



Elias J. Torres Feijó (Dir.)

Galabra – USC

Universidade de Santiago de Compostela



M. Felisa Rodríguez Prado

Galabra – USC

Universidade de Santiago de Compostela



Carlos Pazos-Justo

Universidade do Minho



Silvia Pérez Freire

Universidade de Vigo



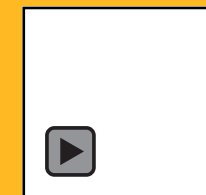
Informe de resultados para **A.A.V.V.**

“Discursos, imagens e práticas culturais de Santiago de Compostela como meta do Caminho”

“Narrativas, usos e consumos de visitantes como aliados ou ameaças para o bem-estar da comunidade local: o caso de Santiago de Compostela”

Inquérito à população local

[Santiago, Ames e Teo]



Metodoloxía

POBOACIÓN: maior de 18 anos dos concellos de Ames, Santiago de Compostela e Teo como atributo obxectivo, limitada polo atributo subxectivo de posuír unha experiencia significativa de uso da cidade de Compostela como espazo de vida persoal, social, laboral, de consumo e lecer.

MOSTRA estimada e/ou teórica:

2014: fixou-se **n=930 cun erro estatístico máximo de referencia do 3,3% -e=±3,3%-**, para datos globais, en mostraxe aleatoria simple, para unha variábel de proporcións, na hipótese dunha variabilidade máxima desta – **p=q=50%-** e cun **nivel de confianza do 95,5%, 2σ**.

A mostra foi fraccionada segundo o tipo de aplicación (unidade mostral locativa ou domiciliaria) do cuestionario:

- N = 380 locativas (40,9% da mostra teórica)
- N2 = 550 domiciliares (59,1% da mostra teórica)

2024: seguindo os parámetros empregados en 2014, determinouse **en n=900 cun erro estatístico máximo de referencia do 3,3% -e=±3,3%-**, para datos globais, en mostraxe aleatoria simple, para unha variábel de proporcións, na hipótese dunha variabilidade máxima desta – **p=q=50%-** e cun nivel de confianza do 95,5%, 2σ.

A mostra foi fraccionada segundo o tipo de aplicación (locativa ou domiciliaria) do cuestionario:

- N = **368 locativas** (40,9% da mostra teórica)
- N2 = **532 domiciliares** (59,1% da mostra teórica)

Metodoloxía

Mostraxe estratificada proporcional

N = 914

MOSTRA TEÓRICA DA ENQUIA POR CONCELLOS, SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEXO 2014 E 2024
DISTRIBUCIÓN VALORES ABSOLUTOS

| CONCELLO DE AMES | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|------------|
| | SEXO | De 18 a 24 anos | De 25 a34 anos | De 35 a 44 anos | De 45 a 64 anos | De 65 e máis anos | TOTAL |
| 2014 | Feminino | 7 | 12 | 19 | 21 | 6 | 65 |
| | Masculino | 6 | 13 | 20 | 21 | 10 | 70 |
| | TOTAL | 13 | 25 | 39 | 42 | 16 | 135 |
| 2024 | Feminino | 6 | 8 | 14 | 28 | 12 | 68 |
| | Masculino | 6 | 8 | 13 | 26 | 9 | 62 |
| | TOTAL | 12 | 16 | 27 | 54 | 21 | 130 |
| CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA | | | | | | | |
| 2014 | Feminino | 32 | 58 | 66 | 108 | 64 | 328 |
| | Masculino | 33 | 61 | 71 | 127 | 95 | 387 |
| | TOTAL | 65 | 119 | 137 | 235 | 159 | 715 |
| 2024 | Feminino | 24 | 43 | 63 | 133 | 113 | 376 |
| | Masculino | 24 | 41 | 58 | 117 | 77 | 317 |
| | TOTAL | 48 | 84 | 121 | 250 | 190 | 693 |
| CONCELLO DE TEO | | | | | | | |
| 2014 | Feminino | 4 | 5 | 11 | 14 | 5 | 39 |
| | Masculino | 4 | 7 | 11 | 13 | 6 | 41 |
| | TOTAL | 8 | 12 | 22 | 27 | 11 | 80 |
| 2024 | Feminino | 3 | 4 | 7 | 15 | 11 | 40 |
| | Masculino | 3 | 4 | 7 | 14 | 9 | 37 |
| | TOTAL | 6 | 8 | 14 | 29 | 20 | 77 |
| TOTAL 2014 | | 86 | 156 | 198 | 304 | 186 | 930 |
| TOTAL 2024 | | 66 | 108 | 162 | 333 | 231 | 900 |

MOSTRA REAL DA ENQUIA POR CONCELLOS, SEGUNDO GRUPOS DE IDADE E SEXO 2014 E 2024
DISTRIBUCIÓN VALORES ABSOLUTOS

| CONCELLO DE AMES | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------------|------------|
| | SEXO | De 18 a 24 anos | De 25 a34 anos | De 35 a 44 anos | De 45 a 64 anos | De 65 e máis anos | TOTAL |
| 2014 | Feminino | 7 | 20 | 18 | 20 | 8 | 73 |
| | Masculino | 8 | 14 | 21 | 20 | 8 | 71 |
| | TOTAL | 15 | 34 | 39 | 40 | 16 | 144 |
| 2024 | Feminino | 3 | 9 | 18 | 35 | 7 | 72 |
| | Masculino | 4 | 7 | 15 | 25 | 3 | 54 |
| | TOTAL | 7 | 16 | 33 | 60 | 10 | 126 |
| CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA | | | | | | | |
| 2014 | Feminino | 37 | 54 | 63 | 101 | 53 | 308 |
| | Masculino | 47 | 59 | 60 | 118 | 92 | 376 |
| | TOTAL | 84 | 113 | 123 | 219 | 145 | 684 |
| 2024 | Feminino | 34 | 52 | 69 | 153 | 83 | 391 |
| | Masculino | 34 | 47 | 59 | 109 | 71 | 320 |
| | TOTAL | 68 | 99 | 128 | 262 | 154 | 711 |
| CONCELLO DE TEO | | | | | | | |
| 2014 | Feminino | 10 | 8 | 7 | 16 | 6 | 47 |
| | Masculino | 4 | 6 | 8 | 25 | 11 | 54 |
| | TOTAL | 14 | 14 | 15 | 41 | 17 | 101 |
| 2024 | Feminino | 3 | 1 | 9 | 17 | 13 | 43 |
| | Masculino | 2 | 4 | 10 | 12 | 6 | 34 |
| | TOTAL | 5 | 5 | 19 | 29 | 19 | 77 |
| TOTAL 2014 | | 113 | 161 | 177 | 300 | 178 | 929 |
| TOTAL 2024 | | 80 | 120 | 180 | 351 | 183 | 914 |

*Elaboración propia a partir dos datos do INE: Poboación por municipios. Última actualización xaneiro 2022 e os recollidos no Memorando compendiado: Labores para o Grupo Galabra no proxecto "Discursos, Imagens e prácticas culturais de Santiago de Compostela como meta do Camiño" no ciclo 2014-2019.

*Elaboración propia a partir do rexistro diario do traballo de campo de 2024 e os datos recollidos no Memorando compendiado: Labores para o Grupo Galabra no proxecto "Discursos, imagens e prácticas culturais de Santiago de Compostela como meta do Camiño" no ciclo 2014-2019.

Metodoloxía

Mostraxe estratificada proporcional

N = 914

A mostraxe estratificada proporcional é ideal cando se quere mellorar a **precisión** dos datos, garantir a **representatividade** de subgrupos e optimizar recursos. É unha excelente opción para investigacións con recursos limitados pero que requiren **rigor estatístico**.

1) GRAN PRECISIÓN E REPRESENTATIVIDADE:

Ao dividir a poboación en estratos homoxéneos (ex. idade, sexo, etc) e seleccionar a mostra de xeito proporcional, garántese que cada subgrupo estea representado correctamente.

✓ Vantaxe: Redúcese a variabilidade dentro de cada estrato e obtense unha mostra máis precisa que nunha mostraxe aleatoria simple, onde algúns grupos poderían quedar subrepresentados.

Metodoloxía

Mostraxe estratificada proporcional

N = 914

A mostraxe estratificada proporcional é ideal cando se quere mellorar a **precisión** dos datos, garantir a **representatividade** de subgrupos e optimizar recursos. É unha excelente opción para investigacións con recursos limitados pero que requiren **rigor estatístico**.

2) COMPARABILIDADE ENTRE SUBGRUPOS:

Se se quere analizar diferenzas entre grupos específicos (ex. homes e mulleres, distintos niveis educativos), a mostraxe estratificada facilita a comparación porque asegura suficientes casos en cada grupo.

✅ Vantaxe: Permite facer análises máis detalladas e segmentadas sen que un grupo quede infra-representado.

Metodoloxía

Mostraxe estratificada proporcional

N = 914

A mostraxe estratificada proporcional é ideal cando se quere mellorar a **precisión** dos datos, garantir a **representatividade** de subgrupos e optimizar recursos. É unha excelente opción para investigacións con recursos limitados pero que requiren **rigor estatístico**.

3) EFICIENCIA NA RECOLECCIÓN DE DATOS:

Ao definir xeograficamente os estratos (ex. barrios ou rúas e a súa localización e «abordaxe») a recolección é máis rápida e menos costosa dado que as persoas investigadoras poden concentrarse en zonas específicas.

4) MENOR ERRO MOSTRAL QUE OUTRO TIPO DE ENQUISAS:

Ao estratificar, agrúpanse os individuos similares en cada categoría, o que diminúe a variabilidade dentro de cada estrato e, en consecuencia, o erro estándar das estimacións.

✅ Vantaxe: Optimiza tempo e recursos, algo chave para equipos pequenos con orzamentos limitados.

Metodoloxía

Mostraxe estratificada proporcional

N = 914

A mostraxe estratificada proporcional é ideal cando se quere mellorar a **precisión** dos datos, garantir a **representatividade** de subgrupos e optimizar recursos. É unha excelente opción para investigacións con recursos limitados pero que requiren **rigor estatístico**.

5) ADÁPTASE ÁS CARACTERÍSTICAS DA POBOACIÓN:

Se nunha cidade 60% dos habitantes son mulleres e 40% homes, a mostraxe estratificada proporcional asegura que a mostra reflicta esa distribución.

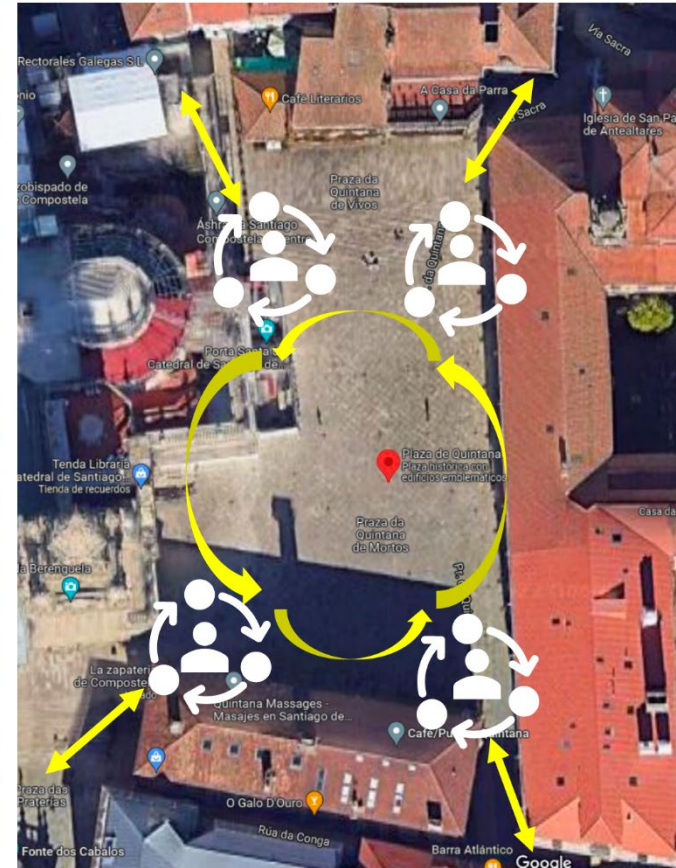
✓ Vantaxe: Evita rumbos de selección e fai que os resultados sexan máis xeneralizables á poboación real.

Traballo de campo

De 03/03/2024 a 25/04/2024

- **As entrevistas son presenciais.** A administración da enquisa en ningún caso se realizará a distancia nin por vía telefónica nin telemática nin escrita. A única posibilidade válida é unha aplicación directa por medio dunha interacción cara a cara entrevistador/a-entrevistado/a.
- Abordaranse só a aquelas persoas que poidan **adecuarse ao perfil de distribución** por idade, lugar de residencia e experiencia vivida na cidade: persoas maiores de 18 anos, empadroadas/residentes en Santiago de Compostela, Teo e Ames, cunha experiencia de uso da cidade de Compostela significativa como espazo de vida persoal, social, laboral de consumo e lecer. É **imprescindible que se cumpran os tres atributos** tanto obxectivos como subxectivos, e por iso, deberemos preguntar inicialmente ao posible candidato/a se é así.
- A **pauta de selección** das persoas entrevistadas en cada cota de día e punto de mostraxe nas entrevistas locais será, por norma xeral, **de 1/5 a partir da primeira escolla**, así para facer unha nova entrevista teremos que agardar a que pasen cinco persoas para volver abordar a outro posible candidato/a. Non entrevistaremos a dúas persoas do mesmo grupo nin da mesma vivenda.

- **Rotación accesos no punto de mostraxe para a abordaxe de enquisados/as nas aplicacións locais: selección sistemática-aleatoria.** O entrevistador/a terá que localizar todos os accesos do punto de recollida de datos e ir rotando a súa posición para a selección dos posibles candidatos/as. Por exemplo, no caso da Praza da Quintana deberase rotar por cada un dos catro accesos/saídas que posúe así como rotar no propio punto. Concretamente, se a primeira persoa seleccionada camiña polo interior da Praza da Quintana cara a Praza de Praterías a seguinte que sexa abordada terá que camiñar en sentido inverso, de Praterías cara a Quintana. Cando fagamos unha entrevista de entrada e outra de saída nese punto de acceso á praza cambiaremos á outra entrada que teñamos máis próxima á nosa dereita e seguiremos o mesmo procedemento con cada unha delas ata completar todos os accesos.



| Nº CUEST. | COD. ENQ. | NOME ENQ. | DATA | HORA | : |
|----------------------|-----------|-----------|--------------------|----------|---|
| PUNTO MOSTRAXE | RÚA | N1* | ANDAR* | PORTA* | |
| LINGUA DA ENTREVISTA | Galego 1 | Español 2 | Galego-portugués 3 | Varios 4 | |

Presentación: Bo día/Boa tarde, A Universidade de Santiago está a recoller a opinión dos santiagueses/as sobre a súa cidade. Gustaríalle participar neste estudo? Agradamos que se sinta cómodo/a respondendo ao cuestionario que non superará os 15 minutos.

ESPAZOS SIGNIFICATIVOS PARA A COMUNIDADE

P1. Como persoa de aquí, cales son os sitios máis santiagueses da cidade?

1A
1B
1C

P2. Na procura dese Santiago verdadeiro, a que sitios non iría xamais?

2A
2B
2C

P3. Pensa que estes sitios coinciden cos máis significativos para os dos SANTIAGUESES/AS?

3
Non
NS
NR

P4. Cal sería/n para os santiagueses/as ese/s sitio/s imprescindible para recoñecer o verdadeiro Santiago?

4A
4B
4C

IMAXE DE SANTIAGO

P5. Defina Santiago de Compostela nunha frase (Revisitar en palabras clave) Como lle explicaría Santiago a un amigo/a que non coñece a cidade?

5A
5B
5C
5D
5E
5F

P6. Con que pensa que se identifica Santiago de Compostela noutros lugares (exterior da Galiza)?(membro 5)

6A
6B
6C
6D
6E

P7A. Considera que algún elemento importante de Santiago non se coñece fóra? FARIÁ FINCAPÉ NALGUN OUTRO ELEMENTO?

7
Non
NS
NR

P7B. Cal sería/n a/s imaxe/s alternativas de Santiago?(membro 3)

7B1
7B2
7B3

P8. Está de acordo coa imaxe que se vende de Santiago (promoción turística, comercio, hostalaría, restauración) desde Santiago e que percibe na súa vida cotiá?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.A.BIS. E coas políticas turísticas da Xunta e o Concello, o xeito en que promocionan e xestionan o turismo na cidade?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.B.BIS. Preferiría que o turismo se distribuíse ao longo de todo o ano ou que continuase concentrado entre abril e outubro?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.C.BIS. Preferiría que o turismo se diversificase por toda a cidade ou continuase concentrado na parte antiga?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

IMAXE DA GALIZA

P9. Defina Galiza nunha frase (Revisitar en palabras clave) Como lle explicaría Galiza a un amigo/a?

9A
9B
9C
9D
9E

P10. Con que pensa que se identifica a Galiza noutros lugares (exterior da Galiza)?(membro 5)

10A
10B
10C
10D
10E

P11. Está de cordo coa/s imaxe/s que desde fóra teñen da Galiza? (intención, non vai en paralelo con Santiago, factor identitario diverso)

11
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

Metodoloxía

CUESTIONARIO N = 914

P7A. Considera que algún elemento importante de Santiago non se coñece fóra?

7
Non
NS
NR

P7B. Cal sería/n a/s imaxe/s alternativas de Santiago?

7B1
7B2
7B3

P8. Está de acordo coa imaxe que se vende de Santiago (promoción turística, comercio, hostalaría, restauración) desde Santiago e que percibe na súa vida cotiá?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.A.BIS. E coas políticas turísticas da Xunta e o Concello, o xeito en que promocionan e xestionan o turismo na cidade?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.B.BIS. Preferiría que o turismo se distribuíse ao longo de todo o ano ou que continuase concentrado entre abril e outubro?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P8.C.BIS. Preferiría que o turismo se diversificase por toda a cidade ou continuase concentrado na parte antiga?

8
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P9. Defina Galiza nunha frase (Revisitar en palabras clave) Como lle explicaría Galiza a un amigo/a?

9A
9B
9C
9D
9E

P10. Con que pensa que se identifica a Galiza noutros lugares (exterior da Galiza)?(membro 5)

10A
10B
10C
10D
10E

P11. Está de cordo coa/s imaxe/s que desde fóra teñen da Galiza? (intención, non vai en paralelo con Santiago, factor identitario diverso)

11
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P12. Cal sería/n a/s sitios máis santiagueses da cidade?

12
12A
12B
12C

P13. Na procura dese Santiago verdadeiro, a que sitios non iría xamais?

13
13A
13B
13C

P14. Pensa que estes sitios coinciden cos máis significativos para os dos SANTIAGUESES/AS?

14
Non
NS
NR

P15. Cal sería/n para os santiagueses/as ese/s sitio/s imprescindible para recoñecer o verdadeiro Santiago?

15A
15B
15C

P16. Con que pensa que se identifica Santiago de Compostela noutros lugares (exterior da Galiza)?(membro 5)

16A
16B
16C
16D
16E

P17. Considera que algún elemento importante de Santiago non se coñece fóra?

17
Non
NS
NR

P18. Cal sería/n a/s imaxe/s alternativas de Santiago?

18A
18B
18C

P19. Está de acordo coa imaxe que se vende de Santiago (promoción turística, comercio, hostalaría, restauración) desde Santiago e que percibe na súa vida cotiá?

19
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P19.A.BIS. E coas políticas turísticas da Xunta e o Concello, o xeito en que promocionan e xestionan o turismo na cidade?

19
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P19.B.BIS. Preferiría que o turismo se distribuíse ao longo de todo o ano ou que continuase concentrado entre abril e outubro?

19
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P19.C.BIS. Preferiría que o turismo se diversificase por toda a cidade ou continuase concentrado na parte antiga?

19
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P20. Cal sería/n a/s sitios máis santiagueses da cidade?

20
20A
20B
20C

P21. Na procura dese Santiago verdadeiro, a que sitios non iría xamais?

21
21A
21B
21C

P22. Pensa que estes sitios coinciden cos máis significativos para os dos SANTIAGUESES/AS?

22
Non
NS
NR

P23. Cal sería/n para os santiagueses/as ese/s sitio/s imprescindible para recoñecer o verdadeiro Santiago?

23A
23B
23C

P24. Con que pensa que se identifica Santiago de Compostela noutros lugares (exterior da Galiza)?(membro 5)

24A
24B
24C
24D
24E

P25. Considera que algún elemento importante de Santiago non se coñece fóra?

25
Non
NS
NR

P26. Cal sería/n a/s imaxe/s alternativas de Santiago?

26A
26B
26C

P27. Está de acordo coa imaxe que se vende de Santiago (promoción turística, comercio, hostalaría, restauración) desde Santiago e que percibe na súa vida cotiá?

27
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P27.A.BIS. E coas políticas turísticas da Xunta e o Concello, o xeito en que promocionan e xestionan o turismo na cidade?

27
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P27.B.BIS. Preferiría que o turismo se distribuíse ao longo de todo o ano ou que continuase concentrado entre abril e outubro?

27
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P27.C.BIS. Preferiría que o turismo se diversificase por toda a cidade ou continuase concentrado na parte antiga?

27
1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P39B. Para os que vivan en Santiago, barrio/rúa/lugar no que residen ou residiron (pos.resposta múltipla):

| | RES.ACT | RES.PAS (1) | RES.PAS (2 E PASADAS) |
|--------------------------|---------|-------------|-----------------------|
| Zona monumental | | | |
| Ensanche | | | |
| Vista Alegre | | | |
| Salgueiriños | | | |
| San Pedro-Concheiros | | | |
| Fontefrías | | | |
| San Lázaro (As Canceles) | | | |
| Pontepedriña | | | |
| Conxo-Rocha | | | |
| Sar | | | |
| Galeras | | | |
| Figueiras | | | |
| Arlíns | | | |
| Outros | | | |
| Residencia Universitaria | | | |

[Sinale 1 se o resposta non fai parte da identidade e 8 se é un aspecto fundamental da identidade (non excluíntes)]

Santiagués/a:

1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

Galego/a:

1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

Español/a:

1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

Outros 1: (Sinalar cal e)

1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

Outros 2: (Sinalar cal e)

1 2 3 4 5 6 7 8 NS NR

P41.Nacionalidade:

P42. Sinalar no caso de familia de Santiago ou comarca:

| De Santiago | Pai | Nai |
|------------------------|-----|-----|
| Da Comarca de Santiago | Pai | Nai |

De Santiago

Da Comarca de Santiago

Avó/Avoa

Número

Avó/Avoa

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

No caso de explicitar rúa, sinalar

P39C. En que concello está empadroado?

No caso de outros familiares, sinalar:

Parentesco

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

Número

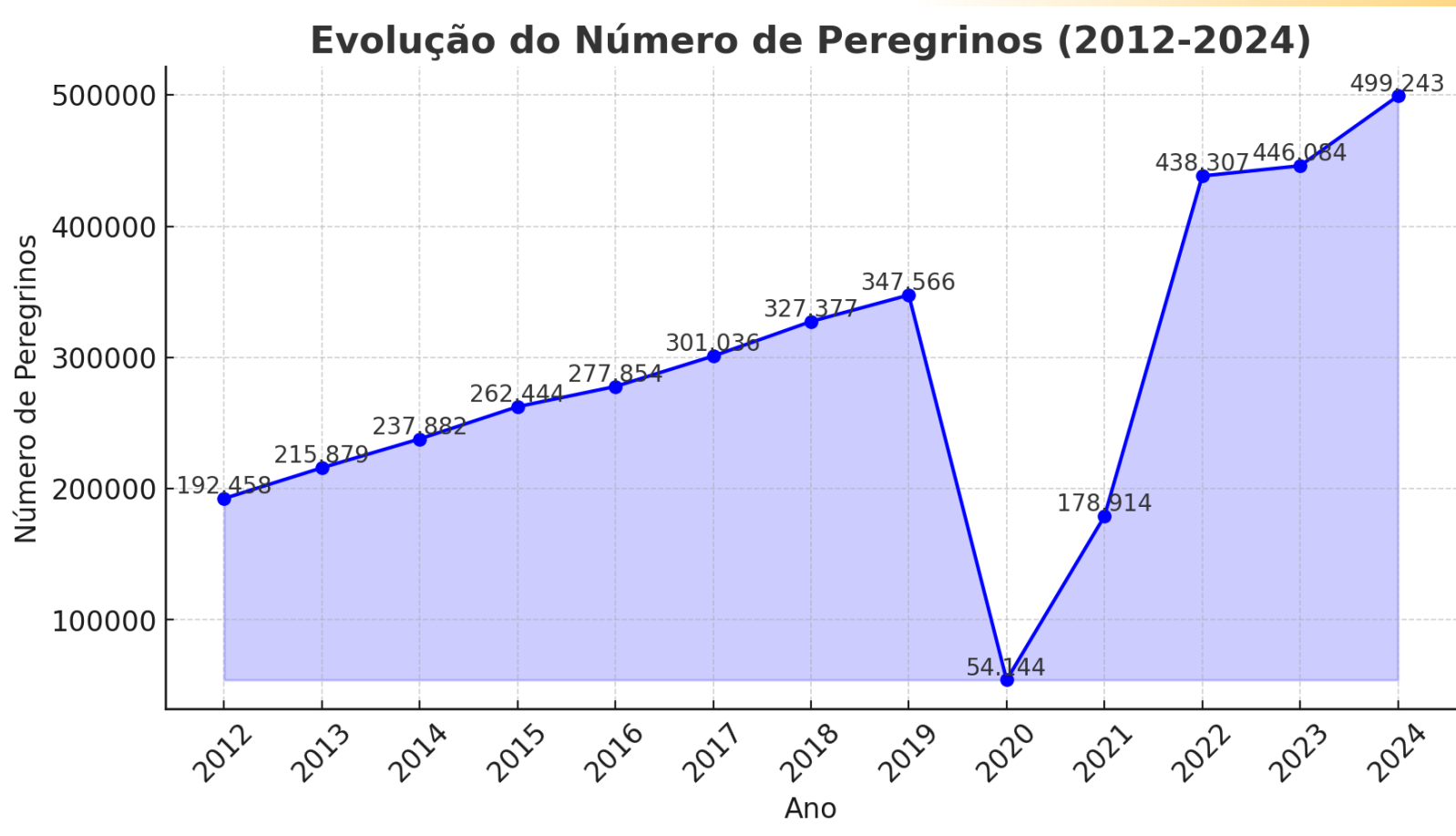
Número

Número

Número

Nivel de verosimillanza das respostas:

1 2 3 4 5 6 7 8



Fonte: Oficina del Peregrino



+ La transformación turística de Santiago: un 420% más de viajeros que hace dos décadas

Compostela es el destino que mayor presión sufre de toda España: recibe 9,45 visitantes por cada vecino

PUBLICIDAD



Peregrinos entrando en la zona vieja de Santiago, ayer / JESÚS PRIETO



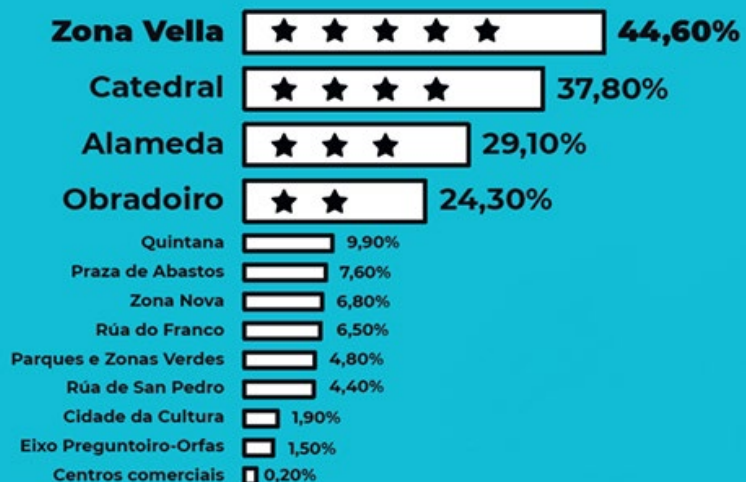
Natalia Sequeiro

Santiago 06 OCT 2024 6:00

Fonte: El Correo Gallego, 6/10/2024

P1. Como pessoa de aquí, quais são os lugares mais santiagueses da cidade?

2013-15



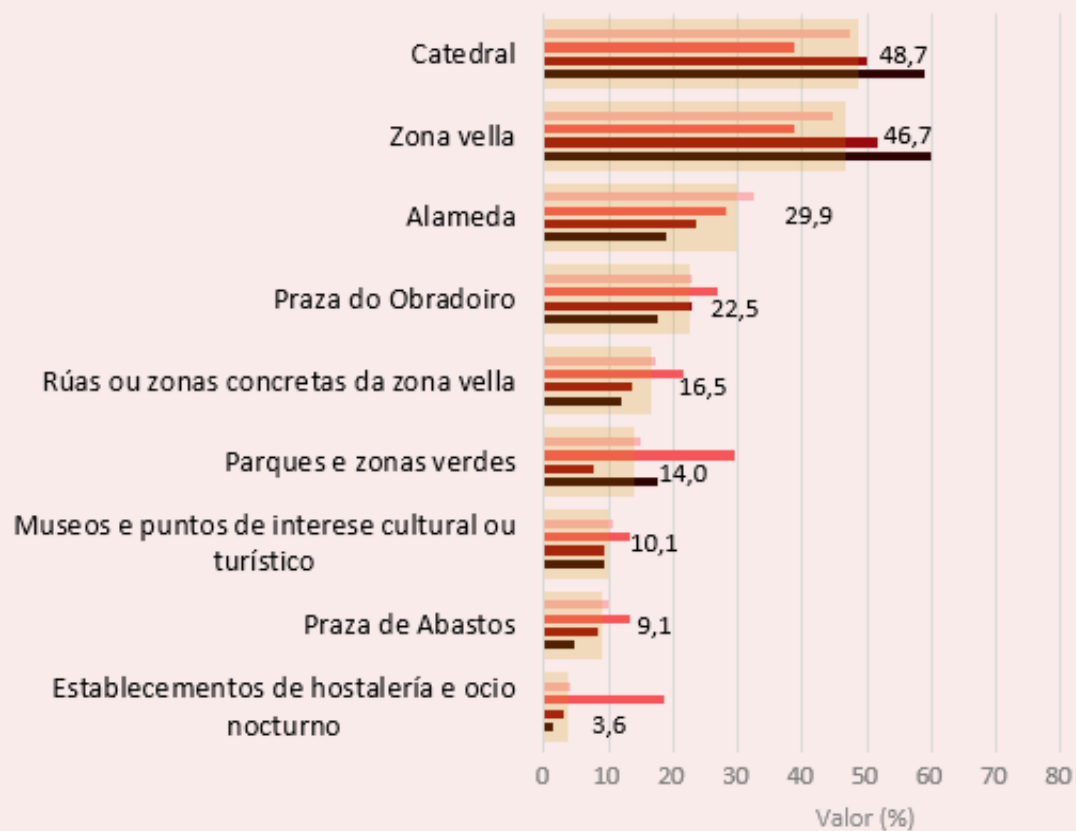
2023-24

FMC 1. SITIOS MÁIS SANTIAGUESES (N=914)



ZONA MONUMENTAL

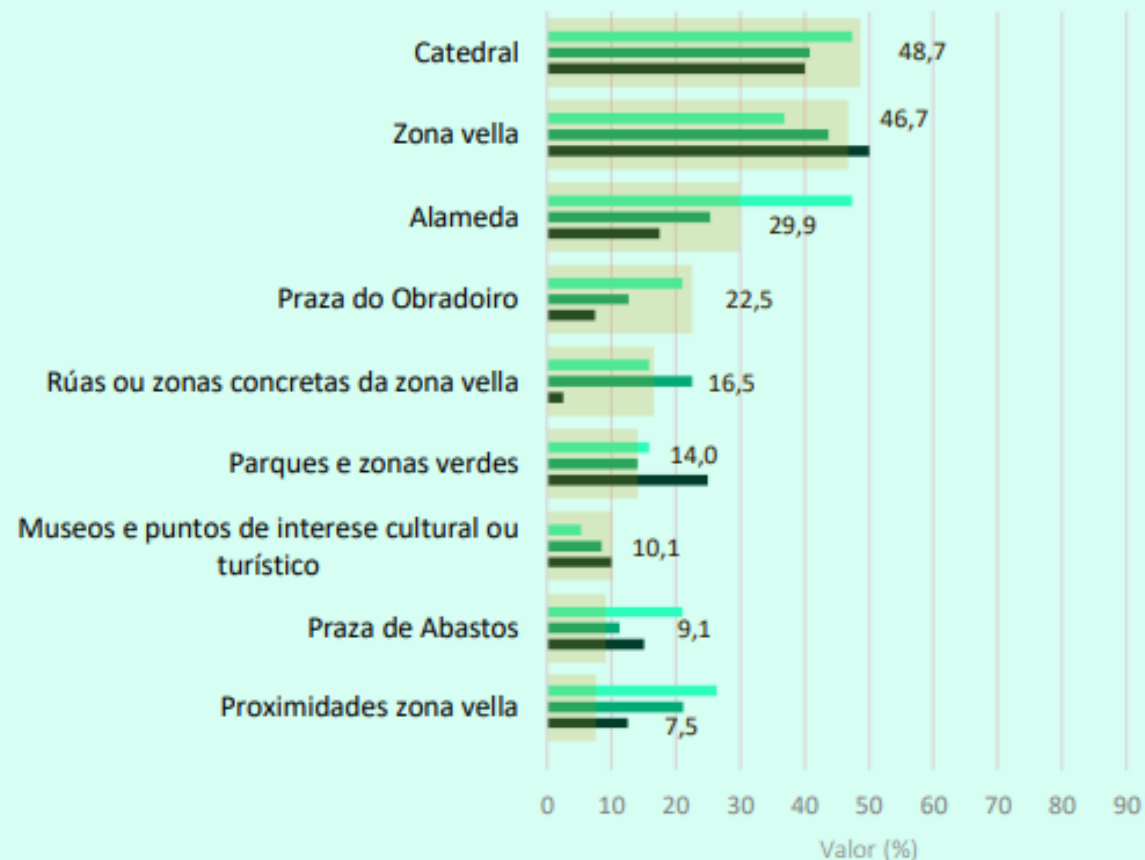
FMR 1. SITIOS MÁIS SANTIAGUESES



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

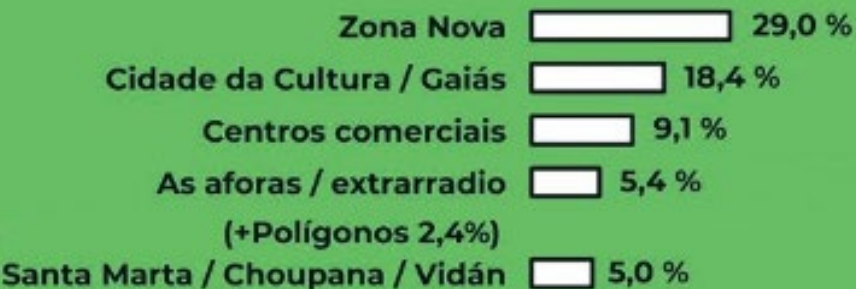
FMSP 1. SITIOS MÁIS SANTIAGUESES



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

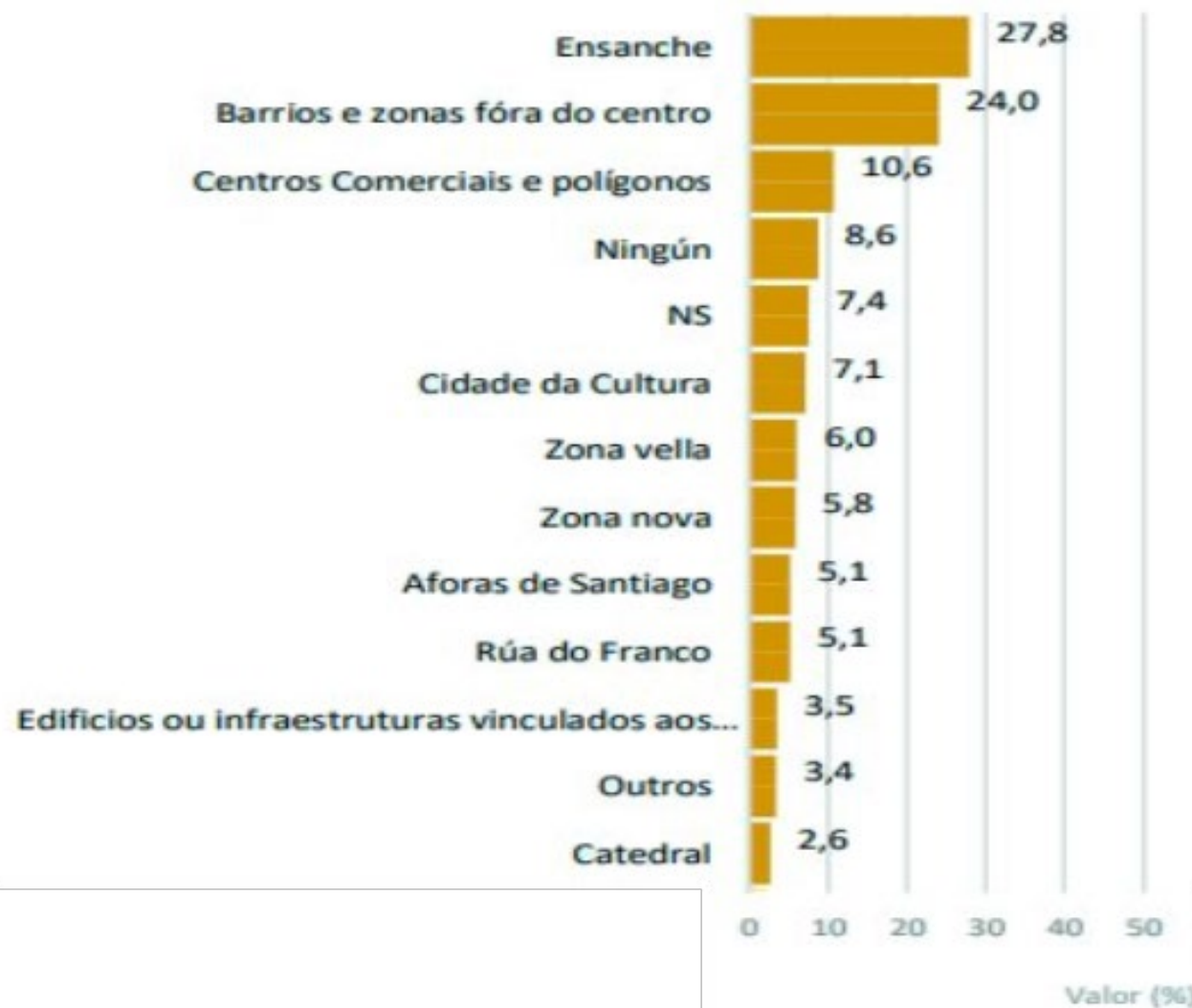
P2. Em busca do verdadeiro Santiago, a que lugares nunca iria?

2013-15



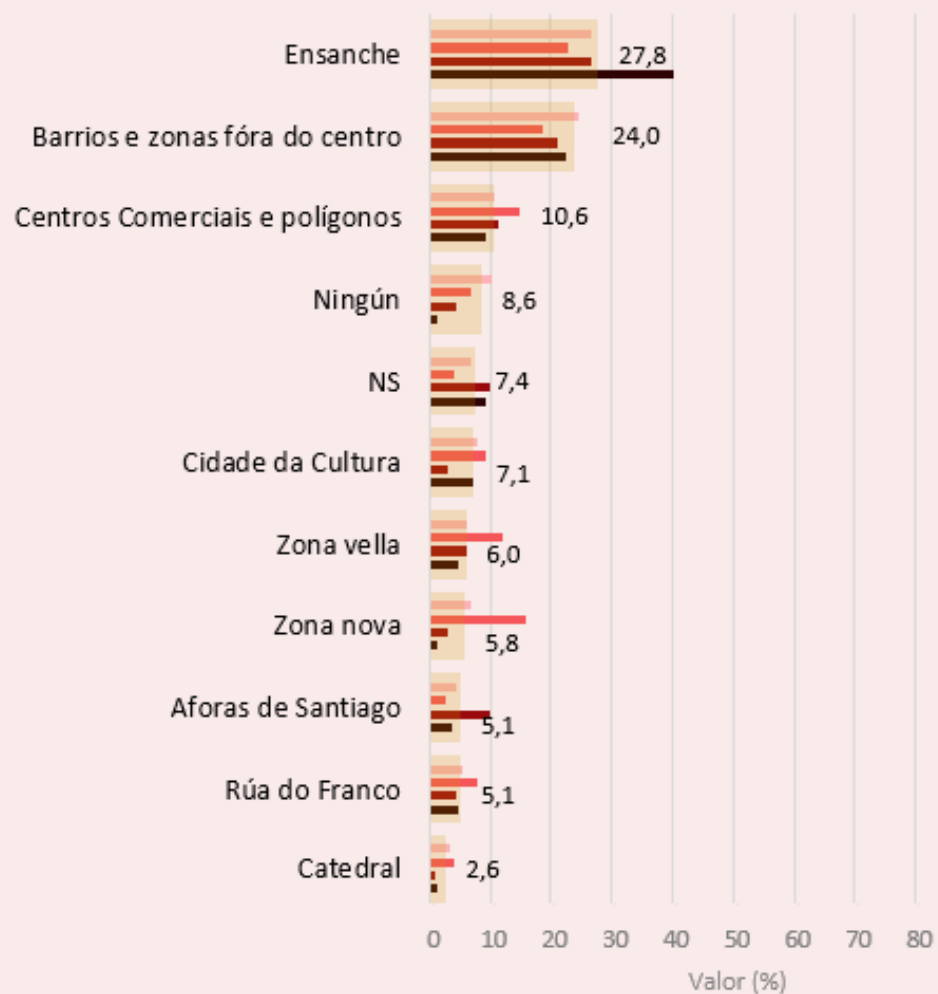
2023-24

FMC 2. SITIOS MENOS SANTIAGUESES (N=914)



ZONA MONUMENTAL

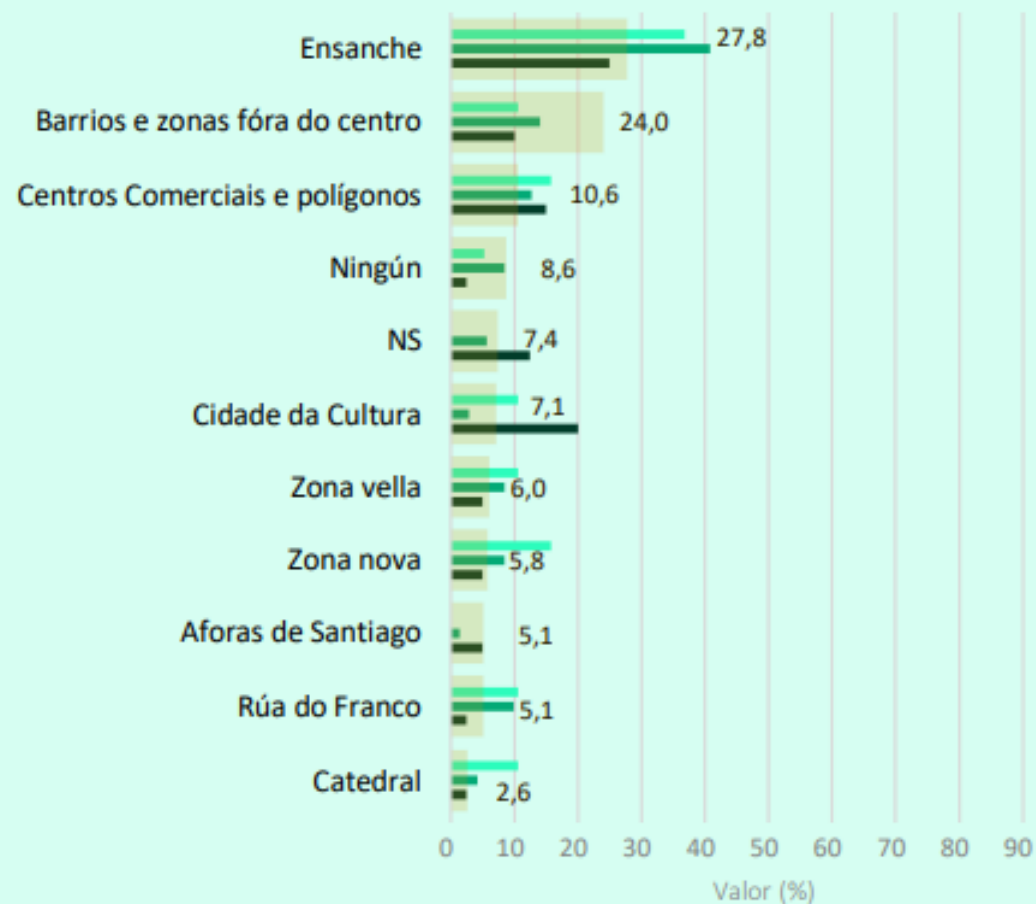
FMR 2. SITIOS MENOS SANTIAGUESES



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 2. SITIOS MENOS SANTIAGUESES



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P4. Quais seriam os locais essenciais para reconhecer o verdadeiro Santiago?

2013-15

Entorno da catedral: **66'5%**

Zona Velha: **44'6%**

Alameda: **29'5%**

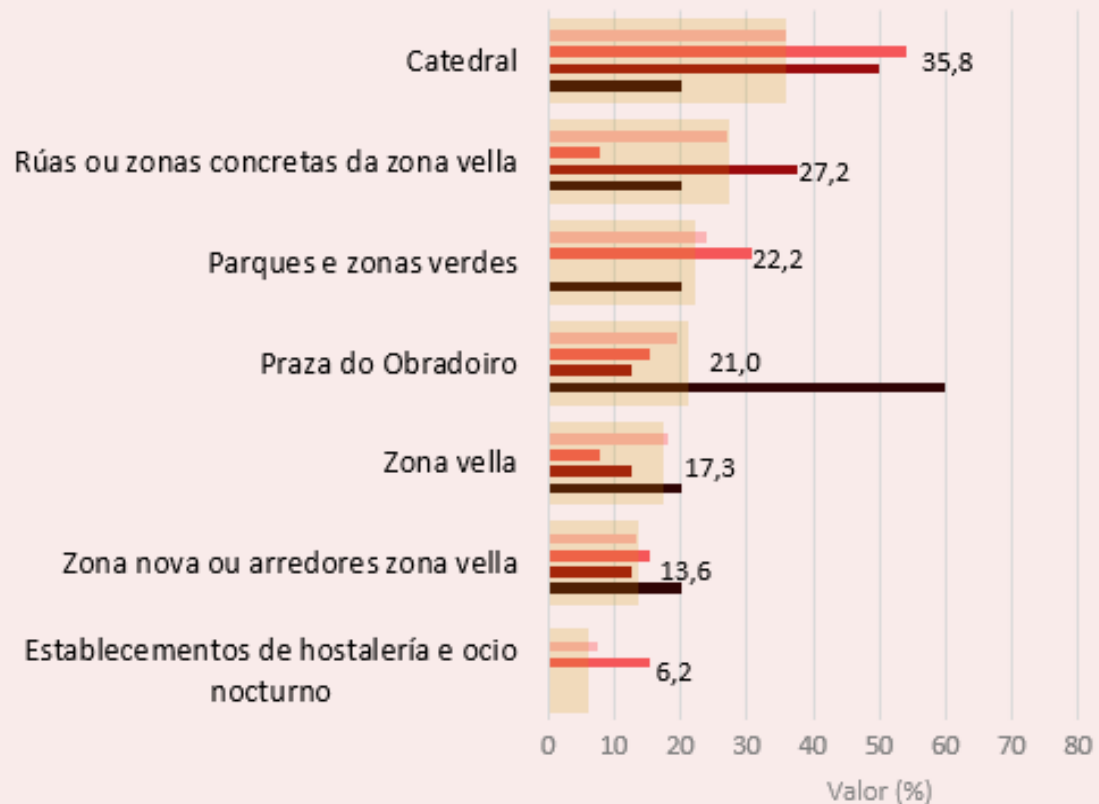
2023-24

FMC 3. O VERDADEIRO SANTIAGO (n=81)



ZONA MONUMENTAL

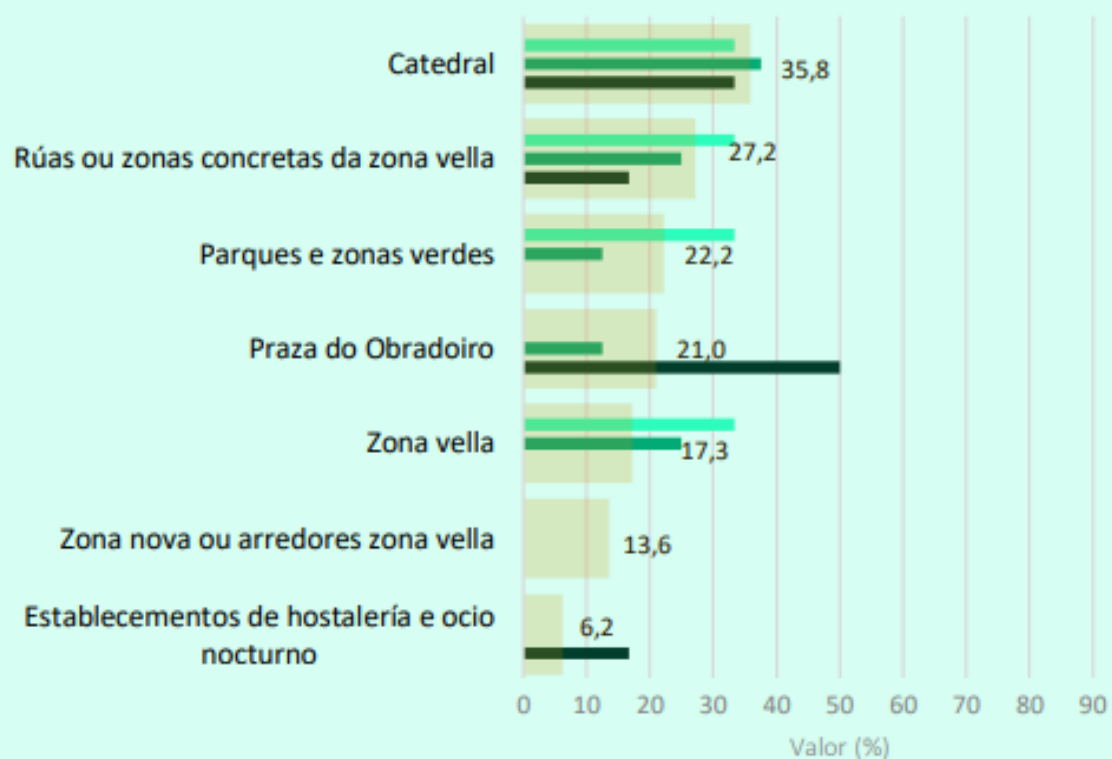
FMR 3. O VERDADEIRO SANTIAGO



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

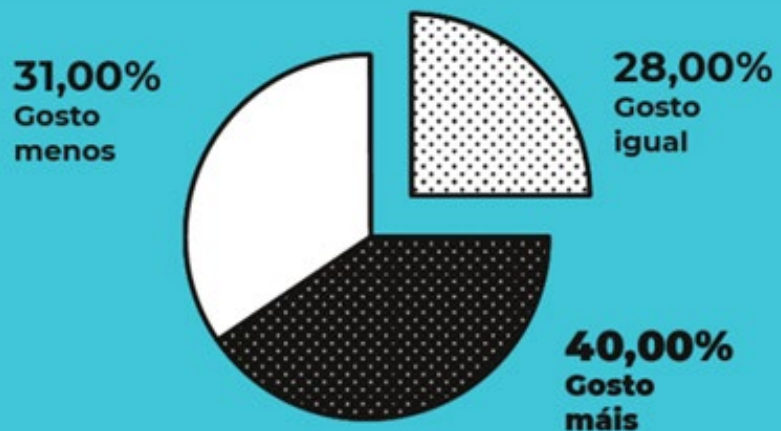
FMSP 3. O VERDADEIRO SANTIAGO



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

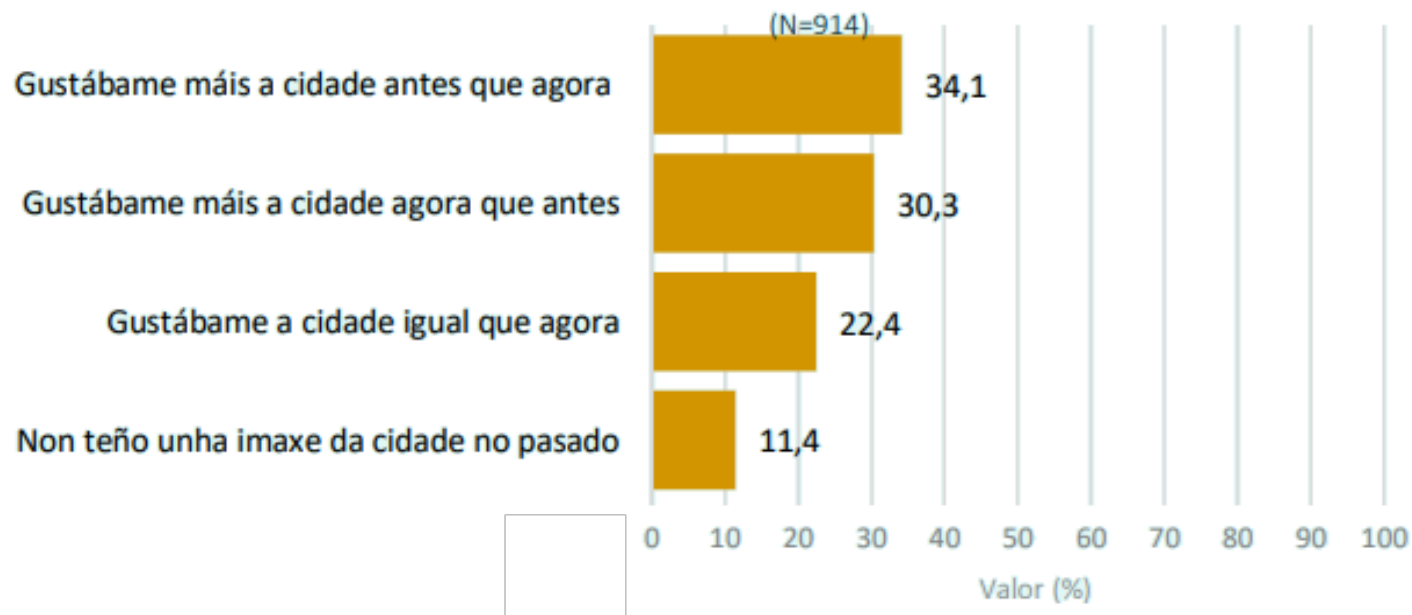
P15A. Gosta mais da cidade hoje ou quando tinha 30 anos menos, por volta do início da década de noventa?

2013-15



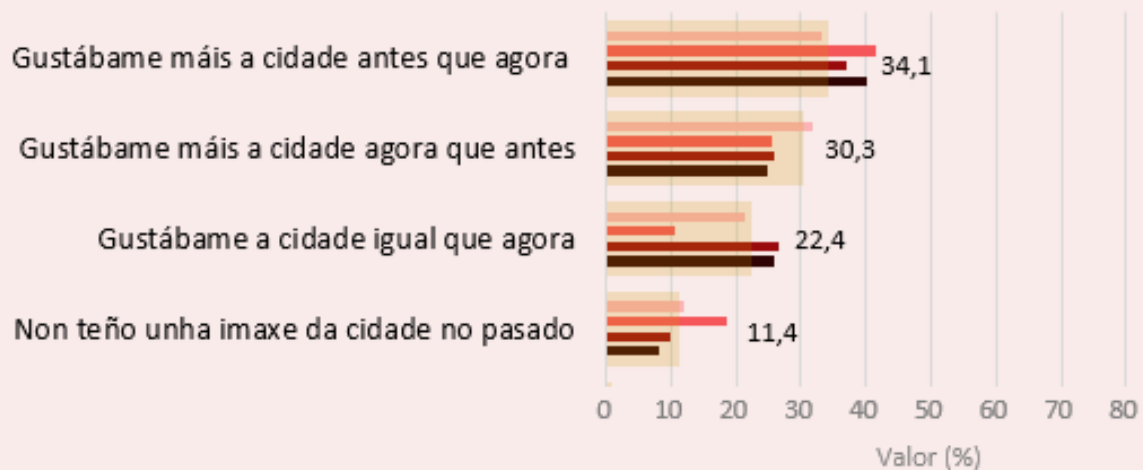
2023-24

FMC 13. VALORACIÓN DA CIDADE CON RESPECTO A HAI 30 ANOS



ZONA MONUMENTAL

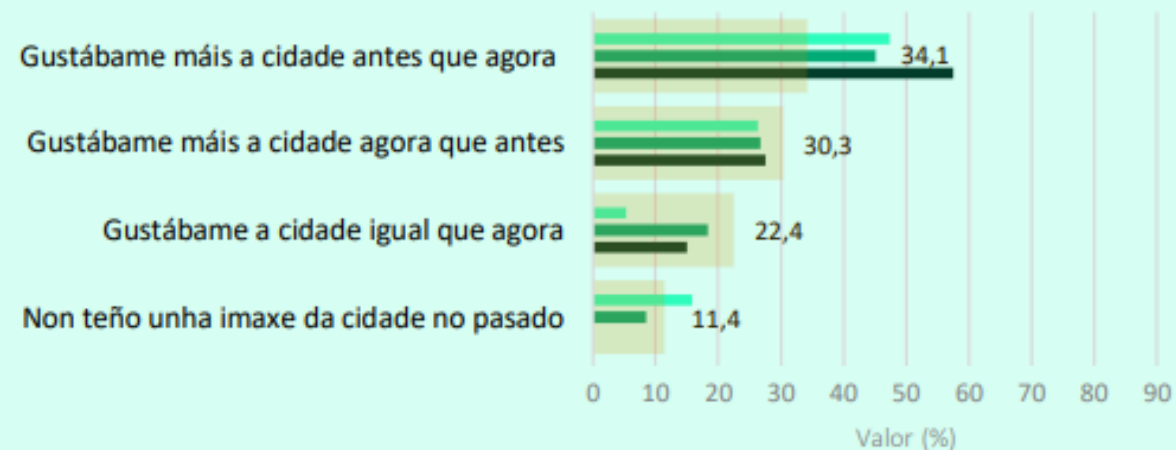
FMR 13. VALORACIÓN DA CIDADE CON RESPECTO A HAI 30 ANOS



Santiago Zona Monumental Ames Teo Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 13. VALORACIÓN DA CIDADE CON RESPECTO A HAI 30 ANOS



Residente SP Residente ACT/PAST SP Punto mostraxe SP Mostra completa

P16A. Qual(is) é(são) o(s) lugar(es) da cidade de que mais gosta, tem uma(s) especial apreciação ou com que mais se identifica?

2013-15

2023-24

FMC 14. SITIOS MÁIS APRECIADOS (N=914)

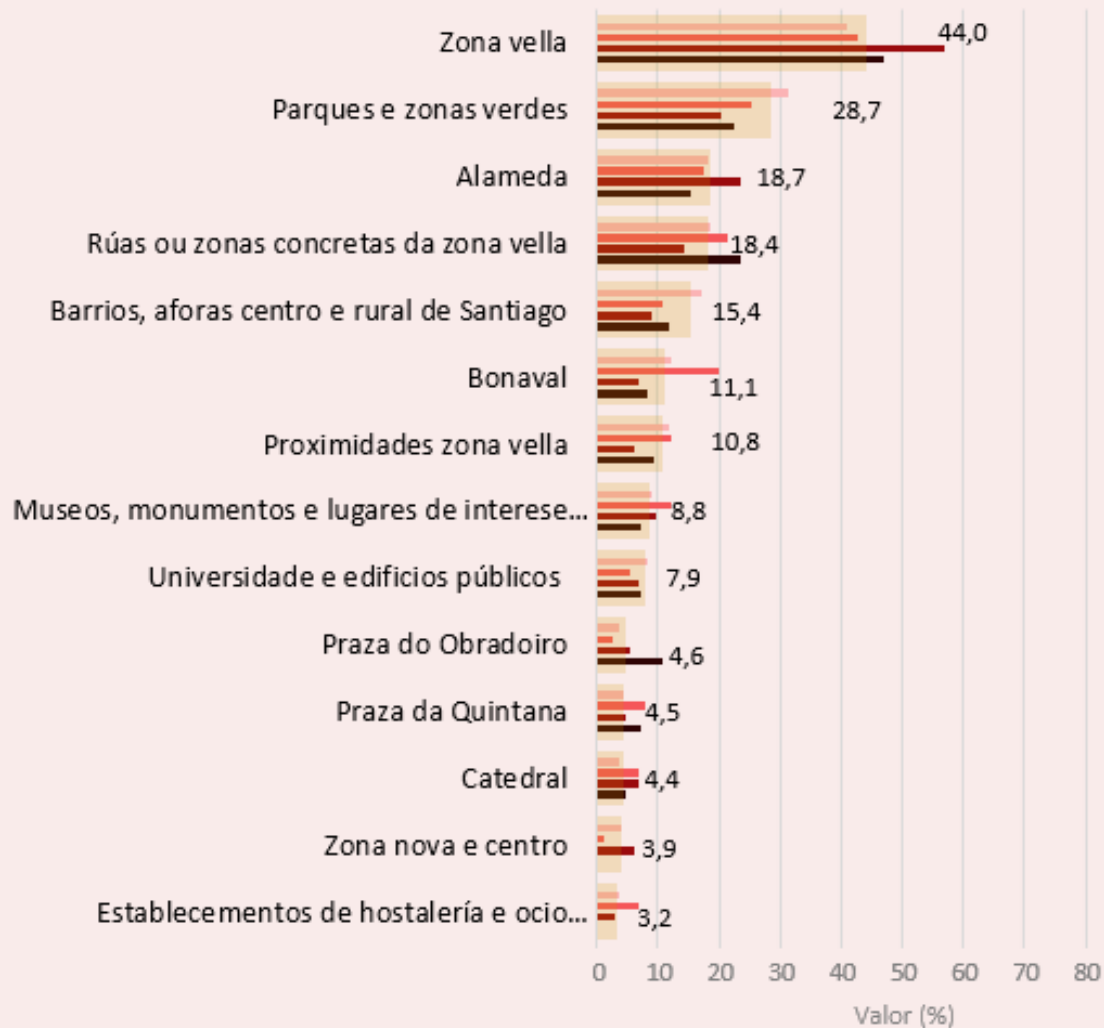
En que lugares estamos máis á vontade?

Mulleres e maiores de 65 anos están especialmente á vontade na Alameda, a zona verde da cidade que mantén a súa estrutura e organización tradicional,



ZONA MONUMENTAL

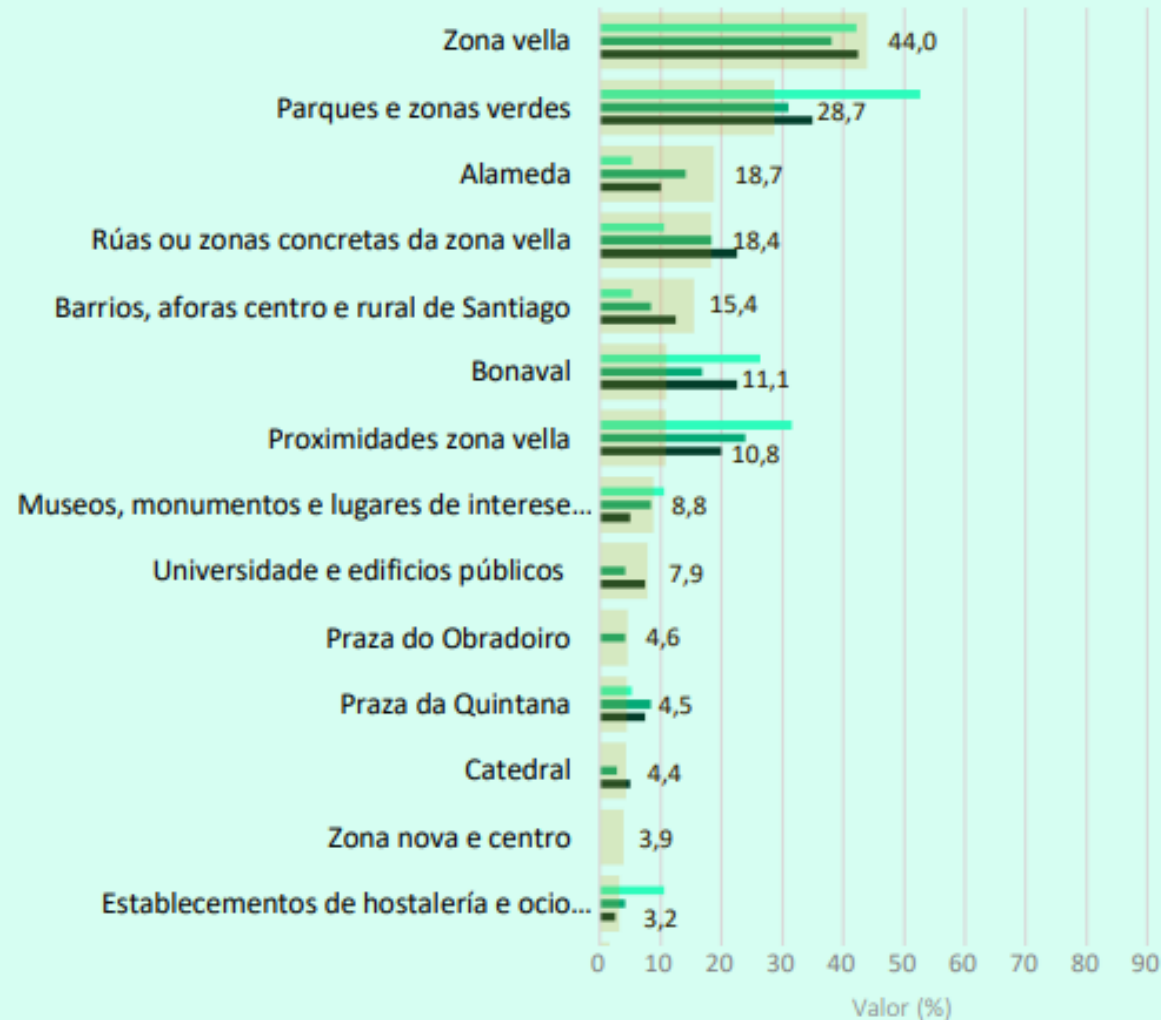
FMR 14. SITIOS MÁIS APRECIADOS



■ Santiago
 ■ Zona Monumental
 ■ Ames
 ■ Teo
 ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 14. SITIOS MÁIS APRECIADOS

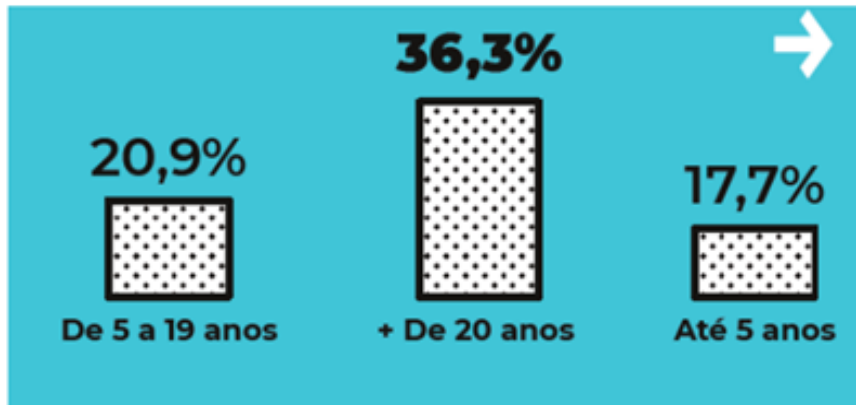


■ Residente SP
 ■ Residente ACT/PAST SP
 ■ Punto mostraxe SP
 ■ Mostra completa

P16B. Mudaram esses lugares com o tempo?

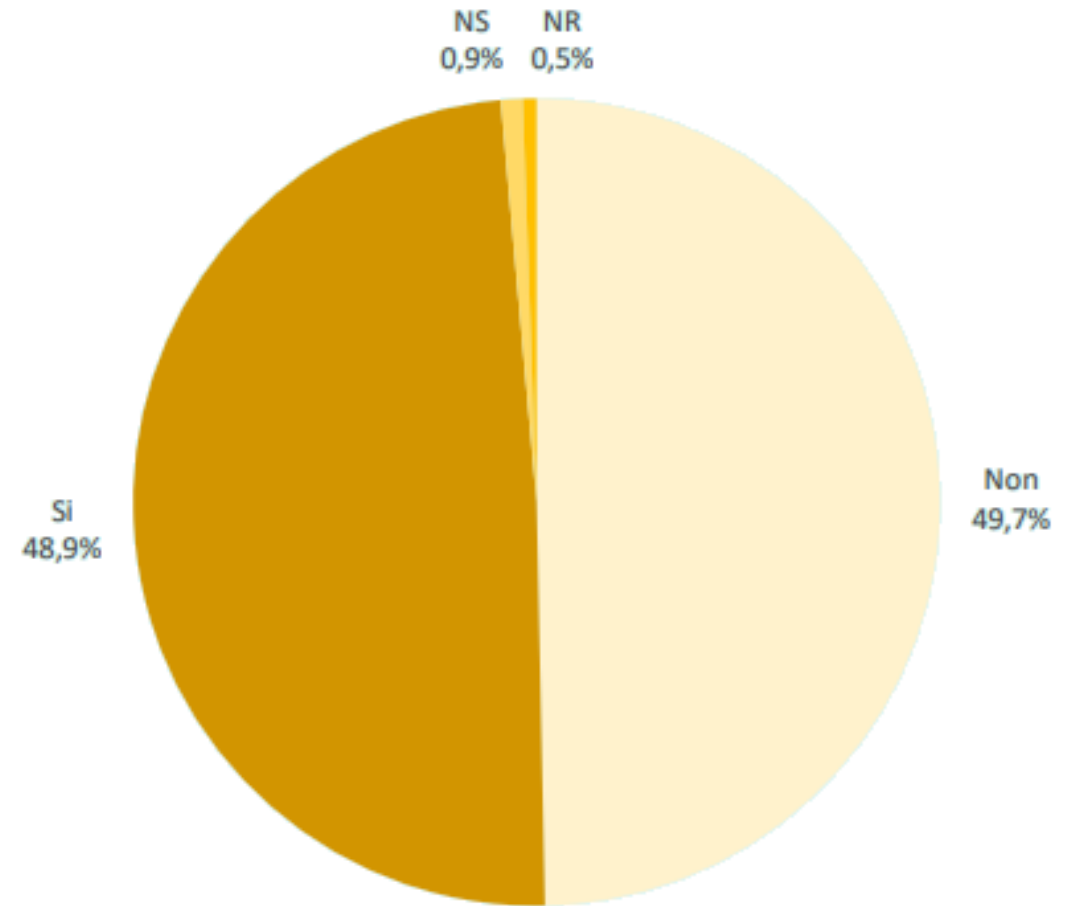
2013-15

Mudanza de lugares predilectos en relación co número de anos vivindo en Santiago



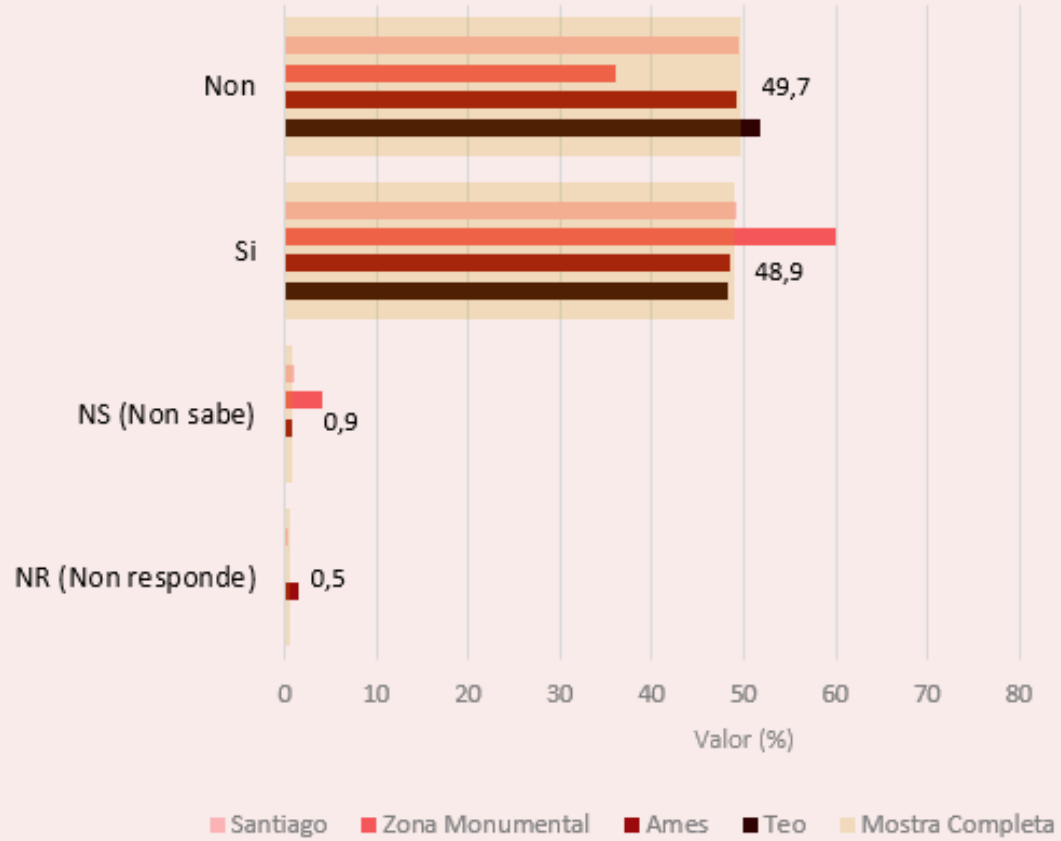
2023-24

FMC 15. CAMBIO NOS LUGARES APRECIADOS (N=914)



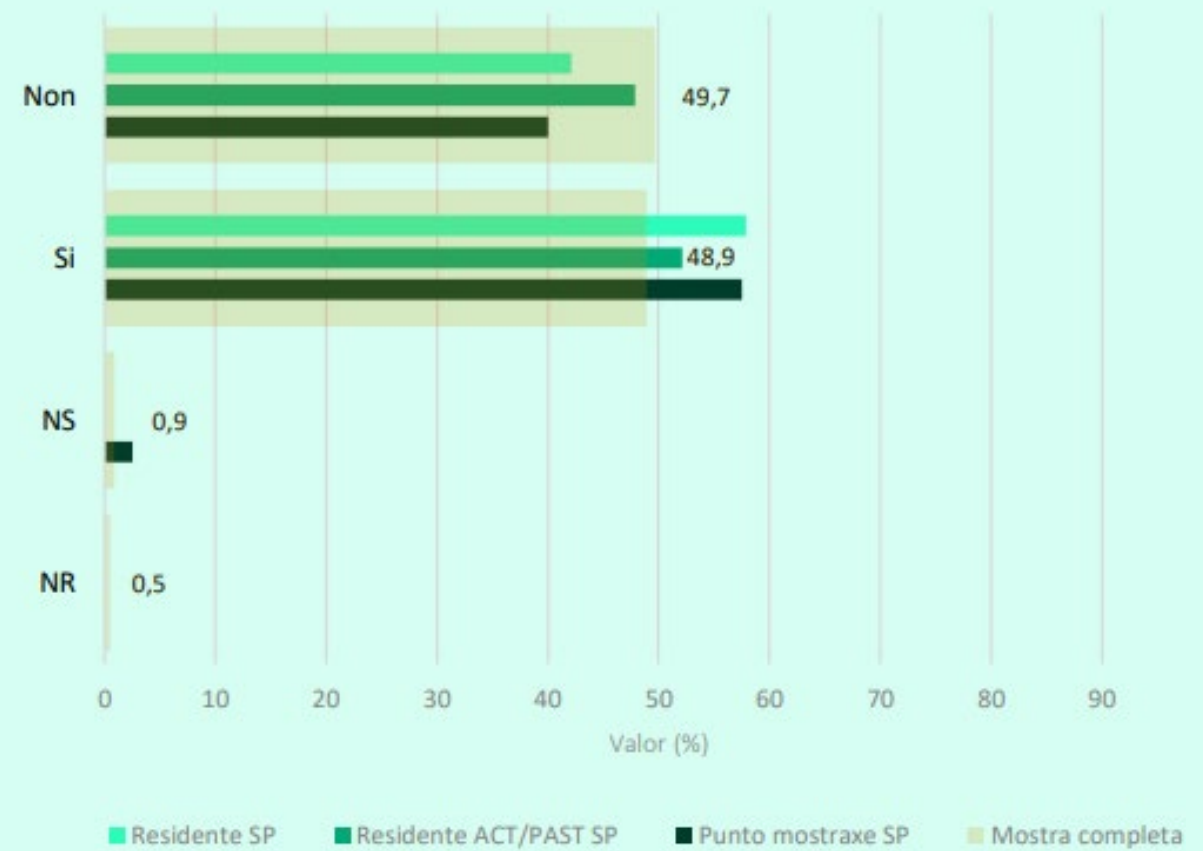
ZONA MONUMENTAL

FMR 15. CAMBIO NOS LUGARES APRECIADOS



SAN PEDRO

FMSP 15. CAMBIO NOS LUGARES APRECIADOS



P16C. Quais são aqueles lugares que costumava apreciar e agora já não aprecia?

2013-15

NS/NR: 39%

Zona Nova: 12'8%

Zona Velha: 6'6%

R. do Franco: 6'2%

Alameda: 5'5%

R. do Vilar: 2'9%

(...)

Toda a cidade: 0'4%

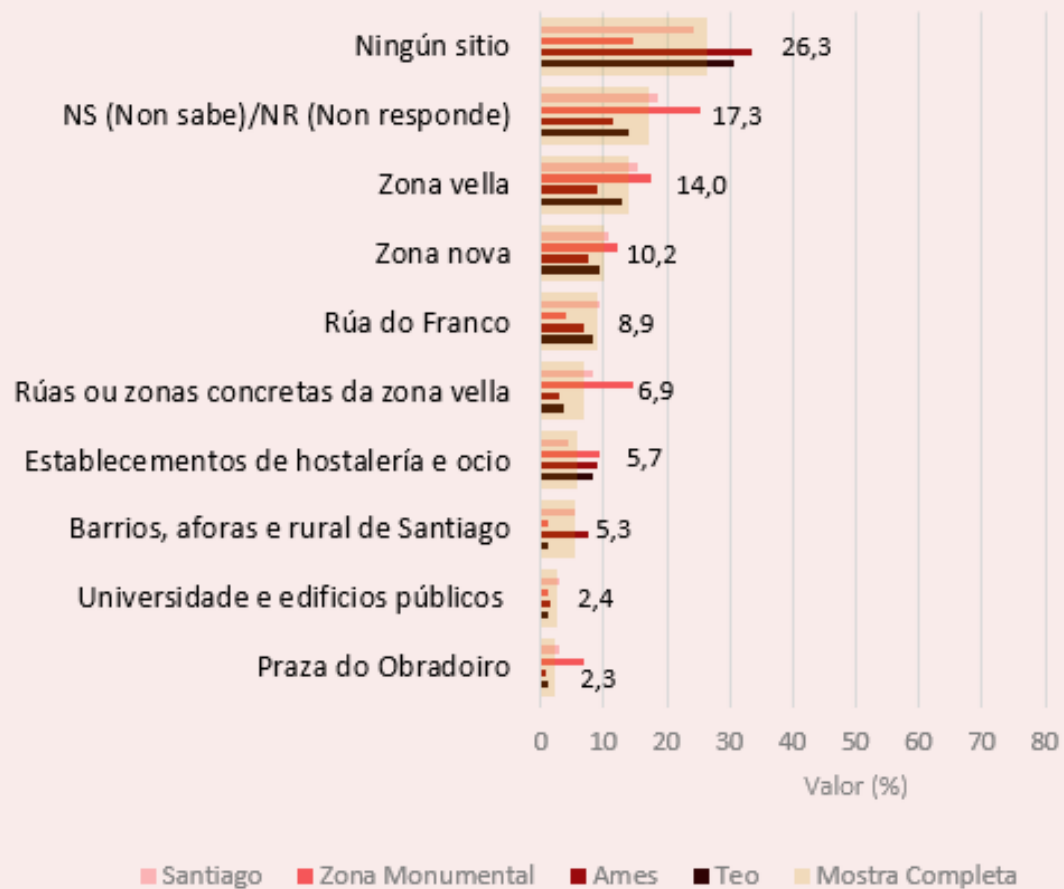
2023-24

FMC 16. LUGARES QUE XA NON APRECIA (N=914)



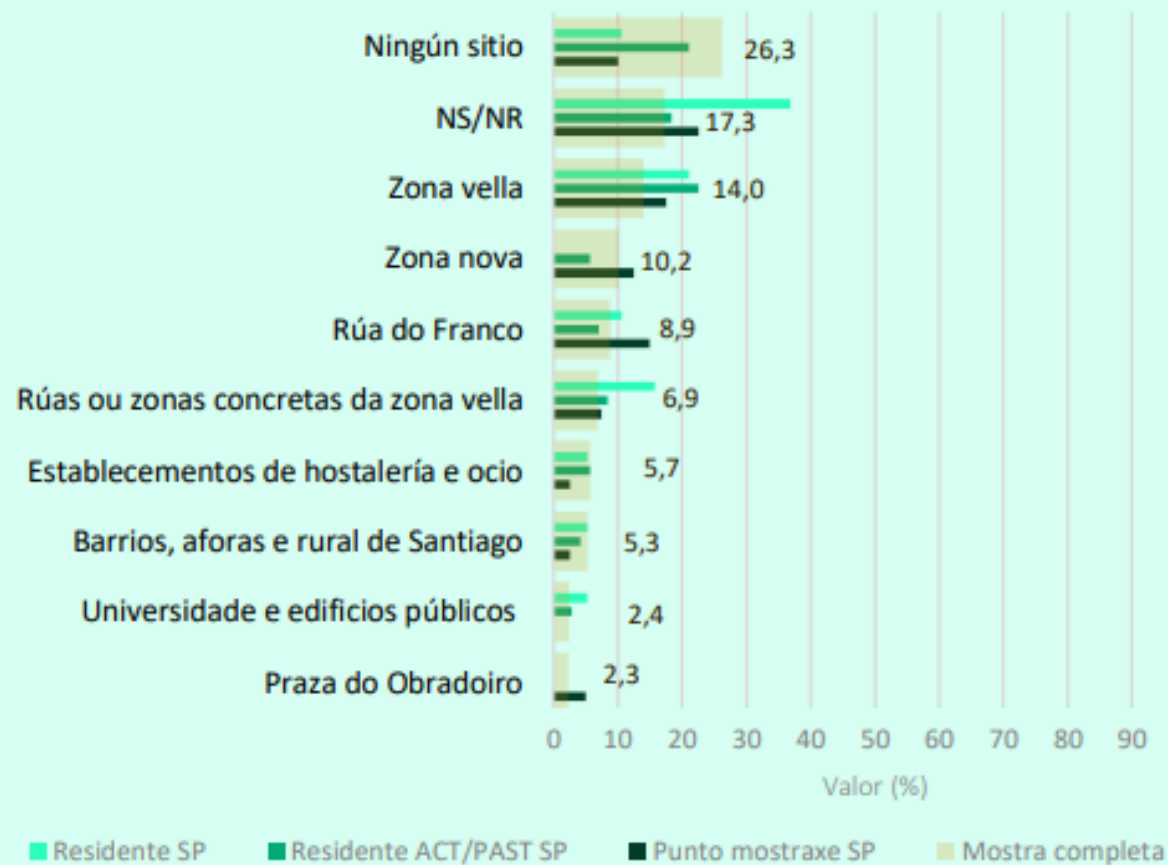
ZONA MONUMENTAL

FMR 16. LUGARES QUE XA NON APRECIA



SAN PEDRO

FMSP 16. LUGARES QUE XA NON APRECIA



P17. Gosta mais da zona antiga hoje ou há trinta anos, por volta do início da década de noventa?

2023-24

| | MAIS AGORA | MAIS ANTES | IGUAL AGORA E ANTES | OUTROS |
|------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|---------------|
| CONJUNTO | 14'6% | 52'7% | 21% | 12% |
| ZONA MONUMENTAL | 24% | 49'3% | 10'7% | 16% |
| SAN PEDRO | 4'8% | 71'4% | 14'3% | 9'5% |

P18A. Tipo de establecemento onde costuma comprar.

2013-15

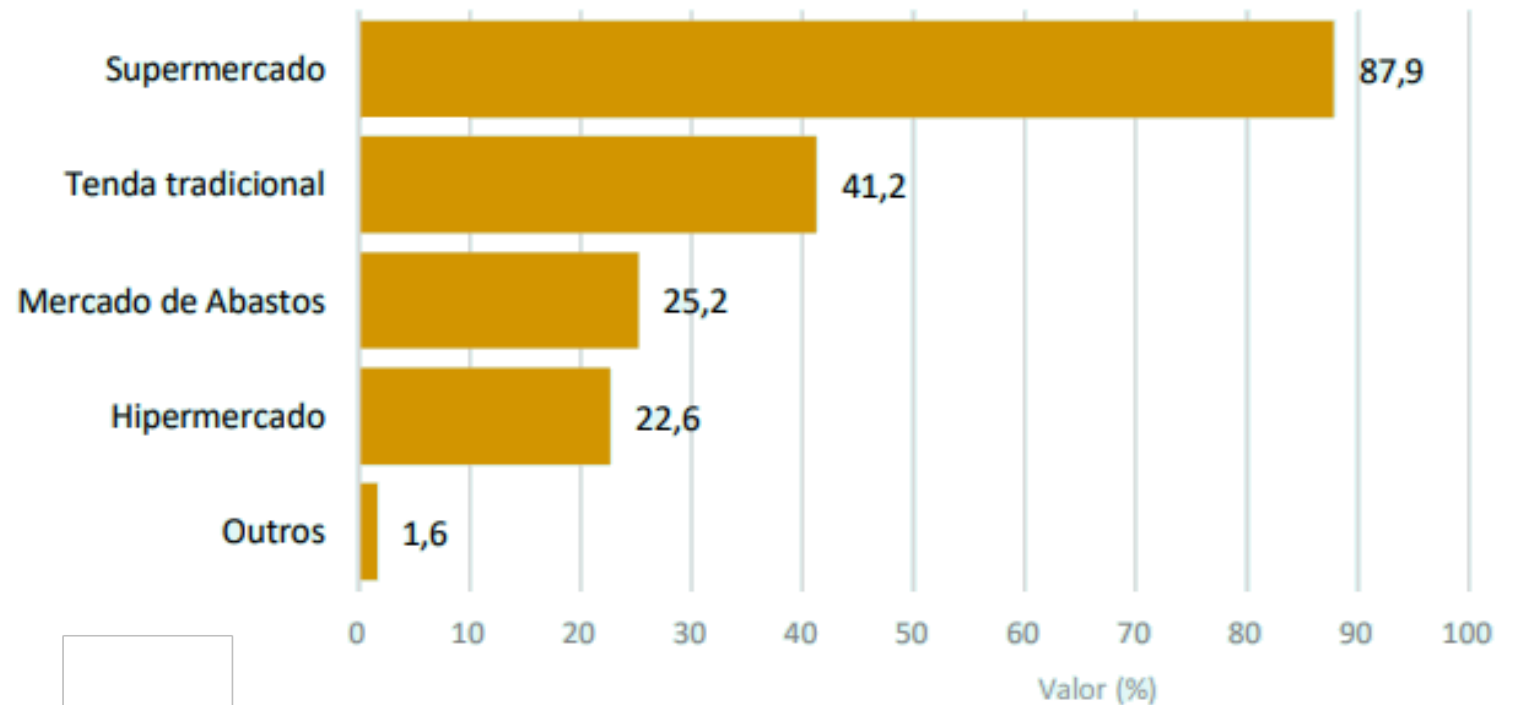
Canto á tipoloxía de establecemento comercial, o **supermercado** é o tipo de comercio en que máis persoas recoñecen comprar (67,6%), seguido das **tendas tradicionais** (37,4%), do **Mercado de Abastos** (26,7%), dos **centros comerciais** (16,4%) e dos **hipermercados** (15,8%).

O noso comportamento de compra é, porén, diferente segundo residamos nun ou noutro lugar da cidade.

Visitar, comerciar e habitar a cidade.
Rede Galabra (2020: 52)

2023-24

FMC 20. TIPO ESTABLECEMENTO ONDE COMPRA (N=914)

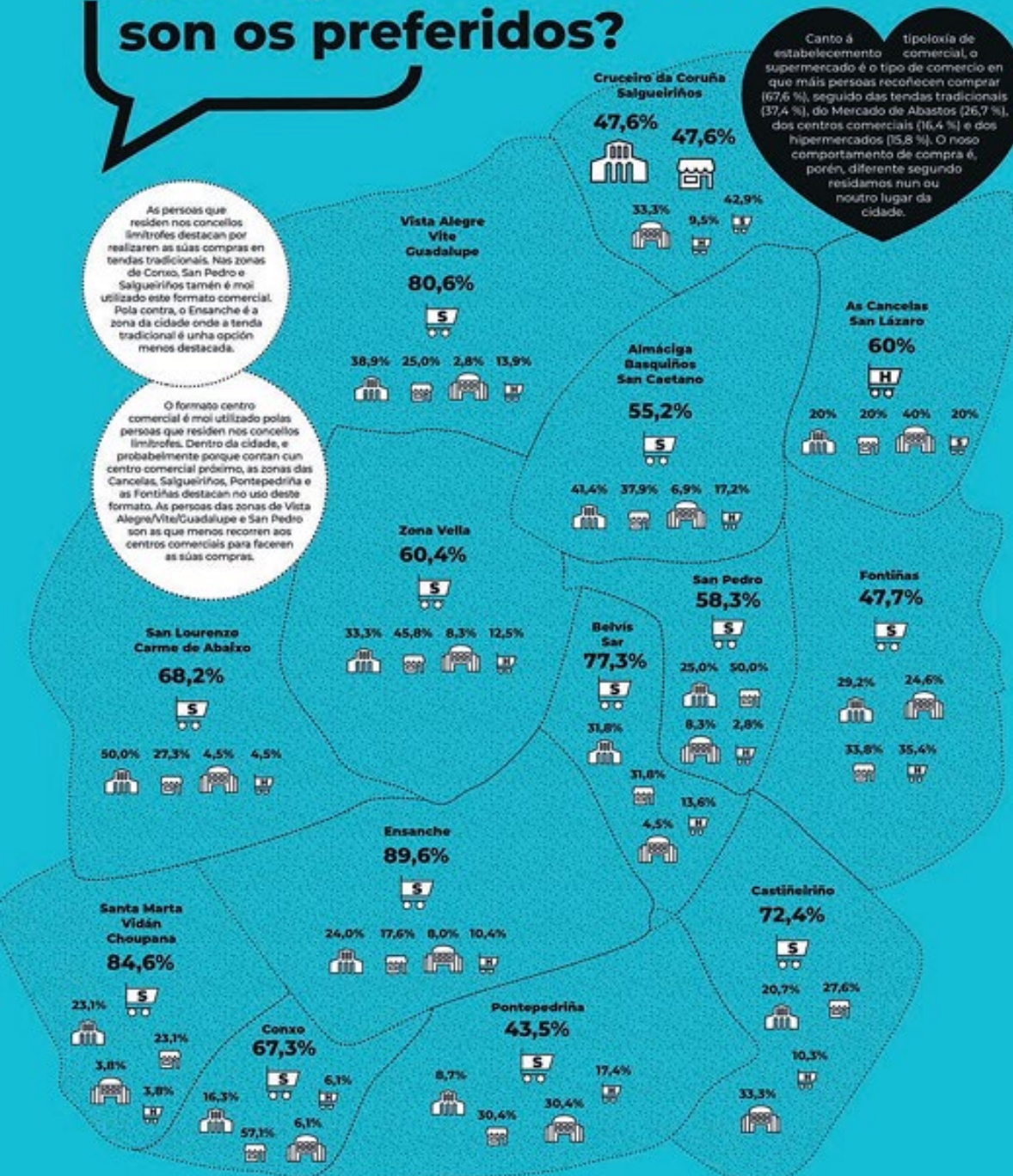


Que espazos comerciais son os preferidos?

Canto á tipoloxía de establecemento comercial, o supermercado é o tipo de comercio en que máis persoas recoñecen comprar (67,6%), seguido das tendas tradicionais (37,4%), do Mercado de Abastos (26,7%), dos centros comerciais (16,4%) e dos hipermercados (15,8%). O noso comportamento de compra é, porén, diferente segundo residamos nun ou noutro lugar da cidade.

As persoas que residen nos concellos limítrofes destacan por realizaren as súas compras en tendas tradicionais. Nas zonas de Conxo, San Pedro e Salgueiriños tamén é moi utilizado este formato comercial. Pola contra, o Ensanche é a zona da cidade onde a tenda tradicional é unha opción menos destacada.

O formato centro comercial é moi utilizado polas persoas que residen nos concellos limítrofes. Dentro da cidade, e probablemente porque contan cun centro comercial próximo, as zonas das Canceles, Salgueiriños, Pontepedriña e as Fontiñas destacan no uso deste formato. As persoas das zonas de Vista Alegre/Vite/Guadalupe e San Pedro son as que menos recorren aos centros comerciais para faceren as súas compras.



2013-15

As persoas que residen nos concellos limítrofes destacan por realizaren as súas compras en tendas tradicionais. Nas zonas de Conxo, San Pedro e Salgueiriños tamén é moi utilizado este formato comercial. Pola contra, o Ensanche é a zona da cidade onde a tenda tradicional é unha opción menos destacada.



Supermercado



Mercado Abastos



Tenda tradicional



Centro Comercial

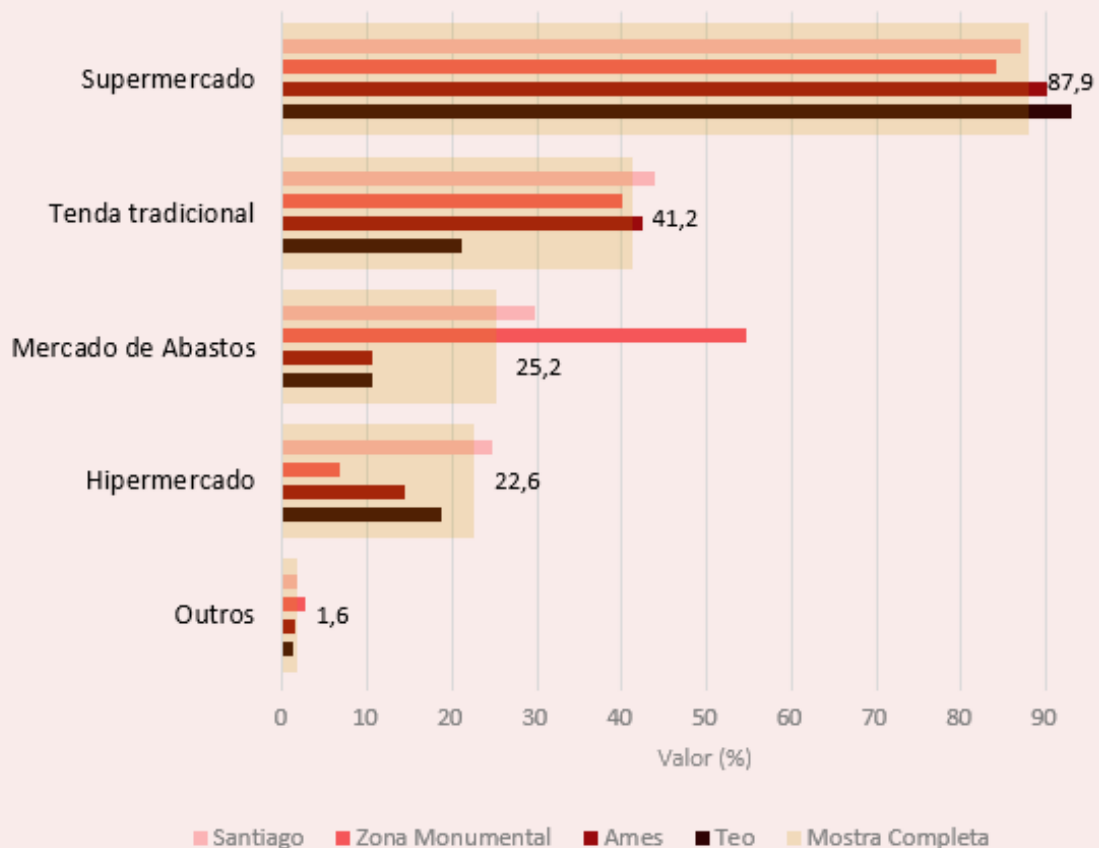


Hipermercado

O formato centro comercial é moi utilizado polas persoas que residen nos concellos limítrofes. Dentro da cidade, e probablemente porque contan cun centro comercial próximo, as zonas das Canceles, Salgueiriños, Pontepedriña e as Fontiñas destacan no uso deste formato. As persoas das zonas de Vista Alegre/Vite/Guadalupe e San Pedro son as que menos recorren aos centros comerciais para faceren as súas compras.

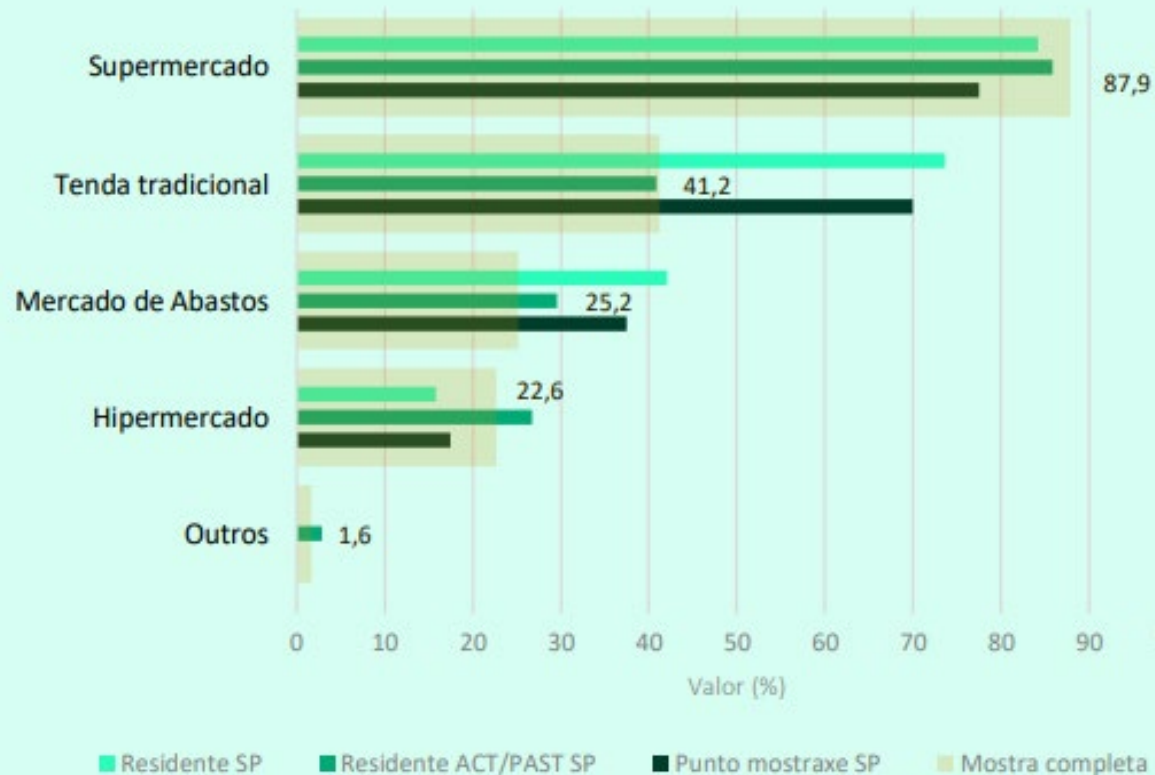
ZONA MONUMENTAL

FMR 20. TIPO ESTABLECIMIENTO ONDE COMPRA



SAN PEDRO

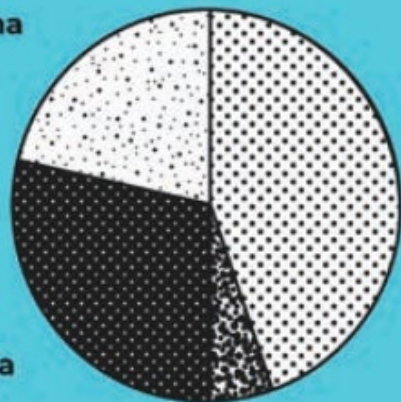
FMSP 20. TIPO ESTABLECIMIENTO ONDE COMPRA



P18B1. Em que zona da cidade faz as suas compras?

2013-15

24 %
Fóra da
miña zona



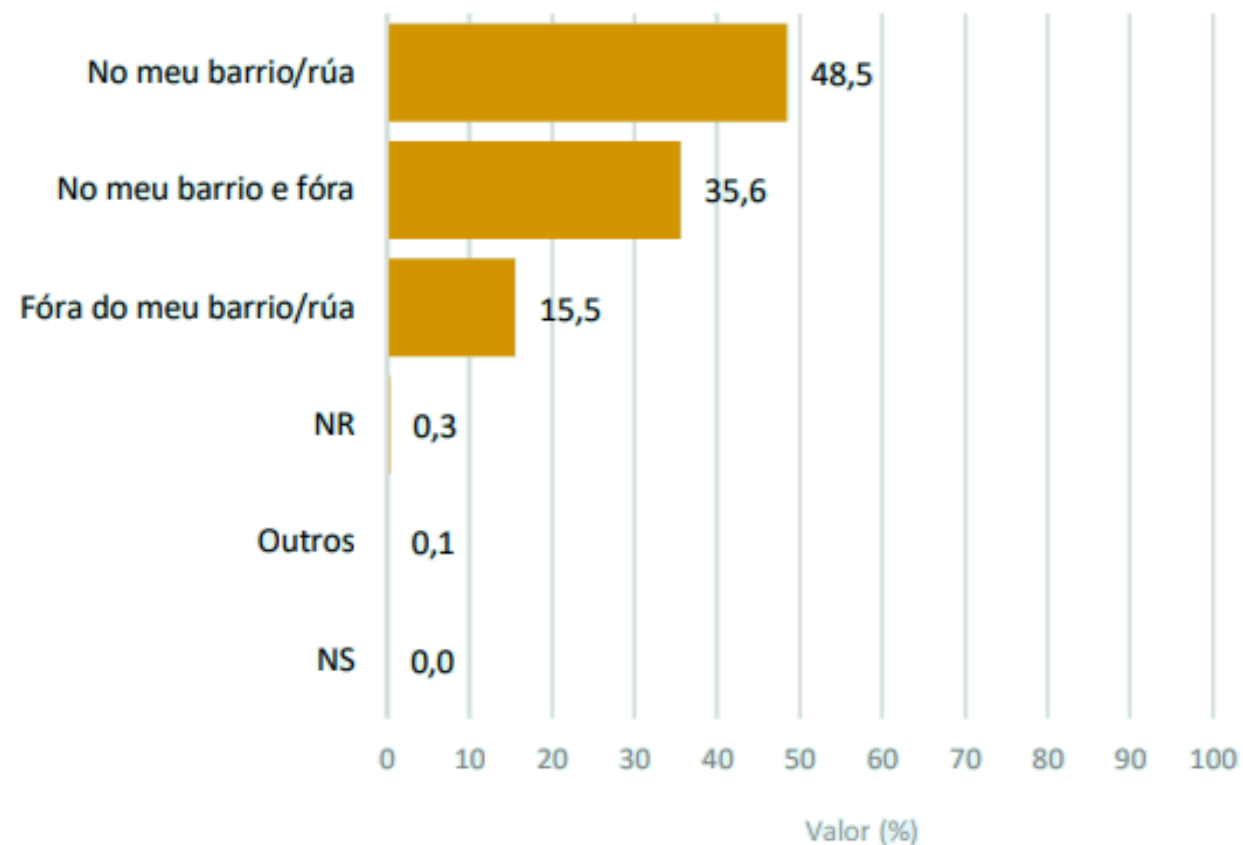
45 %
Na miña
zona

28 %
Na miña
zona e fóra

3 %
NS/NC

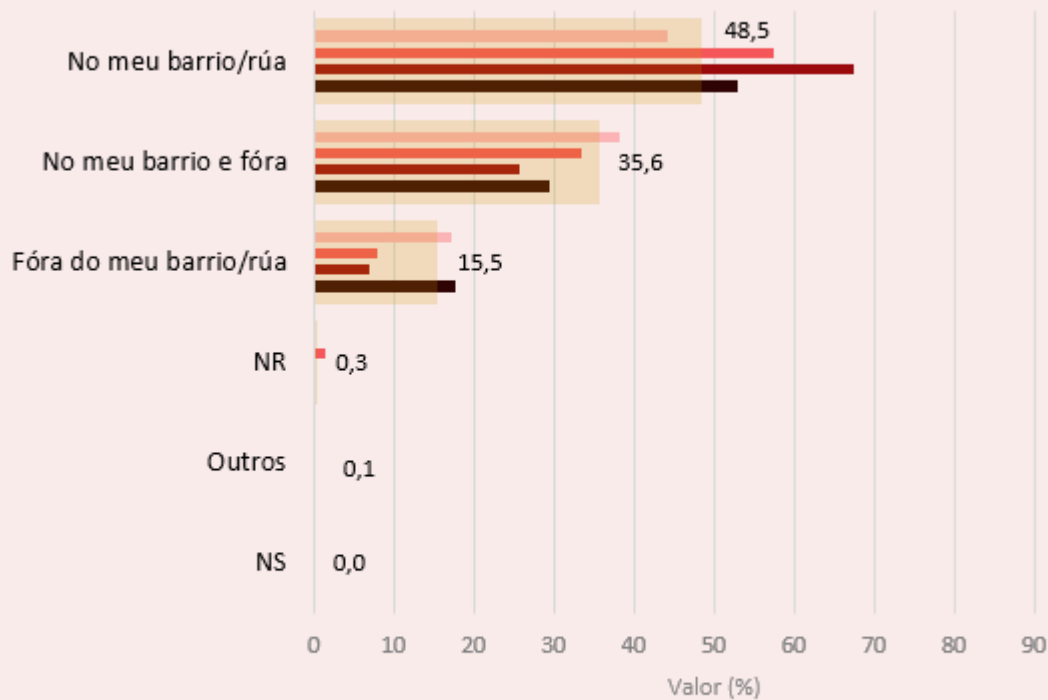
2023-24

FMC 21. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTO ONDE COMPRA (N=914)



ZONA MONUMENTAL

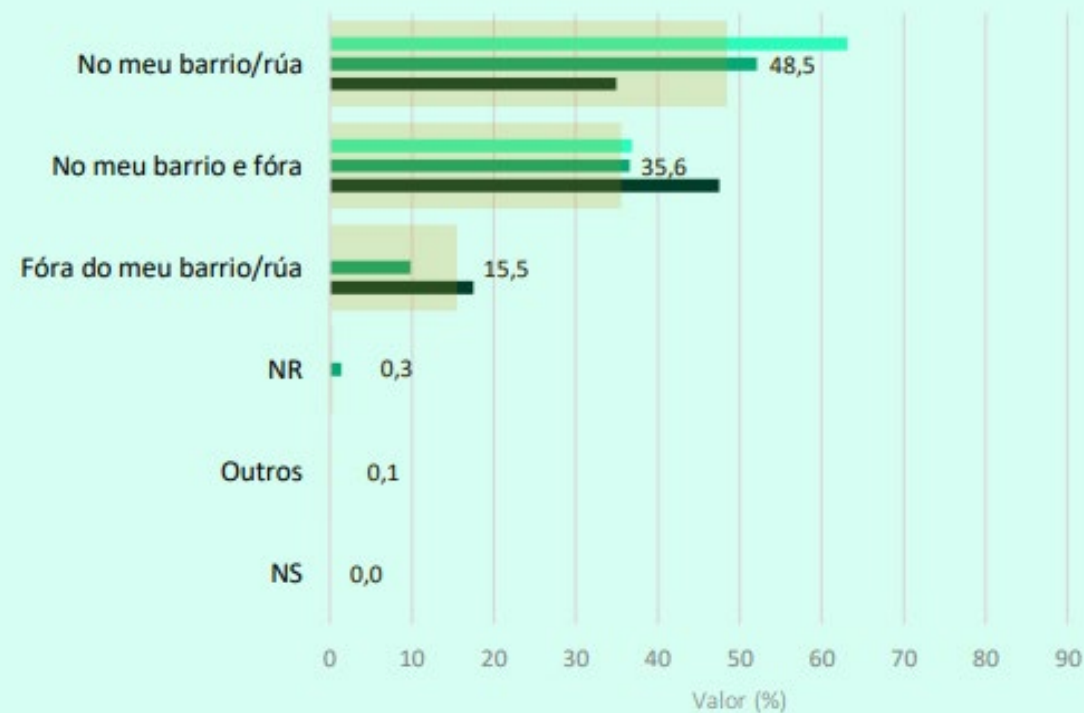
FMR 21. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTOS ONDE COMPRA



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 21. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTOS ONDE COMPRA



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P18B2. Caso seja fora do seu bairro, indique a que zona vai.

2013-15

Zona Nova: 22'6%

Zona Velha: 18'4%

Cancelas: 14'9%

Praça de Abastos: 8,2%

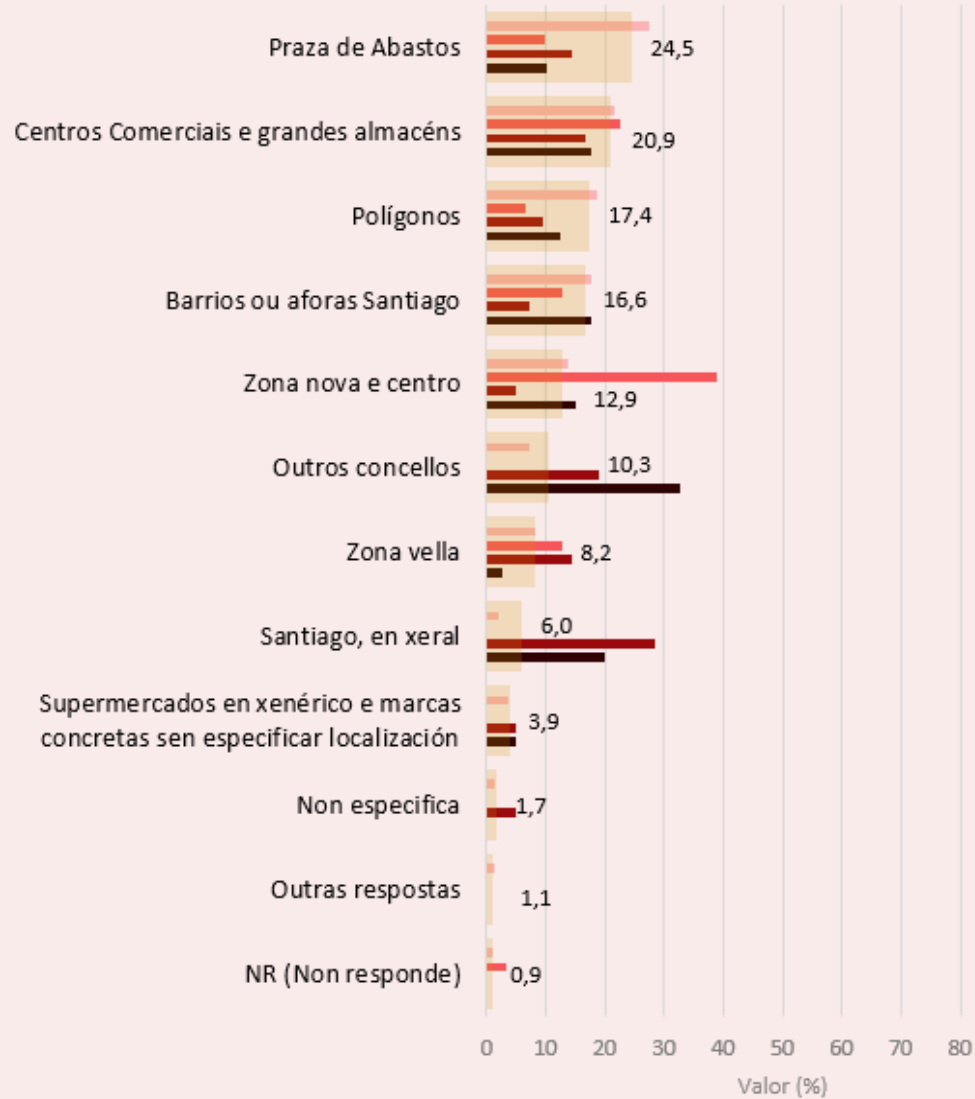
2023-24

FMC 22. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTOS FÓRA (n=465)



ZONA MONUMENTAL

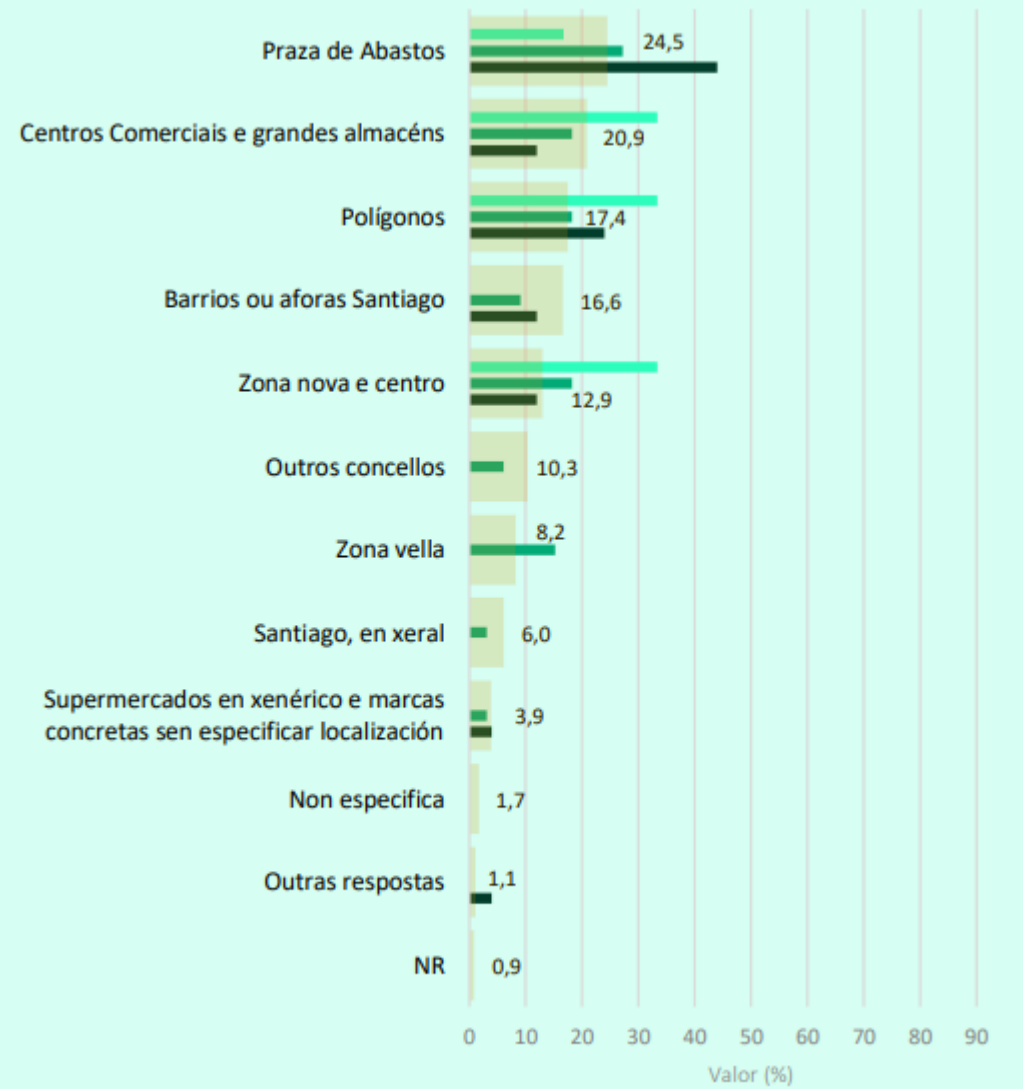
FMR 22. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTOS FÓRA



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

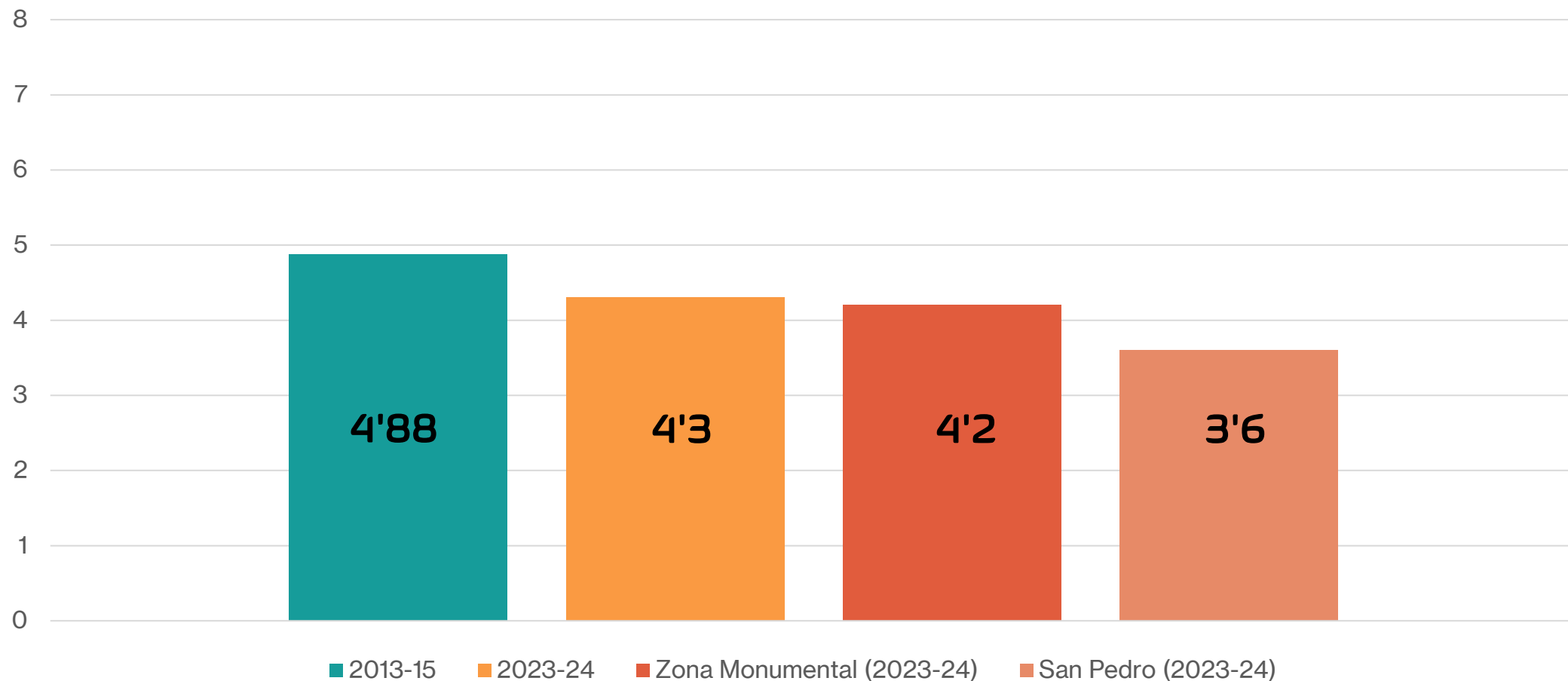
FMSP 22. LOCALIZACIÓN ESTABLECEMENTOS FÓRA



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P19. Acha que a oferta comercial na zona antiga é variada?

Valoração da variedade comercial na Zona Velha



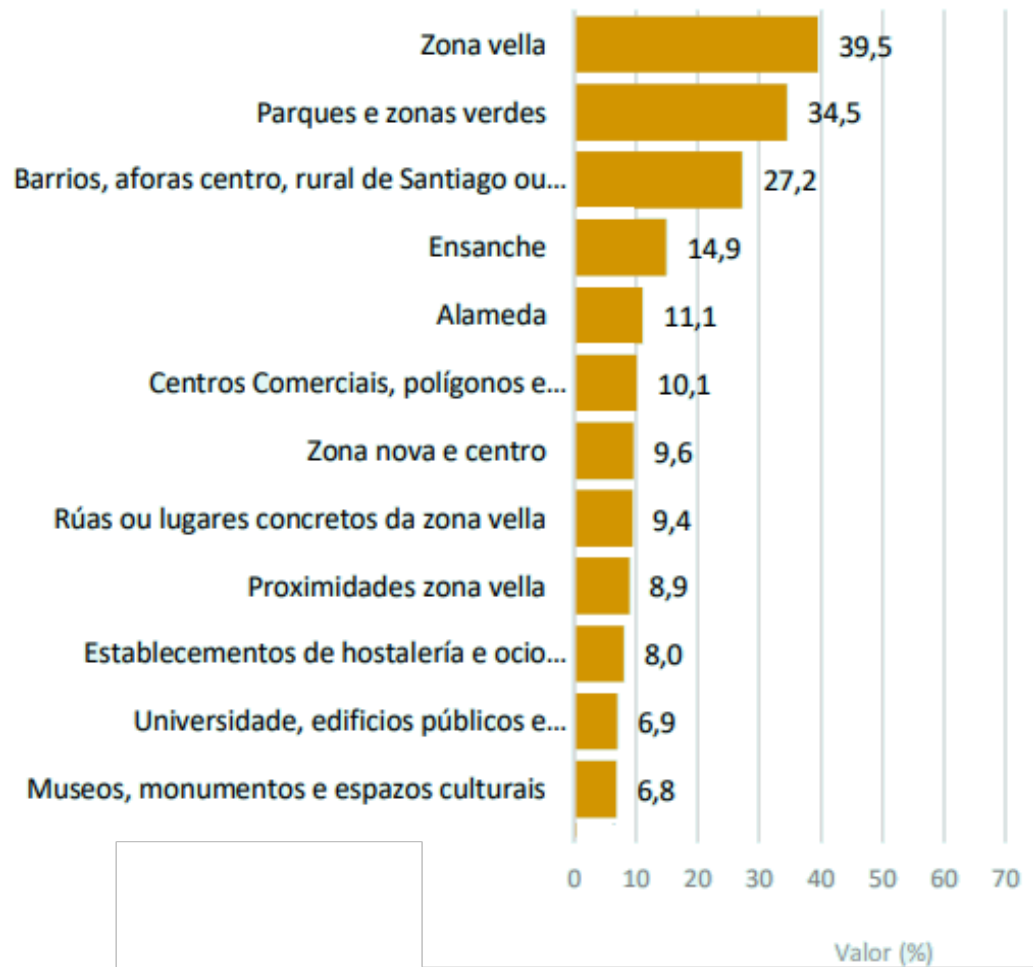
P21A. Fora da sua atividade profissional, quais são os espaços que utiliza com mais frequência?

2013-15



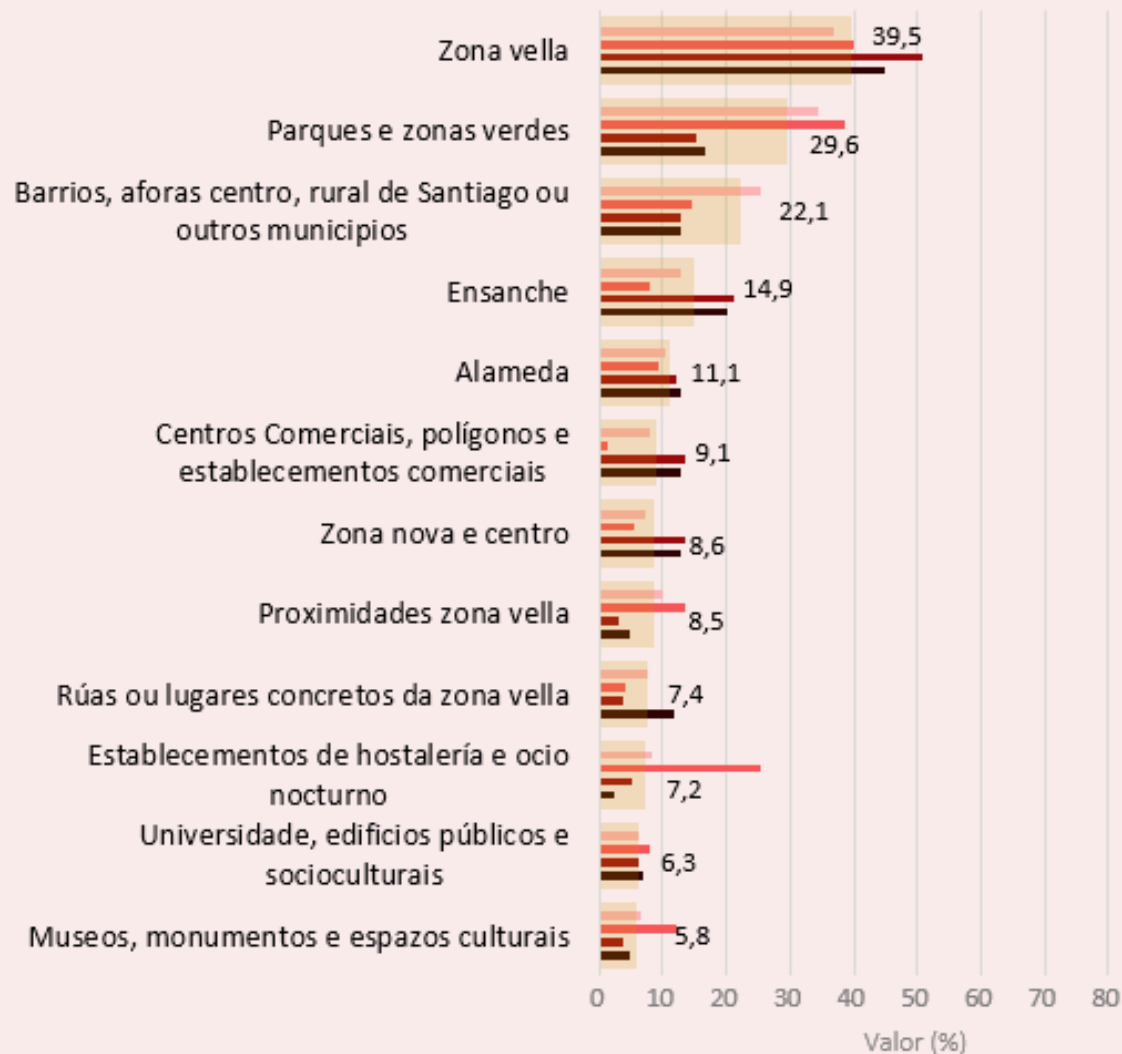
2023-24

FMC 24. ESPAZOS DE SANTIAGO MÁIS USADOS (N=914)



ZONA MONUMENTAL

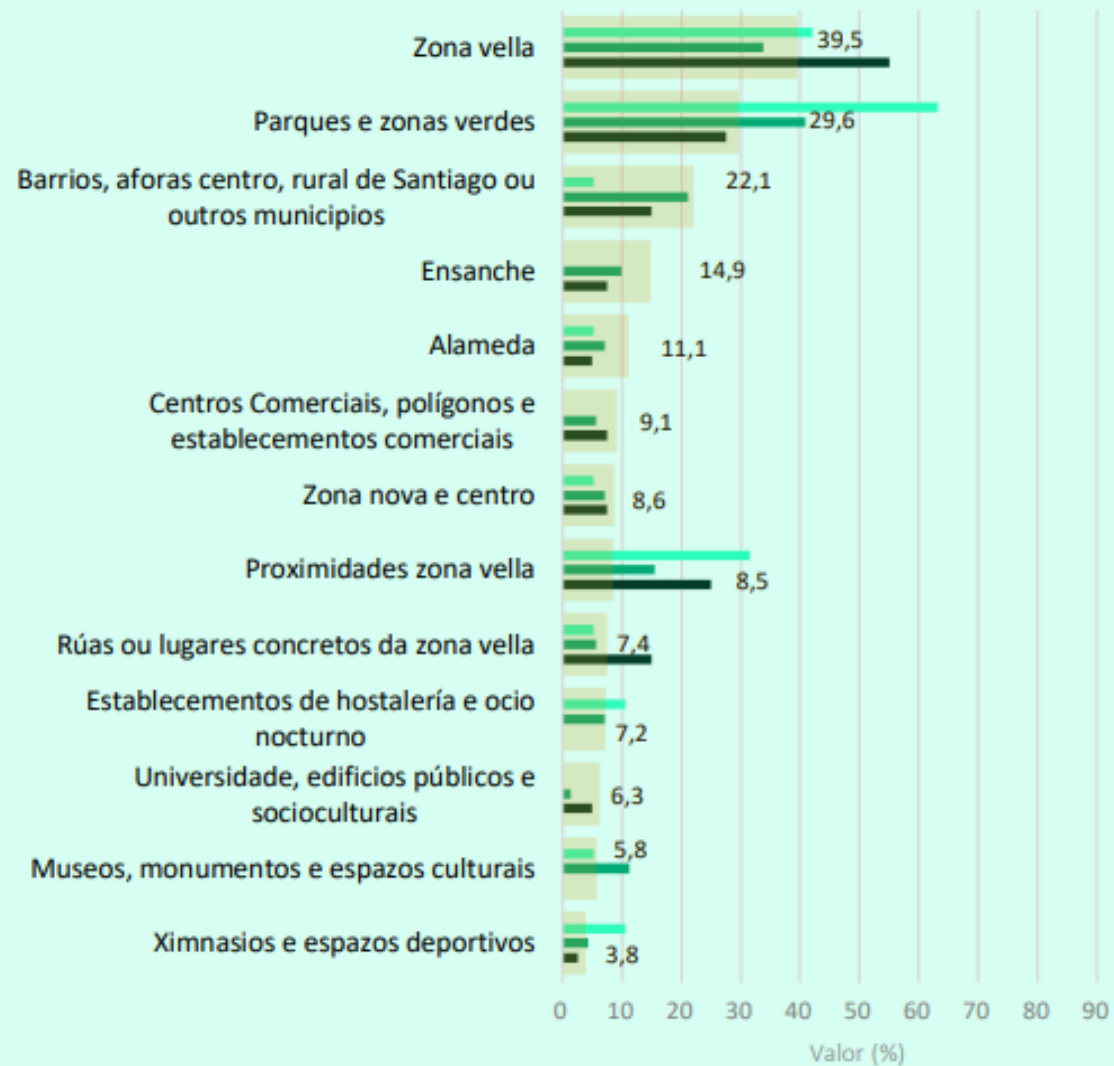
FMR 24. ESPAZOS DE STG MÁIS USADOS



Santiago Zona Monumental Ames Teo Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 24. ESPAZOS DE STG MÁIS USADOS

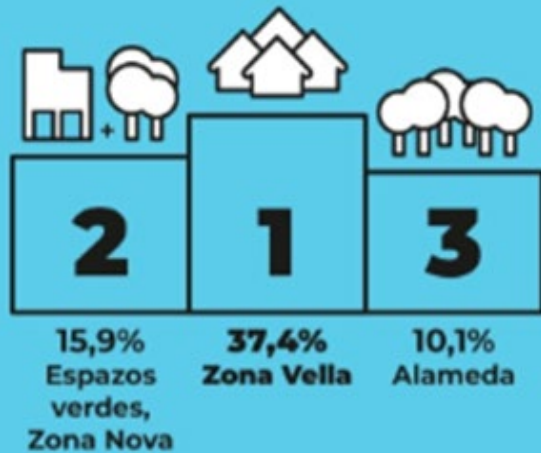


Residente SP Residente ACT/PAST SP Punto mostraxe SP Mostra completa

P21B. Faz vida na parte antiga?

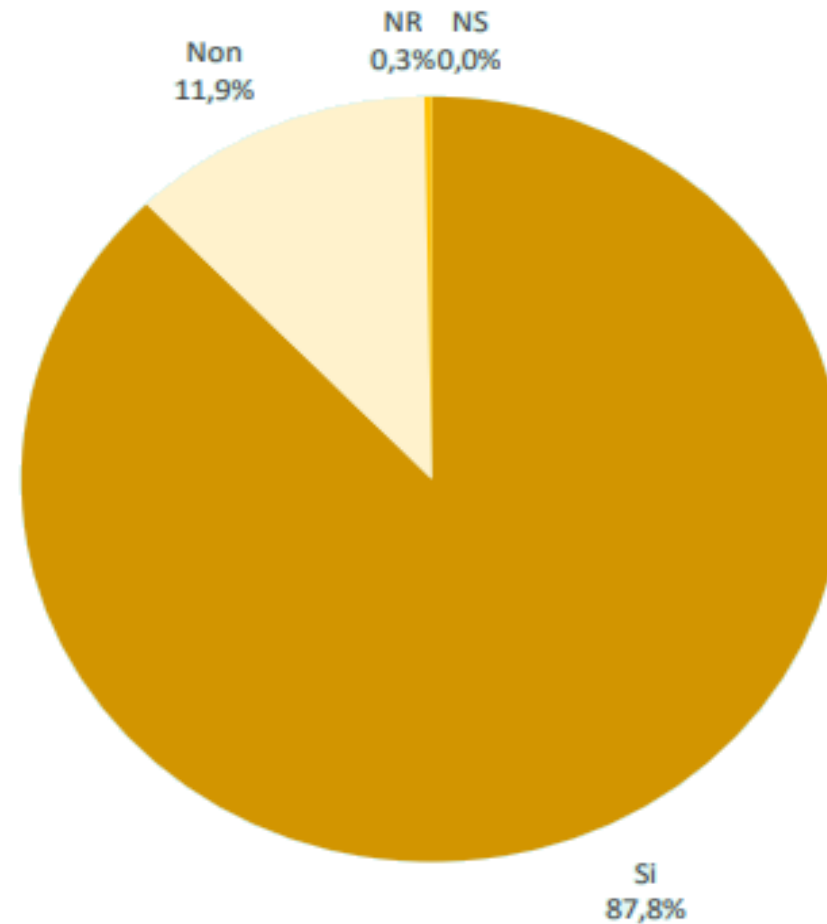
2013-15

Fóra dos usos propios das nosas obrigas laborais, entre os diferentes espazos da cidade que preferimos para o noso lecer e as nosas compras destaca a Zona Vella.



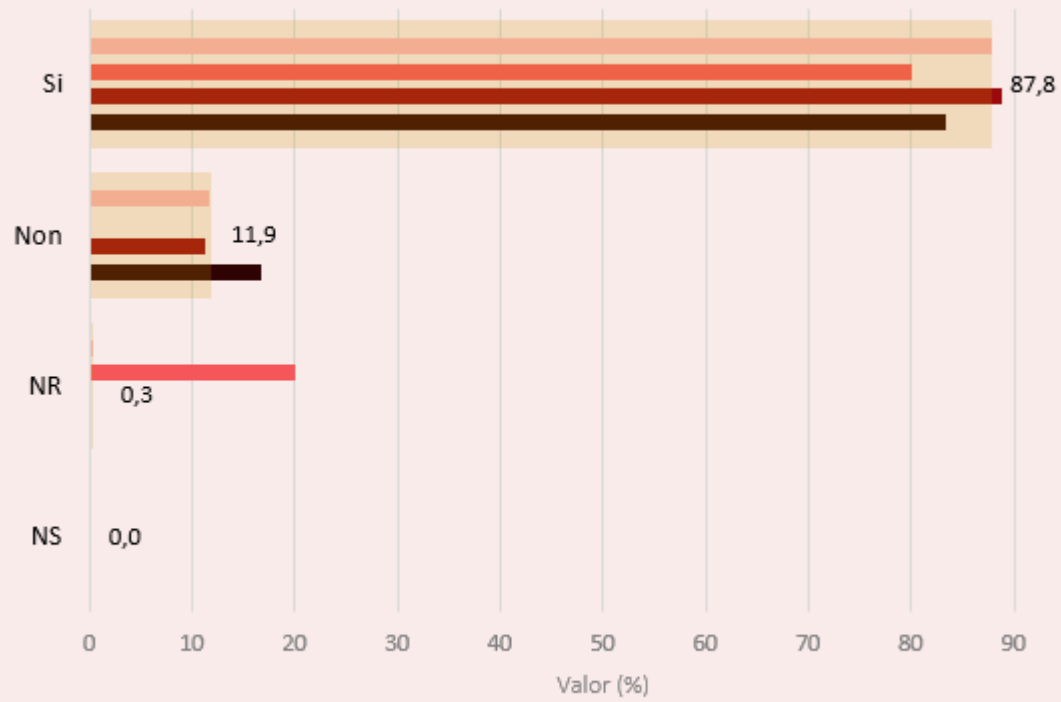
2023-24

FMC 25. FAI VIDA NA ZV (n=695)



ZONA MONUMENTAL

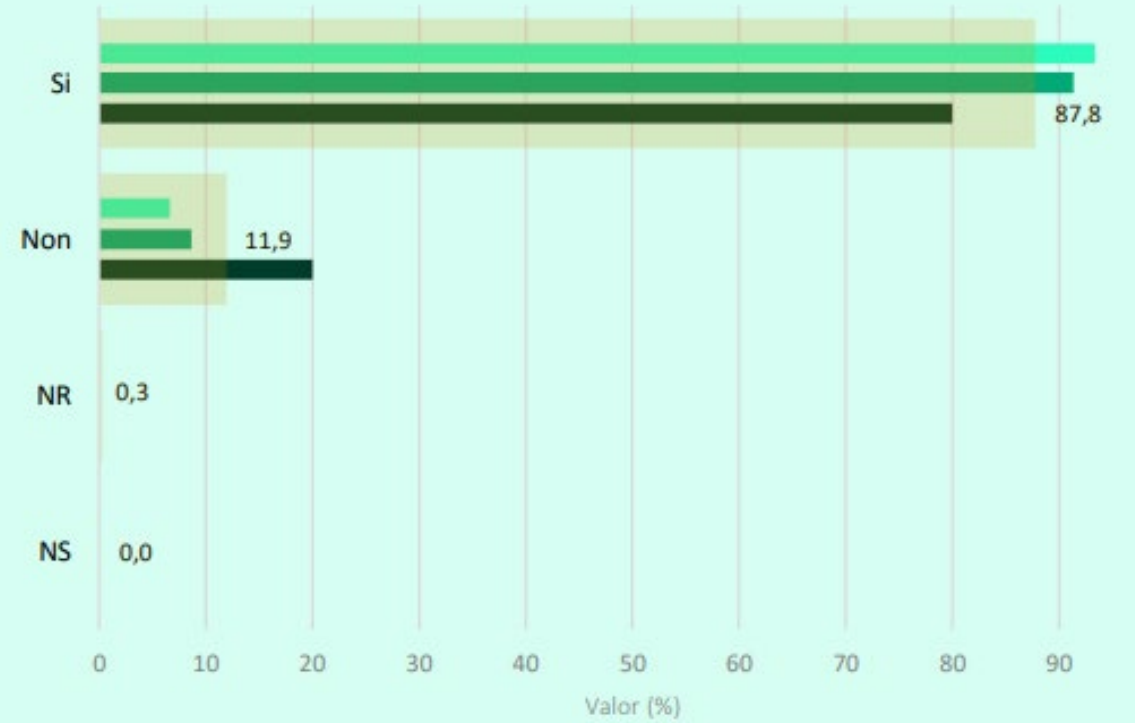
FMR 25. FAI VIDA NA ZV



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 25. FAI VIDA NA ZV



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P21C. Que actividade/s realiza na parte antiga?

2013-15

En xeral, usámola máis para pasearmos (45,5%), tomarmos algo (31,4%), irmos de compras (15,1%) e asistirmos a actividades culturais (13%), aínda que neste último caso estudantes e persoas xubiladas van menos.

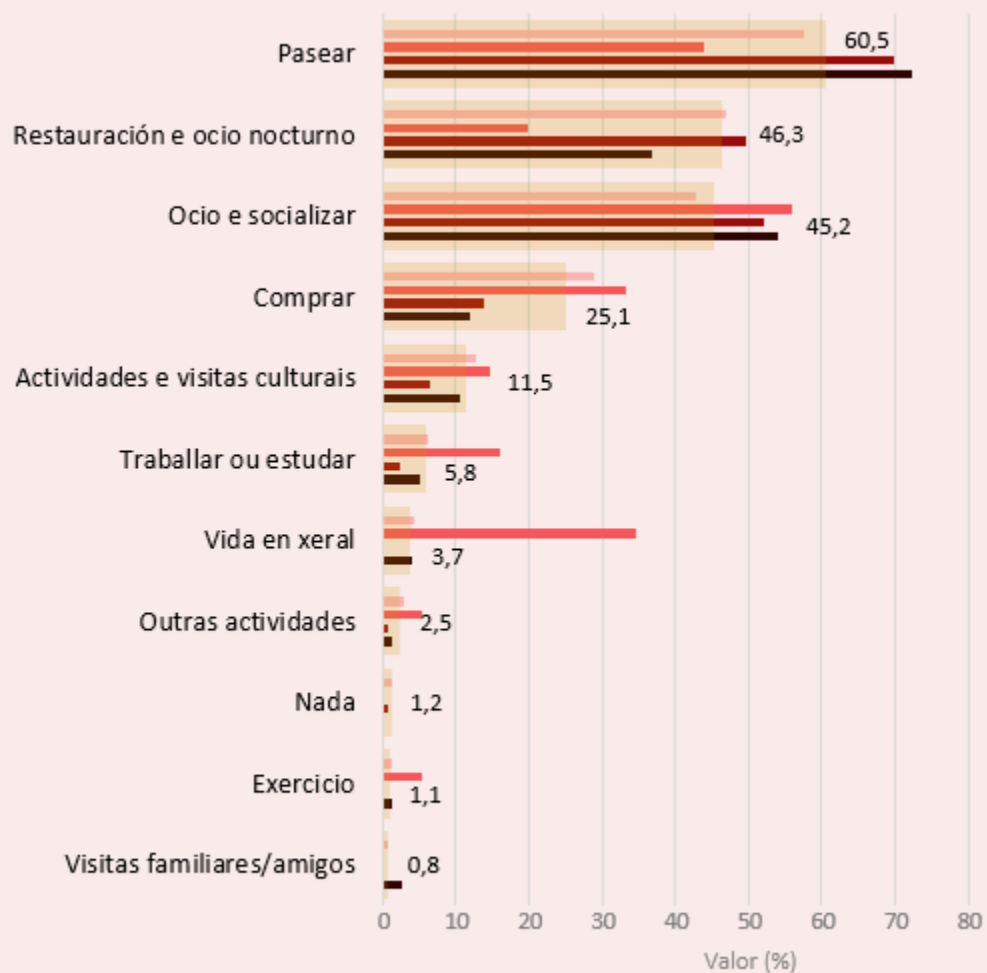
2023-24

FMC 26. ACTIVIDADES REALIZADAS NA ZV (n=840)



ZONA MONUMENTAL

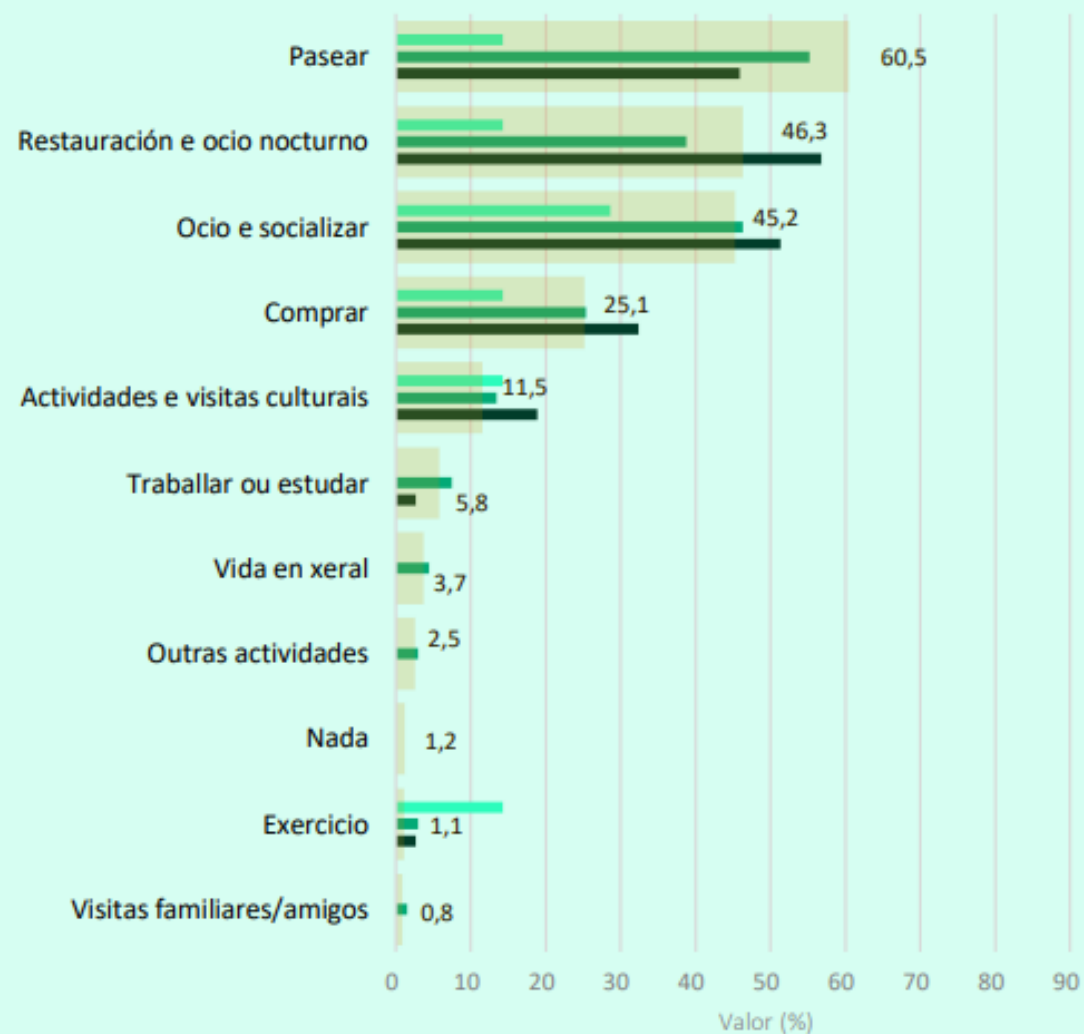
FMR 26. ACTIVIDADES REALIZADAS NA ZV



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 26. ACTIVIDADES REALIZADAS NA ZV



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

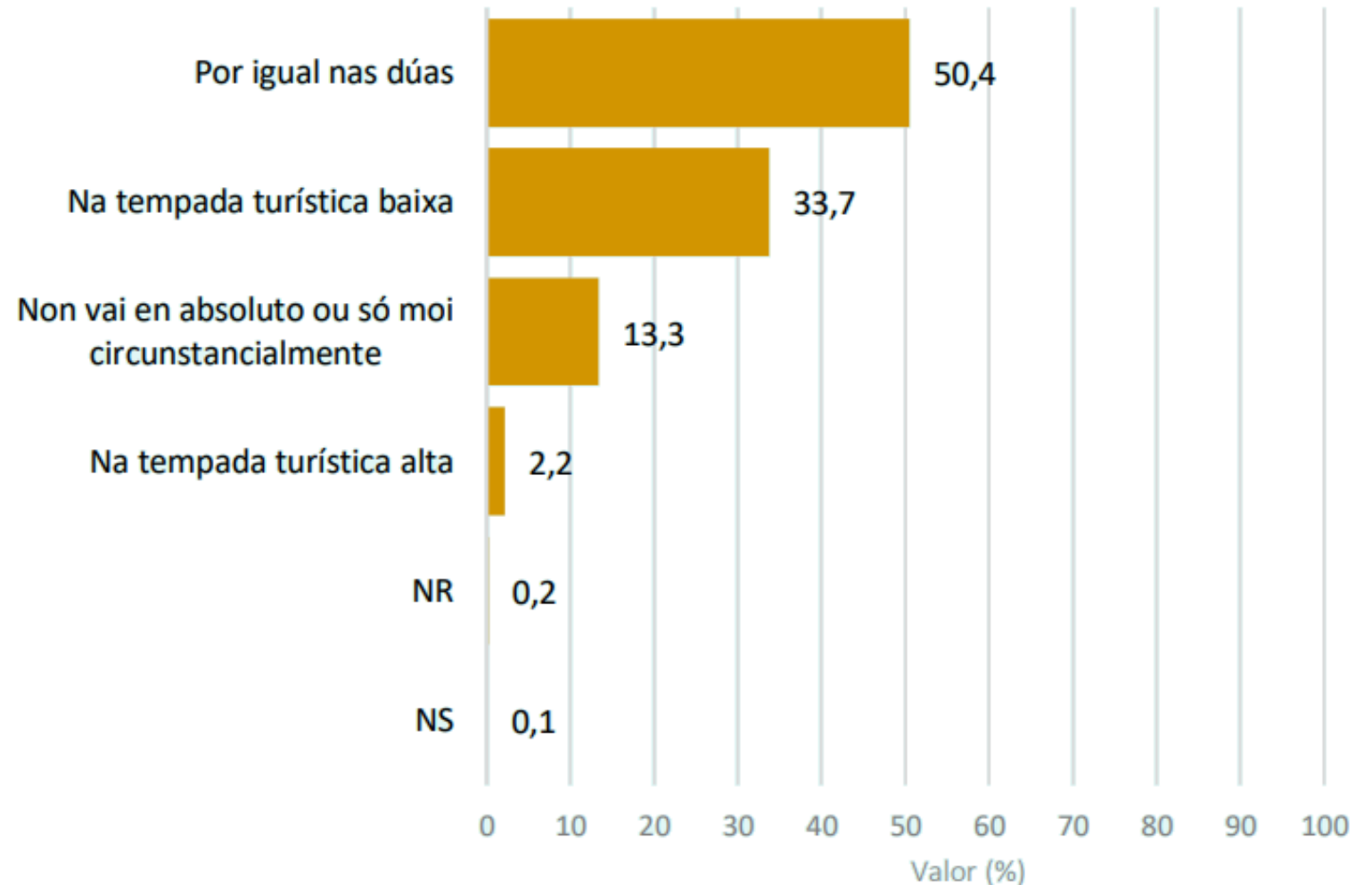
P21 bis. Falando na Zona Antiga em particular, quando vai mais?

2013-15

2023-24

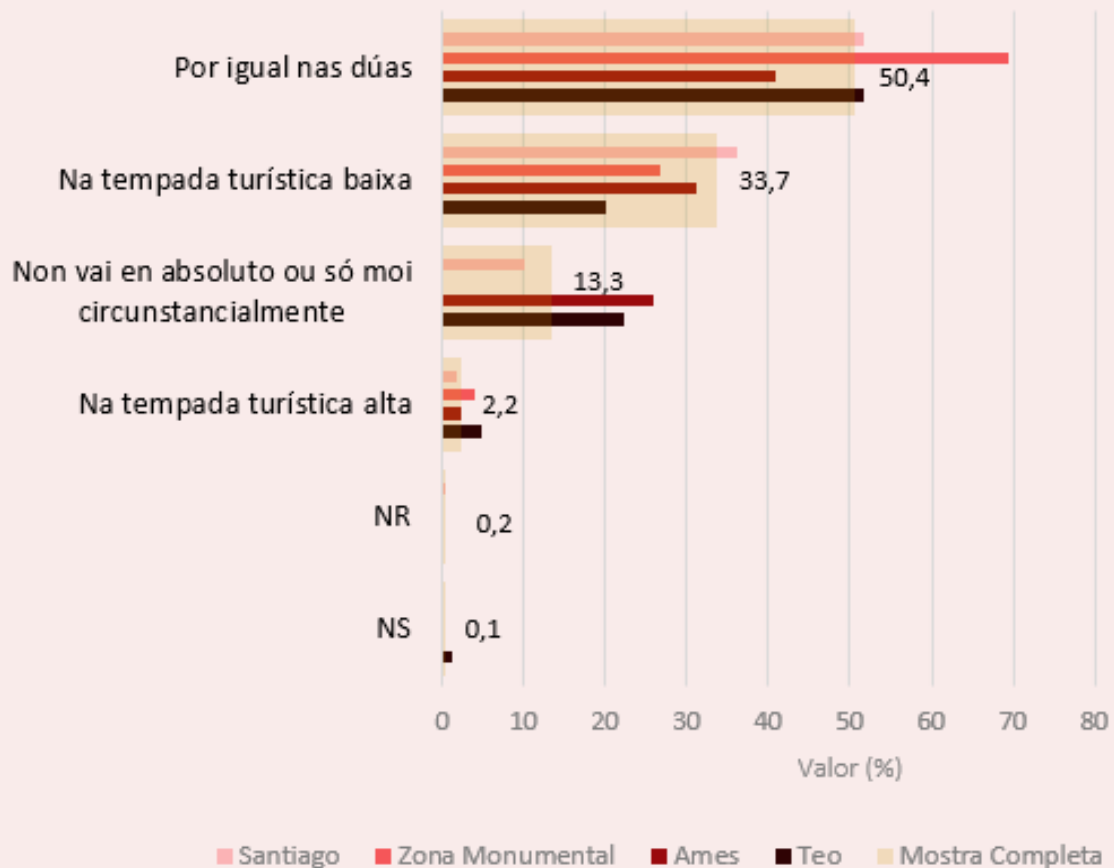
Pergunta
adicionada
em 2023

FMC 27. PERÍODO NO QUE VISITA A ZV (N=914)



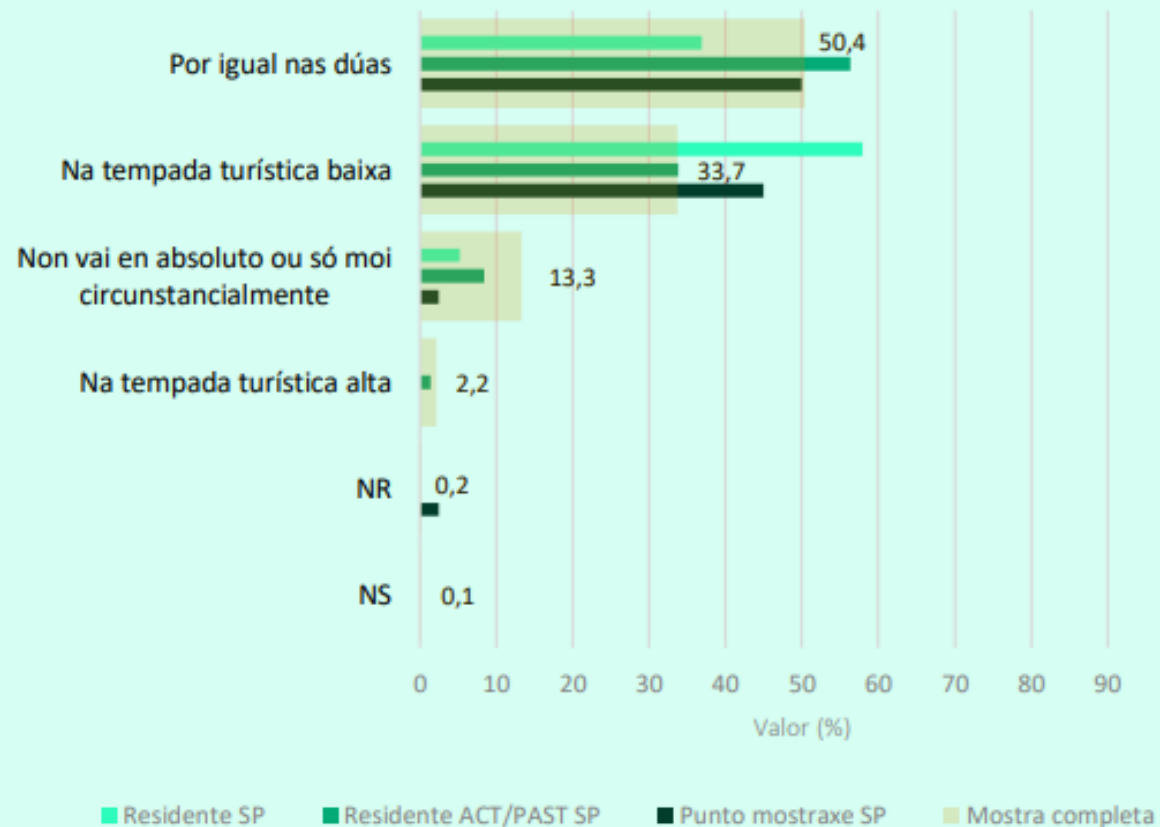
ZONA MONUMENTAL

FMR 27. PERÍODO NO QUE VISITA A ZV



SAN PEDRO

FMSP 27. PERÍODO NO QUE VISITA A ZV



P7A. Considera que algum elemento importante de Santiago não se conhece fora?

2013-15

Si: 57'2%

Non: 34'3%

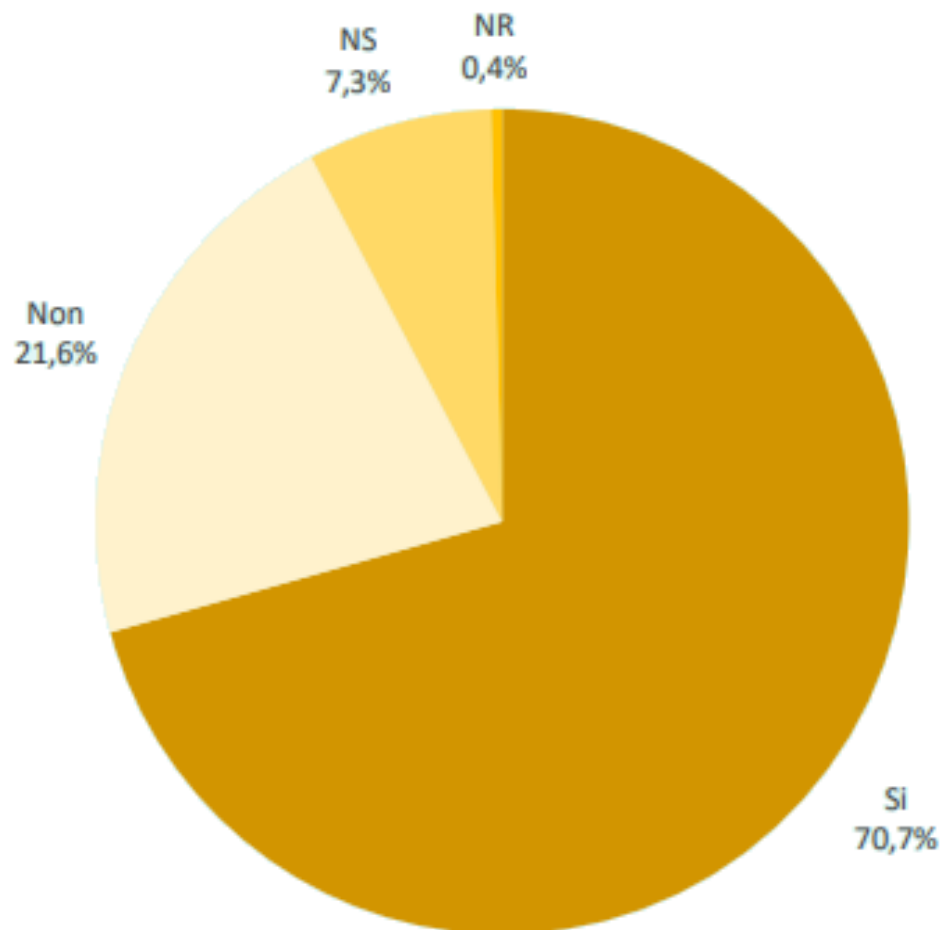
N.S: 8,8%

N.R.: 3'8%

2023-24

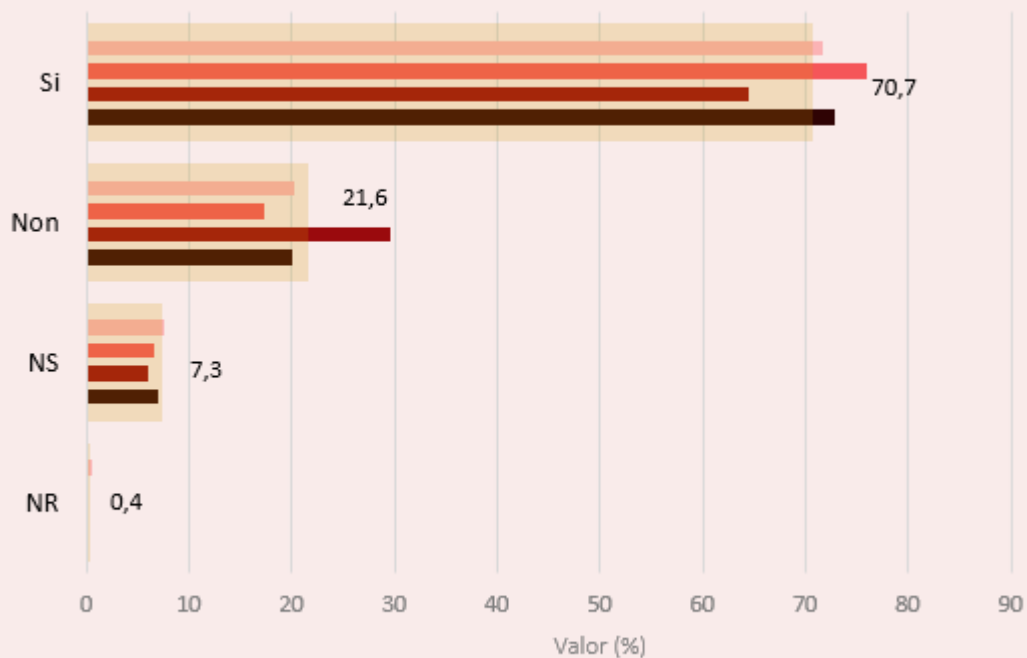
FMC 6. ELEMENTOS IMPORTANTES DE STG DESCOÑECIDOS FÓRA

(N=914)



ZONA MONUMENTAL

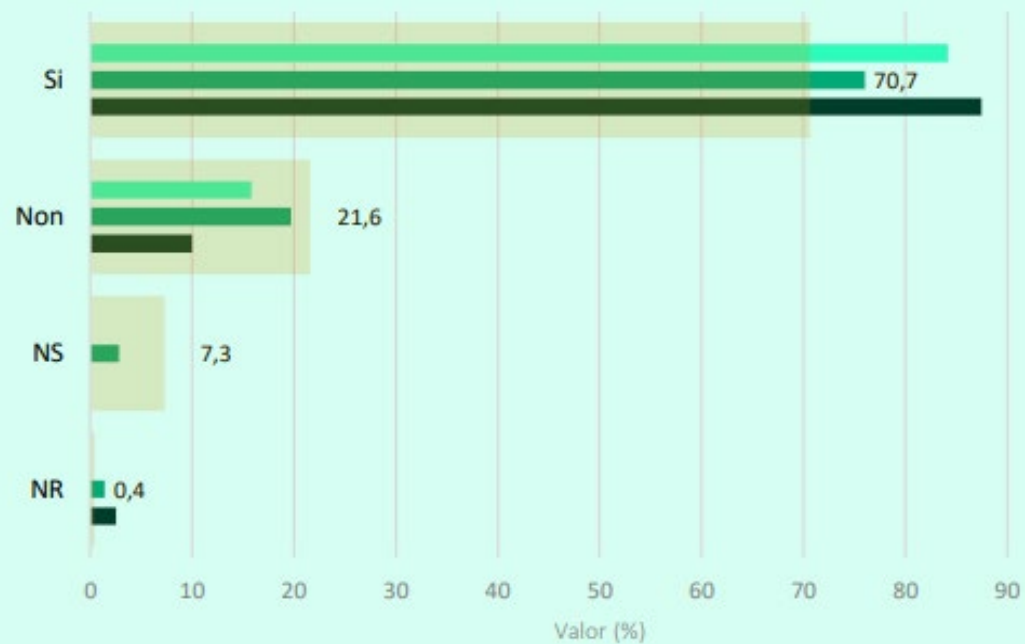
FMR 6. ELEMENTOS IMPORTANTES DE STG DESCOÑECIDOS FÓRA



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

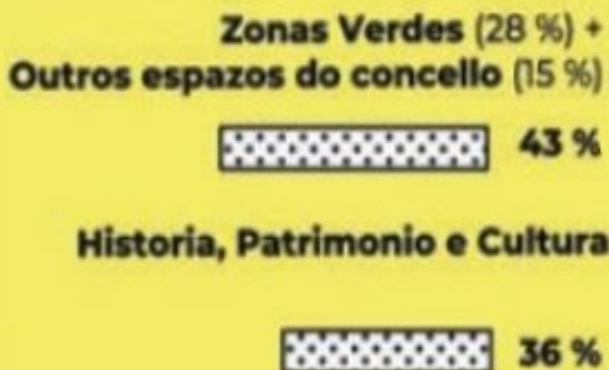
FMSP 6. ELEMENTOS IMPORTANTES DE STG DESCOÑECIDOS FÓRA



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P7B. Quais seriam as imagens alternativas de Santiago?

2013-15



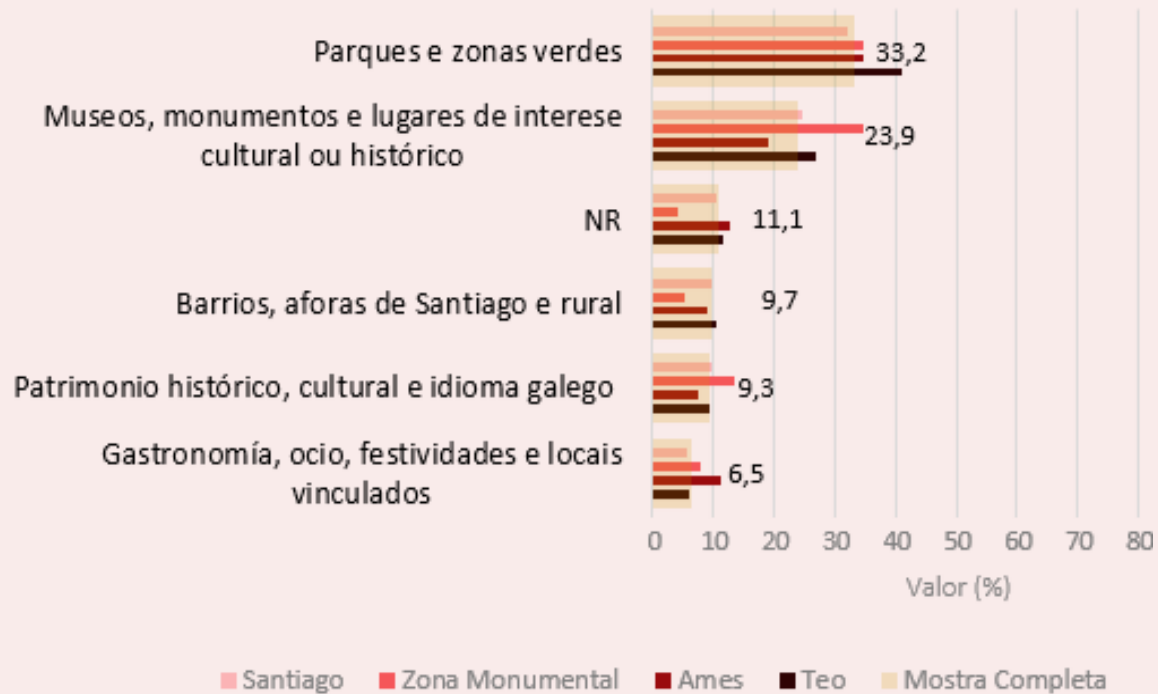
2023-24

FMC 7. IMAXES ALTERNATIVAS DE STG (N=914)



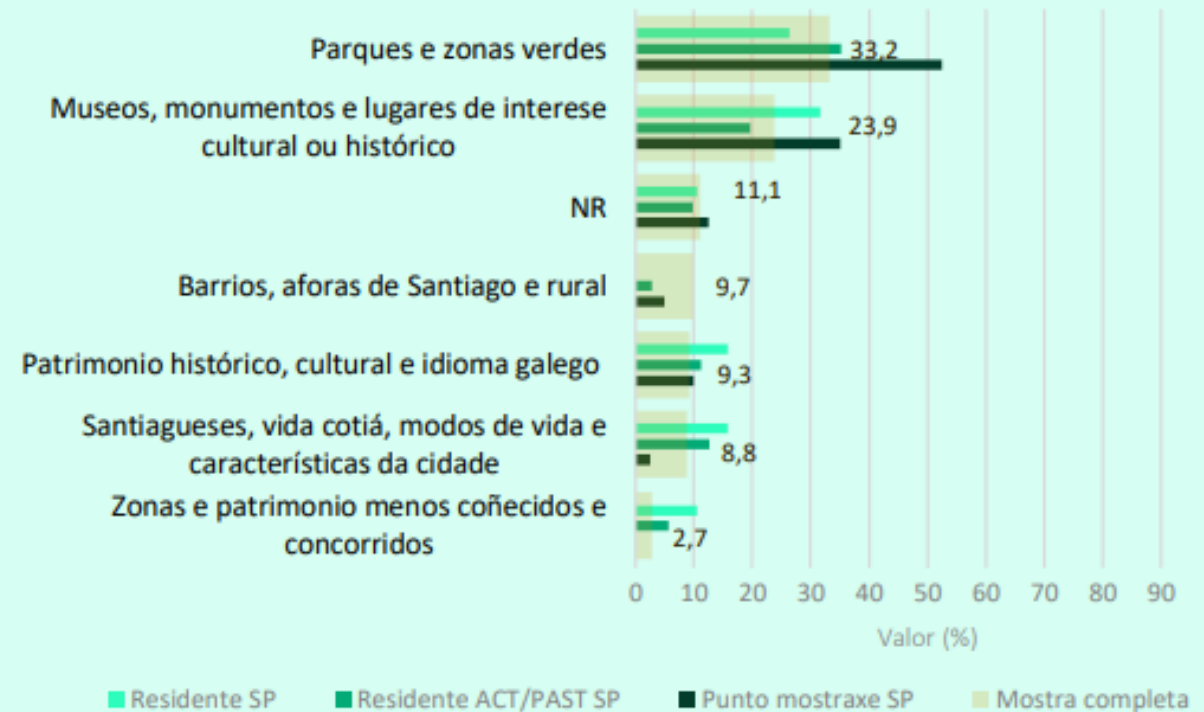
ZONA MONUMENTAL

FMR 7. IMAXES ALTERNATIVAS DE STG



SAN PEDRO

FMSP 7. IMAXES ALTERNATIVAS DE STG



P8. Concorda com a imaxe que se vende de Santiago? E com as políticas turísticas?

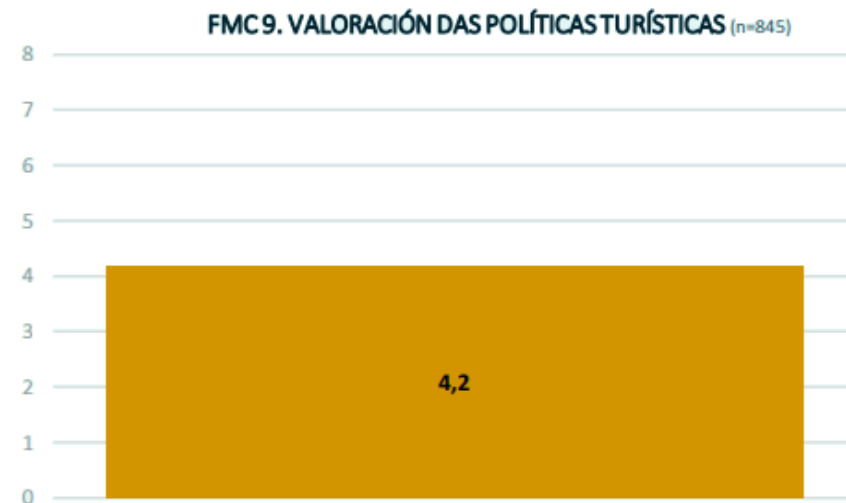
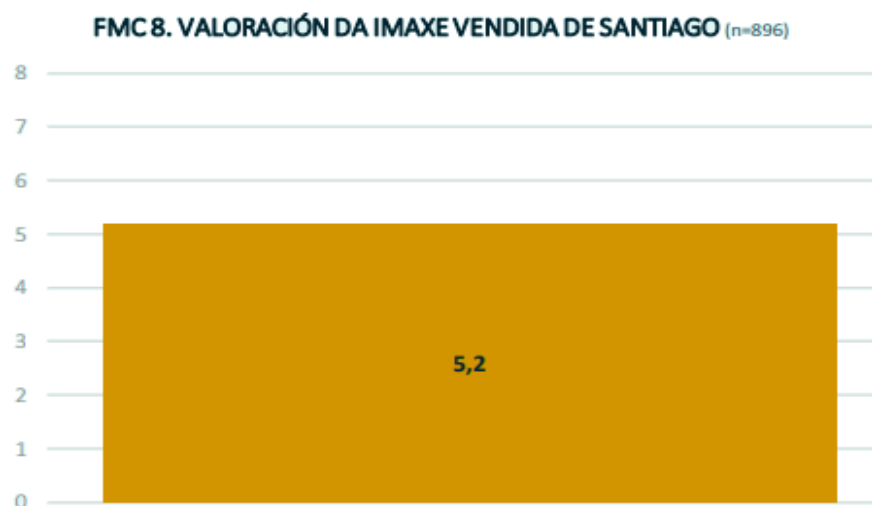
2013-15

Imagem vendida

5'63

sobre 8

2023-24



ZONA MONUMENTAL

FMR 8. VALORACIÓN DA IMAXE VENDIDA DE STG FMR 9. VALORACIÓN DAS POLÍTICAS TURÍSTICAS



SAN PEDRO

FMSP 8. VALORACIÓN DA IMAXE VENDIDA DE STG FMSP 9. VALORACIÓN DAS POLÍTICAS TURÍSTICAS



P8B bis. Preferia que o turismo fosse distribuído ao longo do ano ou que se mantivesse concentrado entre abril e outubro?

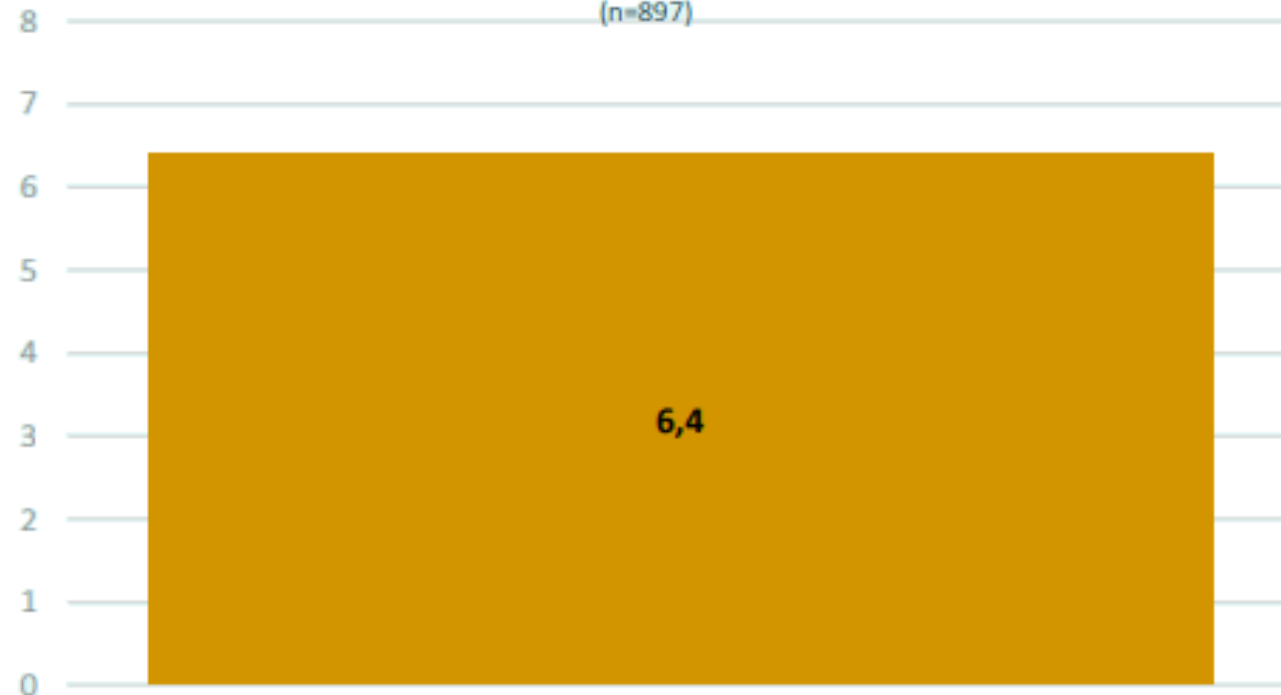
2013-15

2023-24

Pergunta
adicionada
em 2023

FMC 10. VALORACIÓN DA DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DO TURISMO

(n=897)



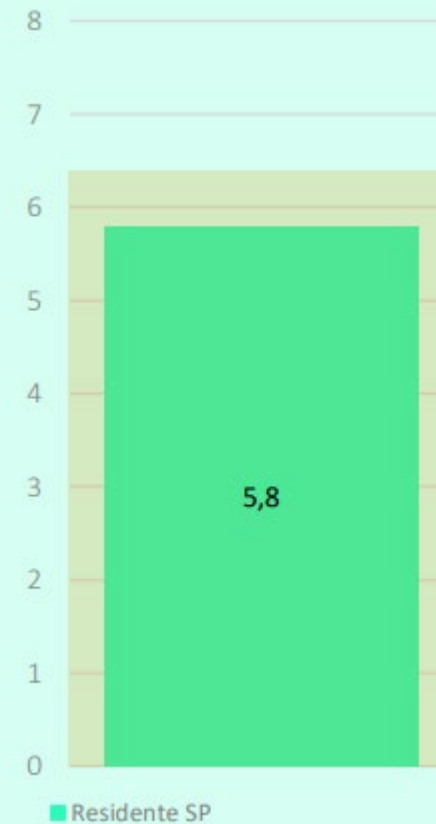
ZONA MONUMENTAL

FMR 10. VALORACIÓN DA DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DO TURISMO



SAN PEDRO

FMSP 10. VALORACIÓN DA DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DO TURISMO

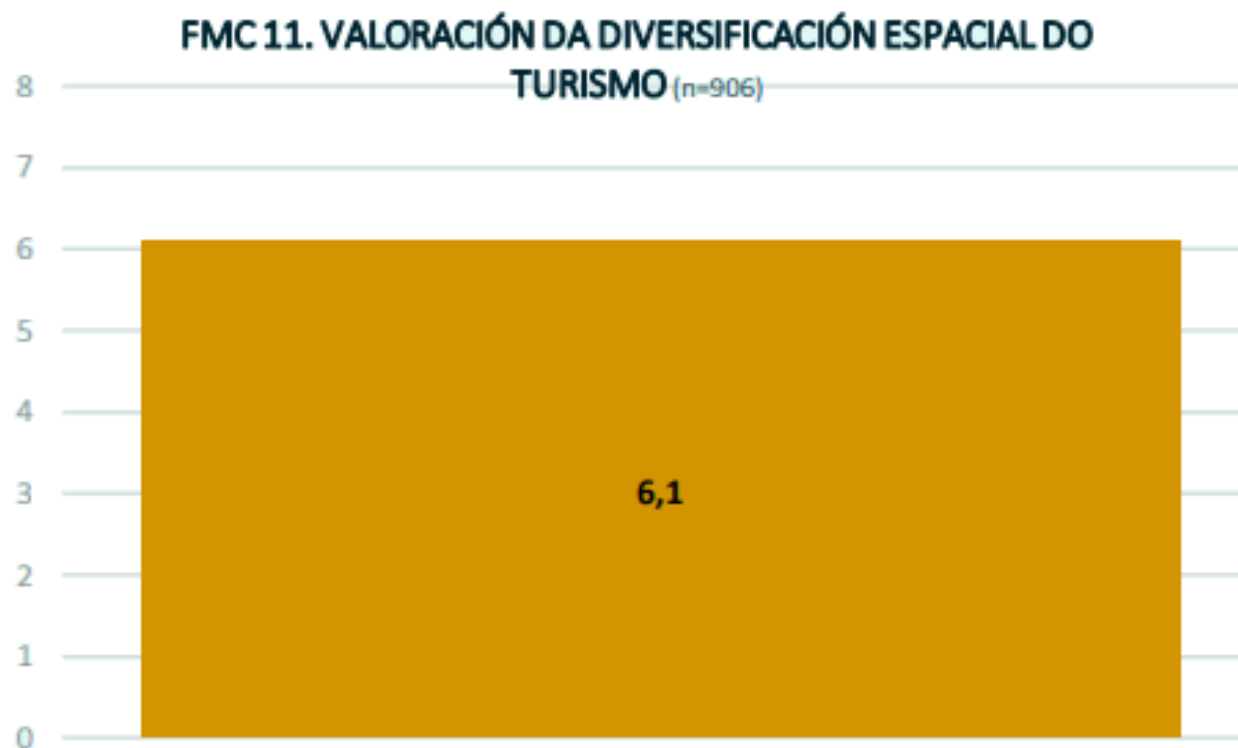


P8C bis. Preferia que o turismo fosse diversificado por toda a cidade ou que se mantivesse concentrado na parte antiga?

2013-15

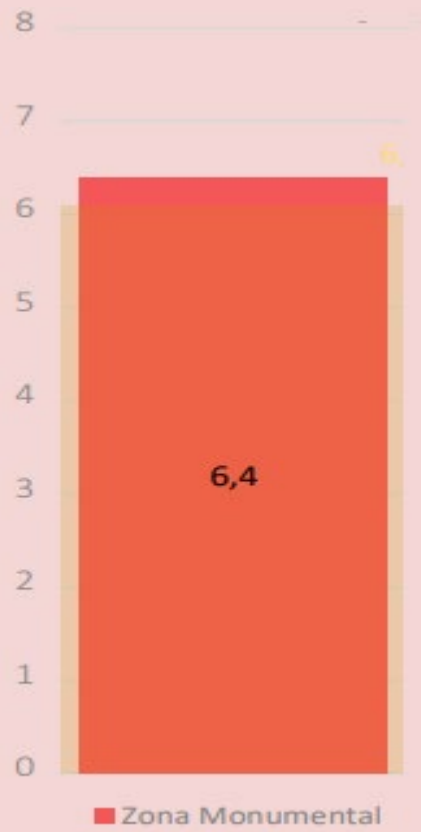
2023-24

Pergunta
adicionada
em 2023



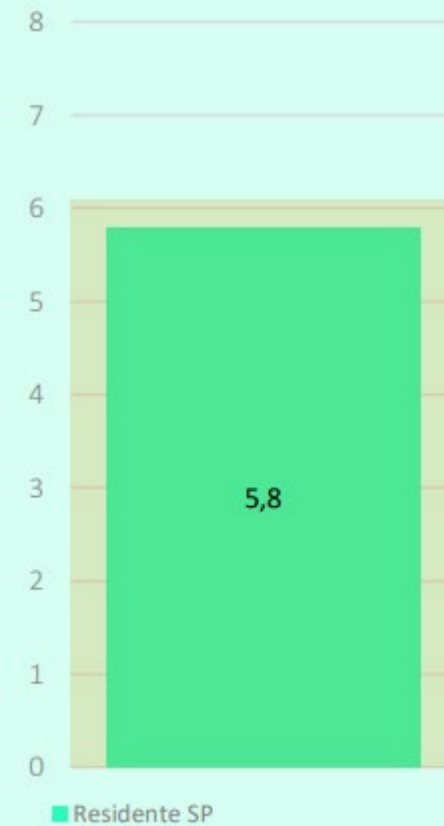
ZONA MONUMENTAL

FMR 11. VALORACIÓN DA DIVERSIFICACIÓN ESPACIAL DO TURISMO



SAN PEDRO

FMSP 11. VALORACIÓN DA DIVERSIFICACIÓN ESPACIAL DO TURISMO



P22. Gosta do tipo de turistas que vêm a Santiago?

2013-15

O conjunto da mostra gosta do tipo de turista: **6'2/8**.

Um pouco menos se considerarmos só Santiago.



2023-24

FMC 28. VALORACIÓN TIPO DE TURISTA (n=895)



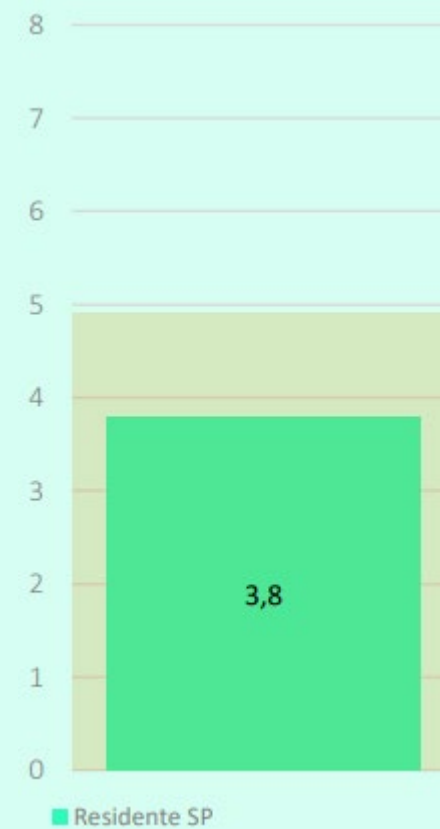
ZONA MONUMENTAL

FMR 28. VALORACIÓN TIPO DE TURISTA



SAN PEDRO

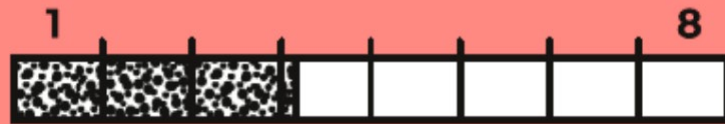
FMSP 28. VALORACIÓN TIPO DE TURISTA



P23A. Preferiria outro tipo de turista?

2013-15

Preferiria outro tipo de turista **3,11**

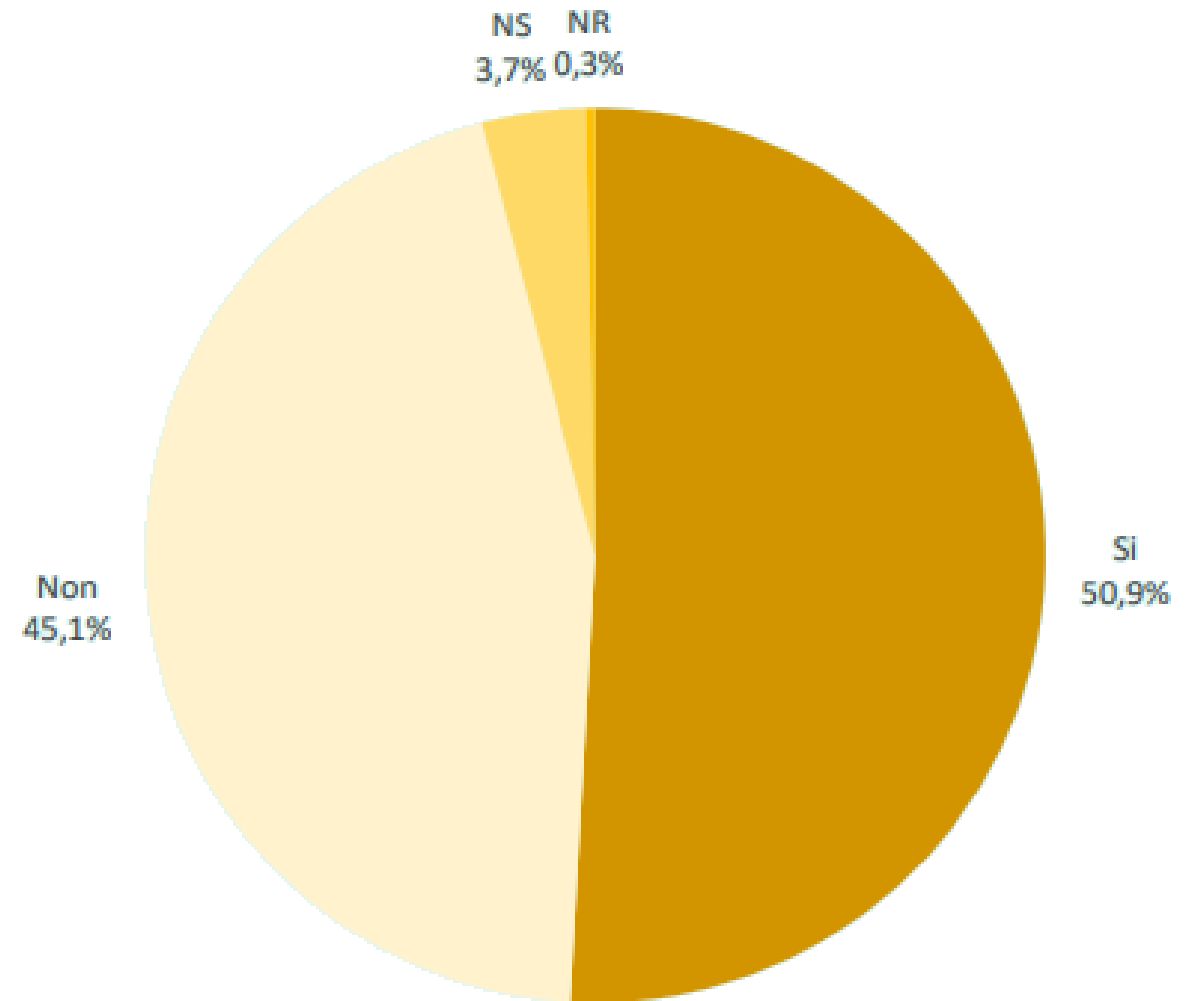


Non preferiria outro tipo de turista **2,46**



2023-24

FMC 29. PREFERENCIA POR OUTRO TIPO DE TURISTA (N=914)



Total

Si 31,9%

Non 68,1%

Total

100%

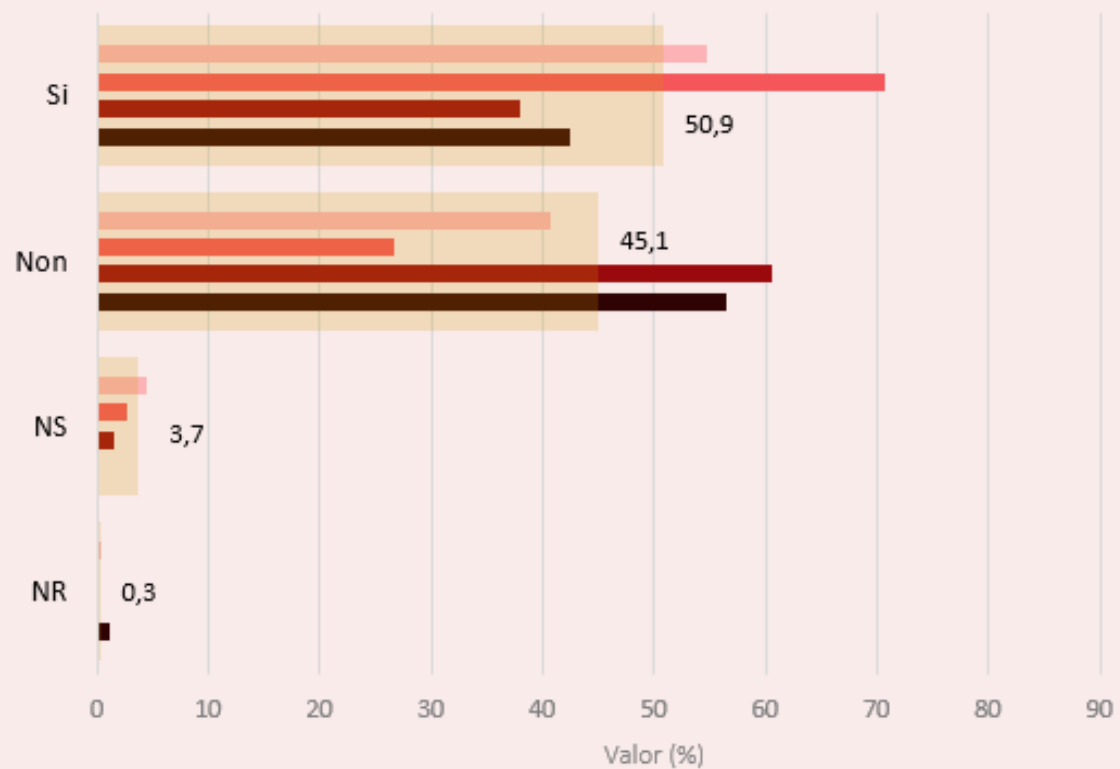
Preferiria outro tipo de turista?

Si

Non

ZONA MONUMENTAL

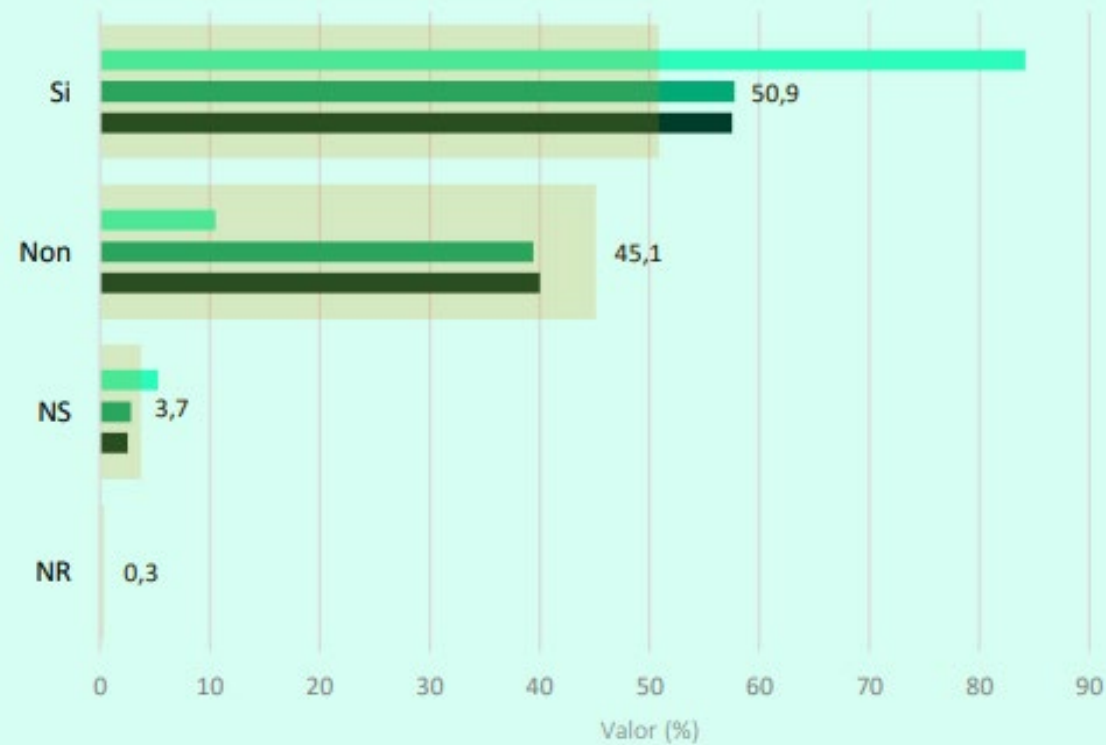
FMR 29. PREFERENCIA POR OUTRO TIPO DE TURISTA



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

SAN PEDRO

FMSP 29. PREFERENCIA POR OUTRO TIPO DE TURISTA



■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

P23B. No caso de resposta afirmativa em 23A. Qual seria esse outro tipo de turista?

2013-15

2023-24

FMC 30. PERFIL TURISTA TIPO (n=482)

Pergunta
adicionada
em 2023



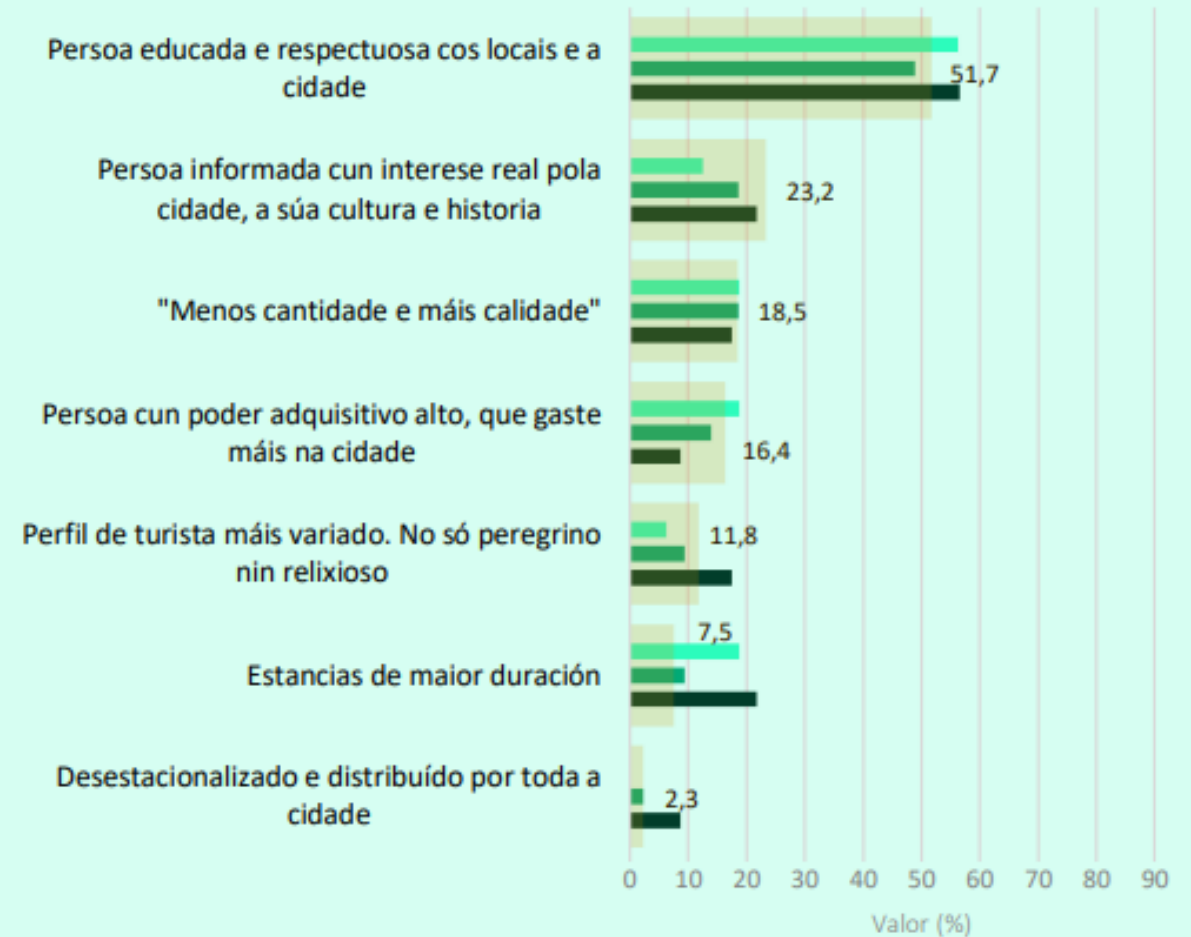
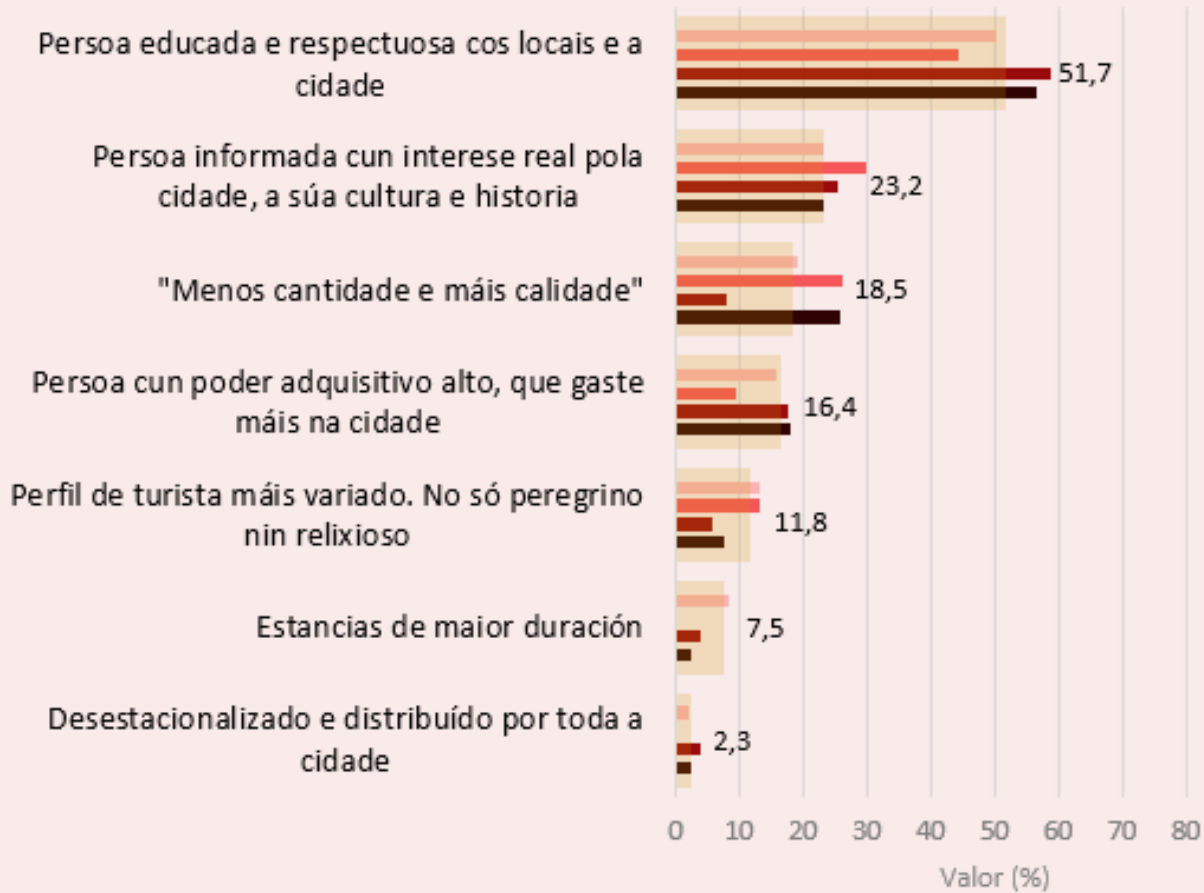
ZONA MONUMENTAL

SAN PEDRO

Área del gráfico

FMR 30. PERFIL TURISTA TIPO

FMSP 30. PERFIL TURISTA TIPO



■ Santiago
 ■ Zona Monumental
 ■ Ames
 ■ Teo
 ■ Mostra Completa

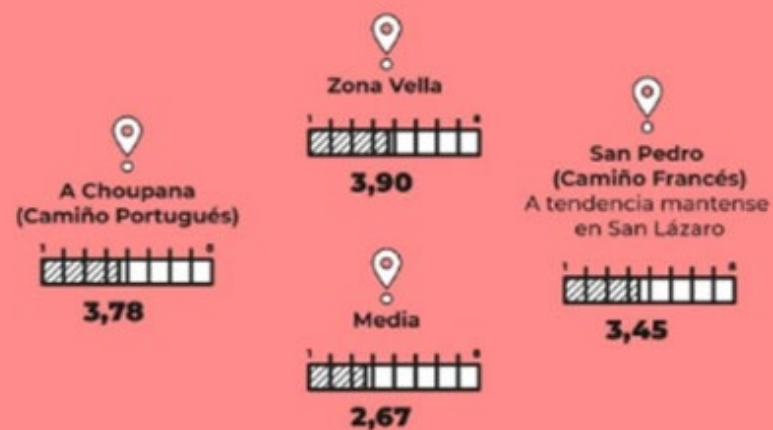
■ Residente SP
 ■ Residente ACT/PAST SP
 ■ Punto mostraxe SP
 ■ Mostra completa

P25A. Percebe que o seu modo de vida se modifica por causa da chegada de visitantes à cidade?

2013-15

2'61 em média

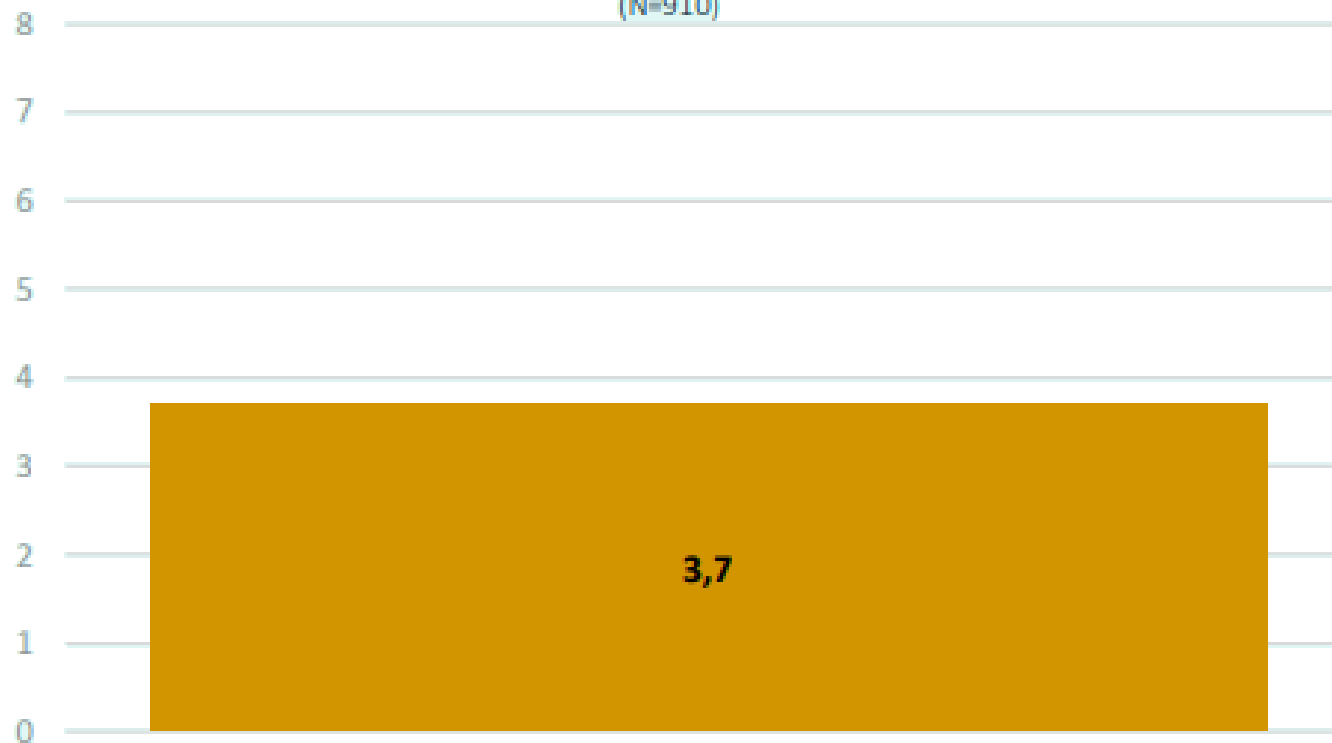
POR ZONAS:



2023-24

FMC31. CAMBIO MODO DE VIDA POR MOR DOS VISITANTES

(N=910)



ZONA MONUMENTAL

FMR 31. CAMBIO MODO DE VIDA POR MOR DOS VISITANTES



SAN PEDRO

FMSP 31. CAMBIO MODO DE VIDA POR MOR DOS VISITANTES



P26. Pensa que a zona antiga ou partes dela devem ser reservadas fundamentalmente ao turismo?

2013-15



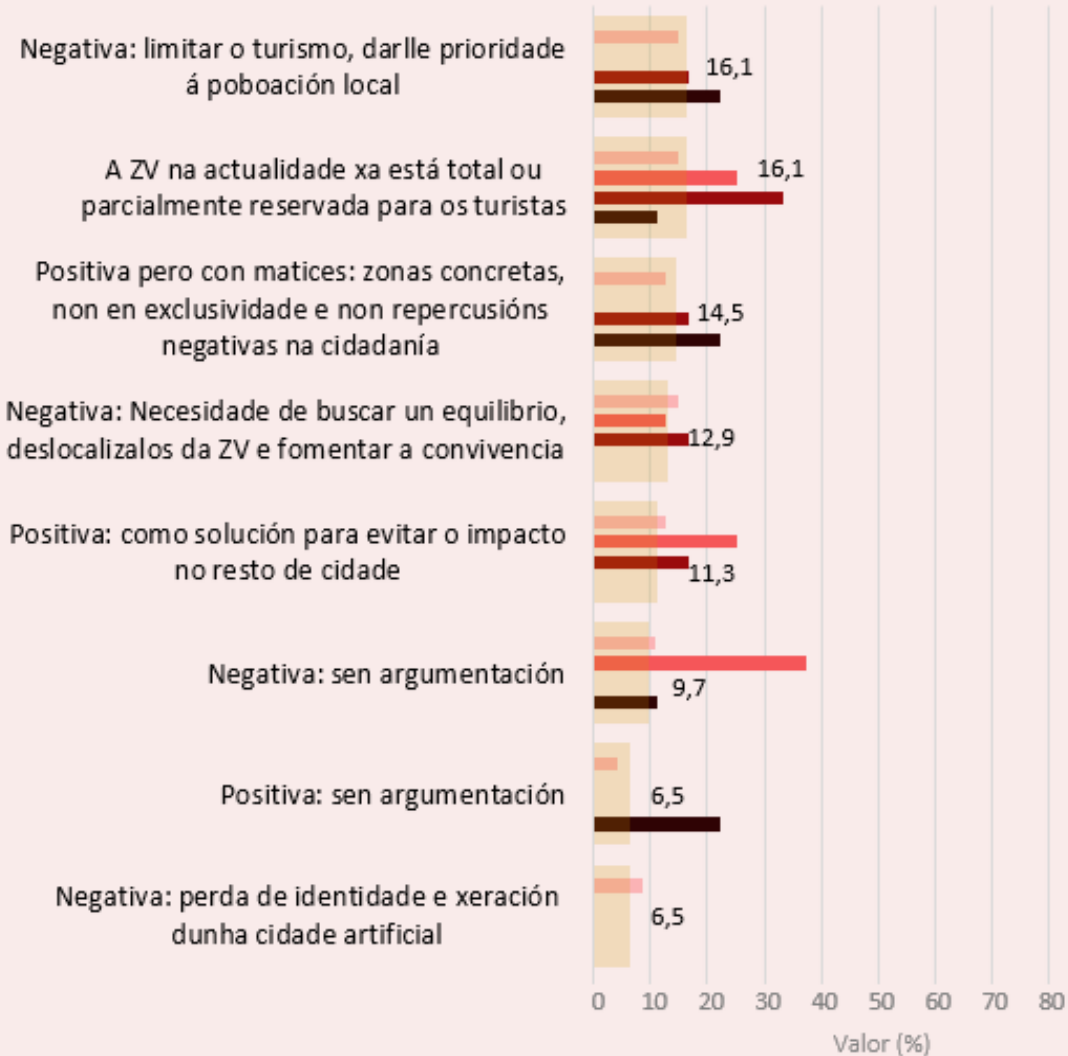
2023-24

FMC 32. ZV RESERVADA AO TURISMO (n=62)



ZONA MONUMENTAL

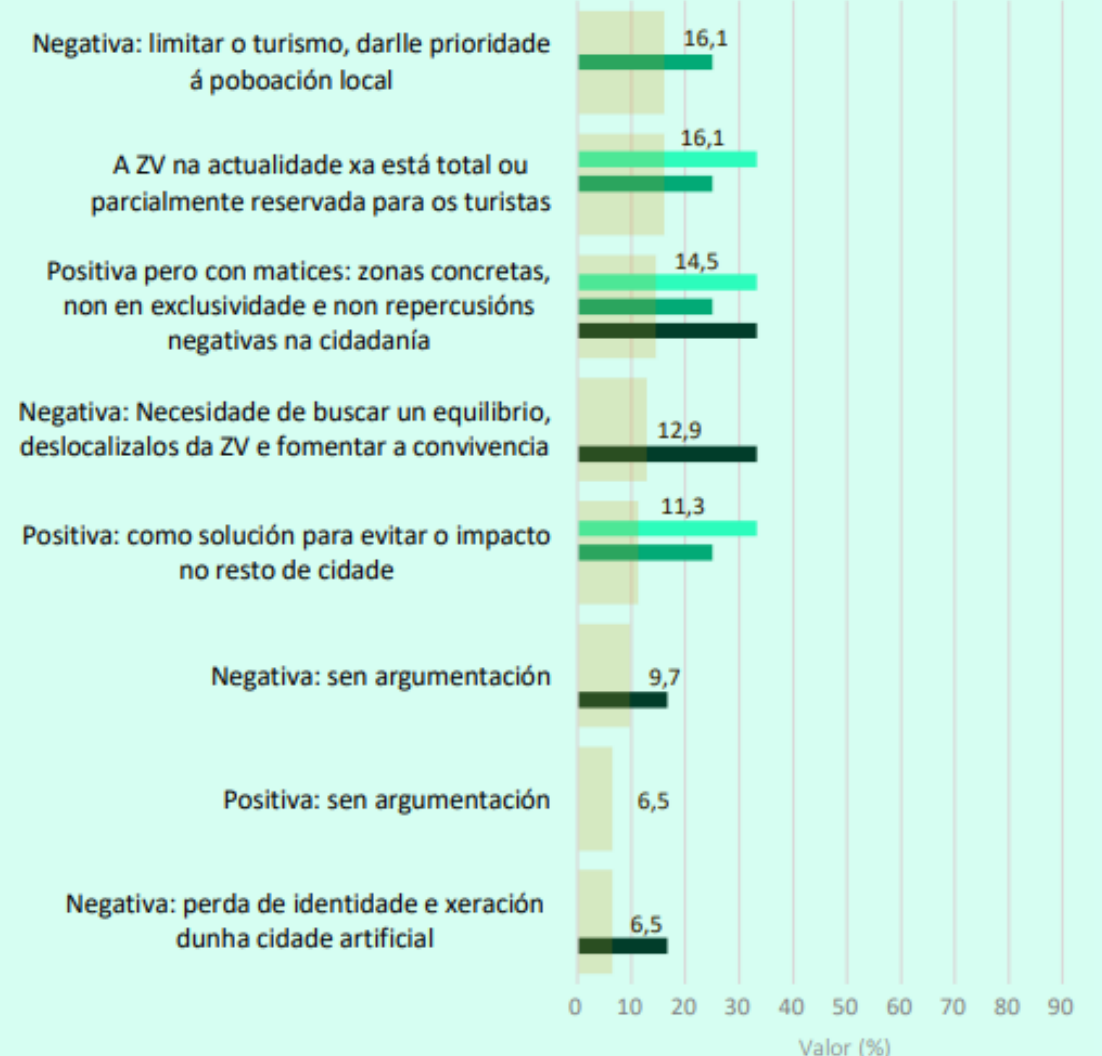
FMR 32. ZV RESERVADA AO TURISMO



■ Santiago ■ Zona Monumental ■ Ames ■ Teo ■ Mostra Completa

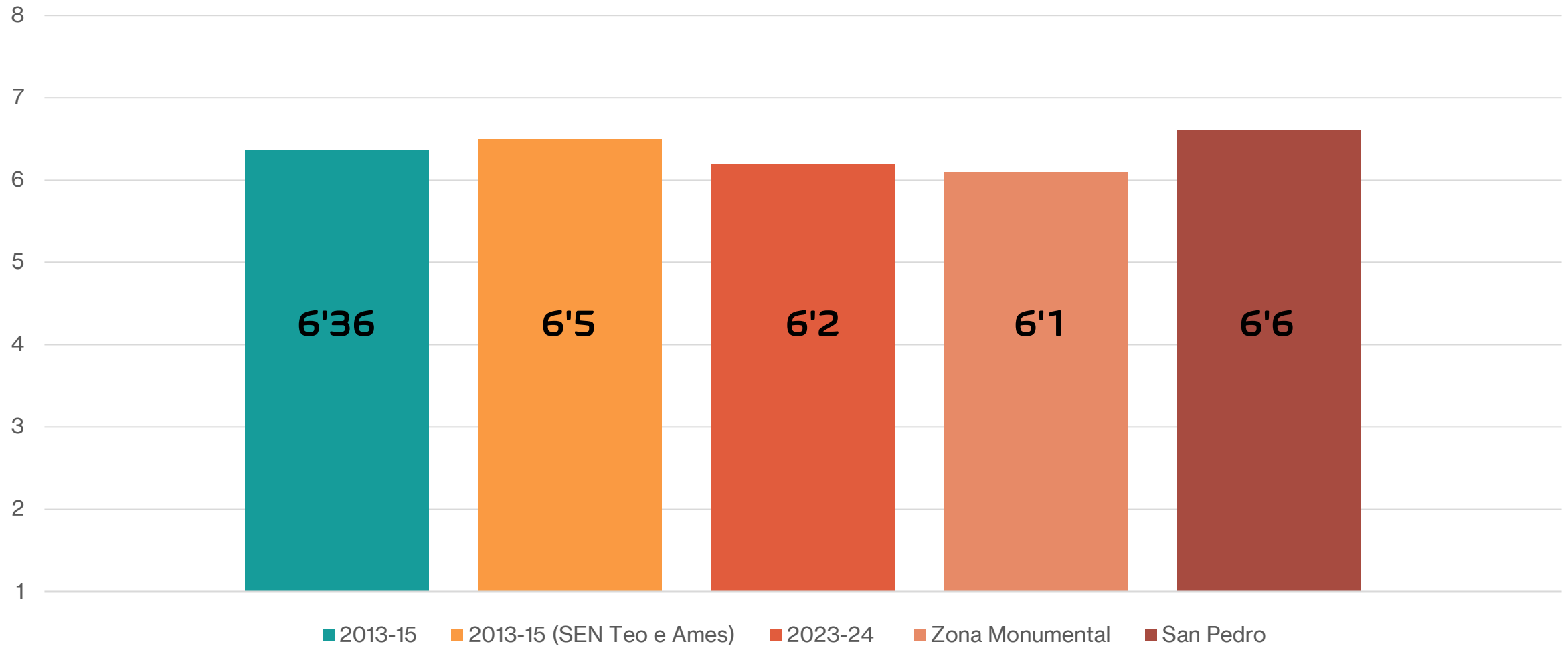
SAN PEDRO

FMSP 32. ZV RESERVADA AO TURISMO

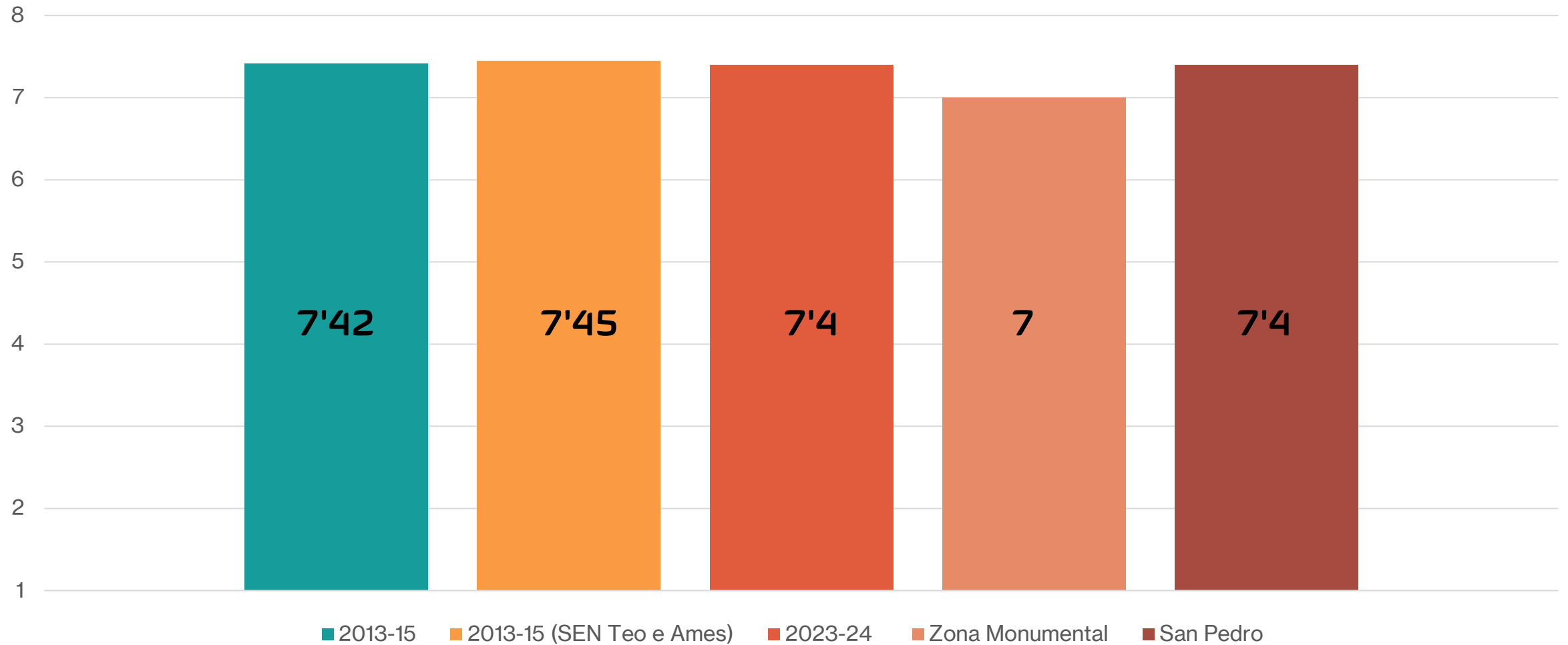


■ Residente SP ■ Residente ACT/PAST SP ■ Punto mostraxe SP ■ Mostra completa

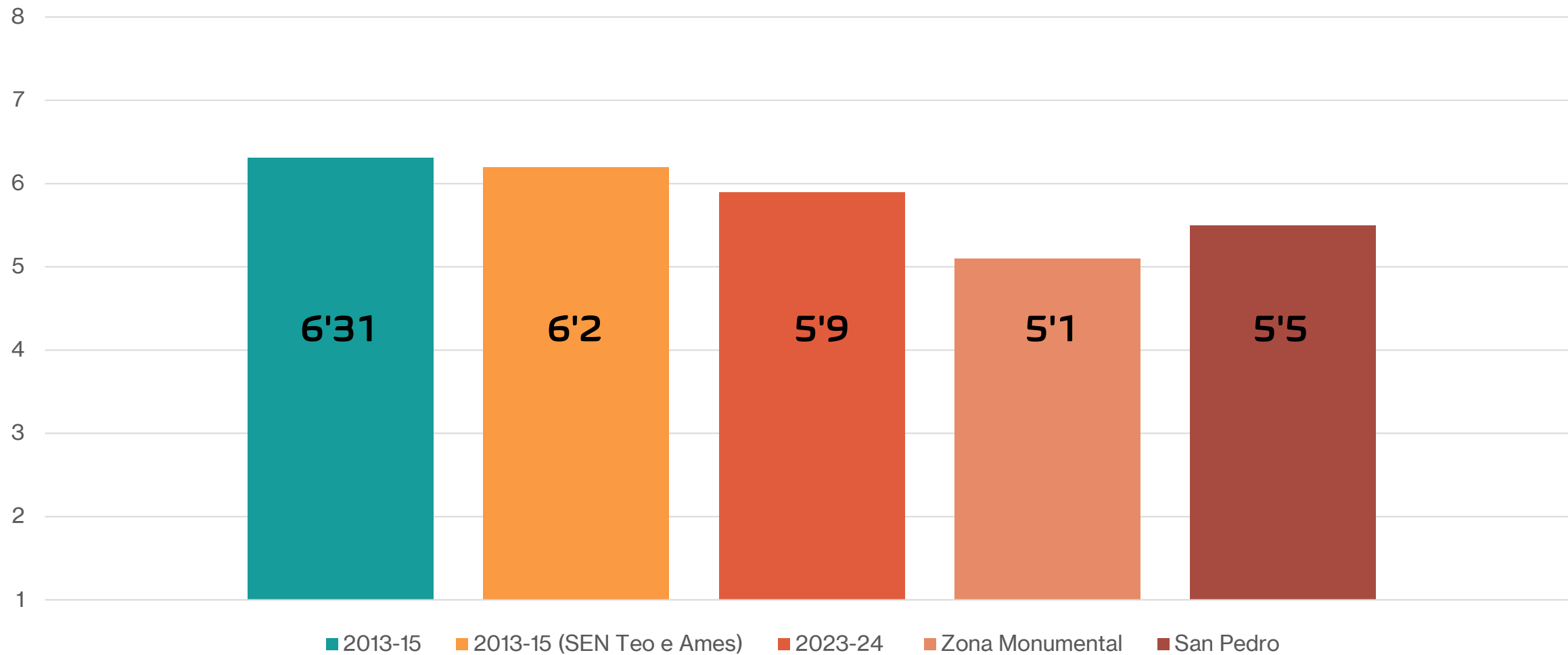
P40. Indique o sentimento de pertença ou identificação: **santiaguesa**.



P40. Indique o sentimento de pertença ou identificação: **galega**.



P40. Indique o sentimento de pertença ou identificação: **espanhola**.





CONCLUSIÓN:

- Aumento exponencial do número de peregrin@s
- O Barrio de San Pedro ten valores significativos respecto da amostra completa: agudiza a saturación que se manifesta pola identificación da tríada catedral-Obradoiro-alameda (esta última emerxe agora) e reforza outros en alza: parques e zonas verdes, museos, mercado de abastos e proximidades da zona vella
- A poboación local desapégase do ensanche, barrios fora do centro e cc.comerciais



CONCLUSIÓN:

- A Catedral adquire mellor valoración para a xente que non reside perto
- Clara tendencia á baixa do gusto pola cidade nos últimos 30 anos (no barrio de San Pedro isto agudízase)
- Revaloración da zona vella e zonas verdes -mas a alameda non acompaña, seguida da catedral e Obradoiro
- O mercado de abastos está moi ben valorado para a poboación local e máis significativamente para @s residentes de proximidade



CONCLUSIÓN:

- As zonas de compra preferidas son os establecementos do propio barrio e percíbense con pouca variedade
 - Boa valoración da imaxe de Santiago (menos da derivada de políticas turísticas) e preferencia pola desestacionalización
 - Aumento considerábel da preferencia da poboación local por «outro tipo de turista».
- Perfil d@ turista desexado: persoa educada e respectuosa cos locais e a cidade, seguido da persoa informada cun interese real pola cidade, a súa cultura e a súa historia.
(O tipo de turista está vinculado non ao capital económico, formativo ou cultural mais á imaxe previa: é unha cuestión de discurso)



CONCLUSIONES:

- Percepción á alza de mudanzas no modo de vida por mor d@s visitantes
- Clara resistencia a que zona antiga deba ser reservada para o turismo



Elias J. Torres Feijó (Dir.)

Galabra – USC

Universidade de Santiago de Compostela



M. Felisa Rodríguez Prado

Galabra – USC

Universidade de Santiago de Compostela



Carlos Pazos-Justo

Universidade do Minho



Silvia Pérez Freire

Universidade de Vigo



Informe de resultados para A.A.V.V.

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT
– Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDP/00305/2020

Obrigad@s!

