

**“ESTUDIO DEL PERFIL DEL  
VISITANTE DE VITORIA-GASTEIZ Y SU  
EXPERIENCIA EN LA CIUDAD”**

## **ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS</b>	<b>3</b>
<b>TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>3</b>
<b>EL PERFIL DE LAS PERSONAS VISITANTES DE LA CIUDAD</b>	<b>6</b>
<b>MOTIVOS Y CARACTERERÍSTICAS DE LA VISITA</b>	<b>10</b>
<b>LA VISITA A VITORIA-GASTEIZ</b>	<b>17</b>
<b>UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA CIUDAD</b>	<b>18</b>
Información sobre la ciudad	18
Oferta gastronómica	21
La oferta turística	23
Los servicios	24
Accesibilidad y señalización	26
La relación calidad-precio	27
<b>EL IMPACTO DE VITORIA-GASTEIZ EN LAS PERSONAS QUE LA VISITAN</b>	<b>29</b>
Vitoria-Gasteiz antes de la visita	29
Vitoria-Gasteiz después de la visita	32
El impacto de la visita	36
<b>EVOLUCIÓN DEL PERFIL DEL VISITANTE 2014-2016</b>	<b>37</b>

## **INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS**

El Departamento de Empleo y Desarrollo Sostenible, al que está adscrito el Servicio de Turismo, puso en marcha la realización del “Estudio de caracterización del turista y de su experiencia en la visita a Vitoria-Gasteiz.”

Este estudio se enmarca en las actividades para acogerse a la marca BRT (BIOSPHERE RESPONSABLE TOURIM) que reconoce el Instituto de Turismo Responsable. El principal objetivo del ITR es la promoción de los principios de la “carta mundial de turismo sostenible”.

Los objetivos del Estudio de caracterización del turista y de su experiencia en la visita a Vitoria-Gasteiz, son:

- ➔ Conocer el perfil de las personas visitantes de la ciudad (origen, edad, sexo...).
- ➔ Conocer los motivos de su visita y los lugares visitados
- ➔ Conocer la valoración de la visita realizada y de la ciudad.

La metodología utilizada: encuestas personales a las personas visitantes de la ciudad.

## **TRABAJO DE CAMPO**

Se han realizado 420 encuestas en dos periodos:

- ➔ En el primero, entre el 25 y el 31 de julio, se encuestó a 220 personas.
- ➔ En el segundo, entre los días 11 y 19 de agosto, se realizaron 200 encuestas.
- ➔ Las encuestas se han llevado a cabo por cuatro encuestadoras, dos en cada periodo. Las cuatro con capacidad de realizar las encuestas en euskera en

inglés. Tres de ellas con capacidad para encuestar en alemán y una de ellas en catalán.



Las encuestas se han realizado en el entorno del Casco Viejo y del Ensanche, los lugares más frecuentados por las personas que visitan la ciudad.

Los puntos de encuestación no han sido, en ningún caso “puntos fijos”. Las encuestadoras se establecían en una zona y se movían por ella localizando a las personas encuestables.

**Lugar de realización de las encuestas**

	Frecuencia	Porcentaje
BIBAT	2	,5
CALLE PRADO	12	2,9
CASA CORDON	3	0,7
CASCO VIEJO	2	0,5
CATEDRAL DE SANTA MARÍA	67	16,0
CATEDRAL NUEVA	5	1,2
CORRERIA	1	0,2
CORTE INGLES	1	0,2
CUCHILLERIA	9	2,1
EL CAMPILLO	1	0,2
EL PORTALÓN	4	1,0
GASTETXE	19	4,5
IGLESIA DE SAN MIGUEL	8	1,9
IGLESIA DE SAN PEDRO	1	0,2
LA SENDA	10	2,4
MONTEHERMOSO	83	19,8
MURALLA	32	7,6
PALACIO ESCORIAZA-ESQUIBEL	43	10,2
PARQUE DE LA FLORIDA	11	2,6
PINTORERIA	2	0,5
PLAZA DE ESPAÑA	7	1,7

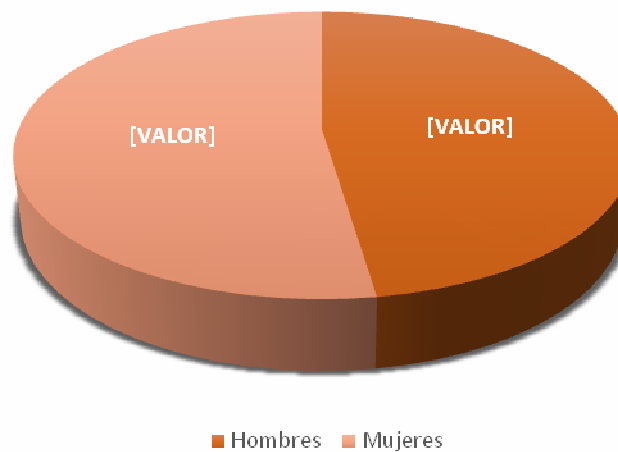
PLAZA DE LA VIRGEN BLANCA	63	15,0
PLAZA DEL MATXETE	33	7,9
ZAPATERIA	1	0,2
Total	420	1000

## EL PERFIL DE LAS PERSONAS VISITANTES DE LA CIUDAD

Los principales aspectos que caracterizan a la población visitante en el verano de 2016

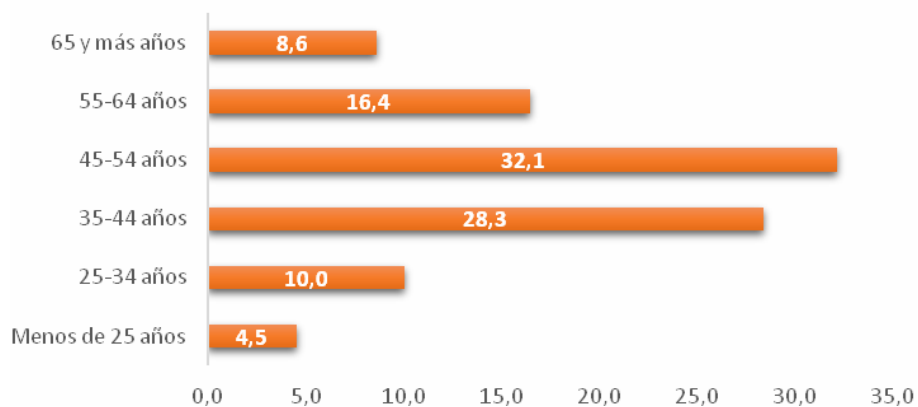
- ➔ Equilibrada según sexo, con una ligera mayor proporción de mujeres (52,4).

Visitantes según sexo



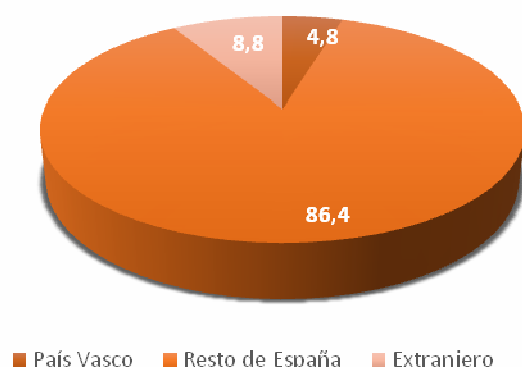
- ➔ De mediana edad: tres de cada cuatro personas tienen entre 35 y 64 años, mientras la población más joven (menores de 35 años) representa el 14,5% y la mayor de 65 años no llegan al 10% (8,6).

Visitantes según edad



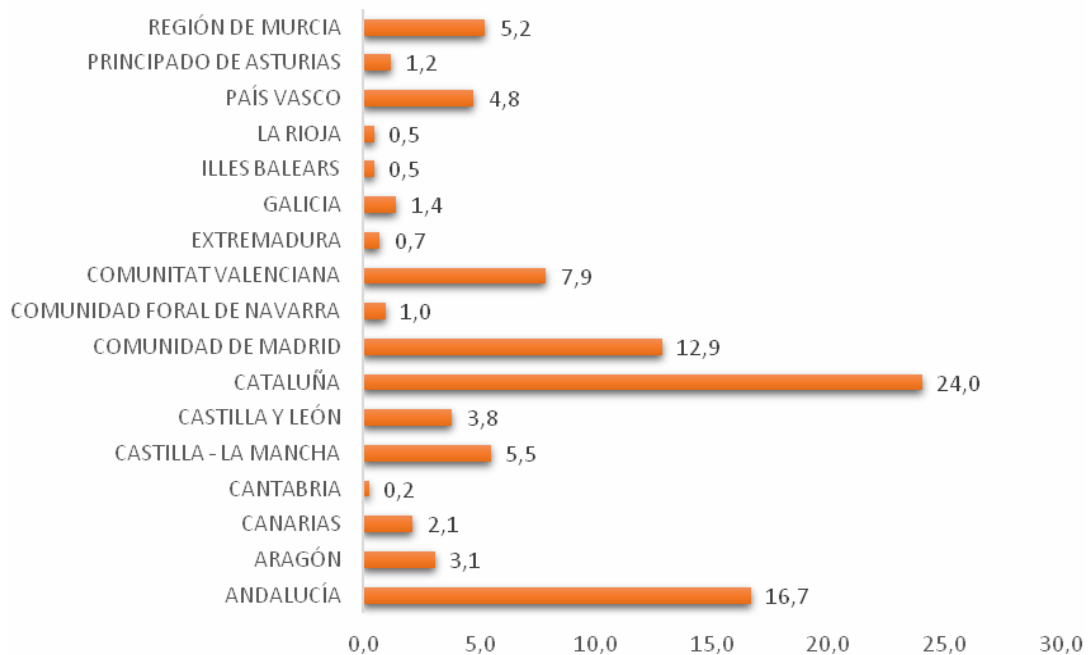
- ➔ La mayor parte de las personas que han visitado Vitoria-Gasteiz, el 86,4%, proceden de otras comunidades del resto de España; únicamente el 4,8% de los visitantes son residentes en el País Vasco, otro 8,8% proceden de países extranjeros.

### Lugar de procedencia



- La mayor parte de las personas residentes en otras comunidades autónomas proceden de los lugares más alejados de la península: arco mediterráneo desde Cataluña a Andalucía, Castilla-La Mancha y la Comunidad de Madrid:
  - La mayor parte de las personas proceden de Cataluña (24%) y, en general, del arco mediterráneo formado por Cataluña, Comunidad valenciana y Región de Murcia. En conjunto, de estas tres comunidades autónomas procede el 37,1% de las personas encuestadas.
  - El segundo lugar de procedencia es Andalucía que aporta el 16,7% de las personas que han venido este verano.
  - Madrid aporta otro 12,9% de visitantes.
  - A más distancia, el 5,5% de las personas que han visitado la ciudad procede de Castilla-La Mancha.

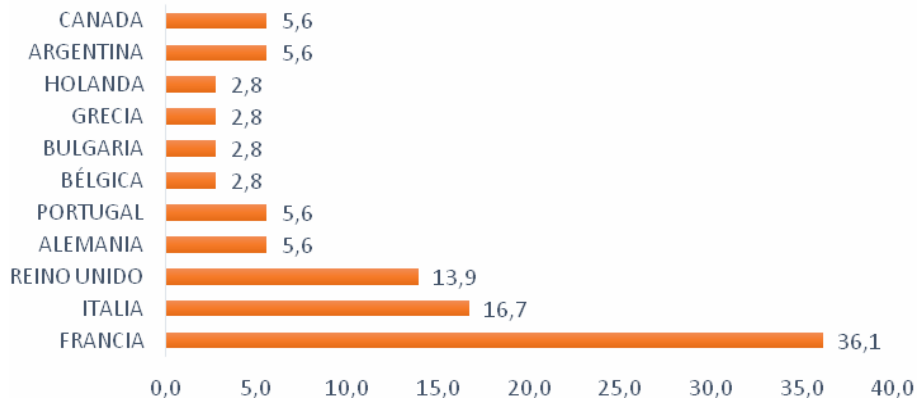
## Comunidades autónomas de procedencia



- El resto de Comunidades autónomas tiene una presencia residual.
  - Llama la atención la escasa presencia de personas procedentes del norte de la península: el 2,8% procede de Galicia, Asturias y Cantabria
  - Las personas procedentes del resto de comunidades autónomas del interior peninsular (Aragón, Castilla-León, La rioja y Extremadura) representan el 8,1% de las y los visitantes.
  - Otro 2,6% procede de las islas: 2,1% de las Canarias, y 0,25 de las Baleares.
- Los principales países de procedencia de son los países cercanos de Europa, fundamentalmente Francia (36,1% de las personas extranjeras), Italia (16,7%), Reino Unido (13,9%). El 11,2% procede de países no europeos: Argentina y Canadá. 5,6% respectivamente.

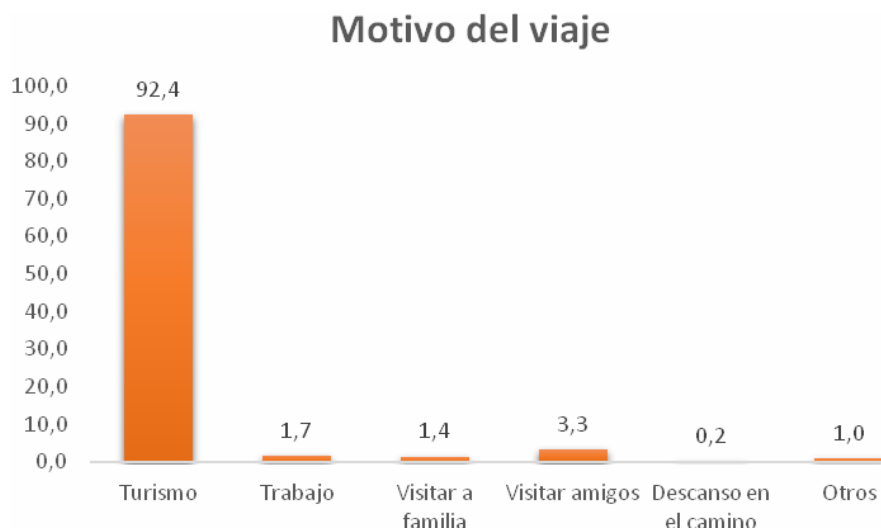


### Países de procedencia



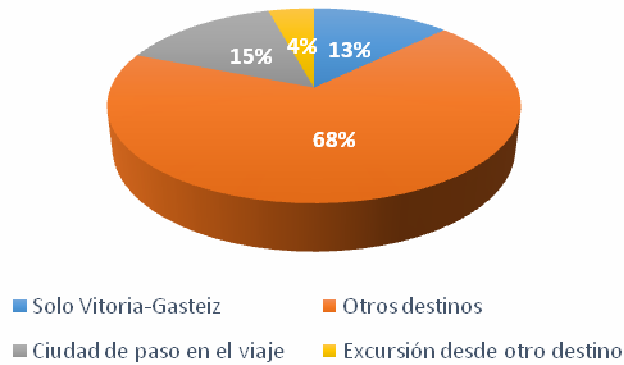
## MOTIVOS Y CARACTERERÍSTICAS DE LA VISITA

El 92,4% de las personas que han visitado Vitoria-Gasteiz lo han hecho por turismo. El segundo motivo de la visita a la ciudad durante el verano ha sido visitar a la familia (1,4%) o a las y los amigos (3,3%). Sólo el 1,7% ha visitado Vitoria-Gasteiz por motivos de trabajo.



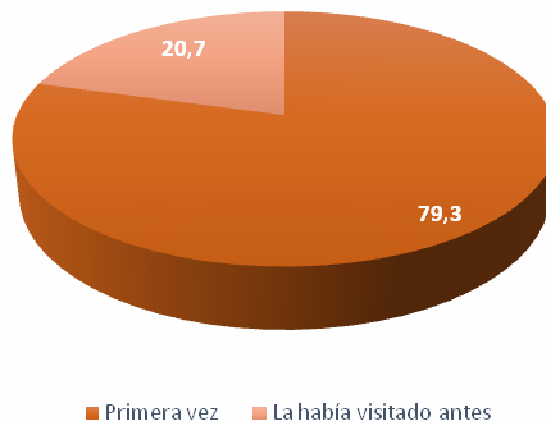
Vitoria-Gasteiz solo es el principal destino del viaje en el 13% de los casos, en el resto o es uno más entre varios destinos (68%) o es una ciudad de paso (15%) o la visita a la ciudad es una excursión desde otro punto.

### Destino del viaje



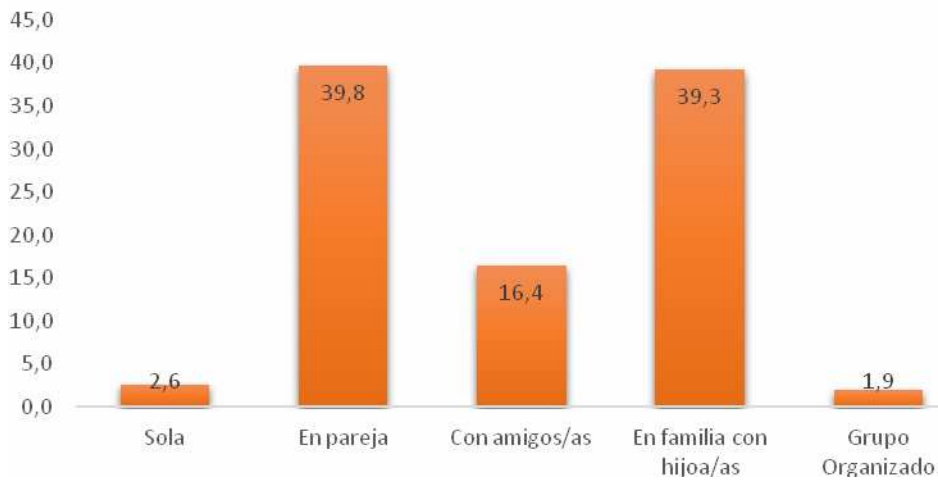
Para el 79,3% de las personas que han visitado Vitoria-Gasteiz ésta era su primera visita; el 20,7% ya la había visitado antes.

### Visitas a Vitoria-Gasteiz



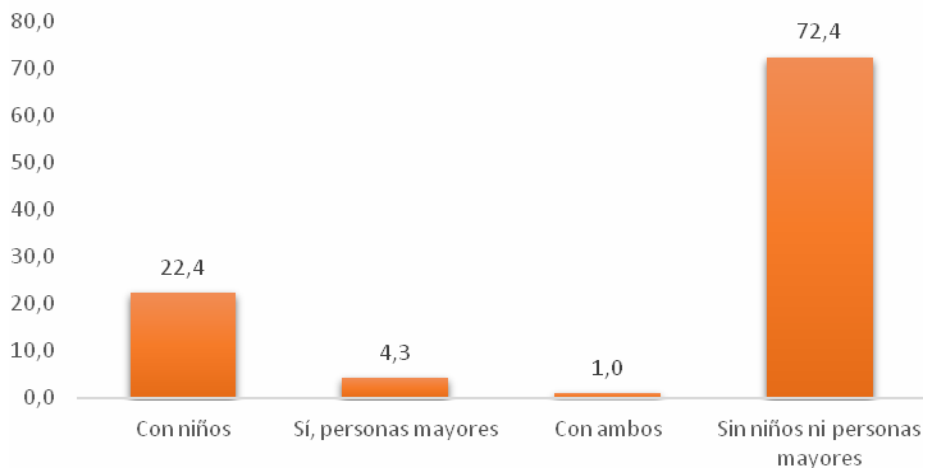
La mayor parte de las personas que visitan Vitoria-Gasteiz lo hacen en familia (39,8%) o en pareja (39,8%); otro 16,4% viaja con amigos/as y sólo en el 2,6% de los casos se trata de personas viajando solas, limitándose el viaje en grupos organizados al 1,9%.

### Con quién realiza el viaje



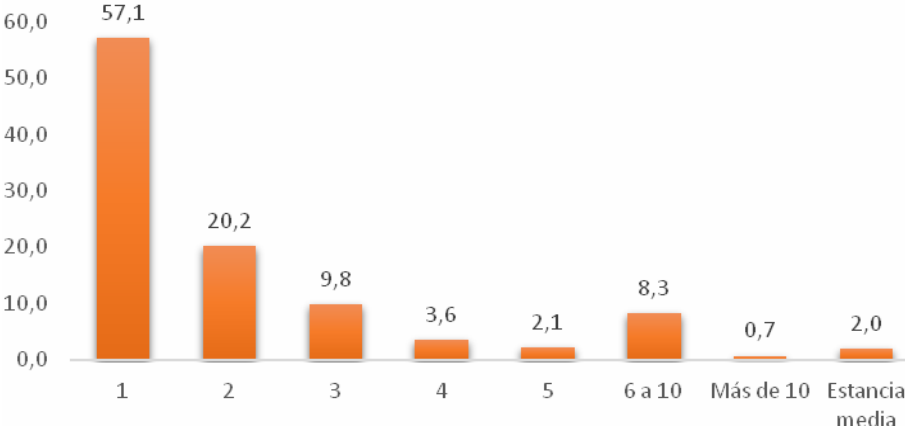
Aunque la mayor parte de las personas que han visitado la ciudad viajaba sin niños/as ni personas mayores (72,4%), una de cada cuatro viajaba con menores niños (22,4%) o con personas mayores (4,3). El 1% de las personas encuestadas viajaba con menores y con personas mayores.

### Viaje con niños/as y /o personas mayores



La estancia media en Vitoria-Gasteiz es de dos días, aunque para la mayoría (57,1%) la visita se limita a un solo día. La visita es de dos días para el 20,2% mientras el 9,8% permanece 3 días y para prácticamente el 15% la estancia en la ciudad se prolonga más de tres días.

### Días en Vitoria-Gasteiz

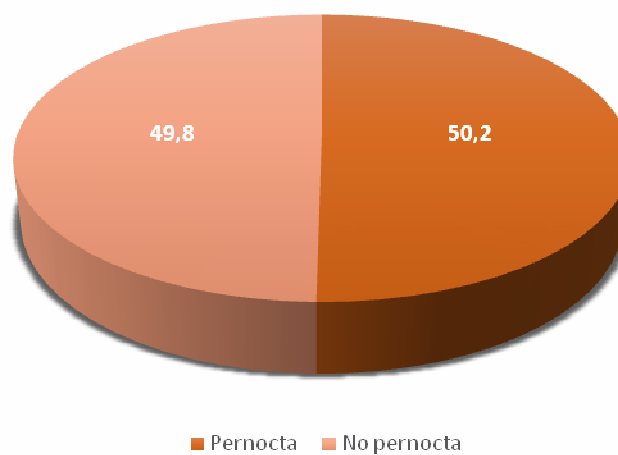


La estancia es más larga en los casos de personas cuyo motivo del viaje es visitar a la familia (7 días por término medio), a amigo/as (4 días) o por trabajo (3 días).

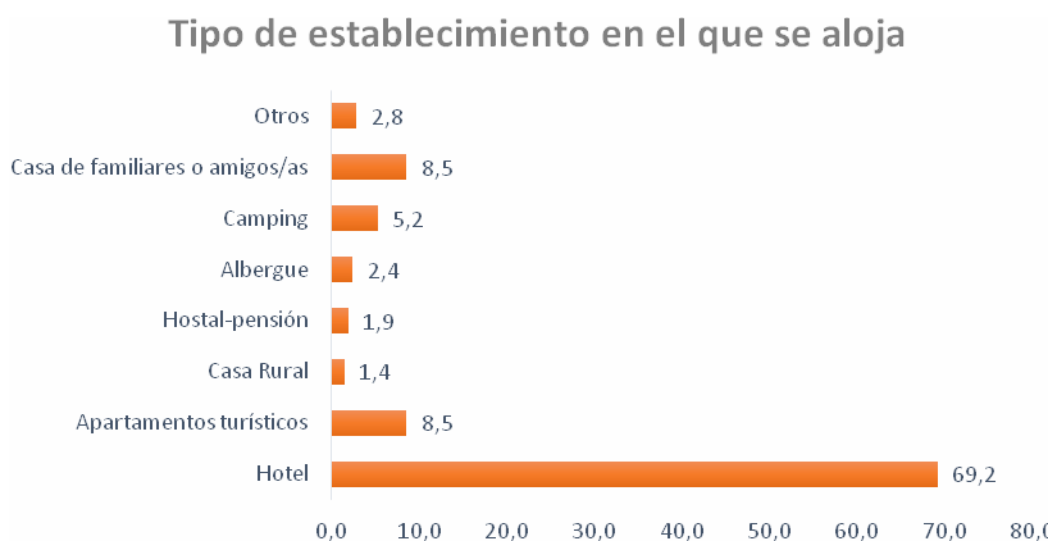


La mitad de las personas encuestadas han pernoctado en la ciudad al menos una noche.

### Pernoctación en Vitoria-Gasteiz

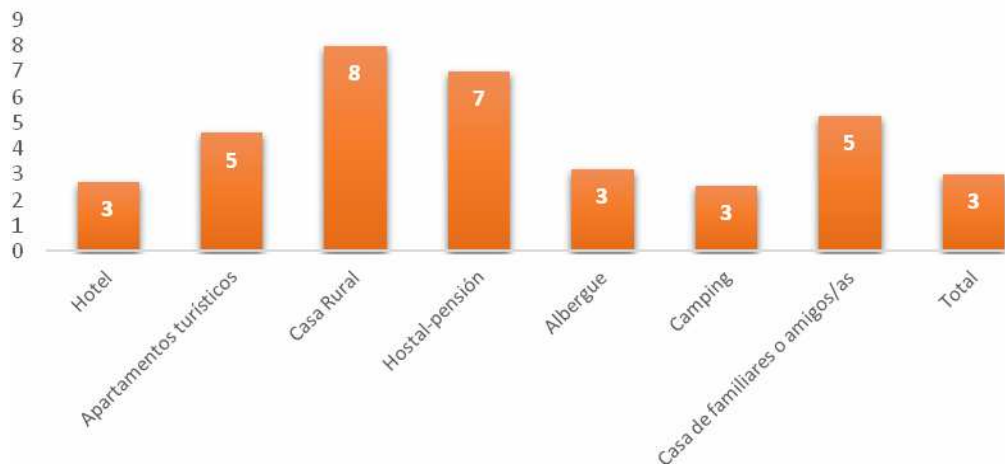


Las personas que pernoctan en Vitoria-Gasteiz lo hacen preferentemente en un hotel (69,2%, 71,8% si incluimos también el hotel-pensión), mientras; el 8,5% lo hace en apartamentos turísticos, proporción idéntica a los que vienen a casa de familiares o amigos/as. El restante 10% se aloja en otro tipo de establecimientos: camping (5,2%), albergue (2,4%), casa rural (1,4%) y otros establecimientos (2,8%). Las personas que se alojan en otros establecimientos lo hacen en el aparcamiento de caravanas de Lakua.



Las personas que se alojan en un hotel pernoctan por término medio 3 noches, media que es superior en personas que se alojan en una casa rural (8 noches), en un hostal pensión (7 noches) o en apartamentos turísticos o en casa de familiares (5 noches respectivamente).

### Estancia media según tipo de alojamiento





## LA VISITA A VITORIA-GASTEIZ

La visita a Vitoria-Gasteiz tiene como objetivo principal, y en muchos casos exclusivo, el Casco medieval y el Ensanche, sólo el 3,6% dice haber visitado otras zonas.

Así mientras el 92,9% de las personas que han visitado la ciudad han acudido a alguno de los monumentos de se citan, la proporción cae al 41,1% en el caso de los parques y al 10,2% en los museos.

En esta línea, tanto los monumentos como los parques y museos más visitados son los situados en el centro de la ciudad (Casco medieval y Ensanche):

- Plaza de la Virgen Blanca, 81,9%.
- Plaza de España, 75,7%.
- Catedral de Santa María, 57,6%.
- Catedral nueva, 42,4%.
- Parque de la Florida, 37,6%.
- Bibat, 6,2%.



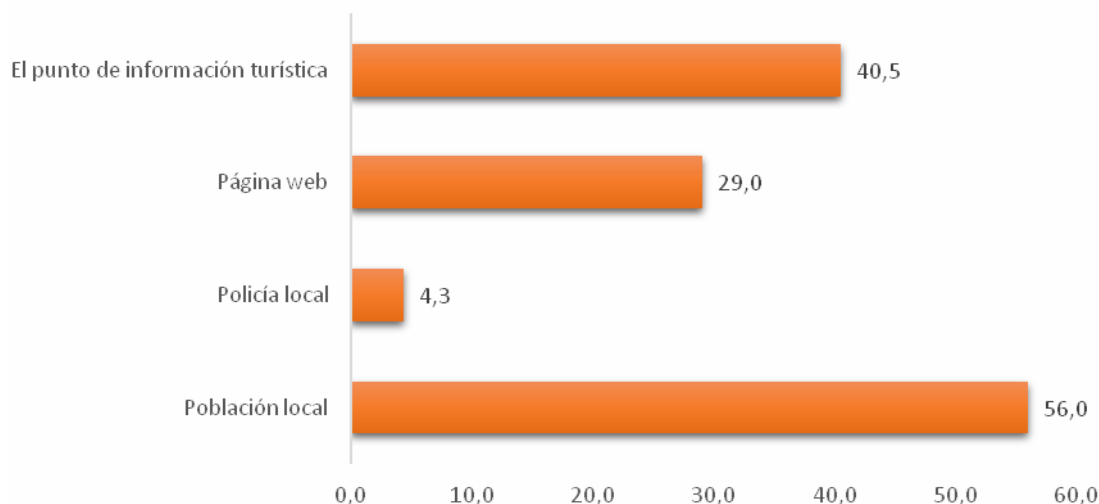
## UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA CIUDAD

### Información sobre la ciudad

Una de los aspectos que más llaman la atención es la baja proporción de personas que utilizan los recursos de información turística de la ciudad. Así tan solo el 29% de las personas encuestadas habían recurrido a la página web para buscar información y solo el 40,5% había utilizado el punto de información turística.

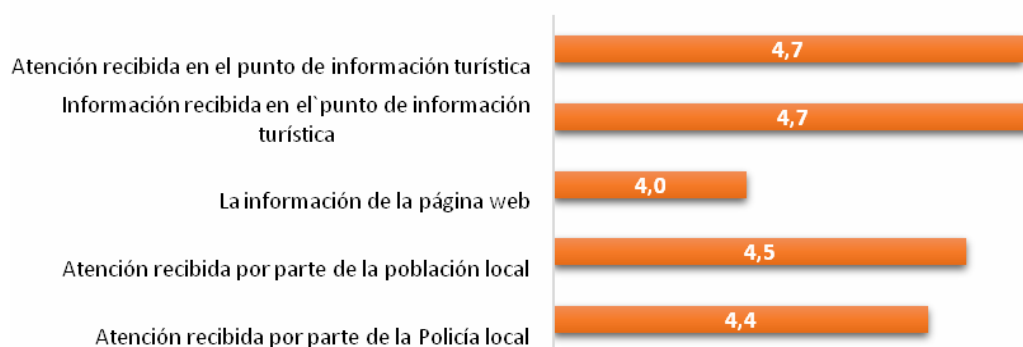
En el mismo sentido, las personas que visitan la ciudad parecen preferir en la búsqueda de información el contacto con la población (56%) a la policía local (4,3%).

## Utilización de recursos de información



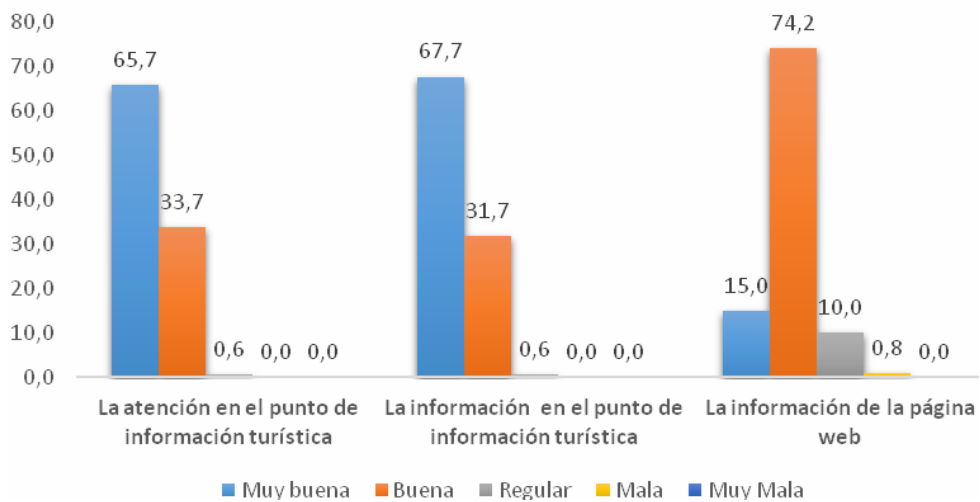
La valoración media de estos recursos de información, cuando se utilizan, es muy alta, con una puntuación mínima de 4 puntos sobre cinco en la información de la página web. La puntuación media más alta es la obtenida por el punto de información turística, tanto en lo relativo a la atención como a la información facilitada (4,7 puntos). La valoración de la información aportada por la Policía local y por la población es similar, 4,4 y 4,5 puntos respectivamente.

## Valoración media de la información sobre la ciudad



La valoración del punto de información turística es siempre calificada de muy buena o buena, no observándose respuestas de mala o muy mala; tan solo el 0,6% de quienes la han utilizada la califican de regular.

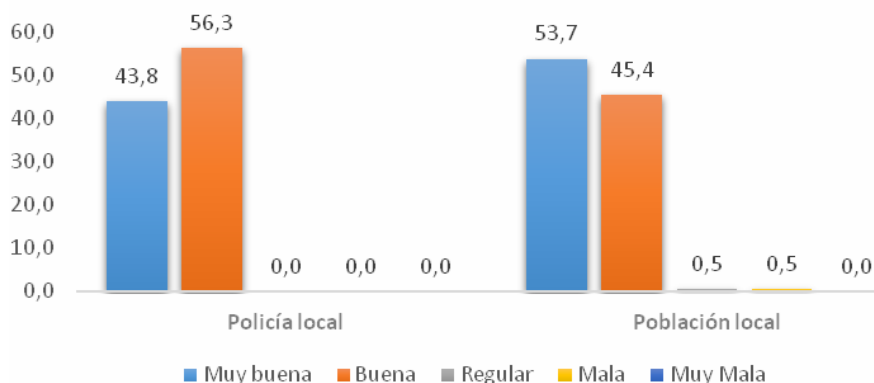
### Valoración de la información turística



La opinión sobre la información de la página web es algo más crítica: una de cada diez personas que han recurrido a ella la consideran regular y el 0,8% mala. Además, al contrario de lo que se observa en relación a la información y atención en el punto de información turística, la proporción de los que consideran muy buena es muy baja, 15%, a gran distancia del 65-68% registrado para el punto de información turística.

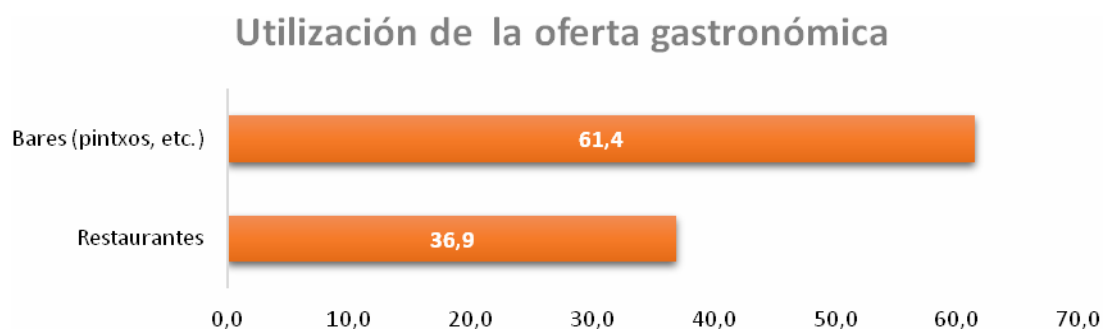
Lo mismo cabe observar en cuanto a la información recibida por parte de la Policía local o por la población. Únicamente en el caso de la población se observa un 1% de personas que han recurrido a ella que consideran la atención recibida como regular o mala. El motivo de esta valoración es la poca amabilidad de las personas a las que recurrieron.

### Atención por parte de la población y por la Policía local



## Oferta gastronómica

Al menos seis de cada diez personas que visitaron la ciudad utilizaron los servicios de restauración, el 61,4% utilizó los bares (con consumo de pintxos, etc.) y el 36,9% restaurantes.



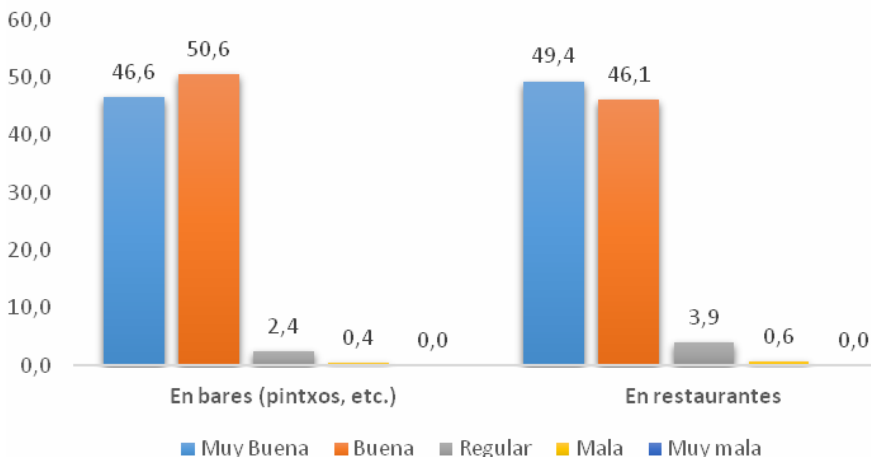
La valoración media de los servicios gastronómicos se sitúa en 4,4 puntos sobre 5 tanto para los restaurantes como la oferta de pintxos, etc. en bares.

### Valoración de la oferta gastronómica



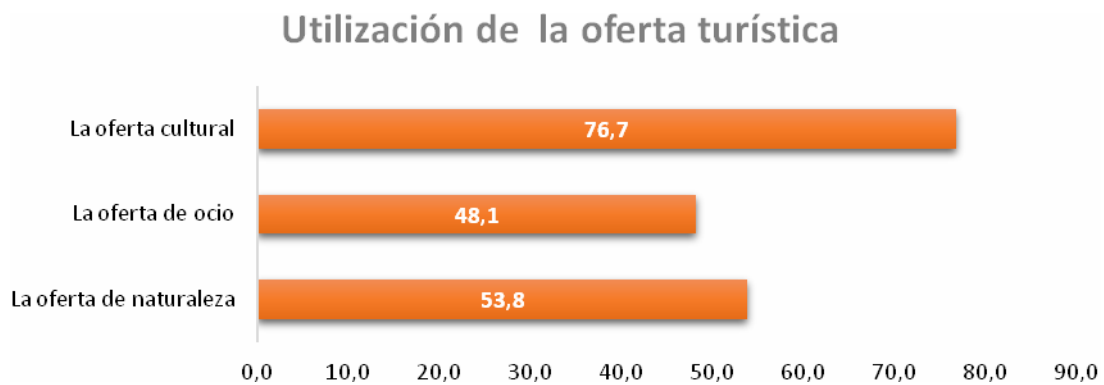
La valoración general de los servicios de restauración es, por tanto, buena o muy buena para más del 95% de las personas que los han utilizado. Tan solo el 0,4% en el caso de los bares y el 0,6% en los restaurantes han obtenido la calificación de “mala”, una valoración que se relaciona siempre con la atención personal y no con la calidad de los productos ni con el precio, en unos casos por considerar “mala atención por parte del personal” y en otros por la lentitud del servicio.

### Valoración de la oferta gastronómica

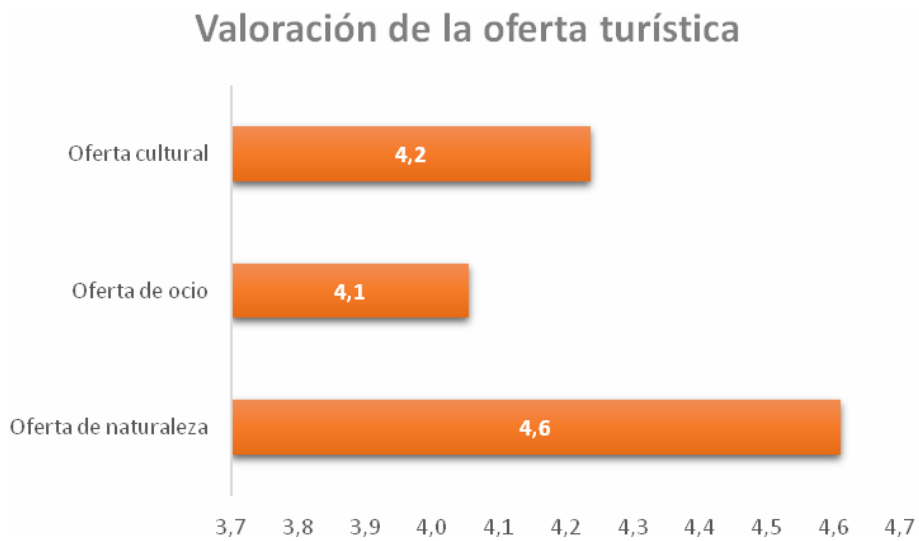


## La oferta turística

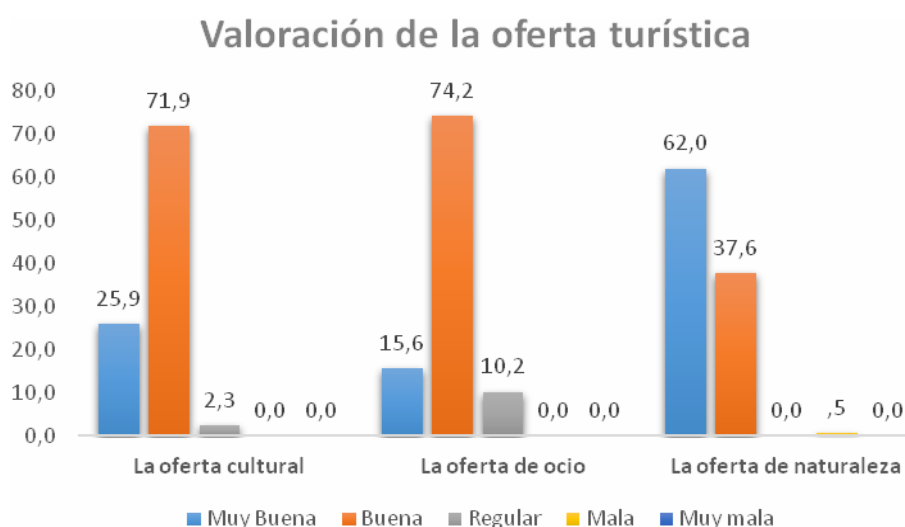
La oferta cultural es la más utilizada por las y los turistas que llegan a Vitoria-Gasteiz, tres de cada cuatro personas que llegan a la ciudad dicen haberla utilizado, una proporción muy superior a la utilización de los oferta de ocio (48,1%) y de la vinculada a la naturaleza (53,8%).



La valoración media supera los cuatro puntos sobre cinco, 4,2 la oferta cultural, 4,1 puntos la de ocio y 4,6 la oferta de naturaleza.

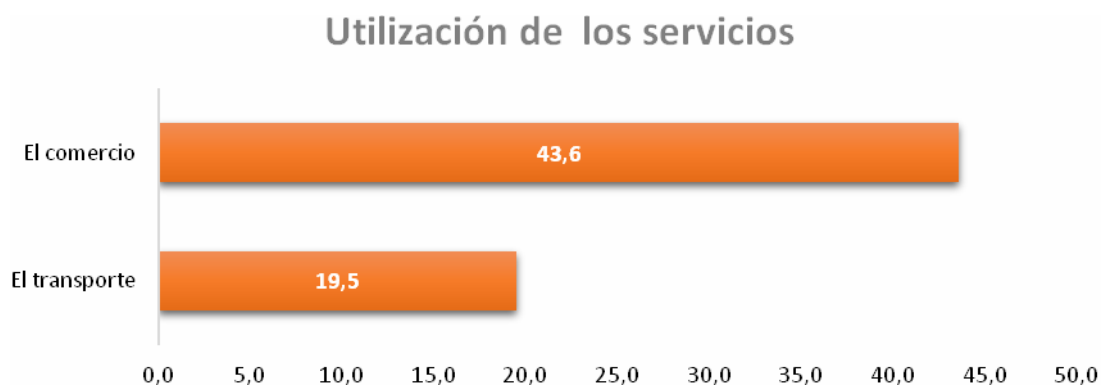


En general, tanto la oferta cultural como la de ocio y de naturaleza se consideran buenas o muy buenas por 9 de cada 10 personas que las han utilizado. La opinión relativa a la oferta de naturaleza es mejor que la registrada respecto a la oferta cultural y de ocio, ya que la proporción de quienes consideran la oferta muy buena es mayoritaria, 62% frente al 25,9% registrado en la oferta cultural y al 15,6% de la oferta de ocio.



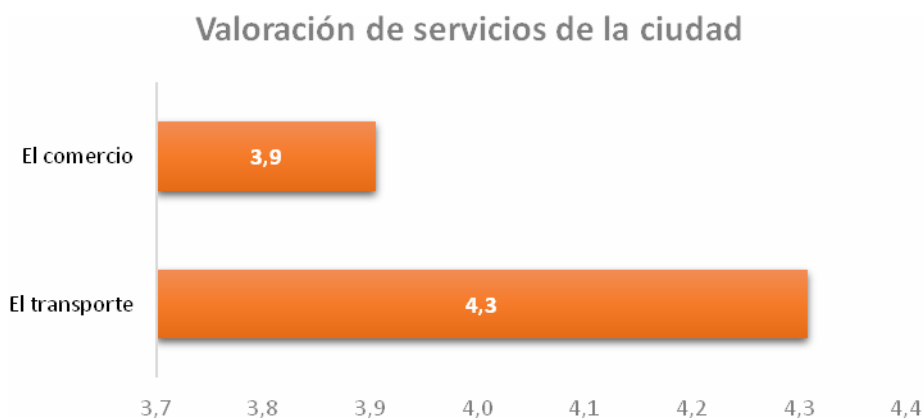
## Los servicios

La utilización de comercio (43,6%) y, sobretodo, del transporte público (19,5%) por parte de las personas que visitan la ciudad es muy baja.





La valoración de estos servicios es también más baja que los observados en relación a otros aspectos: el comercio obtiene una puntuación media de 3,9 puntos y en el transporte público la puntuación media se eleva a 4,3 puntos.

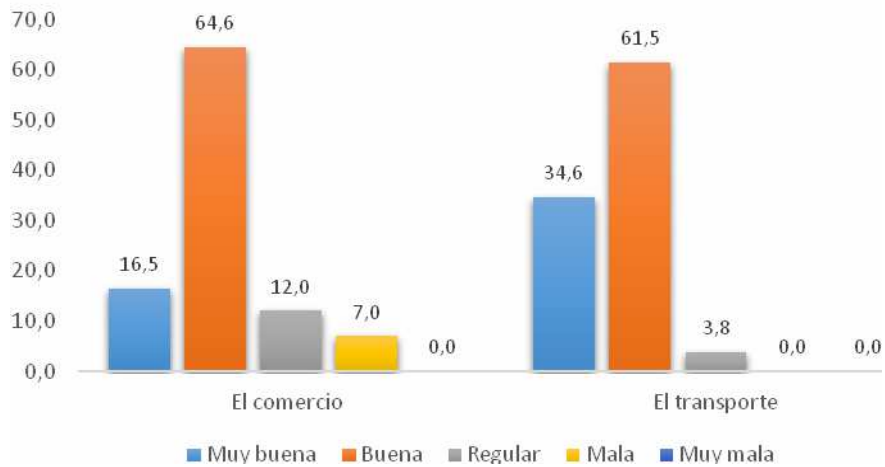


El comercio es el que peor valoración obtiene, tanto en la valoración media como en la mayor proporción de personas que lo califican de regular (12% de quienes lo han utilizado) o malo, 7% de las personas que lo han utilizado. La proporción de personas que lo consideran muy bueno cae además al 16,5%.

Todas las personas que califican como malo el comercio de Vitoria-Gasteiz utilizan el mismo argumento “está todo cerrado” y realizaron la encuesta en el mes de agosto. Hay que tener en cuenta que en agosto las encuestas se realizaron la semana siguiente a las fiestas de La Blanca, la semana en la que una parte de los comercios del centro disfruta de las vacaciones.

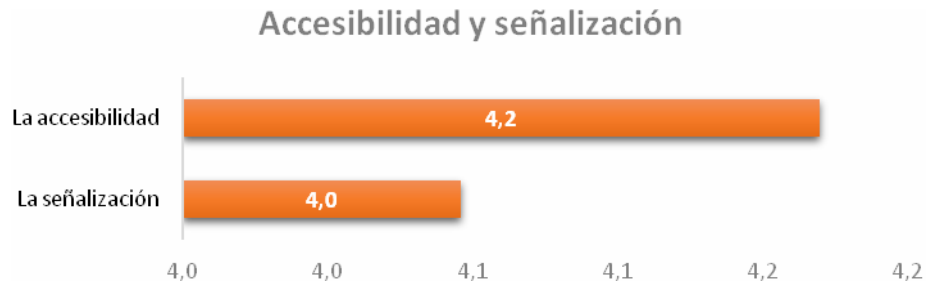
La valoración del transporte público es, sin embargo, muy positiva. Sólo el 3,8% lo considera regular, mientras el 34,6% lo considera muy bueno.

### Valoración de los servicios de Vitoria-Gasteiz



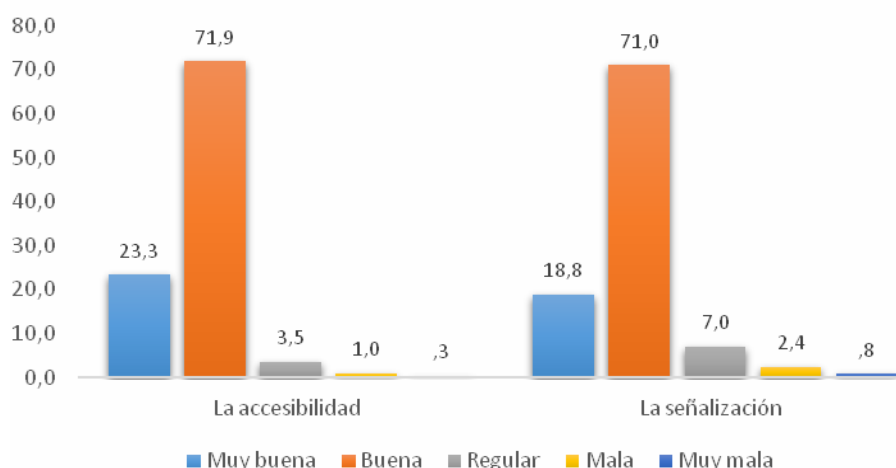
### Accesibilidad y señalización

Tanto la accesibilidad de la ciudad como la señalización registran una elevada puntuación, 4,2 y 4 puntos respectivamente.



Esta puntuación viene dada por una elevada proporción de personas que consideran ambos aspectos como buenos. La proporción de los que los califican de muy buenos es, sin embargo menor. Por el contrario, son los aspectos con mayor proporción de consideraciones negativas: el 1,3% considera la accesibilidad mala o muy mala, proporción que llega al 3,2% en el caso de la señalización.

### Valoración de la accesibilidad y señalización

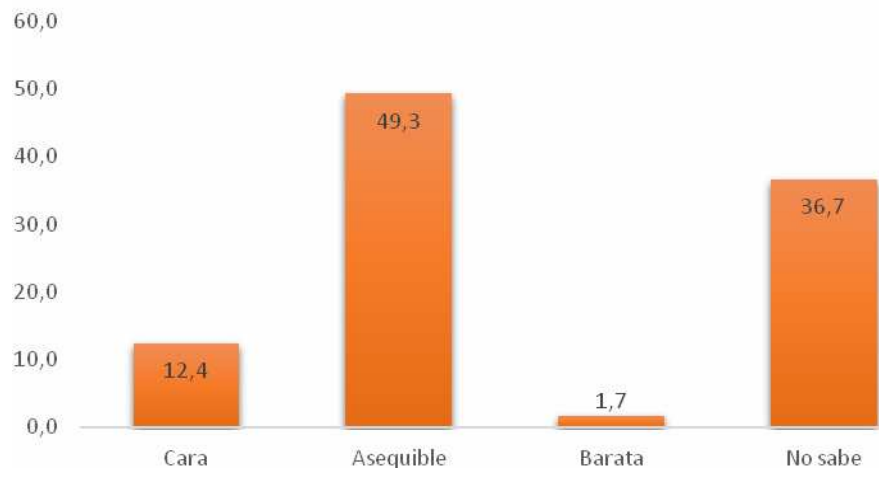


Las críticas tanto a la accesibilidad como a la señalización se relacionan con la dificultad de ubicarse dentro de la ciudad, “es una ciudad compleja” se señala en algún caso y, especialmente, con la dificultad de moverse en coche, una dificultad que se señala tanto a la hora de entrar en la ciudad como a moverse dentro del núcleo urbano.

### La relación calidad-precio

A la hora de valorar Vitoria-Gasteiz desde la relación calidad/precio, se considera una ciudad asequible (48,3%), el 12.4% la considera cara y para un escaso 1,7% es una ciudad barata.

### Relación calidad/precio



## EL IMPACTO DE VITORIA-GASTEIZ EN LAS PERSONAS QUE LA VISITAN

### Vitoria-Gasteiz antes de la visita

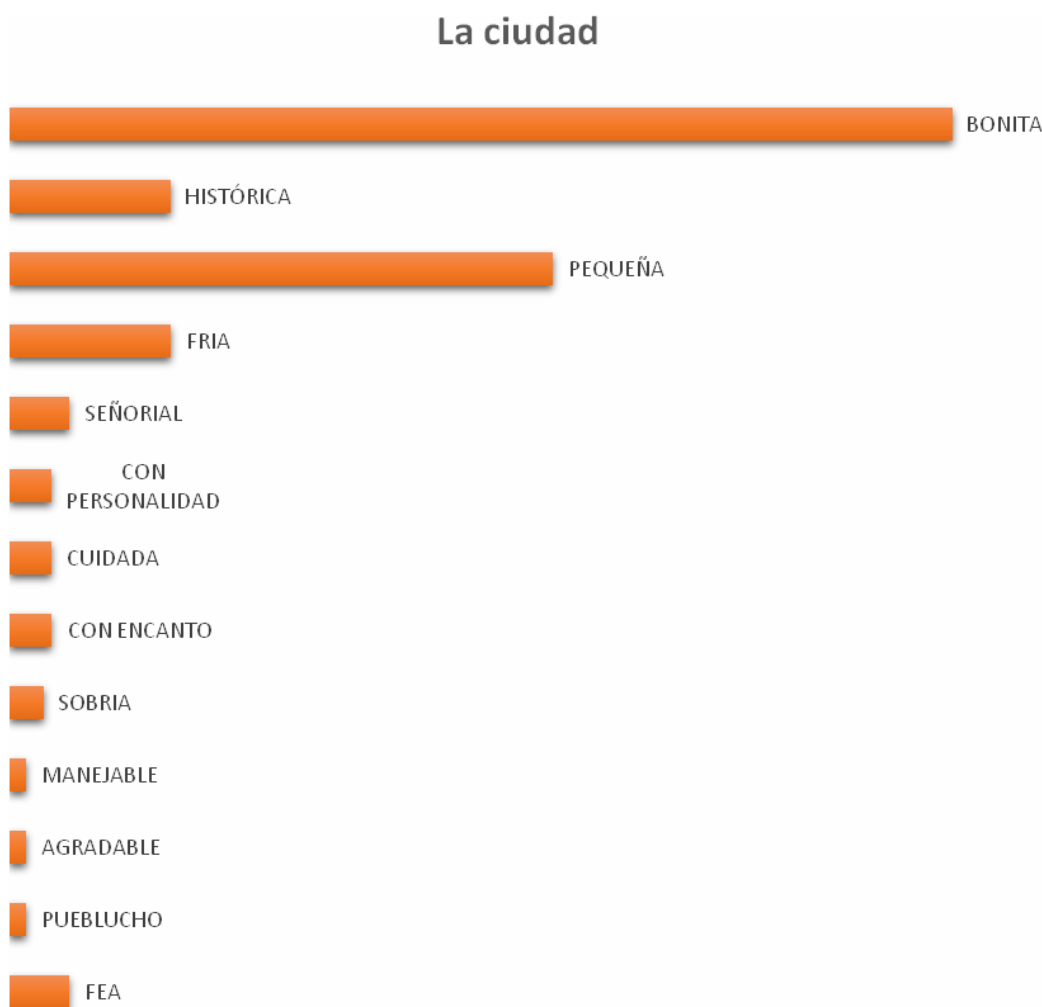
Prácticamente la mitad de las personas entrevistadas (46,7%) manifestaron haber viajado a Vitoria-Gasteiz sin tener ninguna imagen previa de ciudad. A este grupo podemos sumar un 3,6% que únicamente dijeron que ya la conocían. El resto nos dieron entre una y tres respuestas que hemos agrupado en: imágenes que no hacen referencia a ningún aspecto concreto de la ciudad, imágenes que hacen referencia a sus características, las relacionadas con el medio ambiente y, por último, las que hacen referencia al modo de vida.

El 16% de los que afirman tener alguna imagen preestablecida, simplemente manifiesta tener una idea, positiva en su mayor parte, de la ciudad (“buena imagen” o “ciudad interesante”), aunque una mínima proporción que no supera el 1,5% de las personas encuestadas, reconoce haber venido con mala imagen o con una que no se corresponde con la actual (“peor”, “menos importante”).



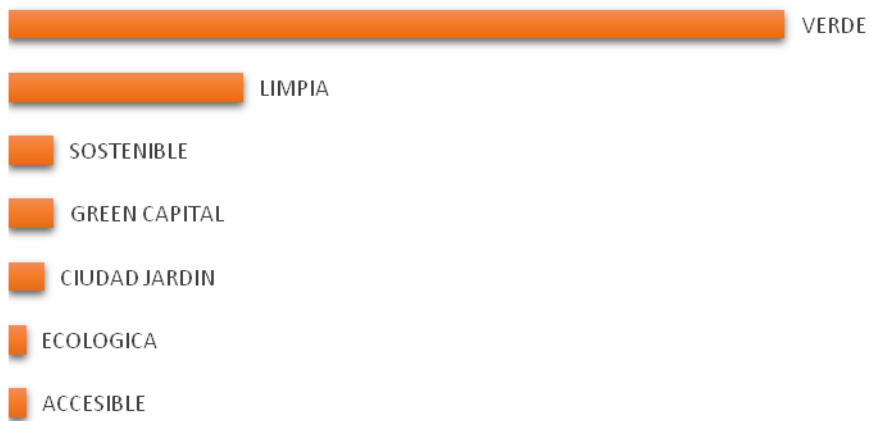
La imagen previa más frecuente de Vitoria-Gasteiz hace referencia a sus características **una ciudad bonita, histórica, pequeña y fría**. Esta visión puede completarse con otros calificativos que la definen como **señorial, con personalidad, cuidada, con encanto, sobria manejable o agradable**.

Como contrapunto, una pequeña proporción (1% de las personas encuestadas) tenía una imagen negativa, definiéndola como **más fea o un pueblucho**.



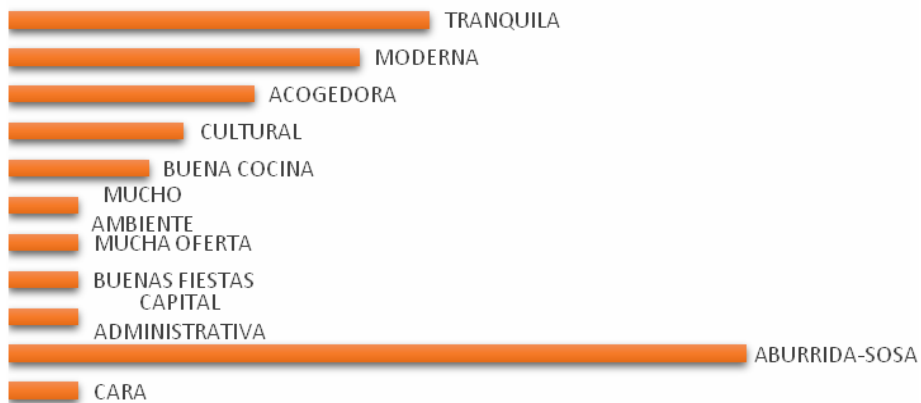
Un 13% de los entrevistados vincula la imagen previa de la ciudad al medio ambiente. Venían con una imagen de Vitoria-Gasteiz como ciudad **verde, limpia, sostenible, ecológica y accesible**.

## El medio ambiente



Por último, el 7% la vincula al estilo de vida. Si bien la mayoría (4,4%) tiene una imagen que podríamos considerar positiva: *tranquila, moderna, acogedora, cultural*, etc., el 2,3% tenía una imagen de una *ciudad aburrida, sosa e incluso cara*.

## Estilo de vida



## Vitoria-Gasteiz después de la visita

A la pregunta “después de su visita cómo definiría la ciudad” la mayor parte de las personas encuestadas aportan una visión positiva. Hemos agrupado las respuestas dadas de la misma manera que en el caso de la visión previa. Lógicamente ahora tienen más peso las respuestas que hacen referencia a las características de la ciudad.

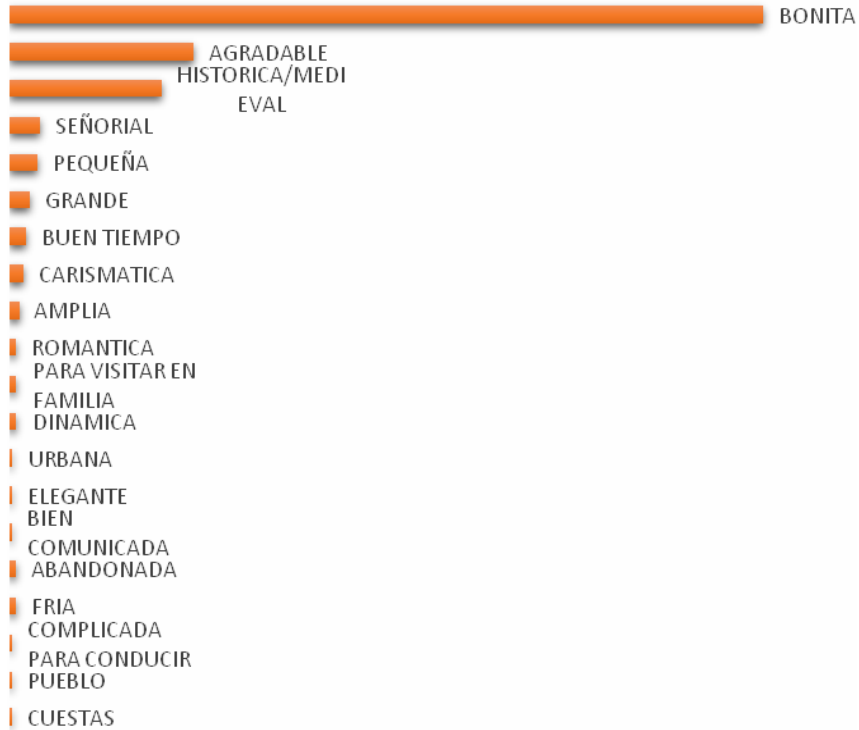
Tres de cada cuatro personas que la han visitado este verano consideran Vitoria-Gasteiz una ciudad **bonita, agradable, histórica o señorial**.

El 8,3% de las personas califican la ciudad como **pequeña o grande según los casos, carismática, amplia, romántica, dinámica, urbana, elegante o bien comunicada**.

Un escaso 1,6% tiene una visión negativa de la ciudad por **fría, complicada para conducir, porque es como un pueblo o tiene muchas cuestas**.



## La ciudad



Cuatro de cada diez turistas ensalza los aspectos medioambientales para perfilar la imagen que tienen de la ciudad una vez visitada. Desde este punto de vista, Vitoria es una ciudad **limpia, verde, cuidada, para pasear, accesible, con parques, ordenada, sostenible, ecológica, con poco tráfico, adecuada para andar en bici, oxigenada y silenciosa.**

## Medio ambiente

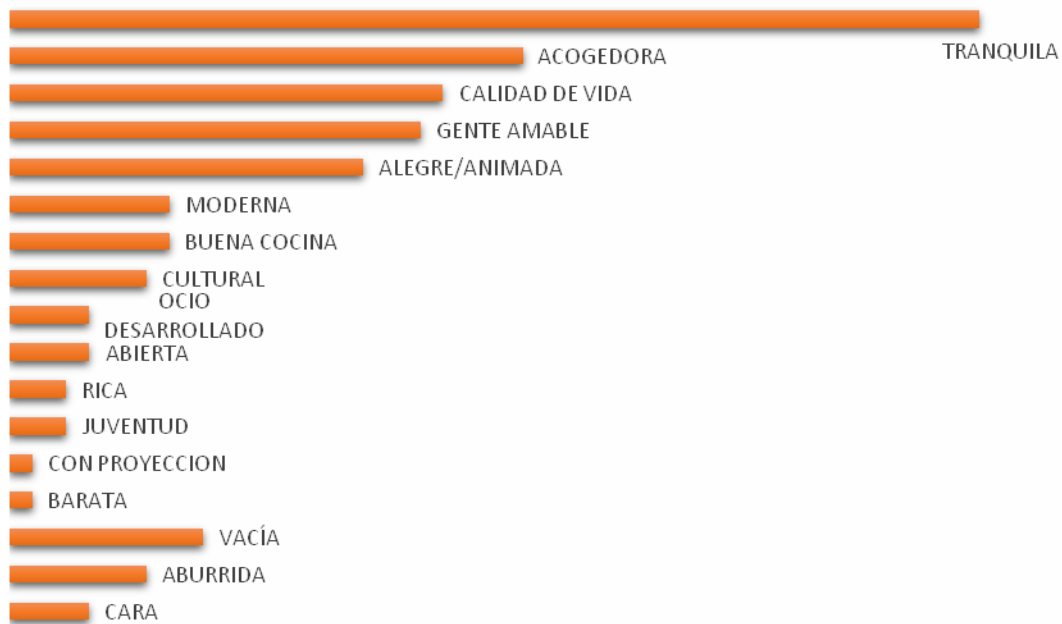


Una de cada tres personas vincula la imagen que se lleva de Vitoria-Gasteiz con el **estilo de vida** de la ciudad. Vitoria-Gasteiz es:

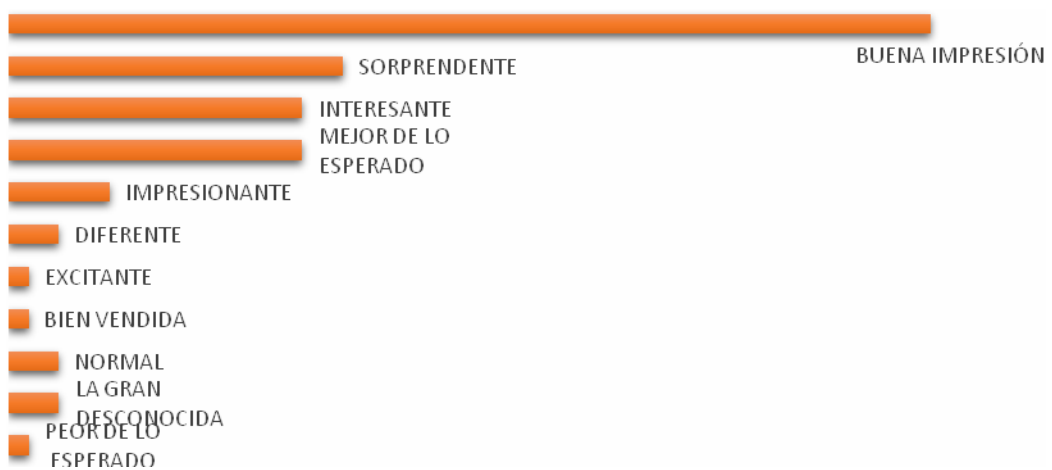
- ***Tranquila, acogedora, con calidad de vida, con gente amable y alegre/animada (23,5%).***
- ***Moderna, con buena cocina, cultural y con ocio desarrollado. (4,7%)***
- ***Abierta, rica, con mucha juventud y proyección (1,9).***

No obstante el 3,6% señala aspectos negativos relacionados con el estilo de vida. Para estas personas Vitoria-Gasteiz es una ciudad **vacía, aburrida y cara**.

## Estilo de vida

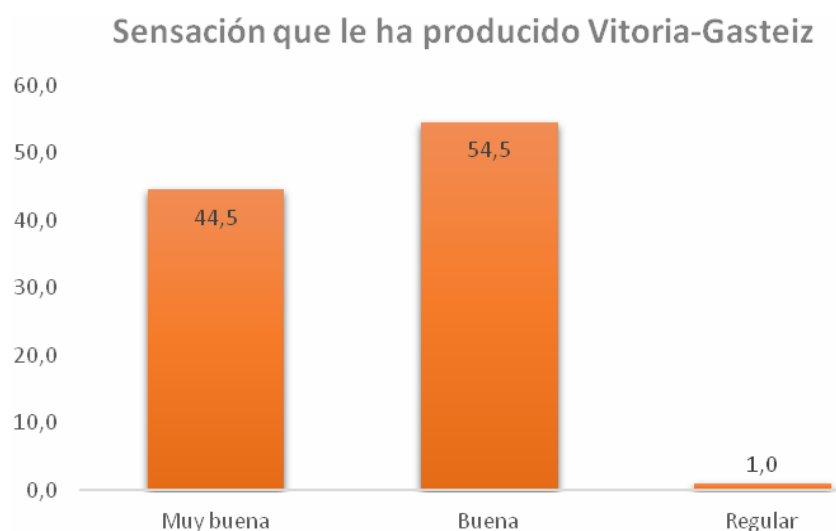


También hay un porcentaje de entrevistados no hacen referencia a ningún aspecto concreto de la ciudad:

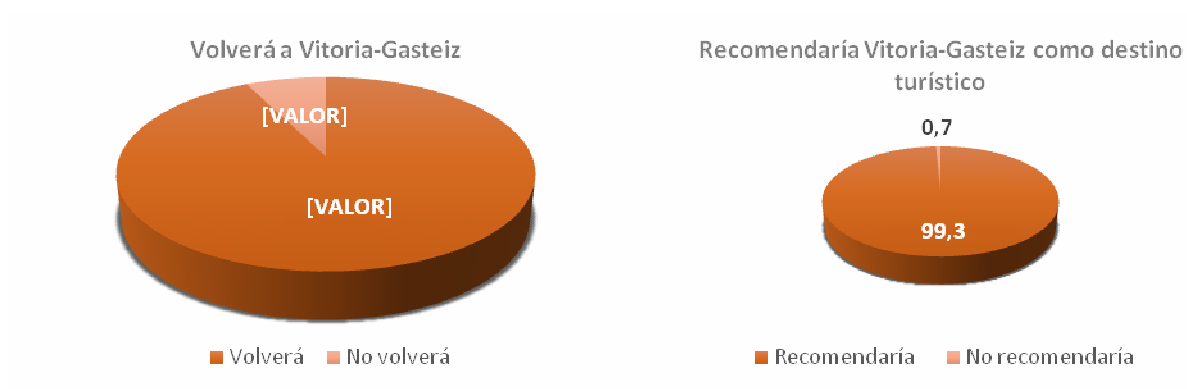


## El impacto de la visita

La impresión de las y los turistas que visitan la ciudad es buena (54,5%) o muy buena (44,5%); solo para un 1% es regular y nadie manifiesta llevarse una sensación mala o muy mala.



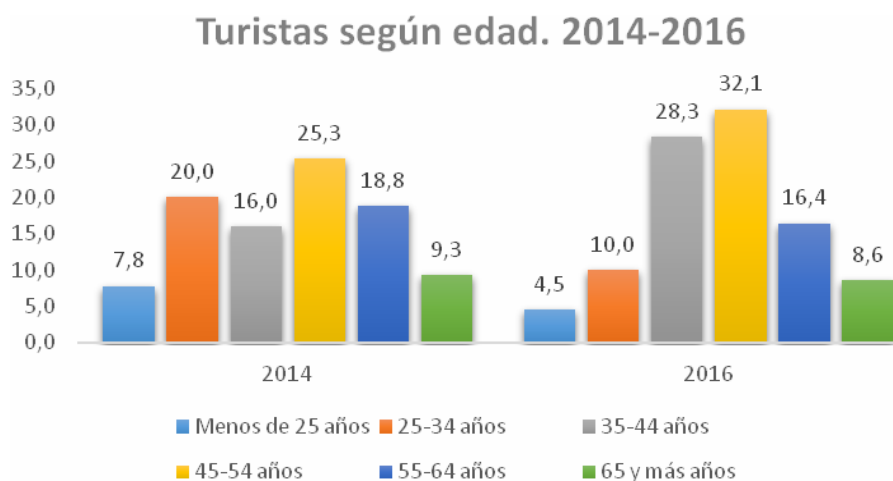
Fruto de esta sensación positiva, el 92,6% volvería a la ciudad y el 99,3% recomendaría Vitoria-Gasteiz como destino turístico.



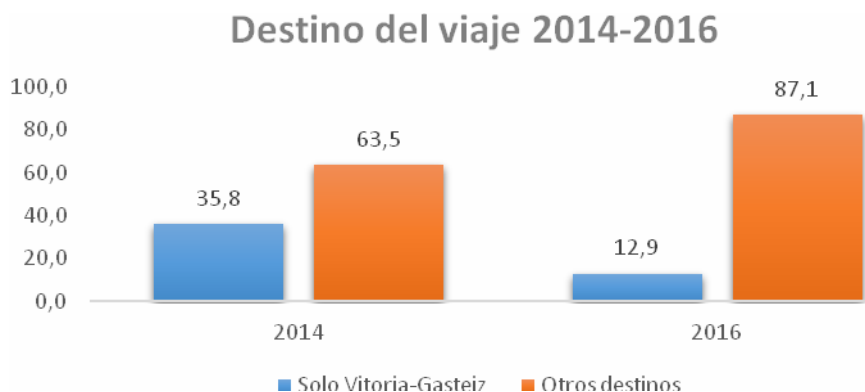
## EVOLUCIÓN DEL PERFIL DEL VISITANTE 2014-2016

La comparación del perfil del visitante respecto a 2014 tiene el condicionante de que en 2014 la encuestación de agosto incluía los días de las fiestas de La Blanca. Estos días la afluencia de visitantes es mayor y con diferentes características de los que acuden el resto del verano y el resto del año. Las principales diferencias se observan en la edad y en el destino del viaje.

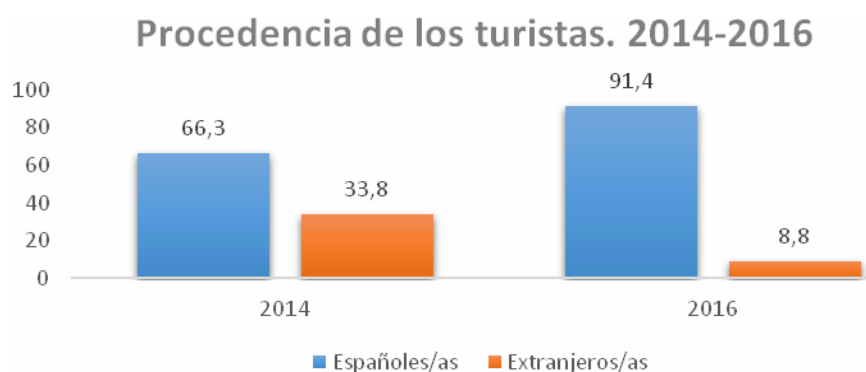
- Respecto a la edad observamos que la proporción de menores de 35 años cae respecto a 2014: del 27,8% al 14,5% de 2016.



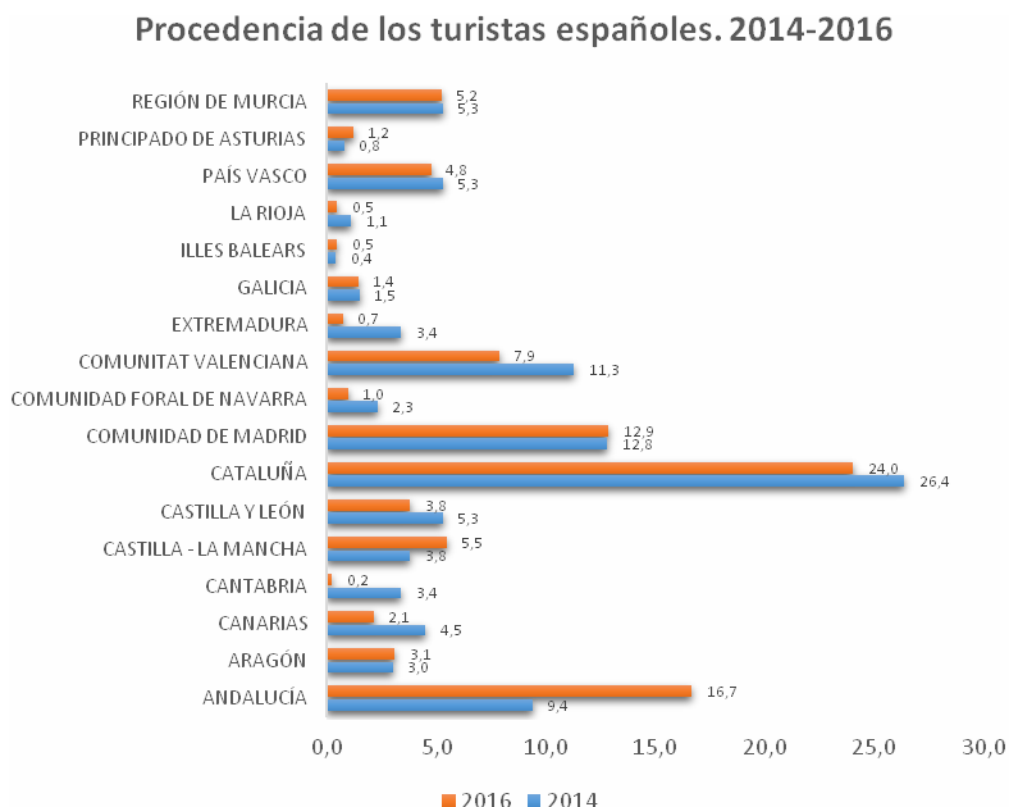
- En cuanto al destino del viaje, en 2014 Vitoria-Gasteiz era el destino principal del viaje para el 35,8% de las personas que nos visitaban; en 2016 esta proporción cae al 12,9%.



- La proporción de personas procedentes de otros países también cae drásticamente desde 2014, del 33,8% al 8,8% de 2016. Esta circunstancia puede atribuirse tanto a las fechas en las que se han realizado ambas encuestas como a la elección de las personas a encuestar.



- En cuanto a la procedencia de los visitantes del resto de España, se observa un crecimiento significativo de las personas que proceden de Andalucía (16,7% frente al 9,45 registrado en 2014).

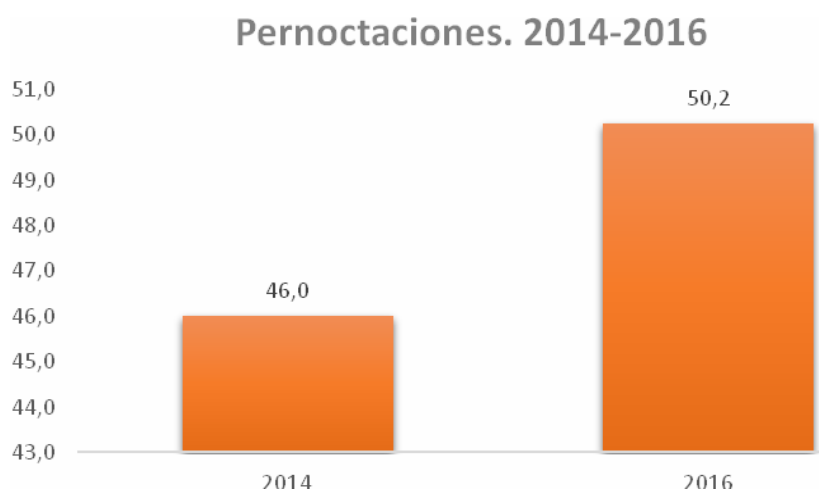


- Vitoria-Gasteiz se consolida como destino turístico ya que crece la proporción de personas que conocían la ciudad y aumenta el número de personas que pernoctan en la ciudad.

Desde 2014 la proporción de personas que ya conocían Vitoria-Gasteiz ha aumentado en 5,4 puntos porcentuales; esta circunstancia nos lleva a pensar que la atracción de Vitoria-Gasteiz una vez conocida es real y que, al menos una proporción de las personas que la han visitado, vuelve.



También ha aumentado el número de personas que pernoctan en Vitoria-Gasteiz, que ha pasado del 46% de 2014 al 50,2% de 2016.



La forma de viajar, sin embargo, no ha reflejado grandes variaciones: la mayor parte de los visitantes de la ciudad lo hacen, como en 2014, en pareja o con la familia (79,2% y 79,5% respectivamente). El viaje con amigos experimenta un ligero crecimiento (del 13,5% al 16,4% actual) en perjuicio de otras fórmulas de viaje como son viajar solo/a, que baja del 4,3% de 2014 al 2,6% de 2016, o viajar en grupo que pasa del 2,3% al 1,95 actual.

