

Observatorio Turístico de Guadalajara. Boletín 2018.

1.0 METODOLOGÍA Y TRABAJO DE CAMPO

Metodología: 512 entrevistas personales en castellano e inglés a distintos usuarios.

Entrevistados: mayores de 18 años, no residentes en la ciudad de Guadalajara.

Puntos de muestreo: Representados en el gráfico adjunto.



1.1 PROCEDENCIA DEL VISITANTE



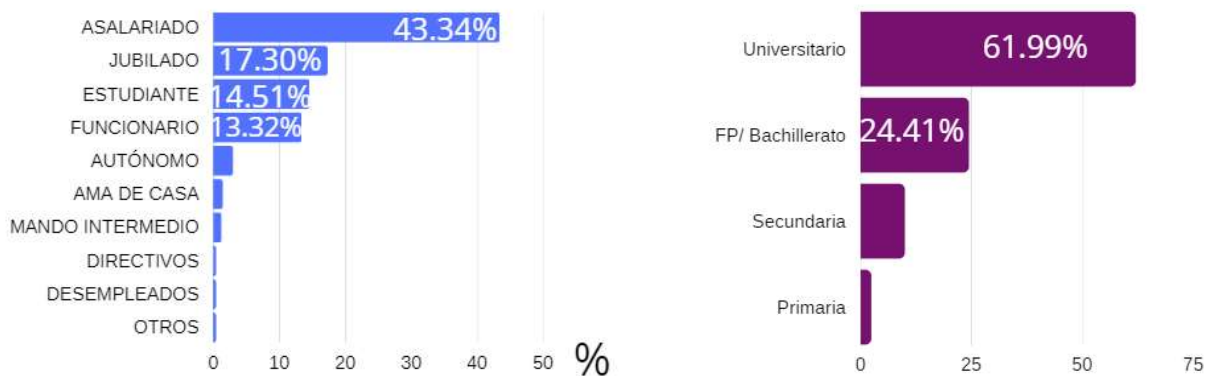
Seguimos contando con un **turismo predominantemente nacional** que representa el 95,72% del total, frente a un 4,28% de turismo internacional, **primordialmente europeo**, con Francia e Inglaterra como principales representantes, pero también del resto del mundo destacando Argentina y México como emisores internacionales fuera del viejo continente.

Un año más la **Comunidad Autónoma de Madrid encabeza el reparto de visitantes nacionales**, siendo la principal comunidad emisora de este turismo con un 40,76% de las llegadas. Seguida por nuestra propia comunidad que representa en 15,22% de este turismo nacional, Comunidad Valenciana con un 9,24%, Andalucía con un 8,07%, Castilla y León con un 5,43%, Aragón con un 4,35% y Canarias con un 3,8%, siendo el resto de porcentajes correspondientes a otras comunidades autónomas poco significativos individualmente, aunque sumados representan el 13,16% del total de turismo

1.2.1 PERFIL DE VISITANTE. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Respecto a la edad de nuestros visitantes, los datos revelan que, 46,72% tienen entre 51 y 70 años siendo el rango de entre 56 y 60 años el más representativo con un 13,92% de total, seguidos de visitantes de entre 36 y 50 años que representan un 27,44%, los jóvenes de entre 26 y 35 años con un 18,70% y por último menores de 25 años, que apenas representan el 6,16% de nuestros visitantes.

Del total de entrevistados durante el periodo anual 2018 un 52,07% eran mujeres y un 47,93%, hombres.



En lo referente a su ocupación laboral, como podemos apreciar en la gráfica superior, encontramos que, nuestros visitantes son principalmente asalariados, quienes representan casi la mitad del total, seguidos de jubilados, estudiantes y funcionarios.

De estos visitantes encuestados, los datos muestran que la mayor parte 86,43% ha finalizado estudios superiores a la educación secundaria, de los cuales prácticamente el 62% cuenta con estudios universitarios.

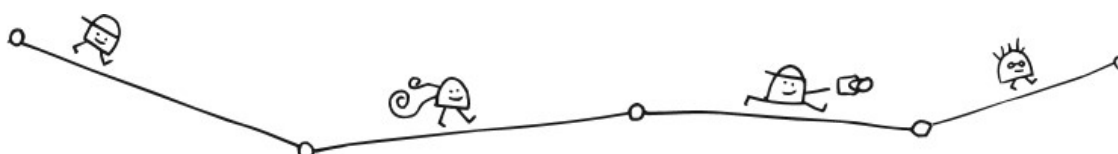
1.2.2 PERFIL DEL VISITANTE. ESTANCIA EN LA CIUDAD

En lo que a la duración de la **estancia en la ciudad se refiere**, observamos que con respecto al año anterior la cifra de visitantes que pernoctaron en la ciudad disminuye ligeramente un 40,28% (1,5 puntos menos que en 2017). Por el contrario, el dato de visitantes que pasaron todo el día sin pernoctar, ha aumentado respecto al año anterior, representando un 45,49% del total de encuestados (un 3,9% más en 2018).

En 2018 el turismo deportivo dejó más de 50.000 pernoctaciones y el turismo congresual 5.000 pernoctaciones.

Frente a estos dos grupos, un 14,23% está de paso o pasará tan sólo unas horas en destino. La media de noches para los que se alojan en Guadalajara ha sido este año de 2,5.

Entre los alojamientos más demandados, destacan los hoteles de categoría media-alta de 3 y 4* (44,36%) y las casas de amigos y familiares (26,41%). El 13,39% poseen segundas residencias en la ciudad, el 9,86% se alojaron en 2018 en Hoteles de 1 y 2*. Mientras que el 3,87% se alojaron en apartamentos turísticos y el 3,17% en hostales y pensiones.



1.2.3 PERFIL DEL VISITANTE. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Para un 75,94% de los entrevistados era su primera visita a la ciudad, frente a un 24,06% que repetía experiencia. De estos últimos, un 50,41% hacía años que no venía, un 12,20% nos visitó el año pasado, y un 28,01% lo hizo este mismo año. El modo de organizar el viaje sigue siendo por cuenta propia (94,61%), con ligeramente menor previsión que el año previo: un 36,06% ha manifestado la planificación con más de un mes de antelación.

Un año más, uno de los valores que mayor cambio han experimentado, son los relativos al modo de obtener la información para decantarse por nuestro destino. A la cabeza se sigue situando, Internet (26,73%), seguido por, el “boca a boca” (24,84%). Por su parte, la cercanía a Madrid y el hecho de habernos visitado anteriormente se sitúan como tercera y cuarta posición, muy por delante de la publicidad que a diferencia del año anterior el que representaba el tercer medio de obtención de información, en 2018, del 1,26%.



Con carácter general, nuestros usuarios turísticos **viajan en pareja o en familia, sumando el 58,96%** de los entrevistados. En lo referente a las actividades realizadas, cerca de un 50% tiene pensado visitar el casco histórico y sus monumentos -opciones fijas son el Palacio del Infantado, el Convento de la Piedad, el Palacio de la Cotilla, el Panteón de la duquesa de Sevillano-. Aumentan aquellos con objeto de disfrutar de nuestra gastronomía respecto al año anterior un 28,08% este año frente al 18,44% de 2017. Un 20,52%, además, asistirá a eventos de índole cultural y deportiva, cifra que dobla la obtenida el año anterior.



Para un 64,32% de los entrevistados, Guadalajara es el destino único de su viaje, frente a un 35,68% que conocerá otros lugares, tanto dentro como fuera de la provincia.



Dentro de ella, visitan localidades como Sigüenza, Pastrana, Brihuega o los pueblos de la arquitectura negra. Fuera de ella, eligen destinos muy próximos como Alcalá de Henares o Madrid.

Respecto al **gasto medio por persona**, cerca del 50% de las personas entrevistadas gastará menos de 30 euros por día en la capital (sin incluir el transporte para llegar a la misma); un 28,30% hasta 50 euros, un 18,4% entre 51 y 100 euros, y el 4,95% restante más de esa última cifra, aumentando en 3 puntos los visitantes dispuestos a gastar más de 100 euros.



1.3. IMAGEN Y VALORACIÓN

Nos comparan con ciudades como Albacete, Soria y Teruel, a las que “ganamos” en tranquilidad, espacios verdes y cercanía a Madrid. Algunos de los entrevistados han calificado nuestra ciudad como singular y sorprendente, superando las expectativas generadas en la organización del viaje. No desentonan, por tanto, los resultados de satisfacción obtenidos: un 99,37% ha quedado bastante o muy satisfecho con la experiencia; además un 87,75% piensa en repetirla, ambas cifras superiores a las registradas en 2017.

Lo que más valoran los visitantes encuestados de nuestra ciudad es; la gastronomía y hostelería, las carreteras y accesos, la buena señalización, la limpieza y nuestro patrimonio monumental. En lo que respecta a los monumentos, los mejor valorados han sido el Panteón de la duquesa de Sevillano junto la Cripta de San Francisco, seguidos por la Concatedral de Santa María, el Palacio de la Cotilla y su salón de té chino, la Capilla de Luis de Lucena y el Palacio del Infantado, todos ellos con puntuaciones sobresalientes. Tampoco quedan atrás otros espacios como la Plaza Mayor, los Torreones tanto del Alamin como el de Álvaro Fáñez y nuestros parques y jardines que han obtenido una puntuación de notable. Por su parte, dentro de los servicios turísticos que se ofrecen en la ciudad, las visitas turísticas guiadas de fin de semana son las que mayor acogida y valoración obtienen.

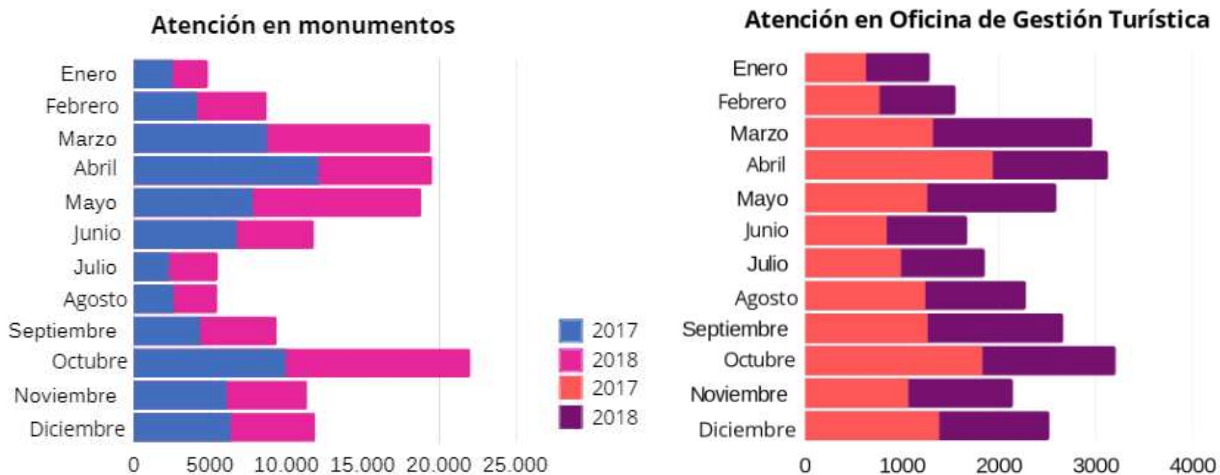
1.4. GUADALAJARA ABIERTA Y OFICINA DE GESTIÓN TURÍSTICA

La Oficina de Gestión Turística Municipal, ha registrado una notable actividad durante este periodo, superando las 15.000 consultas atendidas en sus instalaciones, siendo los meses de julio, noviembre y diciembre los de mayor actividad.

Los edificios monumentales del servicio de gestión municipal "Guadalajara Abierta" han registrado en 2018 más de 75.000 accesos, lo que ha supuesto un incremento del 3% con respecto al año anterior.

Los monumentos más visitados han sido el Convento de la Piedad/Palacio de Antonio de Mendoza, seguido muy de cerca por el Palacio de la Cotilla*.





Guadalajara sigue registrando una **fuerte estacionalidad**, que toma la temporada de primavera y de otoño como puntos álgidos en lo que a llegada de visitantes se refiere. Por orden se sitúan los meses de octubre, mayo y marzo. Superando los doce mil, once mil y diez mil accesos respectivamente.

En la Oficina de Gestión Turística Municipal se han atendido cerca de 14.000 consultas en todas las modalidades disponibles -presencial, telefónica, on-line, canal de reservas-; la atención de consultas se concentra primordialmente en la mañana, registrando el inicio de la jornada el mayor porcentaje de atención 10,30 a 12h. La demanda de información ha versado primordialmente sobre información general a nivel turístico (horarios de apertura, petición de folletos o qué visitar) e información sobre el servicio de visitas turísticas. Más de 700 artículos promocionales vendidos y cerca de 100.000 elementos de difusión gratuita dispensados, entre planos, guías turísticas, guías gastronómicas, y otros elementos de merchandising, como calendarios, bolígrafos, bolsas, planos infantiles, etc. Completa la cifra, las cerca de 4.000 tarjetas Guadalajara Card vendidas.

En 2018 han sido un total de 12.000 las personas han participado en alguna de las visitas turísticas guiadas programadas a lo largo del año -más de 2.500 personas en las visitas educativas, familiares o talleres dirigidos al público infantil + 2.000 en el servicio de visitas turísticas municipales de fin de semana-.