8	(381)
	<i>En pareja</i>	73,6	10,9	12,4	2,4	0,6	(330)
	<i>Con familiares y/ o amigos</i>	66,0	16,1	13,4	3,2	1,4	(629)

Fuente: Observatorio Turístico entre 2008 y 2009

Pero a parte de lo anterior, también observamos diferencias importantes a este respecto en función de las características sociodemográficas de los visitantes. En el cuadro 2.10 señalamos aquellas que nos parecen más relevantes de los cruces de variables que hemos efectuado en este punto.

Por lo que se refiere al sexo, los hombres viajan más a menudo en coche propio que las mujeres (60% frente a 54%). Estos datos concuerdan con el hecho de que los hombres en España tienen más coches propios, un mayor índice de carnets de conducir y conducen con mayor frecuencia que las mujeres, según los datos del INE. Por el contrario, las mujeres utilizan más los medios públicos de transporte, especialmente el autobús.

En cuanto a la edad, se observan bastantes diferencias entre los de menor y mayor edad y el resto. Los de 16 a 24 años, así como los mayores de 54, utilizan bastante más que los de 25 a 54 el transporte público, especialmente el autobús y el tren, mientras que el coche privado es el medio de transporte claramente predominante entre los de 25 a 54 años, especialmente a partir de los 34 años.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Acorde con los datos anteriores, los casados o los que conviven en pareja son los que en mayor medida utilizan el coche propio para desplazarse a Valladolid, mientras que los solteros, separados y viudos utilizan mucho más que los anteriores el autobús y el tren.

Por último, partiendo del hecho de que la situación laboral influye de manera determinante en el nivel de ingresos del visitante (como era de esperar), la población no activa en general, y los estudiantes en particular, son los que más utilizan el transporte público para venir a Valladolid y los que menos se desplazan en coche propio, ya que, por lo general, disponen de menor poder adquisitivo para utilizar este medio.

En este sentido, la variable ingresos es, en última instancia, la más determinante y la que nos muestra el origen de las diferencias señaladas anteriormente. Viendo la tabla 2.10, se puede observar dos grupos claramente diferenciados: los que disponen de menos de 12.000 € en su unidad familiar y el resto. En los primeros (que corresponden a la población no activa) el medio de transporte predominante es el público (especialmente el autobús) mientras en los segundos es el coche privado.

Cuadro 2.10.- Medios de transporte utilizados por los visitantes para desplazarse a Valladolid, según sus características sociodemográficas (Media del 2008 y 2009) (total muestra). (Porcentajes en horizontal)

		Coche	Autobús	Tren	Avión	Otros	(Bases)
Sexo	Hombre	60,4	14,5	17,8	5,9	1,5	(1.299)
	Mujer	54,0	21,1	18,5	5,7	0,7	(1.364)
Edad	Entre 16 y 24 años	37,5	31,4	22,2	7,8	1,1	(526)
	Entre 25 y 34 años	59,3	14,1	18,8	7,6	0,3	(739)
	Entre 35 y 44 años	68,8	11,4	14,0	4,6	1,3	(544)
	Entre 45 y 54 años	68,7	11,6	14,9	4,4	0,4	(450)
	Más de 54 años	49,9	23,3	21,0	3,0	2,8	(395)
Situación Civil	Casado/en pareja	68,0	11,9	13,8	5,0	1,3	(1.171)
	Soltero	49,1	21,8	21,8	6,6	0,7	(1.321)
	Otras situaciones	43,8	29,0	19,5	5,3	2,4	(169)
Situación laboral	Estudiante	30,2	33,2	24,8	10,8	0,9	(443)
	No activo	54,1	26,8	15,1	2,0	2,0	(403)
	Trabajador	65,2	11,7	17,1	5,2	0,9	(1.746)
	Otra situación	43,8	23,4	21,9	10,9		(64)
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 €	40,5	29,9	19,3	7,7	2,6	(378)
	Entre 12.000 y 30.000 €	61,0	15,1	18,8	3,9	1,2	(921)
	Más de 30.000€	60,5	9,6	22,9	6,6	0,3	(332)
Total		57,1	17,9	18,2	5,8	1,1	(2.663)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



En línea con lo que hemos señalado anteriormente, en 2009 se incrementa en todos los colectivos el uso del coche particular, en detrimento del transporte público como medio de llegar a Valladolid. (Ver cuadros 2.11 y 2.12). Pero este incremento generalizado en todos los sectores, donde más se nota es entre las mujeres, la población no activa y entre los de menor capacidad de gasto. Y en este marco, resulta especialmente llamativo dicho incremento entre los visitantes de clase baja, cuyas familias tienen un nivel de ingresos inferiores a los 12.000 euros. La proporción de los que, dentro de este colectivo, utilizaron el coche particular para visitar Valladolid es en 2009 veinte puntos porcentuales mayor que los que lo hicieron en 2008, descendiendo como consecuencia el uso del transporte público en esa misma proporción. Lo que avalaría la hipótesis señalada anteriormente de que la tendencia experimentada en 2009 a usar con mayor frecuencia el coche particular para viajar a Valladolid, en detrimento del transporte público, se debería, no a la comodidad o mayor versatilidad del coche, sino al intento de ahorro en el transporte (aprovechando el viaje a la ciudad de familiares o amigos en coche particular). Por lo que se trataría de un cambio coyuntural. Una hipótesis, no obstante, que habrá que confirmar (o desmentir) en las próximas encuestas.

Cuadro 2.11.- Medios de transporte utilizados en 2008 para desplazarse a Valladolid, según las características sociodemográficas del visitante. (Porcentajes en horizontal)

		Coche	Autobús	Tren	Avión	Otros	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	56,8	14,4	19,8	7,7	1,2	(665)
	Mujer	47,5	23,0	20,2	8,3	0,9	(652)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	34,4	29,4	23,7	10,7	1,9	(262)
	Entre 25 y 34 años	53,4	16,6	19,7	10,1	0,3	(386)
	Entre 35 y 44 años	63,1	15,5	15,9	5,5		(271)
	Entre 45 y 54 años	62,8	12,1	19,5	5,6		(231)
	Más de 54 años	45,5	21,2	23,0	5,5	4,8	(165)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	62,9	12,1	16,7	7,1	1,2	(564)
	Soltero	44,6	23,4	22,8	8,5	0,8	(659)
	Otras situaciones	41,3	26,1	20,7	9,8	2,2	(92)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	27,9	29,8	25,5	14,9	1,9	(208)
	No activo	47,9	26,9	16,0	4,2	5,0	(119)
	Trabajador	59,7	13,6	19,4	6,8	0,4	(896)
	Otra situación	41,4	32,2	19,5	6,9		(87)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	32,6	33,5	21,3	8,7	3,9	(230)
	Entre 12.000 y 30.000 €	55,8	18,2	19,7	5,7	0,6	(477)
	Más de 30.000€	55,7	11,4	24,1	8,9		(158)
Total		52,2	18,7	20,1	7,9	1,1	(1.317)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.12.- Medios de transporte utilizados en 2009 por los visitantes españoles para desplazarse a Valladolid, según sus características sociodemográficas. (Porcentajes en horizontal)

		Coche	Autobús	Tren	Avión	Otros	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	64,0	14,5	15,6	4,1	1,7	(634)
	Mujer	59,8	19,4	17,0	3,4	0,4	(712)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	40,5	33,3	20,8	4,9	0,4	(264)
	Entre 25 y 34 años	65,7	11,3	17,8	4,8	0,3	(353)
	Entre 35 y 44 años	74,4	7,3	12,1	3,7	2,6	(273)
	Entre 45 y 54 años	74,9	11,0	10,0	3,2	0,9	(219)
	Más de 54 años	53,0	24,8	19,6	1,3	1,3	(230)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	72,7	11,7	11,2	3,1	1,3	(607)
	Soltero	53,6	20,2	20,8	4,7	0,6	(662)
	Otras situaciones	46,8	32,5	18,2		2,6	(77)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	32,3	36,2	24,3	7,2		(235)
	No activo	59,3	24,2	14,9	0,8	0,8	(248)
	Trabajador	70,9	9,6	14,6	3,4	1,4	(850)
	Otra situación	46,2	23,1	15,4	15,4		(13)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	52,7	24,3	16,2	6,1	0,7	(148)
	Entre 12.000 y 30.000 €	66,7	11,7	17,8	2,0	1,8	(444)
	Más de 30.000€	64,9	8,0	21,8	4,6	0,6	(174)
Total		61,8	17,1	16,3	3,7	1,0	(1.346)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2009





2.4.- Valladolid como principal destino turístico en este viaje

Para la inmensa mayoría de los visitantes (el 90%), Valladolid es su principal destino turístico en este viaje. Sin embargo, existen diferencias significativas a este respecto dependiendo del motivo principal de su viaje. Entre los visitantes que se desplazan a la capital castellano-leonesa para asistir a algún evento cultural, deportivo o por razones de estudio, la proporción de los que tienen la ciudad como destino prioritario del viaje es muy elevado, llegando casi al 100% en estos colectivos, mientras que entre los que vienen por ocio y turismo el porcentaje, aunque siga siendo alto, desciende considerablemente. Al tratarse de un turismo interior, estas diferencias resultan lógicas, ya que los viajes por motivos de ocio y turismo no suelen centrarse en una sola ciudad, como suele suceder con el turismo de costa, mientras que en los desplazamientos llevados a cabo para asistir a eventos culturales/deportivos o por razones de estudio, sí suelen tener un destino más acotado.

Como se puede observar en el cuadro 2.13, esta tendencia de los visitantes a tomar Valladolid como principal destino turístico del viaje se ha mantenido en los dos años (2008 y 2009) en el mismo nivel de intensidad, tanto en el conjunto de éstos como en los que vienen por razón de estudios o para participar en eventos, pero ha descendido de manera significativa (un 7%) en los que vienen por ocio y turismo. Si este último dato lo unimos al aumento que se ha producido en 2009 de la proporción de excursionistas, y al descenso de la de turistas que pernoctan en establecimientos no reglados (según vimos en el apartado 1.2), podemos deducir que el descenso en 2009 de visitantes que, viniendo por razones de ocio y turismo, tienen como principal destino Valladolid, es un efecto más de la crisis, y, por tanto, coyuntural.

Cuadro 2.13.- Proporción de visitantes que tienen a Valladolid como su principal destino, según el principal motivo de su viaje (*)

	2008	2009	Total	(Bases)
Ocio y Turismo	86,0	79,1	82,7	(714)
Trabajo	91,2	95,7	93,9	(290)
Visita a familiares y/o amigos	90,0	93,0	91,2	(291)
Estudios	97,2	97,2	97,2	(244)
Asistencia a eventos culturales/deportivos	96,1	97,6	96,9	(667)
Otros	74,0	92,1	82,0	(187)
Total	89,3	90,8	90,0	(2.393)

(*) Dentro de cada grupo de visitantes que habían señalado como principal motivo para venir a Valladolid uno de los que se recogen en el cuadro, se les preguntó si Valladolid era o no su principal destino. En la tabla se recoge la proporción de los que han contestado sí, en cada caso. Por lo que la diferencia hasta 100 corresponde a los que han contestado que no en cada uno de dichos colectivos

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Lo que concuerda con el contexto en general del turismo español en 2009, en el que, por razones económicas, se reducen los viajes y la duración de éstos. En este marco, resulta explicable que entre los

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



visitantes de Valladolid que vienen por razones turísticas, al haberse reducido el número de viajes, se trate de rentabilizar más éstos, y en este sentido, se incremente la proporción de los que toman Valladolid como ciudad de paso en un viaje al que se añaden nuevos destinos, para rentabilizar al máximo el tiempo y el dinero disponible para las salidas de vacaciones (que por problemas económicos se han visto obligados a reducir).

En este punto cabe destacar, además, que no se han encontrado diferencias significativas en cuanto a las variables sociodemográficas, salvo entre los mayores de 55 años y el resto, en el sentido de que la población mayor tiene a Valladolid como principal destino en una proporción inferior a los demás (80% frente a 90%). O dicho de otro modo: que participan más que el resto de la población en viajes en los que Valladolid forma parte de un itinerario más amplio (ver cuadro 4 del anexo). De lo que se deduce que el hecho de que Valladolid sea o no el principal destino turístico no depende de las características del visitante (salvo ese pequeño influjo de la edad), sino del motivo del viaje.

2.5.- Pernoctaciones

La duración de la visita, y especialmente si pernocta en la ciudad, repercute directamente en el gasto medio por turista. Las probabilidades de consumo por parte del visitante, principalmente en alojamiento y restaurantes, aumentan exponencialmente a medida que la visita a Valladolid se extiende en el tiempo. Por todo ello, un análisis en profundidad de las pernoctaciones de los visitantes que se desplazan a la ciudad, resulta de gran interés para el diagnóstico de la salud turística de la capital vallisoletana.

2.5.1.- Visitantes que pernoctan

Según los resultados de la encuesta, en 2008 y 2009 han pernoctado en Valladolid el 58% del total de personas que han visitado la ciudad por razones no laborales. Estas personas que pernoctan configuran el colectivo que llamamos turistas. Como vemos en el cuadro 2.14, este colectivo ha perdido bastante peso en 2009 con respecto a 2008 dentro del conjunto de visitantes (nada menos que un 10%). Como ya hemos analizado en el apartado 1.2, este descenso significa que durante ese mismo año 2009 se ha incrementado en un 10% la proporción de excursionistas.

Pero aparte del dato, de que solo seis de cada diez visitantes pernoctan en la ciudad, es importante tener en cuenta que este índice de pernoctación varía bastante en función del motivo principal del viaje. Como se ve en el mismo cuadro 2.14, quienes llegan a la ciudad para visitar a familiares y/o amigos o por razones de estudio, presentan un porcentaje mucho más elevado de personas que pernoctan que el resto, mientras que los que menos lo hacen son los que vienen por Ocio y Turismo o por eventos culturales (pernoctan el 78,4% y el



74% en los dos primeros casos y el 56,3% y 50,6% en los segundos). La explicación ya la hemos señalado anteriormente: mientras que quienes vienen a la ciudad por razón de estudios, o visitar familiares y amigos, tienen como principal motivo de su viaje la visita a Valladolid, para los que vienen por Ocio y Turismo la ciudad es un lugar de paso, dentro de un itinerario más amplio o de un paquete turístico, y prolongan la estancia más o menos tiempo en función de lo que se encuentren en ella (o lo que traen previsto de antemano, si es en un viaje organizado). Por lo que se refiere al caso de los eventos, el bajo índice de pernoctación tiene su explicación en que en unos casos se trata de eventos de un día (conciertos, etc.) y en otros en que muchos de los participantes de fuera limitan su participación a un día (con un viaje de ida y vuelta), especialmente en 2009.

Este ranking de pernoctaciones en función de los motivos por lo que vienen a Valladolid, es el mismo en 2008 y 2009, pero varía considerablemente la intensidad o el índice de pernoctación en la mayor parte de los casos. Como podemos ver en el mismo cuadro 2.14, en 2009 sube el índice de pernoctación de los que vienen a Valladolid con el principal objetivo de ver a la familia o amigos o realizar algún trabajo, mientras que dicho índice desciende de una manera muy fuerte (20 puntos porcentuales) en el caso de los que tienen como objetivo fundamental de este viaje el estudio o la participación en algún evento cultural o deportivo. En ambos descensos se observa claramente el efecto de la crisis económica: en el primer caso, muchos de los estudiantes universitarios que residen en municipios no muy lejanos de Valladolid han optado por seguir viviendo con sus padres, por lo que vienen a clase y regresan a su municipio todos los días. Y los que vienen a algún evento, han reducido su estancia a un día en una proporción mayor en 2009 que en 2008. Esto lo podemos ver reflejado en los datos de la tabla 2.17, donde observamos que en los colectivos en los que el descenso en el índice de pernoctaciones en 2009 ha sido mayor es: en los más jóvenes, los estudiantes, los parados e inactivos, y por tanto, los de menor capacidad de consumo.

Cuadro 2.14.- Porcentaje de visitantes que han pernoctado en Valladolid en 2008 y 2009, dependiendo del motivo principal de su viaje. (*)

¿Ha pernoctado?	Principal motivo por el que viene a Valladolid						Total
	Ocio y Turismo	Eventos culturales y/o deportivos	Visita a familiares y/o amigos	Trabajo	Estudios	Otros	
2008 Sí	56,5	63,4	75,3	55,2	81,3	53,5	63,0
2009 Sí	56,1	41,8	82,9	66,8	64,5	10,9	53,1
Total Sí	56,3	50,6	78,4	62,1	74,1	34,6	58,0
<i>(Bases)</i>	<i>(863)</i>	<i>(688)</i>	<i>(319)</i>	<i>(309)</i>	<i>(251)</i>	<i>(228)</i>	<i>(2.658)</i>

(*) En el cuadro se recoge solamente el porcentaje de los que pernoctan dentro de los que han señalado como principal motivo para venir a Valladolid el que se indica en la cabecera de la tabla. Las diferencias hasta 100 son los que, dentro de cada grupo de los que han señalado como principal motivo del viaje el que se indica, han respondido que no pernoctan.

En las bases se incluyen también los que han respondido No, es decir, el total de la muestra.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

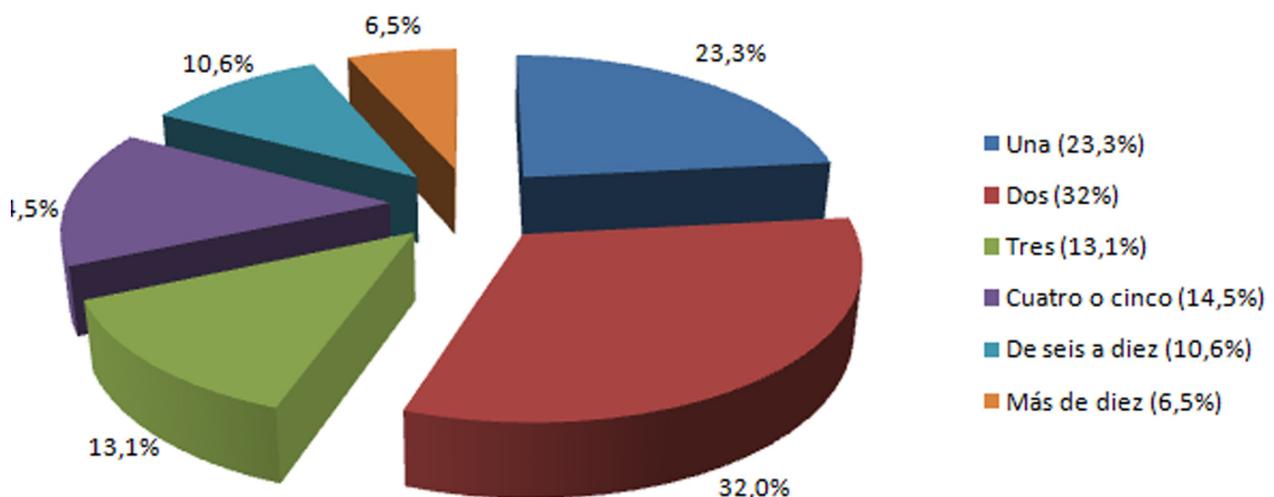
el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Por lo que se refiere al número de noches que los turistas tienen previsto pernoctar, más de la mitad (el 55%) pasarán una o dos noches en la ciudad -el 23% pasará una y el 32% dos- (ver gráfico 2.5). Este dato va asociado al hecho de que gran parte de los turistas que recibe Valladolid lo son de fin de semana, quedando así reducida su disponibilidad para pernoctar en la ciudad a una o dos noches seguidas. Lo que se confirma observando los datos del cuadro 2.15, donde se ve que la proporción de turistas que pernoctan en fin de semana es casi el doble de los que pernoctan entre semana (63,3% frente a 36,7%), y entre los primeros la proporción de los que pernoctan más de dos noches es inferior a la de los segundos, aunque en ambos casos predominan las estancias cortas, de una o dos noches.

Gráfico 2.5.- Número de noches por turista que tienen previsto pernoctar
(Sólo los que pernoctan en la ciudad - el 58%-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



Cuadro 2.15- Número de noches que pernoctan en la ciudad los turistas que prioritariamente vienen en fines de semana y los que lo hacen entre semana. *(Porcentajes en vertical)*

	Fines de semana	Entre Semana
Una	24,2	23,6
Dos	39,7	24,3
Tres	8,5	9,6
Cuatro ó Cinco	12,1	22,3
De seis a diez	10,3	12,3
Más de diez	5,2	7,9
Media de noches	4,76	6,52
<i>(Bases)</i>	<i>(504)</i>	<i>(292)</i>
Distribución de los que pernoctan (Porcentajes en horizontal)	63,3	36,7

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

En este punto, comparando los resultados de la encuesta de 2008 y 2009, se observan algunos datos interesantes. Por una parte, si comparamos los datos globales del conjunto de turistas, da la impresión de que la crisis apenas ha incidido en el número de pernoctaciones, como cabe deducir de los resultados del cuadro 2.16. Ambos años tienen unos índices de intensidad en las pernoctaciones similares, e incluso se experimenta un ligero incremento en 2009. Aunque este pequeño aumento en la media de pernoctaciones que en el cuadro aparece en 2009 con respecto a 2008 se debe a la incidencia que tiene en este dato algunos casos concretos de pernoctaciones largas que se dan en mayor cuantía en 2009 y que aparecen agrupadas en el bloque de más de 10 noches y también en la franja superior de 6 a 10.

Cuadro 2.16.- Número de noches que han pernoctado en la ciudad los turistas que vinieron en 2008 y 2009. *(Bases: sólo los que pernoctan en la ciudad - el 58%-)*

	2008	2009	Total
Una	20,8	26,1	23,3
Dos	33,5	30,3	32,0
Tres	12,9	13,4	13,1
Cuatro ó Cinco	14,7	14,4	14,5
De seis a diez	11,4	9,6	10,6
Más de diez	6,7	6,2	6,5
Media	5,91	6,67	6,26
<i>(Bases)</i>	<i>(804)</i>	<i>(696)</i>	<i>(1.500)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Pero, si estos datos los desagregamos por tipo de turista y según características sociodemográficas de los que pernoctan, observamos unas diferencias relevantes, aunque tampoco son muy llamativas. Como vemos en el cuadro 2.17, mientras en 2009 se incrementa de manera importante (de 9 a 13) la media de noches que se quedan en la ciudad los que pernoctan en establecimientos no reglados, desciende (aunque de manera moderada) la media de pernoctaciones de los que lo hacen en hoteles o similares (los viajeros). Estas diferencias tienen su lógica correspondencia en las que se observan en función de los perfiles sociológicos de cada turista: aumenta en 2009 la media de pernoctaciones entre la población joven, los solteros, los estudiantes, y los de nivel de ingresos bajos (que son los colectivos predominantes entre los turistas que pernoctan en establecimientos no reglados), mientras dicha media desciende entre la población mayor de 45 años, los casados y la población con nivel de ingresos medios y altos (que son los colectivos que configuran el grueso de los viajeros).

Estos datos sobre la media de pernoctaciones contrasta con los que antes hemos comentado sobre la proporción de visitantes que pernoctan. Como ya señalamos (y podemos comprobar en el cuadro 2.17) los colectivos de visitantes en los que más desciende la proporción de los que pernoctan son precisamente aquellos en los que la media de pernoctaciones es mayor: los más jóvenes, los estudiantes, la población no activa y los que tienen menor capacidad de consumo. Ambos datos, aunque parezcan contradictorios no lo son. En primer lugar, porque se trata de datos completamente distintos (proporción de visitante que pernoctan y media de noches de aquellos que pernoctan- incluidos los que lo hacen en establecimientos no reglados, que en estos colectivos son mayoría-), y en segundo lugar, ese aparente desajuste tiene lógica, ya que en 2009 entre los visitantes se ha producido un fuerte incremento de excursionistas, en detrimento de los turistas (como vimos en capítulo 1) y que los turistas se corresponden con el perfil de los colectivos en los que han descendido la proporción de los que pernoctan. Todo ello pone de manifiesto que, en el año 2009, la sustitución de la visita a Valladolid como turista por la visita como excursionista se ha producido con mucha mayor intensidad en estos colectivos con menor nivel de renta. De lo que se deduce que, en este tema, en los colectivos jóvenes y con menor capacidad de consumo la crisis ha incidido de manera más aguda que en los demás: por una parte, obligándolos a disminuir fuertemente su índice de pernoctación, y por otra, disminuyendo también su nivel de pernoctación en establecimientos reglados (la de los no reglados no disminuye, e incluso aumenta, por ser menos costosos que los anteriores). (Para un análisis más detallado se puede consultar la tabla 5 del anexo, donde se recoge en número de pernoctaciones por visitante, según las características sociodemográficas).

Todo ello confirma la hipótesis, antes señalada, de que a pesar de que la crisis ha afectado a todos los colectivos de visitantes en lo que a pernoctaciones se refiere, especialmente en los establecimientos reglados, donde ha tenido una incidencia realmente importante ha sido en los colectivos con menor capacidad de consumo (jóvenes y población no activa especialmente).



Cuadro 2.17.- Proporción de visitantes que pernoctaron en 2008 y 2009, y media de noches que pernoctaron en la ciudad los turistas, según distintas variables. (Bases: sólo los que pernoctan en la ciudad – el 58%)

		Proporción de los que pernoctan (*)				Media de pernoctaciones (***)			
		2008	2009	Total	(Bases)	2008	2009	Total	(Bases)
<i>Clase de turista</i>	Viajero		(**)			3,1	2,7	2,9	(842)
	Alojamiento no reglado					8,9	12,9	10,6	(705)
<i>Sexo</i>	Hombre	60,3	52,4	56,4	(1.304)	6,5	6,7	6,6	(1.304)
	Mujer	65,6	53,5	59,3	(1.367)	5,3	6,7	6,0	(1.367)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	66,5	50,8	58,6	(527)	12,3	15,3	13,6	(527)
	Entre 25 y 34 años	62,3	58,4	60,4	(740)	4,6	7,2	5,9	(740)
	Entre 35 y 44 años	61,4	52,7	57,1	(545)	2,9	3,9	3,4	(545)
	Entre 45 y 54 años	59,5	52,5	56,1	(451)	3,9	2,8	3,4	(451)
	Más de 55 años	66,3	48,3	55,9	(399)	6,1	3,5	4,8	(399)
<i>Estado Civil</i>	Casado/ o en pareja	60,7	52,1	56,2	(1.174)	4,3	3,1	3,8	(1.174)
	Soltero	65,4	54,8	60,1	(1.324)	7,3	10,1	8,6	(1.324)
	Otras situaciones	58,5	44,2	52,0	(171)	5,2	3,2	4,4	(171)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	59,2	33,6	45,6	(395)	8,5	3,3	6,6	(395)
	Bachillerato, F.P.	60,7	49,1	55,1	(955)	7,2	4,9	6,2	(955)
	Estudios universitarios	65,9	61,7	63,7	(1.291)	4,4	8,3	6,3	(1.291)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	67,9	53,6	60,4	(444)	14,1	18,3	16,1	(444)
	No activo o parado	68,6	40,7	51,5	(404)	6,2	6,1	6,2	(404)
	Trabajador/a	60,3	56,4	58,4	(1.749)	3,8	4,0	3,9	(1.749)
	Otra situación	68,5	53,8	65,7	(67)	7,4	3,3	6,7	(67)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	69,1	45,3	59,8	(378)	11,5	17,3	13,2	(378)
	Entre 12.000 y 30.000 €	60,5	53,4	57,1	(923)	4,8	3,3	4,1	(923)
	Entre 30.000 y 54.000 €	63,6	58,3	60,8	(296)	3,2	3,4	3,3	(296)
	Más de 54.000 €	66,7	66,7	66,7	(39)	3,5	2,7	3,1	(39)
Total		62,9	53,0	57,9	(2.671)	5,9	6,7	6,3	(1.547)

(*) Estos porcentajes reflejan la proporción de los que pernoctaron en cada periodo.

Las diferencias hasta 100 corresponden a los que no han pernoctado.

Las bases recogen los que han pernoctado y los que no (es decir el total de los visitantes).

(**) Como es lógico pernoctan el 100%. No se señala el dato, ya que el hecho de pernoctar es una característica que define a ambas clases de visitantes.

(***) Estos datos se refieren a los que pernoctaron en la ciudad, es decir, los que contestaron sí a la pregunta anterior.

En el caso de la media de pernoctaciones de los viajeros que resultan de la encuesta (2,9), cabe señalar que es superior a la que da el INE (1,7) (Ver tabla 2.18).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.



2.5.2.- Número de viajeros y pernoctaciones en hoteles⁹

Como hemos visto en el cuadro 2.1, en el año 2008 Valladolid recibió 361.913 viajeros que pernoctaron en la ciudad y en 2009 335.031. En 2005 el total de viajeros que pernoctaron fue de 298.559. Como la media de pernoctaciones, según el INE, ha sido de 1,7 en 2005 y de 1,6 en 2008 y 2009 (ver cuadro 2.2) tenemos que el total de pernoctaciones en estos años ha sido el siguiente: en 2005, 507.550; en 2008, 615.252; y en 2009, 536.050. De estos datos se deduce que la ciudad ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años. Un incremento que ha sido constante y progresivo hasta el año 2008, produciéndose una inflexión en este proceso de crecimiento en el 2009, como consecuencia de la crisis económica (algo que ha afectado a prácticamente todos los puntos turísticos del país, como ya hemos visto en el cuadro 2.1 de este capítulo y en el cuadro 1 del anexo).

Estos datos resultan alentadores, si los comparamos con la evolución que esta variable ha seguido en el conjunto de ciudades españolas y especialmente en las de turismo interior. Como se puede comprobar en los cuadros citados, si exceptuamos el último año, por las circunstancias excepcionales de la crisis, Valladolid ha sido, dentro de las ciudades de turismo interior, de las que durante estos años ha experimentado un mayor incremento de viajeros, no sólo de Castilla y León¹⁰ sino de toda España. Lo que supone un paso hacia adelante para consolidar el turismo como un recurso estratégico fundamental para la capital vallisoletana.

En cuanto a la media de pernoctaciones por viajero, como ya hemos visto en el apartado 2.1 (cuadro 2.2), en 2009 fue, según el INE, de 1,6, la misma que en años anteriores, desde 2006.

Enmarcando esta cifra en el conjunto del sector turístico español hay que decir que se sitúa en el nivel de pernoctaciones en que se mueve el turismo de interior. Según los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística, la inmensa mayoría de las ciudades españolas de interior de las que recoge datos turísticos, se mueven en una media de pernoctaciones entre 1,3 y 2, y Valladolid está en la mitad (1,6). Un índice de pernoctaciones casi idéntico al que se da en todas las capitales de provincia de Castilla y León, cuyos índices oscila entre 1,88 y 1,59 en 2009, como se puede comprobar en el cuadro 2.18.

Lógicamente, estas cifras tienen poco que ver con las que se dan en las ciudades costeras, ya que se trata de otro tipo de turismo, tradicionalmente más relacionado con estancias más largas (ver tabla 2 del anexo).

⁹ En este apartado la fuente de los datos que aportamos es el INE.

¹⁰ El incremento de viajeros (o personas que pernoctan en hoteles o similares) en Valladolid, con un 21,2% entre 2005 y 2008, es el mayor de las capitales de provincia de la Comunidad, después de Segovia, que creció en este mismo período el 31,4%. Pero el descenso entre 2008 y 2009 es mayor que en la mayoría de las capitales de provincia de Castilla y León. Lo que quiere decir que la crisis ha afectado a Valladolid más que a la mayoría de la Comunidad Autónoma, como se puede comprobar en el cuadro 2.1.



Cuadro 2.18.- Media de pernoctaciones en hotel en las capitales de provincia de Castilla y León durante los años 2008 y 2009.

	2008	2009
Ávila	1,70	1,73
Burgos	1,68	1,60
León	1,66	1,69
Palencia	1,78	1,72
Salamanca	1,89	1,87
Segovia	1,71	1,69
Soria	1,98	1,88
<i>Valladolid</i>	<i>1,63</i>	<i>1,62</i>
Zamora	1,67	1,59
Castilla y León	1,73	1,71

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

2.5.3.- Tipo de alojamiento

El tipo de alojamiento más demandado por los turistas o visitantes que pernoctan es el hotel (el 44,5%, ó 51,7% si le añadimos los hostales y pensiones), seguido de las viviendas de familiares o amigos (32%). Los demás alojamientos tienen una demanda muy reducida (ver cuadro 2.19). Un ranking de preferencias que se ha mantenido en 2008 y 2009, pero que ha variado significativamente en 2009 con respecto a 2008 en lo que se refiere a la intensidad. Como se ve en el cuadro, la proporción de turistas que han utilizado los alojamientos reglados u hoteleros (incluido hostales y pensiones) ha pasado del 46,7% en 2008 al 57,8% en 2009, mientras que quienes utilizaron los no reglados han pasado del 53,3% al 42,3%. Resultando, además, destacable que la tendencia al crecimiento se ha dado en todo los establecimientos hoteleros, mientras que en todos los establecimientos no reglados la tendencia ha sido la inversa. Este incremento en 2009 de 11 puntos porcentuales en la utilización de los establecimientos reglados resulta un dato esperanzador para el sector hotelero. Aunque habrá que esperar a los resultados de las próximas encuestas para ver si esta tendencia se confirma o ha sido algo coyuntural de 2009, ya que el incremento proporcional de viajeros dentro del colectivo de turistas se debe al descenso que se ha producido en 2009 en los que pernoctan en establecimientos no reglados. Por lo que dicho incremento no es en valores absolutos sino relativos. Como se puede comprobar en el gráfico 1.12, dentro del conjunto de visitantes la proporción de viajeros no varía entre 2008 y 2009, pero desciende considerablemente en el colectivo de los que pernoctan en establecimientos no reglados.

Por otra parte, si comparamos estos datos con los relativos a Castilla y León y España, proporcionados por el INE, observamos que la proporción de turistas que pernoctan en hotel es, en el caso de Valladolid, más del doble de la media española y seis veces superior a la que se da en el conjunto de la Comunidad Autónoma. Por el contrario, la proporción de turistas que disponen de vivienda propia en la ciudad (segunda

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



residencia) y la utilizan para pernoctar en ella es muy inferior a la media española y de Castilla y León (es cuatro veces inferior a la primera y seis veces inferior a la segunda). En cambio la proporción de los que utilizan para pernoctar la vivienda de familiares o amigos, una vivienda alquilada u otro tipo de alojamiento es muy similar a la que se da en el conjunto de Castilla y León y relativamente parecida a la media española (ver cuadro 2.20). De todos modos, las diferencias que se dan entre estos tres ámbitos territoriales en lo relativo a establecimientos hoteleros y segunda residencia, al margen de las cantidades, entran dentro de la lógica, dada la influencia que en las medias de la comunidad autónoma y del conjunto del estado tiene el medio rural, donde la segunda residencia tiene un peso muy grande. Lo que no es óbice para que el dato resulte de gran interés para el sector turístico de la ciudad.

Cuadro 2.19.- Tipo de alojamiento elegido por los que pernoctan

	2008	2009	Total
Hotel	40,3	49,5	44,5
Hostal o Pensión	6,4	8,3	7,2
Vivienda de familiares / amigos (gratuita)	34,5	28,8	31,9
Vivienda alquilada a particulares	7,1	6,9	7,0
Otros	6,0	4,5	5,3
Segunda residencia (vivienda en propiedad)	5,8	2,1	4,1
(Bases)	(834)	(713)	(1.547)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Cuadro 2.20.- Tipo de alojamiento elegido por los que pernoctaron en 2008 en Valladolid, Castilla y León y España*.

	Valladolid (ciudad)	Castilla y León (2008)	España (2008)
Hoteles o similares	46,7	7,1	18,6
Vivienda propia	5,8	35,7	25,7
Vivienda de familiares/amigos	34,5	38,8	33,0
Vivienda alquilada	7,1	7,9	13,3
Otros alojamientos	6,0	10,4	9,3

(*) Se toman solo los datos de 2008 porque, en estos momentos, son los que hay disponibles para Castilla y León y España.

Fuente: para estos datos de Valladolid, Encuesta Observatorio Turístico, y para los de Castilla y León y España, IET: Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur) y Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)



Finalmente, queremos destacar que en los cruces que hemos realizado de esta variable con las características sociodemográficas de los visitantes, se observan diferencias importantes en función de la edad, la situación laboral y el nivel de ingresos. Como vemos en el cuadro 2.21, los de 16 a 24 años, los estudiantes y los de nivel de ingresos inferiores a 12.000 euros utilizan el hotel en una proporción muy baja, pero a medida que aumenta la edad, y con ella se incrementa la calidad de la ocupación y el nivel de ingresos, el uso del hotel como medio de alojamiento va siendo la opción preferida entre los turistas hasta ser el medio utilizado por las dos terceras partes de los de 35 a 54 años, de los que trabajan y de los de nivel de ingresos mensuales superiores a los 30.000 euros. Por el contrario, el uso de la vivienda de familiares o amigos, así como la vivienda alquilada y otros establecimientos no reglados, sigue la tendencia opuesta: desciende progresivamente al descender la edad y el nivel de ingresos, hasta convertirse en la opción que utilizan como alojamiento ocho de cada diez de los estudiantes, los menores de 25 años y los que pertenecen a unidades familiares con ingresos inferiores a los 12.000 euros.

Cuadro 2.21.- Tipo de alojamiento utilizado por los turistas que vienen a Valladolid, según la edad, la ocupación y el nivel de ingresos. (Porcentajes en horizontal)

		Hotel	Hostal o Pensión	Segunda residencia	Vivienda familiares y/o amigos	Vivienda alquilada particulares	Otros alojamientos no reglados	(Bases)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24	15,5	7,4	5,5	35,6	23,9	12,0	(309)
	Entre 25 y 34	38,7	11,6	2,9	39,4	4,5	2,9	(447)
	Entre 35 y 44	59,2	4,8	2,9	26,4	2,3	4,5	(311)
	Entre 45 y 54	66,4	4,0	3,6	20,9	2,0	3,2	(253)
	Más de 55 años	51,6	4,5	6,7	31,8	0,9	4,5	(223)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	10,4	7,5	6,0	35,8	27,6	12,7	(268)
	No activo	38,0	5,3	8,2	41,8	2,9	3,8	(208)
	Trabajador	55,8	7,3	2,5	28,4	2,4	3,4	(1.021)
	Otra situación	27,3	9,1	9,1	40,9	4,5	9,1	(44)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	17,7	8,4	5,8	42,9	17,3	8,0	(226)
	Entre 12.000 y 30.000 €	48,0	8,3	3,0	33,6	3,6	3,4	(527)
	Entre 30.000 y 54.000 €	61,1	5,0	4,4	25,0	0,6	3,9	(180)
	Más de 54.000 €	69,2		7,7	11,5	3,8	7,7	(26)
Total	44,6	7,1	4,1	31,9	7,0	5,3	(1.547)	

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Este comportamiento diferenciado de los más jóvenes resulta lógico, si tenemos en cuenta que son en una gran parte estudiantes y disponen de menos ingresos que los demás sectores de población, lo que hace que opten por alojamientos más baratos que el hotel cuando se desplazan a Valladolid. También hay que tener en cuenta que muchos de ellos se trasladan a Valladolid por estudios, y al tener que visitar la ciudad casi a diario, optan por alojarse en viviendas de alquiler, ya que para estancias largas suele resultar más económico que otro tipo de alojamientos.

Contrario a lo que cabría esperar, las diferencias antes señaladas entre los colectivos que usan prioritariamente los establecimientos reglados y los que utilizan los no reglados no se han agudizado en 2009, con motivo de la crisis económica, sino que se han mantenido, e incluso se han atenuado. Pero lo más relevante es que en todos los sectores de población se ha incrementado de manera significativa el uso de los alojamientos reglados. Las diferencias en cuanto a la intensidad con la que cada uno de los sectores de población antes señalado utiliza los hoteles, se mantiene en niveles similares en 2008 y 2009, pero lo importante es que en todos ellos, sin excepción, se ha incrementado el uso de los establecimientos hoteleros y ha descendido el de los establecimientos no reglados. Y dicho incremento donde ha sido porcentualmente mayor ha sido precisamente en los sectores donde menos se utilizan los establecimientos hoteleros (los más jóvenes, los de menor nivel de ingresos y los estudiantes) (Ver cuadro 2.22 y 2.23). Una tendencia esperanzadora para el sector hotelero que también habrá que verificar en próximas encuestas para ver si se confirma o ha sido algo coyuntural de 2009.

Cuadro 2.22.- Tipo de alojamiento utilizado por los turistas que vinieron en 2008 a Valladolid, según la edad, la ocupación y el nivel de ingresos. (Porcentajes en horizontal)

		Hotel	Hostal o Pensión	Segunda residencia	Vivienda familiares y/o amigos	Vivienda alquilada particulares	Otros alojamientos no reglados	(Bases)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24	11,4	4,6	5,7	42,9	23,4	12,0	(175)
	Entre 25 y 34	34,9	10,0	4,6	41,9	4,6	4,1	(41)
	Entre 35 y 44	58,1	6,0	4,8	25,1	1,8	4,2	(67)
	Entre 45 y 54	62,3	3,6	6,5	22,5	2,2	2,9	(38)
	Más de 55 años	43,8	5,4	8,9	33,9	0,9	7,1	(12)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	7,7	5,6	7,0	41,5	26,8	11,3	(42)
	No activo	31,8	1,9	11,2	44,9	3,7	6,5	(107)
	Trabajador	51,5	7,4	4,1	30,4	2,6	4,1	(542)
	Otra situación	32,4	2,7	10,8	37,8	5,4	10,8	(37)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	13,8	6,3	6,9	46,5	19,5	6,9	(159)
	Entre 12.000 y 30.000	41,4	9,3	5,2	36,9	4,1	3,1	(290)
	Entre 30.000 y 54.000	51,7	6,7	7,9	31,5	1,1	1,1	(89)
	Más de 54.000 €	64,3		14,3	7,1		14,3	(14)
Total		40,3	6,4	5,8	34,5	7,1	6,0	(834)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008.



Cuadro 2.23.- Tipo de alojamiento utilizado por los turistas que vinieron en 2009 a Valladolid, según la edad, la ocupación y el nivel de ingresos. (Porcentajes en horizontal)

		Hotel	Hostal o Pensión	Segunda residencia	Vivienda familiares y/o amigos	Vivienda alquilada particulares	Otros alojamientos no reglados	(Bases)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24	20,9	11,2	5,2	26,1	24,6	11,9	(134)
	Entre 25 y 34	43,2	13,6	1,0	36,4	4,4	1,5	(206)
	Entre 35 y 44	60,4	3,5	0,7	27,8	2,8	4,9	(144)
	Entre 45 y 54	71,3	4,3		19,1	1,7	3,5	(115)
	Más de 55 años	59,5	3,6	4,5	29,7	0,9	1,8	(111)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	13,5	9,5	4,8	29,4	28,6	14,3	(126)
	No activo	44,6	8,9	5,0	38,6	2,0	1,0	(101)
	Trabajador	60,8	7,3	0,8	26,1	2,3	2,7	(479)
	Otra situación		42,9		57,1			(7)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000	26,9	13,4	3,0	34,3	11,9	10,4	(67)
	Entre 12.000 y 30.000	56,1	7,2	0,4	29,5	3,0	3,8	(237)
	Entre 30.000 y 54.000	70,3	3,3	1,1	18,7		6,6	(91)
	Más de 54.000	75,0			16,7	8,3		(12)
Total	49,6	8,0	2,1	28,9	6,9	4,5	(713)	

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2009.

2.6.- Comidas

2.6.1.- Proporción de los que comen y número de comidas

El 71% de los encuestados afirma que ha comido o tiene previsto comer en algún restaurante o similar, de los cuales el 39% hace sólo una comida durante su visita (ver gráficos 2.6 y 2.7). La media de comidas y/o cenas que se hacen en restaurantes o similares por parte de aquellos que comen en estos establecimientos es de 4,1.

Estos datos guardan relación con el hecho, que ya hemos visto, de que la mayor parte de los visitantes tiene una estancia corta en Valladolid. Como ya vimos en el apartado 1.2, el 42% son excursionistas, es decir, visitantes que no pernoctan en la ciudad (ver gráfico 1.11), y de los que pernoctan, el 55% sólo pasan en la ciudad una o dos noches (ver gráfico anterior 2.5). A medida que las pernoctaciones por visitante aumentaran, lógicamente aumentaría también el número de comidas por visita.

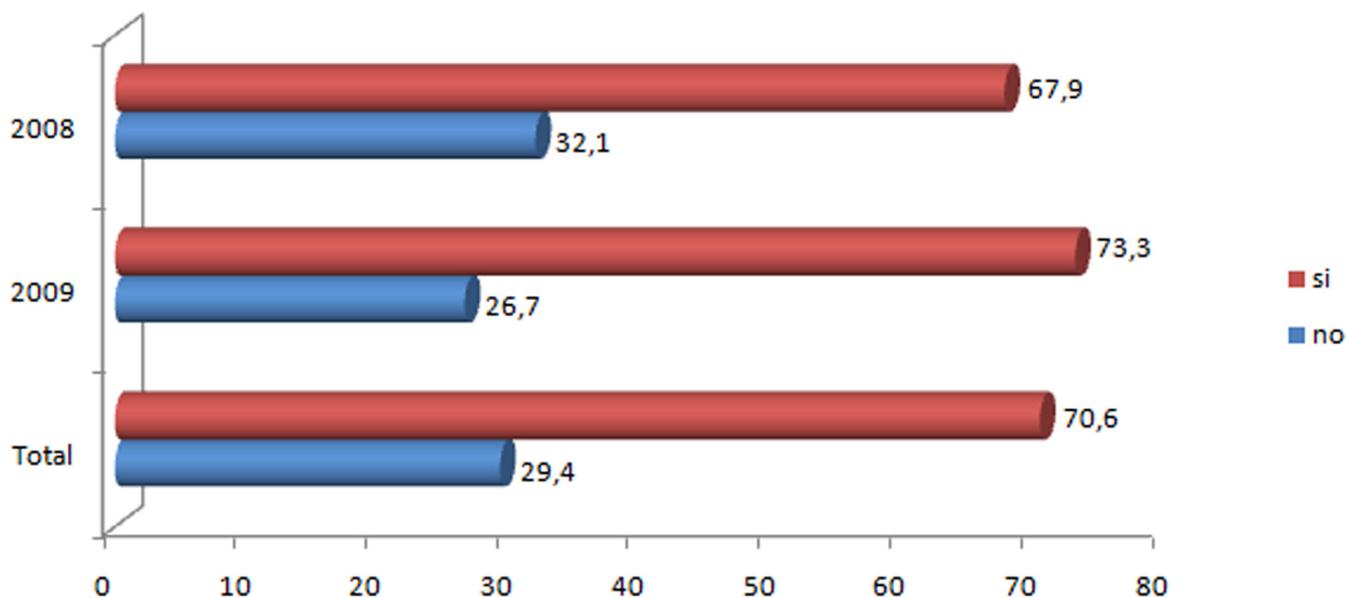
el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Gráfico 2.6.- Porcentaje de visitantes que han comido en algún restaurante o similar en 2008 y 2009 y porcentaje de los que no han comido en dichos establecimientos.

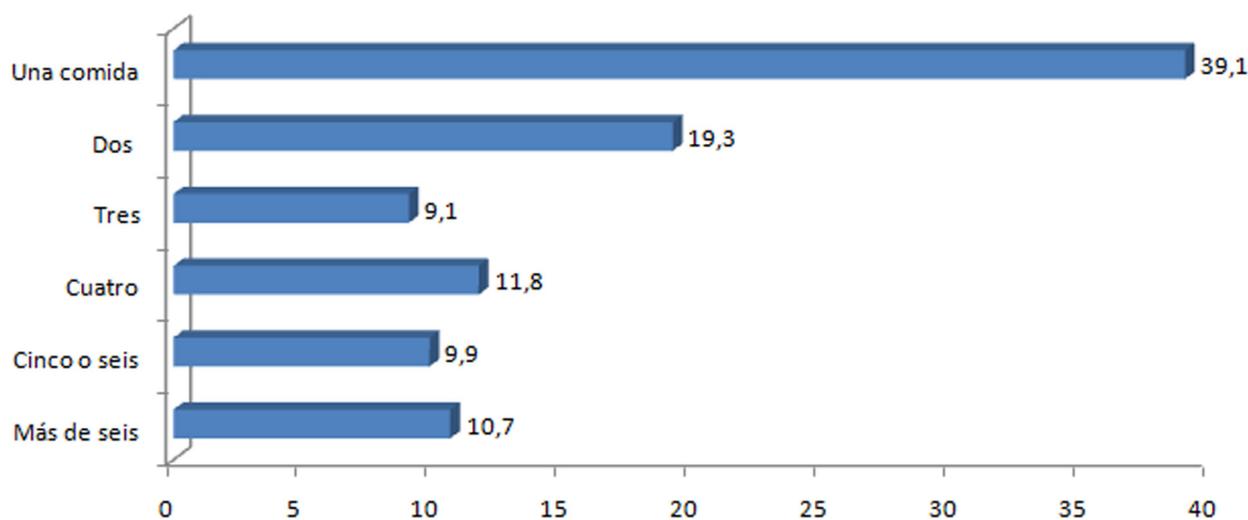
(Bases: Total de la muestra)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Gráfico 2.7.- Número de comidas que realizan los visitantes que comen en restaurantes o similares.

(Bases: Sólo los que han comido o tienen previsto comer en algún restaurante o similar: el 70,6% -1840-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

A tenor de los resultados de la encuesta, podemos deducir que la crisis económica apenas ha tenido incidencia en el sector de la restauración, al menos en lo que se refiere a los visitantes. Incluso se podría afirmar que en 2009 el índice de consumo por parte de los visitantes ha sido mejor que en 2008. Si bien ha descendido ligeramente la media de comidas por visitante que come en restaurantes (de 4,4% a 3,7%), se ha



incrementado de forma apreciable (5 puntos porcentuales) la proporción de visitantes que comen en la ciudad –ver cuadro 2.25-. Aunque si tenemos en cuenta que en 2009 ha descendido aproximadamente un 7% el número de visitantes (ver cuadro 2.1), podemos afirmar que, en valores absolutos, el consumo total de los visitantes en restauración es probable que haya descendido un poco, pero se trata de un descenso muy pequeño.

Cuadro 2.24.- Número de comidas que realizaron los visitantes en 2008 y 2009 en restaurantes o similares. (Bases: Sólo los que han comido o tienen previsto comer en algún restaurante o similar: el 70,6%)

	2008	2009	Total
Una comida	39,4	38,9	39,1
Dos	21,7	17,2	19,3
Tres	9,7	8,5	9,1
Cuatro	11,8	11,9	11,8
Cinco ó seis	8,6	11,2	9,9
Más de seis	8,8	12,3	10,7
Media de Comidas	4,41	3,74	4,06
(Bases)	(874)	(966)	(1.840)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

En cualquier caso, el uso de los restaurantes y similares varía mucho en función del tipo de visitante. Como vemos en el cuadro 2.25, mientras que la práctica totalidad de los viajeros comen alguna vez en restaurantes o similares y lo hacen de manera habitual (la media de 4,8 comidas resulta un índice alto si se tiene en cuenta la baja media de pernотaciones), entre los excursionistas y los que pernотan en establecimientos no reglados solo van a restaurantes seis de cada diez, y los que van lo hacen muy pocas veces. En el caso de los excursionistas, la inmensa mayoría simplemente realizan una comida, al no pernотar en la ciudad. Y por lo que se refiere a los que pernотan en establecimientos no reglados, aunque la media de comidas (7,1%) es superior a la de los viajeros, si tenemos en cuenta que aquellos son visitantes de larga duración en la ciudad, dicha media lo que está poniendo de manifiesto es que en el colectivo de quienes pernотan en establecimientos reglados se hace un escaso uso de los restaurantes y similares –cuatro de cada diez no van nunca y los que van lo hacen de manera muy esporádica (ver cuadro 2.25). Además, dentro de los que pernотan en establecimientos no reglados, podemos, a su vez, observar unas pautas de comportamiento bastante distintas entre los subgrupos que componen este colectivo. Como vemos en el cuadro 2.26, entre los que trabajan y los estudiantes hay un hábito en el uso de restaurantes y similares muy superior al que se da entre los que no estudian ni trabajan (las dos terceras partes de los estudiantes y trabajadores comen alguna vez en estos establecimientos, mientras en los demás colectivos solo lo hace la mitad y, además, con menor frecuencia que los anteriores. -El que la media de comidas de los que están trabajando sea inferior a la de la población no activa no se debe a que comen en restaurantes con menos frecuencia que éstos sino a que la duración de su estancia en la ciudad es muy inferior a la de los demás colectivos-).



Pero si de los datos globales de 2008 y 2009 pasamos a los análisis por separado de los dos años, observamos que apenas se producen cambios entre un año y otro en el colectivo de excursionistas, mientras que sí se observan variaciones importantes en las pautas de comportamiento a este respecto en el colectivo de turistas. En primer lugar, en lo que se refiere a la proporción de los que comen en restaurantes y similares, en 2009 se produce un incremento considerable, tanto entre los viajeros como entre los que pernoctan en establecimientos no reglados (de 7,5 puntos porcentuales en el primer caso y de 13 en el segundo). Pero en lo que respecta a la media de comidas, mientras en los viajeros se mantiene el mismo nivel en ambos años, entre los que pernoctan en establecimientos no reglados se produce un bajón muy considerable (de 8 comidas de media baja a 6).

Cuadro 2.25.- Proporción de los que han comido o tienen previsto comer en algún restaurante o similar durante su estancia en Valladolid en 2008 y 2009, y media de comidas que han realizado en dichos establecimientos, según el tipo de visitante.

a.- Proporción de los que han comido(*)

		2008	2009	Total	(Bases) (Toda la muestra)
Tipo Visitante	Excursionista	57,6	58,0	57,8	(1.124)
	Turista	74,0	86,8	79,9	(1.547)
Clase de Visitante	Excursionista	57,6	58,0	57,8	(1.124)
	Viajero (alojamiento reglado)	89,9	97,4	93,7	(842)
	Alojamiento no reglado	58,0	71,2	63,4	(705)
Total		67,9	73,3	70,6	(2.671)

(*)Las diferencias hasta 100 en cada año son los que durante su estancia en Valladolid no han comido en un restaurante o similar.

b.- Media de comidas y/o cenas que realizan

(Solo los que han contestado Sí a la pregunta anterior)

		2008	2009	Total	(Bases Total)
Tipo Visitante	Excursionista	1,3	1,2	1,2	(650)
	Turista	5,9	5,3	5,6	(1.236)
Clase de Visitante	Excursionista	1,3	1,2	1,2	(650)
	Viajero (alojamiento reglado)	4,6	4,9	4,8	(789)
	Alojamiento no reglado	8,0	6,0	7,1	(447)
Total		4,4	3,7	4,1	(1.886)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

De lo que se puede concluir dos cosas: la primera, que durante 2009 la crisis económica, lejos de disminuir entre los visitantes la tendencia a comer en restaurantes y similares la ha incrementado (en la medida que ha aumentado la proporción de los que comen en estos establecimientos); y la segunda, que dicha crisis solo ha afectado negativamente en lo que se refiere al nivel de consumo en restaurantes en los sectores con



menor poder adquisitivo –que son los que pernoctan en establecimientos no reglados-, en la medida que se han visto obligados a disminuir considerablemente el número de comidas.

Cuadro 2.26.- Dentro del colectivo de visitantes que pernoctan en establecimientos no reglados, proporción de los que han comido o tienen previsto comer en algún restaurante o similar, y media de comidas y/o cenas que realizarán en estos establecimientos, según la situación laboral. (Bases. Solo los que pernoctan en establecimientos no reglados – 26,4% -)

	¿Ha comido o tiene previsto comer en algún restaurante o similar? (*) (Aquí se recoge solo los que han respondido sí)			¿Cuántas comidas realizará en total entre comidas y/o cenas durante su visita? (Solo los que han respondido sí a la pregunta anterior)		
	2008	2009	Total	2008	2009	Total
Estudiante	60,7	64,4	62,3	13,5	10,6	12,1
No activo	43,8	66,0	53,2	12,0	4,0	7,9
Trabajador	62,2	76,9	68,3	4,8	4,6	4,7
Otra situación	45,8	75,0	50,0	3,5	2,0	3,1

(*) La diferencia hasta 100 en cada uno de los porcentajes de esta variable corresponde a los que han contestado que no han comido en un restaurante o similar.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

A parte de las diferencias en función del tipo de visitante, observamos también algunas diferencias significativas en función del perfil sociodemográfico, aunque en este caso son menores, y están basadas, fundamentalmente, en el poder adquisitivo o nivel de ingresos, que es la variable más discriminante a este respecto.

Como se ve en los cuadros 2.27 y 2.28, a medida que los ingresos se incrementan aumenta la proporción tanto de los que efectúan alguna comida como del número de comidas que realizan. (Por ejemplo, el 85% de los que tienen una renta superior a 54.000 euros anuales afirma que al finalizar la visita a la capital castellano-leonesa habrá comido por lo menos una vez en algún restaurante o similar -ver cuadro 2.27-, y el 26% de estos habrá hecho más de 6 comidas –cuadro 2.28-, mientras que entre los de renta inferior a los 12.000 euros casi cuatro de cada diez no come nunca en restaurante, y la mayoría de los que lo hacen sólo comen una o dos veces -aunque en la media aparezca 4,5 comidas, por la incidencia, ya señalada, que tiene en este dato el número de comidas de los visitantes de larga duración, especialmente estudiantes-).

Relacionado, a su vez, con la situación económica, observamos que los que trabajan y los que están casados destacan como los colectivos que más utilizan los restaurantes, por ser los que más poder adquisitivo tienen. En el lado opuesto se sitúan los que no trabajan y los que están solteros, separados, divorciados o viudos (ver cuadro 2.27). (Las medias de comidas que aparecen en el cuadro relativas a los estudiantes y solteros que han comido alguna vez en restaurantes de la ciudad –las más elevadas- no quieren decir que estos colectivos frecuenten más que los demás los restaurantes, sino que, al tratarse de visitantes de larga duración por razones de estudio, sus visitas esporádicas a restaurantes, al acumularse a lo largo de su estancia, dan como resultado un número aparentemente alto).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.27.- Proporción de los que han comido en algún restaurante o similar durante su estancia en Valladolid en 2008 y 2009, y media de comidas que han realizado en dichos establecimientos, según características de los visitantes. (*). (Bases: toda la muestra)

		<i>¿Ha comido o tiene previsto comer en un restaurante o similar durante su estancia? (*)</i> Bases: toda la muestra				<i>Media de comidas y/o cenas que realiza.</i> Bases: Sólo los que han contestado Sí a la pregunta anterior: el 75%			
		2008	2009	Total	(Bases)	2008	2009	Total	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	67,6	75,2	71,3	(1.304)	4,2	4,0	4,1	(930)
	Mujer	68,2	71,5	69,9	(1.367)	4,6	3,5	4,0	(956)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	61,2	59,8	60,5	(527)	6,9	4,6	5,8	(319)
	Entre 25 y 34 años	70,3	75,1	72,6	(740)	4,4	4,1	4,3	(597)
	Entre 35 y 44 años	66,2	75,5	70,8	(545)	2,8	3,5	3,2	(386)
	Entre 45 y 54 años	72,8	78,1	75,4	(451)	3,9	3,7	3,8	(340)
	Más de 55 años	69,2	78,3	74,4	(399)	4,4	2,9	3,5	(297)
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	73,2	77,8	75,6	(1.174)	3,3	3,4	3,3	(887)
	Soltero	65,0	69,5	67,2	(1.324)	5,7	4,3	5,0	(890)
	Otras situaciones	57,4	70,1	63,2	(171)	2,5	2,4	2,4	(108)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	64,7	64,5	64,6	(395)	4,2	2,8	3,5	(255)
	Bachillerato, FP	67,3	71,5	69,3	(955)	4,1	3,5	3,8	(662)
	Universitarios	68,9	77,1	73,1	(1.291)	4,7	4,1	4,4	(944)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	59,8	60,4	60,1	(444)	8,7	6,0	7,3	(267)
	No activo o parado	61,5	69,8	66,6	(404)	5,6	2,5	3,6	(269)
	Trabajador/a	71,7	77,9	74,7	(1.749)	3,5	3,6	3,6	(1.307)
	Otra situación	55,6	69,2	58,2	(67)	2,3	2,8	2,4	(39)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	63,0	61,5	62,4	(378)	5,0	3,7	4,5	(236)
	Entre 12.000 y 30.000 €	69,1	77,7	73,2	(923)	3,9	3,4	3,6	(676)
	Entre 30.000 y 54.000 €	74,3	85,9	80,4	(296)	2,5	3,9	3,3	(238)
	Más de 54.000 €	90,5	77,8	84,6	(39)	5,0	4,7	4,9	(33)
Total	67,9	73,3	70,5	(2.671)	4,4	3,7	4,1	(1.886)	

(*) Las diferencias hasta 100 son los que no han comido en ningún restaurante durante su estancia en Valladolid

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Cuadro 2.28.- Número de comidas que realizan en algún restaurante o similar, según su nivel de ingresos. (Porcentajes en horizontal). (Bases: Sólo los que realizan alguna comida en restaurante o similar)

		Una	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o seis	Siete o más	Media	(Bases)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	39,8	20,4	8,4	12,4	10,2	8,8	4,5	(230)
	Entre 12.000 y 30.000 €	37,8	19,9	9,9	13,2	12,0	7,3	3,6	(479)
	Entre 30.000 y 54.000 €	36,3	21,1	11,0	11,0	10,1	10,5	3,3	(140)
	Más de 54.000 €	27,3	18,2	3,0	21,2	9,1	21,2	4,9	(21)
Total		37,6	20,2	9,6	12,8	11,2	8,7	3,8	(869)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

De lo que se deriva una conclusión bastante obvia: que los ingresos de los individuos no sólo son determinantes a la hora de decidir si comer o no en restaurantes o similares, sino que también influyen de manera determinante en el número de comidas por visitante. A mayor renta, mayor número de comidas por visita, mientras que a medida que la renta desciende los visitantes tienden más a buscar soluciones más baratas que los restaurantes. No obstante, el índice de comidas en estos establecimientos por parte de los visitantes es muy bajo en todos los niveles de ingresos, como indican los datos del cuadro 2.28. Lo que pone de manifiesto que el problema fundamental a este respecto, como ocurría con las pernoctaciones, está en la corta duración de la estancia en Valladolid, especialmente en el caso de los viajeros. Por lo que, si se quiere aumentar, tanto el índice de pernoctaciones en hoteles como de comidas, habrá que proporcionar al visitante atractivos que incidan en una mayor prolongación de la estancia en Valladolid durante su viaje, especialmente en el caso de aquellos que vienen a la ciudad por razones de ocio o turismo.



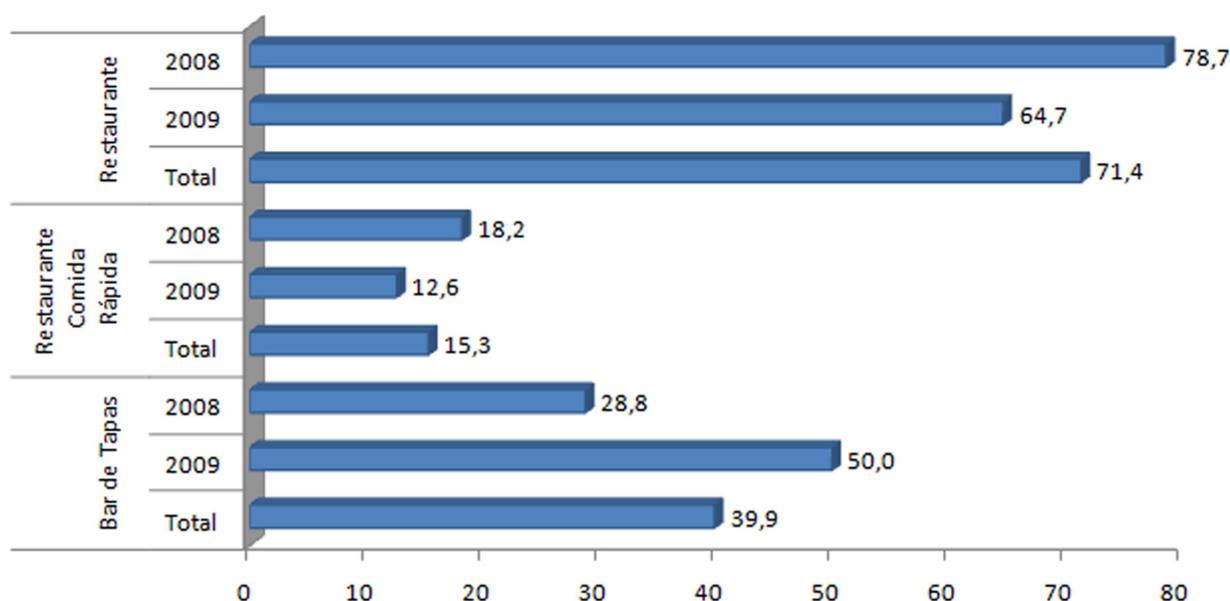


2.6.2.- Establecimientos donde comen

En cuanto al tipo de restaurantes, los que ofrecen carta de platos y/o menú del día son la elección más habitual (los han utilizado siete de cada diez de los que han comido en establecimientos de este tipo), seguidos a gran distancia por los bares de tapas (utilizados por el 40%) y los restaurantes de comida rápida (15%) (Ver gráfico 2.8).

Gráfico 2.8.- Dentro del colectivo de visitantes que comen en restaurantes o similares, proporción de los que durante 2008 y 2009 han comido en cada uno de los establecimientos que se indican.

(Las diferencias hasta 100 en cada porcentaje, son los que no han comido en dicho tipo de establecimiento durante su estancia en Valladolid)
(Bases: Sólo los que comen en restaurantes)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Esta escala de prioridades se ha mantenido en 2008 y 2009, pero en 2009 se ha producido, con respecto a 2008, unos cambios considerables en el nivel de uso de cada tipo de establecimiento. Si observamos el gráfico 2.8, vemos que en 2009 ha descendido considerablemente el índice de usuarios que comieron en restaurantes (especialmente en los de menú -con una bajada, en este caso, de 14 puntos porcentuales-), mientras que casi se ha duplicado el índice de usuarios de los bares de tapas. Un cambio muy significativo, en el que seguro que la crisis ha sido el factor determinante. Pero sobre el que habrá que estar muy atentos en próximas encuestas para ver si este cambio marca una tendencia o es solo un cambio coyuntural, debido a la situación económica.

A este respecto, resulta de gran interés tener en cuenta las pautas diferenciadas de los visitantes, según sus características sociodemográficas y según la clase de visitante que se trate.



Como podemos observar en el cuadro 2.30, los colectivos en los que más descende el uso de restaurantes (sea de menús del día o de comida rápida) son los de menor capacidad de consumos: los más jóvenes, los solteros, los estudiantes y los de menor nivel de ingresos, lo que a su vez tiene su reflejo en la clase de visitante. Como vemos en el cuadro 2.29, en el colectivo de excursionistas, así como en el de los que pernoctan en establecimientos no reglados (ambos con mucho menor capacidad de gasto que los viajeros) se ha producido un descenso considerable (20 puntos porcentuales) en la proporción de los que comen en restaurantes. Mientras que entre los viajeros (donde predomina la población adulta, casada, trabajadora, y con niveles de ingresos medios y altos), aunque también se ha experimentado un descenso en el uso de restaurantes, dicho descenso es mucho menor que en los colectivos anteriores (de 7 puntos porcentuales). Frente a estos datos, observamos un crecimiento generalizado en el uso de los bares de tapas en todos los colectivos antes mencionados, como podemos comprobar en los cuadros antes citados (2.29 y 2.30). Lo que parecería avalar la primera hipótesis señalada anteriormente de que este cambio (descenso generalizado de usuarios de restaurantes -especialmente en los de menor capacidad de consumo- e incremento también generalizado de los usuarios de tapas) es un efecto más de la crisis (al ser las tapas una alternativa más económica que el restaurante para cubrir la pauta social de la comida en establecimiento público). Por lo que, en esta hipótesis, estaríamos ante un cambio puramente coyuntural.



Pero si observamos más detenidamente el comportamiento de los distintos colectivos en relación al uso de los bares de tapas, reflejado en los datos de las tres tablas citadas, vemos que la proporción de usuarios de este tipo de establecimientos crece en todos los colectivos –excepto entre los más jóvenes y los estudiantes, en los que el nivel de usuarios se mantiene–, pero donde mayor es el crecimiento es en los colectivos con mayor capacidad de consumo: la población adulta, trabajadores y con nivel de ingresos medios y altos. Lo que avalaría la segunda hipótesis: que dicho cambio no es solo efecto de la crisis sino que, en él también está influyendo el atractivo que están despertando las tapas entre los visitantes. Por lo que nos encontraríamos ante un cambio de tendencia, que convendrá analizar en próximas encuestas.

Cuadro 2.29.- Proporción, dentro de cada clase de visitante de los que han comido en cada tipo de restaurante durante 2008 y 2009 (*)

		2008	2009	Total
<i>Bar de tapas</i>	<i>Excursionista</i>	21,6	32,4	27,7
	<i>Viajero</i>	24,8	58,0	42,2
	<i>Alojami. no reglados</i>	43,4	65,4	53,5
<i>Restaurante que ofrece carta de platos y/o menú del día (mesón, bodega, asador,...)</i>	<i>Excursionista</i>	76,7	55,3	64,6
	<i>Viajero</i>	86,9	80,0	83,3
	<i>Alojami. no reglados</i>	68,2	50,7	60,2
<i>Restaurante de comida rápida (bocadillo, plato combinado, hamburguesa, pizza, autoservicio...)</i>	<i>Excursionista</i>	12,7	19,1	16,3
	<i>Viajero</i>	12,3	8,7	10,4
	<i>Alojami. no reglados</i>	33,9	8,8	22,4

(*) Las diferencias hasta 100, en cada porcentaje, son los que no han comido en ningún restaurante durante su estancia en Valladolid.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Dejando ahora al margen las diferencias entre 2008 y 2009 y centrándonos en los datos globales de ambos años (que nos proporcionan una media en las pautas de comportamiento de cada colectivo entre un año económicamente bueno y uno malo), observamos unas pautas comunes y algunas diferencias entre los tres tipos de visitantes y entre los distintos perfiles sociológicos que resultan interesantes tener en cuenta.

Como nos ponen de manifiesto los datos de los cuadros 2.29 y 2.31, la cultura, -o pauta de comportamiento-, de comer en restaurantes tradicional esta muy extendida en todos los colectivos sociales y en la tres tipos de visitantes. En todos ellos es la opción preferente para comer. Pero resulta relevante destacar que esta pauta de conducta se va extendiendo o generalizando a medida que aumenta la edad y el nivel de ingresos. De modo que la menor proporción de usuarios de restaurantes clásicos se da entre los que pernoctan en establecimientos no reglados (que, a su vez, son los más jóvenes y los estudiantes) y la mayor entre los viajeros (donde predominan claramente los casados, los de más de 45 años y los de nivel adquisitivo medio y alto).



La pauta de comportamiento en relación a los restaurantes de comida rápida sigue la tendencia opuesta. Su nivel de uso desciende con la edad y el poder adquisitivo. De modo que donde se concentra fundamentalmente su uso es entre los más jóvenes, los estudiantes y los de baja capacidad de consumo, que son los que configuran, a su vez, el grueso fundamental de los que pernoctan en establecimientos no reglados. Entre los viajeros, la población mayor de 35 años, los casados, la población activa y los de media y alta capacidad de consumo, el uso de este tipo de restaurantes es muy minoritario.

Cuadro 2.30.- Dentro del colectivo de los que comen o cenan alguna vez en restaurantes o similares, proporción de los que lo han hecho en cada uno de los siguientes tipos de establecimiento durante 2008 y 2009, según las características sociodemográficas. (Respuesta múltiple) (*). (Base: Sólo los que comen en restaurantes y similares)

		Restaurante que ofrece carta de platos y/o menú del día (mesón, bodega, asador,...)		Restaurante de comida rápida (bocadillo, plato combinado, hamburguesa, pizza, autoservicio...)		Bares de tapas	
		2008	2009	2008	2009	2008	2009
<i>Sexo</i>	Hombre	78,1	65,4	18,1	13,2	26,9	46,3
	Mujer	79,2	64,0	18,3	12,0	30,6	53,4
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	58,4	42,4	47,2	25,9	45,3	44,3
	Entre 25 y 34 años	74,6	59,2	16,2	14,0	29,0	65,3
	Entre 35 y 44 años	87,8	66,0	10,6	10,7	22,2	51,0
	Entre 45 y 54 años	89,9	73,1	8,9	9,4	21,3	48,5
	Más de 55 años	86,3	82,2	8,5	3,9	25,6	33,9
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive pareja	86,5	74,8	11,6	7,8	24,3	42,8
	Soltero	70,2	53,9	24,7	17,6	34,9	58,5
	Otras situaciones	87,0	68,5	18,5	11,1	13,0	40,7
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	57,6	38,7	50,4	28,2	47,2	46,5
	No activo o parado	79,2	71,1	14,6	6,9	26,0	39,3
	Trabajador	83,3	68,6	12,6	10,4	24,2	53,3
	Otra situación	73,3	66,7	20,0	33,3	53,3	66,7
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	61,4	53,8	43,4	17,6	41,4	49,5
	Entre 12.000 y 30.000€	83,4	67,0	17,8	10,7	21,1	54,8
	Más de 30.000€	83,7	79,7	9,8	4,7	28,5	48,0
Total		78,7	64,7	18,2	12,6	28,8	50,0

(*) Las diferencias hasta 100 en cada uno de los tres tipos de restaurante o similar es el porcentaje de los que nunca come en dicho tipo de establecimiento.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Por lo que se refiere a los bares de tapas, las diferencias no son tan nítidas. Aunque parece observarse una ligera tendencia a disminuir su uso con la edad, las diferencias son pequeñas, debido al aumento de usuarios que se ha producido en 2009 precisamente entre la población adulta, trabajadora y la de media y alta capacidad de consumo. Por lo que da la impresión de que esta forma de comida se está socializando o generalizando a todos los sectores de población, adquiriendo un carácter mucho más intergeneracional e interclasista que el que se observa en 2008.

Cuadro 2.31.- Dentro del colectivo de los que comen o cenan alguna vez en restaurantes o similares, proporción de los que lo han hecho durante estos dos años en cada uno de los siguientes tipos de establecimiento, según las características sociodemográficas. (Respuesta múltiple) (*). (Base: Solo los que comen en restaurantes y similares)

		Restaurante que ofrece carta de platos y/o menú del día (mesón, bodega, asador,...)	Restaurante de comida rápida (bocadillo, plato combinado, hamburguesa, pizza, autoservicio...)	Bar de tapas
<i>Sexo</i>	Hombre	71,6	15,6	36,9
	Mujer	71,1	15,0	42,8
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	50,5	36,7	44,8
	Entre 25 y 34 años	67,0	15,1	46,9
	Entre 35 y 44 años	76,2	10,6	37,6
	Entre 45 y 54 años	81,5	9,1	35,0
	Más de 55 años	83,8	5,7	30,6
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive pareja	80,3	9,6	34,2
	Soltero	61,8	21,0	47,1
	Otras situaciones	77,8	14,8	26,9
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	47,6	38,6	46,8
	No activo o parado	74,0	9,7	34,6
	Trabajador	75,8	11,5	38,9
	Otra situación	71,8	23,1	56,4
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	58,5	33,5	44,5
	Entre 12.000 y 30.000€	75,0	14,2	38,3
	Más de 30.000€	81,5	7,0	39,1
Total		71,4	15,3	39,9

(*) Las diferencias hasta 100 en cada uno de los tres tipos de restaurante o similar es el porcentaje de los que nunca come en dicho tipo de establecimiento.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



De todos modos, dejando al margen los bares de tapas, a la espera de lo que vayamos observando en las encuestas de los próximos años, donde se observan unas pautas de comportamiento muy distantes con relación a la media es entre los de 16 y 24 años, los estudiantes y los que disponen de ingresos inferiores a los 12.000€ para gastar. De lo que cabe deducir que los factores más discriminantes a este respecto y los que más están incidiendo en unas pautas diferenciadas en este campo son la condición de joven, la condición de estudiante y la baja capacidad de consumo. Tres situaciones que van muy asociadas y que podríamos resumir en la baja capacidad de consumo que tienen los jóvenes en general y los estudiantes en particular.

Por lo que podemos concluir que, aparte del factor generacional, que incide en que la población joven y estudiantil esté más predispuesta que la adulta y la que trabaja a utilizar los restaurantes de comida rápida, y como consecuencia utiliza menos los restaurantes tradicionales, la variable más discriminante a este respecto y que más condiciona la opción del lugar donde comer o cenar es la económica o capacidad de consumo.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





3 Características del viaje





Conocer el cuándo, el cómo y el porqué las personas de fuera de Valladolid se desplazan a visitar ésta ciudad es fundamental para detectar los aspectos de Valladolid que más atraen a los turistas. Es lo que vamos a intentar en este apartado.

3.1.- Frecuencia con la que vienen

a.- Visión conjunta de 2008 y 2009

Las dos terceras partes de los visitantes que Valladolid ha recibido entre 2008 y 2009 (el 65%) repiten visita, es decir, ya han venido otras veces, mientras que un 35% es la primera vez que vienen. Y de los que ya han venido otras veces, algo menos de la mitad (el 45%) afirma desplazarse a Valladolid de forma esporádica (de una a tres veces al año), mientras que uno de cada cuatro (el 24%) lo hace de manera frecuente, y casi uno de cada tres (el 32%) de manera habitual, como vemos en el gráfico 3.1.

Gráfico 3.1.- Número de visitas al año

(Bases: Sólo los que repiten visita, es decir, los que ya han venido alguna vez -1554-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008.

Pero estos datos varían mucho según el tipo de visitante y el principal motivo por el que viene a Valladolid. Como se ve en el cuadro 3.1, la gran mayoría (el 76%) de los que vienen como excursionistas y de los turistas que se alojan en establecimientos no reglados repiten la visita, y de estos, las dos terceras partes, lo hacen de manera frecuente o habitual, mientras que entre los que vienen como viajeros la proporción de los que ya han venido alguna vez, y la frecuencia con la que vienen, aunque también es alta, es mucho menor (repiten visita el 43% y, de estos, lo hacen frecuente o habitual el 26%). Unas pautas de comportamiento que guardan una relación directa con los motivos del viaje. Los que vienen principalmente para asistir a eventos culturales –la mayoría excursionistas- (además, lógicamente, de los que vienen a visitar a familiares o a estudiar), son los que en mayor proporción repiten la visita y vienen con más frecuencia, mientras que los que vienen por ocio y turismo (donde predominan los viajeros) son los que en menor proporción repiten la visita, y, de éstos, los que con menor frecuencia vienen a la ciudad, como se ve en el cuadro 3.1.



No obstante, el que la mitad de los que vienen por ocio y turismo y casi la mitad de los viajeros que llegan a la ciudad sean turistas que ya han estado antes (es decir que repiten visita), y que de éstos, más de una cuarta parte repitan el viaje de manera frecuente o habitual, pone de manifiesto una considerable fidelidad de los viajeros a Valladolid. Un dato de gran interés, ya que se trata del sector de visitantes que más interesa a la economía de la ciudad, pues son los que pernoctan en establecimientos hoteleros. De lo que se deduce que el sector hotelero de la ciudad cuenta con un número considerable de viajeros fieles que constituye un importante suelo estable de ingresos.

Cuadro 3.1.- Frecuencia con la que los visitantes vienen a Valladolid, según la clase de visitante y el principal motivo por el que vienen a la ciudad

		¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita?		Frecuencia con la que visita la ciudad Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad? (Solo los que han respondido que repiten visita –el 65%–)					
		Es la primera vez	Repite visita	Una vez	Ocasional (2 ó 3 veces)	Frecuente (4-10 veces)	Habitual (Más de 10 veces)	Media De veces	(Bases -Los que repiten-)
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	24,4	75,6	17,1	17,2	24,0	41,7	32,5	(743)
	Viajero	56,7	43,3	41,7	32,6	16,3	9,4	6,9	(350)
	Aloj. no reglados	25,8	74,2	11,5	26,9	28,2	33,4	19,0	(461)
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	49,1	50,9	31,2	27,5	20,2	21,2	13,8	(382)
	Trabajo	36,9	63,1	20,0	24,8	27,9	27,3	24,4	(165)
	Familiares/ amigos	22,3	77,7	14,6	34,1	27,0	24,3	11,1	(226)
	Estudios	32,7	67,3	9,5	16,2	17,6	56,8	59,5	(148)
	Eventos cultural/dep	27,2	72,8	20,0	17,3	25,7	37,1	21,9	(456)
	Otros	22,8	77,2	20,7	21,9	21,3	36,1	27,7	(169)
Total		34,9	65,1	21,0	23,6	23,5	32,0	22,73	(1.554)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Lo que quiere decir que, al margen de los estudiantes y la población que viene a visitar a sus familiares o amigos (que son los que pernoctan en establecimientos particulares o no reglados, por lo que es lógico que sean visitantes que ya conocen la ciudad), en el visitante de Valladolid tiene un gran peso la fidelidad a la ciudad. Un factor que influye mucho más en los excursionistas y los que vienen a ver familiares y amigos que en los viajeros, pero que es muy fuerte en ambos casos. Lo que puede tener tres lecturas: la primera, que

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



la ciudad de Valladolid tiene mucho gancho o atractivo para el visitante que la conoce; la segunda, que no hay suficiente promoción de la ciudad para captar nuevos visitantes, y que esta sea la razón de que el peso porcentual de éstos no sea mayor; y la tercera, sería una síntesis de las dos anteriores: Valladolid tiene atractivo para el visitante que la conoce, lo que hace que vuelva a la ciudad siempre que puede, y a la vez tiene un gran potencial de captación de nuevos visitantes, muchos de los cuales, previsiblemente, repetirán la visita con alguna periodicidad, como veremos más adelante al hablar del nivel de satisfacción del viaje. Nosotros, en el análisis de estos datos, nos quedamos con esta tercera lectura, pues es la que parece más coherente con el incremento de turistas que Valladolid ha tenido en los últimos años (según hemos visto en el apartado anterior) y la satisfacción con la que finalizan el viaje los visitantes, la inmensa mayoría de los cuales manifiesta que lo más seguro es que volverá a visitar la ciudad (ver último apartado de este informe). De lo que cabe deducir también que una buena campaña de promoción de Valladolid contaría con un potencial de crecimiento de visitantes importante, y sería muy rentable económicamente para la ciudad a corto y a largo plazo.

Aunque lo que más influye en la frecuencia de visitas a la ciudad sea la clase de visitante, también tiene una influencia significativa el perfil sociodemográfico de cada uno. En el cuadro 3.2, se recogen las diferencias que hemos visto de mayor interés a este respecto.

Analizando con más detalle estos datos, se pueden observar, respecto a si es la primera vez o no que vienen a Valladolid y la frecuencia con la que vienen, dos colectivos claramente diferenciados: los jóvenes y la población adulta.

La población joven (especialmente los de 16 a 24 años) viene con mucha mayor frecuencia a Valladolid que la población adulta, mientras que por el contrario, la población adulta (especialmente los mayores de 45 años) viene a la ciudad mucho más esporádicamente. En consecuencia, como el estado civil, la situación laboral y el nivel de ingresos están muy asociados a la edad, es lógico que, como se refleja en el cuadro 3.2, los solteros, los estudiantes y los que tienen menos ingresos (que son los que, a su vez, tienen un mayor peso entre excursionistas y los que pernoctan en establecimientos no reglados) tengan mayor índice de visitas a Valladolid que los casados, los que trabajan y los que ganan más de 12.000 euros (que configuran el perfil de los viajeros).

Pero, aparte de estas diferencias en función de la edad, resulta relevante constatar también otra tendencia, y es que a medida que aumentan el nivel de estudios y el nivel de ingresos de los visitantes las visitas a Valladolid tienden a ser más esporádicas. Aunque, observando los datos desde otra perspectiva, se puede ver su cara positiva: y es que el mayor índice de captación de visitantes (es decir, donde la proporción de nuevos visitantes es mayor) se da precisamente entre los que trabajan, los de mayor nivel de estudios y los de niveles de ingresos medios altos. Lo que afianza el interés que antes señalábamos que tienen para la ciudad las campañas de promoción.



Cuadro 3.2.- Frecuencia con la que los visitantes vienen a Valladolid, según distintas variables

		<i>¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita? (total muestra)</i>		<i>Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad? (Sólo los que han respondido que repiten visita)</i>					
		Es la primera vez	Repite visita	Una vez	Ocasional (2 ó 3 veces)	Frecuente (4-10 veces)	Habitual (Más de 10 veces)	Media de veces	(Bases -Los que repiten-)
<i>Sexo</i>	Hombre	34,4	65,6	20,5	23,9	23,7	31,9	21,0	(771)
	Mujer	35,5	64,5	21,5	23,2	23,2	32,1	24,4	(783)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	27,3	72,7	11,0	19,4	22,6	47,0	37,7	(345)
	Entre 25 y 34 años	37,8	62,2	18,0	21,4	26,0	34,5	23,1	(411)
	Entre 35 y 44 años	37,1	62,9	21,1	25,1	24,1	29,8	18,4	(299)
	Entre 45 y 54 años	33,5	66,5	28,9	28,5	20,4	22,2	15,7	(270)
	Más de 55 años	38,3	61,7	32,7	26,0	22,0	19,3	13,5	(223)
<i>Estado Civil</i>	Casado/en pareja	38,9	61,1	26,8	24,8	22,5	25,9	17,6	(645)
	Soltero	31,7	68,3	16,6	21,6	24,2	37,6	27,2	(806)
	Otras situaciones	32,2	67,8	18,4	31,1	24,3	26,2	19,6	(103)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	28,9	71,1	21,6	20,8	22,9	34,7	27,8	(245)
	Bachillerato, F.P.	32,7	67,3	15,7	23,7	22,4	38,2	27,0	(566)
	Universitarios	37,8	62,2	24,7	24,3	24,4	26,7	18,0	(734)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	29,1	70,9	9,7	18,4	22,9	49,0	38,7	(288)
	No activo o parado	34,2	65,8	23,3	21,6	24,1	31,0	17,9	(245)
	Trabajador	36,3	63,7	23,8	25,5	23,5	27,2	19,3	(987)
	Otra situación	40,3	59,7	15,2	24,2	24,2	36,4	22,3	(33)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	25,4	74,6	12,9	23,1	21,6	42,4	30,9	(264)
	De 12.000 a 30.000	34,2	65,8	20,5	25,6	22,0	31,9	21,5	(536)
	Más de 30.000 €	41,2	58,8	29,1	27,0	23,3	20,6	15,5	(189)
Total		34,9	65,1	21,0	23,6	23,5	32,0	22,7	(1.554)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

b.- Diferencias entre 2008 y 2009

Para medir los efectos de la crisis en este punto desagregamos los datos anteriores entre visitantes de 2008 y visitantes de 2009. En los cuadros 3.3 a 3.6 recogemos las diferencias observadas entre los distintos colectivos de visitantes que hemos analizado anteriormente, que se resumen, básicamente, en un descenso moderado de las visitas en prácticamente todos los colectivos.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



En cuanto al índice de fidelidad de los visitantes (es decir, la proporción de los que repiten visita), no varía en los excursionistas (los cuales siguen manteniendo en los dos años un alto índice de fidelidad –entorno al 75%-), pero desciende ligeramente el de los viajeros (ver cuadro 3.3.). En consecuencia, se mantienen el índice de fidelidad en los que vienen a eventos culturales pero desciende el de los que vienen por ocio y turismo. (Ver cuadro 3.4). Estas diferencias van asociadas a los correspondientes perfiles sociológicos de estos colectivos, como podemos ver en los cuadro 3.5 y 3.6: se mantiene el índice de fidelidad entre los jóvenes y los de menor nivel de ingresos, pero desciende entre los mayores de 45 años y los de nivel de ingresos medios y altos.

Cuadro 3.3.- De los visitantes que han venido a Valladolid en 2008 y 2009, proporción de los que vienen por primera vez y proporción de los que repiten visita, según la clase de visitante y el principal motivo por el que vienen

		<i>¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita?</i>			
		2008		2009	
		Es la primera vez	Repite visita	Es la primera vez	Repite visita
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	25,3	74,7	23,7	76,3
	Viajero	55,4	44,6	57,9	42,1
	En aloj. no reglados	23,0	77,0	29,9	70,1
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	44,8	55,2	53,9	46,1
	Trabajo	34,4	65,6	38,6	61,4
	Familiares y/o amigos	27,4	72,6	14,7	85,3
	Estudios	26,4	73,6	41,1	58,9
	Eventos cultural/depor	26,5	73,5	27,6	72,4
	Otros	31,5	68,5	11,9	88,1
Total		34,0	66,0	35,8	64,2

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Por lo que se refiere a la intensidad de esta fidelidad o frecuencia con la que vienen a Valladolid, se observa un descenso generalizado en 2009 en los tres tipos de visitantes y en todos los colectivos sociales, pero con diferente nivel de intensidad (ver cuadro 3.4). Aunque las tres clases de visitantes disminuyen la frecuencia con la que vienen a Valladolid, este descenso donde es más acusado es entre los viajeros (y en consecuencia, entre los que vienen por ocio y turismo), que pasan de una media de 10,2 visitas al año a 3,6, lo que supone reducir su frecuencia a casi una tercera parte. (En los excursionistas este descenso es del 20% y en los que pernoctan en establecimientos no reglados del 14%). Los descensos también se observan en todos los perfiles sociales de los visitantes. Salvo en los mayores de 45 años, donde la frecuencia de las visitas a Valladolid se incrementa ligeramente en 2009, en todo el resto de colectivos sociales en los que hemos desagregado la información se produce un descenso, aunque este es relativamente moderado, inferior a 5 puntos porcentuales en todos los casos –ver cuadros 3.5 y 3.6-. Pero en este contexto de descenso generalizado, a diferencia de



lo que ocurre con la clase de visitantes, desde la perspectiva sociodemográfica no se observan diferencias significativas entre los distintos colectivos.

De lo que se deduce, que la crisis, aunque incide en todos los ámbitos del turismo y en todos los sectores sociales, donde sus efectos se notan más es en los que vienen por ocio y turismo, y especialmente en los viajeros, y por tanto en las pernoctaciones en hoteles.

Cuadro 3.4.- Frecuencia con la que los visitantes han venido a Valladolid en 2008 y 2009, según la clase de visitante y el principal motivo por el que vienen. (Solo los que han respondido que repiten visita -el 66% en 2008 y el 64% en 2009-)

		Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad?					Media De veces	(Bases -Los que repiten-)
		Una vez	Ocasional (2 ó 3 veces)	Frecuente (4-10 veces)	Habitual (Más de 10 veces)			
a.-Año 2008								
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	21,6	25,5	17,6	35,3	37,2	(278)	
	Viajero	44,0	29,7	14,3	12,0	10,2	(175)	
	Alojam no reglados	12,5	28,8	25,4	33,3	20,3	(264)	
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	31,1	30,1	15,3	23,5	18,4	(196)	
	Trabajo	26,4	22,6	18,9	32,1	28,1	(53)	
	Familiares/ amigos	15,4	39,3	28,2	17,1	10,0	(117)	
	Estudios	11,1	18,9	20,0	50,0	49,6	(90)	
	Eventos cultural/dep	25,3	23,0	19,5	32,2	27,3	(174)	
	Otros	27,5	27,5	17,5	27,5	24,3	(80)	
Total		23,7	27,8	19,7	28,9	24,4	(717)	
b.-Año 2009								
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	14,4	12,3	27,7	45,6	29,8	(465)	
	Viajero	39,4	35,4	18,3	6,9	3,6	(175)	
	Alojam no reglados	10,2	24,4	32,0	33,5	17,1	(197)	
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	31,2	24,7	25,3	18,8	8,9	(186)	
	Trabajo	17,0	25,9	32,1	25,0	22,6	(112)	
	Familiares/ amigos	13,8	28,4	25,7	32,1	12,2	(109)	
	Estudios	6,9	12,1	13,8	67,2	74,9	(58)	
	Eventos cultural/dep	16,7	13,8	29,4	40,1	18,4	(282)	
	Otros	14,6	16,9	24,7	43,8	30,7	(89)	
Total		18,6	20,0	26,8	34,6	21,32	(837)	

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 3.5.- Frecuencia con la que los visitantes han venido a Valladolid en 2008, según distintas variables socio-demográficas

		<i>¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita?</i>		<i>Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad?</i> (solo los que han respondido que repiten visita)					
		Es la primera vez	Repite visita	Una vez	Ocasional (2 ó 3 veces)	Frecuente (4-10 veces)	Habitual (Más de 10 veces)	Media	(Bases -Los que repiten-)
<i>Sexo</i>	Hombre	34,0	66,0	23,2	28,4	19,5	28,9	22,1	(370)
	Mujer	34,0	66,0	24,2	27,1	19,9	28,8	26,8	(347)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	25,5	74,5	11,4	19,9	22,9	45,8	40,0	(166)
	Entre 25 y 34 años	39,5	60,5	18,5	27,5	22,8	31,2	25,2	(189)
	Entre 35 y 44 años	38,6	61,4	25,4	28,5	17,7	28,5	24,7	(130)
	Entre 45 y 54 años	31,0	69,0	36,3	34,1	15,6	14,1	13,0	(135)
	Más de 55 años	31,4	68,6	35,4	31,3	16,7	16,7	11,8	(96)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	36,5	63,5	31,8	28,4	15,7	24,1	19,4	(299)
	Soltero	32,6	67,4	18,5	25,1	22,1	34,3	30,1	(362)
	Otras situaciones	28,7	71,3	14,3	41,1	25,0	19,6	13,8	(56)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	26,6	73,4	21,4	28,2	20,4	30,1	27,2	(103)
	Bachillerato, F. P.	30,5	69,5	18,3	26,6	19,1	36,0	30,6	(278)
	Universitarios	37,7	62,3	28,5	28,8	19,7	23,0	18,6	(330)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	27,3	72,7	10,6	19,7	18,2	51,5	42,4	(132)
	No activo o parado	29,5	70,5	27,7	28,7	22,3	21,3	11,7	(94)
	Trabajador	35,6	64,4	27,0	29,6	19,5	24,0	22,2	(467)
	Otra situación	44,4	55,6	13,0	34,8	21,7	30,4	18,3	(23)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	26,5	73,5	11,8	28,1	21,6	38,6	32,0	(153)
	Entre 12.000 y 30.000 €	31,3	68,7	22,0	28,4	20,1	29,5	24,8	(264)
	Más de 30.000€	32,3	67,7	29,4	30,4	19,6	20,6	16,6	(102)
Total		34,0	66,0	23,7	27,8	19,7	28,9	24,4	(717)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008.



Cuadro 3.6.- Frecuencia con la que los visitantes han venido a Valladolid en 2009, según distintas variables socio-demográficas.

		<i>¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita? (total muestra)</i>		<i>Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad? (Sólo los que han respondido que repiten visita)</i>					<i>(Bases -Los que repiten-)</i>
		Es la primera vez	Repite visita	Una vez	Ocasional (2 ó 3 veces)	Frecuente (4-10 veces)	Habitual (Más de 10 veces)	Media	
<i>Sexo</i>	Hombre	34,7	65,3	18,0	19,7	27,7	34,7	20,0	(401)
	Mujer	36,8	63,2	19,3	20,2	25,9	34,6	22,5	(436)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	29,2	70,8	10,6	19,0	22,3	48,0	35,6	(179)
	Entre 25 y 34 años	36,0	64,0	17,6	16,2	28,8	37,4	21,4	(222)
	Entre 35 y 44 años	35,5	64,5	17,8	22,5	29,0	30,8	13,6	(169)
	Entre 45 y 54 años	36,1	63,9	21,5	23,0	25,2	30,4	18,4	(135)
	Más de 55 años	43,5	56,5	30,7	22,0	26,0	21,3	14,7	(127)
<i>Estado Civil</i>	Casado/en pareja	41,2	58,8	22,5	21,7	28,3	27,5	16,0	(346)
	Soltero	30,8	69,2	15,1	18,7	25,9	40,3	24,9	(444)
	Otras situaciones	36,4	63,6	23,4	19,1	23,4	34,0	26,6	(47)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	30,8	69,2	21,8	15,5	24,6	38,0	28,1	(142)
	Bachillerato, F.P.	35,0	65,0	13,2	20,8	25,7	40,3	23,5	(288)
	Universitarios	37,9	62,1	21,5	20,5	28,2	29,7	17,5	(404)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	30,6	69,4	9,0	17,3	26,9	46,8	35,6	(156)
	No activo o parado	37,1	62,9	20,5	17,2	25,2	37,1	21,8	(151)
	Trabajador	37,1	62,9	21,0	21,9	27,1	30,0	16,7	(520)
	Otra situación	23,1	76,9	20,0		30,0	50,0	31,4	(10)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	23,6	76,4	14,4	16,2	21,6	47,7	29,4	(111)
	Entre 12.000 y 30.000€	37,4	62,6	19,1	22,8	23,9	34,2	18,4	(272)
	Más de 30.000 €	49,4	50,6	28,7	23,0	27,6	20,7	14,2	(87)
Total		35,8	64,2	18,6	20,0	26,8	34,6	21,3	(837)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2009

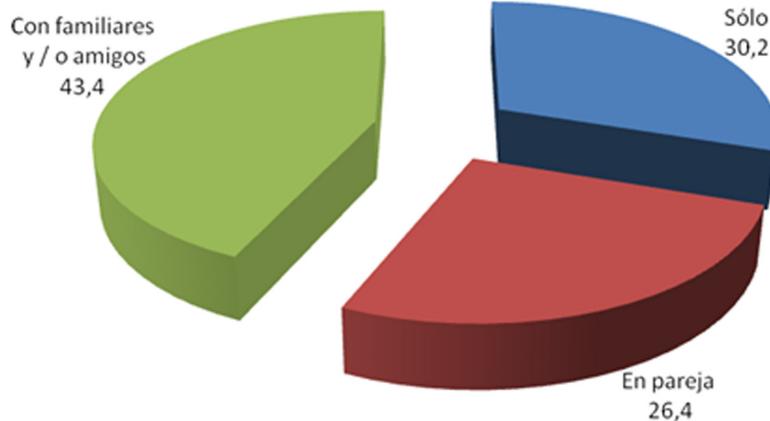


3.2.- Con quién vienen

De los visitantes que llegan a la ciudad, siete de cada diez vienen acompañados: el 43,4% con familiares y/o amigos y el 26,4% con la pareja. El resto (un 30% del total), visita Valladolid solo, sin compañía. Una pauta de comportamiento que ha variado bastante en 2009 con respecto a 2008. Como se ve en el gráfico 3.5, como consecuencia de la crisis, se ha incrementado bastante la proporción de visitantes que vienen en grupo (con familiares o amigos) y ha descendido la de quienes vienen solos o solamente con la pareja.

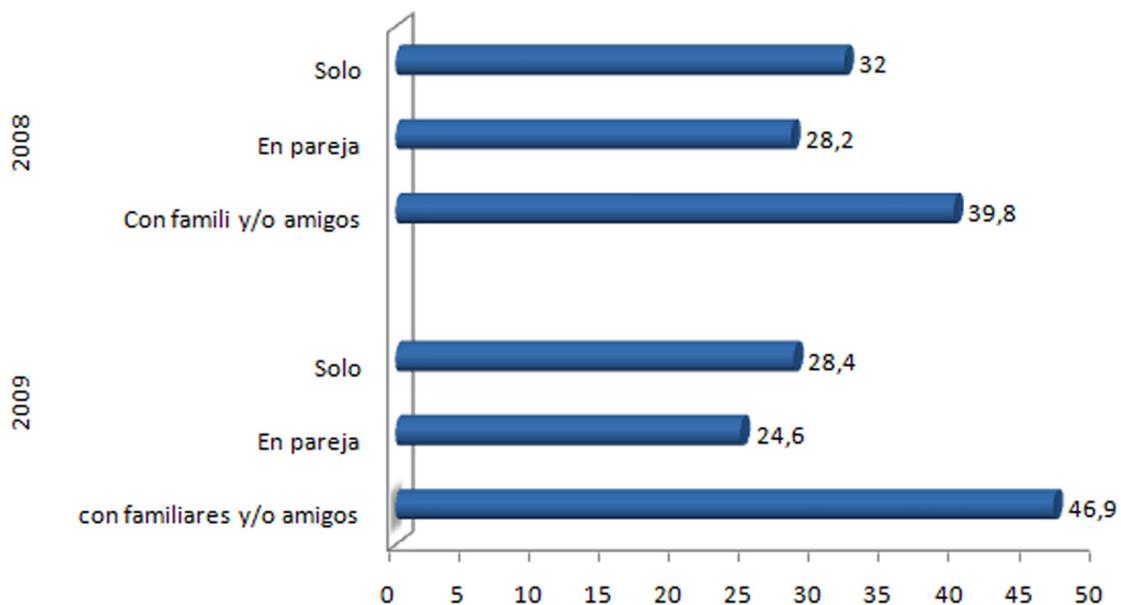
Gráfico 3.4.- Con quién vienen a Valladolid

(Bases: 2645)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Gráfico 3.5.- Con quién han venido en 2008 y 2009



Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.



En cualquier caso, la situación varía bastante según la clase de visitante y los motivos del viaje. Como vemos en el cuadro 3.7, se observan dos colectivos con diferencias muy marcadas a este respecto: los que pernoctan en establecimientos no reglados y el resto. Casi la mitad de los que se alojan en establecimientos particulares o no reglados (fundamentalmente estudiantes y los que vienen a visitar familiares o amigos) vienen solos, mientras que entre los viajeros y los excursionistas la proporción de los que vienen solos es solo una cuarta parte o menos. Por el contrario, las proporciones se invierten en relación a los familiares y amigos. Estas diferencias van estrechamente asociadas a los motivos por los que vienen a Valladolid. Los que vienen principalmente a estudiar, trabajar o visitar a familiares o amigos (que son los que pernoctan habitualmente en establecimientos no reglados), mayoritariamente vienen solos, mientras que los que vienen por ocio y turismo o a participar en eventos (fundamentalmente excursionistas y viajeros) en su gran mayoría vienen acompañados.

Cuadro 3.7- Con quien realizan el viaje, según la clase de visitante y el principal motivo por el que vienen. (Datos globales de 2008 y 2009)

		Solo	En pareja	Familiares y / o amigos	(Bases)
<i>Clase de Visitante</i>	Viajero (alojamiento reglado)	19,4	31,0	49,6	(833)
	Pernoctan en aloja. no reglados	49,7	20,8	29,5	(696)
	Excursionista	26,0	26,4	47,6	(1.116)
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	17,0	38,9	44,1	(858)
	Trabajo	47,4	10,8	41,8	(306)
	Visitar a Familiares o amigos	52,1	21,7	26,2	(313)
	Estudios	56,2	15,1	28,7	(251)
	Eventos culturales y/o deport	22,5	22,4	55,1	(684)
	Otros	20,7	30,8	48,5	(227)
Total		30,2	26,4	43,4	(2.645)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Por lo que respecta a las pautas de comportamiento de viajeros y excursionistas en este punto, las diferencias, aunque existen, son pequeñas, como se puede comprobar en el cuadro: la gran mayoría en ambos casos (entre el 75 y el 80%) vienen acompañados y la mayor parte de éstos lo hacen, también en ambos casos, con familiares o amigos, aunque se observa una mayor tendencia entre los viajeros que entre los excursionistas a venir acompañados; tendencia que se ha reforzado en 2009 (ver cuadro 3.8)

A este respecto, resulta de gran interés constatar que en el año 2009 se observa, en todos los colectivos, una mayor inclinación a venir en grupo (con familia o amigos), disminuyendo, en consecuencia, la proporción de los que vienen solos o solamente con la pareja. Pero donde ésta tendencia se acentúa mucho es entre los viajeros, donde la proporción de los que vienen con familiares o amigos sube doce puntos porcentuales, mientras que en los demás sube solo entre uno y tres puntos. (Ver cuadro 3.8). Un cambio de pauta que es claramente

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



atribuible a la crisis económica, tratando de abaratar costes y rentabilizar mejor los viajes, especialmente en aquellos colectivos más afectados por la crisis, como después veremos en los datos del cuadro 3.11.

Cuadro 3.8.- Con quien ha realizado el viaje en 2008 y 2009, según la clase de visitante y el principal motivo por el que vienen

		2008				2009			
		Solo	En pareja	Familia o amigos	(Bases)	Solo	En pareja	Familia o amigos	(Bases)
<i>Clase de Visitante</i>	Viajero (alojam. reglado)	22,2	34,2	43,5	(409)	16,7	27,8	55,4	(424)
	Pernoctan aloja no reglados	49,5	21,5	29,0	(410)	50,0	19,9	30,1	(286)
	Excursionista	25,3	28,8	45,9	(486)	26,5	24,6	48,9	(630)
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	37,9	19,1	43,0	(446)	40,0	14,8	45,1	(412)
	Trabajo	13,1	57,4	29,5	(122)	9,2	40,8	50,0	(184)
	Visitar Familiares/amigos	23,4	51,6	25,0	(184)	19,4	52,7	27,9	(129)
	Estudios	22,9	49,3	27,8	(144)	4,7	65,4	29,9	(107)
	Eventos culturales/deport.	20,2	26,4	53,4	(277)	23,8	19,9	56,3	(407)
	Otros	38,6	16,5	44,9	(127)	21,0	26,0	53,0	(100)
Total		32,0	28,2	39,8	(1.305)	28,4	24,6	46,9	(1.340)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

Como estos colectivos tienen perfiles sociodemográficos diferentes, las diferencias anteriores se reflejan en las características sociodemográficas de los visitantes.

Como vemos en el cuadro 3.9, también aquí se observan dos bloques de visitantes muy diferenciados: el primero, formado por estudiantes, solteros, menores de 25 años y los que tienen ingresos inferiores a 12.000 euros y el segundo por el resto. En el primero, casi la mitad vienen solos y la mayoría de los que vienen acompañados lo hacen con la familia y muy pocos con la pareja, mientras que en los demás la proporción de los que vienen solos es muy inferior a los anteriores y, en consecuencia, la de quienes vienen acompañados muy superior (y dentro de estos, aunque mayoritariamente también vienen con la familia, los que vienen con la pareja representan una proporción importante).

En este contexto, cabe destacar, además, una tendencia que resulta de interés: a medida que aumenta la edad y el nivel de ingresos la proporción de los que vienen acompañados se incrementa progresivamente, y por tanto, desciende la de quienes vienen solos. Una tendencia que va asociada, además de a la edad, al hecho de tener pareja, y que se refleja en el incremento progresivo de los que vienen en pareja a medida que aumentan los años y en el comportamiento tan marcadamente diferenciado entre casados y solteros.



Cuadro 3.9.- Con quien realizan el viaje, según distintas variables sociodemográficas

		Solo	En pareja	Familia o amigos	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	32,6	27,1	40,2	(1.290)
	Mujer	27,8	25,7	46,5	(1.355)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	43,6	14,0	42,4	(521)
	Entre 25 y 34 años	34,2	23,8	42,0	(734)
	Entre 35 y 44 años	29,3	25,8	44,9	(539)
	Entre 45 y 54 años	19,2	30,9	49,9	(447)
	Más de 55 años	18,5	43,5	38,0	(395)
<i>Estado Civil</i>	Casado/en pareja	15,8	39,9	44,3	(1.167)
	Soltero	41,5	16,1	42,4	(1.308)
	Otras situaciones	41,7	11,9	46,4	(168)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	22,3	33,8	44,0	(391)
	Bachillerato, F. P.	30,6	24,9	44,5	(944)
	Universitarios	32,7	25,2	42,1	(1.280)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	46,9	11,4	41,7	(439)
	No activo o parado	19,5	41,8	38,8	(400)
	Trabajador	28,6	26,7	44,7	(1.735)
	Otra situación	25,0	26,6	48,4	(64)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	41,4	19,3	39,3	(374)
	Entre 12.000 y 30.000 €	29,1	26,3	44,6	(915)
	Más de 30000 €	22,5	34,4	43,1	(334)
Total		30,2	26,4	43,4	(2.645)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

Todas estas diferencias en las pautas de comportamiento a este respecto van muy asociadas al estado civil. Como es lógico, los casados y los que conviven en pareja tienden en mayor medida que el resto de categorías a viajar en compañía de la pareja, mientras que los viajes en solitario los realizan casi exclusivamente los solteros, separados y viudos, como se ve en el cuadro 3.10. No obstante, una coincidencia que se da en casi todos los colectivos diferenciados por el estado civil es en el alto índice de los que vienen con familiares o amigos, y que es la opción mayoritaria en casi todos los casos.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 3.10.- Con quién viajan los que llegan a Valladolid, según su situación civil

	Solo	En pareja	Con familiares y/o amigos	(Bases)
Casado	15,2	38,5	46,3	(1.074)
Soltero	41,5	16,1	42,4	(1.308)
Separado	41,7	11,1	47,2	(36)
Divorciado	47,3	16,4	36,4	(55)
Viudo	40,0	8,9	51,1	(45)
Convive en pareja	22,6	55,9	21,5	(93)
Otros	34,4	9,4	56,3	(32)
Total	30,2	26,4	43,5	(2.643)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



Como antes señalamos, en 2009 se incrementa en todos los colectivos la tendencia a venir con la familia y, en consecuencia, a reducir los viajes en solitario o solamente con la pareja. Una tendencia que es más fuerte en los colectivos con menor capacidad de gasto, especialmente parados y población no activa. Como vemos en el cuadro 3.11, en todos los colectivos en los que hemos desagregado la información se incrementa la proporción de los que vienen con familiares y/o amigos, pero donde este incremento es mayor es entre la población no activa o parada y los de menos de 12.000€ de ingresos familiares. Descendiendo, en consecuencia, de forma generalizada también los que vienen solos o con la pareja, y especialmente en estos



dos colectivos. (Lógicamente, el estado civil tiene una incidencia añadida y diferenciada al factor económico: como se ve en el cuadro, el incremento de los que vienen con la familia o amigos se da tanto en solteros como en casados, pero mientras entre los primeros este incremento repercute en un correlativo descenso de los que vienen solos entre los casados o en pareja este descenso afecta a los que vienen en pareja).

Cuadro 3.11.- Con quien ha realizado el viaje en 2008 y 2009, según distintas variables sociodemográficas

		2008				2009			
		Solo	En pareja	Familia o amigos	(Bases)	Solo	En pareja	Familia o amigos	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	34,3	29,1	36,6	(659)	30,9	25,0	44,1	(631)
	Mujer	29,6	27,2	43,2	(646)	26,2	24,3	49,5	(709)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	45,7	15,9	38,4	(258)	41,4	12,2	46,4	(263)
	Entre 25 y 34 años	35,1	25,4	39,5	(382)	33,2	22,2	44,6	(352)
	Entre 35 y 44 años	32,0	29,0	39,0	(269)	26,7	22,6	50,7	(270)
	Entre 45 y 54 años	19,3	33,3	47,4	(228)	19,2	28,3	52,5	(219)
	Más de 55 años	21,1	45,2	33,7	(166)	16,6	42,4	41,0	(229)
<i>Estado Civil</i>	Casado/en pareja	15,8	44,2	40,0	(563)	15,7	35,9	48,3	(604)
	Soltero	44,5	16,3	39,1	(649)	38,5	15,9	45,5	(659)
	Otras situaciones	41,8	13,2	45,1	(91)	41,6	10,4	48,1	(77)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	24,2	36,8	39,0	(182)	20,6	31,1	48,3	(209)
	Bachillerato, F. P.	32,0	25,6	42,4	(481)	29,2	24,2	46,7	(463)
	Universitarios	35,1	27,3	37,5	(618)	30,5	23,1	46,4	(662)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	48,3	12,2	39,5	(205)	45,7	10,7	43,6	(234)
	No activo o parado	23,5	48,4	28,1	(153)	17,0	37,7	45,3	(247)
	Trabajador	30,4	28,7	40,9	(889)	26,7	24,6	48,7	(846)
	Otra situación	19,6	25,5	54,9	(51)	46,2	30,8	23,1	(13)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	43,8	21,2	35,0	(226)	37,8	16,2	45,9	(148)
	Entre 12.000 y 30.000 €	29,6	29,4	41,0	(473)	28,5	23,1	48,4	(442)
	Más de 30000 €	28,1	33,1	38,8	(160)	17,2	35,6	47,1	(174)
Total	32,0	28,2	39,8	(1.305)	28,4	24,6	46,9	(1.340)	

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



3.3.- A qué vienen y que actividades realizan

3.3.1.- Principal motivo por el que vienen

La tercera parte de los visitantes (el 32,5) que se acercan a Valladolid afirman que su principal motivo para realizar el viaje es el ocio y el turismo. La asistencia a eventos culturales o deportivos se sitúa como segundo gran motivo para los que nos visitan, (con un 26%), seguido a bastante distancia por la visita a familiares y amigos y la realización de estudios.

Gráfico 3.6.- Motivo principal del viaje a Valladolid
(Bases: total muestra)

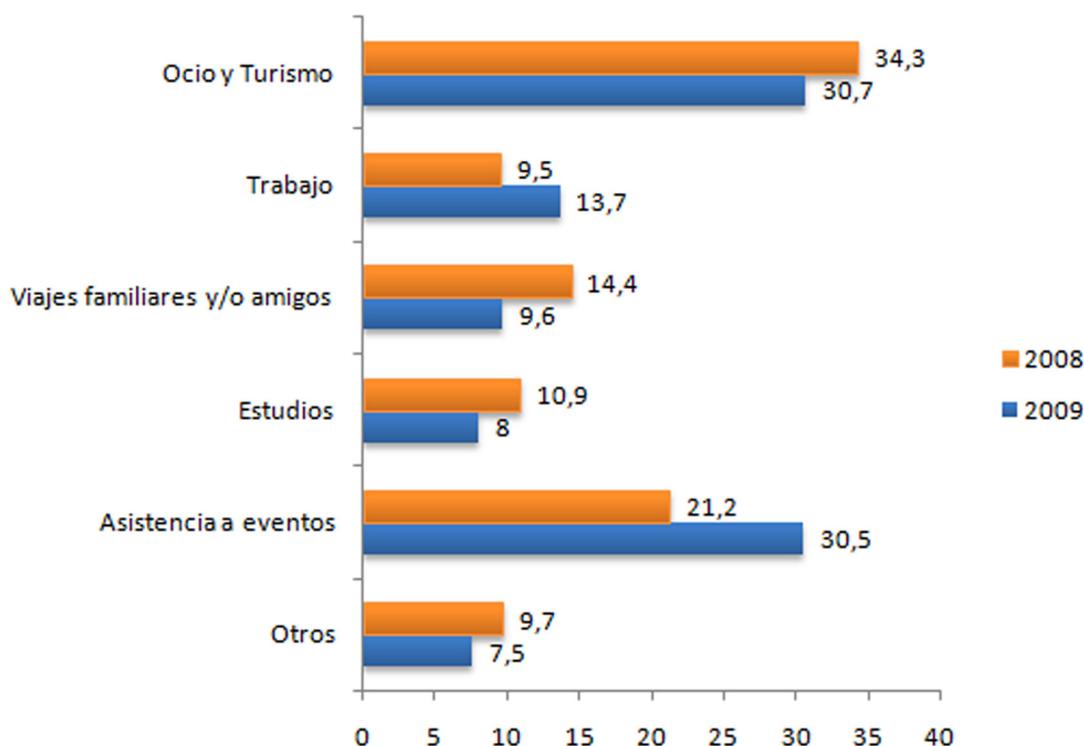


Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



Esta escala de prioridades se ha mantenido en 2008 y 2009, pero en este último año se ha incrementado considerablemente la proporción de los que vienen prioritariamente para asistir a algún evento, mientras ha descendido la de los que vienen fundamentalmente por ocio y turismo o para visitar a familiares o amigos.

Gráfico 3.7.- Principal motivo por el que vinieron a Valladolid los que nos visitaron en 2008 y en 2009.



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

Los motivos para visitar Valladolid varían considerablemente según la clase de visitante de que se trate (Ver cuadro 3.12). A este respecto, podemos establecer dos colectivos claramente diferenciados: los que pernoctan en establecimientos no reglados y el resto. Las motivaciones de viajeros y excursionistas son bastante similares, pero los que pernoctan en establecimientos no reglados lo hacen por motivaciones muy distintas a las de los anteriores. Así, mientras que las dos terceras partes de excursionistas y viajeros vienen a Valladolid, fundamentalmente, por ocio y turismo o para asistir a eventos culturales o deportivos, de los que pernoctan en establecimientos no reglados solo lo hace por estos motivos una tercera parte. Por el contrario, mientras que solo uno de cada diez de los excursionistas o viajeros viene principalmente para ver a familiares o amigos, o por estudios, entre los que pernoctan en establecimientos no reglados esta proporción sube a la mitad. Unas diferencias, de todos modos, que resultan bastante lógicas, pero que nos sirven para acotar mejor, dentro del colectivo de visitantes, la población objetivo de los servicios turísticos municipales, y definir las estrategias al respecto, ya que los demandantes directos de estos servicios son, a tenor de los datos, los excursionistas y viajeros, como después veremos.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 3.12.- Motivo principal del viaje, según el tipo de visitante. (Porcentajes en horizontal) (Resultados globales de 2008 y 2009)

		¿Cuál es el motivo principal de su viaje?						
		Ocio y Turismo	Trabajo	Visita a familiares y/o amigos	Estudios	Asistencia a eventos culturales/deportivos	Otros	(Bases)
Tipo Visitante	Turista	31,5	12,5	16,2	12,1	22,6	5,1	(1.541)
	Excursionista	33,8	10,5	6,2	5,8	30,4	13,3	(1.117)
Clase de Visitante	Excursionista	33,8	10,5	6,2	5,8	30,4	13,3	(1.117)
	Viajero	38,0	17,8	6,2	3,2	29,2	5,6	(839)
	En alojamientos no reglados	23,8	6,1	28,2	22,6	14,7	4,6	(702)
Total		32,5	11,6	12,0	9,4	25,9	8,6	(2.658)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Para precisar mejor esto, podemos complementar el análisis desde la perspectiva de las características sociológicas de los visitantes, donde también se observan algunas diferencias relevantes. Como vemos en el cuadro 3.13, la edad, el nivel de estudios y el nivel de ingresos condicionan bastante la principal motivación para visitar la ciudad. A medida que aumenta la edad, la formación y la capacidad de consumo se incrementa la proporción de los que vienen principalmente por motivos de ocio y turismo. La misma tendencia, aunque menos marcada y clara, se observa en relación a las visitas para asistir a eventos culturales o deportivos. Por el contrario, la proporción de visitantes que vienen fundamentalmente a ver a familiares o amigos desciende al aumentar el nivel de ingresos, y, en consecuencia, la mayor proporción de visitantes con esta motivación se da entre la población joven y la población mayor. Finalmente, los que vienen por razones de estudios se concentran básicamente en la población joven, estudiantil y con menor capacidad del consumo. De lo que se deduce que se trata básicamente de una motivación académica y no de una motivación turística que esté generada por una oferta formativa de la ciudad para atraer turistas (por ejemplo, idiomas para extranjeros, etc.).





Cuadro 3.13.- Motivo principal de viaje, según las características sociodemográficas de los visitantes. (Porcentajes en horizontal) (Resultados globales de 2008 y 2009)

		¿Cuál es el motivo principal de su viaje?						
		Ocio y Turismo	Trabajo	Visita a familiares y/o amigos	Estudios	Asistencia a eventos culturales/deportivos	Otros	(Bases)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	21,2	4,0	11,1	32,6	24,2	6,9	(524)
	Entre 25 y 34 años	30,3	15,9	14,7	5,8	26,9	6,5	(737)
	Entre 35 y 44 años	28,3	18,7	10,9	2,4	32,6	7,0	(540)
	Entre 45 y 54 años	37,4	9,1	7,3	3,6	31,0	11,6	(449)
	Más de 55 años	51,9	6,8	15,3	2,0	11,0	13,0	(399)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	37,3	12,9	9,4	2,7	26,8	10,8	1.(168)
	Soltero	27,5	10,8	13,7	15,9	25,9	6,2	(1.317)
	Otras situaciones	38,0	9,4	15,8	5,3	19,9	11,7	(171)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	31,6	7,9	12,5	7,9	22,6	17,6	(393)
	Bachillerato, F.P.	31,1	7,9	11,4	13,9	26,1	9,7	(950)
	Universitarios	33,4	15,7	12,4	6,7	26,8	5,0	(1.285)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	20,4	1,8	10,4	39,9	20,4	7,0	(441)
	No activo o parado	44,4	3,0	15,7	3,5	19,2	14,2	(401)
	Trabajador	32,7	16,2	11,1	3,2	29,4	7,5	(1.743)
	Otra situación	34,8	9,1	21,2	9,1	10,6	15,2	(66)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	21,2	8,2	18,3	18,8	21,2	12,2	(377)
	De 12.000 a 30.000 €	31,8	15,7	11,3	5,1	25,2	10,8	(917)
	Más de 30.000 €	36,8	16,5	9,3	4,8	24,3	8,4	(334)
Total		32,5	11,6	12,0	9,4	25,9	8,6	(2.658)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

Los efectos de la crisis se perciben muy claramente en este ámbito. Como podemos ver en el cuadro 3.14, entre los excursionistas desciende drásticamente en 2009 la proporción de los que vienen prioritariamente por ocio y turismo y de los que vienen a visitar familiares y amigos y se incrementa la de quienes vienen para participar en eventos culturales o deportivos. Por otra parte, se observa, en este mismo año, que mientras entre los viajeros se produce un descenso (aunque moderado) de los que vienen prioritariamente por ocio y turismo o para ver a familiares y amigos, entre los que pernoctan en establecimientos no reglos se produce un incremento (en una proporción similar al descenso que se observa entre los viajeros) de los que vienen por estos motivos. A la vez, observamos un fuerte incremento entre los viajeros de los que vienen prioritariamente por razones de trabajo, aunque complementariamente aprovechen para hacer turismo u otras cosas.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Estos desplazamientos o sustituciones, tanto en la motivación principal del viaje como de un tipo de visitante a otro, nos sugiere la siguiente interpretación: a parte del fuerte descenso de turistas e incremento de excursionistas, que ya vimos en el capítulo 1, y que se observa en el tamaño de las bases de este cuadro, podemos sacar las siguientes conclusiones: en primer lugar, el índice de viajeros se sigue manteniendo en 2009 al nivel de 2008 gracias a los eventos culturales y deportivos que se mantienen en 2009 al nivel del año anterior, y al fuerte incremento de las motivaciones profesionales que compensan el descenso del resto de motivaciones (incluidas las de ocio y turismo), de modo que si no hubiese descendido el número de viajeros que en 2008 vinieron por motivos de ocio y turismo y ver amigos, en 2009 previsiblemente se hubiese incrementado el número de visitantes que pernoctan en hoteles. En segundo lugar, de los visitantes que en 2009, si hubiese sido un año normal, hubiesen venido a la ciudad por ocio y turismo o a ver a familiares y amigos u otras motivaciones similares y hubiesen pernoctado en hotel, una parte han reducido su viaje a un día, pasando a ser excursionistas, y otra han pernoctado en casa de familiares o amigos. Y en tercer lugar, los eventos culturales y deportivos son los que han posibilitado que en 2009 el número de visitantes no descienda mucho con respecto a 2009, aunque gran parte de estos eventos solo atraigan a visitantes de un día (es decir, excursionistas).

Cuadro 3.14.- Motivo principal del viaje de cada clase de visitante, según haya venido en 2008 ó 2009. (Porcentajes en horizontal)

		¿Cuál es el motivo principal de su viaje?						
		Ocio y Turismo	Trabajo	Visita a familiares y/o amigos	Estudios	Asistencia a eventos culturales/deportivos	Otros	(Bases)
Año 2008								
Clase de Visitante	Excursionista	40,2	11,5	9,7	5,5	20,9	12,1	(487)
	Viajero	39,6	10,1	7,7	3,1	29,2	10,1	(414)
	En alojamientos no reglados	21,9	6,5	26,7	25,1	13,5	6,3	(415)
Total		34,3	9,5	14,4	10,9	21,2	9,7	(1.316)
Año 2009								
Clase de Visitante	Excursionista	28,7	9,7	3,5	6,0	37,8	14,3	(630)
	Viajero	36,5	25,2	4,7	3,3	29,2	1,2	(425)
	En alojamientos no reglados	26,5	5,6	30,3	19,2	16,4	2,1	(287)
Total		30,7	13,7	9,6	8,0	30,5	7,5	(1.342)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.



3.3.2.- Actividades que realizan

3.3.2.1.- Tipo de actividades

Respecto a cuáles son las actividades concretas que han realizado o tienen pensado realizar durante su visita a la ciudad de Valladolid, casi las dos terceras partes realizan actividades orientadas a conocer la ciudad, la mitad de los cuales son actividades relacionadas con su arte y su historia. Un tipo de actividades que se complementa con la gastronómica, la cual realizan cuatro de cada diez visitantes. Una actividad que parece que está en alza, a tenor de los resultados de la encuesta (en 2009 han disfrutado de la gastronomía de la ciudad casi 6 de cada 10 visitantes, el doble que en 2008).

Cuadro 3.15.- Proporción de visitantes que han realizado en 2008 y en 2009 cada una de las siguientes actividades durante su visita a Valladolid. (Respuesta múltiple) (Total muestra)

	2008	2009	Total
Visitar la ciudad	63,6	66,0	64,8
Conocer su arte e/o historia	30,6	23,8	27,2
Disfrutar de su gastronomía	28,8	54,4	41,7
Visitar a familiares y/o amigos	28,8	21,2	25,0
Acudir a sus fiestas	16,2	13,1	14,6
Participar en congresos y/o ferias	13,4	17,5	15,5
Otras actividades	12,0	5,6	8,8
Participar en eventos culturales	8,4	14,3	11,4
Descansar	8,1	8,7	8,4
Actividades deportivas	8,0	15,2	11,6
Estudios, cursos, etc.	7,5	9,1	8,3
Aprender o practicar el idioma	2,3	4,5	3,4

(*) Las diferencias hasta 100 en cada caso, corresponde a los que han respondido a cada una de dichas actividades que no la realizan o no han contestado.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Además de estos dos tipos de actividad (conocer la ciudad y disfrutar de su gastronomía -que constituyen los dos atractivos turísticos fundamentales-), Valladolid tiene otros atractivos que atraen visitantes, como queda reflejado en la variada lista de actividades en las que participan a lo largo del año: fiestas, congresos y ferias, eventos culturales, eventos deportivos, cursos, idiomas, etc., además de ver a familiares y amigos.

En este contexto general, comparando los datos de 2008 y 2009, observamos algunos datos de interés, que ya hemos reflejado en apartados anteriores: el considerable incremento en la proporción de visitantes que en

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



2009 han disfrutado de la gastronomía, así como en la participación en eventos (congresos, ferias, actividades culturales o deportivas, etc.). Lo que refuerza la hipótesis, que ya hemos señalado con anterioridad, de que en este año de crisis económica dos factores que han ayudado a paliar sus efectos en el sector turístico de la ciudad, y que han propiciado que Valladolid se haya mantenido, entre las ciudades turísticas de interior, con una evolución menos negativa, son: la gastronomía (o sector de la restauración) y los eventos, desarrollados por el Ayuntamiento de la ciudad.



No obstante todo lo anterior, hay que señalar también que las actividades que se realizan varían mucho según los motivos por los que ha venido a Valladolid, así como según el tipo de visitante y las características sociodemográficas de éste.

En el cuadro 3.16 se recogen las actividades que los visitantes realizan en función del motivo principal por el que han venido a la ciudad. Como podemos observar, hay una serie de actividades que todos los subgrupos de visitantes realizan en una proporción apreciable, como visitar la ciudad, conocer su arte e historia, disfrutar de la gastronomía, acudir a fiestas y visitar familiares o amigos, aunque la intensidad con que las realizan varía mucho de unos colectivos a otros, en función de cual haya sido el principal motivo del viaje (ver cuadro 3.16). Así, los que más visitan la ciudad, realizan actividades relacionadas con su historia y disfrutan de su gastronomía son, con diferencia, los que vienen por razones de ocio y turismo, aunque, como hemos dicho, estas actividades se practican en una proporción importante en todos los colectivos.



Por el contrario, hay otras actividades que son específicas de cada subcolectivo y que van directamente asociadas al motivo de la visita: es el caso de los que participan en congresos, ferias y eventos culturales o deportivos, que vienen específicamente a ello; así como los que visitan familiares o amigos (caso de los estudiantes o los que expresamente vienen a realizar esta visita), y los que realizan estudios y cursos (caso de los que vienen por motivos de estudios).

Cuadro 3.16.- Proporción de visitantes que realizan cada una de las siguientes actividades, según el principal motivo del viaje. (*). (Resultados globales de 2008 y 2009). (Respuesta múltiple).

	Principal motivo de su viaje						Total
	Ocio y Turismo	Trabajo	Visita a familiares y/o amigos	Estudios	Asistencia a eventos culturales/deportivos	Otros	
Actividades que realizan:							
Visitar la ciudad (monumentos...)	84,8	60,2	60,2	61,0	48,0	58,3	64,9
Conocer su arte/historia	40,6	21,0	23,8	32,7	14,5	22,4	27,2
Disfrutar de su gastronomía	55,5	40,1	34,8	36,7	32,6	36,0	41,8
Visitar a familiares o amigos	18,5	6,1	80,3	34,7	13,5	21,9	25,0
Acudir a sus Fiestas	15,3	8,1	19,7	22,7	11,0	15,4	14,6
Participar Congresos y/o Ferias	3,5	47,6	5,0	7,2	19,0	30,3	15,5
Otras Actividades	5,3	25,2	8,2	3,6	5,5	14,9	8,7
Participar en Eventos Culturales	3,7	7,8	5,0	3,2	31,3	3,9	11,4
Descansar	7,5	3,6	21,0	9,6	4,9	8,8	8,3
Actividades deportivas	2,5	1,6	6,6	5,6	31,3	14,5	11,7
Estudios, cursos, etc.	1,3	3,9	2,5	60,6	3,8	4,8	8,3
Aprender o practicar el idioma	3,6	2,6	2,2	14,3	0,6	1,8	3,4
(Bases)	(863)	(309)	(319)	(251)	(688)	(228)	(2.658)

(*). Las diferencias hasta 100 en cada caso, corresponde a los que han respondido a cada una de dichas actividades que no la realizan o no han contestado

Las bases se refieren al 100% de respuestas, es decir, incluyen también las que responden que no.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

También resulta relevante observar las diferentes pautas de comportamiento en función de la clase de visitante. En este caso, las diferencias más interesantes son las que se dan entre el colectivo de viajeros y el resto. Como se ve en el cuadro 3.17, los viajeros son, con diferencia, los que más visitan la ciudad, los que realizan más actividades relacionadas con el arte e historia de Valladolid y los que más disfrutan de su gastronomía, y también los que mayor proporción tienen de participantes en congresos, ferias y eventos deportivos. Por el contrario, los que pernoctan en establecimientos no reglados son, también con diferencia, los que más vienen a fiestas o simplemente a descansar (a parte de ser el colectivo que concentra la mayor parte de los que entre sus actividades está la de visitar a familiares y amigos o estudiar).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Por lo que se refiere a los congresos, ferias y eventos (culturales o deportivos), el índice de participación en estas actividades es similar entre los viajeros y los excursionistas. A este respecto, resulta relevante constatar los cambios producidos en 2009 con respecto a 2008. Como se puede ver en el cuadro 3.18, el incremento que antes hemos señalado que se ha producido en 2009 en la participación en congresos y ferias y eventos (culturales y deportivos), aunque se ha dado en los tres tipos de visitantes, ha sido muy fuerte entre los excursionistas y los que pernoctan en establecimientos reglados, mientras que entre los viajeros ha sido muy pequeño. Lo que quiere decir, que el atractivo que en 2009 han producido los congresos y eventos, que en un año normal se hubiese traducido en un aumento considerable de pernoctaciones en hotel, ha tenido una repercusión escasa en las estancias hoteleras; pues, debido a la crisis, muchos de estos visitantes han optado por no pernoctar o hacerlo en casas de familiares o amigos, por lo que la repercusión de estas actividades en el sector hotelero se puede traducir en que han contribuido a mantener el nivel de pernoctaciones del año anterior, pero no a aumentarla.

Otros cambios relevantes que se observan en 2009 con respecto al año anterior son que el incremento de la gastronomía ha sido generalizado a los tres tipos de visitantes, y que el descenso en la visita a familiares y amigos también ha sido generalizado a los tres.

Cuadro 3.17.- Proporción de los que realizan cada una de las siguientes actividades, según la clase de visitante. (*)
(Respuesta múltiple) (Resultados globales de 2008 y 2009)

TOTAL	Excursionista	Viajero	Alojamientos no reglados	Total
Visitar la ciudad (monumentos...)	52,8	80,6	65,1	64,8
Conocer su arte/historia	22,5	32,5	28,2	27,2
Disfrutar de su gastronomía	32,7	56,4	38,4	41,7
Visitar a familiares o amigos	18,1	10,5	53,3	25,0
Acudir a sus Fiestas	10,9	11,5	24,3	14,6
Participar en Congresos y/o Ferias	17,9	18,5	8,1	15,5
Otras Actividades	11,8	5,3	7,9	8,8
Participar en Eventos Culturales	13,3	10,6	9,4	11,4
Descansar	3,8	7,7	16,5	8,4
Actividades deportivas	12,1	15,2	6,5	11,6
Estudios, cursos, etc.	6,6	2,5	17,9	8,3
Aprender o practicar el idioma	1,2	2,9	7,7	3,4
(Bases)	(1.124)	(842)	(705)	(2.671)

(*)Las diferencias hasta 100 en cada caso, corresponde a los que han respondido a cada una de dichas actividades que no la realizan o que no han contestado

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Cuadro 3.18.-Proporción de visitantes que han realizado durante 2008 y 2009 cada una de las actividades que se señalan. (Respuesta múltiple)(*)

	Excursionista		Viajero		Alojamientos no reglados		Total	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Visitar la ciudad (monumentos...)	57,2	49,3	77,2	84,0	57,6	76,0	63,6	66,0
Conocer su arte/historia	29,1	17,4	36,7	28,5	26,4	30,9	30,6	23,8
Disfrutar de su gastronomía	24,0	39,5	37,2	75,3	26,1	56,3	28,8	54,4
Visitar a familiares o amigos	19,6	16,9	11,8	9,2	56,6	48,6	28,8	21,2
Acudir a sus Fiestas	12,6	9,6	13,2	9,9	23,5	25,3	16,2	13,1
Participar en Congresos y/o Ferias	16,1	19,3	17,3	19,8	6,5	10,4	13,4	17,5
Otras Actividades	16,7	8,1	8,4	2,4	10,1	4,9	12,0	5,6
Participar en Eventos Culturales	5,3	19,4	13,4	7,8	7,0	12,8	8,4	14,3
Descansar	3,9	3,8	4,8	10,6	16,3	16,7	8,1	8,7
Actividades deportivas	8,6	14,8	11,3	19,1	4,1	10,1	8,0	15,2
Estudios, cursos, etc.	4,1	8,5	2,9	2,1	16,1	20,5	7,5	9,1
Aprender o practicar el idioma	0,8	1,4	1,9	3,8	4,6	12,2	2,3	4,5
<i>(Bases)</i>	<i>(491)</i>	<i>(633)</i>	<i>(417)</i>	<i>(425)</i>	<i>(417)</i>	<i>(288)</i>	<i>(1.325)</i>	<i>(1.346)</i>

(*)Las diferencias hasta 100 en cada caso, corresponde a los que han respondido a cada una de dichas actividades que no la realizan o que no han contestado.

Las bases se refieren al 100% de respuestas, es decir, incluyen también los que responden que no.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

Finalmente en el cuadro 3.19 recogemos las diferencias en función de la edad, nivel de estudios y nivel de ingresos de los visitantes, con el fin de que estos datos puedan servir para un análisis más pormenorizado del perfil del visitante que realiza cada una de las actividades que se señala, con vistas a tenerlo en cuenta en la programación de actividades turísticas.

Así, por ejemplo, si identificamos nivel de práctica de una actividad con el interés que la actividad tiene para el visitante, de los datos de los cuadros podemos deducir cuales son los colectivos más interesados en cada actividad. Por ejemplo: Las actividades relacionadas con el conocimientos de la ciudad (especialmente su arte y su historia) y el disfrute de la gastronomía van interesando más a medida que aumenta la edad, el nivel de estudios y el nivel de ingresos, mientras que en lo que se refiere a las fiestas, sucede lo contrario (desciende su interés con la edad y el nivel de estudios). Por lo que se refiere a los congresos, ferias y eventos culturales parecen interesar bastante más a la población adulta (especialmente los de 35 a 44 años), con estudios universitarios y niveles altos de ingresos que al resto, mientras que a los jóvenes les interesan mucho más que a los demás los cursos de idiomas, y a la población mayor las visitas a la ciudad, y a los de bajo nivel de estudios las actividades deportivas –una actividad que va perdiendo interés a medida que aumenta la formación-.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Pero, a pesar de todas estas diferencias, en todos los casos la principal actividad o actividad más realizada es visitar la ciudad, y especialmente conocer su arte y su historia. También en todos los casos tiene un peso muy relevante el disfrute de la gastronomía. De lo que se puede concluir que el principal atractivo turístico de Valladolid es la ciudad en sí misma: su casco histórico, su historia y su arte; complementándose esta dimensión cultural con su oferta gastronómica. Un atractivo de carácter general para todo el año y para todo tipo de público, que se ve complementado con otros atractivos en momentos puntuales y para públicos específicos, como es el caso de los congresos, ferias y eventos (culturales o deportivos).

Cuadro 3.19.- Proporción de visitantes que dentro de cada grupo de edad, nivel de estudios y nivel de ingresos, realizan cada una de las actividades que se señalan. (*) (Respuesta múltiple) (Resultados globales de 2008 y 2009)

	Edad					Nivel de estudios			Nivel de ingresos		
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	> de 55	Prim. o menos	Bachill. /F.P.	Univer-sitarios	< 12.000 €	De 12.000 a 30.000 €	> 30000€
Visitar la ciudad	54,8	61,6	65,0	67,8	80,7	64,6	62,1	66,6	56,6	66,5	71,0
Conocer su arte/historia	21,8	23,8	28,3	30,8	35,3	24,3	25,7	28,9	22,2	29,6	29,9
Disfrutar gastronomía	36,6	38,1	40,7	47,7	50,1	39,5	40,1	43,5	34,9	44,3	49,3
Actividades deportivas	12,7	10,4	14,9	14,6	4,3	19,2	13,5	7,9	11,1	10,8	8,1
Acudir a sus Fiestas	29,0	15,8	11,6	6,2	7,5	15,4	18,6	11,7	20,9	10,7	11,3
Congresos y/o Ferias	8,3	16,4	20,9	17,7	13,3	15,4	12,6	18,0	11,9	18,0	20,6
Aprender idioma	8,7	3,9	1,7	0,9	0,5	1,8	2,8	4,3	4,8	2,4	1,5
Estudios, cursos, etc.	31,3	4,9	2,4	1,1	0,5	4,8	12,3	6,6	17,2	3,6	1,8
Ver familiares /amigos	28,5	28,1	22,0	20,0	24,8	26,1	26,2	24,0	37,3	24,4	20,6
Descansar	9,7	9,5	7,2	8,2	6,8	10,4	8,9	7,4	11,4	6,6	8,4
Part. Eventos Culturales	10,6	15,5	11,7	9,1	6,5	7,3	10,5	13,5	9,8	10,9	10,1
Otras Actividades	8,2	7,7	10,5	10,0	8,0	10,1	7,7	8,9	10,3	10,0	6,9
<i>(Bases)</i>	<i>(527)</i>	<i>(740)</i>	<i>(545)</i>	<i>(451)</i>	<i>(399)</i>	<i>(395)</i>	<i>(955)</i>	<i>(1.291)</i>	<i>(378)</i>	<i>(923)</i>	<i>(335)</i>

(*) La diferencia hasta 100, corresponde a los que han respondido a cada una de dichas actividades que no la realizan o que no han contestado. Las bases se refieren al 100% de respuestas, es decir, incluyen también los que responden que no.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

3.3.2.2.- Número de actividades

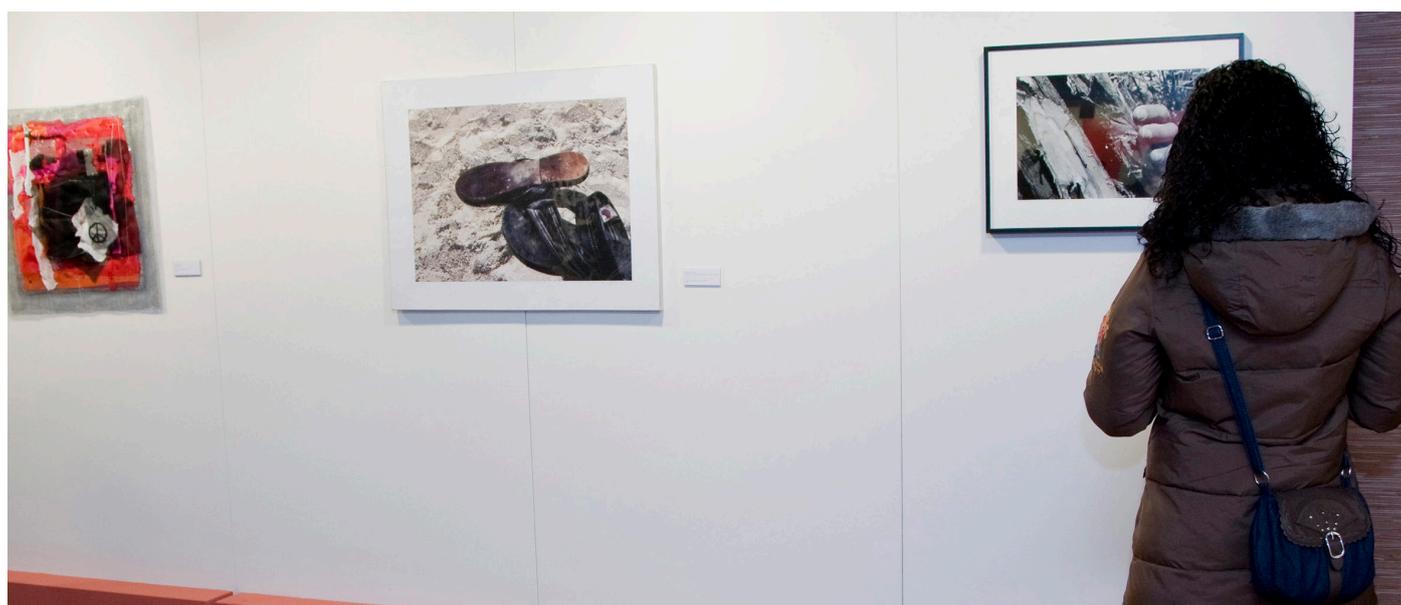
De todas las actividades anteriores, la mayoría de visitantes (el 60%) realizan una o dos. Sólo uno de cada cuatro realiza tres y uno de cada seis más de tres de estas actividades (ver cuadro 3.20). Lo que quiere decir que la mayoría de los visitantes llegan a la ciudad con objetivos singulares y definidos a cubrir en su estancia. Lo que guarda relación, a su vez, con la corta duración del viaje. La situación, como se observa en el cuadro, apenas varía entre 2008 y 2009.



Cuadro 3.20.- Número de actividades realizadas por los visitantes en 2008 y en 2009

	2008	2009	Total
Una	31,2	27,1	29,1
Dos	32,2	29,6	30,9
Tres	22,1	24,2	23,1
Cuatro	8,8	9,7	9,3
Cinco	3,7	4,9	4,3
Más de cinco	2,0	4,5	3,3
Media	2.3	2.5	2.4
<i>(Bases)</i>	<i>(1.318)</i>	<i>(1.344)</i>	<i>(2.662)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



3.3.2.3.- Visitas a museos

Por lo que se refiere a la actividad concreta de visitar museos, un 39% de los que vienen a Valladolid ha visitado o tiene previsto ver algún museo de la ciudad (Ver gráfico 3.6). Una actividad que ha descendido considerablemente en 2009 con respecto a 2008 (Pasaron por algún museo de la ciudad el 35% de los visitantes de 2009 frente al 43% que lo hicieron en 2008). De la gran oferta de museos que posee la capital, el Museo Nacional Colegio de San Gregorio (Museo Nacional de Escultura) destaca sobre el resto con un 45,5% del total de visitantes de museos que acuden a verlo (Ver cuadro 3.21). La fama de este Museo Nacional, no sólo en España, sino también en el extranjero, y la calidad de las obras que posee, hacen de este espacio uno de los puntos turísticos más importantes de la ciudad. Le siguen, aunque a gran distancia, los dos museos municipales: el de la Ciencia y el de Arte Contemporáneo Patio Herreriano, visitados por el 18 y el 15%, respectivamente, de los visitantes de museos de la ciudad.



Gráfico 3.6.- Porcentaje de visitantes de museos
(Bases: total de la muestra)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Cuadro 3.21.- Dentro de cada colectivo de visitantes de museos, porcentaje de los que han visitado cada uno de ellos en 2008 y 2009. (*) (Respuesta múltiple). (Bases: sólo los que visitan los museos)

	2008	2009	Total
Museo Nacional de Escultura Colegio S. Gregorio	41,3	50,3	45,5
Museo de la Ciencia	17,6	19,1	18,3
Otros	14,3	16,8	15,4
Museo del Patio Herreriano	14,8	14,4	14,6
Museo Oriental (Filipinos)	7,1	9,2	8,1
Museo Catedralicio	2,9	11,6	6,9
Museo Casa de Colón	8,2	4,3	6,4
Casa Museo Cervantes	3,3	4,5	3,9
Museo de Ciencias Naturales	0,4	4,9	2,5
Proporción de los que han visitado algún museo	42,8	34,9	38,8
(Bases)	(547)	(465)	(1.012)

(*) La diferencia hasta 100 en cada uno de los museos corresponde a la proporción de los que no han visitado dicho museo, dentro del colectivo de visitantes de museos.

Las bases se refieren al 100% de respuestas, es decir, incluyen también los que responden que no.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

En el cuadro 3.22 se recoge la escala de prioridades a este respecto en cada colectivo de visitantes. Como se puede ver en el cuadro, el Museo de Escultura es el más visitado en todos los colectivos. Pero el interés por este museo aumenta con la edad y el nivel de estudios, observándose una gran diferencia entre la población menor de 25 años y estudiantil y el resto (entre los más jóvenes y estudiantes, el índice de visitantes que prefieren este museo es aproximadamente la mitad del de los demás colectivos). Por el contrario, respecto al Museo de la Ciencia, el Patio Herreriano y el Casa Colón, la tendencia es la opuesta: su interés desciende con la edad, especialmente en el primer caso. Y como se puede comprobar en el cuadro, también aquí se observa



una gran diferencia entre los menores de 25 años y estudiantes y el resto, pero en sentido opuesto al anterior: los jóvenes y estudiantes tienen un índice de visitas muy superior al de los demás colectivos, especialmente en el caso del Museo de la Ciencia¹¹. Sobre el resto de museos no se observan unas diferencias especiales entre los distintos colectivos.

Cuadro 3.22.- Dentro del colectivo de personas que visitan museos, museo que visitan en primer lugar, según características sociodemográficas. (Porcentajes en horizontal). (Bases: sólo los que visitan museos) – el 38,8%.

Colectivos:		Museo Nacional de Escultura	Museo de la Ciencia	Museo del Patio Herreriano	Museo Casa de Colón	Museo Oriental (Filipinos)	Museo Catedralicio
<i>Sexo</i>	Hombre	50,1	15,9	13,2	8,2	6,6	6,0
	Mujer	49,0	17,4	16,6	5,4	6,2	5,4
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	29,0	28,3	19,6	13,0	8,0	2,2
	Entre 25 y 34 años	42,0	19,5	18,4	7,5	9,2	3,4
	Entre 35 y 44 años	49,2	17,3	17,3	5,6	5,0	5,6
	Entre 45 y 54 años	53,4	13,0	14,3	5,0	6,2	8,1
	Más de 55 años	67,7	8,7	7,7	3,6	4,1	8,2
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	45,9	23,0	11,5	7,4	8,2	4,1
	Bachillerato, F.P.	47,7	17,4	17,4	7,1	5,3	5,0
	Universitarios	51,1	14,7	14,7	6,2	6,7	6,7
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	30,5	25,8	21,1	11,7	8,6	2,3
	No activo	61,0	10,1	11,3	5,7	4,4	7,5
	Trabajador	50,1	16,8	15,2	5,5	6,7	5,7
	Otra situación	61,1	11,1	5,6	11,1	,0	11,1
<i>Nivel de ingresos</i>	>de 12000 euros	34,2	23,3	19,2	13,3	8,3	1,7
	De 12000 a 30000 €	50,3	19,0	11,7	5,5	8,6	4,8
	Más de 30000 €	50,0	8,1	22,6	4,0	6,5	8,9
Total		49,5	16,8	15,1	6,6	6,4	5,7

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

¹¹ El alto índice de participación de los jóvenes y estudiantes en el Museo de la Ciencia está condicionado, a parte de por el tema, que resulta más sugerente a estos colectivos que al resto, por el hecho de que se trata de un museo dinámico que fomenta la participación de los visitantes, y en particular la de los alumnos de los colegios, para los cuales el museo organiza actividades conjuntas de carácter didáctico fomentando el contacto directo de los alumnos con temas de divulgación científica.

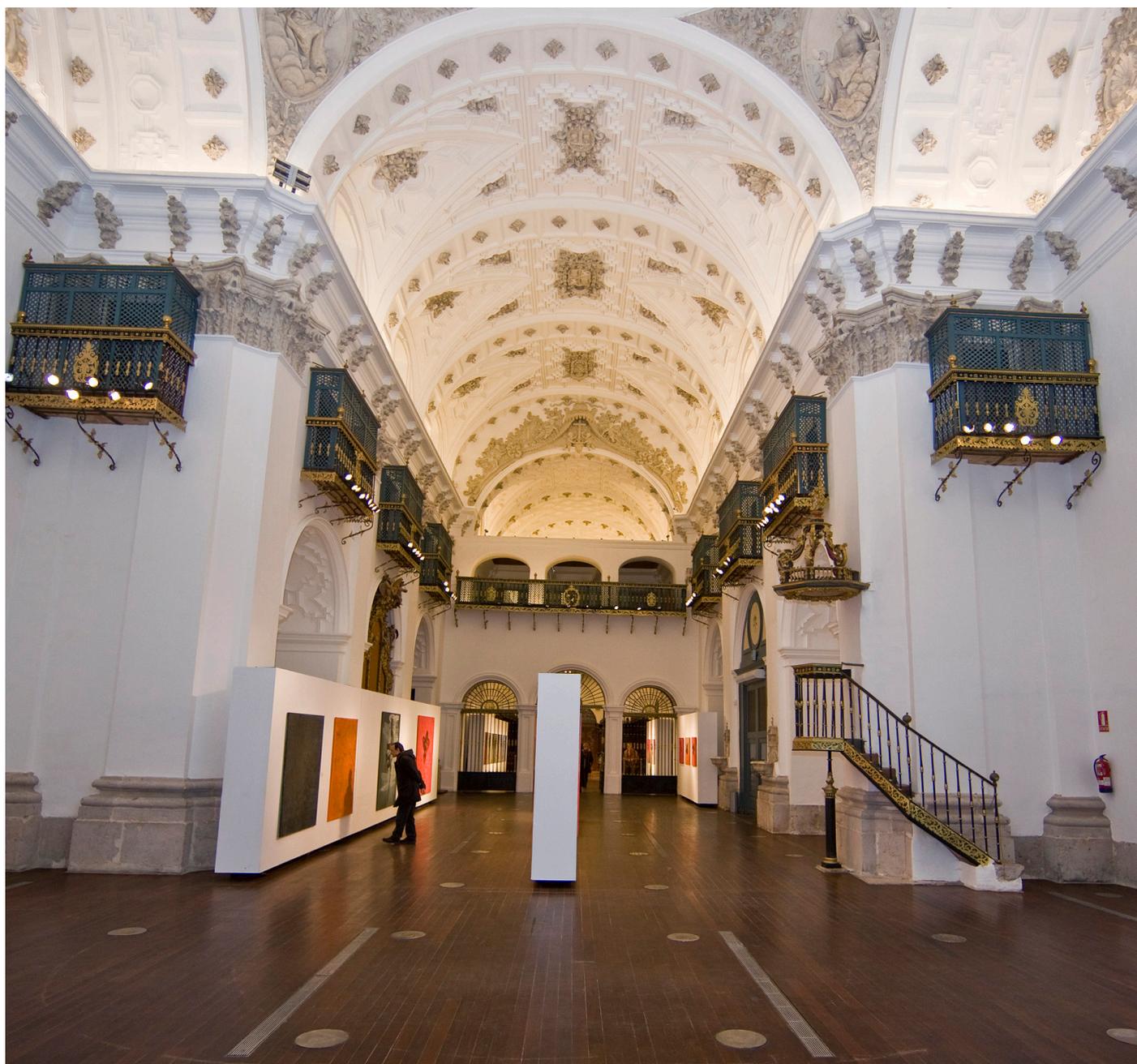
el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Los datos anteriores configuran unos perfiles diferenciados en los visitantes de los distintos museos, como se pone de manifiesto en el cuadro 3.23.

Como se ve en el cuadro, entre los visitantes del Museo de Escultura y del Museo Catedralicio predominan los mayores de 45 años, mientras que en los otros cuatro predominan claramente los de menos de 45. El sesgo juvenil en estos últimos museos es especialmente marcado en el Museo de la Ciencia y el Museo Colón, donde más de la mitad de sus visitantes son menores de 35 años, es decir, población joven.





Cuadro 3.23.- Perfil sociodemográfico de los visitantes de los seis museos de la ciudad más visitados. (Porcentajes en vertical).

Colectivos:		Museo Nacional de Escultura	Museo de la Ciencia	Museo del Patio Herreriano	Museo Casa de Colón	Museo Oriental (Filipinos)	Museo Catedralicio
<i>Sexo</i>	Hombre	43,7	40,8	37,5	53,6	44,4	45,8
	Mujer	56,3	59,2	62,5	46,4	55,6	54,2
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	9,5	27,5	21,1	32,1	20,4	6,3
	Entre 25 y 34 años	17,4	23,9	25,0	23,2	29,6	12,5
	Entre 35 y 44 años	21,0	21,8	24,2	17,9	16,7	20,8
	Entre 45 y 54 años	20,5	14,8	18,0	14,3	18,5	27,1
	Más de 55 años	31,5	12,0	11,7	12,5	14,8	33,3
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	13,6	19,9	11,0	16,1	18,5	10,4
	Bachillerato, F.P.	32,4	34,8	38,6	35,7	27,8	29,2
	Universitarios	54,0	45,4	50,4	48,2	53,7	60,4
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	9,3	23,2	21,1	26,8	20,4	6,3
	No activo	23,2	11,3	14,1	16,1	13,0	25,0
	Trabajador	64,8	64,1	64,1	53,6	66,7	64,6
	Otra situación	2,6	1,4	0,8	3,6	-	4,2
<i>Nivel de ingresos</i>	>de 12000 euros	16,5	30,1	27,1	43,2	23,3	7,4
	De 12000 a 30000 €	58,6	59,1	40,0	43,2	58,1	51,9
	Más de 30000 €	24,9	10,8	32,9	13,5	18,6	40,7
<i>(Bases)</i>		<i>(419)</i>	<i>(142)</i>	<i>(128)</i>	<i>(56)</i>	<i>(54)</i>	<i>(48)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





4

Utilización de los servicios de información turística





La información constituye una pieza clave de la promoción y desarrollo turístico. Por ello, Valladolid en general y su ayuntamiento en particular, han puesto en marcha distintos mecanismos de información turística de la ciudad, con el fin de que se produzca un flujo de información entre el visitante y la ciudad, tanto antes como durante el viaje, de cara a conseguir la satisfacción de aquellos que se acercan a Valladolid.

4.1.- Información antes del viaje

Para conocer la principal fuente de información con la que han contado los visitantes de la ciudad para elegir Valladolid como destino de su viaje, se formuló a los encuestados la siguiente pregunta abierta: *¿Qué medio de información ha contribuido más en su elección para visitar la ciudad de Valladolid?* Los resultados a esta pregunta se recogen en el gráfico 4.1.

Sobre las respuestas, lo primero que llama la atención es que tres de cada diez de los visitantes de la ciudad (el 32%) afirman que ningún medio de información externa a él le ha influido en la elección de visitar la ciudad de Valladolid. Es decir, que ha venido a la ciudad por el conocimiento previo que tiene de ella, sin que en su decisión haya influido ningún medio informativo ajeno a él. Además, si a este porcentaje del 32% de los que afirman que en su decisión no ha influido ninguna información externa se añade ese 22% que dicen que ha sido el boca a boca (la información de las personas próximas a él) lo que ha tenido mayor incidencia y el 4% que responden que ya conocían la ciudad, tenemos que seis de cada diez de los visitantes (el 58%) vienen a la ciudad por el conocimiento previo que tienen de ella o que le aportan sus amigos o personas más próximas, es decir, al margen de los canales informativos externos.

Entre los medios informativos normalizados que tienen alguna incidencia, destaca claramente Internet, cuya información ha influido decisivamente en uno de cada cuatro (el 25%) de las personas que han visitado Valladolid. El resto de medios de información (prensa, radio, TV, folletos, etc.) han tenido una incidencia muy pequeña en la elección de Valladolid como destino turístico.

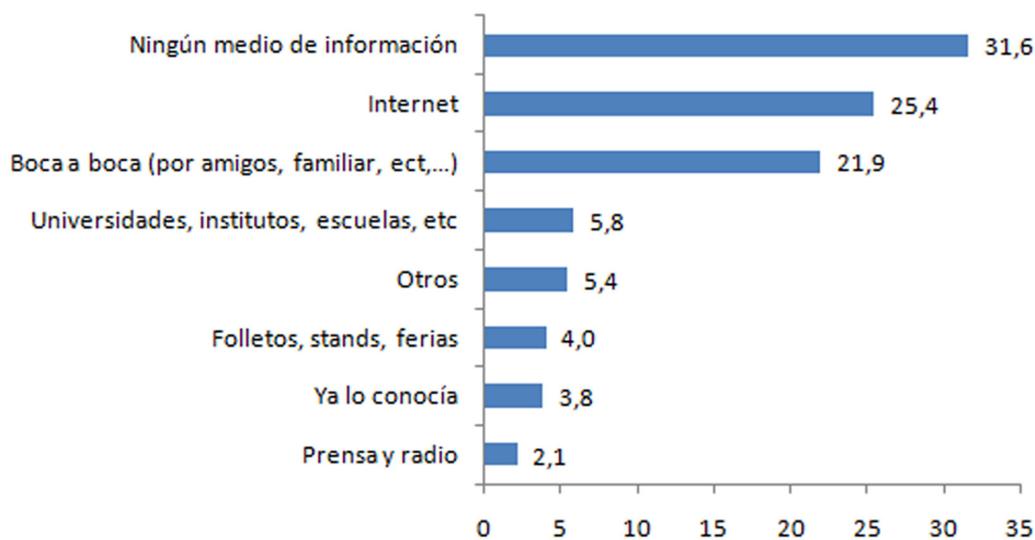
La estrecha relación entre la sociedad de hoy y los nuevos medios tecnológicos de comunicación masiva, promueve la búsqueda de información turística a través de Internet, un medio cuya incidencia va creciendo a costa de los medios clásicos de información. Sin embargo, a pesar de la fuerte irrupción de las nuevas tecnologías en el mundo actual, el boca a boca sigue siendo un medio de comunicación que influye de manera determinante en la elección del destino turístico, gracias a la fiabilidad que genera la confianza en las opiniones de terceras personas que ya han visitado la ciudad. De lo que cabe deducir que, de cara a la promoción turística de Valladolid, es necesario un mayor esfuerzo informativo, utilizando especialmente las nuevas tecnologías (Internet), pero sin olvidar los medios clásicos (medios de comunicación, folletos, etc.) y por supuesto, el siempre eficaz boca a boca.



Por lo que se refiere a Internet, en estos momentos se está desarrollando un plan para impulsar la propia Web con el fin de que sea un potente canal divulgador de Valladolid a la vez que de información para el visitante, cuyos resultados se verán en próximas encuestas, aunque se observa que cada vez está teniendo mayor incidencia.

Y por lo que respecta al boca a boca hay que tener en cuenta que quienes realizan esta labor divulgadora son fundamentalmente los que antes han visitado Valladolid y se han ido satisfechos, y, como consecuencia, hablan bien de la ciudad y la recomiendan a sus amigos y conocidos, convirtiéndose así en unos excelentes embajadores y promotores de la captación de nuevos visitantes. Lo que va asociado al nivel de satisfacción con que finalice el viaje, como veremos después en el capítulo 6.

Gráfico 4.1.- Medio de información que más ha influido a la hora de decidir visitar Valladolid
(Bases: Toda la muestra – 2569-)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

Si comparamos los resultados de las encuestas de 2008 y 2009 a este respecto, observamos que en 2009 se han producido algunos cambios significativos sobre el medio de información que más ha incidido en la elección de Valladolid como destino turístico.

Como podemos ver en el cuadro 4.1, se ha incrementado considerablemente la influencia del boca a boca (pasando de un índice de incidencia del 16% en 2008 al 27,5% en 2009), lo que es una señal excelente del nivel de satisfacción con la que se van los turistas que visitan la ciudad. También se ha incrementado de manera muy notable la influencia de la Web en la decisión de visitar la ciudad (pasando de un nivel de influencia del 22 a un 29% - o del 25 al 37%, si incluimos los centros escolares, cuya principal fuente informativa sobre la de la Web-), lo que en principio avala la apuesta que hemos señalado por la página Web como principal

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



medio de divulgación turística de la ciudad. Y También ha tenido un incremento considerable la influencia de la información conseguida a través de los centros escolares (lo que presumiblemente vaya asociado, como se ha señalado, a la Web).

Frente a esto, los medios tradicionales de difusión (folletos, etc.) han perdido mucha influencia, dentro de la poca que ya tenían, con la excepción de los mass media, que han experimentado un ligero repunte en 2009.

Cuadro 4.1.- Medio que más influyó en los visitantes de 2008 y en los de 2009 para decidir visitar Valladolid.

	2008	2009	Total
<i>Ningún medio de información</i>	38,6	25,1	31,6
<i>Internet</i>	21,9	28,6	25,4
<i>Boca a boca (por amigos, familiares, etc...)</i>	15,7	27,5	21,9
<i>Universidades, institutos, escuelas, etc.</i>	3,1	8,3	5,8
<i>Otros</i>	9,2	1,9	5,4
<i>Folletos, stands, ferias</i>	6,2	2,0	4,0
<i>Ya lo conocía</i>	4,5	3,2	3,8
<i>Prensa y radio</i>	0,9	3,3	2,1
<i>(Bases)</i>	<i>(1.232)</i>	<i>(1.337)</i>	<i>(2.569)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

Con vistas a las campañas informativas y de promoción turística resulta de interés conocer por dónde van las prioridades de las fuentes informativas en cada uno de los colectivos.

Si nos atenemos a la clase de visitante, donde más incidencia tiene Internet es, con bastante diferencia, entre los viajeros, que es el colectivo de mayor interés turístico para la ciudad. Por el contrario, el boca a boca donde tiene, con diferencia, una incidencia más relevante, es entre los turistas que pernoctan en establecimientos no reglados -cosa lógica, pues son los que vienen a ver a amigos y familiares-. (Ver cuadro 4.2)

Si pasamos de la clase de visitante a la procedencia de éste, resulta interesante constatar la influencia que tienen Internet y el boca a boca para atraer visitantes extranjeros, una incidencia que es mucho mayor que entre los visitantes españoles. Y dentro de los españoles, aunque las diferencias según la procedencia, son menores, resulta también de interés comprobar que estas dos fuentes de información tienen una mayor influencia entre los visitantes que proceden de fuera de Castilla y León que entre los que residen en la Comunidad Autónoma (Ver cuadro 4.2). En el resto de fuentes de información, al tener tan poca influencia en todos los casos, las diferencias que se observan son estadísticamente poco relevantes, salvo la relativa a la influencia de los centros escolares, que aunque es pequeña en todos los casos, es bastante mayor entre los visitantes más cercanos (los que proceden de Castilla y León) que del resto del país.



Cuadro 4.2.- Medio de información que más ha contribuido a la decisión de visitar Valladolid, según la clase de visitante y su procedencia. (Porcentajes en horizontal)

		Prensa y Radio	Boca a boca	Ya lo conocía	Internet	Folletos, stands, ferias	Centros enseñanza	Otros	Ninguno
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	3,9	17,6	5,7	22,4	5,0	5,7	5,3	34,3
	Viajero	1,1	13,7	1,7	33,9	5,3	4,8	8,1	31,5
	Aloj. no reglados	0,6	38,7	3,3	19,7	0,9	7,2	2,4	27,3
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	2,3	21,5	4,2	24,4	4,2	5,2	5,5	32,8
	En el extranjero	0,4	25,6	0,4	34,5	2,7	11,2	4,7	20,5
<i>Comun. Autónoma</i>	Castilla y León	4,3	20,4	5,3	20,8	4,0	7,2	4,7	33,1
	Com. Madrid	1,1	21,5	3,9	27,2	4,1	2,1	7,3	32,9
	Resto España	0,6	22,8	3,0	27,2	4,3	4,2	5,5	32,4
<i>Zonas geográficas</i>	Castilla y León	4,3	20,4	5,3	20,8	4,0	7,2	4,7	33,1
	Madrid	1,1	21,5	3,9	27,2	4,1	2,1	7,3	32,9
	Sur/Sureste	0,8	22,3	2,9	25,6	3,7	3,7	7,0	33,9
	Cataluña/Aragón		21,0	2,9	21,7	7,2	6,5	3,6	37,0
	Norte	0,9	25,3	3,5	34,5	3,5	2,5	4,1	25,6
	Extrem./C.Mancha/Rioja		18,4	2,9	20,4	4,9	8,7	7,8	36,9
	Islas		22,4	1,7	19,0	3,4	1,7	6,9	44,8
Total		2,3	21,5	4,2	24,4	4,2	5,1	5,5	32,8

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Por lo que respecta a las características sociodemográficas, se observan algunas diferencias relevantes en función de la edad, el nivel de estudios, la ocupación y el nivel de ingresos, que es interesante tenerlas en cuenta de cara a una política de difusión. Como podemos ver en el cuadro 4.3, aunque Internet es el medio de mayor incidencia en casi todos los colectivos, donde esta incidencia es mayor es entre los estudiantes (y por tanto también entre los más jóvenes) y los de mayor nivel de formación y de ingresos. Por el contrario, donde más incide el boca a boca es entre la población no activa y la de menor nivel de estudios, así como la de menor nivel de ingresos (además de ser entre los jóvenes por razones generacionales, donde también mayor incidencia tiene este medio de información). Como tendencias generales, aunque no sean muy marcadas, se observa que la incidencia de Internet aumenta con el nivel de estudios y de ingresos, mientras que en el boca a boca sucede lo contrario (desciende a medida que la formación y los ingresos aumentan). También cabe destacar que los folletos, stands y ferias, aunque tienen poca influencia en todos los colectivos, esta aumenta con la edad. De todos modos, lo más relevante que ponen de manifiesto los datos del cuadro 4.3 no son las diferencias entre los distintos colectivos (antes señalados), sino la constatación de que en todos ellos las dos principales fuentes informativas son, con mucha diferencia, Internet y el boca a boca y que también en todos tiene muy poca incidencia los mass media y demás medios de comunicación tradicionales.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 4.3.- Medio de información que más ha contribuido a la decisión de visitar Valladolid en cada uno de los dos colectivos que se indican. (Porcentajes en horizontal)

		Prensa y radio	Boca a boca	Ya lo conocía	Internet	Folleto, stands, ferias	Univ, inst, escuelas...	Otros	Ninguno
<i>Sexo</i>	Hombre	1,9	19,9	3,4	24,4	5,2	5,7	6,5	33,1
	Mujer	2,4	23,8	4,3	26,3	2,9	5,9	4,4	30,1
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	0,6	24,9	1,2	30,8	2,0	15,1	4,6	20,9
	Entre 25 y 34 años	3,0	25,7	2,1	24,0	3,1	3,2	5,5	33,4
	Entre 35 y 44 años	2,7	17,1	3,4	27,0	4,0	3,0	6,7	36,1
	Entre 45 y 54 años	1,6	17,7	5,3	26,1	6,0	5,5	6,2	31,7
	Más de 55 años	2,6	22,2	9,0	17,8	6,2	2,6	3,9	35,7
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	2,8	17,8	4,9	25,2	5,4	3,9	5,7	34,2
	Soltero	1,6	25,3	2,4	26,0	2,8	7,6	5,6	28,8
	Otras situaciones	1,8	23,6	6,7	22,4	4,2	4,8	1,8	34,5
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	2,4	24,3	5,8	22,0	2,9	5,3	4,0	33,3
	Bachillerato, F.P.	2,3	21,8	3,0	25,5	3,9	7,3	6,0	30,3
	Universitarios	1,9	21,1	3,7	26,3	4,5	4,9	5,3	32,3
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	0,2	26,1	0,9	31,2	1,2	18,1	2,6	19,7
	No activo o parado	3,6	25,5	6,7	18,3	4,1	3,9	3,6	34,3
	Trabajador	2,3	19,8	3,7	26,1	4,8	3,3	6,4	33,6
	Otra situación	1,8	29,1	9,1	9,1	1,8	1,8	5,5	41,8
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	1,7	27,4	3,7	19,6	4,3	9,2	6,1	28,0
	De 12.000 a 30.000 €	2,3	21,3	4,7	23,5	4,8	3,5	6,1	33,8
	Más de 30.000 €	1,8	16,3	6,4	32,2	4,6	4,3	4,6	29,8
Total		2,1	21,9	3,8	25,4	4,0	5,8	5,4	31,6

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

4.2.- Información durante su estancia en Valladolid

Para conocer el nivel de uso que, durante su estancia en la ciudad, hacen los visitantes, tanto de los servicios de información turística como de los servicios turísticos que el Ayuntamiento dispone, se formuló a los encuestados dos preguntas, en este caso cerradas. Una fue: *De los siguientes servicios de información turística ¿cuáles ha utilizado o tiene pensado utilizar durante su visita a la ciudad de Valladolid?* (Y se le preguntaba por la Web de Información Turística, el Teléfono Turístico y por los Cajeros de Información Turística). La otra: *¿Cuáles de estos servicios turísticos ha utilizado o tiene pensado utilizar durante su visita a la ciudad?* (A continuación se le fue preguntando por la Oficina de Información Turística, el Bus Turístico, Valladolid Card, el Barco Turístico y el alquiler de bicicletas).



El bloque de servicios incluidos en la primera pregunta los caracterizamos como *servicios telemáticos de información turística* y los incluidos en la segunda como *otros servicios turísticos*, cuyo nivel de uso analizamos a continuación.

4.2.1.- Nivel de uso de los servicios telemáticos de información turística

En línea con lo señalado en el punto anterior, la inmensa mayoría de los que viajan a la capital (el 80%) no consultan, durante su estancia en Valladolid, ningún tipo de información sobre la ciudad en ninguno de los servicios telemáticos de información disponibles para ello. Y de los medios consultados, la Web de información turística es, con diferencia, el medio de información más popular entre los visitantes, utilizado por uno de cada siete (14%) de los que llegan a la ciudad. Este medio ha experimentado un fuerte incremento en 2009, aunque todavía sigue siendo de uso minoritario. Pero con la nueva configuración, que ha comenzado su andadura a finales de este año 2010, se prevé un aumento importante de usuarios. En próximas encuestas se verá su efectividad. De todos modos, antes incluso del inicio de su nueva configuración, se está constatando ya un incremento progresivo de su uso, como se pone de manifiesto en el cuadro 4.4.

Cuadro 4.4.- Proporción de visitantes que durante 2008 y 2009 han utilizado cada uno de los siguientes servicios de información turística. (*) (Respuesta múltiple)

	2008	2009	Total
Web de Información Turística	11,2	16,9	14,1
Teléfono Turístico	0,9	0,4	0,6
Cajeros de Información Turística	3,9	0,4	2,1
Ninguno de ellos	80,9	79,0	80,0

(*)La diferencia hasta 100 es el porcentaje de visitantes que no han utilizado el servicio que se señala.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.



4.2.2.- Utilización de otros servicios turísticos

La mayor parte de los visitantes (el 73%) no ha utilizado durante su visita ninguno de los servicios turísticos sobre los que se le preguntó. Y de los servicios utilizados sólo resulta relevante el uso de la Oficina de Información Turística, por la que han pasado el 20% de los visitantes. El resto de servicios turísticos apenas son demandados por los que nos visitan. (Ver cuadro 4.5).

En este contexto de baja utilización de estos servicios llama, además, la atención el descenso experimentado en 2009 en todos ellos.

Cuadro 4.5.- Proporción de visitantes que durante 2008 y 2009 han utilizado cada uno de los siguientes servicios turísticos. (*). (Respuesta múltiple)

	2008	2009	Total
Oficina de Información Turística	22,5	18,4	20,4
Bus Turístico	3,8	1,6	2,7
Barco Turístico (La Leyenda del Pisuerga)		1,0	0,5
Alquiler de bicicletas	4,4	0,6	2,5
Ninguno de ellos	68,6	77,5	73,1

(*)La diferencia hasta 100 es el porcentaje de visitantes que no han utilizado el servicio que se señala

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

4.2.3.- Nivel de uso de la Web y de la Oficina de Información Turística

En este apartado vamos a analizar el nivel de uso de los dos principales servicios de información que hemos visto en los dos apartados anteriores: la Web y la Oficina de Información Turística.

En el cuadro 4.6 recogemos la proporción de visitantes que utilizan cada uno de estos dos servicios, según el tipo de visitantes y según sus características sociodemográficas, para ver si hay diferencias en el nivel de uso entre los distintos colectivos. Y en el cuadro 4.7 añadimos la proporción de encuestados de cada uno de los grupos señalados que han contestado que no han utilizado ninguno de los servicios telemáticos de información sobre los que se le preguntaba ni ninguno de los otros servicios turísticos que se incluían en la segunda pregunta. No incluimos en ninguno de los dos cuadros los demás servicios de información ni servicios turísticos que hemos visto en los dos apartados anteriores porque al ser tan escaso su uso las diferencias que aparecen en la encuesta carecen de valor estadístico, por el alto margen de error que presentan.



De los dos cuadros, el dato más llamativo es el escaso nivel de utilización de los servicios turísticos, como se pone de manifiesto en el cuadro 4.7. En todos los colectivos la proporción de los que no utilizan ninguno de los servicios (ni los de información ni los demás) es muy elevado –en todos los casos por encima de las dos terceras partes, salvo entre los extranjeros, y solo en el caso de la Oficina de Información Turística, la cual utilizan casi la mitad de los extranjeros que llegan a Valladolid-. Una situación que, a grandes rasgos, se ha mantenido en los mismos parámetros de uso en 2008 y 2009 en lo que se refiere a los servicios telemáticos de información, pero que ha empeorado en 2009 respecto a los demás servicios turísticos, donde la proporción de los que no utilizan ninguno de éstos se ha incrementado en todos los colectivos, salvo en el caso de los extranjeros donde ha disminuido. O lo que es lo mismo, solo en el colectivo de extranjeros se ha experimentado un incremento en el uso de estos servicios, en el resto ha disminuido. Este incremento de uso durante 2009 por parte de los extranjeros se sitúa en el marco de un aumento en la utilización de todos los servicios turísticos por parte de este colectivo.

No obstante, en este contexto generalizado de escaso uso de los servicios turísticos se observan algunas diferencias de interés, especialmente respecto a la utilización de la Oficina de Información y demás servicios turísticos. Los extranjeros utilizan bastante más que los españoles dichos servicios, especialmente la Oficina de Información. Y lo mismo ocurre con los visitantes españoles procedentes de fuera de Castilla y León con respecto a los de la Comunidad. Utilizan mucho más éstos servicios turísticos los de fuera que los de aquí. También cabe destacar que los viajeros utilizan estos servicios bastante más que los excursionistas y los turistas que pernoctan en establecimientos no reglados.

Por lo que se refiere a la incidencia de las variables sociodemográficas en el nivel de uso, cabe señalar, como tendencias generales, que el uso de los servicios de información turística, y especialmente el de la Oficina de Información, se va incrementando con la edad, el nivel de estudios y el nivel de ingresos de los visitantes.

Además de las diferencias anteriores sobre los datos globales de 2008 y 2009, si analizamos por separado los datos relativos a cada año se observan algunas diferencias entre ambos años (2008 y 2009) que resultan de gran interés. En todos los colectivos se ha incrementado el uso de la Web en 2009 con respecto al año anterior, excepto entre los más jóvenes y los estudiantes, donde su nivel de uso ha sido similar en ambos años, con una leve tendencia al descenso en 2009. Pero en el resto de los servicios turísticos (especialmente en la Oficina de Información) el índice de utilización ha descendido de manera generalizada, excepto en el caso de los extranjeros y los que pernoctan en establecimientos no reglados, donde el nivel de uso de dichos servicios (especialmente la Oficina de Información) se ha incrementado de manera significativa durante el año 2009.

En este contexto de incremento generalizado durante 2009 del uso de la Web y descenso, también generalizado, en el uso del resto de servicios turísticos, cabe resaltar que el incremento de utilización de la Web ha sido especialmente alto entre los visitantes de fuera de Castilla y León (especialmente los extranjeros).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 4.6.- Proporción de visitantes que han utilizado durante 2008 y 2009 la Web y proporción de los que han utilizado la Oficina de Información Turística, según la clase de visitantes y las características sociodemográficas.

*(Bases: total de la muestra)

		Proporción de los que utilizan					
		Web de Información Turística			Oficina de Información Turística		
		2008	2009	Total	2008	2009	Total
<i>Tipo Visitante</i>	Excursionista	10,0	12,8	11,6	20,4	13,1	16,3
	Turista	12,0	20,6	15,9	23,7	23,1	23,5
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	10,0	12,8	11,6	20,4	13,1	16,3
	Viajero	12,7	21,2	17,0	30,0	22,4	26,1
	Alojamientos no regl.	11,3	19,6	14,7	17,5	24,3	20,3
<i>Dónde vive</i>	En España	11,5	16,7	14,1	20,9	15,9	18,4
	En el extranjero	9,5	19,4	14,0	35,1	42,9	38,7
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	11,2	13,0	12,1	12,0	8,3	10,1
	Madrid	14,4	22,8	18,1	28,0	23,8	26,1
	Resto España	10,0	18,2	14,4	28,2	21,0	24,3
<i>Sexo</i>	Hombre	9,4	16,7	13,0	20,0	20,2	20,1
	Mujer	13,1	17,1	15,2	25,0	16,9	20,8
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	13,7	11,9	12,8	18,3	18,2	18,2
	Entre 25 y 34 años	10,9	15,7	13,2	20,9	16,1	18,6
	Entre 35 y 44 años	12,1	20,1	16,1	21,3	16,5	18,9
	Entre 45 y 54 años	14,7	20,7	17,6	26,7	19,2	23,1
	Más de 55 años	2,4	17,0	10,8	29,0	24,3	26,3
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	11,3	17,9	14,7	26,3	19,3	22,7
	Soltero	11,6	16,9	14,3	19,9	18,4	19,2
	Otras situaciones	8,5	9,1	8,8	18,1	11,7	15,2
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	9,2	10,4	9,9	19,0	12,3	15,4
	Bachillerato, F.P.	12,1	12,8	12,4	22,3	18,2	20,3
	Estudios Univ.	11,1	22,1	16,7	23,1	20,7	21,8
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	12,4	11,3	11,8	21,1	20,4	20,7
	No activo o parado	7,1	13,0	10,7	26,9	19,0	22,0
	Trabajador/a	12,2	19,5	15,8	22,6	17,9	20,3
	Otra situación	3,7	23,1	7,5	16,7	7,7	14,9
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	10,0	17,8	13,0	17,0	12,8	15,3
	De 12.000 a 30.000	14,0	19,2	16,5	22,8	17,1	20,0
	Más de 30.000€	21,1	24,9	23,1	28,0	23,0	25,4
Total		11,2	16,9	14,1	22,5	18,4	20,4

* Las diferencias hasta 100 en todos los casos, es la proporción de los que no utilizan el servicio al que se refiere (La Web o la Oficina de Información Turística)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



Cuadro 4.7.- Proporción de visitantes que no han utilizado ninguno de los servicios de información telemática y proporción de los que no han utilizado ninguno de los demás servicios turísticos.* (Bases: total muestra)

		Proporción de los que no utilizan ningún servicio					
		Ninguno de los servicios de información telemática (*)			Ninguno de los otros servicios turísticos (*)		
		2008	2009	Total	2008	2009	Total
<i>Tipo Visitante</i>	Excursionista	82,3	83,6	83,0	70,5	83,1	77,6
	Turista	80,1	75,0	77,8	67,5	72,5	69,8
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	82,3	83,6	83,0	70,5	83,1	77,6
	Viajero	79,6	74,8	77,2	63,5	73,4	68,5
	Alojamientos no regl.	80,6	75,3	78,4	71,5	71,2	71,3
<i>Dónde vive</i>	En España	81,1	79,8	80,5	70,3	80,2	75,3
	En el extranjero	79,1	71,4	75,5	54,7	51,6	53,3
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	83,2	83,6	83,4	78,3	86,5	82,4
	Madrid	77,2	73,8	75,7	64,8	72,3	68,2
	Resto España	80,8	78,1	79,3	63,3	76,5	70,5
<i>Sexo</i>	Hombre	83,1	79,0	81,1	71,8	75,2	73,5
	Mujer	78,6	79,1	78,9	65,3	79,5	72,7
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	79,8	83,0	81,4	68,4	76,5	72,5
	Entre 25 y 34 años	79,6	82,4	80,9	68,7	81,0	74,6
	Entre 35 y 44 años	80,1	76,2	78,2	71,0	79,5	75,2
	Entre 45 y 54 años	79,3	72,6	76,1	67,7	74,9	71,2
	Más de 55 años	88,8	78,7	83,0	65,7	72,6	69,7
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	81,5	77,9	79,6	66,8	76,3	71,7
	Soltero	80,4	79,5	79,9	69,8	77,9	73,9
	Otras situaciones	80,9	84,4	82,5	70,2	83,1	76,0
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	83,2	85,8	84,6	71,7	84,8	78,7
	Bachillerato F.P.	81,8	82,8	82,3	65,6	76,0	70,7
	Universitarios	79,3	74,1	76,6	70,4	76,0	73,3
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	78,9	83,0	81,1	64,6	74,9	70,0
	No activo o parado	82,7	84,3	83,7	64,7	77,8	72,8
	Trabajador/a	80,3	76,6	78,5	69,4	78,4	73,8
	Otra situación	90,7	69,2	86,6	77,8	61,5	74,6
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	82,2	77,7	80,4	65,7	81,1	71,7
	Entre 12.000 y 30.000 €	79,7	74,8	77,4	69,1	77,5	73,1
	Más de 30.000 €	74,5	71,8	73,1	64,6	75,3	70,1
Total		80,9	79,0	80,0	68,6	77,5	73,1

* Las diferencias hasta 100 en todos los casos, es la proporción de los que sí han utilizado alguno de los servicios de información telemática o del resto de servicios turísticos

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

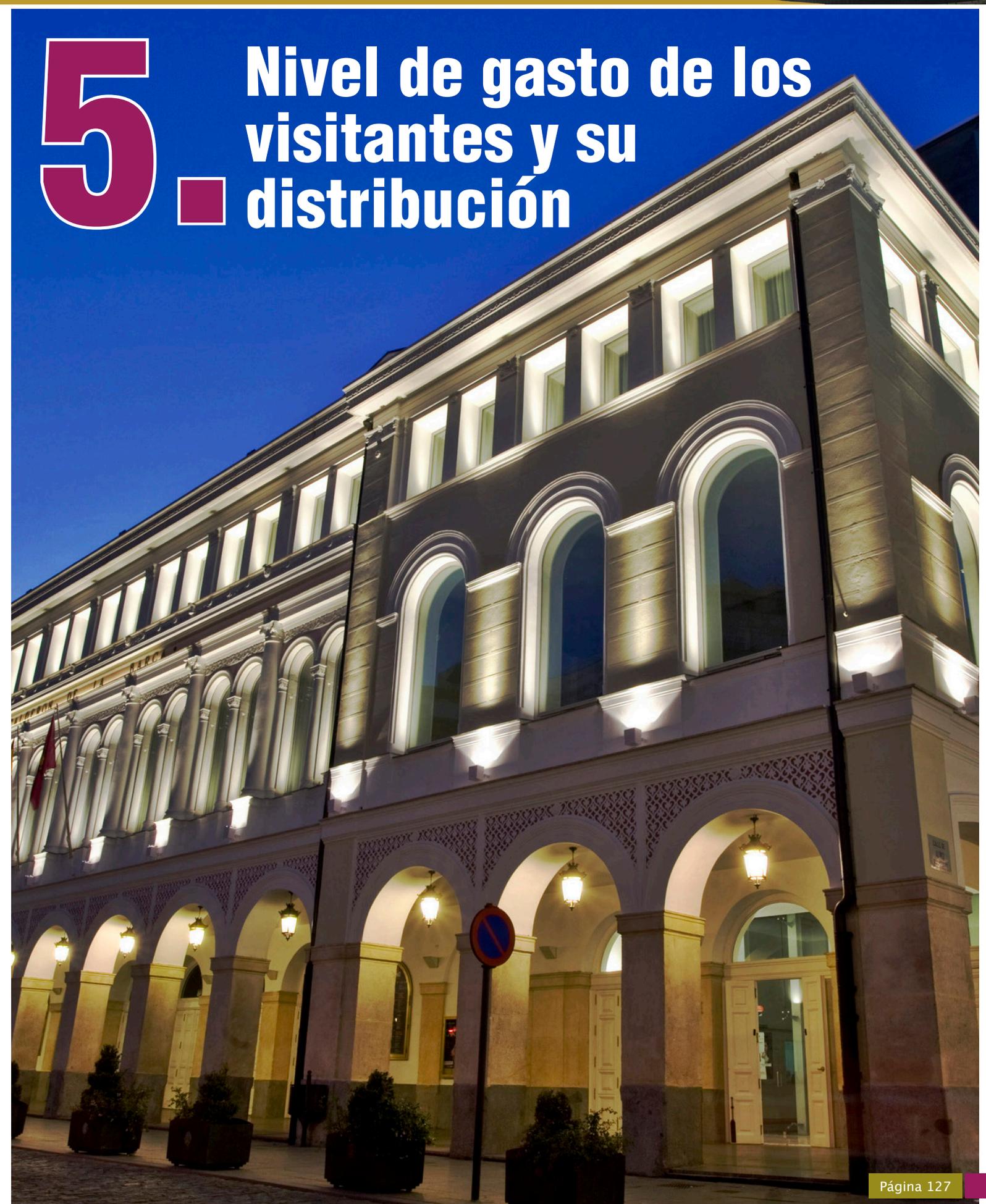
CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





5

Nivel de gasto de los visitantes y su distribución





Para conocer las pautas de comportamiento de los visitantes en el ámbito económico o del gasto que realizan en Valladolid, se formuló a los encuestados tres preguntas: la primera: *¿Cuántas personas, incluido Ud., comparten gastos en el presente viaje a la ciudad de Valladolid?*; la segunda: *y, aproximadamente, este grupo ¿cuánto dinero gastará durante su estancia en la ciudad de Valladolid?*; y la tercera: *¿Podría distribuir dicho gasto entre los siguientes conceptos: alojamiento, restaurantes (ajenos al alojamiento), otros gastos?*

Como es sabido, los datos sobre aspectos económicos y de gastos en este tipo de encuestas generales suelen tener una fiabilidad relativa, ya que mucha gente se resiste a contestar a estas cuestiones¹² y los que contestan no suelen ser muy precisos. Por lo que los resultados los tenemos que tomar con cierta reserva y sabiendo que es posible que, en lo que se refiere a la cantidad de gasto que los visitantes realizan en la ciudad esté subestimado. No obstante, los resultados obtenidos de la encuesta se aproximan bastante al gasto medio por turista que el INE aporta para Valladolid, cómo después veremos, de lo que podemos deducir que los resultados de la encuesta no van desencaminados. En cualquier caso, de los resultados obtenidos de la encuesta, el mayor interés no está en las cifras totales de gastos (las cuales como hemos señalado, hay que tomar con precaución), sino en la distribución de dicho gasto, así como en las diferencias en las pautas de comportamiento respecto del gasto entre las distintas clases y perfiles de visitantes.

5.1.- Número de personas que comparten gastos y gasto total del grupo

Entre los visitantes que llegan a Valladolid, la media de personas que comparten gastos es de 2,1 y, según los resultados de la encuesta, la media del gasto total que el grupo o unidad del gasto va a realizar en este viaje a la ciudad es de 225,5 euros. Lo que equivale a que el gasto medio por visitante en estos dos años fue de 109 euros. (Esta cifra sube a 172 euros en el caso de los viajeros –los que pernoctan en hotel-) –Ver cuadro 5.2-.

En 2009, a pesar de la crisis, el nivel medio de gasto de los visitantes se ha mantenido (105€ en 2008 y 112€ en 2009), como se ve en el cuadro 5.3. Aunque ha descendido el gasto medio por viajero (174€ en 2008 y 169 en 2009), este descenso se ha compensado con creces por el incremento del gasto medio que han tenido los que pernoctan en establecimientos no reglados (148€ en 2008 y 218 en 2009). Un incremento que posiblemente se deba a que algunos visitantes de estancia larga, que en una situación normal pernoctarían en hotel, por efecto de la crisis han pasado de utilizar un alojamiento no reglado, por resultarle más económico.

Estas cifras, a pesar de las reservas antes señaladas, las podemos tomar como bastante aproximadas a la realidad, si las comparamos con las que ofrece el INE a nivel provincial para los viajeros. Según el INE, el gasto medio por viajero en la provincia de Valladolid fue durante el año 2008 de 138,3 euros y en 2009 de 146€. Si

¹² En nuestra encuesta no han contestado a la pregunta de cuánto dinero se gastará en el presente viaje a Valladolid 277 personas, es decir, el 10,4% de la muestra.



tenemos en cuenta que, previsiblemente, el viajero gaste por término medio, más en la ciudad que en la provincia, podemos considerar que la cifra de 172 euros que, según la encuesta, han gastado de media los viajeros en la ciudad durante 2008 y 2009, no va desencaminada. Y si tomamos como referente para validar este dato, los datos del INE a nivel provincial, podemos también suponer que, si en el conjunto de la provincia (incluida la capital) el nivel de gasto por viajero se ha venido incrementando progresivamente en los últimos años por encima del IPC (como se ve en el cuadro 5.1) también se haya producido este incremento en la ciudad de Valladolid, al menos hasta el año 2008, ya que, según los datos de nuestra encuesta, en 2009, como se ha señalado, el gasto medio por viajero ha bajado¹³. Un descenso que ha sido compensado, como hemos dicho, con el incremento del gasto medio de los turistas que han pernoctado en establecimientos no reglados. (Ver cuadro 5.3).

Cuadro 5.1.- Gasto medio provincial por viajero en Castilla y León desde 2004 a 2009

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Salamanca	141,0	151,7	143,0	138,8	147,6	156,1
Soria	117,8	131,4	136,8	137,0	146,0	143,0
Valladolid	107,9	124,3	133,4	138,2	138,3	145,9
Palencia	116,1	117,9	123,0	131,1	134,9	139,5
León	100,1	113,3	119,7	125,3	134,0	136,1
Ávila	113,0	117,6	122,8	124,9	133,8	140,0
Segovia	112,7	119,2	120,3	124,6	133,4	134,4
Burgos	92,2	110,3	118,7	118,4	124,2	131,5
Zamora	101,9	109,9	111,4	130,3	118,1	120,3

Fuente: Consejería de Turismo de la Junta de Castilla y León y elaboración propia.

No obstante, tanto el tamaño del grupo de visitantes como el nivel de gasto de éstos varía bastante según la clase de visitante y su procedencia.

Como vemos en el cuadro 5.2, los excursionistas son los que vienen en grupos más amplios y los que menos gastan (33 € de media por excursionista), mientras que quienes pernoctan en establecimientos no reglados son los que suelen venir menos acompañados, aunque su nivel de gasto total, a pesar de que no pernoctan en hotel, es el más alto de todos los visitantes (179 € de media), debido a que su estancia en la ciudad es bastante más larga que en el caso de viajeros y excursionistas. El gasto medio por viajero (172€), se aproxima al de los que pernoctan en establecimientos no reglados, a pesar de que la duración de su estancia es bastante reducida, como hemos visto en el apartado 2.5.

En este punto, resulta relevante constatar el incremento en el gasto que, en 2009, se ha producido en el colectivo de turistas, a pesar de la crisis. (Ver cuadro 5.3). Mientras entre los excursionistas el gasto medio por persona apenas ha variado –quizás porque algunos posibles viajeros se han convertido en excursionistas,

¹³ Según nuestra encuesta, el gasto medio por viajero en la ciudad de Valladolid fue: durante el año 2008, 174€ y durante 2009, 169€ (ver cuadro 5.3)

el turismo en Valladolid

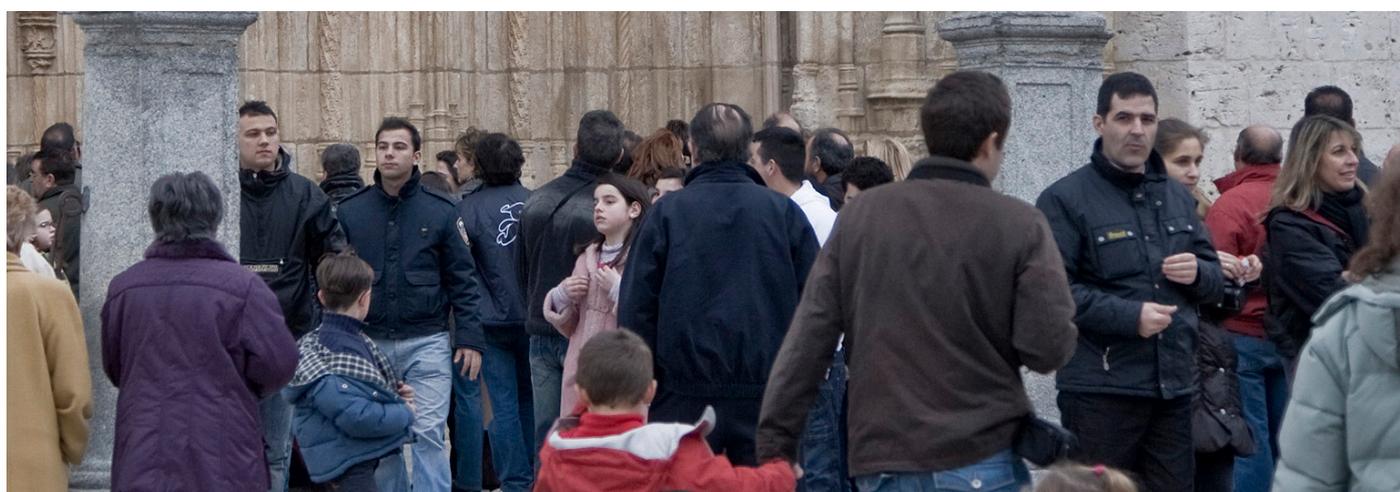
CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



como se indicó en el capítulo 2-, entre los turistas se ha experimentado un incremento significativo en la media de gasto por persona (pasando de 163€ en 2008 a 185 en 2009). Aunque dicho incremento puede resultar algo engañoso, ya que se debe a un aumento considerable en el gasto medio por parte de los extranjeros que pernoctan en establecimientos no reglados (como se ve en el cuadro de la nota al pie), mientras desciende el gasto medio por viajero (como hemos visto) y también el gasto medio de los españoles que pernoctan en establecimientos no reglados¹⁴.

Por lo que se refiere a la procedencia, los extranjeros vienen preferentemente solos y gastan en su estancia una cantidad muy superior a lo que gastan los españoles (331 € por visitante, frente a los 90€ de media que gastan los que proceden de España –Ver cuadro 5.2-). A este respecto, resulta de interés constatar que mientras entre los visitantes españoles ha descendido ligeramente el nivel de gasto por persona en 2009 con respecto a 2008 (prácticamente el nivel del IPC), entre los extranjeros se ha producido un incremento considerable (de 259 a 415 € por visitante). Un incremento medio que es debido, como ya se ha indicado, al considerable aumento del gasto de los que pernoctan en establecimientos no reglados (previsiblemente estudiantes Erasmus y de español).

También resulta interesante comprobar el papel que juega a este respecto la proximidad a Valladolid dentro de los visitantes españoles: la tendencia que se observa es que a mayor distancia de la ciudad mayor gasto por visitante. Algo que parece lógico, ya que la proximidad favorece, no solo un índice mayor de visitantes, sino también que sus estancias sean más cortas y que su índice de pernoctaciones sea menor. Así, constatamos que el nivel medio de gasto de los visitantes del Centro de España, incluidos los que proceden de Madrid, es solo un poco más alto que el de los que vienen de Castilla y León, mientras que el de quienes proceden del resto de la península es casi el doble y el de los que vienen de las islas cuatro veces más. Estos últimos son, con diferencia, los que tienen un mayor índice de gasto (más del doble de la media). (Ver cuadro 5.2).



14. Media de gasto por persona o visitante español y extranjero en 2008 y 2009

Clase de Visitante	Visitantes españoles		Visitantes extranjeros	
	2008	2009	2008	2009
Excursionista	33,1	33,4	35,3	36,2
Viajero	156,2	164,5	332,5	214,3
Alojamientos no reglados	114,4	103,1	358,2	823,8



Comparando los datos de 2008 y 2009 resulta llamativo, y por ello interesante, constatar que el nivel de gasto de los visitantes procedentes de Castilla y León ha descendido considerablemente en 2009 (de 73 a 52 € de media por persona) mientras se ha incrementado el de los visitantes procedentes de todas las demás zonas españolas (con la excepción de los que proceden de Extremadura/Castilla la Mancha/Rioja¹⁵), como se puede observar en el cuadro 5.3.

Cuadro 5.2.- Número de personas que comparten gastos, gasto medio total del grupo o unidad de gasto, y gasto medio por persona o visitante, según la clase de visitante y su procedencia. (En la primera pregunta, porcentajes en horizontal)

		<i>¿Cuántas personas, incluido Vd., comparten gastos en el presente viaje a la ciudad de Valladolid?</i>				Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)
		Una: él mismo	Dos personas	Más de dos pers.	Media de personas		
<i>Tipo Visitante</i>	Turista	53,6	32,4	14,0	1,9	331,6	174,9
	Excursionista	52,8	31,7	15,5	2,2	74,4	33,2
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	52,8	31,7	15,5	2,2	74,4	33,2
	Viajero	44,8	39,4	15,7	2,2	369,3	171,7
	Alojamiento no reglado	63,9	24,0	12,0	1,6	284,1	178,6
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	52,1	33,0	15,0	2,1	187,4	89,8
	En el extranjero	63,7	24,4	11,9	1,6	543,3	331,1
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	62,8	25,5	11,7	1,7	104,8	62,0
	Com. de Madrid	44,7	40,5	14,8	2,1	183,3	87,6
	Resto España	43,2	37,9	18,9	2,6	290,9	113,7
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	62,8	25,5	11,7	1,7	104,8	62,0
	Madrid	44,7	40,5	14,8	2,1	183,3	87,6
	Sur/Sureste	36,4	45,3	18,2	2,4	324,9	134,7
	Cataluña/Aragón	48,2	38,3	13,5	2,7	288,9	105,5
	Norte	43,5	34,9	21,6	2,3	253,4	108,6
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	41,0	35,2	23,8	3,9	277,7	70,6
	Islas	62,1	27,6	10,3	1,5	381,6	251,5
Total		53,2	32,1	14,6	2,0	222,5	108,9

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

15 Una variación tan alta en el índice de gasto por persona de los visitantes de esta zona -160€ de media en 2008 y 46 en 2009- no tiene ninguna explicación lógica, por lo que previsiblemente se deba a error muestral, al tratarse de una submuestra muy pequeña (47 casos en 2008 y 58 en 2009), donde cualquier eventualidad en la selección de los encuestados puede tener una gran incidencia en los resultados. (En este caso, el error parece estar relacionado con la media de personas por grupo que los encuestados de esta zona han manifestado que componían su unidad de consumo -2 en 2008 y 5,5 en 2009-. Ver cuadro 5.3)

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 5.3.- Media de personas que comparten gasto y media de gasto por grupo y por persona o visitante durante el año 2008 y 2009, según la clase de visitante y su procedencia.

		2008			2009		
		Media de personas del grupo	Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)	Media de personas del grupo	Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)
<i>Tipo Visitante</i>	Turista	1,8	296,3	163,2	2,0	367,1	184,6
	Excursionista	2,5	82,2	33,2	2,1	69,1	33,5
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	2,5	82,2	33,2	2,1	69,1	33,5
	Viajero	2,0	352,4	173,9	2,3	383,9	169,0
	Alojamiento no reglado	1,6	236,8	147,5	1,6	341,9	217,8
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	2,1	189,2	90,0	2,1	186,0	89,8
	En el extranjero	1,7	444,5	258,8	1,6	643,8	414,8
<i>Comunidad Autónoma (Sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	1,7	126,0	72,7	1,6	86,2	52,3
	Com. de Madrid	2,1	164,7	77,2	2,0	202,4	99,1
	Resto España	2,6	293,3	114,1	2,6	289,3	113,4
<i>Comunidad Autónoma (Sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	1,7	126,0	72,7	1,6	86,2	52,3
	Madrid	2,1	164,7	77,2	2,0	202,4	99,1
	Sur/Sureste	2,4	319,8	131,7	2,4	328,2	136,7
	Cataluña/Aragón	3,3	310,1	93,7	2,2	271,3	125,8
	Norte	2,7	257,1	95,9	2,0	250,7	123,6
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	2,0	316,4	159,9	5,5	250,3	45,4
	Islas	1,4	299,4	215,2	1,6	427,8	267,4
Total		2,1	216,8	105,2	2,0	227,4	112,4

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

También resulta de interés observar las diferencias que se producen, en función de las características sociodemográficas de los visitantes, tanto en el tamaño del grupo o unidad de gasto como en el dinero que se gastan.

Como podemos comprobar en el cuadro 5.4, a medida que aumenta la edad y el nivel de ingresos, aumenta la proporción de los que vienen en pareja y disminuye la de los que vienen solos. Una pauta de comportamiento que va asociada, fundamentalmente, al estado civil y la situación laboral. Como se ve en el cuadro, la proporción de visitantes que vienen solos es la mitad entre los casados o que vienen en pareja que entre los solteros, mientras que la relación se invierte en el caso de los que vienen en pareja. La influencia del nivel de ingresos (que a la vez va asociada a la edad y al tipo de trabajo) no es tan marcada pero también es grande.



Por lo que se refiere al nivel de gasto, la variable más determinante es, como parece lógico, el nivel de ingresos, asociado a su vez a la situación laboral y al nivel de estudios. A medida que se incrementan el nivel de estudios y el nivel de ingresos aumenta el nivel de gasto de los visitantes. Y, como es lógico, gastan más los que trabajan que los parados e inactivos laboralmente. (El caso de los estudiantes –que son los que más gastan por persona- no contradice la tendencia anterior, ya que se trata de estancias de larga duración).

Cuadro 5.4.- Número de personas que comparten gastos, gasto total del grupo o unidad de gasto, y gasto medio por persona o visitante, según las características sociodemográficas de los visitantes. (En la primera pregunta, porcentajes en horizontal)

		¿Cuántas personas, incluido Vd., comparten gastos en el presente viaje a la ciudad de Valladolid?				Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)
		Una: él mismo	Dos personas	Más de dos pers.	Media de personas		
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	67,4	19,2	13,4	1,82	230,8	127,0
	Entre 25 y 34 años	59,5	28,7	11,8	1,91	209,9	109,7
	Entre 35 y 44 años	49,2	32,4	18,4	2,02	212,3	105,0
	Entre 45 y 54 años	42,0	38,4	19,6	2,08	250,8	120,3
	Más de 55 años	40,8	48,1	11,1	2,57	220,4	85,7
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	35,5	46,1	18,4	2,27	242,5	107,0
	Soltero	67,3	20,8	11,9	1,79	212,4	118,9
	Otras situaciones	66,3	23,7	10,1	2,49	160,6	64,5
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	48,2	34,9	16,8	2,27	168,7	74,5
	Bachillerato, F. P.	52,7	30,6	16,7	2,22	203,0	91,4
	Estudios universitarios	55,9	31,7	12,4	1,83	250,9	137,2
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	72,1	16,2	11,6	1,72	240,8	139,7
	No activo o parado	42,5	44,8	12,7	2,71	195,2	71,9
	Trabajador	51,3	32,9	15,8	1,95	224,6	115,1
	Otra situación	43,1	40	16,9	2,2	201,8	91,7
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000€	66,0	23,9	10,1	1,88	223,1	118,4
	Entre 12.000 y 30.000 €	52,8	34,2	13,0	1,75	207,1	118,3
	Mas de 30.000 €	45,5	36,4	18,1	2,05	252,6	123,0
Total		53,2	32,1	14,6	2,04	222,5	109,0

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

Comparando los datos relativos a la media de gasto por visitante en 2008 y 2009, se observan algunas variaciones que resultan de gran interés. Como se puede ver en el cuadro 5.5, el índice de gasto se ha incrementado en 2009 en todos los colectivos en los que se ha desagregado la información, salvo en los parados e inactivos laboralmente (jubilados, etc.), así como en aquellos cuya situación está asociada con la condición de parado o jubilado (mayores de 55 años, viudos y personas con estudios primarios o menos), que es en los colectivos donde la capacidad de consumo ha disminuido especialmente, como consecuencia de la crisis.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 5.5.- Tamaño medio del grupo de visitantes que comparten gastos, gasto total del grupo y gasto medio por persona o visitante durante el año 2008 y 2009, según las características sociodemográficas de los visitantes.

		2008			2009		
		Media de personas	Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)	Media de personas	Media de gasto total del grupo (En €)	Media de gasto por persona o visitante (En €)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	2,1	213,5	100,6	1,5	246,2	162,9
	Entre 25 y 34 años	2,0	195,5	97,1	1,8	223,7	124,0
	Entre 35 y 44 años	1,9	204,7	110,0	2,2	218,6	100,2
	Entre 45 y 54 años	2,2	243,3	109,8	2,0	257,6	132,4
	Más de 55 años	2,2	256,7	118,1	2,9	197,7	69,1
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	2,2	247,2	111,4	2,3	238,7	103,3
	Soltero	2,0	193,1	97,6	1,6	229,1	143,8
	Otras situaciones	1,7	200,7	118,4	3,4	117,6	34,2
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	2,4	193,2	81,1	2,2	150,4	69,4
	Bachillerato, F. P.	2,2	204,3	92,8	2,2	201,8	90,1
	Estudios universitarios	1,8	229,3	125,5	1,8	268,3	146,7
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	2,1	202,7	96,4	1,4	271,5	196,0
	No activo o parado	2,2	225,8	101,4	3,0	178,8	59,2
	Trabajador	2,0	216,7	109,3	1,9	232,0	120,9
	Otra situación	2,4	251,3	103,7	1,3	80,0	61,2
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	2,2	199,8	91,2	1,4	257,9	184,0
	Entre 12.000 y 30.000 €	1,7	196,5	113,7	1,8	217,2	122,4
	Más de 30.000 €	2,2	251,3	115,1	1,9	253,6	130,9
Total		2,1	216,8	105,2	2,0	227,4	112,4

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

5.2.- Distribución del gasto

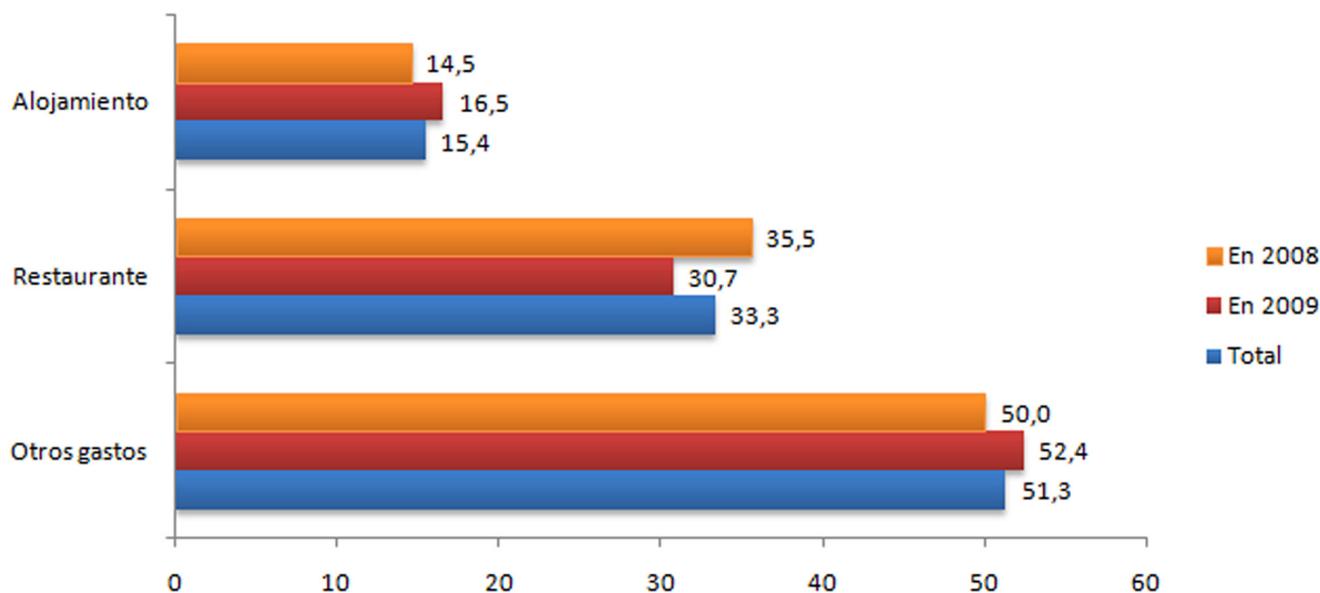
Como ya hemos señalado, para conocer la distribución del gasto entre los distintos conceptos o en qué gastan fundamentalmente los visitantes el dinero que dejan en Valladolid, se preguntó a los encuestados que nos dijeran de todo lo que iban a gastar en este viaje qué porcentaje aproximado iban a destinar a alojamiento, restaurantes y otros gastos.

Según los resultados de la encuesta el alojamiento es de los tres capítulos el que se lleva la menor parte del gasto (el 15,4% del total). Los restaurantes se llevan el 33,3%. Con lo que, el total de lo que los visitantes se gastan en establecimientos hoteleros y de comidas apenas llega a la mitad (el 48,7%). El resto, algo más de la mitad (el 51,3%), se destina a otros gastos diferentes del alojamiento y manutención.



Comparando los datos relativos a 2008 y 2009, observamos que en lo que se refiere a la distribución del gasto, la crisis ha perjudicado al alojamiento, pero ha beneficiado de manera significativa a los restaurantes. Durante 2009 los visitantes han gastado en restaurantes el 35,5% del total de gasto que realizaron en Valladolid frente al 30,7% que gastaron en 2008, como vemos en el gráfico 5.1.

Gráfico 5.1.- Distribución porcentual del gasto total que los visitantes hacen en Valladolid en los tres conceptos que se señalan



Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

En el cuadro 5.6 se presenta una distribución de los visitantes en función de lo que el gasto en cada concepto le supone del gasto total (considerado éste gasto total como 100). En él vemos cómo los gastos en alojamiento y los de restaurantes representan, en ambos casos, menos del 20% del total para un gran número de visitantes (el 66,6% en el primer caso y el 33,1% en el segundo -incluyendo los que no gastan nada-), mientras que el 50% o más de gasto en estos conceptos solo lo tienen el 16,3% y 34,2% de visitantes respectivamente. Por el contrario, en el capítulo de “otros gastos” la situación es la opuesta: estos gastos representan menos del 20% solo para el 21,6% de los visitantes, mientras el 51,2% de los visitantes gasta en este concepto más del 50% de su presupuesto. Lo que pone de manifiesto la diferente repercusión económica que cada capítulo de gasto tiene en el bolsillo de los que vienen a Valladolid. Así, mientras que más de la mitad de los visitantes destinan a otros gastos más de la mitad de su presupuesto, sólo dedican esta misma cantidad a alojamiento uno de cada seis y a restaurantes uno de cada tres. Por el contrario, solo uno de cada cinco destina menos del 20 de su presupuesto a otros gastos, mientras que la proporción de los que destinan esta misma cantidad a restaurantes sube a uno de cada tres y en alojamiento a dos de cada tres.

Lo que avala la conclusión que hemos señalado anteriormente al hablar de la media de gasto en cada concepto: que no sólo la mayor parte del gasto de los visitantes se centra en otros aspectos diferentes al alojamiento y la manutención, sino que para la gran mayoría de visitantes los gastos en estos dos conceptos representan una cantidad pequeña de su presupuesto, especialmente en lo que se refiere a alojamiento.



Cuadro 5.6.- Proporción de visitantes para los que el gasto en cada uno de los tres conceptos representa el porcentaje del total de gasto¹⁶ que se indica en la cabecera de la tabla (datos relativos al gasto de 2008, 2009 y media de ambos años). (Porcentajes en horizontal)

		Porcentaje de gasto que representa el concepto dentro del gasto total						
		No gasta nada	Menos del 20	Del 20 al 29	Del 30 al 39	Del 40 al 49	Del 50 al 59	Más del 59
2008	Alojamiento	64,2	0,6	3,4	5,2	6,8	14	5,8
	Restaurante	31,9	3,6	10,7	15,2	6,8	17,4	14,5
	Otros gastos	11,2	9,8	10,7	8,1	4,9	15,0	40,3
2009	Alojamiento	67,1	0,9	4,6	6,0	8,1	8,3	5,0
	Restaurante	27,9	3,0	9,7	13,6	9,7	14,9	21,1
	Otros gastos	9,6	12,6	13,1	10,3	6,7	11,4	36,3
Total	Alojamiento	65,8	0,8	4,0	5,7	7,5	10,9	5,4
	Restaurante	29,8	3,3	10,1	14,3	8,4	16,1	18,1
	Otros gastos	10,3	11,3	12,0	9,3	5,9	13,0	38,2

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

Esta distribución del gasto varía bastante en función de la clase de visitante y de su perfil sociológico, como veremos a continuación.

a.- Diferencias, según el tipo de visitante y su lugar de residencia

En el cuadro 5.7 se recoge la distribución del total del gasto en porcentajes y en euros, según la clase de visitante y su procedencia. Como se puede ver en el cuadro, las diferencias relevantes entre los distintos colectivos de visitantes se producen en los capítulos de alojamiento y otros gastos. En el capítulo de restaurantes, aunque también se observan algunas diferencias significativas, éstas son poco marcadas. Y de todas las diferencias las más determinantes son las que se producen en el alojamiento, pues éste capítulo de gasto, a pesar de ser el de menor cuantía en el gasto total, condiciona el gasto en los demás capítulos, tanto en valores absolutos como relativos. Por lo que nos centraremos básicamente en el análisis de este concepto de gasto.

Las diferencias que se producen en la distribución porcentual del gasto en función de la clase de visitante son grandes, pero lógicas, ya que los visitantes se han agrupado en base a esta diferenciación del gasto en uno de los conceptos: que pernocten o no y si pernoctan que lo hagan en alojamiento reglado o no reglado. Por lo que dichas diferencias no presentan novedad, al menos en lo que se refiere a la distribución porcentual del presupuesto de gasto. (Resulta obvio que los viajeros gasten mucho más que los demás en alojamiento y que esto condicione la distribución porcentual del total del gasto).

¹⁶ Los porcentajes relativos a cada concepto significan la proporción de visitantes cuyo gasto en ese concepto (alojamiento, restaurantes u otros), representa, respecto al gasto total, el porcentaje o proporción que se señala en la cabecera de la tabla. Por ejemplo, situándonos en el gasto total de 2008 y 2009, vemos que el gasto en alojamiento supone más del 59% de su total de gasto solo para el 5,4% de los visitantes, mientras que el gasto en restaurantes y otros gastos representa el mismo porcentaje para el 18,1% y 38,2%, respectivamente.



Pero al margen de estas lógicas diferencias en la distribución porcentual del gasto, en lo que se refiere a las cantidades absolutas sí resulta de interés constatar, por una parte, que los excursionistas, a pesar de estar de paso y no pernoctar en Valladolid dejan una cantidad de dinero apreciable en restaurantes de la ciudad (11,6 € de media), y por otra, que los que pernoctan en establecimientos no reglados (y que por tanto tienen pocos gastos de alojamiento), a pesar de ser visitantes de poca capacidad de gasto -estudiantes, etc.- también resultan de gran interés económico, no solo para la ciudad en general -por lo que gastan en “otros conceptos”- sino también para los restaurantes (en los que dejan 56,3 € de media).

Por lo que respecta a las diferencias en función de la procedencia, tanto en lo que se refiere al gasto total como a su distribución en valores absolutos y relativos, el factor más determinante es la proximidad o lejanía: a mayor lejanía de Valladolid mayor cantidad de gasto en todos los conceptos, especialmente en alojamiento.

Los que menos gastan en los tres capítulos (alojamiento, restaurante y otros gastos) son los de Castilla y León, y los que más, los extranjeros, aunque la distribución porcentual del gasto es muy similar a la que tienen el conjunto de visitantes españoles que proceden de fuera de Castilla y León y Madrid. Entre medias se sitúan los visitantes españoles de fuera de la Comunidad Autónoma, cuyo nivel total de gasto y su distribución depende bastante de la distancia de Valladolid. En este sentido, y centrándonos en los capítulos de gasto en alojamiento y restaurantes (que es donde se presentan las diferencias más significativas, tanto en valores absolutos como relativos) se pueden diferenciar cuatro grandes grupos de visitantes en lo que se refiere al nivel de gasto y su distribución: *los que proceden de Castilla y León* (los que por visitante menos dinero dejan en la ciudad en alojamiento y restaurantes), *los de Madrid* (que gastan por visitante en estos dos conceptos más del doble que los de Castilla y León), *los del resto de España*, (que gastan por visitante casi el doble que los de Madrid en alojamiento, aunque en restaurantes tengan un nivel de gasto solo ligeramente superior a los madrileños), y *los extranjeros* (que son, con diferencia, los que por visitante, más dinero dejan en Valladolid en todos los conceptos –aproximadamente el triple de lo que gastan los visitantes españoles de fuera de Castilla y León-) (Ver cuadro 5.2, donde se recogen los datos de gasto global y 5.7, en el que dicho gasto se desagrega por conceptos).

Por lo que respecta a la incidencia que la crisis económica ha tenido en las pautas de comportamiento de los visitantes a este respecto, a tenor de los resultados de la encuesta, parece que apenas ha incidido en el colectivo de excursionistas, pero sí que lo ha hecho, y de manera muy marcada, entre los turistas.

Como ya hemos señalado anteriormente, la tendencia en 2009 con respecto a 2008 entre los turistas ha sido incrementar los gastos en restaurantes y reducirlo en alojamiento. Una tendencia que parece generalizada, independientemente de la procedencia de los turistas, aunque resulta especialmente marcada en los que proceden de Castilla y León (Ver cuadro 5.8).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 5.7.- Distribución porcentual y en euros del total de gasto que cada visitante ha realizado en Valladolid durante los años 2008 y 2009, según la clase de visitante y su procedencia*. (Porcentajes en horizontal)

		En porcentajes			En euros		
		Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos	Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos
<i>Tipo Visitante</i>	Excursionista	0,5	34,8	64,8	0,2	11,6	21,5
	Turista	26,5	32,2	41,3	46,3	56,3	72,2
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	0,5	34,8	64,8	0,2	11,6	21,5
	Viajero	40,2	33,4	26,5	69,0	57,3	45,5
	Alojamientos no reglados	9,3	30,8	60,0	16,6	55,0	107,2
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	14,5	33,4	52,1	13,0	30,0	46,8
	En el extranjero	24,0	32,4	43,6	79,5	107,3	144,4
<i>Comunidad Autónoma (sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	6,2	28,5	65,2	3,8	17,7	40,4
	Comunidad Madrid	16,2	39,2	44,6	14,2	34,3	39,1
	Resto España	23,7	36,3	40,0	26,9	41,3	45,5
<i>Comunidad Autónoma (sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	6,2	28,5	65,2	3,8	17,7	40,4
	Madrid	16,2	39,2	44,6	14,2	34,3	39,1
	Sur/Sureste	22,1	37,6	40,3	29,8	50,6	54,3
	Cataluña/Aragón	21,8	35,1	43,0	23,0	37,0	45,4
	Norte	25,0	35,6	39,4	27,2	38,7	42,8
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	24,8	36,9	38,3	17,5	26,1	27,0
	Islas	25,8	37,2	37,0	64,9	93,6	93,1
Total		15,4	33,3	51,3	18,0	33,5	57,5

*Después de preguntar a los encuestado que nos dijeran cuantas personas compartían gastos en el presente viaje y cuánto dinero se iban a gastar durante su estancia, se les pidió que distribuyeran dicho gasto entre lo que pensaban gastar en alojamiento, restaurantes (distintos del hotel) y otros gastos. Los datos de este cuadro y el siguiente recogen las respuestas a esta última pregunta. En el 5.7 se recogen los resultados en porcentajes y en euros y en el 5.8 solo en porcentajes, para establecer mejor la comparación entre 2008 y 2009.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

No obstante, en lo que respecta al alojamiento, hay que diferenciar entre viajeros y los que pernoctan en establecimientos reglados. Mientras entre los primeros desciende la proporción de presupuesto que destinan a alojamiento, entre los segundos dicha proporción aumenta. Aunque cabe interpretar que ambos comportamientos son fruto de la misma causa (la crisis) y tienen el mismo sentido (ahorrar en alojamiento), puesto que el incremento en alojamiento por parte de los que pernoctan en establecimientos no reglados en 2009 se debe, como ya vimos en capítulos anteriores, a que, debido a la crisis, muchos visitantes, que en una situación normal (como en 2008) hubiesen pernoctado en hotel, en 2009 han buscado un alojamiento no reglado que le resultaba más económico.



Cuadro 5.8.- Distribución porcentual del presupuesto en los tres conceptos de gasto, según la clase de visitante y su procedencia (Datos diferenciados de 2008 y 2009). (Porcentajes en horizontal)

		Año 2008			Año 2009		
		Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos	Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos
<i>Tipo Visitante</i>	Excursionista	0,9	34,8	64,3	0,2	34,8	65,1
	Turista	25,8	28,3	45,9	27,2	36,1	36,7
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	0,9	34,8	64,3	0,2	34,8	65,1
	Viajero	42,4	31,3	26,3	38,3	35,2	26,6
	Alojamientos no reglados	8,2	25,1	66,7	10,6	37,6	51,8
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	15,6	30,6	53,9	13,6	35,8	50,6
	En el extranjero	24,1	32,2	43,7	23,9	32,6	43,5
<i>Comunidad Autónoma (sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	8,1	24,6	67,3	4,6	32,0	63,5
	Comunidad Madrid	16,5	37,8	45,7	15,9	40,6	43,5
	Resto España	25,2	34,1	40,7	22,6	37,9	39,5
<i>Comunidad Autónoma (sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	8,1	24,6	67,3	4,6	32,0	63,5
	Madrid	16,5	37,8	45,7	15,9	40,6	43,5
	Sur/Sureste	20,0	33,9	46,1	23,5	40,0	36,5
	Cataluña/Aragón	26,9	33,5	39,6	17,6	36,5	45,9
	Norte	25,4	34,8	39,7	24,7	36,1	39,2
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	31,1	35,1	33,8	20,2	38,1	41,6
	Islas	32,0	29,7	38,2	22,3	41,4	36,4
Total	16,5	30,7	52,8	14,5	35,5	50,0	

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

b.- Diferencias según las características sociodemográficas de los visitantes

En la distribución del gasto, las únicas variables sociodemográficas que tienen una incidencia clara son el nivel de estudios, la situación laboral y el nivel de ingresos (estas dos últimas, asociadas entre si). El resto de variables tienen una escasa incidencia en las pautas de comportamiento a este respecto.

Como se ve en el cuadro 5.9, a medida que aumenta el nivel de estudios y el nivel de ingresos se incrementa, tanto en valores absolutos como relativos, el gasto en alojamiento y restaurantes. También gastan más en estos conceptos los que trabajan que la población no activa. De lo que se deduce que el gasto en alojamiento y restaurante no solo depende de la capacidad de consumo del visitante (el cual depende, a su vez, de la situación laboral, que determina el nivel de ingresos), sino también del nivel cultural del visitante. (A medida que aumenta el nivel de estudios se produce una tendencia a incrementar el gasto en alojamiento y restaurantes y a disminuirlo de otros gastos, mientras que a medida que descendemos en el nivel de formación la tendencia es la opuesta).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 5.9.- Distribución porcentual y en euros del total del gasto que cada visitante ha realizado en Valladolid durante los años 2008 y 2009, según las características sociodemográficas. (Resultados en horizontal)

		En porcentajes			En euros		
		Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos	Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	13,7	24,2	62,0	17,4	30,7	78,7
	Entre 25 y 34 años	14,8	35,5	49,7	16,2	38,9	54,5
	Entre 35 y 44 años	17,7	33,8	48,5	18,6	35,5	50,9
	Entre 45 y 54 años	17,3	36,7	46,0	20,8	44,2	55,3
	Más de 55 años	13,8	36,5	49,7	11,8	31,3	42,6
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	17,1	36,5	46,4	18,3	39,1	49,6
	Soltero	14,4	30,9	54,7	17,1	36,7	65,0
	Otras situaciones	11,6	30,1	58,3	7,5	19,4	37,6
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	9,3	30,2	60,5	6,9	22,5	45,1
	Bachillerato, F. P.	14,4	31,9	53,7	13,2	29,2	49,1
	Universitarios	17,8	35,1	47,2	24,4	48,2	64,8
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	14,1	24,9	61,0	19,7	34,8	85,2
	No activo o parado	11,1	33,8	55,1	8,0	24,3	39,6
	Trabajador	16,7	35,5	47,8	19,2	40,9	55,0
	Otra situación	15,5	26,8	57,7	14,2	24,6	52,9
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	10,3	27,4	62,4	12,2	32,4	73,9
	Entre 12.000 y 30.000 €	15,2	34,7	50,1	18,0	41,1	59,3
	Más de 30.000 €	17,5	37,3	45,3	21,5	45,9	55,7
Total		15,4	33,3	51,3	16,8	36,3	55,9

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

Comparando los resultados de la encuesta relativos a 2008 y 2009 (ver cuadro 5.10) observamos en 2009 una tendencia a gastar más en restaurantes, a costa del resto de gastos (especialmente de alojamiento), en todos los colectivos. Lo que, unido a los datos analizados en el apartado anterior, donde observábamos la misma tendencia entre los turistas procedentes de todos los ámbitos geográficos, nos confirma que en 2009 se ha producido un cambio generalizado en las pautas de comportamiento de los visitantes a este respecto: la tendencia a gastar más en restaurantes a costa de disminuir el gasto en otros conceptos, especialmente en alojamientos hoteleros. Una tendencia que se observa de manera especial entre los visitantes con niveles medios de ingresos y los que están parados o inactivos laboralmente.



Cuadro 5.10.- Distribución porcentual del total del gasto de los visitantes de 2008 y 2009, según las características sociodemográficas. (Resultados en horizontal)

		2008			2009		
		Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos	Alojamiento	Restaurantes	Otros gastos
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	12,0	23,5	64,5	15,2	24,9	59,9
	Entre 25 y 34 años	15,7	32,5	51,8	13,9	38,5	47,6
	Entre 35 y 44 años	19,9	28,8	51,3	15,8	38,0	46,1
	Entre 45 y 54 años	19,1	36,8	44,1	15,7	36,6	47,8
	Más de 55 años	16,3	32,9	50,7	12,3	38,6	49,1
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	18,9	34,2	46,9	15,7	38,3	46,0
	Soltero	14,5	28,4	57,1	14,3	33,1	52,7
	Otras situaciones	15,7	26,4	57,9	7,3	34,1	58,7
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	10,8	28,1	61,1	8,1	31,9	60,0
	Bachillerato, F. P.	14,0	29,8	56,2	14,7	33,9	51,4
	Universitarios	19,7	31,7	48,6	16,2	37,8	46,0
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	12,2	23,6	64,2	15,5	25,9	58,6
	No activo o parado	13,1	28,6	58,3	10,1	36,5	53,4
	Trabajador	17,8	33,1	49,1	15,6	37,8	46,5
	Otra situación	18,7	23,9	57,5	7,8	34,0	58,2
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	11,1	26,7	62,2	9,0	28,3	62,7
	Entre 12.000 y 30.000 €	16,0	29,0	55,0	14,4	40,1	45,4
	Más de 30.000 €	18,0	35,3	46,7	17,0	38,8	44,2
Total		16,5	30,7	52,8	14,5	35,5	50,0

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





6



Nivel de satisfacción con el viaje y estancia en Valladolid



6.1.- Nivel de satisfacción

El grado de satisfacción de los visitantes es determinante para el turismo de una ciudad. Al más que probable regreso de los visitantes que se van satisfechos, hay que añadir que la difusión que éstos hacen de la ciudad entre sus amigos y conocidos es una de las formas de comunicación más eficaces para la captación de nuevos visitantes, como hemos visto anteriormente. Por lo que el grado de satisfacción con el que finalicen la visita influirá de manera importante en la llegada de nuevos visitantes a la ciudad.

Para conocer dicho grado de satisfacción se pidió a los encuestados que valoraran de 0 a 10 once aspectos concretos de Valladolid relacionados con su estancia turística en la ciudad y que se recogen en los cuadros siguientes. Con las respuestas obtenidas se creó un índice de satisfacción global, que viene a ser la media de todas las puntuaciones dadas a los once aspectos y que, por tanto, puede considerarse como un índice cualificado de la percepción con la que el visitante se va de la ciudad.

6.1.1.- Nivel de satisfacción de los visitantes en general

Como vemos en el cuadro 6.1, ésta percepción es muy positiva: el índice global de satisfacción de los visitantes es de 7, es decir, de notable. Destacando, además, que en el 71% de los casos las puntuaciones medias son superiores a 6,5, lo que quiere decir que terminan el viaje satisfechos, y que en el resto las puntuaciones medias se mueven dentro del aprobado (entre 4,5 y 6,5). Los que terminan el viaje insatisfechos (con puntuaciones medias inferiores al 4,5) representan una proporción casi insignificante (el 1,5%).

Cuadro 6.1.- Grado de satisfacción global de los visitantes. (Puntuaciones medias en los once aspectos)

(*)	2008	2009	Total
Muy mal (Muy insatisfecho)	0,1	0,1	0,1
Mal (Insatisfecho)	0,9	1,9	1,4
Regular (Aceptable)	22,3	32,8	27,6
Bien (Satisfecho)	70,7	59,9	65,2
Muy bien (Muy Satisfecho)	6,1	5,3	5,7
Media (de 0 a 10)	7,1	6,8	7,0
<i>(Bases)</i>	<i>(1316)</i>	<i>(1346)</i>	<i>(2662)</i>

(*) Equivalencia de categorías y puntuaciones para los aspectos individuales: Muy mal, de 0 a 2; Mal, 3-4; Regular, 5-6; Bien, 7-8; Muy bien, 9-10. Para el caso del Índice de satisfacción global: Muy mal, de 0 a 2,5; Mal, 2,5 a 4,5; Regular, 4,5 a 6,5; Bien 6,5 a 8,5; Muy bien, 8,5 a 10.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

A pesar de la crisis económica, que incidió fuertemente en el turismo en 2009, el grado de satisfacción de los visitantes apenas ha variado entre 2008 y 2009. Las tres décimas que ha bajado el índice de satisfacción (de 7,1 en 2008 a 6,8 en 2009) pueden ir asociadas al descenso del tono vital que se produce en época de crisis, que tiende a dar puntuaciones más bajas en todos los ámbitos sobre los que se le pregunta. Aunque tampoco se puede descartar que esta pequeña bajada en la puntuación tenga causas objetivas, tales como que en época de crisis la oferta cultural y de ocio descende, y esto influye en la percepción positiva de los visitantes, como



después veremos. En cualquier caso, el nivel de satisfacción de 2008 y 2009 se mueve en parámetros similares, donde apenas se observan visitantes insatisfechos. Aunque tampoco se puede obviar que en 2009 hay un 10% más de visitantes que en 2008 que califican su viaje de aceptable en lugar de satisfactorio.

Como se ha señalado, este índice de valoración tiene un alto nivel de calidad o fiabilidad, en la medida en que no está basado en una simple apreciación o estado de ánimo general al finalizar el viaje, sino que está fundamentado en la valoración de once aspectos concretos que configuran una experiencia turística bastante completa. Por lo que a continuación vamos a analizar la valoración que los visitantes dan a cada uno de los aspectos de Valladolid por los que se le preguntó, y con los que se pretende recoger la opinión de los visitantes sobre todo aquello que, de manera general, puede interesar a los que llegan a la ciudad con una finalidad turística.

Como podemos observar en el cuadro 6.2, la valoración que los visitantes dan a los distintos aspectos es bastante alta, no bajando de una media de 6,8 (es decir, una calificación de notable) en ninguno de los aspectos sobre los que se les preguntó, salvo en la señalización de movilidad para disminuidos, que es de 5,8.

Aunque en las valoraciones destaca la conservación de los monumentos, todos los aspectos son bien valorados y de una manera similar. Destacando, además, que salvo en el caso de la facilidad de movilidad para disminuidos, los que se muestran descontentos con algún aspecto (es decir, que lo valoran mal o muy mal) representan una proporción muy pequeña (inferior al 8% en todos los casos, salvo en la movilidad para disminuidos, que sube al 16%).

Cuadro 6.2.- Valoración que los visitantes dan a cada uno de los siguientes aspectos relacionados con su viaje a la ciudad de Valladolid. (Media de los años 2008 y 2009)

(*)	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	Media (De 0 a 10)
Conservación de los monumentos	0,9	1,4	14,9	66,9	15,8	7,4
Oferta cultural	2,3	1,1	23,0	61,5	12,1	7,1
Oferta de ocio complementario	2,9	1,2	25,5	59,7	10,7	7,0
Señalización turística	1,8	3,6	33,3	53,0	8,3	6,8
Atención/amabilidad de la gente	1,9	3,6	26,7	48,8	18,9	7,1
Comunicaciones y accesos a la ciudad	1,6	5,6	28,4	51,1	13,4	6,9
Cuidado del entorno urbano	0,9	2,3	20,3	62,6	13,8	7,2
Cuidado medio ambiente y naturaleza	1,3	2,6	25,1	59,9	11,0	7,1
Seguridad ciudadana	1,0	1,9	26,3	59,7	11,2	7,1
Estado de las carreteras	1,2	5,2	32,4	51,3	9,9	6,8
Facilidad de movilidad para disminuidos	3,2	13,0	51,4	28,8	3,6	5,8
Índice de satisfacción global	0,1	1,4	27,6	65,2	5,7	7,0

(*) Equivalencia de categorías y puntuaciones para los aspectos individuales: Muy mal, de 0 a 2; Mal, 3-4; Regular, 5-6; Bien, 7-8; Muy bien, 9-10. Para el caso del Índice de satisfacción global: Muy mal, de 0 a 2,5; Mal, 2,5 a 4,5; Regular, 4,5 a 6,5; Bien 6,5 a 8,5; Muy bien, 8,5 a 10.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



En el cuadro 6.3 se recogen por separado las valoraciones dadas por los visitantes de 2008 y los de 2009. Comparando los datos de ambos años se observa un ligero descenso en 2009 con respecto a 2008 en las valoraciones dadas a la oferta cultural y de ocio, a los accesos a la ciudad, a la señalización turística y a la facilidad de movilidad para disminuidos. El resto de aspectos mantienen idéntica valoración en ambos años. El pequeño descenso en la valoración de la oferta cultural y de ocio, así como del estado de las carreteras y acceso a la ciudad tiene causas objetivas: en el primer caso, porque en 2008, con motivo del centenario de la ciudad, la oferta cultural tuvo algunos eventos de mayor impacto que en 2009, y en el segundo por las obras en Valladolid, que en 2009 fueron numerosas. En cualquier caso, el descenso en la puntuación de estos aspectos ha sido pequeño, por lo que el impacto de estos factores en la valoración global ha sido muy limitado, como antes hemos señalado.

Por todo ello, se puede afirmar que el dato más relevante de esta tabla resulta ser el hecho de que en 2009 el grado de satisfacción de los visitantes con su viaje a Valladolid sigue siendo prácticamente el mismo que en 2008, a pesar del efecto de la crisis en el estado anímico de la población y de los factores objetivos antes señalados.



Cuadro 6.3.- Valoración que los visitantes han dado en 2008 y en 2009 a cada uno de los siguientes aspectos relacionados con su viaje a la ciudad de Valladolid

(*)	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	Media (De 0 a 10)
Año 2008						
Conservación de los monumentos	0,3	1,5	16,2	66,6	15,5	7,4
Oferta cultural	0,3	1,2	20,7	65,2	12,6	7,2
Cuidado del entorno urbano	0,7	2,3	18,9	64,2	13,9	7,2
Oferta de ocio complementario	0,6	1,6	22,6	63,3	11,9	7,1
Atención/amabilidad de la gente	2,4	4,4	23,5	51,6	18,2	7,1
Comunicaciones y accesos a la ciudad	0,9	4,2	22,6	56,8	15,5	7,1
Cuidado medio ambiente y naturaleza	1,0	2,9	24,3	59,9	11,9	7,1
Seguridad ciudadana	0,5	2,9	24,4	59,6	12,6	7,1
Estado de las carreteras	0,7	3,5	25,8	57,8	12,1	7,0
Señalización turística	1,0	2,8	31,9	55,7	8,6	6,9
Facilidad de movilidad para disminuidos	1,3	10,0	47,7	37,4	3,5	6,1
Índice de satisfacción global	0,1	0,9	22,3	70,7	6,1	7,1
Año 2009						
Conservación de los monumentos	1,5	1,4	13,7	67,2	16,2	7,4
Oferta cultural	4,5	1,0	25,5	57,4	11,5	6,9
Cuidado del entorno urbano	1,1	2,4	21,6	61,1	13,8	7,2
Oferta de ocio complementario	5,4	0,7	28,6	55,7	9,5	6,7
Atención/amabilidad de la gente	1,5	2,9	29,9	46,1	19,7	7,1
Comunicaciones y accesos a la ciudad	2,2	7,0	34,0	45,4	11,3	6,6
Cuidado medio ambiente y naturaleza	1,5	2,4	25,9	60,0	10,1	7,0
Seguridad ciudadana	1,5	0,9	28,1	59,7	9,9	7,1
Estado de las carreteras	1,7	6,8	38,9	44,9	7,7	6,5
Señalización turística	2,6	4,3	34,6	50,5	8,0	6,6
Facilidad de movilidad para disminuidos	4,7	15,5	54,6	21,4	3,7	5,5
Índice de satisfacción global	0,1	1,9	32,8	59,9	5,3	6,8

(*) Equivalencia de categorías y puntuaciones para los aspectos individuales: Muy mal, de 0 a 2; Mal, 3-4; Regular, 5-6; Bien, 7-8; Muy bien, 9-10. Para el caso del Índice de satisfacción global: Muy mal, de 0 a 2,5; Mal, 2,5 a 4,5; Regular, 4,5 a 6,5; Bien 6,5 a 8,5; Muy bien, 8,5 a 10.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2009.



6.1.2.- Índice de satisfacción global de los distintos colectivos de visitantes

a.- Diferencias según la clase de visitante y su procedencia

Como vemos en el cuadro 6.4, los tres tipos de visitantes, e independientemente de dónde procedan, se van de Valladolid con un alto grado de satisfacción (entre 6.9 y 7.4 de índice de satisfacción). Este índice es especialmente alto entre los extranjeros (7,4) y los viajeros (7,2), y, dentro de los visitantes españoles, de los que proceden de la Costa Mediterránea y las Islas (en torno a 7,4 en todos los casos). También cabe destacar que en todos los colectivos apenas hay casos de visitantes que se van insatisfechos (es decir, que califican la visita de mal o muy mal -puntuación media inferior a 5-). En ningún colectivo de los que hemos desagregado la información llega al 3% la proporción de visitantes insatisfechos.

Una conclusión que podemos extraer de estos datos, a parte del alto grado de satisfacción con el que se van de la ciudad quienes nos visitan, es que el esfuerzo por venir a Valladolid incorpora un plus de satisfacción a la hora de valorar el viaje, como cabe deducir de que el grado de satisfacción de los visitantes aumente a medida que el viaje le resulta más costoso, tanto económicamente como en tiempo. Ésta es la interpretación que cabe dar al hecho de que los viajeros se vayan más contentos o satisfechos que los excursionistas y los que pernoctan en establecimientos no reglados, y que la satisfacción se incremente a medida que el lugar de donde procede se distancie más de Valladolid.

Este dato cabe, además, interpretarlo como muy positivo, ya que, si tenemos en cuenta que toda valoración es una relación entre costes y beneficios, parece lógico que el nivel de exigencia que un visitante se plantea para cubrir las expectativas de su viaje sean mayores a medida que el viaje le resulta más costoso (en dinero y en tiempo). Y en este sentido, si quienes vienen a Valladolid con más expectativas (y por tanto, al costarle más el viaje, más exigentes se muestran con los servicios que reciben), son los que más positivamente valoran dicho viaje, quiere decir que las altas puntuaciones dadas tienen una base objetiva. Y esta no es otra que la cantidad y calidad de las prestaciones que la ciudad ofrece a sus visitantes, y que cuanto más las utilizan más las valoran.

Esta estructura valorativa se mantiene en 2008 y 2009, como podemos observar en el cuadro 6.5. La puntuación baja en 2009 en todos los colectivos, siguiendo la tendencia general señalada en el punto anterior. Pero la bajada es homogénea (con un descenso en torno a la media en todos ellos, salvo en los visitantes del Norte y Extremadura, que es ligeramente mayor).



Cuadro 6.4.- Grado de satisfacción global con el viaje, según la clase de visitante y su procedencia (Media de 2008 y 2009). (Porcentajes en horizontal)

		No satisfactorio (Mal/Muy mal)	Aceptable (Regular)	Satisfactorio (Bien)	Muy satisfactorio (Muy bien)	Media (De 0 a 10)	(Bases)
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	2,1	31,6	61,2	5,1	6,9	(1.119)
	Viajero	0,8	21,1	70,9	7,2	7,2	(839)
	Alojamientos no reglados	1,4	29,0	64,8	4,8	6,9	(704)
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	1,6	28,5	65,1	4,8	6,9	(2.389)
	En el extranjero	0,4	19,8	66,3	13,6	7,4	(273)
<i>Comunidad Autónoma (Sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	2,6	37,9	57,2	2,4	6,7	1.055
	Madrid	0,7	20,7	73,6	5,1	7,1	(454)
	Sur/Sureste		16,9	70,3	12,9	7,4	(249)
	Cataluña/Aragón	0,7	14,9	76,6	7,8	7,3	(141)
	Norte	1,2	29,0	65,7	4,0	6,9	(324)
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	2,9	19,0	72,4	5,7	7,1	(105)
	Islas	1,7	13,8	77,6	6,9	7,4	(58)
Total		1,6	28,5	65,1	4,8	6,9	(2.386)

(*) Se han fundido las categorías “Muy mal” y “Mal” por ser, como se ha señalado, estadísticamente irrelevante la respuesta “Muy Mal” (el 0,1% del total de visitantes).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 6.5.- Grado de satisfacción global de los visitantes, según la clase de visitante y su procedencia (Diferencias entre 2008 y 2009). (Porcentajes en horizontal)

		No satisfac. (Mal/Muy mal) (*)	Aceptable (Regular)	Satisfactorio (Bien)	Muy satisfactorio (Muy bien)	Media (De 0 a 10)	(Bases)
a.- Año 2008							
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	1,6	24,9	68,5	4,9	7,0	(486)
	Viajero	0,2	16,4	75,4	8,0	7,3	(414)
	Alojamientos no reglados	1,0	25,0	68,5	5,5	7,0	(416)
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	1,1	23,4	70,4	5,0	7,1	(1.169)
	En el extranjero		12,9	72,8	14,3	7,6	(147)
<i>Comunidad Autónoma (Sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	1,9	33,3	63,5	1,3	6,8	(523)
	Madrid	0,4	15,7	79,0	4,8	7,2	(248)
	Sur/Sureste		14,2	70,8	15,1	7,5	(106)
	Cataluña/Aragón	1,4	8,5	80,3	9,9	7,4	(71)
	Norte		22,0	71,3	6,7	7,2	(150)
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	2,1	8,5	78,7	10,6	7,5	(47)
	Islas		13,0	78,3	8,7	7,5	(23)
Total		1,1	23,5	70,4	5,1	7,1	(1.168)
b.- Año 2009							
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	2,4	36,8	55,6	5,2	6,8	(633)
	Viajero	1,4	25,6	66,6	6,4	7,0	(425)
	Alojamientos no reglados	2,1	34,7	59,4	3,8	6,8	(288)
<i>¿Dónde vive?</i>	En España	2,1	33,4	60,0	4,5	6,8	(1.220)
	En el extranjero	0,8	27,8	58,7	12,7	7,2	(126)
<i>Comunidad Autónoma (Sólo visitantes españoles)</i>	Castilla y León	3,2	42,5	50,9	3,4	6,6	(532)
	Madrid	1,1	26,7	67,0	5,3	7,0	(206)
	Sur/Sureste		18,9	69,9	11,2	7,3	(143)
	Cataluña/Aragón		21,4	72,9	5,7	7,1	(70)
	Norte	2,3	35,1	60,9	1,7	6,7	(174)
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	3,4	27,6	67,2	1,7	6,7	(58)
	Islas	2,9	14,3	77,1	5,7	7,3	(35)
Total		2,2	33,3	60,1	4,5	6,8	(1.218)

(*) Se han fundido las categorías “Muy mal” y “Mal” por ser, como se ha señalado, estadísticamente irrelevante la respuesta “Muy Mal” (el 0,1% del total de visitantes).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



b.- Diferencias según las características sociodemográficas

Tampoco en este caso se observan unas diferencias relevantes entre unos colectivos y otros que merezca la pena destacar, salvo, quizás la ligera tendencia a puntuar algo más alto a medida que aumenta la edad y el nivel de ingresos, como podemos observar en el cuadro 6.6.

Cuadro 6.6.- Grado de satisfacción global con el viaje, según distintas variables (Media de 2008 y 2009). (Porcentajes en horizontal)

		No satisfactorio (Mal/Muy mal) (*)	Aceptable (Regular)	Satisfactorio (Bien)	Muy satisfactorio (Muy bien)	Media (De 0 a 10)	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	1,6	28,7	64,0	5,7	7,0	(1.296)
	Mujer	1,4	26,6	66,4	5,6	7,0	(1.366)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	2,1	33,0	61,7	3,2	6,8	(525)
	Entre 25 y 34 años	1,2	29,9	63,6	5,3	6,9	(737)
	Entre 35 y 44 años	1,1	27,5	65,7	5,7	7,0	(542)
	Entre 45 y 54 años	2,2	24,4	68,7	4,7	7,0	(451)
	Más de 55 años	1,0	20,6	68,1	10,3	7,2	(398)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	1,1	22,9	68,9	7,2	7,1	(1.171)
	Soltero	1,6	31,4	62,8	4,2	6,9	(1.319)
	Otras situaciones	4,1	31,2	58,2	6,5	6,9	(170)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	1,8	28,2	61,2	8,9	7,0	(394)
	Bachillerato, FP	1,8	29,0	64,6	4,6	6,9	(953)
	Universitarios	1,3	26,7	66,6	5,4	7,0	(1.287)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	2,0	33,0	61,8	3,2	6,8	(442)
	No activo	2,2	26,0	63,1	8,7	7,0	(404)
	Trabajador	1,2	26,8	66,6	5,4	7,0	(1.747)
	Otra situación	1,6	21,9	64,1	12,5	7,4	(64)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	1,1	31,7	61,1	6,1	6,9	(375)
	Entre 12.000 y 30.000€	1,3	28,1	65,4	5,2	7,0	(922)
	Entre 30.000 y 54.000 €	0,9	21,0	70,7	7,5	7,1	(334)
Total		1,5	27,6	65,2	5,7	7,0	(2.662)

(*) Se han fundido las categorías “Muy mal” y “Mal” por ser, como se ha señalado, estadísticamente irrelevante la respuesta “Muy Mal” (el 0,1% del total de visitantes).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Esta similitud en las valoraciones entre los distintos colectivos -con esa pequeña diferencia en función de la edad y el nivel de ingresos- se mantiene idéntica entre los visitantes de 2008 y 2009. La única variación entre ambos años es que en 2009 baja ligeramente la puntuación global en todos los colectivos, en línea con lo señalado en el apartado anterior. Pero dicha tendencia a la baja afecta a todos los colectivos con similar intensidad, como se puede comprobar en los cuadros 7 y 8 del anexo¹⁷. De lo que se deduce que las características personales del visitante apenas influyen en la valoración del viaje y el grado de satisfacción con que finaliza éste.

Valorando conjuntamente los datos del apartado 6.1.2, en los que hemos visto que apenas se observan diferencias significativas respecto a la valoración del viaje entre los distintos colectivos de visitantes en los que hemos desagregado la información (en función del tipo de visitante, origen y características sociodemográficas), podemos sacar la conclusión de que las valoraciones dadas por los encuestados a los aspectos sobre los que se les preguntó no están determinadas por sus circunstancias y características personales (las cuales son ajenas al viaje), sino que tienen una base objetiva (su experiencia concreta en cada uno de dichos aspectos de la realidad de la ciudad. Aunque, lógicamente, la percepción sea personal, y por tanto, subjetiva).

De lo que cabe deducir que el alto grado de satisfacción con el que se van de la ciudad las personas que visitan Valladolid, y que se refleja en los datos de esta encuesta, no es algo coyuntural o debido a factores circunstanciales pasajeros, sino que tiene una base sólida, y es el atractivo que tiene la ciudad misma para el visitante: su patrimonio y la oferta cultural y de ocio, ya consolidados, así como la dinámica habitual de la propia ciudad.

6.2.- Lo que más y lo que menos gusta de Valladolid

Para completar la valoración que los visitantes hacen de su viaje a la ciudad y conocer las principales fuentes de satisfacción e insatisfacción se formuló a los encuestados dos preguntas abiertas: una, en la que se le pedía que nos dijeran qué era lo que más les había gustado, y otra, en la que dijeran lo que menos.

Según los resultados de la encuesta, el casco histórico y los monumentos y museos (con un 32 y un 21%, respectivamente) son los aspectos más valorados, y por tanto, por los que, fundamentalmente, vienen los turistas a Valladolid. Señalan estos aspectos más de la mitad de los visitantes (el 53%). Un porcentaje que subiría a las dos terceras partes si le sumamos el 12% que responde que les gusta todo de la ciudad. Lo que pone de manifiesto el atractivo que la ciudad como tal (su configuración, estructura, monumentalidad) tiene para los visitantes. El resto de aspectos tienen un atractivo muchísimo menor y su peso en el índice de satisfacción es muy inferior al que ejercen el casco histórico y los monumentos y museos, como podemos ver en el cuadro 6,7. Pero, en la medida en que son complementarios de los anteriores, juegan un papel importante en la valoración positiva del viaje.

¹⁷ Estos dos cuadros los incluimos en el anexo por si alguien tiene interés en comprobar los datos para un análisis más detallado. No los incluimos aquí porque no presentan novedad respecto a los datos comentados de los cuadros 6.6 y 6.3.



Esta estructura valorativa, o escala de preferencias, varía muy poco entre los visitantes de 2008 y 2009, a pesar de que al tratarse de preguntas abiertas cabría esperar una mayor dispersión en las respuestas. Como podemos comprobar en el cuadro 6.7, si sumamos las respuestas que señalan el casco histórico, los monumentos y museos y que le gusta toda la ciudad (por tratarse, como hemos señalado, de aspectos similares y estrechamente asociados) tenemos que señalan esta dimensión de Valladolid –su atractivo histórico, monumental y museístico- el 63,5% en 2008 y el 67,6% en 2009. Lo que confirma lo señalado anteriormente de que el mayor atractivo para los visitantes es la dimensión histórica, monumental y museística de la ciudad, aunque, como hemos dicho, los demás aspectos (oferta cultural, gastronómica, ambiente, etc.) también jueguen un papel importante en la valoración positiva del viaje, al ser factores complementarios y potenciadores de los anteriores, que hemos sintetizado como *la ciudad como tal*.

Cuadro 6.7.- Lo que más les gusta de Valladolid

	2008	2009	Total
Le gusta todo	15,7	8,0	12,1
Monumentos y museos	22,7	19,2	21,1
Urbanismo: Casco histórico...	25,1	40,4	32,2
Ambiente diurno y nocturno	8,3	6,0	7,3
Gastronomía	5,7	8,1	6,8
Atención y amabilidad de la gente	5,1	8,0	6,5
Comodidad, accesibilidad, limpieza...	6,4	9,3	7,8
Variedad oferta turística	4,1	5,5	4,8
Otros	10,1	10,5	10,3
<i>(Bases)</i>	<i>(1.270)</i>	<i>(1.102)</i>	<i>(2.372)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

A este respecto, resulta de interés conocer las preferencias, o lo que más gusta de la ciudad, a los distintos tipos de visitantes, y si hay diferencias o no según el lugar de donde procedan, pues esto tiene un gran interés de cara a las campañas de promoción turística.

Por los resultados obtenidos de la encuesta no parece que haya diferencias muy grandes entre unos visitantes y otros (Ver cuadro 6.8). La escala de preferencias (o lo que más gusta de la ciudad) es la misma entre los distintos tipos de visitantes, e independiente de donde procedan. En todos los casos, lo que más gusta o atrae de Valladolid es el casco histórico, y después los museos y monumentos, y, a gran distancia, el ambiente y la gastronomía. Y, en todos los casos, la proporción de visitantes plenamente satisfechos con la ciudad (dicen que les gusta todo) es similar (entre el 11 y el 13,5%).

No obstante, se observan algunas pequeñas diferencias respecto a la intensidad con la que valoran o prefieren cada uno de los aspectos señalados, que puede resultar de interés tenerlas en cuenta. Por ejemplo, cabe

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



destacar que el casco histórico y los museos y monumentos, así como la gastronomía, le interesan bastante más a los viajeros y a los que proceden de fuera de Castilla y León que a los excursionistas y a los que pernoctan en alojamientos no reglados, así como a los visitantes de la Comunidad Autónoma, mientras que el ambiente diurno y nocturno de la ciudad, así como su variedad de oferta turística es a los visitantes que proceden de Castilla y León, especialmente a los que pernoctan en establecimientos no reglados, a quienes más interesa.

Cuadro 6.8.- Lo que más les gusta de Valladolid, según la clase de visitante y su procedencia. (Porcentajes en vertical)

	Clase de Visitante			Dónde vive		Comunidad Autónoma		
	Excursionista	Viajero	Alojamientos no reglados	En España	En el extranjero	Castilla y León	Madrid	Resto España
Le gusta todo	12,2	11,5	12,6	11,9	13,5	12,9	11,2	11,0
Monumentos y museos	17,9	21,4	15,0	18,1	19,3	13,5	26,3	19,0
Urbanismo: Casco histórico...	28,9	32,6	26,7	30,6	20,5	28,7	26,8	34,6
Ambiente diurno y nocturno	5,0	6,6	10,0	6,9	7,3	9,5	3,4	5,7
Gastronomía	4,7	7,0	6,7	5,8	7,3	4,8	7,3	6,2
Atención y amabilidad de la gente	6,7	5,1	6,2	5,3	11,6	5,9	4,1	5,3
Comodidad, limpieza, accesibilidad,...	6,3	5,9	10,0	6,9	10,0	6,5	9,3	6,1
Variedad oferta turística	5,4	2,2	5,6	4,6	2,7	6,4	3,7	3,2
Otros	13,1	7,7	7,1	9,9	7,7	11,7	7,8	9,1
<i>(Bases)</i>	<i>(946)</i>	<i>(767)</i>	<i>(659)</i>	<i>(2.113)</i>	<i>(259)</i>	<i>(908)</i>	<i>(410)</i>	<i>(793)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.





Sobre las quejas o lo que menos les ha gustado, lo primero que hay que destacar es que a uno de cada seis visitantes no les disgusta nada de la ciudad. Un dato que concuerda con el grado de satisfacción de los visitantes señalado anteriormente y que resulta de interés, ya que al tratarse de una pregunta abierta y de respuesta espontánea, este tipo de respuestas, que indican satisfacción total, tiene un gran valor, como indicador de satisfacción con el viaje.

Pero el alto nivel de satisfacción que hemos visto en los cuadros anteriores no quiere decir que no haya quejas o aspectos que a los visitantes no le hayan agradado y que convendría tenerlos en cuenta de cara a la mejora, en la medida de lo posible. En este sentido, los aspectos que a quienes visitan Valladolid menos les gustan o más les disgustan de la ciudad son, a tenor de los resultados de la encuesta, el tráfico, los aparcamientos, las obras y la contaminación (Ver cuadro 6.9). En definitiva, todo lo relacionado con el tráfico rodado. Una queja de los visitantes que, como hemos visto anteriormente, tiene una base objetiva y es la cantidad de obras en la vía pública que se han realizado en la ciudad en estos dos años, y que suponen una gran incomodidad para los visitantes. Aunque, previsiblemente, éste problema sea común a la mayoría de las ciudades, especialmente turísticas.

Cuadro 6.9.- Lo que menos les gusta de Valladolid

	2008	2009	Total
No le disgusta nada	13,5	18,0	15,5
Tráfico y aparcamiento	40,0	23,0	32,6
Obras y contaminación	6,8	19,3	12,3
Conservación del casco histórico	1,7	2,8	2,2
Catedral	2,0	2,7	2,3
Clima	7,7	6,2	7,1
Carácter de la gente	6,2	3,8	5,2
Conservación de la naturaleza	3,7	2,3	3,1
Barrios Periféricos	3,2	1,5	2,4
Otros	15,2	24,4	19,2
<i>(Bases)</i>	<i>(1.258)</i>	<i>(962)</i>	<i>(2.220)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

En esto también coinciden los distintos tipos de visitantes, independientemente de donde procedan. En todos, la principal queja es el tráfico y los aparcamientos. Aunque quienes más se quejan de ello son los que proceden de fuera de Castilla y León, especialmente los viajeros, como se pone de manifiesto en los datos del cuadro 6.10.

En el caso opuesto a las quejas (el de los que no ven nada negativo en la ciudad), destaca que quienes muestran un mayor índice de satisfacción con lo que es la ciudad y lo que ésta ofrece son los visitantes de

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Castillo y León, y especialmente los excursionistas (más de una quinta parte de éstos dicen que no le disgusta nada de Valladolid; o lo que es lo mismo, le gusta todo de la ciudad).

Cuadro 6.10.- Lo que menos le ha gustado de la ciudad, según la clase de visitante y su procedencia

	Clase de Visitante			Dónde vive		Comunidad Autónoma		
	Excursionista	Viajero	Turistas que pernoctan en alojamientos no reglados	En España	En el extranjero	Castilla y León	Madrid	Resto España
No le disgusta nada	20,6	11,0	13,0	16,8	3,6	23,7	13,3	10,5
Trafico y aparcamiento	31,5	38,8	26,0	31,7	37,5	24,6	36,3	37,8
Obras y contaminación	12,2	11,5	9,9	12,0	5,8	13,0	12,5	10,5
Conservación del casco histórico	2,0	1,8	2,9	2,1	3,1	1,9	2,1	2,3
Catedral	1,8	3,3	1,8	2,5		2,1	2,1	3,2
Clima	4,7	9,5	7,8	6,7	10,3	2,9	4,5	12,4
Carácter de la gente	4,1	3,1	9,1	5,0	7,1	6,4	6,1	2,7
Conservación de la naturaleza	2,7	2,1	4,4	2,6	6,3	3,3	1,9	2,2
Barrios Periféricos	2,1	1,8	3,6	2,6	1,3	3,5	2,7	1,3
Otros	18,4	17,0	21,5	18,1	25,0	18,6	18,4	17,2
(Bases)	(899)	(706)	(615)	(1.996)	(224)	(875)	(375)	(744)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

6.3.- Interacciones futuras y posible fidelización

Tan importante es atraer a un turista a Valladolid por primera vez como conseguir que sus expectativas se cumplan, con el objetivo de que vuelva y anime a otros a venir. Una experiencia satisfactoria contribuye a aumentar las posibilidades tanto de que repita la visita en un futuro como de que recomiende a sus conocidos el viaje a la ciudad.

En este sentido, para completar la información obtenida sobre el grado de satisfacción con el que los visitantes finalizan el viaje y ver en que medida dicha satisfacción influye en las perspectivas de volver a Valladolid, así como en recomendar a los amigos para que vengan a visitar la ciudad, se formuló a los encuestados dos preguntas. La primera: *¿Tiene usted intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?* La segunda: *¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?* Las posibles respuestas que se le plantearon fueron: Si, con seguridad; Si, es probable; No, es poco probable; No, con seguridad. En los apartados siguientes analizamos los resultados obtenidos al respecto.

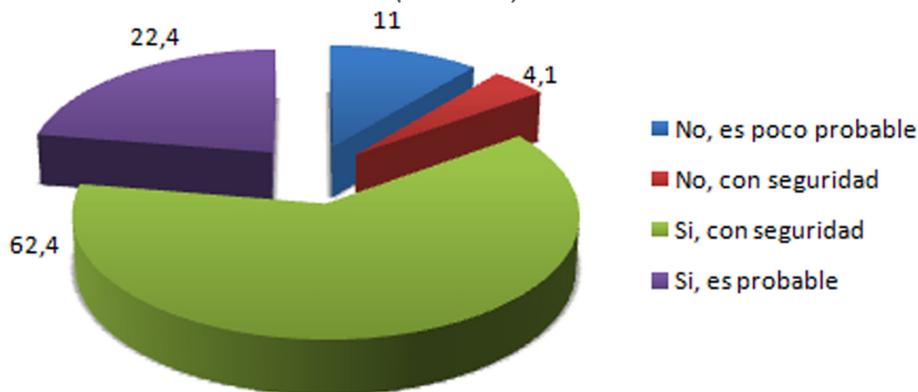


6.3.1.- ¿Repetirá el viaje durante el año?

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de los visitantes tienen pensado volver a Valladolid en los próximos 12 meses (el 62,4% lo afirman con seguridad y el 22,4% dicen que probablemente si lo harán). Solo uno de cada diez visitantes (el 11%) manifiesta que lo más probable es que no venga y uno de cada veinte (el 4,1%) que con seguridad no vendrá. (Ver gráfico 6.1).

Cabe además destacar que esta predisposición a volver a Valladolid se incrementa de manera significativa entre los visitantes de 2009, con respecto a los de 2008, como vemos en el cuadro 6.11, curiosamente cuando el índice de satisfacción (o puntuación media a los distintos aspectos del viaje) descendió un poco en 2009 con respecto al año anterior. Lo que avalaría la hipótesis, ya señalada, de que el descenso en la valoración de 2009 no ha sido debida a que los servicios recibidos por los visitantes hayan sido menores o menos apreciados por los usuarios, sino al efecto anímico de la crisis, que hace que las puntuaciones o valoraciones de los encuestados tiendan a bajar, por contagio con su menor tono vital.

Gráfico 6.1.- Intención de volver a visitar la ciudad en los próximos 12 meses
(Bases: 2663)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

Cuadro 6.11.- Intención de volver a Valladolid por parte de los visitantes de 2008 y 2009.

	2008	2009	Total
Sí, con seguridad	59,1	65,8	62,4
Sí, es probable	24,7	20,2	22,4
No, es poco probable	9,9	12,1	11,0
No, con seguridad	6,3	1,9	4,1
(Bases)	(1.317)	(1.346)	(2.663)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



De todos modos, al valorar estos datos tan positivos para el turismo en Valladolid, por las repercusiones económicas que tiene un alto índice de fidelización de sus visitantes, hay que tener en cuenta que este índice varía bastante, según los motivos por los que los visitantes viajan a Valladolid, así como según la clase de visitante y su procedencia.

Como vemos en el cuadro 6.12, en el colectivo que, a efectos turísticos, más nos interesa, el de los que vienen por ocio y turismo, desciende bastante, con respecto a la media, la proporción de los que dicen que volverán con seguridad durante los próximos 12 meses, mientras sube la de los que afirman que lo más seguro es que no vengán en este periodo de tiempo. Y lo mismo ocurre con los viajeros, que también son la clase de visitantes que más dinero dejan en la ciudad. Pero en ambos casos (los que vienen por ocio y turismo y los viajeros) la gran mayoría (superior a siete de cada diez) tiene previsto (con seguridad o probablemente) volver a Valladolid en los próximos 12 meses.

Por lo que se refiere al influjo que la distancia tiene en que el visitante vuelva a realizar el viaje a corto plazo, lógicamente, la lejanía juega en contra de la fidelización. Como se ve en el cuadro, a mayor distancia de Valladolid, menor es la probabilidad de volver a la ciudad en los próximos meses y mayor la de no volver en este periodo. Lógicamente, los que tienen mayor seguridad de volver a viajar a Valladolid en los próximos doce meses son los que proceden de Castilla y León, descendiendo esa posibilidad a medida que el lugar de procedencia se aleja de Valladolid, sucediendo al revés en lo que se refiere a la probabilidad de no volver a corto plazo. No obstante, también aquí, el dato más relevante es que en todos los casos (incluidos los extranjeros) la gran mayoría –superior al 70%¹⁸ dicen que con seguridad o probablemente, volverá a la ciudad en los próximos doce meses. Y, en este sentido, cabe destacar como datos concretos, que cuatro de cada diez visitantes extranjeros y cinco de cada diez de los españoles de fuera de Castilla y León dicen que, con seguridad, volverán a la ciudad en los próximos doce meses; a lo que hay que añadir que casi otros tres de cada diez de estos visitantes de fuera de la Comunidad ven probable regresar en estos próximos meses a la ciudad. Y si a esto le añadimos que la mayoría de estos visitantes de fuera de Castilla y León son viajeros y vienen por razones turísticas, podemos deducir que Valladolid cuenta con una demanda turística asegurada (o fiel) bastante alta, lo que supone un suelo firme importante para mantener la estructura actual de servicios turísticos. Una demanda, además, con grandes posibilidades de crecimiento, pues como veremos en el siguiente punto, es posible que se vayan incorporando nuevos visitantes, atraídos por la experiencia positiva de estos visitantes fidelizados, los cuales parecen muy dispuestos a recomendar la visita a Valladolid a sus amigos y familiares.

Esta tesis se ve reforzada por la comparación de los datos relativos a 2008 y 2009. Si observamos la tabla 6.13, vemos que en 2009, a pesar de la crisis, se incrementa con respecto a 2008 la proporción de los que dicen que volverán a la ciudad en los próximos doce meses y desciende la de los que dicen que lo más seguro es que no. Un incremento en las expectativas de repetir viaje que es especialmente relevante en los viajeros y en los visitantes españoles de fuera de Castilla y León, que son los colectivos que antes hemos señalado como

¹⁸ En los que proceden de las islas el porcentaje es algo menor (el 62%). Pero en este caso el dato tiene un alto margen de error estadístico, al basarse en una muestra muy pequeña (58 casos). Por lo que no lo citamos como excepción a la regla general.



los de mayor interés turístico para Valladolid. Cabe además destacar que dentro del colectivo de visitantes que vienen prioritariamente por ocio y turismo, la proporción de los que en 2008 manifestaban que repetirían el viaje se mantiene en 2009, lo que, en un año de crisis, representa un índice de fidelidad consistente. Todos estos datos corroboran la doble hipótesis antes señalada: que Valladolid tiene un importante suelo de turistas fidelizados y que dicho suelo puede verse ampliado fácilmente por la incorporación de nuevos visitantes, que previsiblemente, repetirían viaje.

Cuadro 6.12.- Intención de volver a visitar Valladolid, según el principal motivo del viaje, la clase de visitante y su procedencia. (Porcentajes en horizontal)

		¿Tiene intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?			(Bases)
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No, no es probable (*)	
<i>Principal motivo por el que realiza el viaje a Valladolid</i>	Ocio y Turismo	54,1	24,7	21,3	(860)
	Trabajo	62,0	20,5	17,5	(308)
	Visita familiares y/o amigos	65,3	26,8	7,9	(317)
	Estudios	74,9	15,5	9,6	(251)
	Eventos culturales/deportivos	65,6	21,5	12,9	(688)
	Otros	67,8	20,3	11,9	(227)
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	69,4	19,4	11,2	(1.119)
	Viajero	44,8	29,1	26,0	(842)
	Alojamiento no reglado	72,5	19,1	8,4	(703)
<i>Donde vive</i>	En España	65,3	21,2	13,5	(2.390)
	En el extranjero	37,2	33,2	29,6	(274)
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	81,7	15,2	3,1	(1.052)
	Com. de Madrid	55,2	28,6	16,3	(456)
	Resto España	51,0	24,5	24,5	(879)
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	81,7	15,2	3,1	(1.052)
	Madrid	55,2	28,6	16,3	(456)
	Sur/Sureste	45,0	25,7	29,3	(249)
	Cataluña/Aragón	46,8	28,4	24,8	(141)
	Norte	59,4	22,8	17,8	(326)
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	53,3	21,0	25,7	(105)
	Islas	36,2	25,9	37,9	(58)
Total		62,4	22,4	15,1	(2.664)

(*) Se han refundido en esta respuesta los que responden No, es poco probable y No, con seguridad, por ser muy bajo el tamaño muestral de los que responden No, con seguridad -4,1%- para que los resultados de los cruces sean significativos.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



En los cuadros 9 y 10 del anexo se recogen las respuestas a esta pregunta en función de las variables sociodemográficas, donde se observa que en todos los colectivos la predisposición a volver a Valladolid se mueve en torno a la media general vista anteriormente, sin grandes diferencias entre ellos. Lo que refuerza la conclusión anterior sobre el estado de opinión generalizado entre los visitantes respecto al grado de satisfacción con el viaje y su deseo de volver a realizarlo. No aportamos aquí los datos por no alargar el texto innecesariamente, ya que siguen la tónica general de los datos ya comentados.

Cuadro 6.13.- Intención que los visitantes de 2008 y 2009 han mostrado de volver a visitar Valladolid, según el principal motivo del viaje, la clase de visitante y su procedencia
(Porcentajes en horizontal)

		¿Tiene intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?					
		Año 2008			Año 2009		
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	Sí, con seguridad	Sí, es probable	No
<i>Cuál es el motivo principal de su viaje</i>	Ocio y Turismo	55,1	23,9	21,0	52,9	25,5	21,6
	Trabajo	62,9	19,4	17,7	61,4	21,2	17,4
	Familiares y/o amigos	55,3	34,0	10,6	79,8	16,3	3,9
	Estudios	80,6	15,3	4,2	67,3	15,9	16,8
	Eventos culturales/dep.	56,6	25,1	18,3	71,6	19,1	9,3
	Otros	56,3	27,8	15,9	82,2	10,9	6,9
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	64,8	22,1	13,1	73,0	17,4	9,6
	Viajero	40,9	30,3	28,8	48,7	28,0	23,3
	Alojamiento no reglado	70,7	22,0	7,3	75,0	14,9	10,1
<i>Donde vive</i>	En España	61,5	23,4	15,1	69,0	19,0	12,0
	En el extranjero	39,9	34,5	25,7	34,1	31,7	34,1
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	76,8	19,6	3,6	86,5	10,9	2,6
	Com. de Madrid	53,4	26,9	19,7	57,3	30,6	12,1
	Resto España	46,5	26,4	27,1	54,8	22,9	22,3
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	76,8	19,6	3,6	86,5	10,9	2,6
	Madrid	53,4	26,9	19,7	57,3	30,6	12,1
	Sur/Sureste	43,4	24,5	32,1	46,2	26,6	27,3
	Cataluña/Aragón	42,3	32,4	25,4	51,4	24,3	24,3
	Norte	52,3	25,2	22,5	65,5	20,7	13,8
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	51,1	25,5	23,4	55,2	17,2	27,6
	Islas	26,1	26,1	47,8	42,9	25,7	31,4
Total		59,1	24,7	16,2	65,8	20,2	14,0

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

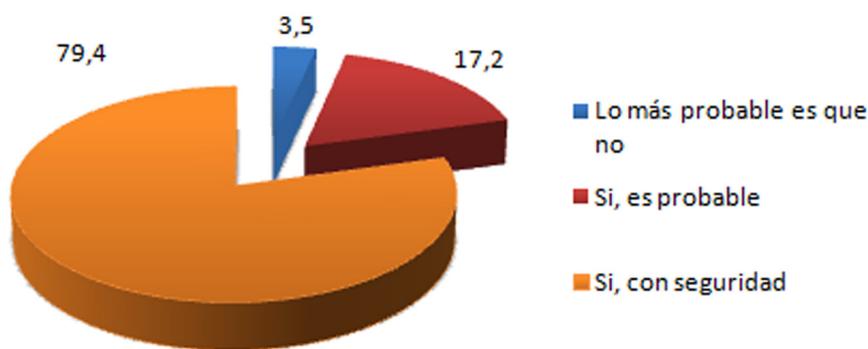


6.3.2.- ¿Lo recomendaría a otros?

Como consecuencia de lo señalado en los dos puntos anteriores (la satisfacción que los visitantes muestran con la visita a Valladolid y sus expectativas de volver), la inmensa mayoría de los visitantes recomendaría el viaje a sus allegados: ocho de cada diez lo recomendaría con seguridad, y el resto, probablemente. Apenas se dan casos de visitantes que dicen que no lo recomendarían. -Sólo un 3,5% responde que lo más probable es que no lo haga-. De lo que cabe deducir que los propios visitantes son los mejores embajadores y divulgadores de la ciudad de cara a atraer nuevos turistas, lo que concuerda con el dato que vimos en el apartado sobre las fuentes de información de que el boca a boca era, después de Internet, el factor informativo que más había incidido en los visitantes a la hora de elegir Valladolid como destino del viaje.

Esta buenísima predisposición a recomendar Valladolid mejora en 2009 con respecto a 2008, como se ve en el cuadro 6.14, lo que confirma lo señalado en el punto anterior de que la crisis económica no ha afectado al grado de satisfacción con que finalizan el viaje quienes visitan Valladolid

Gráfico 6.3.- Intención de recomendar Valladolid a sus conocidos
(Bases: 2664)



Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.

Cuadro 6.14.- ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?. (Respuesta de los visitantes de 2008 y 2009)

	2008	2009	Total
Sí, con seguridad	77,5	81,2	79,4
Sí, es probable	18,9	15,5	17,2
Lo más probable es que no (*)	3,6	3,4	3,5

(*) En esta respuesta se han incluido los que responden No, es poco probable (el 2,9%) y los que responden No, con seguridad (el 0,6%)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Esta predisposición a recomendar la ciudad de Valladolid como destino turístico es generalizada en todos los visitantes, independientemente de los motivos por los que haya realizado el viaje, así como del tipo de visitante y su procedencia, como se ve en los cuadros 6.15 y 6.16. En todos los casos, la proporción de los que dicen que probablemente no recomendarían a sus amigos y familiares que vinieran a Valladolid es mínima (salvo en el caso de los que vienen por motivo de estudio o trabajo, donde esta proporción llega al 6%, en el resto de colectivos solo una pequeñísima minoría, estadísticamente insignificante, manifiesta que no recomendaría el viaje a Valladolid).

No obstante, en este contexto generalizado de actitud proactiva hacia la ciudad como destino turístico, cabe destacar algunas diferencias de intensidad y matiz que puede ser de interés tenerlas en cuenta.

Como vemos en el cuadro 6.15, los que vienen a eventos culturales o deportivos son los que con mayor claridad piensan recomendar Valladolid como destino turístico, seguidos por los que vienen por ocio y turismo (un 85% y un 79%, respectivamente, de estos visitantes dicen que recomendarían, sin dudarlo, a sus familiares y amigos que visiten Valladolid). Mientras que quienes vienen por razones de trabajo o estudio son los que se muestran más dubitativos o que explícitamente afirman que no recomendarían Valladolid.

Relacionado con estos datos, cabe además destacar que son los viajeros y los visitantes españoles que proceden de fuera de Castilla y León (es decir, los que para la economía de la ciudad tiene mayor interés) los que se muestran más proclives a recomendar la visita a Valladolid, mientras los de Castilla y León (de donde proceden la mayoría de los excursionistas, estudiantes y los que pernoctan en establecimientos no reglados) presentan un nivel de duda o negativa a recomendar el viaje mayor que los anteriores. No obstante, estas diferencias son pequeñas, como podemos comprobar en el cuadro, por lo que el dato más relevante es que en todos los casos (independientemente del motivo por el que ha visitado Valladolid, así como del tipo de visitante y su procedencia) la gran mayoría (superior al 72% en todos los colectivos) tiene totalmente claro que recomendaría Valladolid como destino turístico, y que solo una pequeña minoría (inferior al 6% en todos los casos) se inclina por la no recomendación. De lo que se deduce que esta predisposición a recomendar Valladolid como destino turístico es generalizada a todos aquellos que visitan la ciudad. Una conclusión que se ve reforzada por los datos del cuadro 11 del anexo¹⁹, donde se recogen las respuestas a esta pregunta, según las características sociodemográficas de los visitantes. Como se puede comprobar en dicho cuadro, en todos los colectivos la proporción de visitantes que afirman que no recomendarían Valladolid a sus amigos y familiares no supera el 6% y la de los que contestan que lo recomendarían sin ninguna duda supera en todos los casos las dos terceras partes. Y esta excelente predisposición proactiva a recomendar Valladolid es similar a todos los colectivos, con pequeñísimas diferencias entre ellos, salvo las que se observan entre el colectivo de estudiantes y el resto, pues, como hemos señalado, el colectivo estudiantil es el menos proclive a dicha recomendación, aunque la gran mayoría (el 73%) comparta la tendencia general y se sitúe entre los que recomendarían sin lugar a dudas la visita a la ciudad de Valladolid.

¹⁹ Este cuadro lo pasamos al anexo en vez de recogerlo aquí porque no presenta novedad sobre los datos comentados, ya que el estado de opinión, en función de las variables sociodemográficas, no presenta diferencias relevantes, salvo en el caso del colectivo de estudiantes, ya comentado. No obstante, a pesar de la poca relevancia de estos datos, se recogen en el anexo porque sirven para reafirmar lo expuesto anteriormente.



Cuadro 6.15.- ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?, según los motivos por los que ha venido a la ciudad y según la clase de visitante y su procedencia

		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	(Bases)
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	79,3	18,8	1,9	(861)
	Trabajo	72,2	22,3	5,5	(309)
	Visita a familiares y/o amigos	76,1	22,0	1,9	(318)
	Estudios	79,3	14,7	6,0	(251)
	Eventos culturales/deportivos	85,2	11,5	3,3	(688)
	Otros	77,6	16,2	6,1	(228)
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	78,3	17,8	3,9	(1.119)
	Viajero	82,5	15,0	2,5	(842)
	Alojamiento no reglado	77,2	18,9	3,8	(703)
<i>Dónde vive</i>	En España	80,2	16,5	3,3	(2.390)
	En el extranjero	71,9	23,4	4,7	(274)
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	76,9	19,1	4,0	(1.052)
	Com. de Madrid	83,1	14,5	2,4	(456)
	Resto España	82,8	14,4	2,7	(879)
<i>Zona Geográfica</i>	Castilla y León	76,9	19,1	4,0	(1.052)
	Madrid	83,1	14,5	2,4	(456)
	Sur/Sureste	85,5	12,0	2,4	(249)
	Cataluña/Aragón	82,3	15,6	2,1	(141)
	Norte	79,4	16,9	3,7	(326)
	Extremadura/C.Mancha/Rioja	87,6	9,5	2,9	(105)
	Islas	82,8	17,2		(58)
Total		79,4	17,2	3,5	(2664)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

Pero, además, si comparamos los resultados de la pregunta sobre la *intención de volver a visitar Valladolid* con los de la pregunta *si recomendaría a sus familiares y amigos visitar la ciudad*, vemos que los viajeros, los que proceden de fuera de Castilla y León y los que vienen por ocio y turismo son, lógicamente, los que en menor proporción tienen previsto volver a visitar Valladolid, pero los que en mayor proporción recomendarían a sus familiares y amigos que visiten Valladolid, mientras que entre los que pernoctan en establecimientos no reglados, los que proceden de Castilla y León y los que vienen por razones de estudio sucede lo contrario: son los que en mayor proporción tienen previsto volver a Valladolid y los que en menor proporción están predispuestos a recomendar la visita a la ciudad (Ver cuadro 6.12 y 6.16). De lo que se deducen dos cosas: la primera, que las diferencias entre los visitantes procedentes de Castilla y León y el resto se deben al influjo del colectivo de estudiantes, y en parte también al de los que vienen por razones de trabajo (que son, lógicamente, los que en mayor proporción que los demás repetirán la visita a la ciudad, y los menos

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



proclives a recomendarla, por asociarla al trabajo), y la segunda, que la predisposición a recomendar la ciudad a sus cercanos va asociada, fundamentalmente, a la dimensión turística del viaje, que, como hemos visto en el apartado 6.1, ha sido muy positiva.



Esta predisposición tan positiva entre los visitantes a recomendar a sus amigos y familiares que viajen a Valladolid, lejos de disminuir con la crisis, ha aumentado. Como vemos en el cuadro 6.16, la proporción de visitantes que responden que recomendarían, sin dudarlo, la visita a Valladolid, sube del 77,5% en 2008 al 81,2 en 2009. Un incremento que, además, se produce en todos los colectivos en los que hemos desagregado la información. En el cuadro 6.16 recogemos las diferencias en los resultados, en función del tipo de visitante y su procedencia, así como de los motivos por los que ha venido a Valladolid, y en el cuadro 12 del anexo las diferencias en función de las variables sociodemográficas²⁰. Prácticamente en todos los casos se observa que en 2009 se incrementa la proporción de visitantes que responden que recomendarían Valladolid sin ninguna duda. Lo que, sin duda, es el resultado del alto grado de satisfacción con que de forma generalizada finalizaron el viaje, tanto en 2008 como en 2009, los visitantes que vinieron a Valladolid, como vimos en el apartado 6.1. Unos resultados que resultan relevantes en una coyuntura de crisis como ha sido 2009, dada la tendencia natural en coyunturas negativas a mostrarse más pesimista y escéptico con todo, como hemos podido comprobar en dicho apartado 6.1.

²⁰ Como ya hemos comentado en la nota 19, relativa al cuadro 11, pasamos este cuadro también al anexo porque no presenta novedad sobre los datos del cuadro 6.16, ya que siguen la tendencia general y apenas se observan diferencias entre los colectivos. Pero resulta de interés como reafirmación de la tesis general expuesta.



Todos estos datos nos llevan a concluir que la ciudad tiene gancho para los visitantes, y especialmente para los turistas, los cuales, de manera generalizada, se van satisfechos de su estancia aquí, por lo que la mayoría repetirán su viaje, y una mayoría aún mayor lo recomendarán a las personas próximas a ellos. Convirtiéndose, de esta manera, los visitantes en los mejores promotores del turismo en la ciudad. De lo que se deduce que la atención, el buen trato y los servicios a los visitantes que vienen a Valladolid retroalimenta el incremento del turismo en Valladolid, convirtiéndose así en una de las más efectivas campañas de promoción turística.

Cuadro 6.16.- ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?, según los motivos por los que ha venido a la ciudad y según la clase de visitante y su procedencia. (Comparación 2008 y 2009)

		Año 2008			Año 2009		
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	Sí, con seguridad	Sí, es probable	No
<i>¿Cuál es el motivo principal de su viaje?</i>	Ocio y Turismo	76,6	20,7	2,7	82,3	16,7	1,0
	Trabajo	72,0	24,0	4,0	72,3	21,2	6,5
	Visita familiares y/o ami	69,3	27,5	3,2	86,0	14,0	
	Estudios	83,3	11,1	5,6	73,8	19,6	6,5
	Eventos culturales/depor	82,8	13,3	3,9	86,8	10,3	2,9
	Otros	82,7	14,2	3,1	71,3	18,8	9,9
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	77,7	19,3	3,1	78,8	16,6	4,6
	Viajero	80,8	16,3	2,9	84,2	13,6	2,1
	Alojamiento no reglado	74,0	21,2	4,8	81,9	15,7	2,4
<i>Donde vive</i>	En España	78,3	18,4	3,3	82,1	14,6	3,3
	En el extranjero	71,6	23,0	5,4	72,2	23,8	4,0
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	72,1	24,5	3,4	81,7	13,8	4,5
	Com. de Madrid	86,0	11,2	2,8	79,6	18,4	1,9
	Resto España	81,7	15,0	3,3	83,8	14,0	2,3
<i>Comunidad Autónoma</i>	Castilla y León	72,1	24,5	3,4	81,7	13,8	4,5
	Madrid	86,0	11,2	2,8	79,6	18,4	1,9
	Sur/Sureste	85,8	12,3	1,9	85,3	11,9	2,8
	Cataluña/Aragón	80,3	16,9	2,8	84,3	14,3	1,4
	Norte	78,3	16,4	5,3	80,5	17,2	2,3
	Extremad/Mancha/Rioja	87,2	10,6	2,1	87,9	8,6	3,4
	Islas	78,3	21,7		85,7	14,3	
Total		77,5	18,9	3,6	81,2	15,5	3,4

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

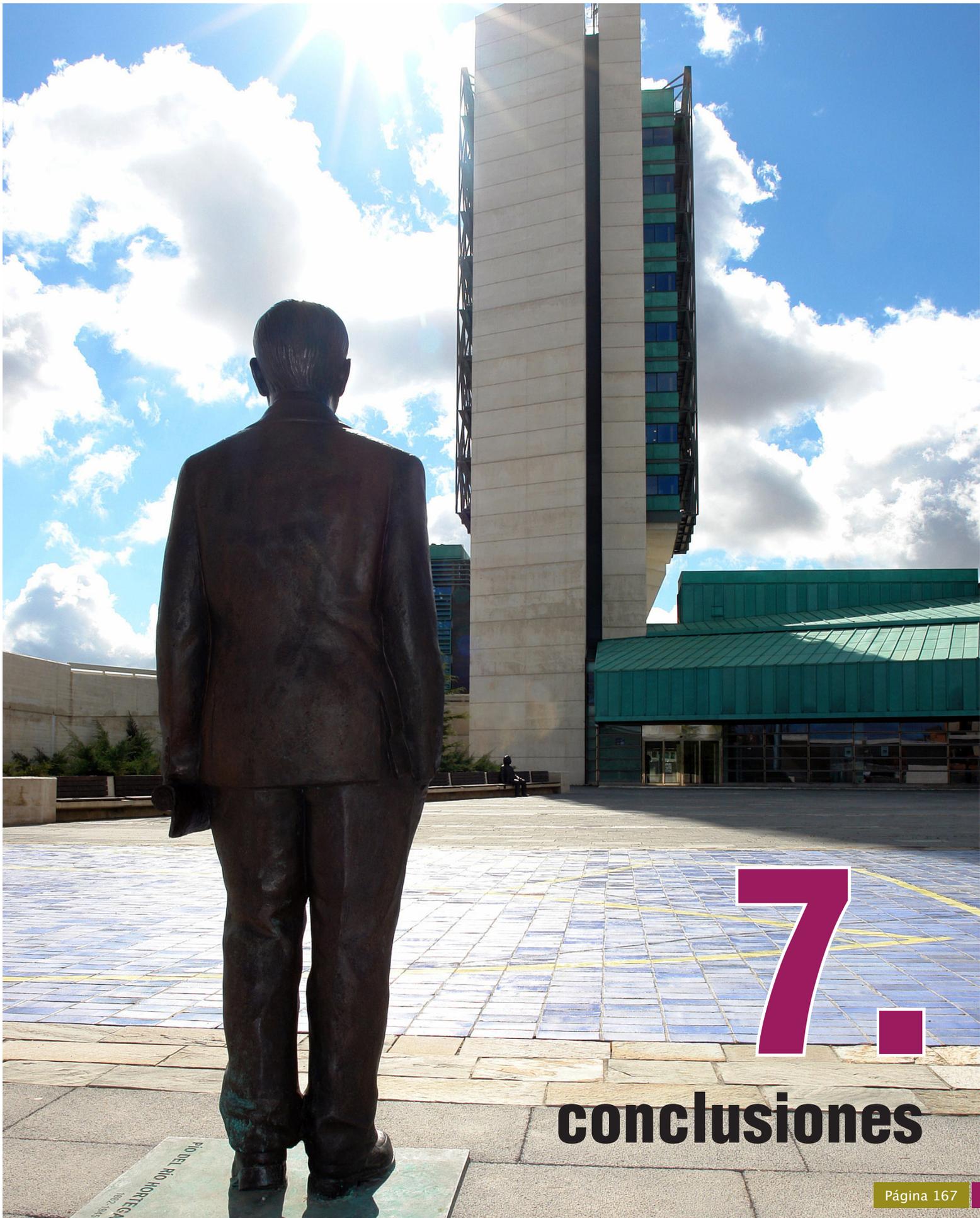
CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





VALLADOLID

turismo



7.

conclusiones



En los últimos años, el aumento progresivo del número de visitantes, junto con su alta satisfacción, hacen pensar en un futuro esperanzador para el sector turístico de Valladolid. La modernización de la ciudad con la llegada del AVE, la restauración de edificios históricos, la programación de eventos culturales y deportivos de impacto, la realización de congresos y actividades, la divulgación de su gastronomía, y la promoción de la ciudad, han sido algunas de las claves que han permitido a Valladolid alcanzar un crecimiento sostenible.

A continuación se recoge un breve resumen de los datos obtenidos de la encuesta realizada a los visitantes de 2008 y 2009, que, a modo de conclusiones, refleja los resultados de la investigación que hemos realizado sobre las características de los que han visitado la ciudad de Valladolid durante estos dos años (uno de bonanza económica -2008- y otro de crisis -2009-).

1.- Perfil de los visitantes

Entre los visitantes que llegan a Valladolid predomina claramente la población joven sobre la adulta y mayor (el 48% son menores de 34 años, es decir, población joven); aunque la población adulta (de 35 a 54 años) también tiene un peso importante (el 37%). Pero a partir de los 54 años, la proporción de visitantes desciende drásticamente (la población mayor de esta edad solo supone el 15% del total, con una tendencia a disminuir).

Como consecuencia de esta estructura de edad, predominan los solteros sobre el resto de situaciones personales (el 50% son solteros, el 42% casados o viviendo en pareja y el resto viudos o separados). Lo que tiene una incidencia determinante en el hecho de que vengan solos o con la familia.

El nivel de estudios es bastante alto. La mitad (el 49%) tienen estudios universitarios y casi cuatro de cada diez (el 36%) estudios medios.

Las dos terceras partes (el 65,6%) de los que nos visitan están trabajando. Esto implicaría, en principio, un nivel adquisitivo importante. Pero a pesar del dato anterior, los visitantes de Valladolid se mueven mayoritariamente en unos niveles de ingresos medios y bajos (el 57% pertenecen a unidades familiares que en 2008 y 2009 ganaban anualmente entre 12.000 y 30.000 euros y el 23% menos de 12.000). Un dato que va muy asociado al predominio de los visitantes jóvenes, cuyo nivel de ingresos es menor que el de la población adulta.

No obstante, a pesar de este claro predominio de la población joven, soltera, trabajadora, con nivel de estudios altos²¹ y con un nivel de ingresos medios tirando a bajos, hay que tener en cuenta que también tienen un peso elevado (superior al que le corresponde demográficamente) la población adulta (entre 35 y 54 años), el colectivo de estudiantes (que suponen el 17% de los visitantes), y la población con estudios medios,

21 En el caso de los visitantes de Valladolid, los índices de juventud, soltería, ocupación y nivel de estudios son muy superiores a los que le correspondería demográficamente. Es decir, que el peso de estos colectivos –jóvenes, solteros, ocupados y con nivel de estudios universitarios- es muy superior al que dichos colectivos tienen en el conjunto de la población, tanto de Valladolid como de Castilla y León y España.



mientras que tienen un peso muy reducido (muy inferior al que tienen en la estructura demográfica del país), la población mayor de 54 años, la población no activa (a parte de los estudiantes) y la de menor nivel de ingresos²².

Coherente con este perfil sociodemográfico, el peso de los excursionistas y de los que pernoctan en establecimientos no reglados es muy alto en el conjunto de los visitantes, mientras que el de los viajeros (visitantes que pernoctan en hoteles o similares) resulta, desde el punto de vista turístico, bastante reducido. Según los resultados de la encuesta, el 42% de los que nos visitan son excursionistas, es decir, personas de paso, que no pernoctan en la ciudad y de los que pernoctan, casi la mitad lo hacen en establecimientos no reglados. De modo que los viajeros, que es el colectivo que más interesa desde el punto de vista del gasto turístico, representa solamente una tercera parte escasa (el 31,5%) del total de visitantes.

2.- Procedencia, transportes y características del viaje

a.-Número de viajeros y visitantes

Según los datos del INE, Valladolid ha experimentado desde 2005 a 2008 un incremento progresivo de viajeros, llegando a un crecimiento del 21,2% en ese periodo. Situándose así en el 7º lugar de las ciudades o puntos turísticos de interior con mayor incremento entre 2005 y 2008. Esta progresión se ha detenido en 2009, que ha descendido un 7,4% con respecto a 2008, siguiendo la tónica general del resto de puntos turísticos. Pero aún así, Valladolid ocupa el 10º lugar entre las ciudades o puntos turísticos de interior con mayor crecimiento entre 2005 y 2009.

En 2008 Valladolid tuvo 361.913 viajeros y en 2009, 335.031, según el INE. Partiendo de esta cifra y de los datos de nuestra encuesta sobre visitantes, estimamos que el número de visitantes que llegaron a Valladolid en 2008 fue, aproximadamente, de 1.200.000 y en 2009 de 1.100.000.

b.-Origen de los visitantes

La inmensa mayoría de los que viajan a Valladolid (el 90% del total) residen en España, principalmente en Castilla y León y Madrid (que suponen el 44,2% y 19%, respectivamente, de los visitantes españoles). Una procedencia lógica, al tratarse de turismo interior. Aunque también resulta relevante el colectivo de extranjeros (que supone el 10,3% del total de visitantes y el 14,5% del total de turistas -una proporción que es más del doble de la media de Castilla y León-).

²² El perfil de los visitantes de Valladolid no lo podemos comparar con el perfil medio de los visitantes de Castilla y León y España, porque no se disponen de datos relativos a estos ámbitos, ya que los datos del INE a este respecto en Castilla y León y España se refieren solamente a los turistas (o personas que pernoctan). Pero comparando los perfiles de los turistas que llegan a Valladolid con los que llegan a Castilla y León y España, los de Valladolid presentan un perfil mucho más joven, con bastante mayor nivel de formación y con un índice de ocupación también bastante mayor que el de los turistas de Castilla y León y España. De lo que cabe presuponer que el perfil del visitante de Valladolid sea también bastante más joven y con mayor nivel de formación y educación que el de los turistas que vienen a Castilla y León y de los que se mueven por el conjunto del territorio nacional.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Y dentro de Castilla y León, la provincia de Valladolid es la que más visitantes aporta, con un 14% del total de los visitantes de procedencia española.

A este respecto, resulta relevante constatar que los visitantes que proceden de Castilla y León presentan, con respecto a los que proceden de fuera de la Comunidad, una media de edad menor, un índice de soltería mayor y un menor índice de ocupación y poder adquisitivo. Por el contrario los que proceden de fuera de Castilla y León presentan, con respecto a los de la Comunidad, un perfil más favorable al gasto: población casada o en pareja y con mayor ocupación, nivel de estudios y poder adquisitivo. Unas diferencias que están muy condicionadas por el peso de los estudiantes que proceden de Castilla y León.

c.-Medio de transporte que utilizan

El medio de transporte básico es el de carretera (lo utilizan el 75%), y especialmente el coche particular (utilizado por el 57%). Utilizan el tren el 18% y el avión el 6% (éste último medio, empleado básicamente por los visitantes que proceden del extranjero y de las islas). Unos resultados que parecen lógicos, dada la orografía llana de la meseta castellana y el sistema de comunicaciones que tiene Valladolid: buenos accesos a través de autovía y un AVE que favorece la conexión con Madrid, pero que allí se corta la conexión directa con el Sur y el Noreste de la península.

En la elección del medio influye mucho, a parte de la edad y el nivel de ingresos, el venir solo o acompañado. Los que vienen solos eligen preferentemente el transporte público (sea el autobús, tren o avión), mientras que quienes vienen en pareja o con familiares y/o amigos se decantan por el coche particular.

d.-Valladolid como principal destino turístico

Para la inmensa mayoría de los visitantes (el 90%) Valladolid es su principal destino turístico en este viaje. Este porcentaje llega casi al 100% entre los que vienen para asistir a algún evento cultural o deportivo, o por razones de estudio, y desciende al 83% entre los que vienen por ocio y turismo (un descenso que se ha incrementado en 2009, por la crisis). El descenso en este último caso resulta lógico, pues al tratarse de un turismo interior, muchos de los que vienen por ocio y turismo no suelen centrarse en una sola ciudad, y toman Valladolid como ciudad de paso. Una tendencia que se incrementa en momentos de crisis económica, al objeto de rentabilizar al máximo el tiempo y dinero disponibles.

e.-Frecuencia con la que vienen

Las dos terceras partes de los visitantes de Valladolid (el 65%) repiten visita, es decir que ya han venido otras veces. De éstos, algo menos de la mitad (el 45%) vienen de forma esporádica (de una a tres veces), una cuarta parte (el 24%) de manera frecuente (de 4 a 10 veces) y casi la tercera parte (el 32%) de manera habitual (más de 10 veces). Lo que supone un índice de fidelización de los visitantes bastante alto.



No obstante el índice de fidelidad varía mucho, según la clase de visitante y los motivos por los que éste viene a Valladolid. La gran mayoría (el 76%) de los que vienen como excursionistas y de los turistas que se alojan en establecimientos no reglados repiten la visita, y de estos, las dos terceras partes, lo hacen de manera frecuente o habitual, mientras que entre los que vienen como viajeros la proporción de los que ya han venido alguna vez, y la frecuencia con la que vienen, aunque también es alta, es mucho menor (repiten visita el 43% y de estos, lo hacen frecuente o habitual el 26%). Unas diferencias lógicas, ya que están estrechamente relacionados con los motivos del viaje: A parte de los que vienen a visitar a familiares o a estudiar, los que vienen principalmente para asistir a eventos culturales –la mayoría excursionistas- son los que en mayor proporción repiten la visita y vienen con más frecuencia, mientras que quienes vienen por ocio y turismo (donde predominan los viajeros) son los que en menor proporción repiten la visita y los que con menor frecuencia vienen.

f.-Con quien vienen

De los visitantes que llegan a Valladolid, siete de cada diez vienen acompañados (el 43,4% con familiares y/o amigos y el 26,4% con su pareja). El resto vienen solos. Aunque la situación varía según la clase de visitante y los motivos del viaje. Esta pauta de comportamiento ha variado bastante en 2009 con respecto a 2008. Como consecuencia de la crisis, la proporción de los que vienen en grupo (con familiares o amigos) ha subido 7 puntos porcentuales mientras ha descendido en esa misma proporción los que vienen solos o solamente con la pareja. Una tendencia que se ha acentuado especialmente entre los viajeros, donde el incremento es de 11 puntos.

3.- Características del viaje

a.-Principal motivo por el que vienen

El 32,5% de los visitantes vienen a Valladolid principalmente por ocio y turismo y el 26% para asistir a algún evento cultural o deportivo. El resto lo hacen por otros motivos diversos: visitar amigos o familiares, estudiar, etc.

A este respecto, cabe diferenciar dos colectivos con motivaciones claramente distintas: los que pernoctan en establecimientos no reglados y el resto. Así, mientras las dos terceras partes de los viajeros y excursionistas vienen a Valladolid, fundamentalmente, por ocio y turismo o para asistir a eventos culturales o deportivos, de los que pernoctan en establecimientos no reglados solo lo hacen por estos motivos una tercera parte. Por el contrario, mientras solo uno de cada diez de los excursionistas o viajeros viene principalmente para ver a familiares o amigos, o por estudios, entre los que pernoctan en establecimientos no reglados esta proporción sube a la mitad.



En este punto, la crisis también ha incidido de manera significativa, generando en 2009 con respecto a 2008, tanto en los excursionistas como en los viajeros, un descenso en la proporción de los que vienen por ocio y turismo, y un aumento, en el caso de los excursionistas, de los que vienen para participar en eventos, y, en el caso de los viajeros, de los que vienen por razones profesionales.

b.-Tipo de actividades que realizan

Lo primero a señalar es que la mayoría de los visitantes (el 60%) realizan solo uno o dos tipos de actividad. Solo el 23% realiza tres y el 17% más de tres. Lo que quiere decir que la mayoría de los visitantes vienen con objetivos singulares y definidos a cubrir en su estancia. Lo que guarda relación, a su vez, con la corta duración del viaje.

Las dos terceras partes (el 65%) de los visitantes realizan actividades orientadas a conocer la ciudad, la mitad de las cuales son actividades relacionadas con su arte y su historia. Un tipo de actividad que se complementa con la gastronomía (una actividad en alza y que actualmente realizan el 42% de los visitantes).

Pero además de conocer la ciudad y disfrutar de su gastronomía, (que son los dos atractivos turísticos fundamentales), la ciudad tiene otros muchos atractivos para el visitante, como queda reflejado en la variada lista de actividades que realizan, aunque en menor medida que las anteriores: participar en eventos culturales o deportivos (actividad realizada por el 23%), participar en congresos y ferias (el 15,5%), acudir a fiestas (el 15%), estudiar, hacer cursos o aprender idiomas (12%) y otras actividades diversas (9%), además de visitar a familiares y amigos (actividad que realizan el 25%).

De todos modos, las actividades que se realizan varían mucho en función de los motivos por los que ha venido a Valladolid, el tipo de visitante y el perfil sociodemográfico de éste. Aunque en todos los casos la principal actividad, o actividad más realizada, es visitar la ciudad, y especialmente conocer su arte y su historia, y también en todos los casos tiene un peso muy relevante el disfrute de la gastronomía, la intensidad en la práctica de éstas y otras actividades varía mucho según los colectivos. Así, los que vinieron por ocio y turismo y los viajeros son, con diferencia, los que más visitan la ciudad, los que realizan más actividades relacionadas con su arte y su historia y los que más disfrutan de su gastronomía. Por el contrario, los que pernoctan en establecimientos no reglados, son también con diferencia, los que más vienen a fiestas, además de ser los que más vienen a visitar a familiares o amigos, a estudiar o simplemente a descansar. Por lo que se refiere a los congresos, ferias y eventos, el índice de participación en estas actividades es similar entre los viajeros y los excursionistas. Y en lo que respecta al perfil sociodemográfico, resulta relevante destacar que las actividades relacionadas con la ciudad (especialmente su arte y su historia) y el disfrute de la gastronomía van interesando más a medida que aumenta la edad, el nivel de estudios y el nivel de ingresos, mientras que en lo que se refiere a las fiestas sucede lo contrario.



Por lo que respecta al impacto de la crisis en este punto, se observa que en 2009 se ha producido, con relación a 2008, un considerable incremento en la proporción de visitantes que han disfrutado de la gastronomía así como en la participación de eventos (congresos, ferias, actividades culturales o deportivas, etc.). Lo que refuerza la hipótesis, constatada también en otros datos del estudio, que estos dos factores (gastronomía y eventos) han contribuido de manera notable a paliar los efectos de la crisis en el sector turístico de la ciudad de Valladolid.

c.-Visitas a museos

Por lo que se refiere a la actividad concreta de visitar museos, el 39% ha visitado algún museo de la ciudad. Una actividad que descendió en 2009 (35%) con respecto a 2008 (43%). Los museos más visitados han sido: el de Escultura (visitado por el 45,5% de los visitantes de museos), el de la Ciencia (18,3%), Patio Herreriano (15,4%), Oriental (8,1%), Catedralicio (6,9%) y Casa Colón (6,4%).

d.-Pernoctaciones

Durante 2008 y 2009 han pernoctado, de media, el 58% de los visitantes. Aunque esta proporción varía bastante en función del motivo del viaje. Mientras que entre los que vienen a visitar a sus familiares y/o amigos o a estudiar pernoctan el 78 y 74%, respectivamente, entre los que vienen por ocio y turismo o a eventos culturales y/o deportivos, el porcentaje desciende al 56 y 51%, respectivamente.

El tipo de alojamiento más demandado por los turistas o personas que pernoctan es el hotel o similares (elegido por el 52%), seguidos por las viviendas de familiares o amigos (el 32%). Los demás alojamientos tienen una demanda muy reducida en Valladolid.

La situación empeora en 2009 con respecto al año anterior en lo que se refiere al índice de pernoctaciones pero mejora en lo que respecta a usuarios de hoteles y similares (el índice de pernoctaciones desciende del 63% en 2008 al 53% en 2009, pero, dentro de estos, la proporción de los que eligen establecimientos reglados para pernoctar sube del 47% en 2008 al 58% en 2009, mientras que quienes utilizan los no reglados pasan del 53% al 42%). El descenso en 2009 de un 10% de turistas (personas que pernoctan) significa que se ha incrementado en un 10% la proporción de excursionistas. Un cambio que se ha producido, básicamente, en los que vienen a Valladolid para asistir a eventos culturales y/o deportivos o a estudiar, en cuyos colectivos ha descendido en 20 puntos porcentuales la proporción de los que pernoctan. Lo que explicaría, en parte, el descenso en la utilización de establecimientos no reglados (como es el caso de los estudiantes). Un efecto claro de la crisis.

La mayoría (el 55%) de los que pernoctan pasarán en la ciudad una o dos noches, aunque esto varía mucho según se trate de turistas que pernoctan en hoteles o turistas que pernoctan en establecimientos no reglados (entre los primeros, la media de pernoctaciones es, según los resultados de la encuesta, de 2,9 noches²³,

²³ La media de pernoctaciones de los viajeros –personas que pernoctan en establecimientos hoteleros o similares– es según los resultados de nuestra encuesta (2,9 noches de media), bastante superior a los resultados que ofrece el INE (1,6).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



mientras que entre los segundos es de 10,6). En este punto se ha producido una variación significativa entre 2008 y 2009: mientras entre los viajeros la media de pernoctaciones desciende de 3,1 a 2,7 noches, entre las que pernoctan en establecimientos no reglados sube de 9 a 13 noches. Aunque estas variaciones no tienen el mismo significado económico, dentro del conjunto de la economía global de la ciudad el considerable incremento de la media de pernoctaciones en estancias no regladas palía bastante los efectos negativos del descenso en la media de pernoctaciones en los hoteles y similares.

e.-Comidas

El 71% de los encuestados afirma que ha comido o tiene previsto comer en un restaurante o similar, de los cuales el 39% hace una sola comida durante su visita. La media de comidas o cenas que se hacen en restaurantes o similares por parte de los que comen en estos establecimientos es de 4,1. Unos datos que van asociados al tipo de visitante y a la duración de la estancia (como ya hemos visto, el 42% de los visitantes son excursionistas, es decir, que no pernoctan en la ciudad, y de los que pernoctan el 55% pasan en la ciudad solo una o dos noches).

El uso de restaurantes varía mucho, no solo en función de los ingresos sino también del tipo de visitante. Así, mientras la práctica totalidad de los viajeros comen en restaurantes y lo hace de manera habitual (la media de comidas de este colectivo es de 4,8), entre los excursionistas y los que pernoctan en establecimientos no reglados solo van a restaurantes seis de cada diez, y los que van lo hacen muy pocas veces.

En cuanto al tipo de restaurantes, los que ofrecen carta de platos y/o menú del día son la elección más habitual (los han utilizado el 71% de los que han comido en establecimientos de este tipo), seguidos a gran distancia por los bares de tapas (utilizados por el 40%) y los restaurantes de comida rápida (el 15%).

Por lo que se refiere a la incidencia de la crisis en las pautas de comportamiento de los visitantes a este respecto, no parece que la crisis incida en el hábito de comer en establecimientos de comidas, pero se observa una clara tendencia a desplazar el consumo en los restaurantes (tanto tradicionales como de comida rápida) a los bares de tapas. Aunque la proporción de visitantes que comen en establecimientos de comidas no desciende en 2009 con respecto a 2008 (incluso se incrementa), la distribución de usuarios entre los tres tipos de establecimientos se trastoca fuertemente (la proporción de visitantes usuarios de restaurantes tradicionales desciende del 79% en 2008 al 65% en 2009 y la de usuarios de restaurantes de comida rápida del 18% al 13%, mientras que los usuarios de bares de tapas suben del 29% al 50%).

Pero en este cambio no solo ha incidido la crisis (aunque este sea el factor más importante), sino también el atractivo que están despertando las tapas de Valladolid, tanto en la ciudad como fuera de ella, como lo pone de manifiesto el que dicho cambio se haya producido en todos los colectivos de visitantes, pero especialmente en los de mayor capacidad de consumo (población adulta, trabajadores y con nivel de ingresos medios y altos). Por lo que da la impresión de que esta forma de comida se está socializando o generalizando a todos los



sectores de la población, adquiriendo, con ello, un carácter mucho más intergeneracional e interclasista que el que se observa en 2008. Lo que podría significar un cambio de tendencia en el uso de los establecimientos de restauración, la cual se ha agudizado con la crisis.

4.- Utilización de los servicios de información turística.

a.-Antes del viaje

La información sobre Valladolid difundida a través de los distintos medios de comunicación y divulgación ha tenido poca influencia en la mayoría de los visitantes de cara a la decisión de visitar la ciudad. En el 58% de los casos esta información apenas ha incidido a este respecto (éstos han venido a Valladolid por el conocimiento previo que tenían de la ciudad o por la información que le han dado los amigos o familiares). En el 42% restante, el medio más influyente ha sido Internet (para el 25,4% de los visitantes es el que más ha influido en la decisión de venir a Valladolid). El resto de medios han tenido una influencia muy pequeña.

Además, se observa que los dos medios informativos más influyentes en la incorporación de nuevos visitantes, especialmente de fuera de Castilla y León (Internet y el boca a boca –información a través de amigos y familiares-) han incrementado su incidencia en 2009 con respecto a 2008, mientras que el peso de los medios tradicionales de difusión (folletos, prensa, radio, etc.) ha descendido, lo que pone de manifiesto el gran papel de estos canales de divulgación y la necesidad de cuidarlas de manera especial.

b.-Durante su estancia en Valladolid

El uso de los servicios de información turística es bastante escaso por parte de los visitantes durante su estancia en la ciudad. Más de las dos terceras partes no utilizan ninguno. Los dos servicios más utilizados durante estos dos años han sido la Oficina de Información Turística (por la que han pasado el 20,4% de los visitantes) y la Web (que han utilizado el 14%). El número de usuarios de este último medio se ha incrementado sensiblemente en 2009 (pasando del 11% en 2008 al 17% al año siguiente), y es el medio por el que ha apostado la Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo como principal mecanismo de información y divulgación de la oferta turística de la ciudad, cuyo nuevo formato se ha presentado a finales de 2010.

5.- Nivel de gasto de los visitantes y su distribución

a.-Gasto medio por visitante

Según los resultados de la encuesta, durante los años 2008 y 2009, el gasto medio por visitante fue de 109€. Esta cifra sube a 172€ en el caso de los viajeros y a 179€ en los que pernoctan en establecimientos no reglados, y desciende a 33€ en el caso de los excursionistas.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



En 2009, a pesar de la crisis, el nivel medio de gasto de los visitantes se ha mantenido (pasando de 105€ en 2008 a 112€ en 2009). Aunque ha descendido el de los viajeros (que pasa de 174 a 169€), se ha compensado con creces por el incremento de los que pernoctan en establecimientos no reglados (que subió de 148€ a 218€).²⁴

Un factor determinante en la media de gasto es la distancia de Valladolid (aparte, claro, del hecho de pernoctar o no y del tipo de alojamiento a utilizar en caso de pernoctar). La tendencia que se observa es que a mayor distancia de la ciudad mayor gasto por visitante. Así, constatamos que el nivel medio de gasto de los visitantes del Centro de España (incluidos los de Madrid) es solo un poco más alto que el de los que vienen de Castilla y León, mientras que el de quienes proceden del resto de la península es casi el doble y el de los que vienen de las islas cuatro veces más. En esta línea, los que más gastan, con diferencia, son los que proceden del extranjero y de las islas españolas (con una media de gasto de 331€ y 252€, respectivamente).

Por lo que se refiere al efecto de la crisis en este punto, resulta llamativo que el nivel de gasto de los visitantes procedentes de Castilla y León haya descendido considerablemente en 2009 con respecto a 2008 (pasando de 73€ a 52€ de media por persona) mientras se ha incrementado el de los que proceden de todas las demás zonas españolas, así como del extranjero.

b.-Distribución del gasto

Según los resultados de la encuesta, el alojamiento se lleva el 15,4% del total y la manutención el 33,3%. Con lo que, el total de lo que los visitantes se gastan en establecimientos hoteleros y de comidas apenas llega a la mitad (el 48,7%) del total de lo que consumen en su viaje a Valladolid. El resto (el 51,3%) se destina a otros gastos diversos.

A este respecto, también se dan grandes diferencias entre unos visitantes y otros. Dejando al margen las obvias diferencias entre excursionistas, viajeros y los que pernoctan en establecimientos reglados (cuyos colectivos se definen precisamente en función del gasto en alojamiento), y considerando la procedencia de los visitantes, observamos unas grandes diferencias en función de la distancia a Valladolid, no solo en el nivel de gasto en valores absolutos, como hemos visto antes, sino también en su distribución. En este sentido, centrándonos en los capítulos de gasto en alojamiento y restaurantes (que es donde se presentan las diferencias más significativas, tanto en valores absolutos como relativos) se pueden diferenciar cuatro grandes grupos de visitantes en lo que se refiere al nivel de gasto y su distribución: *los que proceden de Castilla y León* (los que por visitante menos dinero dejan en alojamiento y restaurante), *los de Madrid* (que gastan por visitante en estos dos conceptos más del doble que los de Castilla y León), *los del resto de España*, (que gastan por visitante casi el doble que los de Madrid en alojamiento, aunque en restaurantes tengan un nivel de gasto solo ligeramente superior a los madrileños), y los extranjeros (que son, con diferencia, los que por visitante, más dinero dejan en Valladolid en todos los conceptos –aproximadamente el triple de lo que gastan los visitantes españoles de fuera de Castilla y León-).

²⁴ El fuerte incremento del gasto en éste último colectivo, parece deberse a que algunos visitantes de estancia larga (especialmente extranjeros), que en circunstancias normales pernoctarían en hotel, por efecto de la crisis han pasado a utilizar establecimientos no reglados, por resultarles más económico.



Por lo que se refiere a los efectos de la crisis, comparando los datos relativos a 2008 y 2009, se observa que, en lo que se refiere a la distribución del gasto, la crisis ha perjudicado al alojamiento y ha beneficiado a la restauración. Lo destinado a alojamiento ha pasado del 16,5% en 2008 al 14,5% en 2009 del gasto total, mientras lo destinado a restaurante y similares ha subido del 30,7% al 35,5% en el mismo periodo. Y de una manera general se observa que en 2009 se ha producido un cambio generalizado en las pautas de comportamiento en lo que a distribución del gasto se refiere: la tendencia a gastar más en restaurantes a costa de otros conceptos, especialmente en alojamientos hosteleros. Una tendencia que se observa especialmente en los de ingresos medios y los que están parados o inactivos laboralmente.

6.- Grado de satisfacción con el viaje y su estancia en Valladolid

a.- Nivel de satisfacción

La percepción que los visitantes tienen de Valladolid es muy positiva, como lo pone de manifiesto las puntuaciones que dan a su viaje a la ciudad: de los 11 aspectos de su viaje sobre los que se le pidió que valoraran de 0 a 10, todos obtienen una calificación media superior a 6,7, excepto la movilidad para disminuidos, cuya calificación es de 5,8. Y la media de todos ellos, que es la que nos da el índice de satisfacción general, es de 7 (es decir, de notable). Destacando, además, que en el 71% de los visitantes, esa media de puntuaciones es superior a 6,5 –calificando la estancia de bien o muy bien-, lo que quiere decir que terminan el viaje satisfechos, y que en el resto, dichas puntuaciones medias se mueven dentro del aprobado (entre 4,5 y 6,5). Los que terminan el viaje insatisfechos (con puntuaciones medias inferiores al 4,5) representan una proporción casi insignificante (el 1,5%).

Cabe destacar, además, que a pesar de la crisis económica, que incidió fuertemente en el turismo en 2009, el grado de satisfacción de los visitantes apenas ha variado entre 2008 y 2009. Ha bajado 3 décimas el índice de satisfacción (de 7,1 en 2008 a 6,8 en 2009), pero este ligero descenso en la puntuación probablemente esté asociado al descenso del tono vital que se produce en época de crisis, que tiende a dar puntuaciones más bajas a todos los ámbitos sobre los que se pregunta.

Resulta también de interés constatar que este alto nivel de satisfacción se da en todos los colectivos de visitantes, independientemente de donde procedan y de sus características sociodemográficas, y que apenas se observan diferencias entre ellos en 2008 y 2009 (salvo la tendencia general a bajar levemente la puntuación en 2009, que se ha señalado), lo que quiere decir que este estado de opinión es generalizado a todos los visitantes. (En ningún colectivo de los que hemos desagregado la información llega al 3% la proporción de visitantes insatisfechos –es decir, que califican la visita de mal o muy mal: puntuación media inferior a 4,5-).

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



No obstante, en este contexto generalizado de alta valoración, hay que destacar que el nivel de satisfacción del visitante aumenta a medida que su lugar de procedencia se distancia más de Valladolid. Y de una manera general, se observa la tendencia a valorar más el viaje a medida que resulta más costoso, tanto económicamente como en tiempo (ambas variables asociadas a la distancia). Así, tenemos que el índice de satisfacción es especialmente alto entre los extranjeros (7,4) y los viajeros (7,2), y, dentro de los visitantes españoles, de los que proceden de la Costa Mediterránea y las Islas (en torno a 7,4 en todos los casos).

Estos datos cabe interpretarlos como muy positivos, ya que, si tenemos en cuenta que toda valoración es una relación entre costes y beneficios, parece lógico que el nivel de exigencia que un visitante se plantea para cubrir las expectativas de su viaje sean mayores a medida que el viaje le resulta más costoso (en dinero y en tiempo). Y en este sentido, si quienes vienen a Valladolid con más expectativas (y por tanto, al costarle más el viaje, más exigentes se muestran con los servicios que reciben), son los que más positivamente valoran dicho viaje, quiere decir que las altas puntuaciones dadas tienen una base objetiva. Y ésta no es otra que la cantidad y calidad de las prestaciones que la ciudad ofrece a sus visitantes, y que cuanto más las utilizan más las valoran.

b.-Lo que más gusta de Valladolid a los visitantes

Según los resultados de la encuesta, el casco histórico y los monumentos y museos (con un 32 y un 21%, respectivamente) son los aspectos más valorados, y por tanto, por los que, fundamentalmente, vienen los turistas a Valladolid. Señalan estos aspectos más de la mitad de los visitantes (el 53%). Un porcentaje que subiría a las dos terceras partes si le sumamos el 12% que responde que les gusta todo de la ciudad. Lo que pone de manifiesto el atractivo que la ciudad como tal (su configuración, estructura, monumentalidad) tiene para los visitantes.

Pero aparte de esto, la ciudad tiene otros atractivos para el visitante, como la comodidad, accesibilidad y limpieza (lo más valorado por el 7,8% de los visitantes), el ambiente diurno y nocturno (por el 7,3%), la gastronomía (por el 6,8%), la atención y amabilidad de la gente (por el 6,5%), la variedad en la oferta turística (por el 4,8%), etc. Todos estos aspectos, aunque tienen un atractivo mucho menor que los anteriores (los que hemos sintetizado como *la ciudad como tal*), en la medida en que son complementarios de aquellos, juegan un papel importante en la valoración positiva del viaje.

c.-Lo que menos gusta de la ciudad

Lo primero a destacar a este respecto es que uno de cada seis visitantes (el 15,5%) dicen que no le disgusta nada de la ciudad. El resto, aunque mantengan un alto grado de satisfacción, como hemos visto, también señalan aspectos mejorables o que no le han agradado. La mayoría de estas quejas se centran en aspectos relacionados con el tráfico (señalan en concreto el tráfico y aparcamiento el 32,6% de los visitantes y las obras y contaminación el 12,3%). El resto de quejas o aspectos mejorables configuran un abanico temático



muy disperso, donde cada uno de los aspectos concretos tiene poca relevancia estadística, salvo el clima (que lo señalan el 7,1% como el aspecto que menos le ha gustado) y el carácter de la gente (señalado por el 5,2%).

d.-¿Repetirán el viaje a Valladolid?

Según los resultados de la encuesta, la gran mayoría de los visitantes tienen pensado volver a Valladolid en los próximos 12 meses (el 62% lo afirman con seguridad y el 22,4% dicen que probablemente sí lo harán). Solo uno de cada diez visitantes (el 11%) manifiesta que lo más probable es que no venga, y uno de cada veinte (el 4,1%) que con seguridad no vendrá.

De todos modos, al valorar estos datos tan positivos para el turismo en Valladolid, (por las repercusiones económicas que tiene un alto índice de fidelización de sus visitantes), hay que tener en cuenta que este índice varía bastante, según los motivos por los que los visitantes viajan a Valladolid, así como según la clase de visitante y su procedencia. En este sentido, en los que vienen por ocio y turismo y los viajeros, que son los colectivos que a efectos turísticos más interesan a la ciudad, la proporción de los que dicen que repetirán el viaje desciende bastante de la media. Pero, aún en estos casos, la gran mayoría (superior a siete de cada diez) tiene previsto (con seguridad o probablemente) volver a Valladolid en los próximos 12 meses.

La distancia es otra variable que juega en contra de la fidelización: cuanto más alejado esté de Valladolid el lugar de procedencia del visitante menor será la probabilidad de que vuelva a repetir el viaje a la ciudad. Pero también aquí el dato más relevante es que en todos los casos (incluidos los extranjeros) la gran mayoría –superior al 70%- dicen que con seguridad o probablemente, volverá a la ciudad en los próximos doce meses. Y, en este sentido, cabe destacar como datos concretos, que cuatro de cada diez visitantes extranjeros y cinco de cada diez de los españoles de fuera de Castilla y León dicen que, con seguridad, volverán a la ciudad en los próximos doce meses; a lo que hay que añadir que casi otros tres de cada diez de estos visitantes de fuera de la Comunidad ven probable regresar en estos próximos meses a la ciudad. Y si a esto le añadimos que la mayoría de estos visitantes de fuera de Castilla y León son viajeros y vienen por razones turísticas, podemos deducir que Valladolid cuenta con una demanda turística asegurada (o fiel) bastante alta, lo que supone un suelo firme importante para mantener la estructura actual de servicios turísticos. Una demanda, además, con grandes posibilidades de crecimiento, como cabe deducir del siguiente punto.

e.-¿Recomendarán el viaje a otros?

Como consecuencia del alto grado de satisfacción con el viaje, la inmensa mayoría de los visitantes dice que recomendaría la visita a Valladolid a sus allegados: ocho de cada diez lo recomendaría con seguridad, y el resto, probablemente. Solo el 3,5% responde que lo más probable es que no lo haga.

Esta actitud proactiva a recomendar Valladolid como destino turístico es generalizada en todos los visitantes, independientemente de los motivos por los que haya realizado el viaje, así como del tipo de visitante

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



y su procedencia. Destacando, además, que esta predisposición a recomendar la ciudad se incrementa en los colectivos de mayor interés turístico para la ciudad (sube en los que vienen a eventos culturales y deportivos y los que vienen por ocio y turismo, así como en los viajeros y los españoles que proceden de fuera de Castilla y León, mientras desciende en los que vienen por razones de estudio o trabajo y los que proceden de la Comunidad Autónoma).

Todos los datos anteriores nos llevan a concluir que la ciudad tiene gancho para los visitantes, y especialmente para los turistas, los cuales, de manera generalizada, se van satisfechos de su estancia aquí, por lo que la mayoría repetirán su viaje, y una mayoría aún mayor lo recomendarán a las personas próximas a ellos. Convirtiéndose, de esta manera, los visitantes en los mejores promotores del turismo en la ciudad. De lo que se deduce que la atención, el buen trato y los servicios a los visitantes que vienen a Valladolid retroalimenta el incremento del turismo en Valladolid, convirtiéndose así en una de las más efectivas campañas de promoción turística.



el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009





8

anexos

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 1.- Número de viajeros que han pernoctado en establecimientos hoteleros por puntos turísticos de España desde 2005 hasta 2009

	Total viajeros					%	%	%
	2005	2006	2007	2008	2009	Variación 2005-2008	Variación 2005-2009	Variación 2008-2009
Pájara	223.983	480.537	534.585	633.707	495.505	182,9	121,2	-21,8
Mogán	223.565	397.265	466.963	405.812	319.930	81,5	43,1	-21,2
Málaga	456.494	672.681	719.471	779.848	746.350	70,8	63,5	-4,3
Teruel	78.927	74.076	121.240	127.432	129.673	61,5	64,3	1,8
Gandía	213.720	350.838	348.336	334.510	262.992	56,5	23,1	-21,4
Denia	86.745	110.708	125.025	133.287	105.311	53,7	21,4	-21,0
San Bartolomé De Tirajana	834.338	1.167.558	1.233.143	1.265.613	1.177.285	51,7	41,1	-7,0
Sallent de Gállego	55.131	60.988	70.150	83.426	74.198	51,3	34,6	-11,1
Benalmádena	496.466	567.091	567.059	739.185	560.729	48,9	12,9	-24,1
Almería	208.125	227.224	258.621	291.321	279.370	40,0	34,2	-4,1
Estepona	206.338	229.145	251.108	278.974	212.758	35,2	3,1	-23,7
Barcelona	4.208.364	5.205.160	5.529.372	5.640.089	5.495.097	34,0	30,6	-2,6
Capdepera	229.663	279.348	368.832	305.156	286.240	32,9	24,6	-6,2
Segovia	160.539	187.302	219.805	210.931	209.561	31,4	30,5	-0,6
Sant Llorenç des Cardassar	401.352	409.634	494.985	523.847	401.615	30,5	0,1	-23,3
Zaragoza	739.638	798.816	819.882	940.843	717.251	27,2	-3,0	-23,8
Valencia	1.293.451	1.560.196	1.686.644	1.638.423	1.517.703	26,7	17,3	-7,4
Adeje	985.949	1.143.944	1.222.538	1.230.677	1.081.192	24,8	9,7	-12,1
Tarifa	91.954	90.928	127.425	113.458	113.803	23,4	23,8	0,3
Madrid	5.912.311	6.740.385	7.317.757	7.282.953	7.166.476	23,2	21,2	-1,6
Gijón	284.953	340.048	372.123	350.141	352.439	22,9	23,7	0,7
Plasencia	65.757	79.743	87.971	80.600	81.015	22,6	23,2	0,5
Santa Cruz De Tenerife	169.324	199.493	223.478	206.893	171.963	22,2	1,6	-16,9
Salou	805.556	1.127.977	965.954	981.267	890.494	21,8	10,5	-9,3
Valladolid	298.559	317.406	353.610	361.913	335.031	21,2	12,2	-7,4
Jaca	107.875	124.143	115.334	130.490	117.379	21,0	8,8	-10,0
Llanes	75.462	86.087	98.363	90.253	94.749	19,6	25,6	5,0
Grove (O)	93.301	103.259	111.230	111.336	91.077	19,3	-2,4	-18,2
Logroño	222.090	265.229	253.627	260.974	251.668	17,5	13,3	-3,6
Palencia	77.875	88.859	90.421	90.634	67.916	16,4	-12,8	-25,1
Bilbao	530.063	601.220	639.784	616.487	624.359	16,3	17,8	1,3
Oviedo	324.630	381.417	395.559	377.460	358.642	16,3	10,5	-5,0
Benasque	56.144	69.706	64.974	64.872	60.883	15,5	8,4	-6,1
Zamora	96.503	118.195	117.761	110.672	113.161	14,7	17,3	2,2
Benidorm	1.496.380	1.931.467	1.754.356	1.683.972	1.628.480	12,5	8,8	-3,3
Murcia	332.045	371.489	416.962	372.997	301.968	12,3	-9,1	-19,0
Fuengirola	365.535	378.285	387.658	409.958	358.794	12,2	-1,8	-12,5
Palma De Mallorca	1.431.670	1.698.759	1.604.033	1.603.115	1.536.300	12,0	7,3	-4,2
Las Palmas De Gran Canaria	303.990	342.311	346.037	340.172	299.539	11,9	-1,5	-11,9
Vielha e Mijaran	146.321	150.128	136.868	162.738	151.190	11,2	3,3	-7,1
León	318.968	365.733	382.411	352.988	364.242	10,7	14,2	3,2
Torremolinos	910.639	1.161.512	1.173.504	1.007.301	877.506	10,6	-3,6	-12,9
Lleida	154.906	146.564	148.037	171.215	158.928	10,5	2,6	-7,2
Donostia-San Sebastián	423.463	475.929	471.786	467.238	451.915	10,3	6,7	-3,3
Ronda	146.837	149.473	187.783	161.628	149.248	10,1	1,6	-7,7



Lloret de Mar	907.277	1.138.562	1.087.053	995.374	973.104	9,7	7,3	-2,2
Castellón De La Plana	150.499	173.446	180.019	164.817	138.705	9,5	-7,8	-15,8
Granada	1.349.987	1.428.779	1.492.980	1.472.183	1.373.862	9,1	1,8	-6,7
Calviá	1.186.040	1.338.378	1.428.985	1.293.947	1.142.866	9,1	-3,6	-11,7
Níjar	45.010	45.317	54.285	49.053	44.278	9,0	-1,6	-9,7
Peñíscola	289.087	319.754	304.435	313.097	430.542	8,3	48,9	37,5
Burgos	333.251	344.444	342.260	360.186	356.444	8,1	7,0	-1,0
Arona	578.314	617.280	632.999	624.989	548.187	8,1	-5,2	-12,3
Nerja	169.463	218.497	187.407	182.954	157.368	8,0	-7,1	-14,0
Naut Arant	64.652	80.215	62.545	69.540	57.333	7,6	-11,3	-17,6
Pamplona	261.702	283.847	289.100	281.616	287.877	7,6	10,0	2,2
Albarracín	34.723	37.189	39.379	37.315	33.538	7,5	-3,4	-10,1
Sanxenxo	203.940	235.902	229.101	218.579	232.794	7,2	14,1	6,5
Salamanca	554.007	581.040	576.890	590.588	571.932	6,6	3,2	-3,2
Ourense	104.699	103.344	103.465	111.031	96.952	6,0	-7,4	-12,7
Puerto De La Cruz	574.360	616.070	601.474	605.513	508.094	5,4	-11,5	-16,1
Cambrils	186.089	272.836	255.789	195.058	170.565	4,8	-8,3	-12,6
Albacete	157.232	157.797	166.732	164.478	148.228	4,6	-5,7	-9,9
Cartagena	296.940	379.454	335.561	310.237	271.326	4,5	-8,6	-12,5
Santander	366.668	414.919	406.847	380.273	375.037	3,7	2,3	-1,4
Trujillo	68.863	81.038	81.901	71.287	76.533	3,5	11,1	7,4
Cazorla	34.783	39.714	46.409	35.905	34.332	3,2	-1,3	-4,4
Toledo	434.615	450.668	465.417	448.008	441.645	3,1	1,6	-1,4
Santiago De Compostela	534.716	510.602	573.035	542.592	562.385	1,5	5,2	3,6
Sevilla	1.705.586	1.865.230	1.840.141	1.729.940	1.665.199	1,4	-2,4	-3,7
Benavente	47.449	37.871	55.460	47.706	45.010	0,5	-5,1	-5,7
Alicante	713.845	732.612	768.511	716.492	659.211	0,4	-7,7	-8,0
Roquetas De Mar	437.264	478.539	465.686	436.131	392.133	-0,3	-10,3	-10,1
Jerez De La Frontera	262.224	289.605	311.135	260.452	232.845	-0,7	-11,2	-10,6
Marbella	758.205	883.837	714.098	752.204	574.860	-0,8	-24,2	-23,6
Mojácar	223.600	256.043	219.839	221.160	194.412	-1,1	-13,1	-12,1
Cuenca	209.196	208.925	222.183	203.851	188.090	-2,6	-10,1	-7,7
Cangas de Onís	100.913	97.489	88.922	98.169	110.558	-2,7	9,6	12,6
Vigo	370.390	386.591	399.454	360.402	306.510	-2,7	-17,2	-15,0
Córdoba	731.023	726.673	754.129	706.114	661.148	-3,4	-9,6	-6,4
Ávila	225.627	226.457	235.468	217.363	194.964	-3,7	-13,6	-10,3
Tarragona	195.988	220.466	201.563	186.041	158.191	-5,1	-19,3	-15,0
Lugo	163.664	161.815	163.654	153.977	142.094	-5,9	-13,2	-7,7
Soria	91.311	93.337	93.258	84.923	96.085	-7,0	5,2	13,1
Viveiro	25.904	30.902	33.046	23.644		-8,7		
Arcos De La Frontera	52.816	59.181	59.615	47.810	35.804	-9,5	-32,2	-25,1
El Puerto De Santa María	190.075	225.220	219.848	170.228	167.848	-10,4	-11,7	-1,4
Cáceres	224.707	226.977	213.384	201.185	206.975	-10,5	-7,9	2,9
Ribadeo	61.339	62.621	60.786	54.420	58.783	-11,3	-4,2	8,0
Tias	254.580	225.618	287.989	221.521	179.959	-13,0	-29,3	-18,8
Coruña	471.607	450.528	454.523	382.995	370.324	-18,8	-21,5	-3,3
Algeciras	177.119	188.543	221.977	129.306	143.330	-27,0	-19,1	10,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 2.- Media de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por puntos turísticos de España desde 2005 hasta 2009 (Sólo los que pernoctan)

	2005	2006	2007	2008	2009
Pájara	10,1	8,2	7,7	7,6	9,0
Tias	9,0	7,7	7,2	8,0	8,1
Sant Llorenç des Cardassar	8,6	8,1	7,1	6,9	8,0
Arona	8,1	8,1	7,8	7,7	7,9
San Bartolomé De Tirajana	8,7	8,0	7,8	7,6	7,8
Adeje	7,9	7,9	7,6	7,6	7,6
Mogán	8,7	7,2	6,5	6,9	7,4
Puerto De La Cruz	7,4	7,2	7,2	7,1	7,1
Capdepera	7,6	7,7	5,9	7,2	7,1
Calviá	7,0	6,5	6,3	6,8	7,0
Benidorm	7,2	5,7	6,2	6,3	6,0
Roquetas De Mar	6,4	5,7	5,8	5,7	5,5
Fuengirola	5,3	4,9	5,3	5,1	5,3
Salou	5,9	4,5	5,0	5,1	5,2
Lloret de Mar	5,7	5,1	5,1	5,6	5,1
Cambrils	5,2	3,5	3,4	4,2	4,9
Torremolinos	4,9	4,4	4,2	4,4	4,8
Palma De Mallorca	5,7	4,9	5,1	4,9	4,7
Gandía	4,8	3,2	3,5	3,7	4,7
Nerja	4,3	3,6	4,4	4,4	4,5
Benalmádena	5,5	4,7	5,1	4,4	4,4
Mojácar	4,5	3,8	3,9	4,1	4,0
Cartagena	4,0	2,9	3,7	3,8	4,0
Peñíscola	5,0	4,4	4,5	4,4	3,9
Marbella	3,8	3,0	3,3	3,3	3,8
Naut Arant	4,3	3,4	3,5	3,4	3,7
Estepona	3,7	3,6	2,9	3,3	3,6
Sanxenxo	3,6	3,4	3,5	3,5	3,4
Benasque	3,7	3,3	3,1	3,3	3,2
Las Palmas De Gran Canaria	3,2	3,0	3,0	3,1	3,1
Grove (O)	3,1	3,2	3,0	2,8	3,1
Níjar	2,5	2,8	2,4	2,5	2,9
Vielha e Mijaran	3,0	2,8	2,9	2,7	2,6
El Puerto De Santa María	2,8	2,5	2,7	2,6	2,6
Denia	2,6	2,4	2,9	2,8	2,6
Jaca	2,7	2,6	2,7	2,5	2,5
Tarifa	2,8	2,8	2,4	2,5	2,4
Llanes	3,0	2,5	2,3	2,4	2,4
Cangas de Onís	2,3	2,4	2,2	2,1	2,3
Cazorla	2,0	2,2	2,2	2,2	2,3
Barcelona	2,5	2,2	2,1	2,1	2,2
Almería	1,9	1,9	1,8	2,0	2,2
Coruña	1,8	1,9	1,9	2,1	2,1
Santiago De Compostela	2,1	2,0	2,0	2,1	2,1



Jerez De La Frontera	2,0	1,9	1,9	2,0	2,1
Alicante	1,9	1,9	1,9	1,9	2,1
Santa Cruz De Tenerife	2,3	2,2	2,1	2,0	2,1
Vigo	1,8	1,8	1,8	1,9	2,0
Valencia	1,9	1,8	1,9	2,0	2,0
Santander	2,1	2,0	2,0	1,9	2,0
Donostia-San Sebastián	2,0	1,9	1,9	1,9	1,9
Castellón De La Plana	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9
Madrid	2,1	2,0	1,9	1,9	1,9
Málaga	2,1	1,9	1,8	1,8	1,9
Tarragona	2,1	1,8	1,9	1,9	1,9
Arcos De La Frontera	1,8	1,7	1,8	1,9	1,9
Sevilla	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Albarracín	1,7	1,6	1,7	1,8	1,9
Algeciras	1,7	1,7	1,6	1,7	1,8
Granada	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Gijón	2,4	2,1	2,1	2,2	1,8
Oviedo	2,0	1,8	1,9	1,8	1,8
Palencia	1,7	1,6	1,8	1,7	1,8
Bilbao	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8
Ribadeo	1,4	1,5	1,7	1,7	1,7
Soria	1,8	1,7	1,7	1,9	1,7
Logroño	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7
Zaragoza	1,7	1,7	1,7	1,9	1,7
Cuenca	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
Ourense	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Pamplona	1,9	1,7	1,7	1,7	1,7
Murcia	1,7	1,6	1,6	1,6	1,7
Salamanca	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Ávila	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6
Valladolid	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6
León	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Ronda	1,6	1,7	1,5	1,6	1,6
Plasencia	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Córdoba	1,5	1,6	1,6	1,6	1,6
Teruel	2,1	1,8	1,8	1,7	1,6
Albacete	1,6	1,7	1,7	1,8	1,6
Lugo	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6
Cáceres	1,7	1,6	1,6	1,7	1,6
Segovia	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6
Toledo	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Zamora	1,7	1,6	1,7	1,7	1,6
Trujillo	1,6	1,6	1,5	1,6	1,6
Lleida	1,7	1,6	1,7	1,6	1,5
Burgos	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
Benavente	1,2	1,4	1,4	1,3	1,3
Viveiro	2,1	2,2	2,0	2,1	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 3.- Turistas con destino Castilla y León y España por lugar de origen. Año 2007

		Castilla y León 2007	España 2007
Residentes	Andalucía	1,3	11,9
	Aragón	0,9	2,4
	Asturias	3,1	1,7
	Islas Baleares		1
	Canarias		1,6
	Cantabria	1,3	0,7
	Castilla La Mancha	1	3,4
	Castilla y León	30,3	4,7
	Cataluña	3,6	10,4
	Comunidad Valenciana	1,6	6,8
	Extremadura	1,7	1,9
	Galicia	2,5	4
	Madrid	33,4	13,3
	Murcia		1,5
	Navarra	0,4	1
	País Vasco	10,1	4
La Rioja	0,8	0,6	
Total		92,8	71,3
No Residentes	Alemania	0,4	4,9
	Bélgica	0,4	0,8
	Francia	2,2	4,5
	Irlanda		0,8
	Italia	0,3	1,8
	Países Bajos	0,2	1,2
	Portugal	1,4	1,1
	Reino Unido	0,5	7,9
	Suiza		1,7
	Países Nórdicos		0,7
	Resto Europa		1,4
	Estados Unidos		0,5
	Resto América	0,6	0,7
	Resto mundo		0,7
Total		7,2	28,7

Los espacios en blanco indican que el dato no está respaldado con la suficiente base muestral (100 registros)

Fuente: para los datos de Castilla y León y España, IET: Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar) y Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)



Cuadro 4.- Proporción de visitantes que tienen a Valladolid como su principal destino, según distintas variables sociodemográficas. (*)

		2008	2009	Total	<i>(Bases) (**)</i>
		%	%	%	
<i>Clase de Visitante</i>	Excursionista	81,7	86,3	84,3	(1.124)
	Viajero	92,3	94,4	93,3	(842)
	Alojamien no reglados	95,0	95,5	95,2	(705)
<i>Sexo</i>	Hombre	88,4	89,9	89,1	(1.304)
	Mujer	90,1	91,6	90,9	(1.367)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	90,9	96,6	93,7	(527)
	Entre 25 y 34 años	88,4	92,4	90,3	(740)
	Entre 35 y 44 años	91,2	93,0	92,1	(545)
	Entre 45 y 54 años	90,9	92,2	91,6	(451)
	Más de 55 años	83,4	77,4	79,9	(399)
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	88,4	87,5	87,9	(1.174)
	Soltero	90,5	94,6	92,5	(1.324)
	Otras situaciones	85,1	84,4	84,8	(171)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	90,8	89,6	90,1	(395)
	Bachillerato, F.P.	86,3	92,9	89,5	955)
	Estudios universitarios	91,4	89,6	90,5	(1.291)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	89,5	95,7	92,8	(444)
	No activo o parado	84,6	85,1	84,9	(404)
	Trabajador/a	90,9	91,2	91,0	(1.749)
	Otra situación	72,2	84,6	74,6	(67)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 euros	89,1	89,9	89,4	(378)
	Entre 12.000 y 30.000 €	90,0	89,2	89,6	(923)
	Entre 30.000 y 54.000 €	89,3	88,5	88,9	(296)
	Más de 54.000 euros	95,2	88,9	92,3	(39)
Total	89,2	90,8	90,0	(2.671)	

(*) En el cuadro se recogen solamente los que han respondido que Valladolid es su principal destino en este viaje. La diferencia hasta 100 corresponde a los que han respondido que no.

Los que responden no, quiere decir que el viaje que realizan a Valladolid entra dentro de un viaje con un itinerario más amplio que el de la ciudad, en el que la visita a Valladolid no es el objetivo principal de dicho viaje.

(**) Las bases recogen el total de respuestas –los que han respondido que sí y los que han dicho que no–.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 5.- Número de pernoctaciones por visitante que pernocta, según distintas variables sociodemográficas. (Bases: sólo los visitantes que pernoctan)

		Una	Dos	Tres	Cuatro ó Cinco	De seis a diez	Más de diez	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	23,5	33,9	11,5	13,5	10,4	7,2	(720)
	Mujer	23,1	30,3	14,6	15,5	10,8	5,8	(780)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	15,9	20,4	8,7	21,1	18,0	15,9	(289)
	Entre 25 y 34 años	25,9	32,7	16,2	10,3	9,4	5,5	(437)
	Entre 35 y 44 años	23,9	39,0	14,4	11,8	8,2	2,6	(305)
	Entre 45 y 54 años	23,7	41,0	9,2	16,1	7,6	2,4	(249)
	Más de 55 años	25,5	25,9	15,7	16,7	10,2	6,0	(216)
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	25,3	35,0	14,5	13,6	7,7	3,9	(648)
	Soltero	20,7	29,7	12,0	15,8	13,0	8,8	(764)
	Otras situaciones	30,2	30,2	12,8	10,5	10,5	5,8	(86)
<i>Nivel de estudios</i>	Estudios primarios o menos	19,3	32,2	8,8	15,8	12,9	11,1	(171)
	Bachillerato, FP	25,1	27,6	11,3	16,7	12,8	6,4	(514)
	Estudios universitarios	22,9	34,8	15,1	12,9	8,8	5,6	(800)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	14,6	19,0	8,1	21,1	20,2	17,0	(247)
	No activo	24,7	30,3	12,6	15,2	10,1	7,1	(198)
	Trabajador	25,1	36,2	14,3	12,6	8,3	3,5	(1.011)
	Otra situación	22,0	14,6	17,1	22,0	9,8	14,6	(41)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	13,2	26,5	9,1	22,4	13,2	15,5	(219)
	Entre 12.000 y 30.000 €	26,9	34,5	16,4	12,1	6,2	3,9	(513)
	Entre 30.000 y 54.000 €	18,4	40,8	16,2	12,3	9,5	2,8	(179)
	Más de 54.000 €	15,4	38,5	15,4	15,4	15,4		(26)
Total		23,3	32,0	13,1	14,5	10,6	6,5	(1.500)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.



Cuadro 6.- Proporción de visitantes que han pernoctado en 2008 y 2009, según distintas variables sociodemográficas. (

		2008	2009	Total	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	60,3	52,4	56,4	(1.304)
	Mujer	65,6	53,5	59,3	(1.367)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	66,5	50,8	58,6	(527)
	Entre 25 y 34 años	62,3	58,4	60,4	(740)
	Entre 35 y 44 años	61,4	52,7	57,1	(545)
	Entre 45 y 54 años	59,5	52,5	56,1	(451)
	Más de 55 años	66,3	48,3	55,9	(399)
<i>Situación Civil</i>	Casado/convive en pareja	60,7	52,1	56,2	(1.174)
	Soltero	65,4	54,8	60,1	(1.324)
	Otras situaciones	58,5	44,2	52,0	(171)
<i>Nivel de estudios</i>	Estudios primarios o menos	59,2	33,6	45,6	(395)
	Bachillerato, F.P.	60,7	49,1	55,1	(955)
	Estudios universitarios	65,9	61,7	63,7	(1.291)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	67,9	53,6	60,4	(444)
	No activo	68,6	40,7	51,5	(404)
	Trabajador	60,3	56,4	58,4	(1.749)
	Otra situación	68,5	53,8	65,7	(67)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	69,1	45,3	59,8	(378)
	Entre 12.000 y 30.000 €	60,5	53,4	57,1	(923)
	Entre 30.000 y 54.000 €	63,6	58,3	60,8	(296)
	Más de 54.000 €	66,7	66,7	66,7	(39)
Total		62,9	53,0	57,9	(2.671)

(*) Las diferencias hasta 100 es la proporción de los que no pernoctan.

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009.

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 7- Grado de satisfacción global con el viaje en 2008, según distintas variables

		No satisfactorio (Mal/Muy mal)	Aceptable (Regular)	Satisfactorio (Bien)	Muy satisfactorio (Muy bien)	Media (De 0 a 10)	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	1,1	22,1	71,1	5,7	7,1	(662)
	Mujer	1,0	22,5	70,2	6,4	7,1	(654)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	1,5	26,8	68,6	3,1	6,9	(261)
	Entre 25 y 34 años	0,5	24,0	67,7	7,8	7,1	(384)
	Entre 35 y 44 años	0,8	21,9	72,5	4,8	7,1	(269)
	Entre 45 y 54 años	1,7	17,7	74,6	6,0	7,2	(232)
	Más de 55 años	0,6	18,5	72,0	8,9	7,3	(168)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	0,6	18,3	74,1	7,1	7,2	(564)
	Soltero	1,1	25,3	68,3	5,3	7,0	(657)
	Otras situaciones	3,2	25,8	65,6	5,4	7,0	(93)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	1,1	22,4	68,9	7,7	7,2	(183)
	Bachillerato, FP	1,2	22,4	72,3	4,1	7,1	(487)
	Universitarios	0,8	22,4	69,7	7,1	7,1	(624)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	1,4	27,5	67,6	3,4	7,0	(207)
	No activo	0,6	24,4	65,4	9,6	7,2	(156)
	Trabajador	1,0	21,1	72,2	5,7	7,1	(897)
	Otra situación		15,7	70,6	13,7	7,5	(51)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	0,9	28,2	66,5	4,4	7,0	(227)
	Entre 12.000 y 30.000 €	0,4	19,2	75,7	4,6	7,2	(478)
	Entre 30.000 y 54.000 €	0,6	18,1	70,6	10,6	7,2	(160)
Total		1,0	22,3	70,7	6,1	7,1	(1.316)

(*) Se han fundido las categorías “Muy mal” y “Mal” por ser, como se ha señalado, estadísticamente irrelevante la respuesta “Muy Mal” (el 0,1% del total de visitantes).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008.



Cuadro 8.- Grado de satisfacción global con el viaje en 2009, según distintas variables

		No satisfactorio (Mal/Muy mal)	Aceptable (Regular)	Satisfactorio (Bien)	Muy satisfactorio (Muy bien)	Media (De 0 a 10)	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	2,2	35,6	56,5	5,7	6,8	(634)
	Mujer	1,8	30,3	62,9	4,9	6,9	(712)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	2,7	39,0	54,9	3,4	6,7	(264)
	Entre 25 y 34 años	2,0	36,3	59,2	2,5	6,7	(353)
	Entre 35 y 44 años	1,5	33,0	59,0	6,6	6,8	(273)
	Entre 45 y 54 años	2,8	31,5	62,6	3,2	6,8	(219)
	Más de 55 años	1,3	22,2	65,2	11,3	7,2	(230)
<i>Situación Civil</i>	Casado/en pareja	1,5	27,2	64,1	7,2	7,0	(607)
	Soltero	2,1	37,5	57,3	3,2	6,7	(662)
	Otras situaciones	5,2	37,7	49,4	7,8	6,7	(77)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	2,4	33,2	54,5	10,0	6,9	(211)
	Bachillerato, FP	2,3	35,8	56,7	5,2	6,8	(466)
	Universitarios	1,7	30,8	63,7	3,9	6,9	(663)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	2,6	37,9	56,6	3,0	6,7	(235)
	No activo	3,2	27,0	61,7	8,1	6,9	(248)
	Trabajador	1,4	32,9	60,6	5,1	6,9	(850)
	Otra situación	7,7	46,2	38,5	7,7	6,6	(13)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	1,4	37,2	52,7	8,8	6,9	(148)
	Entre 12.000 y 30.000 €	2,2	37,6	54,3	5,9	6,8	(444)
	Entre 30.000 y 54.000 €	1,1	23,6	70,7	4,6	7,1	(174)
Total		2,0	32,8	59,9	5,3	6,8	(1.346)

(*) Se han fundido las categorías “Muy mal” y “Mal” por ser, como se ha señalado, estadísticamente irrelevante la respuesta “Muy Mal” (el 0,1% del total de visitantes).

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 9.- Intención de volver a visitar Valladolid, según las características sociodemográficas de los visitantes

		<i>¿Tiene intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?</i>			<i>(Bases)</i>
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	
<i>Sexo</i>	Hombre	60,2	24,4	15,4	<i>(1.301)</i>
	Mujer	64,6	20,6	14,8	<i>(1.363)</i>
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	71,3	18,8	9,9	<i>(526)</i>
	Entre 25 y 34 años	60,9	23,1	15,9	<i>(740)</i>
	Entre 35 y 44 años	60,3	23,8	15,9	<i>(541)</i>
	Entre 45 y 54 años	63,7	21,2	15,1	<i>(450)</i>
	Más de 55 años	54,9	25,9	19,1	<i>(398)</i>
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	60,2	22,1	17,7	<i>(1.172)</i>
	Soltero	64,7	22,2	13,1	<i>(1.321)</i>
	Otras situaciones	60,9	26,0	13,0	<i>(169)</i>
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	66,8	21,4	11,7	<i>(393)</i>
	Bachillerato, F.P.	66,2	22,1	11,7	<i>(951)</i>
	Estudios universitarios	58,9	22,1	19,0	<i>(1.290)</i>
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	70,7	19,9	9,5	<i>(443)</i>
	No activo o parado	61,1	25,5	13,4	<i>(403)</i>
	Trabajador	61,1	21,8	17,0	<i>(1.745)</i>
	Otra situación	51,6	34,4	14,1	<i>(66)</i>
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	69,8	21,8	8,5	<i>(378)</i>
	Entre 12.000 y 30.000 €	63,2	21,4	15,4	<i>(921)</i>
	Mas de 30.000 €	57,1	24,3	18,6	<i>(334)</i>
Total		62,4	22,4	15,1	<i>(2.664)</i>

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009.



Cuadro 10.- Intención de volver a visitar Valladolid, según las características sociodemográficas de los visitantes (Comparación 2008 y 2009)

		<i>¿Tiene intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?</i>					
		Año 2008			Año 2009		
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	Sí, con seguridad	Sí, es probable	No
<i>Sexo</i>	Hombre	56,4	27,6	16,0	64,2	21,0	14,8
	Mujer	61,8	21,7	16,5	67,1	19,5	13,3
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	69,5	21,4	9,2	73,1	16,3	10,6
	Entre 25 y 34 años	58,9	25,6	15,5	63,2	20,4	16,4
	Entre 35 y 44 años	54,3	27,5	18,2	66,3	20,1	13,6
	Entre 45 y 54 años	58,3	22,2	19,6	69,4	20,1	10,5
	Más de 55 años	52,7	26,9	20,4	56,5	25,2	18,3
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	56,8	23,1	20,1	63,3	21,3	15,5
	Soltero	61,7	25,0	13,3	67,7	19,5	12,8
	Otras situaciones	54,3	32,6	13,0	68,8	18,2	13,0
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	62,4	28,7	8,8	70,6	15,2	14,2
	Bachillerato, F.P.	62,1	24,9	13,0	70,6	19,1	10,3
	Estudios universitarios	57,1	21,5	21,4	60,6	22,6	16,7
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	69,2	23,6	7,2	71,9	16,6	11,5
	No activo o parado	58,3	28,2	13,5	62,9	23,8	13,3
	Trabajador	57,5	23,5	19,0	64,9	20,1	14,9
	Otra situación	49,0	37,3	13,7	61,5	23,1	15,4
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	67,2	24,5	8,3	73,6	17,6	8,8
	Entre 12.000 y 30.000 €	63,7	21,6	14,7	62,6	21,2	16,2
	Mas de 30.000 €	55,3	26,4	18,2	58,6	22,4	19,0
Total		59,1	24,7	16,2	65,8	20,2	14,0

Fuente: Observatorio Turístico: Encuestas a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Cuadro 11.- ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?, según las características sociodemográficas de los visitantes

		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	(Bases)
<i>Sexo</i>	Hombre	77,9	19,3	2,8	(1301)
	Mujer	80,8	15,2	4,0	(1.363)
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	75,3	20,2	4,6	(526)
	Entre 25 y 34 años	76,8	18,8	4,5	(740)
	Entre 35 y 44 años	81,5	15,7	2,8	(541)
	Entre 45 y 54 años	82,4	14,7	2,9	(450)
	Más de 55 años	82,9	15,3	1,8	(398)
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	82,4	14,7	2,9	(1.172)
	Soltero	77,5	18,6	3,9	(1.321)
	Otras situaciones	73,4	22,5	4,1	(169)
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	80,2	16,8	3,1	(393)
	Bachillerato, F.P.	77,3	19,0	3,7	(951)
	Estudios universitarios	80,5	16,0	3,5	(1.290)
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	73,4	20,3	6,3	(443)
	No activo o parado	81,1	16,6	2,2	(403)
	Trabajador	80,9	16,0	3,0	(1.745)
	Otra situación	71,2	25,8	3,0	(66)
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	69,6	25,1	5,3	(378)
	Entre 12.000 y 30.000 €	79,2	17,7	3,1	(921)
	Mas de 30.000 €	80,2	16,8	3,0	(334)
Total		79,4	17,2	3,5	(2.664)

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009



Cuadro 12.- ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?, según las características sociodemográficas de los visitantes (Comparación 2008 y 2009)

		Año 2008			Año 2009		
		Sí, con seguridad	Sí, es probable	No	Sí, con seguridad	Sí, es probable	No
<i>Sexo</i>	Hombre	75,9	21,4	2,7	79,9	17,1	3,0
	Mujer	79,2	16,4	4,4	82,3	14,1	3,7
<i>Edad</i>	Entre 16 y 24 años	70,7	24,0	5,3	79,8	16,3	3,8
	Entre 25 y 34 años	75,7	19,9	4,4	77,9	17,6	4,5
	Entre 35 y 44 años	77,8	20,0	2,2	85,2	11,4	3,3
	Entre 45 y 54 años	82,7	14,3	3,0	82,2	15,1	2,7
	Más de 55 años	85,1	13,1	1,8	81,3	17,0	1,7
<i>Situación Civil</i>	Casado/ en pareja	81,6	15,4	3,0	83,2	14,0	2,8
	Soltero	75,0	21,0	3,9	80,0	16,2	3,8
	Otras situaciones	71,7	23,9	4,3	75,3	20,8	3,9
<i>Nivel de estudios</i>	Primarios o menos	76,9	19,8	3,3	82,9	14,2	2,8
	Bachillerato, F.P.	73,7	22,4	3,9	81,0	15,5	3,4
	Estudios universitarios	80,4	16,1	3,5	80,5	16,0	3,5
<i>Situación laboral</i>	Estudiante	68,9	23,0	8,1	77,4	17,9	4,7
	No activo o parado	80,1	17,3	2,6	81,8	16,2	2,0
	Trabajador	79,6	17,7	2,7	82,3	14,3	3,4
	Otra situación	73,6	22,6	3,8	61,5	38,5	
<i>Nivel de ingresos</i>	Menos de 12.000 €	65,7	28,3	6,1	75,7	20,3	4,1
	Entre 12.000 y 30.000 €	78,2	19,2	2,5	80,1	16,0	3,8
	Mas de 30.000 €	82,5	15,0	2,5	78,2	18,4	3,4
Total		77,5	18,9	3,6	81,2	15,5	3,4

Fuente: Observatorio Turístico: Encuesta a la demanda 2008 y 2009

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura, Comercio y Turismo

Buenos días / tardes. Estamos realizando una encuesta a los visitantes a la ciudad de Valladolid para el Área de Cultura, Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid.

¿Sería tan amable de responderme a unas preguntas?. GRACIAS.

Le garantizamos el absoluto anonimato, confidencialidad y protección de sus datos personales, sus respuestas quedan protegidas por la Ley 7/2000 de 11 de Julio de Estadística de Castilla y León que regula el secreto estadístico

P1. ¿Dónde vive usted actualmente o cuál es su lugar de residencia habitual?

1. En España: (provincia) _____ (ANOTAR CÓDIGO) Si P1≠47 PASAR A P2
Indicar el municipio: _____ (MOSTRAR TARJETA 1) Si municipio = Valladolid FIN DE ENCUESTA
2. En el extranjero: (país) _____

P2. ¿Qué medio de transporte ha utilizado en su desplazamiento a la ciudad de Valladolid? NO LEER

1. Coche propio (furgoneta, monovolumen, etc.)
 2. Coche de alquiler
 3. Autobús
 4. Tren (No AVE)
 5. AVE (Tren de Alta Velocidad)
 6. Avión
 7. Otros.
- P2.b ¿cuáles? _____

P3. ¿Es la ciudad de Valladolid su principal destino turístico en este viaje?

1. Sí PASAR A P4
2. No . P3.b. En ese caso, ¿cuál es su principal destino? _____

P4. Durante su viaje, ¿ha pernoctado o pernoctará fuera de su residencia habitual en la ciudad de Valladolid?

1. Sí
2. No → PASAR A P7

P5. En caso afirmativo, ¿cuántas noches tiene previsto pernoctar en la ciudad?: _____ noches.

P6. ¿Qué tipo de alojamiento ha utilizado (o utilizará) en mayor medida durante su estancia en la ciudad de Valladolid? LEER OPCIONES

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS

1. Hotel
2. Hostal
3. Pensión
4. Otros

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS NO REGLADOS

5. Segunda residencia (vivienda en propiedad)
6. Vivienda de familiares / amigos (gratuita)
7. Vivienda alquilada a particulares
8. Otros alojamientos no reglados

P7. Durante su estancia en Valladolid, ¿ha comido o tiene previsto comer en algún restaurante o similar?

1. Sí
2. No PASAR A P10

P8. En caso afirmativo, ¿cuántas comidas realizará en total entre comidas y/o cenas durante su visita? _____

P9. ¿Qué tipo de restaurantes ha frecuentado o va a frecuentar en su visita a la ciudad de Valladolid? LEER OPCIONES RESPUESTA MÚLTIPLE

- Restaurante que ofrece carta de platos y/o menú del día (mesón, bodega, asador,...)
- Restaurante de comida rápida (bocadillo, plato combinado, hamburguesa, pizza, autoservicio...)
- Bar de tapas
- Otra opción, indicar cuál: _____



Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura, Comercio y Turismo

P10. ¿Es la primera vez que viene a la ciudad de Valladolid o repite visita?

- 1. Es la primera vez **PASAR A P13**
- 2. Repite visita

P11. Aproximadamente, ¿cuántas veces al año visita la ciudad? _____ veces al año.

P12. ¿Y en qué periodos suele realizar sus visitas? RESPUESTA MÚLTIPLE

- | | | | |
|--|---|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Fines de semana | <input type="checkbox"/> Puentes y festivos | <input type="checkbox"/> Valladolid Latino | <input type="checkbox"/> SEMINCI |
| <input type="checkbox"/> Entre Semana | <input type="checkbox"/> Navidades | <input type="checkbox"/> Semana de Ferias | <input type="checkbox"/> Feria INTUR |
| <input type="checkbox"/> Carnavales | <input type="checkbox"/> Muestra de teatro | <input type="checkbox"/> Centenario de la Ciudad | <input type="checkbox"/> Pingüinos |
| <input type="checkbox"/> Semana Santa | <input type="checkbox"/> Verano | <input type="checkbox"/> Otros _____ | |

P13. ¿Viaja Usted solo, en pareja o con familiares y/o amigos?

- 1. Solo **PASAR A P13**
- 2. En pareja **PASAR A P13**
- 3. Con familiares y / o amigos **P13a. ¿Hay niños de 14 o menos años en el grupo?** 1. Si **P13b. ¿Cuántos?** _____ 2. No

P14. ¿Cuál es el motivo principal de su viaje? _____

P15. ¿Cuáles de estas actividades ha realizado o tiene pensado realizar durante su visita a la ciudad de Valladolid? (MOSTRAR TARJETA 2) RESPUESTA MÚLTIPLE

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Visitar la ciudad (monumentos, museos, iglesias, etc.) | <input type="checkbox"/> Aprender o practicar el idioma |
| <input type="checkbox"/> Conocer su arte/historia | <input type="checkbox"/> Estudios, cursos, etc. |
| <input type="checkbox"/> Disfrutar de su gastronomía | <input type="checkbox"/> Visitar a familiares o amigos |
| <input type="checkbox"/> Actividades deportivas | <input type="checkbox"/> Descansar |
| <input type="checkbox"/> Acudir a sus Fiestas | <input type="checkbox"/> Participar en Eventos Culturales |
| <input type="checkbox"/> Participar en Congresos y/o Ferias | <input type="checkbox"/> Otras Actividades (especificar) _____ |

P16. ¿Cuáles de estos servicios turísticos ha utilizado o tiene pensado utilizar durante su visita a la ciudad? LEER OPCIONES RESPUESTA MÚLTIPLE

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Oficina de Información Turística | <input type="checkbox"/> Barco Turístico (La Leyenda del Pisuerga) |
| <input type="checkbox"/> Bus Turístico | <input type="checkbox"/> Alquiler de bicicletas |
| <input type="checkbox"/> Valladolid Card | <input type="checkbox"/> Ns/Nc <input type="checkbox"/> Ninguno de ellos |

P17. ¿Qué medio de información ha contribuido más en su elección para visitar la ciudad de Valladolid?

P18. De los siguientes servicios de información turística ¿cuáles ha utilizado o tiene pensado utilizar durante su visita a la ciudad de Valladolid? LEER OPCIONES RESPUESTA MÚLTIPLE

- Web de Información Turística (www.asomateavalladolid.org)
- Teléfono Turístico
- Cajeros de Información Turística
- Otros distintos de los anteriores
- Ns/Nc
- Ninguno

el turismo en Valladolid

CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES QUE HAN VENIDO
A LA CIUDAD EN 2008 Y 2009



Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura, Comercio y Turismo

P19. ¿Ha visitado o visitará algún museo de la ciudad de Valladolid?

1. Sí 2. No **PASAR A P21**

P20. En este caso, ¿podría indicarme qué museos ha visitado o visitará?

P21. ¿Cuántas personas, incluido Vd., comparten gastos en el presente viaje a la ciudad de Valladolid? _____

P22. Y, aproximadamente, este grupo ¿cuánto dinero se gastará durante su estancia en la ciudad de Valladolid?
_____ €

P23. ¿Podría distribuir dicho gasto entre los siguientes conceptos?

(Puede facilitarlo en porcentaje o en euros, como le resulte más sencillo)

TIPO DE GASTO	Porcentaje (%)	Euros
Alojamiento	%	€
Restaurantes (ajenos al alojamiento)	%	€
Otros gastos	%	€
TOTAL	100 %	P22 _____

P24. Puntúe de 0 (muy mal) a 10 (muy bien) los siguientes aspectos referidos a Valladolid: **MOSTRAR TARJETA 3**

	0 - 10		0 - 10
1. Conservación de los monumentos	<input type="text"/>	7. Cuidado del entorno urbano	<input type="text"/>
2. Oferta cultural	<input type="text"/>	8. Cuidado medio ambiente y naturaleza	<input type="text"/>
3. Oferta de ocio complementario	<input type="text"/>	9. Seguridad ciudadana	<input type="text"/>
4. Señalización turística	<input type="text"/>	10. Estado de las carreteras	<input type="text"/>
5. Atención/amabilidad de la gente	<input type="text"/>	11. Facilidad de movilidad para disminuidos (eliminación de barreras arquitectónicas)	<input type="text"/>
6. Comunicaciones y accesos a la ciudad de Valladolid	<input type="text"/>		

P25. ¿Tiene intención de volver a visitar la ciudad de Valladolid en los próximos 12 meses?

1. Sí, con seguridad 2. Sí, es probable 3. No, es poco probable 4. No, con seguridad

P26. ¿Recomendaría a sus amigos y/o familiares visitar la ciudad de Valladolid?

1. Sí, con seguridad 2. Sí, es probable 3. No, es poco probable 4. No, con seguridad

P27. ¿Qué es lo que más le ha gustado de la ciudad de Valladolid? _____

P28.- Y que es lo que menos le ha gustado _____



Ayuntamiento de Valladolid
Área de Cultura, Comercio y Turismo

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

A. Sexo (NO PREGUNTAR): 1. Hombre 2. Mujer

B. Ya para finalizar, ¿podría decirme su edad?: _____ años

- | |
|-----------------------|
| 1. entre 16 y 24 años |
| 2. entre 25 y 34 años |
| 3. entre 35 y 44 años |
| 4. entre 45 y 54 años |
| 5. más de 55 años |

C. ¿Cuál es su estado civil actual?

- | |
|----------------------|
| 1. Casado |
| 2. Soltero |
| 3. Separado |
| 4. Divorciado |
| 5. Viudo |
| 6. Convive en pareja |
| 7. Otros |

D. ¿Su nivel de estudios finalizado?

- | |
|--|
| 1. Sin estudios / estudios primarios incompletos |
| 2. Estudios primarios / Bachillerato elemental |
| 3. Bachillerato, Formación Profesional |
| 4. Estudios universitarios |

E. ¿Su situación laboral actual?

- | |
|-----------------------------------|
| 1. Estudiante |
| 2. Amo/a de casa |
| 3. Jubilado/a |
| 4. Desempleado/a |
| 5. Trabajador/a por cuenta ajena |
| 6. Trabajador/a por cuenta propia |
| 7. Otra situación |

F. ¿Le importaría indicarme en cuál de estos intervalos de Ingresos anuales se encuentra su unidad familiar?

MOSTRAR TARJETA 4

- | |
|--------------------------------|
| 1. Menos de 12.000 euros |
| 2. Entre 12.000 y 30.000 euros |
| 3. Entre 30.000 y 54.000 euros |
| 4. Más de 54.000 euros |
| 5. NS/NC |

G. ¿Podría decirme su nombre (no hace falta apellido) y su número de teléfono? (explicar el motivo)

Su nombre y número de teléfono, se utilizarán como medida de validación y comprobación del trabajo realizado por este agente entrevistador, una vez comprobada la veracidad del trabajo, estos datos se eliminarán no apareciendo asociados a las respuestas que en su día facilitara.

Nombre: _____ **Teléfono:** _____

Esto ha sido todo, muchas gracias por su colaboración.

DATOS DE CONTROL DE LA ENCUESTA:

Nombre entrevistador: _____
Lugar de la entrevista: _____
Fecha: _____ Hora: _____ Nº entrevista: _____



Ayuntamiento de Valladolid
Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo