

El gasto de los visitantes en destinos culturales. El caso de Santiago de Compostela

PÉREZ GUILARTE, Yamilé

Instituto Universitario de Estudos e Desenvolvimento de Galicia (IDEGA)

Universidad de Santiago de Compostela

yamile.perez@usc.es

[Recibido junio 2016; aceptado septiembre 2016]

Resumen

El gasto de los visitantes en un destino turístico está influenciado por un amplio rango de variables sociodemográficas, económicas, psicológicas, así como por factores relacionados con el viaje y el destino. El objetivo de este artículo es estudiar el comportamiento del gasto de los visitantes en la ciudad de Santiago de Compostela. Para el estudio se realizaron encuestas a 400 visitantes seleccionados aleatoriamente en el centro histórico de la ciudad. Para la determinación de los factores condicionantes del gasto se emplearon las pruebas no paramétricas Kruskal-Wallis y la U de Mann-Whitney. Los resultados indican que la procedencia, la organización del viaje, el motivo de la visita, la pernoctación, el tipo de alojamiento y las actividades que se realizan son elementos que influyen en el gasto que hacen los visitantes en el destino.

Palabras clave: Perfil del visitante, gasto, destinos culturales, Santiago de Compostela.

Abstract

The spending of visitors in a tourist destination is influenced by a wide range of sociodemographic, economic, and psychological variables, as well as factors related to travel and destination. The objective of this article is to study the behavior of visitor's spending in the city of Santiago de Compostela. For the study, questionnaires were conducted on 400 randomly selected visitors in the historic center of the city. The non-parametric tests Kruskal-Wallis and the Mann-Whitney U were used to determine the conditioning factors of the spending. The results indicate that the origin, the organization of the trip, the reason for the visit, the overnighing, the type of accommodation and the activities carried out are elements that influence the spending of visitors at the destination.

Key words: Visitor profile, spending, cultural destinations, Santiago de Compostela.

1. Introducción

La actividad turística genera un importante impacto económico en los destinos, ya sea de forma directa o indirecta. Sus efectos repercuten en la balanza de pagos, en la construcción, en la mejora de los medios de transporte y en la infraestructura vial; repercutiendo en la generación de empleos, y en definitiva, en el bienestar social. De ahí que el turismo se haya convertido en un fenómeno de gran interés, tanto para políticos, como para empresarios y académicos. En este contexto, resulta interesante el estudio del gasto que realizan los turistas en el destino, su medición, interpretación y las variables que lo condicionan. Este conocimiento es relevante para los gestores de destinos y atractivos culturales, a la hora de entender el impacto económico que puede generar una visita cultural y los determinantes que más influyen sobre el gasto de su demanda.

Santiago de Compostela constituye un destino cultural consolidado de gran reconocimiento internacional por ser, desde la época medieval, el final del Camino de Santiago, una de las principales rutas de peregrinación de la cristiandad. La importancia de esta ruta es apreciada por su prevalencia en el tiempo, aunque no solo está influenciada por motivaciones religiosas. El centro histórico de Santiago de Compostela fue declarado Patrimonio de la Humanidad en 1985 y es el principal protagonista de la ciudad, la cual ha recibido más de 1 millón de visitantes anuales durante los últimos 10 años (INE, 2016).

El conocimiento del perfil de los visitantes que llegan a Santiago de Compostela ha sido una prioridad de Turismo de Santiago, entidad encargada de la planificación y gestión turística de la ciudad. Desde 2005 el Observatorio del Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR) de la Universidad de Santiago de Compostela genera estadísticas sobre el comportamiento de la demanda turística. Este artículo se suma a los esfuerzos ya realizados para comprender la demanda cultural, estableciendo como objetivo el estudio del comportamiento del gasto de los visitantes en la ciudad de Santiago de Compostela.

2. Marco teórico

Entre las instituciones que se dedican a la investigación del perfil y el comportamiento de los visitantes en destinos culturales destaca la Asociación para la Educación en Turismo y Ocio (ATLAS). El programa ATLAS Cultural Tourism Research Project (CTRP) creado en 1991 ha llevado a cabo entrevistas a visitantes de atracciones culturales, realizadas en un principio en Europa y en la actualidad han sido extendidas a otras regiones (Richards y Queirós, 2005).

A lo largo de estos años ATLAS ha realizado informes regulares y publicaciones sobre la oferta y la demanda del turismo cultural (Richards, 1996, 2001). De este modo, se han llevado a cabo estudios sobre las tendencias globales y locales del turismo cultural (Richards, 2011), de los patrones de consumo y de los métodos de investigación relacionados con el mismo (Richards y Munsters, 2010; Richards y Van der Ark, 2013).

Teniendo en cuenta la complejidad del turismo y sus múltiples relaciones con otras actividades económicas, son muy difíciles de cuantificar los efectos de arrastre que se generan a partir del gasto turístico inicial (Martínez, Pereira y Pawlowska, 2013). Los efectos directos pueden medirse a partir del consumo turístico que generan los visitantes durante la estancia. Para ello, la realización de encuestas que incluyen el gasto de los visitantes en el destino es de vital importancia. Los datos del gasto se recogen desagregados en los siguientes conceptos: alojamiento, transporte urbano, compras, bares y restaurantes, y actividades culturales (museos, cine, teatro, etc.). A partir de este desglose y teniendo en cuenta el número de visitantes se puede utilizar el modelo input-output para establecer los efectos que ocasiona el turismo en otras actividades económicas a nivel local o regional (Herrero et al., 2003; Valdés et al., 2010; Martínez, Pereira y Pawlowska, 2013; Villafranca y Chamorro, 2007).

El gasto de los visitantes está influenciado por un amplio rango de variables sociodemográficas, económicas, psicológicas, así como por factores relacionados con el viaje y el destino (Kim et al. 2011; Wang and Davidson, 2010; Craggs and Schofield, 2009; Downward and Lumsdon, 2003), y la satisfacción (Anderson et al., 1994 citado en Zhang et. al., 2010). Además, algunos autores consideran que el nivel de satisfacción con el destino también condiciona el gasto, de forma tal que a mayor satisfacción más gasto (Disegna y Osti, 2013).

El gasto es influenciado por un grupo complejo de variables socio-demográficas de los viajeros, por ejemplo, la edad, el estado civil, el nivel educativo, la ocupación, el país de residencia, la raza y la composición del hogar. Respecto a la edad y el estado civil, los trabajos difieren de uno a otro. Para algunos casos esta variable no afecta el gasto turístico, mientras que en otros sí lo hace. Otra variable importante en este grupo es el motivo de viaje, que para algunos destinos sí tiene un impacto sobre el gasto mientras que para otros es menor o no tiene. De todo el análisis sobre el gasto como medida de la demanda individual para el turismo, los autores concluyen que debería hacerse un mayor énfasis en la modelización microeconómica de la demanda turística y en la investigación de los efectos, los factores psicológicos y los relacionados con el destino sobre el gasto turístico (Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre, 2013).

En cuanto a variables asociadas al viaje y al destino, estas también han sido incluidas en la modelización del gasto. Asimismo, se incluyen variables de orden psicológico como la percepción y el grado de satisfacción del viajero. Otra variable importante en este grupo es el motivo de viaje, que para algunos destinos sí tiene un impacto sobre el gasto mientras que para otros es menor o no tiene (Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre, 2013).

Por su parte, Brida y Scuderi (2013) se centran en los trabajos que utilizan modelos microeconómicos, analizando 86 estudios (período 1977-2012) en los que el gasto (bien a nivel general o en ítems específicos como compras, alimentos, bebidas, transporte, entretenimiento, etc.) es tomado como la variable dependiente. En su revisión, los autores destacan el amplio espectro de variables utilizadas en los estudios llevados a cabo en la literatura internacional a lo largo de 35 años.

Los trabajos que utilizan técnicas econométricas para estudiar el gasto pueden ser clasificados en dos grupos. Un número limitado de ellos analiza la influencia de un grupo de variables sobre la decisión de gastar o no como una variable dicotómica (Alegre, Mateo y Pou, 2010; Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre, 2012; Dolnicar et al., 2008; Mehmetoglu, 2007; Thrane, 2002). La mayoría, en cambio, considera el nivel de gasto general por entrevistado o estandarizado en términos de gasto per cápita y/o gasto diario. El modelo Tobit (Tobin, 1958) también ha sido utilizado. Sin embargo, al requerir condiciones tan estrictas como la normalidad y heteroscedasticidad de los residuos, se ha venido utilizando una generalización del mismo, el llamado modelo doble valla (Cragg, 1971). En este modelo la decisión de gastar se divide en dos fases: 1) la decisión de gastar o no y, de hacerlo, 2) elegir la cantidad a gastar. Los enfoques doble-valla han sido utilizados en el turismo (Hong, Kim y Lee, 1999; Jang, Ham y Hong, 2007; Jang y Ham, 2009; Nicolau y Más, 2005; Weagley y Eunjeong, 2004; Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre, 2013).

3. Metodología

El estudio del gasto de los visitantes en Santiago de Compostela se empleó una adaptación del cuestionario elaborado por la Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) correspondiente al año 2007 (www.tram-research.com/atlas/survey2007.htm). Esta metodología fue escogida debido a la relevancia de las investigaciones desarrolladas por el grupo de investigación de turismo cultural de ATLAS en los últimos 20 años. Además de tratarse de un cuestionario ya validado, su utilización también facilitaría la comparación de los resultados obtenidos en este estudio con los anteriores de ATLAS o de otros investigadores que lo hayan empleado.

El universo objeto de estudio lo integran los visitantes a Santiago de Compostela, exceptuando a los peregrinos. Este grupo fue excluido debido a que manifiesta patrones de conducta diferentes al resto de visitantes, en cuanto a las actividades que realizan, el alojamiento, el gasto; e incluso el perfil (Santos y Lois, 2011). Además, realmente representan un reducido grupo del total de visitantes que recibe la ciudad (Santos, 2002). El resto de visitantes fueron incluidos, tanto excursionistas como turistas, residentes en Galicia, en el resto España y extranjeros.

La ficha técnica de la investigación se muestra en la Tabla 1. Las encuestas se realizaron en el verano por ser un período de gran afluencia de visitantes. No obstante, fueron distribuidas de forma tal que se realizaran tanto los fines de semana como durante la misma. Se estableció un nivel de error de un 4,9% y para un 95% de confianza se estimó el tamaño de la muestra en 400. Las personas fueron entrevistadas a través de un muestreo aleatorio simple realizado en las plazas, calles y a la salida de museos y otras instalaciones culturales del centro histórico de la ciudad.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio de la demanda en Santiago de Compostela

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA
Universo	Visitantes de Santiago de Compostela a excepción de los peregrinos
Ámbito Geográfico	Santiago de Compostela
Período	Julio-Agosto /2013
Método de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Error muestral	4,9%
Nivel de confianza	95% (k=1,96) para el caso más desfavorable p=q=0,5
Estimación Tamaño de muestra (n)	Para una población infinita $n = \frac{k^2 * \sigma^2}{E^2}$ Para K=1,96E= 0,049 y $\sigma^2 = p \times q = 0,25$ n = 400

Fuente: Elaboración propia

El procesamiento estadístico de los resultados se realizó a través del Programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences, versión 18). Se realizó un análisis descriptivo para conocer el perfil de los visitantes entrevistados y un análisis inferencial para estudiar la influencia en el gasto de variables como: el sexo, la procedencia, la edad, la categoría ocupacional, el nivel de renta, la motivación, el alojamiento, la organización del viaje y las actividades culturales realizadas.

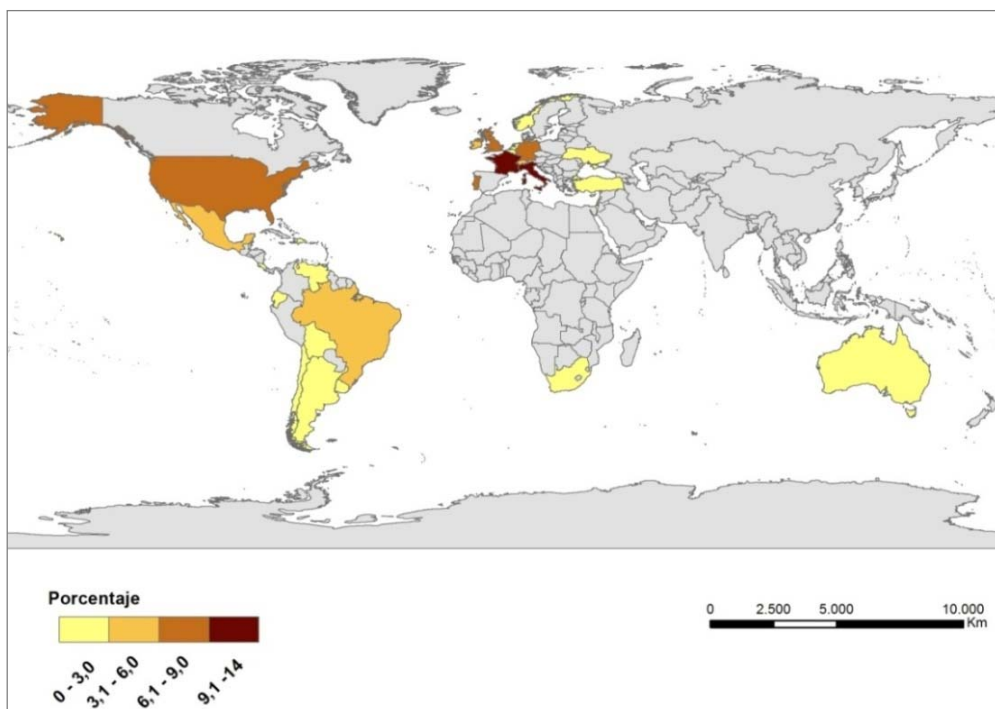
4. Resultados y discusión

4.1. Perfil de los entrevistados

El 73% de los visitantes encuestados manifestaron que las vacaciones fue la principal motivación de viaje. Para el 15% el motivo fue visitar un atractivo cultural, mientras que para el 1% fue asistir a un evento. Por tanto, un 16% de visitantes viajaron a Santiago por un motivo cultural. El resto indicaron la visita a familiares o amigos, visita de negocios, de compras, asistencia a eventos deportivos u otros.

El 89% de los visitantes encuestados fueron turistas, la mayor parte españoles, de los cuales sólo el 7% provenían de Galicia. Los visitantes extranjeros procedieron de 27 países principalmente de Europa y América (Figura 1). Los países más representados son Francia e Italia con el 14 y 10% respectivamente. Seguidamente, con alrededor de un 8% se encuentran Portugal, Reino Unido y Alemania. En cuanto a América, los más relevantes son Estados Unidos, México y Brasil.

Figura 1. Procedencia de los entrevistados extranjeros



Fuente: *Elaboración propia*

El 55% de los encuestados fueron mujeres y el 45% hombres, comportamiento que corresponde con el perfil del visitante cultural de ATLAS, donde el 53% son del sexo femenino (Richards, 2015). También coincide con

otros trabajos, por ejemplo, Isaac (2008) en su estudio de los visitantes culturales a diferentes ciudades holandesas revela un 54% de mujeres. Mientras que, Hernández-Mogollón et al. (2013) manifiestan la presencia de un 53% en su estudio del perfil del turista cultural en Plasencia. En 2012, la encuesta de demanda turística del Observatorio de Santiago informa de un 49% de mujeres.

Con relación a la edad, se observó el tradicional turista cultural de edad avanzada. Los mayores de 60 años representaron un 12% y casi el 60% tenían 40 años o más. Esta última cifra es coherente con el 58% de Isacc (2008), aunque más alejado del 47% de Hernández-Mogollón et al. (2013). Mientras que, los visitantes entre 20 y 29 años fueron el 18%, aunque similar al trabajo de Isaac (2008) están bastante por debajo de los resultados de ATLAS, donde representan más de un 30% (Richards, 2015).

El 62% tenían un nivel de licenciado, máster o doctorado. Este resultado coincide con el perfil del turista cultural de ATLAS (69%) y con la estadística del observatorio de Santiago (alrededor de 60% e incluso 72% en 2010). Asimismo, el 75% afirmó encontrarse en situación favorable de empleo, de ellos el 58% como empleado y el 17% como autónomo. La proporción de jubilados y estudiantes es prácticamente similar. Mientras que, los desempleados representaron un 5%, lógicamente un porcentaje bajo teniendo en cuenta las limitaciones en el consumo que implica para las personas sin empleo.

El nivel adquisitivo, medido por el ingreso bruto anual, arrojó como resultado que el 30% de los visitantes tuvieron un rango de ingreso entre 20.000 y 30.000€. En segundo lugar, destacan las personas con ingresos superiores a los 60.000 €, representando el 16% de los entrevistados. En el caso de ATLAS, los rangos se encuentran repartidos más equitativamente. De forma tal que el mayoritario, que coincide con el de este estudio, apenas sobrepasa el 15%; aunque los ingresos de 5.000€ o menos rondan el 13%, cuando en este caso son del 8%. Esta es una de las características más deseadas en un turista, pero más adelante se comprobará si en realidad tiene repercusión en el gasto que hacen en el destino y en la elección de la motivación del viaje.

4.2. Gasto medio por visitante y variables condicionantes

El gasto promedio fue de 635 euros por estancia, incluyendo costes de viaje, alojamiento, comidas, bebidas y compras. El gasto osciló entre los 5 euros hasta los 5.000 euros, aunque hay que señalar que el 75% de los que respondieron se encontraron en un valor igual o por debajo de 775 euros (Tabla 2). Esta media es coherente con los 600 euros estimados por la encuesta ATLAS en 2007(Richards, 2008).

Tabla 2. Datos de frecuencia para la variable gasto medio

N	Válidos	320
	Perdidos	80
Media		634,92
Desv. típ.		746,6
Mínimo		5
Máximo		5000
Percentiles		
25		193
50		400
75		775

Fuente: Elaboración propia

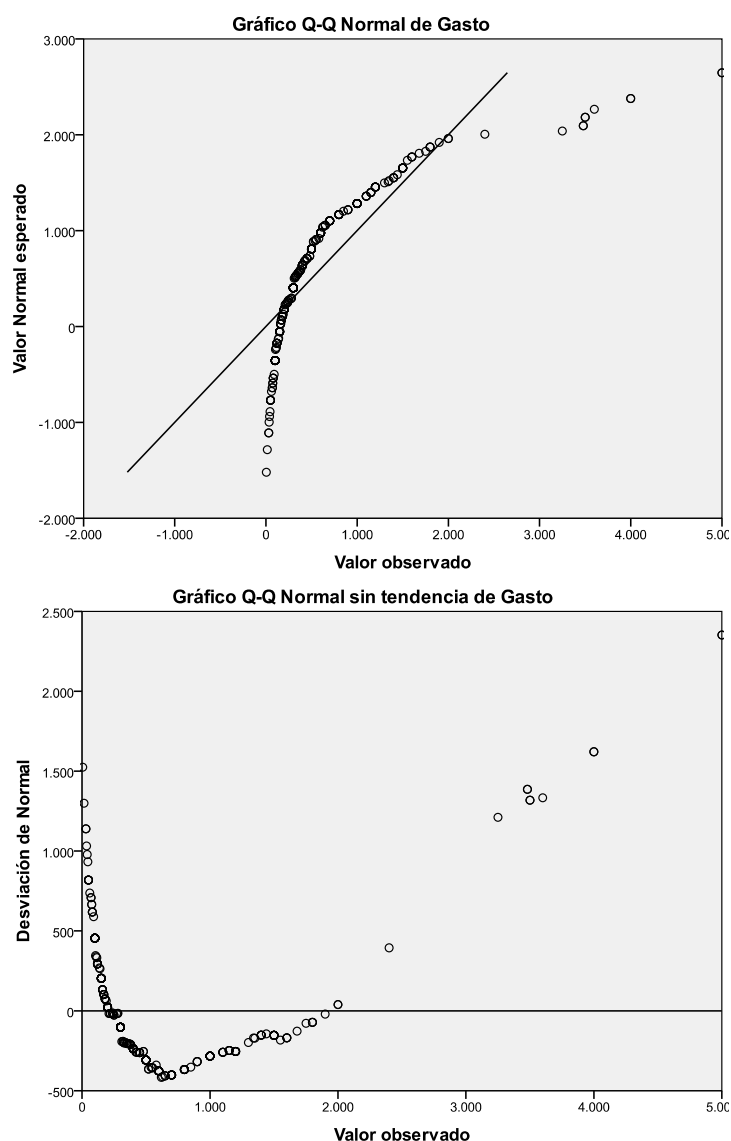
En la encuesta ATLAS 2004, al comparar con otros tipos de visitantes se constató que los turistas culturales tuvieron el mayor gasto por persona y por día (71€) contra los 60€ de los turistas de sol y playa o los 56€ de salud y deporte. Sin embargo, no son los que más pernoctan (4,6 noches) en comparación con las 6,7 de los que viajaron motivados por el producto sol y playa y los 8,6 de los turistas de salud y deporte. Por tanto, en términos de gastos totales en el destino, los turistas culturales no tienen por qué generar el mayor impacto.

Para conocer si existía relación entre el gasto de los visitantes en el destino y algunas variables incluidas en el estudio, se realizaron varias pruebas estadísticas. De este modo, serán analizados a continuación aspectos de los encuestados como: si pernoctó, el sexo, la procedencia, la edad, la categoría ocupacional, el nivel de renta, la motivación, el alojamiento, la organización del viaje y las actividades culturales realizadas. Teniendo en cuenta que la variable gasto es métrica y el resto no métricas, se propone realizar la prueba t de Student para las dicotómicas, y la ANOVA de un factor para el resto. Estas pruebas son frecuentemente usadas, sin embargo, su utilización se ve reducida por el cumplimiento de determinados supuestos, que especialmente en las ciencias sociales no siempre resulta fácil alcanzar (Pardo y San Martín, 1994; Pardo y Ruiz, 2002). En este caso es necesario la verificación de dos supuestos: normalidad y homocedasticidad, admitida la independencia natural entre las personas entrevistadas.

Considerando la variable gasto como dependiente y cada una de las mencionadas como factor, se realizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para la normalidad. En el caso del sexo se obtuvieron valores de significación por debajo de 0,05 y lo mismo ocurrió para el resto de los casos, lo que conlleva a rechazar la hipótesis de normalidad. No obstante, es aconsejable complementarlo con

gráficos de normalidad como los que muestra la Figura 2. Como se aprecia, los datos del gráfico Q-Q normal no presentan una tendencia lineal; y en el gráfico sin tendencia no se distribuyen aleatoriamente, sin mostrar una pauta clara. Por tanto, la variable gasto no cumple el supuesto de normalidad. Este comportamiento es habitual cuando se analizan variables como el gasto o la renta, pues suelen seguir una distribución lognormal o una asimetría positiva en la mayor parte de las situaciones.

Figura 2. Gráficos Q-Q normal y Q-Q normal sin tendencias del gasto



Fuente: Elaboración propia

Aunque a diferencia de la normalidad, la prueba de Levene mostró homogeneidad de varianzas (significación superior a 0,05) para el sexo y para el resto de variables, no es posible realizar la ANOVA y la t de Student, porque deben cumplirse los dos supuestos. Por tanto, para determinar la influencia de los aspectos planteados, se recurrió a pruebas no paramétricas. Estas pruebas representan una alternativa y en la práctica suelen emplearse, ya que en muchas situaciones reales resulta arriesgado suponer normalidad y homocedasticidad (Pardo y San Martín, 1994; Pardo y Ruiz, 2002). Se utilizó la Kruskal-Wallis en sustitución de la ANOVA y la U de Mann-Whitney por la t de Student. En ambos casos se empleó un nivel de confianza del 95%.

Los resultados de la prueba U de Mann-Whitney, realizada a las variables dicotómicas (pernoctación, sexo y actividades culturales) mostró una relación del gasto sólo con la pernoctación (sig. <0,001) y con las visitas a museos (sig. 0,006). Como era de esperar los visitantes que no pernoctan tienen un gasto menor que los que permanecen por al menos una noche en la ciudad (Tabla 3). En cuanto a la relación del gasto con las visitas a los museos, se encontró que aquellas personas que mostraron su interés por este tipo de actividad tuvieron un gasto superior a los no interesados (Tabla 3). Este resultado es comprensible si lo comparamos con las otras tres actividades de mayor atracción (visitas a monumentos y sitios religiosos e históricos), que en la mayoría de las ocasiones pueden realizarse de forma gratuita.

Tabla 3. Media del gasto según pernoctación y visita a los museos

Variable	Media del gasto (euros)	
	Si	No
Pernoctación	674	123
Visita a museos	711	540

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 4 presenta los valores de significación obtenidos de la prueba Kruskal-Wallis realizada para cada una de las variables que se muestran. Como indican los valores por debajo de 0,05, los aspectos que pueden relacionarse con el nivel de gasto son: la procedencia, la forma de organización del viaje, el motivo de la visita y el tipo de alojamiento seleccionado. Para conocer entre que categorías se encontraban las diferencias significativas se realizó la prueba U de Mann-Whitney acompañada de la corrección de Bonferroni.

Tabla 4. Resultados de la prueba Kruskal-Wallis para el gasto

Variable	Procedencia	Organización del viaje	Ocupación	Renta	Edad
Sig. asintótica	0,031	<0,001	0,417	0,374	0,471
Variable	Tipo de vacaciones		Motivo	Alojamiento	
Sig. asintótica	0,334		0,007	<0,001	

Fuente: Elaboración propia

De este modo, para la procedencia y la organización del viaje se hicieron tres comparaciones dos a dos entre las categorías de cada variable. Para ello, se utilizó un nivel de significación de 0,05, aceptando un nivel de 0,017 (0,05/3) para tomar las decisiones. En el caso de la procedencia, como era de suponer las personas provenientes de la región realizaron menos gasto en el destino. Los resultados de la significación (Tabla 5) permiten concluir que los 412€ que gastaron de media los gallegos son significativamente inferior a los gastos realizados por los visitantes del resto de España (594€) y al de los extranjeros (635€).

Tabla 5. Media del gasto por procedencia y Prueba U de Mann-Whitney

Procedencia	Media (Euros)	Significación (Asintótica bilateral)	
		Resto de España	Extranjero
Galicia	412	0,010	0,012
Resto de España	594		0,952
Extranjero	635		

Fuente: Elaboración propia

De igual modo, la forma en que se organiza el viaje se relaciona con el gasto. Los valores de significación de la Tabla 6 indican que los visitantes que realizaron la reserva del viaje y el alojamiento por separado promediaron mayor gasto (733€) que los que compraron un paquete (453€) y que los que no hicieron reserva (470€). Sin embargo, no es significativa la diferencia entre estos dos últimos grupos.

Tabla 6. Media del gasto por forma de organización del viaje y Prueba Ude Mann-Whitney

Organización	Media (Euros)	Significación (Asintótica bilateral)	
		Viaje y alojamiento separados	No reservas
Paquete	453	0,015	0,277
Viaje y alojamiento separados	733		<0,001
No reservas	470		

Fuente: Elaboración propia

Los valores del gasto medio según la motivación principal para visitar el destino se muestran en la Tabla 7, así como los niveles de significación. Teniendo en cuenta una agrupación en cinco categorías, las posibles comparaciones ascienden a 10, con lo cual para tomar la decisión se estableció un nivel de 0,005 (0,05/10). Se puede afirmar que los visitantes cuya motivación fue la cultura (visitar una atracción cultural o asistir a un evento cultural) realizaron un menor gasto que los vacacionistas y que los que visitaban amigos y familiares. Este resultado evidencia, que los visitantes que viajan motivados por la cultura no son necesariamente los de mayor gasto. Asimismo, se reconoce la importancia de los que visitan amigos y familiares, quienes suelen asociarse con turistas de bajo impacto económico (Backer, 2007).

Tabla 7. Media del gasto por motivo principal del viaje y Prueba U de Mann-Whitney

Motivo	Media (Euros)	Significación (Asintótica bilateral)			
		Cultural	Amigos y Familiares	Otros	Resto
Vacaciones	680	0,004	0,458	0,092	0,047
Cultural	448		0,002	0,903	0,955
Amigos y Familiares	819			0,544	0,662
Otros	622			0,826	
Resto ^a	635				

Nota: ^aTurismo de negocios, deportivo y de compras

Fuente: Elaboración propia

El análisis según el tipo de alojamiento se realizó siguiendo el mismo procedimiento, en este caso se agrupó en seis categorías. El número de comparaciones realizadas fue de 15, por tanto, se fijó un nivel de $0,005/15=0,003$ para establecer las diferencias significativas. Aquellos que se alojaron en apartamentos registraron mayor gasto que los que eligieron hoteles, pensiones, campings, albergues y casas rurales (Tabla 8). A su vez, coincidentemente con el resultado obtenido de la motivación de viaje, los que visitan amigos y familiares tuvieron un alto gasto, estadísticamente similar a los que se hospedaron en segundas residencias y apartamentos.

Tabla 8. Media del gasto por alojamiento y Prueba U de Mann-Whitney

Motivo	Media (Euros)	Significación (Asintótica bilateral)				
		Hotel	Apartam.	Amigos y familiares	Pensión y camping	Resto
2ª residencia	809	0,448	0,058	0,792	0,001	0,137
Hotel	641		0,001	0,288	<0,001	<0,001
Apartam.	1109			0,016	<0,001	<0,001
Amigos y familiares	748				0,001	0,075
Pensión y camping	294					0,101
Resto ^a	635					

Nota: ^aAlbergue, casa rural, no lo sabe

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

El perfil de los visitantes en Santiago de Compostela coincide con el de otros estudios realizados en destinos culturales (Richards, 2015; Isaac, 2008; Hernández-Mogollón et al., 2013). Se trata de visitantes que viajan motivados principalmente por las vacaciones, mayores de 40 años, con prevalencia de las mujeres, de estudios superiores y de alto poder adquisitivo. Concretamente, este artículo permite conocer los factores que condicionan su gasto en destinos culturales.

La procedencia del visitante, la forma en que organiza el viaje, el motivo de la visita, la pernoctación, el tipo de alojamiento y las actividades que realiza son elementos que determinan el gasto. Un aspecto a destacar es el hecho de que los visitantes con motivación cultural tuvieron un gasto menor que los

vacacionistas y los que visitaban amigos y familiares. Este resultado rompe con la creencia de que las personas que viajan motivadas por la cultura son necesariamente las que más gastan en el destino.

Referencias Bibliográficas

Alegre, J., Mateo, S. y Pou, L. (2010). An analysis of households' appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 45–56.

Backer, E. (2007). VFR travel. An Examination of the Expenditures of VFR Travellers and their Hosts. *Current Issues in Tourism*, 10(4), 366-377.

Brida, J. G. y Scuderi, R. (2013). Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 28-40.

Brida, J.G. Monterubbianesi, P. D. y Zapata-Aguirre, S. (2013). Análisis de los factores que influyen el gasto de los turistas culturales: el caso de los visitantes de museos de Medellín. *Revista de Economía del Rosario*, 16 (1), 149 -170.

Brida, J.G., Monterubbianesi, P. D. y Zapata-Aguirre, S. (2012). Análisis de los factores que afectan la repetición de la visita a una atracción cultural: una aplicación al museo de Antioquia. *Cuadernos de Administración*, 25(45), 89–114.

Cragg, J. G. (1971). Some statistical models for limited dependent variables with application to the demand for durable goods. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 829–844.

Craggs, R., and Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at The Quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15 (1), 243–260.

Disegna, M. y Osti, L. (2013). Influence of Visitors' Satisfaction on Expenditure Behaviour. *Bozen Economics & Management Paper series*, 14, 1-29.

Dolnicar, S., G. I. Crouch, T. Devinney, T. Huybers, J. J. Louviere, y H. Oppewal (2008). Tourism and discretionary income allocation. heterogeneity among households. *Tourism Management* 29(1), 44–52.

Downward, P. y L. Lumsdon (2003). Beyond the demand for day-visits: an analysis of visitor spending. *Tourism Economics* 9(1), 67–76.

Hernández-Mogollón, J.M.; Di-Clemente, E.; Folgado-Fernández, J.A. y Campón-Cerro, A.M. (2013). La imagen del destino como elemento determinante en la definición del perfil del turista cultural actual. El caso de Plasencia en España. En

Ramos et al. (Eds). *TMS Conference Series. Competitividade, marketing e tecnologias de informação e comunicação no turismo*. Universidad de Algarve. Escola Superior de Gestão, hotelaria e turismo, pp. 159-172.

Herrero, L.C.; Sanz, J.A.; Bedate, A.; Devesa, M. y Barrio M.J. Del (2003): *Turismo cultural e impacto económico de Salamanca 2002, Ciudad Europea de la Cultura*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Hong, g., S. Kim, y J. Lee (1999). Travel expenditure patterns of elderly households in the U.S. *Tourism Recreation Research* 24(1), 43-52.

INE (2016). Encuesta de Ocupación Hotelera. Viajeros y pernoctaciones por puntos turísticos. Instituto Nacional de Estadísticas. Recuperado de <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2078>

Isaac, R, (2008). Understanding the Behaviour of Cultural Tourists. Towards a Classification of Dutch Cultural Tourists. Dissertation. Breda: NHTV International Higher Education Breda.

Jang, S.-C.-S., S. Ham, y G.-S. Hong (2007). Food-away-from-home expenditure of senior households in the United States: A double-hurdle approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 31(2), 147-167.

Jang, S.-S. y S. Ham (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management* 30(3), 372-380.

Kim, W.G., Kim, T.T., Gazzoli, G., Park, Y., Kim, S.H., and Park, S.S. (2011). Factors affecting the travel expenditure of visitors to Macau, China. *Tourism Economics*, 17 (4), 857- 883.

Martínez, F. Pereira, X. y Pawlowska, E. (2013). El turismo académico en Galicia: otra forma de contribución de las universidades a las economías locales. *Cuadernos de Turismo*, 32, 229-242.

Mehmetoglu, M. (2007). Nature-based tourists: the relationship between their trip expenditures and activities. *Journal of Sustainable Tourism* 15(2), 200-215.

Nicolau, J. L. y F. J. Más (2005). Heckit modelling of tourist expenditure: evidence from Spain. *International Journal of Service Industry Management* 16(3), 271-293.

Pardo, A. y Ruiz, M.A. (2002). SPSS 11. *Guía para el análisis de datos*. Madrid: Mc GrawHill.

Pardo, A. y San Martín, R. (1994). *Análisis de datos en psicología II*. Madrid: Pirámides.

- Richards, G. (1996). The Scope and Significance of Cultural Tourism. En Richards, G. (Ed.), *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International, pp. 21-36.
- Richards, G. (2001). The Development of Cultural Tourism in Europe. En Richards, G. (Ed.), *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: CAB International, pp. 3-29.
- Richards, G. (2008). *ATLAS Cultural Tourism Survey. Summary Report 2007*. Recuperado de <http://www.tram-research.com/atlas/ATLAS%20Cultural%20Tourism%20Survey%202007.PDF>
- Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes. En Khovanova-Rubicondo, K. (Ed.), *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness*. Estrasburgo: Council of Europe Publishing, pp. 21-39.
- Richards, G. (2015). *ATLAS Cultural Tourism Research Project Research Report 2008-2013*. Arnhem: Association for Tourism and Leisure Education and Research.
- Richards, G. y Munsters, W. (2010). *New perspectives in cultural tourism research*. CABI, Wallingford.
- Richards, G. y Queirós C. (2005). *ATLAS Cultural Tourism Project. 2004 Survey Report*. Recuperado de http://www.atlas-webshop.org/epages/61492534.sf/en_GB/?ObjectPath=/Shops/61492534/Products/ATL_00046
- Richards, G. y Van der Ark, A. (2013) Dimensions of Cultural Consumption among Tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 37, 71-76.
- Santos, X.M. (2002). El turismo cultural en Galicia. En Rodríguez y Santos (Ed.), *Galicia & Terranova & Labrador: Comparative studies on economic, political and socio-cultural processes*. Proceedings of the International Congress. Santiago de Compostela, octubre, 28-31.
- Santos, X.M. y Lois, R. (2011). El camino de Santiago en el contexto de los nuevos turismos. *Estudios Turísticos*, 89, 95-116.
- Thrane, C. (2002). Jazz festival visitors and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research* 40(3), 281-286.
- Tobin, J. (1958). Estimation of relationships for limited dependent variables. *Econometrica*, 24-36.

Valdés, L.; Aza, R.; Baños, J.; Torres, E. y Del Valle, E. (2008). Evaluación del impacto económico del turismo a nivel regional. El caso de Asturias. *International Conference on Measuring Tourism Economic Contribution at Sub-national Levels*. 29-31 octubre 2008, Málaga, España.

Villafranca, M.M. y Chamorro, V.E. (Eds.) (2007). *Estudio de impacto económico del Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife en la Ciudad de Granada*. Granada, Patronato de la Alhambra y el Generalife. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y Comares Ediciones.

Wang, Y. y M. Davidson (2010). A review of micro-analyses of tourist expenditure. *Current Issues in Tourism*, 13(6), 507–524.

Weagley, R. O. y H. Eunjeong (2004). Leisure expenditures of retired and near-retired households. *Journal of Leisure Research* 36(1), 101–127.

Zhang, L., Qu, H., y Ma, J.(E.) (2010), Examining the Relationship of Exhibition Attendees' Satisfaction and Expenditure: The Case of Two Major Exhibitions in China. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11 (2), 100–118.