

**ENQUISA DE PERCEPCION E
VALORACION DO TURISMO NA
CIDADE DE SANTIAGO DE
COMPOSTELA**

Ano 2005

(Análise Resultados)

Introdución

Os resultados que se presentan a continuación corresponden a unha das liñas de traballo desenvolvidas polo Observatorio Turístico de Santiago no ano 2005: o estudo de percepción e valoración do turismo da poboación local. Este estudo responde á necesidade de coñecer e medir, por unha banda, cal é o grao de coñecemento que o conxunto de residentes da cidade ten sobre as distintas accións que en materia de turismo se están a desenvolver na cidade e, por outra banda, cal é a súa opinión e valoración a respecto de determinados elementos ou factores que definen e caracterizan este sector en Santiago: valoración dos recursos turísticos, dos elementos da oferta da cidade, percepción da imaxe de Santiago como destino turístico, etc.

O obxectivo final é tratar de medir o grao de información e sensibilización que a cidadanía local ten respecto do turismo na súa cidade para, a partir deste coñecemento, tratar de involucrar e facer partícipe á mesma de todo o proceso de desenvolvemento do mesmo. Esta é sen dúbida unha das variables que permitirá fortalecer e facer sostible o sector na cidade.

Os resultados que a continuación se comentan brevemente son extraídos dunha enquisa de percepción e valoración realizada a unha mostra representativa da poboación local de Santiago durante os meses de novembro e decembro do ano 2005, coincidindo entre outras cousas coa finalización do Plan de Excelencia Turística da cidade.

A mostra global foi extraída a partir dos datos do Padrón Municipal do ano 2005 e segmentada en base de tres variables coa fin de obter certa representatividade de cada un dos colectivos de interese para o estudo: por sexo, por grupos de idade, e por lugar de residencia, distinguindo neste último caso tres zonas diferentes:

- Cidade histórica: que engloba o conxunto da cidade histórica de Santiago (non só a améndoa)
- Ensanche: abarca a primeira coroa de vivendas que bordea a cidade histórica (O Ensanche propiamente dito, O Pombal, Galeras, Belvís,...)
- Periferia: agrupa o resto da cidade de Santiago que conforma a segunda coroa (barrios de Conxo, O Paxonal, Fontiñas, San Lázaro, Salgueiriños,...)

A segmentación da mostra realizouse de forma proporcional nas dúas primeiras variables (por sexo e grupos de idade) e de forma ponderada partir dos datos de poboación no caso desta terceira. Desta maneira, asígnase un coeficiente de ponderación ao colectivo de residentes en cada unha das zonas delimitadas en función da estimación de frecuencia de paso dos mesmos polo centro histórico da cidade (Cidade Histórica: 0,5; Ensanche: 0,3, Periferia: 0,2).

O cadro seguinte mostra os principais datos da ficha técnica:

Cadro 1. Ficha técnica enquisa de percepción e valoración do turismo en Santiago

Universo	Poboación residente na cidade de Santiago, maiores de 18 anos
Ámbito xeográfico	Cidade de Santiago de Compostela
Datas de realización	Novembro – Decembro 2005
Tamaño poboación	64.300 persoas (datos do Padrón Municipal a 1 de xaneiro de 2005)
Tamaño da mostra	Mostra deseñada: 400 enquisas Mostra realizada: 421 enquisas
Procedemento da mostra	Mostra estratificada segundo sexo, grupos de idade e zona de residencia (centro histórico, ensanche e periferia). Cálculo proporcional para as dúas primeiras variables e ponderada segundo a estimación de frecuencia de paso para a terceira.
Traballo de campo	Toma de datos aleatoria, realizada en distintos puntos da cidade seguindo o plan de mostraxe
Erro da mostra	Para un nivel de confianza de 95,5% e $p=q$, o erro estimado é inferior ó 5%

Caracterización da mostra

	Categorías	Porcentaxe (%)
Por sexo	Muller	57,0
	Home	43,0
Por grupos de idade	Menor de 30 anos	25,2
	De 31 a 45 anos	28,5
	De 46 a 60 anos	22,3
	Maior de 60 anos	24,0
Por lugar de residencia	Centro Histórico	20,2
	Ensanche	40,6
	Periferia	39,2

Ademais das anteriores, tamén se obtén unha caracterización da mostra a partir de dúas variables de especial interese neste caso: o nivel de estudos e a situación socioprofesional. Neste sentido, e en relación á primeira das sinaladas, a maior parte da poboación entrevistada posúe estudos superiores (universitarios), en particular o 38,5% do total, ou medios (bacharelato ou FP), concretamente o 31%. Da porcentaxe restante unha cuarta parte afirma posuír o ensino obrigatorio (estudos primarios).

En relación á segunda das variables comentadas sinalar que aproximadamente a metade dos entrevistados está actualmente en situación de alta laboral, isto é, traballa, principalmente por conta allea ou como asalariado. A outra metade do colectivo da mostra repártese en tres situacións diferentes: estudantes (14,8%), xubilados (14,3%) e persoas que se dedican principalmente ós seus labores (15,2%).

Frecuencia de paso polo centro histórico

En base aos datos extraídos da enquisa obsérvase que algo máis da metade dos residentes pasan practicamente todos os días polo centro histórico da cidade, dos cales a maior parte faino como mínimo unha vez ó día. Unha cuarta parte dos consultados frecuenta o centro histórico algunha vez á semana e soamente o 20% faino de forma esporádica. Se analizamos os datos en función do lugar de residencia obsérvase que, como é lóxico, a frecuencia de paso polo centro histórico diminúe a medida que a distancia do lugar de residencia ao mesmo aumenta. Desta maneira, por exemplo, mentres que o 92% dos residentes no centro histórico pasan todos os días, esta porcentaxe descende ate o 48% no caso dos residentes no ensanche, e ate o 37% no caso daqueles que residen na denominada periferia.

O paseo e a realización de compras son os principais motivos polos que se frecuenta o centro histórico da cidade (así o afirman o 66% e o 47% dos entrevistados, respectivamente). Outras opcións de menor peso pero non menos importantes son o ocio nocturno (28,5%), por traballo (22%), realización de xestións administrativas (12%) ou por estudos (11%). Case a terceira parte dos consultados frecuenta ademais o centro histórico simplemente como lugar de paso.

Valoración do turismo como actividade económica

En primeiro lugar, e como marco xeral previo á valoración do turismo como actividade económica, obsérvase un reparto bastante equitativo entre os residentes de Santiago que opinan que a situación económica da cidade mellorou nos últimos anos (34% do total) e aqueles que sinalan que en realidade empeorou (30,4%). A porcentaxe restante percibe maioritariamente que a situación segue igual.

Se observamos a opinión sinalada polos distintos segmentos considerados non se aprecian significativas diferenzas por razón de sexo ou idade. Si se observa certa distancia no colectivo de residentes precisamente no centro histórico da cidade que entenden nun 45% (porcentaxe superior ao resto da cidade) que a situación económica de Santiago empeorou nestes últimos anos. Soamente a cuarta parte dos residentes no centro histórico afirman que en realidade mellorou.

En razón ao nivel de estudos obsérvase unha relación bastante estreita entre esta variable e a valoración da situación económica. Así, a porcentaxe de residentes que perciben unha mellora na situación económica da cidade de Santiago aumenta a medida que o nivel de estudos é superior (así o sinalan un 48% dos residentes con estudos universitarios por un 23% daqueles que soamente teñen o ensino obrigatorio).

Neste contexto, o turismo é considerado como o sector ou actividade económica de maior potencial estratéxico no futuro desenvolvemento da cidade de Santiago (en realidade, así o sinalan o 78% da poboación local). O resto de actividades consideradas teñen, en opinión da cidadanía, un menor peso estratéxico nese futuro da cidade, entre as que destacan principalmente aquelas relacionadas co sector servizos, en particular o comercio (43%), ou a Universidade (41%). Reciben unha menor valoración estratéxica o sector de Transportes e Comunicación (13%) e o das Tecnoloxías da Información e Comunicación (10,3%).

Sobre esta escala valorativa enténdese por tanto que o turismo é para a cidadanía de Santiago un pilar importante no futuro desenvolvemento socioeconómico da cidade.

Valoración do turismo na cidade de Santiago

En relación co anterior extráense tres conclusións a maiores. En primeiro lugar obsérvase que a práctica maioría da poboación local de Santiago considera que a cidade é un destino turístico atractivo e de grande interese (concretamente o 98% do total). Esta percepción é ademais xeralizada para todos os colectivos analizados.

En segundo lugar, e de forma similar ó caso anterior, un 96% dos residentes de Santiago considera moi importante para a cidade a declaración do conxunto histórico como Patrimonio da Humanidade. Soamente o 1% considera este fito irrelevante.

Por último, algo máis da metade dos mesmos (en particular o 55%) afirma que o sector turístico está suficientemente desenvolvido na cidade, percepción que comparten tanto homes como mulleres. No lado contrario, un 38% entende que en realidade o turismo aínda non está suficientemente desenvolvido. Entre as razóns apuntadas destacan, por unha banda, a insuficiente promoción turística da cidade e, por tanto, a necesidade de ampliar ou mellorar as accións de promoción (así o sinalan o 50% dos mesmos) e, por outra banda, o escaso interese por parte das distintas Administracións no desenvolvemento turístico da cidade (46%). Aproximadamente algo máis da cuarta parte entende que un dos problemas reside na falta de imaxe da cidade, e outro tanto sinala a escasa oferta complementaria como unha das razóns de que o turismo aínda non estea completamente desenvolvido na cidade.

Por grupos de idade obsérvase que son os segmentos máis altos, e concretamente os que se sitúan entre 46 e 60 anos, os que maioritariamente opinan que o sector turístico está suficientemente desenvolvido (neste caso a porcentaxe ascende ao 63% do total). A percepción negativa (de que o sector aínda non está desenvolvido) diminúe coa idade.

Por zona de residencia é unha vez máis o habitante do centro histórico o que ten unha visión algo máis negativa pois entende maioritariamente que o sector turístico aínda non está

suficientemente desenvolvido na cidade (41,2% do total) fronte aos residentes do ensanche ou periferia que perciben unha mellor situación actual do turismo na cidade.

Valoración dos recursos turísticos

Continuando coa valoración da actividade turística na cidade de Santiago, e centrando a análise nas súas principais compoñentes, obsérvase agora o papel que xogan os recursos turísticos no proceso de desenvolvemento. Así, o 52,4% da poboación local de Santiago considera que a cidade posúe importantes recursos turísticos e que ademais están suficientemente valorizados. No lado contrario, o 40% entende sen embargo que a pesar de posuír importantes recursos estes están aínda sen valorizar suficientemente e, por tanto, deben deseñarse accións de valorización dos mesmos.

Entre os recursos turísticos sinalados destacan, por encima de todos, a Catedral e o seu entorno, cunha puntuación media de 9,6 nunha escala de 1 a 10 en orde de importancia ou interese para o turismo na cidade. É o recurso máis valorado pola práctica unanimidade dos residentes da cidade. En segundo lugar destacan cunha puntuación tamén bastante elevada o conxunto de rúas e prazas do centro histórico (8,8), o Xacobeo e a festividade do Apóstol (8,7) e a gastronomía (8,3). O proxecto da Cidade da Cultura é hoxe por hoxe o potencial recurso turístico da cidade menos valorado (cunha puntuación media de 6,0 sobre 10)

Valoración de elementos da oferta turística

En relación aos elementos que configuran a oferta turística da cidade de Santiago, os residente consideran ou valoran como especialmente importantes e interesantes o conxunto do patrimonio histórico-artístico, a oferta de aloxamento e de restauración e gastronomía (todos eles cunha puntuación superior a 8 sobre 10). Destacan igualmente como elementos importantes:

- en primeiro lugar, a calidade do entorno natural e o conxunto de espazos libres e zonas verdes da cidade (7,4)
- en segundo lugar, unha serie de elementos da oferta complementaria da cidade. En particular, a oferta comercial (7,9), os museos da cidade (7,3) e a oferta cultural e de espectáculos (7,2). É destacable tamén a valoración positiva dos espazos habilitados para a celebración de congresos e reunións (7,6)
- por último, un conxunto de elementos de natureza menos tanxible pero igual de importantes: a limpeza da cidade (7,2) e a seguridade cidadá (7,6)

No lado contrario sinálanse unha serie de elementos menos valorados, onde a cidade ten realmente problemas importantes que resolver de cara a mellorar a oferta turística da cidade. Son en concreto:

- A accesibilidade, tanto ó conxunto da cidade como ó centro histórico. En liña con isto destaca tamén a sinalización de acceso á cidade
- A dotación de estacionamentos públicos

Aínda que non reciben unha puntuación moi baixa si é destacable sinalar aquí dous elementos que teñen unha valoración non moi alta e que atinxen especificamente á mellora do turismo na cidade. Son a sinalización turística e os servizos turísticos da cidade, que reciben unha puntuación de 6,5 sobre 10.

Atributos de Santiago como destino turístico: Imaxe da cidade

Aproximadamente a metade dos residentes de Santiago consideran que os mercados turísticos teñen un coñecemento alto ou moi alto da cidade, e por tanto teñen información bastante precisa das súas principais características. Un 39% opina sen embargo que ditos mercados teñen un coñecemento medio e soamente o 6% afirma que este é baixo ou moi baixo.

En relación cos principais atributos que, en opinión da cidadanía, definen a cidade de Santiago, a maior parte dos residentes sinala tres especialmente, todos eles positivos. Son, por orde de importancia:

- Cidade monumental
- Cidade universitaria, con vitalidade
- Cidade acolledora e hospitalaria

Non consideran, pola contra, que Santiago sexa unha cidade morta, de escaso atractivo, ou un lugar lonxano e distante dos principais mercados turísticos.

Na mesma liña que o anterior, e en relación coa imaxe que en opinión da cidadanía define a cidade de Santiago, isto é, a imaxe que consideran que ten Santiago cara os mercados turísticos, sinálanse dous especialmente, tamén de connotacións positivas:

- Cidade monumental
- Destino de peregrinaxe

De forma complementaria outro dos atributos que configuran a imaxe de Santiago como destino turístico xira en torno á idea de lugar con encanto, tranquilo e acolledor. Unha vez máis

descártanse atributos negativos tales como lugar apartado e lonxano, de difícil accesibilidade, ou cidade gris e triste, cun clima adverso.

Por último, e en relación cos atributos que definen a Santiago como destino turístico, sinálanse unha serie de elementos que diferencian ou poden diferenciar á cidade do resto de destinos turísticos competidores, especialmente aqueles situados no entorno máis próximo. Neste sentido, os dous elementos que, en opinión da cidadanía, diferencian a Santiago do resto de destinos son (así o sinalan máis do 80% dos consultados):

- O Patrimonio Histórico-Artístico, singularmente a Catedral e o entorno máis próximo
- O Xacobeo

En porcentaxes notablemente inferiores (próximas ao 20% en cada un dos casos) apúntanse outros dous elementos diferenciadores: a mellor accesibilidade aérea, especialmente en relación a destinos turísticos do entorno máis próximo, e a oferta cultural da cidade.

Grao de coñecemento das accións relacionadas co turismo

Aproximadamente o 14,5% da poboación local de Santiago afirma coñecer algunha das accións que en relación ao turismo se están a desenvolver na cidade. En contrapartida, algo máis do 80% declara non coñecer ningunha acción de potenciación ou promoción do turismo na cidade.

As accións máis destacadas ou coñecidas son principalmente os acordos coas novas compañías aéreas de baixo custe para operar desde o aeroporto de Lavacolla, accións de promoción da cidade en diversas feiras nacionais e internacionais ou o Xacobeo. De forma minoritaria menciónase, entre outros, a promoción de Santiago como destino de turismo de reunións a través da creación do SCCB.

O baixo coñecemento das accións que se desenvolven en Santiago en relación ao turismo é unha característica común a practicamente todos os segmentos de demanda. Só destacar, se cabe, o maior número de respostas afirmativas no colectivo de idade media (de 31 a 45 anos) e cun nivel de estudos superior (universitarios). Neste caso a porcentaxe ascende a case o 25% do total.

Grao de utilización dos servizos turísticos

No que atinxe aos servizos turísticos da cidade e ó seu grao de utilización por parte da poboación local obsérvase tamén un uso relativamente baixo. En particular, soamente o 23,5% dos residentes afirma utilizar nalgunha ocasión algún dos servizos turísticos que ofrece a

cidade, en particular, a consulta de información nas Oficinas de Turismo, a participación nas visitas guiadas pola cidade ou o uso do bus turístico. É elevada por tanto a porcentaxe de residentes que non utiliza ningún dos servizos ofertados na cidade (un 75,5% do total).

O segmento que de forma maioritaria utiliza algún dos servizos comentados son principalmente residentes de menos de 45 anos, e especialmente os máis xoves (de menos de 30 anos), tamén cun nivel de estudos superior (a porcentaxe de resposta positiva chega ao 40% no caso deste último colectivo). Por zona de residencia si destaca neste caso o maior uso sinalado por aqueles residentes no entorno máis próximo ao centro histórico: o denominado ensanche.

Grao de coñecemento do Plan de Excelencia Turística

En liña coas respostas anteriores, obsérvase que unha porcentaxe relativamente baixa da poboación (un 13,3%) afirma coñecer o Plan de Excelencia Turística de Santiago como instrumento de desenvolvemento do turismo na cidade. Unha porcentaxe similar tamén aos casos anteriores afirma descoñecer o PET e para que serve (un 84,3%). É unha vez máis o colectivo de menor idade (de menos de 45 anos neste caso) e cun nivel de estudos superior o que maioritariamente afirma ter coñecemento da existencia do PET e dalgún dos seus contidos.

Á hora de valorar dito plan por parte daqueles que afirman coñecelo son dúas as principais características sinaladas:

- O PET é un instrumento prioritario para o desenvolvemento do turismo na cidade (así o sinalan algo máis do 90%)
- Paralelamente, o PET é un instrumento descoñecido para a maioría da poboación local (así o afirman case o 80% dos que coñecen da existencia do mesmo).

Unha porcentaxe algo menor (un 32%) sinala ademais que este é un instrumento de especial interese e importancia para o turismo na cidade.

Grao de coñecemento e utilización da Web oficial de Turismo de Santiago

De forma similar ó observado nas cuestións anteriores, o grao de coñecemento e utilización da web oficial de Turismo de Santiago por parte da poboación local é bastante baixo (así o sinalan o 17,3% do total de residentes). No lado contrario corrobórase que algo máis do 80% non coñece nin utiliza dita web. Igualmente aos casos anteriores, o perfil do segmento que maioritariamente coñece ou consulta a web é o residente de menor idade, especialmente aqueles menores de 30 anos, cun nivel de estudos superior (un terzo do total).

Dentro do colectivo que nalgunha ocasión accedeu á páxina web, un 47% dos mesmos opina que ten moita información de interese e algo máis da cuarta parte que é moi atractiva. Contrariamente a isto unha porcentaxe baixa (do 15-17%) sinala que apenas ten contidos ou que ten dificultade de acceso ós mesmos.

Propostas de acción

Por último, e en aras de completar a análise do grao de coñecemento e percepción que a poboación local de Santiago ten en relación ao turismo, recóllense un conxunto de propostas de actuación mencionadas coa fin de mellorar o sector turístico na cidade. En primeiro lugar, e como acción máis destacada, sinálase a necesidade de promocionar a cidade cara novos mercados turísticos (apuntada por un 66% da poboación de Santiago). En segundo lugar, e como complemento da anterior, sinálanse:

- Formar, informar e sensibilizar á poboación local da importancia do turismo na cidade, e das accións que se están a desenvolver (ou que están en proxecto) para o desenvolvemento do sector (49% do total)
- Mellorar a oferta cultural e de espectáculos (46%)
- Valorizar o patrimonio histórico da cidade (40%)