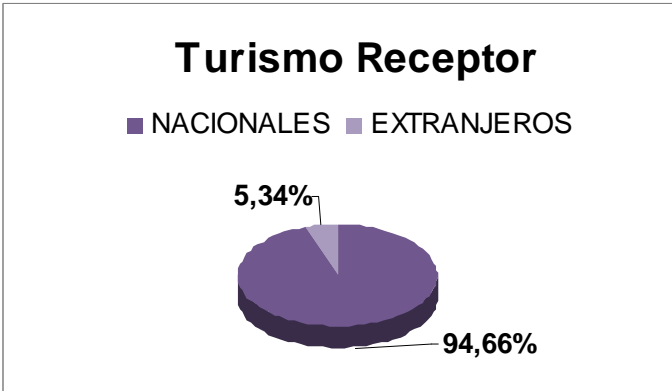




Observatorio Turístico (abril-diciembre 2009)

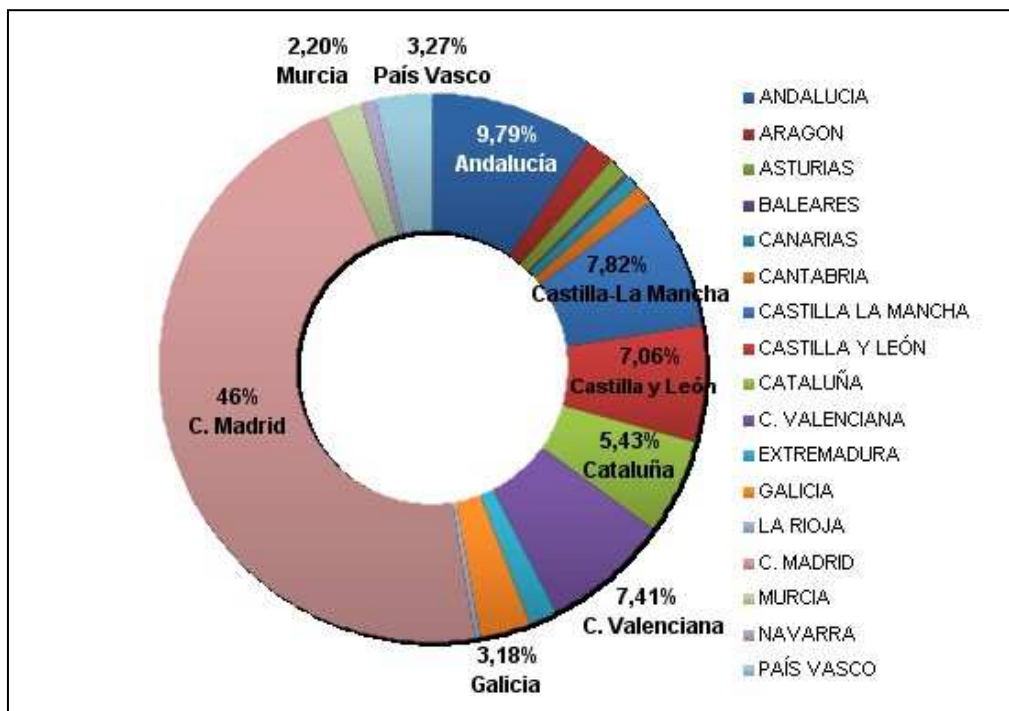
2.1. PROCEDENCIA DEL VISITANTE

Las estimaciones realizadas durante la andadura del Observatorio Turístico manifiestan que el turismo receptor de la ciudad de Guadalajara, se conforma por un 5,34% de visitantes internacionales y un 94,66% de visitantes nacionales.

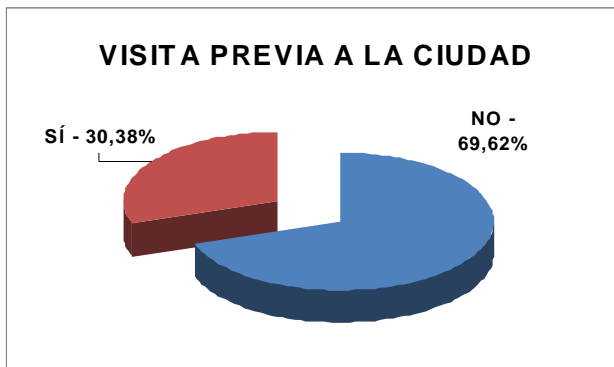


De estos **visitantes internacionales** predominan los procedentes de países europeos, tales como ingleses (32,78%) alemanes y franceses (15,17% en ambos casos), frente algún visitante de procedencia mejicana (8,43%), pero que no supone un porcentaje significativo frente al resto, ni manifestante de algún flujo turístico importante procedente de dicho país.

En cuanto a los **visitantes de procedencia nacional**, los datos estadísticos obtenidos a través de estas entrevistas personales, indican -según se puede observar en el cuadro adjunto- un claro predominio de visitantes procedentes de la Comunidad de Madrid (46%), seguidos a una cierta distancia de Andalucía (9,79%), Castilla-La Mancha (7,82%), Comunidad Valenciana (7,41%), Castilla y León (7,06%), Cataluña (5,43%) y País Vasco (3,27%). Respecto a esta variable, se ha manifestado un incremento considerable de visitantes procedentes de la comunidad andaluza, pasando a ocupar estos el segundo lugar en llegadas, por delante incluso de Castilla-La Mancha, que ha ostentado esta posición durante mucho tiempo.

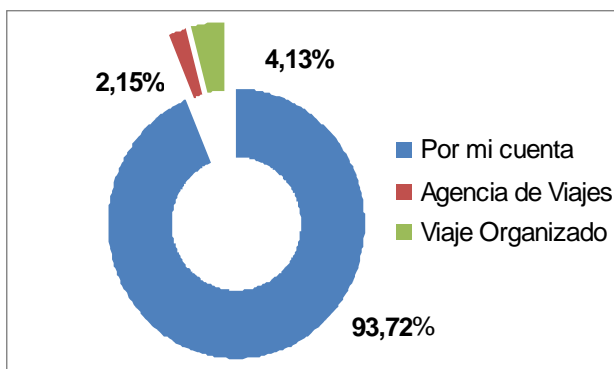
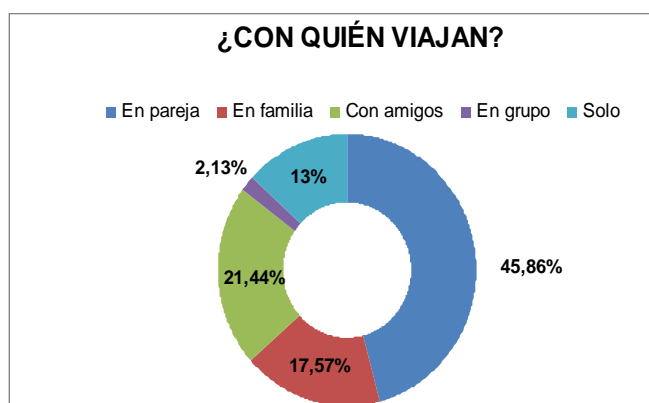


2.2. PERFIL DEL VISITANTE



Un 69,62% de los entrevistados ha manifestado ser la primera vez que visitaba la ciudad, frente a un 30,38% que ha estado en otras ocasiones. De éste último porcentaje, un 39,65% hace años que no venía, un 26,03% lo ha hecho durante este último año, un 12,43% estuvo el año pasado y un 9,46% viene cada año. De estas cifras deducimos que la visita se repite en un periodo corto / medio plazo.

El 45,86% de nuestros visitantes viaja en pareja, frente al 21,44% que lo hace con amigos o el 17,57% que disfruta de la ciudad en familia. Frente a estas cifras existe también un pequeño porcentaje que viaja solo (13%) y aquellos que lo hacen en grupo / viaje organizado (2,13%). Cabe destacar además, que el segmento de visitantes que viaja en pareja se concentra en una población joven, de entre 26 y 45 años.

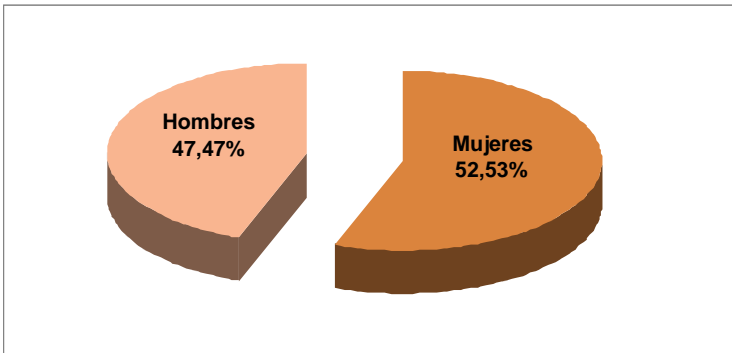


En cuanto al **modo de organización** del viaje, el 93,72% manifiesta haber organizado la visita por su cuenta, seguido muy de lejos por aquellos que lo hacen mediante un viaje organizado (4,13%) - normalmente a través de sus empresas y dentro de rutas por Castilla-La Mancha- y tan sólo un 2,15% manifiesta haber acudido a una Agencia de Viajes para visitar la ciudad.

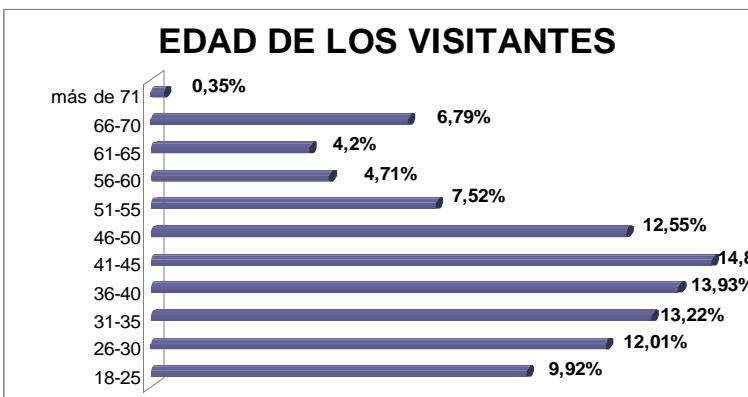
Respecto a la **antelación con la que organizan** el viaje, el 33,51% de los visitantes entrevistados han organizado su visita a la ciudad tan sólo unos días antes o sobre la marcha -27,90%- , frente al 28,59%, que lo ha organizado con un cierto margen de tiempo – con un mes de antelación 18,84% y hace una semana 19,75%-.



2.2. PERFIL DEL VISITANTE



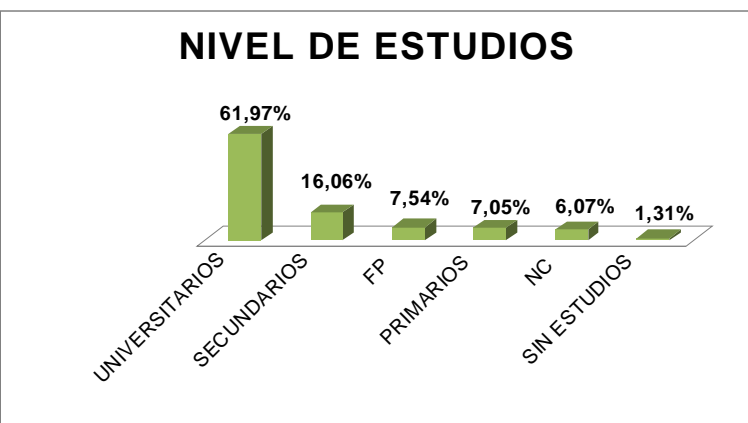
Respecto al **perfil socio-demográfico** del visitante en la ciudad podemos observar como el 47,47% de los entrevistados son hombres, y un 52,53 % son mujeres.



En cuanto a la **edad media** de los visitantes de la capital, se perfila una distribución proporcional y equilibrada entre las distintas franjas de edad, concentrándose el 83,95% entre los 18 y 55 años de edad.



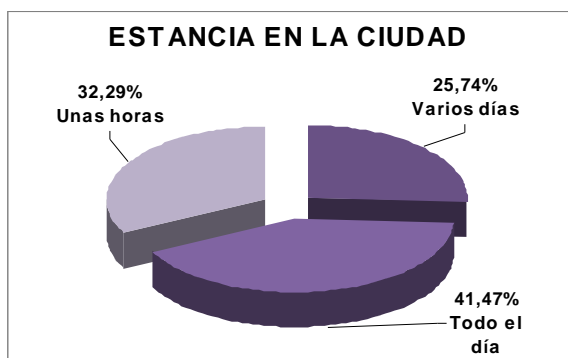
Por su parte, la **ocupación profesional** de nuestros visitantes se centra en el funcionariado (27,04%) principalmente dedicado a la enseñanza- seguido por los asalariados (17,96%), estudiantes (13,02%) y jubilados (9,93%). En cuanto a la ocupación profesional de nuestros visitantes, predomina el funcionariado dedicado a la enseñanza.



Finalmente, en lo que a **nivel de estudios** se refiere, existe un porcentaje contundente: el 61,97% manifiesta haber acabado sus estudios universitarios, seguidos por la educación secundaria (16,06%), FP y Primaria – bastante equilibrados- con un 7,54% y 7,05% respectivamente, y para finalizar, tan sólo un 1,31% ha manifestado no tener estudios.

2.2. PERFIL DEL VISITANTE

- Visitante (turista-excursionista):

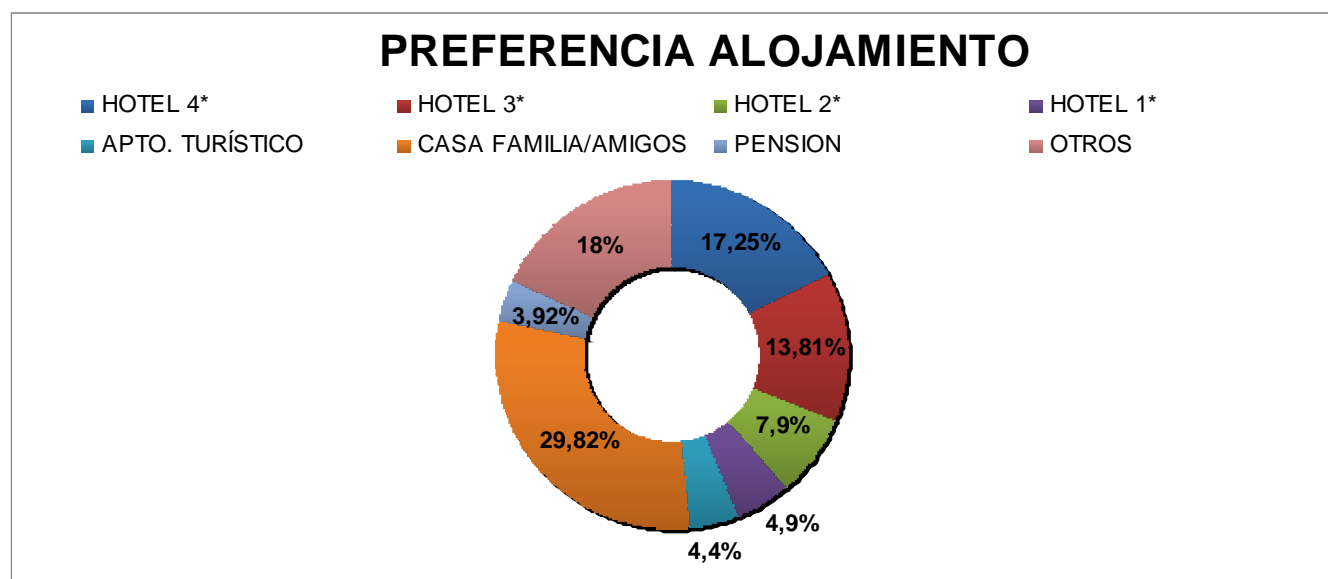


Este bloque de respuestas nos ha aportado cifras muy significativas: el 73,76% de los entrevistados no pernocta en la ciudad; un 32,29% de estos visitantes estará en la capital tan sólo unas horas, frente al 41,47% de los mismos que manifiesta su intención de quedarse todo el día. En el lado opuesto, se encuentran aquellas personas (25,74%) que pasarán varios días en la ciudad.



- Alojamiento más demandado:

El tipo de **alojamiento más demandado**, aparte del 29,82% que afirma pernoctar en casas de familiares y amigos, han sido los hoteles de 4* con un 17,25% sobre el porcentaje total; a éste le siguen los hoteles de 3* con un 13,81% y de 2* con un 7,90%, los hoteles de 1*, los hostales, pensiones y apartamentos turísticos tienen una demanda del 13,20%. Asimismo, existe un 18% de los entrevistados que manifiesta pernoctar en otro tipo de alojamientos, coincidente principalmente con segundas residencias en la provincia, así como aquellas personas que tienen que pasar unos días en la capital por motivos laborales, oposiciones e intercambios – principalmente alquiler de pisos-



- Visita a otros puntos de interés:

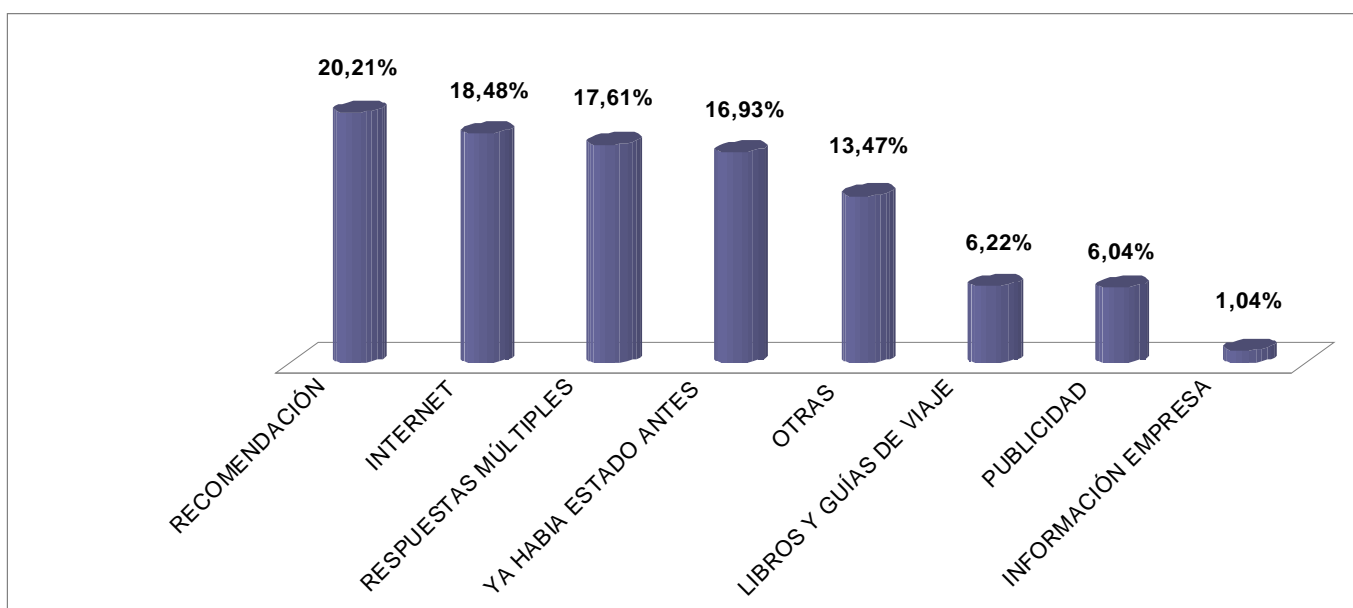
Un 65,08% de los encuestados no tiene pensado visitar otros puntos de interés de la provincia, frente a un 32,30% que sí lo hará. Sigüenza se sitúa a la cabeza de los **lugares más visitados de la provincia** seguido de Pastrana y Brihuega.

Un 71,65% de los encuestados no tiene pensado seguir su viaje **por otras provincias** frente a un 28,35% que sí lo hará, siendo Madrid el destino elegido, seguido de Castilla y León y el resto de provincias de Castilla-La Mancha.

2.2. PERFIL DEL VISITANTE

- Decisión del viaje:

En lo referente a la **obtención de información sobre la ciudad** predominan las opciones de haber estado antes con un 30,38%, seguido muy de cerca por recomendación de amigos e internet, con un 20,21% y 18,48% respectivamente; existe un 13,47% de los encuestados que afirma haber obtenido información sobre la ciudad por otros medios; en cuanto a la información obtenida a través de libros y guías de viaje, así como mediante publicidad (revistas, prensa, radio..) sólo un 6,22% y un 6,04% respectivamente afirma haber obtenido dicha información por estos medios.



En lo que respecta a la **motivación de nuestros visitantes**, destaca el interés por conocer la capital, la proximidad y la visita a familiares y amigos, con porcentajes de 39,03%, 14,4% y 13,4% respectivamente.

Asimismo, existe un 12,06% de encuestados que ha manifestado motivaciones múltiples a la hora de elegir Guadalajara como destino turístico.

- Valoración de los principales recursos turísticos:

El patrimonio monumental es el recurso turístico **más valorado** –llevándose la máxima puntuación el Palacio de la Cotilla, la Capilla Luis de Lucena, Infantado, Santiago y el Panteón-, calificado positivamente por su excepcionalidad y originalidad; a éste le siguen las carreteras y accesos a la ciudad, la hostelería y alojamientos y finalmente nuestra gastronomía. En el lado opuesto, se sitúa la señalización turística, calificado como uno de los principales puntos débiles de la capital.

Para atender esta carencia, se ha ejecutado un proyecto de señalización turística viaria –con la instalación de un total de 15 señales tridireccionales- con indicación, por todo el casco histórico, de los principales recursos turísticos de la ciudad, así como sus distancias respecto a esos puntos de interés, y orientación de zonas o rutas turísticas accesibles.

2.3. IMAGEN Y VALORACIÓN DE LA CIUDAD

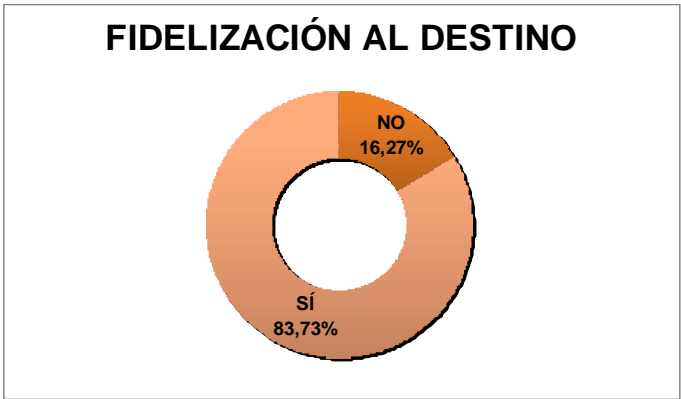


- Grado de satisfacción:

Un 89,89% de los visitantes se muestra bastante o muy satisfecho con la experiencia turística (77,20% y 12,69%) respectivamente. Por el contrario, existe un 9,93% de los visitantes poco satisfecho con la visita y un 0,18% nada satisfechos.

- Intención de repetir la visita:

De los encuestados, un 83,73% ha manifestado tener intención de repetir la visita frente a un 16,27% que no lo hará. Del porcentaje de visitantes que nos visitará de nuevo, un 15,46% lo hará el año que viene, un 8,15% en 2 años y un 76,39% no sabe cuándo volverá.



- Comparativa con otras ciudades:

Con las ciudades que principalmente nos comparan nuestros visitantes, se encuentran Cuenca, Soria, Toledo, seguidas de Teruel y Alcalá de Henares. Como puntos positivos a nuestro favor frente a estos municipios, se ha resaltado la tranquilidad que se respira en la ciudad así como la proximidad a Madrid.

2.4. GASTO MEDIO EN DESTINO

- Gasto medio visitantes:

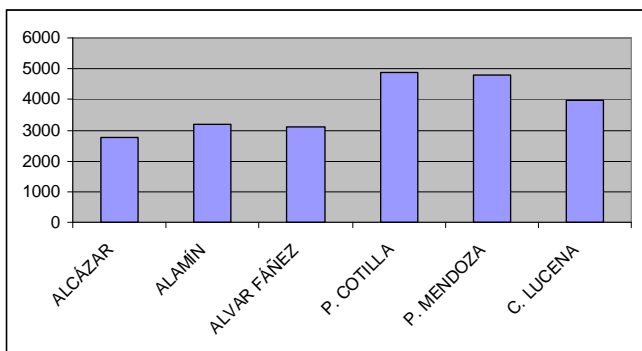
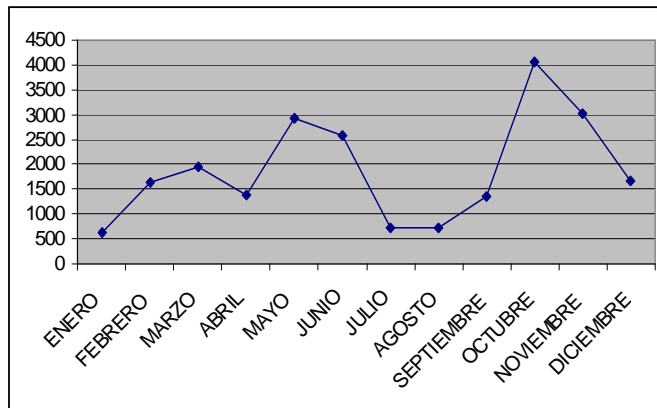
El **gasto medio** que realiza cada persona en Guadalajara por día -sin incluir alojamiento y el transporte para llegar a la ciudad- es relativamente bajo: el 67,35% de los visitantes manifiesta su previsión de gastar un máximo de 50€ durante su visita – un 30,48% gastará menos de 30€ y un 36,87% entre 31 y 50€-.

Por el contrario, existe un porcentaje del 20,15% que tendrá un gasto medio de entre 51 a 100€ durante su estancia en la ciudad y tan sólo un 3,41% que gastará entre 101 y 150€.

2.5. GUADALAJARA ABIERTA

Durante el año 2009 los edificios del programa municipal Guadalajara Abierta han registrado un total de 25.932 visitas –un 0,7% más que en 2008-. Los edificios más visitados siguen siendo el Palacio de la Cotilla, seguido muy de cerca por el Convento de la Piedad y la Capilla de Luis de Lucena.

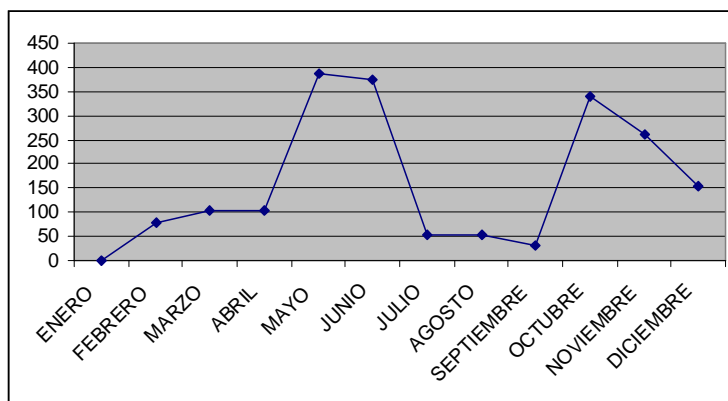
Como vemos en el cuadro adjunto, los flujos turísticos han seguido concentrándose principalmente en primavera y otoño –al igual que ha ocurrido otros años-. Los meses de mayor afluencia de visitantes han sido octubre, con un total de 4.051; seguido por noviembre, con 3.032; mayo con 2.938 visitas y finalmente junio, con 2.592. Por el contrario, los meses de menor afluencia de visitantes han sido enero -642 personas-, julio y agosto -con 728 y 739 visitantes respectivamente-.



En este gráfico, por su parte, observamos como el Palacio de la Cotilla, el Convento de la Piedad y la Capilla de Luis de Lucena, siguen siendo los edificios más visitados.

2.6. VISITAS TURÍSTICAS GUIADAS

Respecto las visitas turísticas guiadas, cerca de 2.000 personas –tanto nacionales como internacionales, pertenecientes a diversos colectivos culturales- han disfrutado ya del servicio de visitas turísticas guiadas ofrecido por el Ayuntamiento. En el recorrido realizado, de duración aproximada de dos horas y media, se visitan los edificios más emblemáticos del casco histórico.



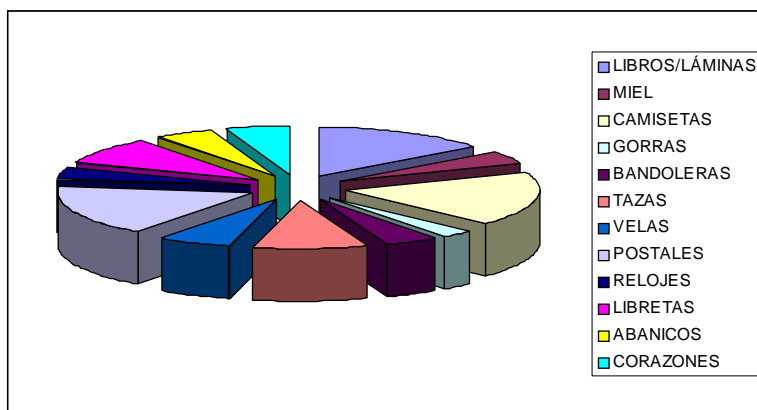
Como se puede apreciar en este cuadro, los meses de mayor utilización del servicio de visitas han sido mayo, junio y octubre, coincidentes por otra parte, con el periodo de mayor afluencia de visitantes en la capital.

2.7. OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

- Tiendas Turísticas:

Desde sus inicios, la evolución de las tiendas turísticas ha sido muy positiva. Gracias a esta buena acogida, se amplió este servicio a cuatro de los principales hoteles de la ciudad -Hotel Pax, Hotel Tryp, Hotel Alcarria y Hotel España-, los cuales han registrado hasta la fecha un 45,90% de las ventas totales. Este servicio se ha completado recientemente con la puesta en marcha del servicio de tienda on-line, así como con la producción y venta de nuevos artículos.

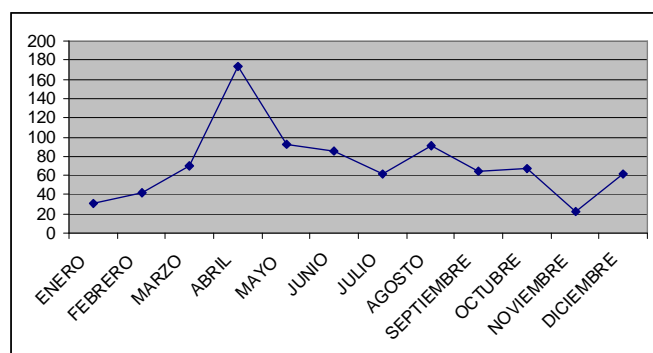
Las tiendas turísticas han vendido ya alrededor de 600 artículos de merchandising, destacando como productos más demandados entre los usuarios, las camisetas, postales, tazas y libros editados desde el Patronato de Cultura. De estos últimos, el libro del Salón Chino del Palacio de la Cotilla y “Guadalajara, Ciudad Abierta” han sido los más vendidos.



- Guadalajara Card:

A primeros del año 2009 se lanzaba la **Guadalajara Card**, con la colaboración de más de 115 establecimientos de la más variada índole que ofrecen multitud de bonificaciones y descuentos a nuestros visitantes, además de permitirles el acceso a los distintos edificios del programa Guadalajara Abierta.

Cerca de 900 personas se han beneficiado ya de todas las ventajas que ofrece este servicio turístico, ahorrándose en torno al 40% en el importe de la entrada a los monumentos de la capital.



Como se observa en el cuadro adjunto, existe un pico muy elevado de venta de entradas y tarjetas turísticas durante el período mayo-abril.

El resto de meses mantiene un nivel de ventas semejante, a excepción de enero, febrero y noviembre; meses que han registrado el menor número de ventas.

2.7. OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

- **Página Web Municipal:**

En el periodo anual de 2009 se han registrado un total de **193.000 accesos** a los contenidos del portal de Turismo, destacando la visita a: Mapa de Viaje (70.274 visitas), Guías de Bolsillo (12.271 visitas), Alojamientos (8.901 visitas), Servicios Turísticos (5.980 visitas), Visitas guiadas (5.654 visitas), Restaurantes (5.261 visitas), Horarios de visita (4.289 visitas), Guadalajara Card (3.423 visitas) y Guadalajara desde... (3.639 visitas).

- **Tren Turístico:**

Finalmente, el Tren Turístico fue una de las actuaciones llevadas a cabo por la Concejalía de Turismo durante el mes de octubre de 2009, y gracias a la empresa Creek Bay –encargada en la actualidad de gestionar el programa municipal Guadalajara Abierta-. Este evento contó con un total de 2.752 pasajeros, repartidos entre los cuatro fines de semana que duró el evento, y realizó un recorrido panorámico por la ciudad –de aproximadamente 45 minutos-, ofreciendo información detallada de cada monumento visitado.