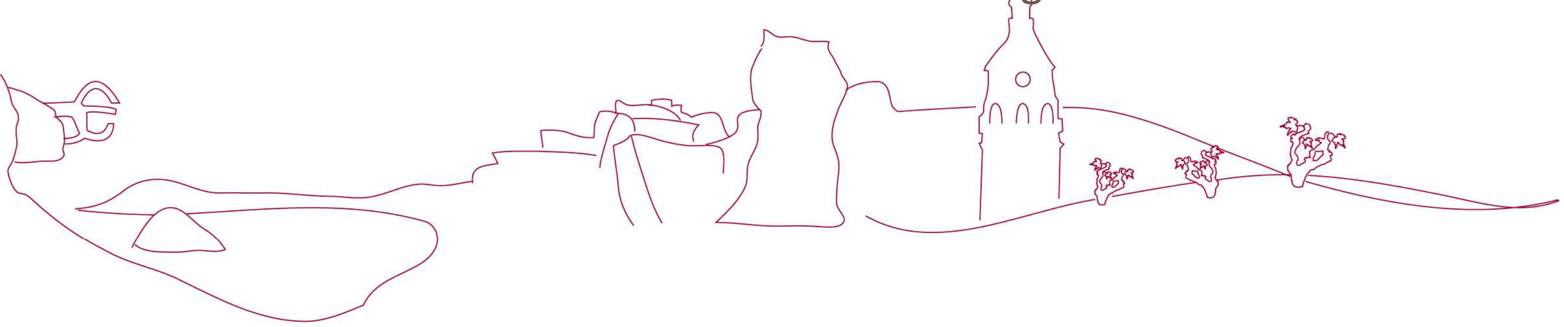
turismoaren euskal agentzia
agencia vasca de turismo

IBILTUR Aisia 2017-2016.– Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen diren turisten profila eta portaera

2017ko urria – Dibulgazio-txostena

IBILTUR Ocio 2017-2016.- Conocimiento del perfil y comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio

Octubre 2017 – Informe divulgativo



Herri-baltzua EUSKO JAURLARITZA
Sociedad Pública del GOBIERNO VASCO

BASQUE TOUR turismoaren euskal agentzia agencia vasca de turismo

EZAUGARRIAK

Koordinazioa eta gainbegiratzea:

Euskadiko Behatoki Turistikoa – Basquetour, S.A.

Lan-zuzendaritza:

Yolanda García Díez (Ikertalde grupo consultor)

Talde idazlea:

Yolanda García Díez (Ikertalde grupo consultor)
Julio A. Jiménez Arévalo

Sorrera data:

2017ko Urria

Bertsioa:

1

CARACTERÍSTICAS

Coordinación y supervisión:

Observatorio Turístico de Euskadi – Basquetour S.A.

Dirección de trabajo:

Yolanda García Díez (Ikertalde grupo consultor)

Equipo redactor:

Yolanda García Díez (Ikertalde grupo consultor)
Julio A. Jiménez Arévalo

Fecha de creación:

Octubre de 2017

Versión:

1

BASQUETOUR, SAren jabetza dokumentua. Debekatuta dago berau kopiatzea, zati bat edo osorik, berariazko baimenik gabe.

Documento propiedad de BASQUETOUR, S.A. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa.

turismoaren euskal agentzia
agencia vasca de turismo

Aurkibidea

Sarrera 4

Aisia-turismorako erreferentzia-esparrua 6

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten portaeraren azterketa deskriptiboa 11

Egiten duten gastua...34

Aisia-turisten tipologiak Euskadin 42

Fitxa teknikoa 48

Índice

Introducción..4

Marco de referencia para el turismo de ocio 6

Análisis descriptivo del comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio 11

El gasto que realizan...34

Tipologías de turistas de ocio en Euskadi.........42

Ficha técnica...48

Sarrera

Turismo-sektoreak garrantzi handia hartu du gaur egungo Euskadiko gizartean eta ekonomian, zuzenean nahiz zeharka. Izan ere, EAEko ekonomia batik bat industrian bermatzen den arren, turismoak eginkizun garrantzitsua du ekonomia orokor hori osatzen, dibertsifikatzen eta bultzatzen. Gainera, giza baliabide ugari erabiltzen dituen sektorea ere bada.

Euskadiko Turismoaren Behatokiak hainbat ikerketa-ildo jorratzen ditu turismo-sektorea bultzatzeko, zabaltzeko eta ezagutarazteko eginkizunean. Adibidez, turismo-alorreko eskariaren eta eskaintzaren ezagutza hobetzeko jarduerak egiten ditu, alor horretan aukera berriak antzematen laguntzeko helburuz.

Hain zuzen ere, jarduera horietako bat da IBILTUR izenekoa. Ikerlan hori 2014-2017 aldirako Euskal Estatistika Planaren zereginetako bat da eta bi urtean behin egiten da (132612 lan-kodearekin). IBILTUR abian jarri zenez geroztik, honako une azpimarragarri hauek izan ditu:

- 2002-2003-2004 urteetan, turistek eta ibiltariek Euskadira bidaiatu aurretik, bitartean eta ondoren izaten dituzten jokabideei buruzko informazio kuantitatiboa biltzeko asmoz abiarazi zen.
  Urte horietako ikerlanak eskariaren segmentuak bereizi zituen: motibazioak, jarduerak, portaerak, balorazioak eta abar. Ikerketa hari esker, turismo-eskariaren ezagutza handiagoa eskuratu zen, beste erakunde batzuek (EUSTATek, INEk edo IETk) ematen zuten estatistika kuantitatiboak osatzeko moduan.
- 2010. urtean, aldaketak egin ziren prozesuan, ikerketa zedarrituagoa gauzatzeko asmoz. Orduko hartan, Euskadira aisialdian etortzen den eta bere ohiko etxebizitzatik kanpoko turismo-ostatu arautuetan gaua ematen duen turistari erreparatu zitzaion nagusiki.
  Era berean, luzetarako eta konparazioko azterketa-ikuspegia gehitu zitzaion, erabaki estrategikoak hartzeko informazioa eskuratzeko asmoz.
- Ikuspegi horixe bera erabili zuten 2012ko eta 2014ko lanek, 2010ekoaren jarraipena eginez, Euskadira aisialdian etortzen diren turistei buruzko zerrenda historikoak osatzen joateko asmoz.

Aurrekari horiek aintzat hartuta, 2017-2016 aldian «IBILTUR Aisia» lan berria egin zen, 2014. urtean egindakoaren eskala berean, gaur egungo merkatua sendotzen eta hobetzen eta negozio-aukera berriak bilatzen lagunduko duten politika estrategikoak zehazteko informazioa biltzeko asmoz.

Introducción

El sector turístico en Euskadi ha alcanzado una relevancia económica y social directa e indirectamente, entre otros aspectos, por lo que representa, complementa, diversifica y ayuda en una economía como la vasca con un claro componente industrial. Pero además, es un sector significativamente empleador de recursos humanos.

El Observatorio Turístico de Euskadi, en su papel de agente de generación y difusión de conocimiento del sector turístico, trabaja en diferentes líneas de investigación. En concreto, desarrolla operaciones asociadas al conocimiento de la demanda y la oferta que permitan identificar nuevas oportunidades.

Dentro de esas operaciones se encuentra IBILTUR, que tiene una periodicidad bienal y es una de las operaciones estadísticas del Plan Vasco de Estadística 2014-2017 (código de la operación 132612). A lo largo de su existencia, IBILTUR presenta los siguientes hitos:

- Durante los años 2002-2003-2004 se puso en marcha con el fin de obtener información cuantitativa sobre los comportamientos de turistas y excursionistas en relación a los hitos previos, durante y posteriores a la realización de un viaje a Euskadi.
  La operación en aquellos años tipificó, así, los diferentes segmentos de la demanda: sus motivaciones, actividades, comportamiento, valoraciones, etc. Aquella investigación sirvió para profundizar en el conocimiento de la demanda turística, complementando el conjunto de las estadísticas cuantitativas facilitadas por organismos como EUSTAT, INE e IET.
- En el año 2010 se introducen modificaciones para conseguir una investigación más delimitada. En esta ocasión se centra en el perfil del turista que visita Euskadi por motivaciones de ocio y que pernocta en alojamientos turísticos reglados fuera de su lugar de residencia habitual.
  Así mismo, se incorpora una perspectiva de análisis longitudinal y comparativo que proporcione información para la toma de decisiones estratégicas.
- Con este mismo enfoque, las operaciones de 2012 y 2014 dan continuidad a la realizada en el año 2010, con el objetivo de conformar un histórico en la medición del turista por motivaciones de ocio.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, se desarrolla durante el período 2017-2016 una nueva operación IBILTUR Ocio, a la misma escala que la realizada en el año 2014, centrada en aspectos específicos que ayuden a recabar información para la definición de las políticas estratégicas que se traduzcan en la consolidación y mejora del mercado existente y en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

IBILTUR aisiaren ekitaldi berri horrek bi lan osagarri ekarri ditu:

- Gastuari lotutako lana da bata. Haren bidez, adierazle ekonomikoen ezagutza handituko da, EAEra aisia-arrazoiengatik etortzen den turistaren inguruan IBILTURek bildutako informazioa osatzeko.
- Bigarren lanak, berriz, Euskadira etortzen diren turisten unibertsoa aztertuko du, bidaia egiteko motibazioaren arabera. «Aisiako turismorako erreferentzia-esparrua» kapituluan azalduko dugu horren helburua.

Ondoren azalduko dugun azterlana IBILTURen laburpen txiki bat da. Agiri osoa eskuratu nahi izanez gero, Basquetourren eskatzeko aukera dago.

IBILTUR Ocio, en esta nueva oleada, va acompañada de dos operaciones complementarias:

- una operación de gasto, que permitirá ampliar el conocimiento de indicadores económicos y que completará la información recogida en IBILTUR en su línea de medición del turista que visita Euskadi por motivos de ocio; y
- otra dirigida a estimar el universo de turistas que visitan Euskadi según la motivación del viaje y cuyo fin se expone en el capítulo: Marco de referencia para el turismo de ocio.

El estudio que se presenta a continuación es un pequeño extracto de IBILTUR, si está interesado en el documento completo puede solicitarlo a Basquetour.

Aisia-turismorako erreferentzia-esparrua

Eskariaren ikuspegitik aztertutako Euskadiko aisia-turismoaren ezagutzan murgildu aurretik, azaldu egin beharko dugu, labur bada ere, inkestetako datuak ateratzeko erabili dugun **erreferentzia-esparrua** zehazteko prozesua.

Eta erreferentzia-esparru hori aurkeztu aurretik, laginetako informazioa biltzeko prozesua finkatzeko faktore metodologiko nagusiak azaltzea komeni da.

Urteko sasoiaren arabera *(Gabonak, Aste Santua, uda eta urteko gainerako denbora hartu dira aintzat), eta* ***gaua emateko lekuaren arabera*** *(Gasteiz, Bilbo, Donostia, Euskadiko Kostaldea, Arabako Errioxa eta Euskadiko Barnealdea bereizi dira) banatu dira laginak, batean nahiz bestean informazioa biltzeko* ***ostatu-mota bereizita*** *(hotel-establezimenduak, kategoria edozein dela ere; landa-ostatuak; eta kanpinak). Laginaren diseinuan ezin izan da a priori turisten jaioterria erabili, baina informazio hori zuzenean erabili da datuak neurtzeko, erreferentziako unibertsoaren zenbatespena oinarri hartuta.*

Informazioa ***2016ko irailetik 2017ko abuztura*** *bitartean bildu da (bi hilok barnean hartuta). Aipatu bezala, aldi horretan hiru informazio-bilketa egin dira paraleloan, bakoitza helburu jakin batekin:*

- ***Turisten unibertsoa berriro zenbatestea (kopurua)****. Asmoa: bidaia egiteko arrazoiaren arabera zenbatestea Euskadira bisitan etortzen diren turisten unibertsoa.*
- ***Aisialdiari buruzko inkestak.*** *Asmoa: Euskadira aisialdian etortzen diren turistak ezaugarritzea eta tipifikatzea.*
- ***Gastuari buruzko inkesta.*** *Asmoa: turistek bidaian (bidaiaren arlo guztietan) egiten duten gastua zehazteko informazioa biltzea.*

Turisten kopurua zehazteko, hotel-establezimenduetan ostatu hartzen duten pertsonak zenbatu dira, bidaiaren arrazoia edozein izanda ere. Aisialdiari eta gastuari buruzko inkestei dagokienean, berriz, Euskadira honako arrazoi hauengatik etorri diren pertsonak hartu dira aintzat: aisiagatik, oporretan, arrazoi erlijiosoengatik edo borondatezko osasun-tratamenduak egiteko.[1]

Marco de referencia para el turismo de ocio

Antes de pasar a profundizar en el **conocimiento del turismo de ocio en Euskadi desde la perspectiva de la demanda**, conviene detenerse y exponer, aunque sea someramente, en el proceso según el cual se ha determinado el **marco de referencia** que se ha utilizado para inferir los datos de las encuestas.

Y antes de presentar ese marco referencial es importante avanzar los principales factores metodológicos que han determinado el proceso de recogida la información muestral:

El diseño muestral ha repartido el número de encuestas a realizar por ***periodos temporales*** *en el año (Navidad, Semana Santa, verano y resto del año), en cada* ***destino de pernoctación*** *(Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Donostia/San Sebastián, Costa Vasca, Rioja Alavesa, Interior) según los distintos* ***lugares de pernoctación*** *(establecimientos hoteleros de todas las categorías, alojamientos rurales y camping) previstos donde se han llevado a cabo la recogida de información. El* ***lugar de residencia*** *de las y los turistas no se puede utilizar a priori en el diseño muestral, pero si ha intervenido directamente en la calibración de los datos a partir de la estimación del universo de referencia.*

El periodo de recogida de información se ha desarrollado desde ***septiembre de 2016 hasta agosto de 2017*** *(ambos meses incluidos). A lo largo de este periodo se han producido, como se ha dicho, tres capturas de información en paralelo cada una con sus propios objetivos:*

- ***Reestimación del universo de turistas (aforo)****. - Cuyo objetivo es disponer de datos con los que poder estimar el universo de turistas que visitan Euskadi según la motivación del viaje.*
- ***Encuestas de ocio****.- Con el objeto básico de caracterizar y tipificar a las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio.*
- ***Encuesta de gasto****. - Su objetivo es disponer de información suficiente para determinar, a diferentes niveles, el gasto que las y los turistas objetivo realizan en su viaje.*

El aforo de turistas se ha llevado a cabo entre las personas alojadas en los establecimientos independientemente del motivo de su viaje. Sin embargo, tanto la encuesta de ocio como la de gasto, sólo se ha aplicado a aquellas personas alojadas cuya motivación principal para visitar Euskadi hubiese sido: ocio, recreo, vacaciones, motivos religiosos o tratamientos voluntarios de salud. [2]

[1] Beste modu batean esanda, azterketa honetatik kanpo gelditu dira Euskadira lanagatik, negozioengatik, azoketara, kongresuetara, ikastera, erosketak egitera, zerbitzu pertsonalen bila... etortzen direnak.

[2] Dicho de otra forma, quedan fuera del objetivo de este estudio las y los turistas que visitan Euskadi por motivo de trabajo, negocios, asistencia a ferias, congresos, … o por estudios (u razones académicas), por compras y servicios personales, …

Euskadiko turismoaren berri ematen duten estatistika ofizialek ez dituzte turistak arrazoiaren arabera bereizten. Eta, adierazi dugun bezala, lan honetan ezinbestekoa da aisialdian (edota osasun-tratamenduagatik edo arrazoi erlijiosoengatik) etortzen direnak kuantifikatzea.

Las estadísticas oficiales que informan sobre el turismo en Euskadi, al proporcionar datos sobre las y los turistas, no diferencian entre quienes visitan el destino en función de sus distintas motivaciones. Y, como ya se ha adelantado, en el marco de esta operación, es necesario cuantificar quienes lo hacen por ocio (o tratamientos de salud o motivos religiosos).

EUSTATek, Euskal Estatistika Institutuak, Euskadin gaua ematen duten turista-kopuruari buruzko datuak argitaratzen ditu *Turismo-establezimendu hartzaileen inkesta*ren[3] bidez. Hona hemen landa-lana egin den aldian (2016ko irailetik 2017ko abuztura bitartean) EUSTATek eman duen datua:

EUSTAT, el Instituto Vasco de Estadística, a través de la *Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores*[4], publica datos sobre el número de turistas que pernoctan en Euskadi. En concreto, en el periodo en el que queda establecido el trabajo de campo (de septiembre 2016 a agosto 2017), este dato ha sido:

- ✓ **2.910.490 turistak** eman dute gaua hotel-establezimenduetan.
- ✓ **159.033 turistak** eman dute gaua landetxeetan eta nekazaritza-turismoko establezimenduetan.

- ✓ **2.910.490 turistas** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **159.033 turistas** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.

Kanpinetako okupazioari buruzko informazioa eskuratzeko, Estatistikako Institutu Nazionalera (**EIN**) jo dugu, *Kanpineko okupazioaren estatistika* azterlanean argitaratutako datuen bila.

Para disponer de información sobre la ocupación en camping se acude al *Instituto Nacional de Estadística* (**INE**), a los datos publicados sobre la *Encuesta de Ocupación en Camping*:

- ✓ **241.010 turistak** eman dute gaua kanpinetan.

- ✓ **241.010 turistas** que pernoctan en camping.

Turista-bolumen hori izan da landa-lanean bildutako informazioa ebazteko hasierako erreferentzia.

Este volumen de turistas ha constituido la referencia inicial a la que elevar la información recogida en campo.

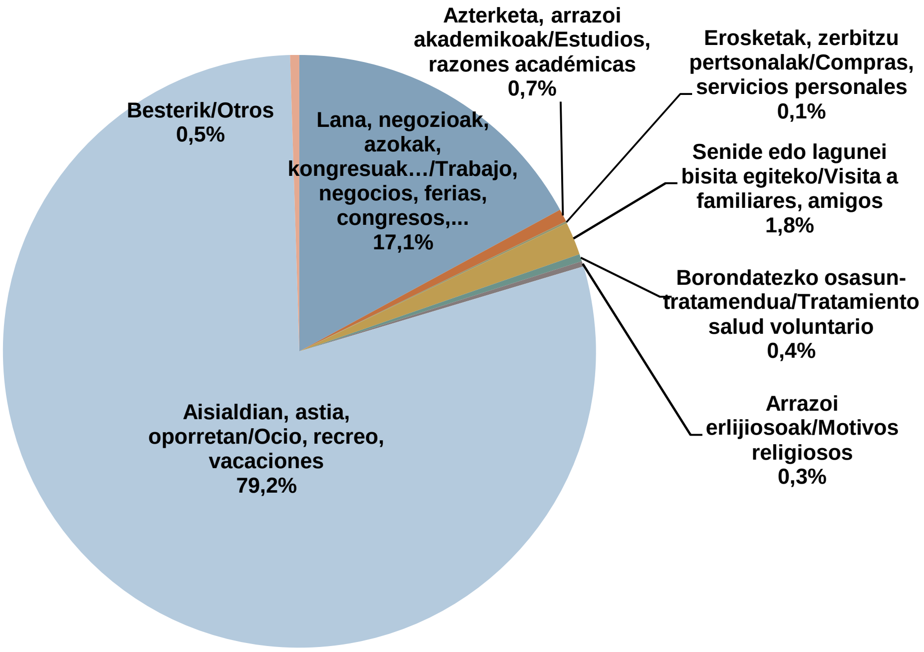
Prozesu honen emaitza honakoa izan da:

El resultado de este proceso ha sido:

EUSKADIRA ETORTZEKO ARRAZOI NAGUSIA MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE POR EUSKADI	**GUZTIRA TOTAL**		**ESTABLEZIMENDU-MOTA TIPO DE ESTABLECIMIENTO**					
			Hotelak Hoteles		**Nekazaritza-turismoa Agroturismos**		**Kanpinak Camping**	
KOPURUA / Nº CASOS	**3.310.533**	**100%**	**2.910.490**	**100%**	**159.033**	**100%**	**241.010**	**100%**
Lana, negozioak, azokak, kongresuak… Trabajo, negocios, ferias, congresos...	565.492	17,1%	547.583	18,8%	17.909	11,3%	0	0,0%
Ikasketak, arrazoi akademikoak Estudios, razones académicas	22.590	0,7%	22.119	0,8%	471	0,3%	0	0,0%
Erosketak, zerbitzu pertsonalak Compras, servicios personales	4.131	0,1%	4.131	0,1%	0	0,0%	0	0,0%
Senideak eta lagunak bisitatzeko Visita a familiares, amigos	58.135	1,8%	57.396	2,0%	413	0,3%	326	0,1%
Borondatezko osasun-tratamenduak Tratamiento salud voluntario	13.292	0,4%	13.292	0,5%	0	0,0%	0	0,0%
Arrazoi erlijiosoak Motivos religiosos	11.431	0,3%	10.358	0,4%	563	0,4%	511	0,2%
Aisialdian, oporretan Ocio, recreo, vacaciones	2.620.395	79,2%	2.240.545	77,0%	139.677	87,8%	240.173	99,7%
Beste arrazoi batzuk Otros	15.067	0,5%	15.067	0,5%	0	0,0%	0	0,0%

[3] Turismo-establezimendu hartzaileen inkestak hotel-establezimenduen (hotelen eta ostatuen) eta landa-ostatuen (nekazaritza-etxeen eta landetxeen) okupazioari buruzko informazio estatistikoa ematen du.
[4] La *Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores* ofrece información estadística relativa a la ocupación de los establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones) y de los alojamientos rurales (agroturismos y casas rurales).

1. grafikoa. Turisten banaketa Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren arabera, 2017-2016
Gráfico 1. Distribución de las y los turistas según motivo principal de la visita a Euskadi, 2017-2016



Helmuga turistikoaren ikuspuntutik aztertuta, honako hauek azpimarra daitezke.

Gasteizen, negozio-arrazoiengatik bisitatzen duten turisten ehunekoa (% 37) nabarmentzen da Euskadiko gainerako helmuga turistikoekin alderatuta.

Beste muturrean, aisialdian etortzen diren turisten ehunekorik handiena Arabako Errioxan (% 89), kostaldean (% 88) eta Bilbon (% 81) dago.

Euskadira etortzen diren turisten artean, gainerako arrazoiak ia hondarrekoak dira. Helmuga guztietan (Arabako Errioxan izan ezik) senideak edo lagunak bisitatzera etortzen diren turisten ehunekoa antzerakoa da (% 2).

Euskadira ikasketak eta arrazoi akademikoak direla eta etortzen diren turistak % 1 dira ia helmuga turistiko guztietan, Euskadiko Kostaldean (% 0,2) eta Arabako Errioxan (% 0) izan ezik.

Bilbon ostatu hartzen duten turisten % 1 arrazoi erlijiosoengatik etortzen da Euskadira; Euskadiko barnealdean, antzeko ehunekoa etortzen da borondatezko osasun-tratamendua egitera. Bi arrazoiak bilduta ere, helmuga horietan oso-oso ehuneko txikia hartzen dute.

Por su parte, desde la perspectiva del destino turístico, de este marco se pueden destacar las siguientes circunstancias.

El porcentaje de turistas que visita Vitoria-Gasteiz por motivos de negocio es el más alto entre los diferentes destinos turísticos de Euskadi (37%).

En el lado opuesto, la mayor proporción de turistas con motivaciones de ocio se encuentra en Rioja Alavesa (89%), la Costa Vasca (88%) y Bilbao (81%).

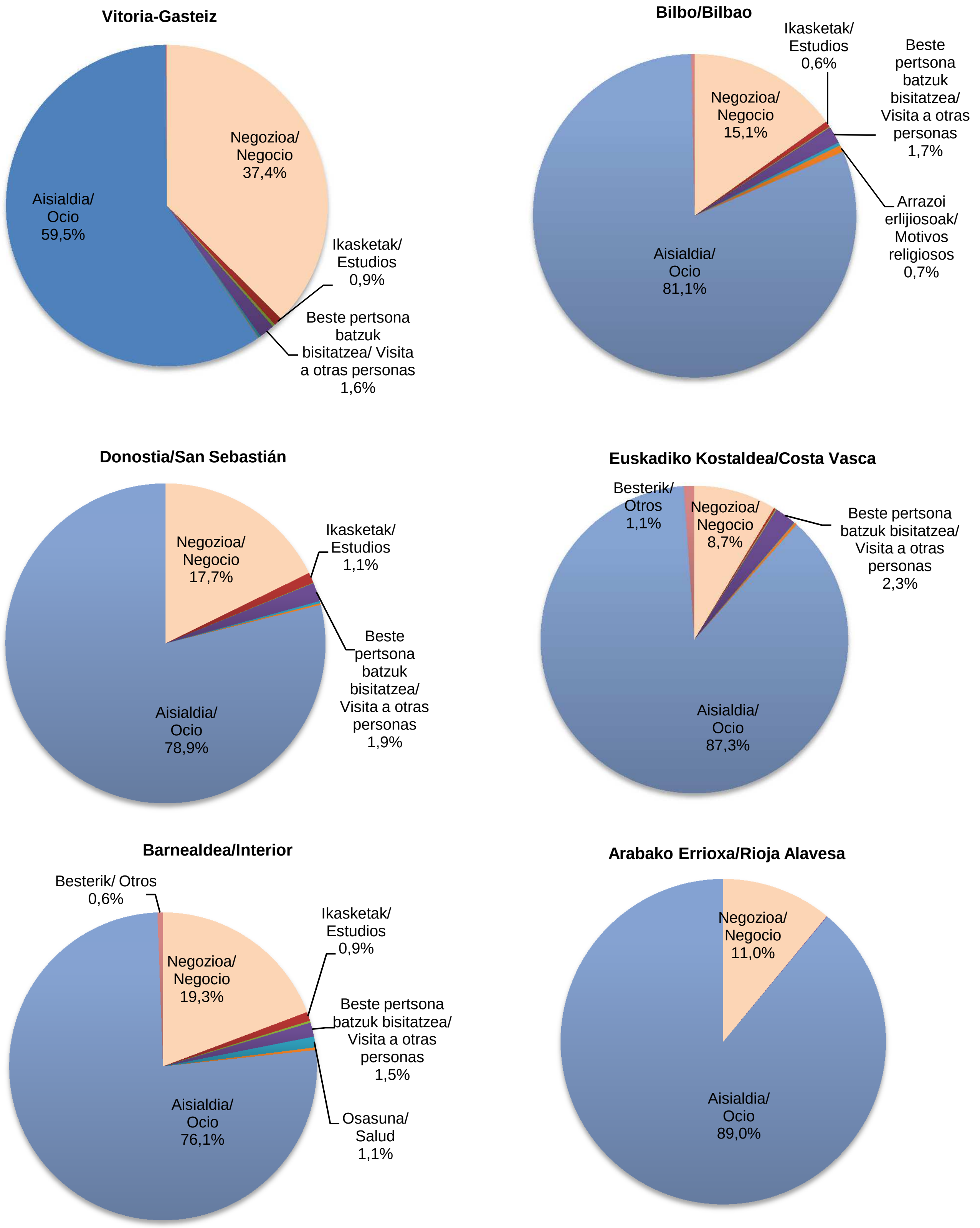
El resto de motivaciones, entre el conjunto de las y los turistas que visitan Euskadi, son prácticamente residuales. Todos los destinos, excepto Rioja Alavesa, acogen en proporciones similares (2%) a las y los turistas que viajan con motivo de visitar a familiares y/o amigos/as.

Las y los turistas que visitan Euskadi por estudios y otras razones académicas representan un 1% en casi todos los destinos turísticos excepto en la Costa Vasca (0,2%) y Rioja Alavesa (0%).

El 1% de las y los turistas que se alojan en Bilbao lo hacen por motivos religiosos y en la misma proporción se encuentran en el interior de Euskadi las y los turistas que viajan para seguir tratamientos de salud voluntarios. Ambas motivaciones sólo alcanzan esa mínima representación en estos destinos.

2. grafikoa Turisten banaketa, Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren arabera eta gaua eman duten lekuaren arabera, 2017-2016

Gráfico 2. Distribución de las y los turistas por motivo principal de la visita a Euskadi según destino de pernoctación, 2017-2016



Azken buruan, ondoriozta daiteke **aisialdian etorritako 2.645.118 turistek**[5] osatzen dutela inkesten datuak ebazteko erreferentzia-esparrua. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:

- ✓ **2.264.194 aisia-turistak** hotel-establezimenduetan ematen dute gaua.
- ✓ **140.240 aisia-turistak** nekazaritza-establezimenduetan eta landetxeetan ematen dute gaua.
- ✓ **240.684 aisia-turistak** kanpinetan ematen dute gaua.

Honela banatzen dira aisia-turistak helmuga turistikoaren arabera:

En definitiva, se puede concluir que el marco de referencia del estudio al que se elevan los datos de las distintas encuestas, queda establecido por **2.645.118 turistas de ocio**[6], según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:

- ✓ **2.264.194 turistas de ocio** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **140.240 turistas de ocio** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
- ✓ **240.684 turistas de ocio** que pernoctan en camping.

La distribución de las y los turistas de ocio por destinos turísticos sería la siguiente:

Vitoria-Gasteiz	Bilbo/Bilbao	Donostia/San Sebastián	Euskadiko Kostaldea/Costa Vasca	Arabako Errioxa/Rioja Alavesa	Barnealdea/ Interior
176.907	742.175	506.149	595.131	74.461	550.296

[5] Aisia-turistak esan arren, bertan sartzen dira arrazoi erlijiosoek edo borondatezko osasun-tratamenduek bultzatuta etorri direnak ere.
[6] Aunque se denominen turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud.

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten portaeraren azterketa deskriptiboa

Análisis descriptivo del comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio

Zerk erakartzen dituen Euskadira aisia-turistak, zein den beraien Euskadiko helmuga eta non hartzen duten ostatu

Qué atrae a las y los turistas de ocio a Euskadi, cuál es el destino de su viaje en Euskadi y dónde residen

Euskadi helmuga turistikotzat aukeratzeko arrazoiak

1etik 5erako eskalan (1 arrazoirik txikiena eta 5 arrazoi nagusia izanik), turistek hainbat arrazoi aipatu dituzte Euskadi helmuga turistikotzat aukeratzeko.

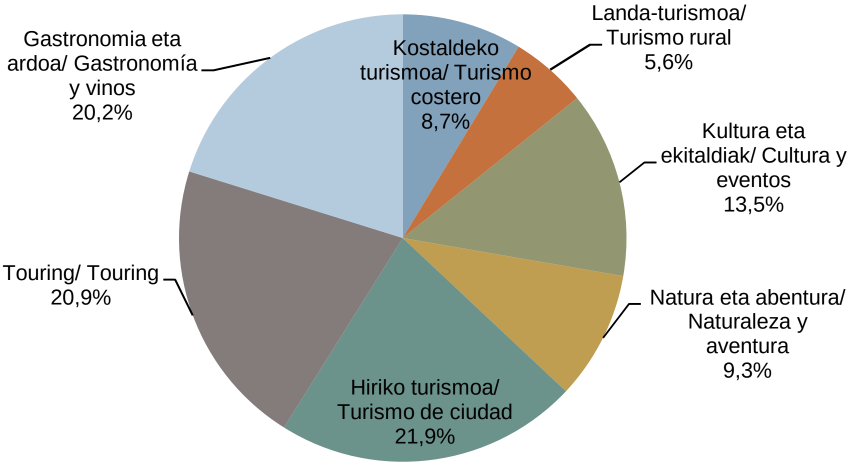
2014an ikusi zen gastronomiari eta ardoari lotutako bidaia bilatzen zutenek hiriekin lotzen zutela gai hori, eta ez zituztela soilik upategiak, sagardotegiak eta jatetxeak aipatzen. Datuen irakurketa normalizatuagoa egiteko, 2014az geroztik hiriko turismoak hiru arrazoi nagusi dituela jotzen da: hirian turismoa egitea bera (% 22), gastronomia eta ardoa (% 20) eta kultura eta ekitaldiak (% 13,5). Hiru kategoriok aintzat hartuta, mota horretako turisten portzentajeak ehuneko 5 puntu egin du behera 2014tik hona (% 61 ziren orduan eta % 56 azken neurketan). Halere, nabarmen egin du gora Euskadira turismo-ibilbideak (touring) egitera etortzen diren turisten ehunekoak (2014an % 12 zen eta % 21 azken neurketan).

Motivaciones a la hora de elegir Euskadi como destino turístico

Las y los turistas han valorado, en una escala del 1 (menos importante) al 5 (más importante), el grado de importancia de una serie de motivaciones a la hora de elegir Euskadi como destino turístico.

En 2014 se observó que el motivo de gastronomía y vino estaba muy ligado a las ciudades, no refiriéndose solo a visitar bodegas, sidrerías o restaurantes. Para dar una lectura más normalizada de los datos se contempla desde 2014 que existe un turismo de ciudad compuesto por tres motivaciones decisorias: la propia motivación de turismo en la ciudad (22%), hasta las relacionadas con la gastronomía y el vino (20%) y la cultura y eventos (13,5%). Si tenemos en cuenta las tres categorías señaladas, el porcentaje de este tipo de turistas ha descendido en 5 puntos porcentuales respecto a 2014 (56% frente a 61%). Sin embargo se incrementa notablemente (21% frente al 12% de 2014) el porcentaje de turistas que visitan Euskadi con motivo de hacer rutas turísticas (touring).

3. grafikoa. Euskadira bisitan etortzeko arrazoi nagusia, 2017-2016.
Gráfico 3. Motivo principal de la visita a Euskadi, 2017-2016.



Badira Euskadira etortzen diren turisten interes edo gogo pertsonalei lotutako beste arrazoi batzuk: «zeren bila etorri diren bidaia honetan». Turistek 1etik 5erako eskalan (1 garrantzirik txikiena eta 5 garrantzirik handiena) baloratu dute horietako alderdi bakoitza, eta ondoren batez besteko balioa atera dugu.

Pero además, existen unas motivaciones subjetivas que consideran a aquellos deseos o intereses personales que mueven a las y los turistas a visitar Euskadi: "qué han venido a buscar en este viaje". Las y los turistas han valorado cada uno de estos aspectos en una escala del 1 (menos importante) al 5 (más importante) y para cada uno se ha calculado su valor medio.

Hona hemen turistek Euskadi helmugatzat hartzeko dituzten arrazoi subjektiborik garrantzitsuenak: burua erlaxatzeko (4,4) eta leku berriak ezagutzeko (4,3).

En este sentido, las motivaciones subjetivas que más influyen en las y los turistas a la hora de elegir Euskadi como destino de su visita son: relajarse mentalmente (4,4) y descubrir nuevos lugares (4,3).

Baloraziorik txikiena jaso dutenen artean dago lagun hurkoak egitekoa (2,6).

Entre las que presentan una menor valoración se encuentra la motivación de hacer amistades estrechas (2,6).

Balio horiek bat datoz 2014an bildutakoekin.

Estos valores son coincidentes con los recogidos en 2014.

Oro har, arrazoi subjektiboak oso antzekoak dira, Euskadira bidaian etortzeko arrazoi nagusia edozein izanda ere. Desberdintasun txiki batzuk baino ez dira antzematen alderdi jakin batzuetan, hala nola ezagutza handitzean edo beraien trebeziak proban jartzean.

En general, las motivaciones subjetivas son similares independientemente del motivo principal del viaje a Euskadi. Tan solo se aprecian algunas diferencias en aspectos como aumentar conocimiento o poner a prueba habilidades.

1. taula. Bidaiari lotutako arrazoi subjektiboen garrantziaren balorazioa, Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren arabera, 2017-2016[7]

Tabla 1. Valoración de la importancia de las motivaciones subjetivas relacionadas con el viaje según motivo principal del viaje a Euskadi, 2017-2016[8]

	Bidaiaren arrazoi nagusia/Motivo principal del viaje							
	Guztira/ Total	Kostaldeko turismoa/ Turismo costero	Landa-turismoa/ Turismo rural	Kultura eta ekitaldiak/ Cultura y eventos	Natura eta abentura/ Naturaleza y aventura	Hiriko turismoa/ Turismo de ciudad	Touring/ Touring	Gastronomia eta ardoak/ Gastronomía y vinos
Burua erlaxatzea/ Relajarse mentalmente	↑ 4,4	↑ 4,6	↑ 4,6	↑ 4,5	↑ 4,7	↑ 4,4	↑ 4,5	↑ 4,5
Leku berriak ezagutzea/ Descubrir nuevos lugares	↑ 4,3	↑ 4,4	↑ 4,4	↑ 4,6	↑ 4,4	↑ 4,4	↑ 4,4	↑ 4,4
Lekuan bertan txertatuta sentitzea/ Sentirse integrado en el lugar	↑ 4,0	↑ 4,3	↑ 4,4	↑ 4,3	↑ 4,1	↑ 4,1	↑ 4,1	↑ 4,0
Eguneroko zaratatik eta mugimendutik ihes egitea/ Evitar bullicio y ajetreo diario	↑ 4,0	↑ 4,4	↑ 4,4	↑ 4,2	↑ 4,2	↑ 3,9	↑ 4,1	↑ 4,0
Giro lasaia/ Ambiente tranquilo	↑ 4,0	↑ 4,3	↑ 4,5	→ 3,9	↑ 4,4	↑ 3,8	↑ 4,1	↑ 3,9
Gorputza erlaxatzea/ Relajarse físicamente	↑ 3,9	↑ 4,3	↑ 4,4	↑ 4,1	↑ 4,1	↑ 3,8	↑ 4,0	↑ 3,9
Ezagutza handitzea/ Aumentar conocimiento	↑ 3,8	→ 3,8	→ 4,1	↑ 4,3	→ 3,7	↑ 3,9	↑ 4,0	↑ 3,9
Irudimena erabiltzea/ Usar imaginación	→ 3,3	→ 3,4	→ 3,6	→ 3,4	→ 3,5	→ 3,3	→ 3,4	→ 3,2
Trebeziak proban jartzea/ Poner a prueba habilidades	→ 3,2	↓ 3,3	→ 3,6	↓ 3,1	→ 3,5	↓ 3,1	→ 3,3	↓ 3,0
Trebezia fisikoak erabiltzea/ Usar habilidades físicas	↓ 3,0	↓ 3,1	↓ 3,5	↓ 2,9	↓ 3,4	↓ 2,9	↓ 3,1	↓ 2,8
Lagun berriak egitea/ Hacer nuevas amistades	↓ 3,0	↓ 3,1	↓ 3,4	↓ 2,9	↓ 3,2	↓ 2,9	↓ 3,0	↓ 2,8
Lagun hurkoak egitea/ Hacer amistades estrechas	↓ 2,6	↓ 2,8	↓ 3,1	↓ 2,5	↓ 2,8	↓ 2,5	↓ 2,7	↓ 2,4

[7] Geziek motibazioaren egoeraren berri ematen digute, zutabe bakoitzeko balorazioen batez bestekoaren harira. Berdez, batez bestekotik gorako balioa; gorriz, batez bestekotik beherakoa. Horiz, motibazio guztien batez bestekotik gertu daudenak.

[8] Las flechas significan la situación de cada motivación en relación con el promedio de valoraciones de cada una de las columnas. El color verde indica un valor superior a la media y el rojo un valor inferior al promedio. En color amarillo se señalan las motivaciones cuyo valor es similar al valor medio obtenido entre todas las motivaciones.

Euskadiko jomuga turistikoak

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten % 54 hiriburuetara etortzen da.

Bilbon (% 28) ehuneko bi puntu egin du gora 2017-2016 aldian jasotako turisten kopuruak, 2014ko kopuruarekin alderatuta.

Ehuneko berdinean egin du bera Donostian ostatu hartzen duten turisten kopuruak: 2017-2016 aldian % 19 dira, eta 2014an % 21[9].

Neurri txikiagoan bada ere, gora egin du, halaber, Gasteizera joaten diren turisten ehunekoak: % 6,4 ziren 2014an eta % 6,7 2017-2016 aldian.

Donostia kontuan hartu gabe, Euskadiko Kostaldeak turisten ia % 23 hartzen du, 2014an baino gutxiago (% 25 orduan). Euskadiko Barnealdeari dagokionez (kategoria horretan kokatu dira EAEko hiru lurraldeetako udalerri eta eskualdeak, gainerako kategorietan sartzen ez direnak), turisten % 21 hartzen du, eta 2014ko datuekin alderatuta (% 18 orduan), aisia-turisten gorakadarik handiena izan duen eremua da.

Arabako Errioxak 2014ko antzeko ehunekoari eusten dio: aisia-turisten % 3k helmuga horretan hartzen du ostatua.

Destinos turísticos de Euskadi

El 54% de las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio tienen como destino las capitales vascas.

Bilbao (28%) ha incrementado en dos puntos porcentuales el número de turistas recibidos en el periodo 2017-2016 respecto a 2014.

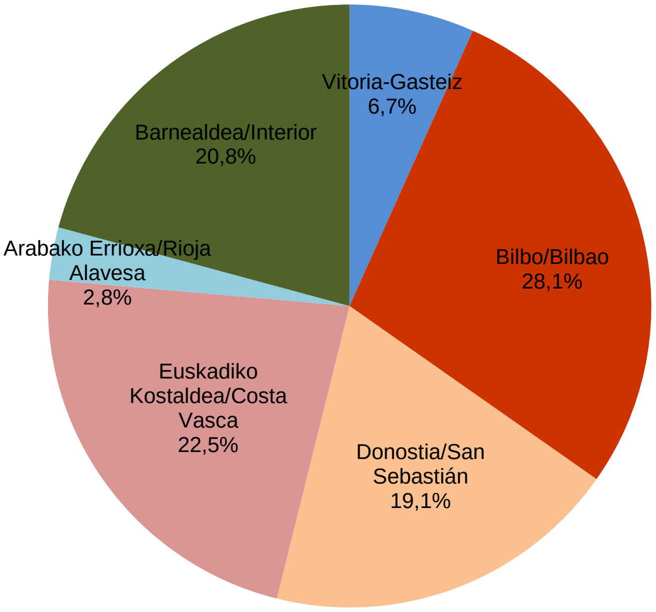
En la misma proporción ha disminuido el número de turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián que ahora alcanza el 19% frente al 21% de 2014[10].

Vitoria-Gasteiz, aunque en menor medida, también ha elevado su cifra de turistas del 6,4% en 2014 al 6,7% en el periodo 2017-2016.

Costa Vasca, sin incluir la ciudad de Donostia/San Sebastián, atrae casi el 23% de las y los turistas, cifra inferior a la recogida en 2014 (25%) y el interior de Euskadi, que agrupa a municipios y comarcas de los tres territorios que no se clasifican en el resto de categorías, el 21%; siendo el destino turístico con mayor desarrollo en la recepción de turistas de ocio respecto a 2014 (18%).

Rioja Alavesa mantiene la misma proporción que en 2014 con el 3% de los y las turistas de ocio que pernoctan en este destino.

4. grafikoa. Euskadiko aisia-turismoak ostatu hartzeko erabiltzen dituen helmuga turistikoak, 2017-2016
Gráfico 4. Destinos turísticos de pernoctación del turismo de ocio en Euskadi, 2017-2016



[9] Kopuru absolutuetan, 2017-2016 aldian gora egin du EAEko hiru hiriburuetara etorritako turisten kopuruak, 2014ko datuekin alderatuta. Dena dela, Bilbon izan da turisten hazkunderik handiena, ehuneko banaketa horrekin.
[10] En valores absolutos las tres capitales vascas han incrementado el número de turistas recibidos en 2017-2016 respecto a 2014 sin embargo el mayor incremento de turistas registrado en Bilbao presenta esta distribución porcentual.

Turisten jatorria

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten % 57 Estatu Espainoletik etortzen da. Horietatik % 11 bertako turistak dira (EAEn bertan bizi direnak) eta % 46 Estatuko beste autonomia-erkidego batzuetakoak.

Euskadira aisialdian etortzen diren turista guztien % 43 nazioartetik etortzen da eta horien artean Frantziatik etorritakoak nabarmentzen dira: % 10 baino gehixeago.

2014ko datuekin alderatuta, nazioarteko turisten kopuruak ehuneko 6 puntu egin du gora, baina ez Frantziako merkatuak gora egin duelako (2014ko ehuneko bera, % 10, mantentzen du), nazioarteko gainerako merkatuek gora egin dutelako baizik.

Arabako Errioxan ostatu hartzen duten bisitariak bertokoak dira, argi eta garbi: % 34 EAEkoak bertakoak dira, 2014an jasotako zenbateko berbera.

Bertako turistek gehien atsegin duten bigarren helmuga Euskadiko Kostaldea da (% 20).

Barnealdeko turisten jatorriari erreparatuz gero, berriz, aldakuntza handia izan da 2014tik hona. Izan ere, garai hartan bertako turistak % 24 ziren eremu horretan, eta 2017-2016 aldian, berriz, % 14 baino ez. Aitzitik, nazioarteko turisten kopuruak gorakada txiki bat izan du: % 28 ziren 2014an eta % 31 2017-2016 aldian. Halere, hazkunde nagusia Estatu Espainoleko turisten aldetik etorri da, eta bereziki Estatuko gainerako autonomia-erkidegoetatik etorritakoen aldetik.

Hiriburuei dagokienez, Gasteizeko egoera desberdina da Bilbokoaren eta Donostiakoaren aldean.

Gasteizen, turisten jatorria Estatua da, argi eta garbi (% 15 Euskadikoa da eta % 65 Estatuko gainerako autonomia-erkidegoetakoa). 2014ko joerari eusten dio, beraz, orduko hartan % 14 izan baitziren Euskadikoak bertakoak eta % 65 Estatuko gainerako autonomia-erkidegoetakoak. Dena dela, Estatuko turisten jatorria aldatu egin da: gehiago dira Madrilgo erkidegotik (% 22 azken datu-bilketan, eta % 17 2014an) eta Kataluniatik (% 12 azken datu-bilketan eta % 8 2014an) etorritakoak, eta gutxiago inguruko erkidegoetatik (% 13 lehen eta % 6 orain) eta Estatuko beste autonomia-erkidegoetatik (% 30 lehen eta % 26 orain) etorritakoak.

Euskadiko hiriburuetara aisialdian etortzen diren turisten artean, Madriletik etorritakoen ehunekorik handiena Gasteizen dago.

El origen de las y los turistas

El 57% de las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio son de origen estatal. De estos el 11% se trata de turismo interno, residentes en la propia Comunidad, y el 46% procedentes de otras Comunidades Autónomas del Estado.

Las y los turistas internacionales suponen el 43% del total de personas que visitan Euskadi, y entre quienes, destacan las y los turistas de Francia con algo más del 10%.

Respecto a 2014 el número de turistas internacionales ha registrado un incremento de 6 puntos porcentuales; aunque este incremento no se asocia a un aumento del mercado francés ya que se mantienen en la misma proporción que en ese año: cerca del 10%, sino al aumento del resto de mercados internacionales.

Las y los visitantes que se alojan en Rioja Alavesa tienen un marcado origen interno, el 34% procede de Euskadi, cifra idéntica a la alcanzada en 2014.

El segundo destino preferido por las y los turistas internos es Costa Vasca (20%).

El turismo de interior analizado desde el origen de quien nos visita presenta en 2017-2016 una importante variación respecto a 2014. Mientras en ese año el turismo interno representaba un 24% de las y los turistas que se alojaban en ese destino, en 2017-2016 ese mercado sólo alcanza el 14%. Y por el contrario, ha habido un ligero incremento del turismo internacional del 28% al 31% registrado en 2017-2016; aunque el mayor incremento se ha notado en el turismo estatal especialmente el residente en el resto de CC.AA del Estado.

Respecto a las capitales, el comportamiento de Vitoria-Gasteiz es diferente al observado tanto en Bilbao como en Donostia/San Sebastián.

Vitoria-Gasteiz tiene un marcado origen estatal (casi el 15% procede de Euskadi y el 65% de otras Comunidades Autónomas del Estado) siguiendo la misma tendencia que en 2014 donde el 14% era turismo interno y el 65% del resto del Estado. Ahora bien, la procedencia de las y los turistas dentro del Estado ha variado, incrementándose el número de residentes en la Comunidad de Madrid (22% frente al 17% de 2014) y Cataluña (12% frente al 8%) en detrimento de quienes proceden de comunidades vecinas (6% frente al 13% y del resto de CCAA del Estado (26% frente al 30%).

Vitoria-Gasteiz es el destino que mayor peso representan los y las turistas de Madrid en el conjunto de entradas de ocio de la ciudad.

Donostian eta Bilbon Estatuko turismoaren pisua % 47koa eta % 41ekoa da hurrenez hurren. 2014tik hona behera egin du, orduko hartan Estatutik aisialdian etorritako turismoak % 41 eta % 50 hartzen baitzuen, hurrenez hurren, hiriburu bietan.

En Donostia/San Sebastián y Bilbao el peso del turismo estatal baja hasta un 47% y 41% respectivamente, cifras inferiores a las alcanzadas en 2014 donde el turismo estatal por motivos de ocio representaba para estas capitales el 41% y el 50%.

Nabarmentzekoa da nazioarteko turismoak Bilbon izan duen gorakada (ehuneko 9 puntu) eta Donostian izan duen beherakada (ehuneko 6 puntu).

Es notable el incremento del turismo internacional en Bilbao (9 puntos porcentuales) a la vez que la disminución en Donostia/San Sebastián (6 puntos porcentuales).

Bi hiriburuotan, bertako turismoak oso pisu apala du (% 3 Bilbon eta % 4 inguru Donostian). Areago, 2014an jasotako zenbatekoekin alderatuta, batean nahiz bestean ehuneko 6 puntu egin du behera.

En las dos capitales el peso del turismo interno ofrece los niveles más bajos (3% en Bilbao y cerca del 4% en Donostia/San Sebastián), disminuyendo en ambos casos casi 6 puntos respecto a las cifras de 2014.

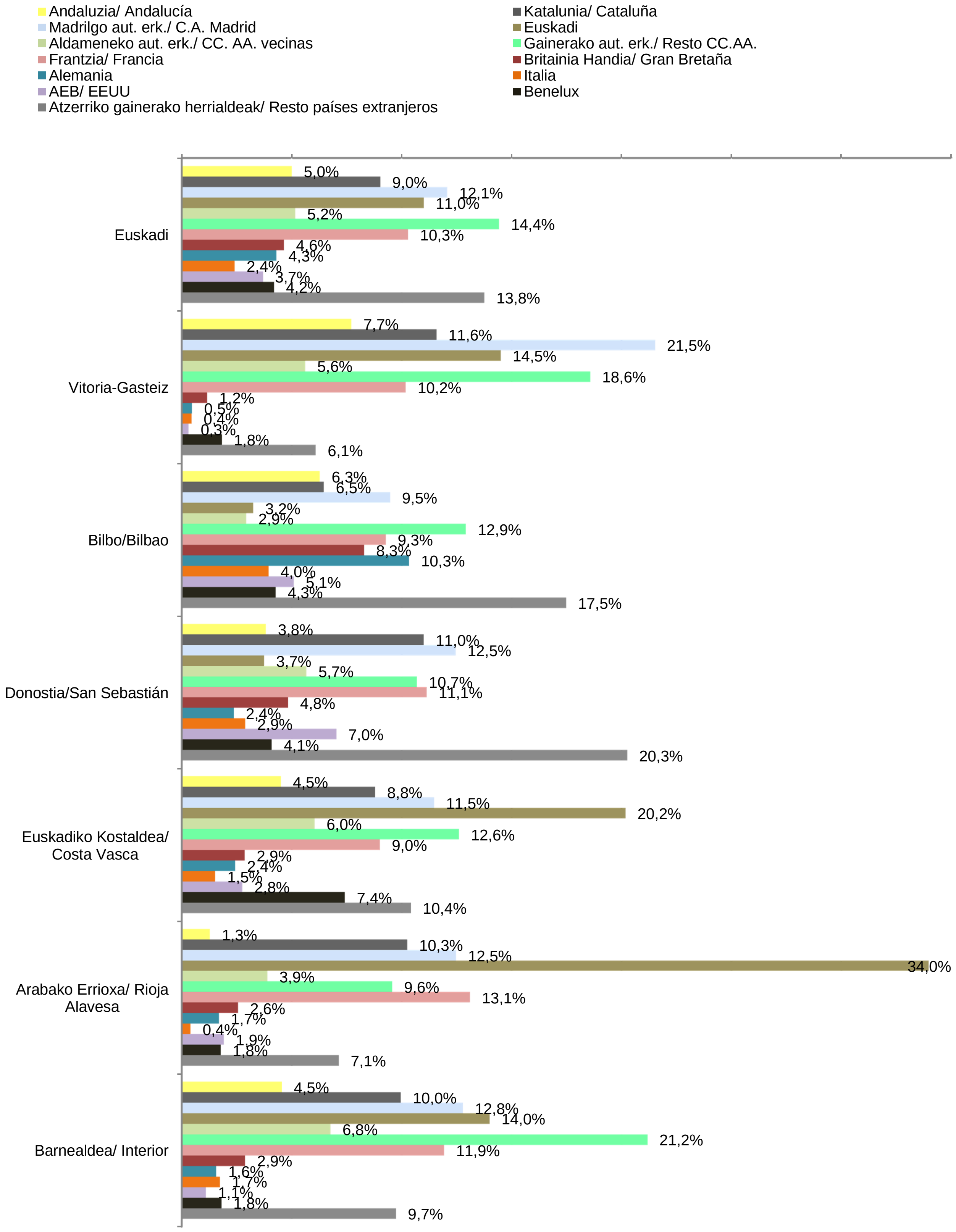
Euskadira aisialdian etortzen diren nazioarteko turisten bizilekuari dagokionez, Frantziatik datozenak nabarmentzen dira (% 10 inguru helmuga turistiko guztietan).

Respecto al lugar de residencia de las y los turistas internacionales que visitan Euskadi por motivos de ocio destaca, en todos los destinos turísticos, quienes proceden de Francia con porcentajes en torno al 10%.

Bilbon, salbuespen moduan, Alemaniako turistak Frantziakoak baino gehiago dira (% 10 Alemaniakoak eta % 9 Frantziakoak). Donostian nabarmentzekoa da nazioarteko merkatu nagusietakoak ez diren beste nazioarteko jatorri batzuetako turisten kopurua (% 20).

Bilbao es el único destino donde las y los turistas de Alemania superan ligeramente a quienes vienen de Francia (10% de Alemania y 9% Francia). En Donostia/San Sebastián es relevante el número de turistas residentes en otros países fuera de los mercados internacionales principales (20%).

5. grafikoa. Turisten bizilekua, Euskadin gaua ematen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016
Gráfico 5. Lugar de residencia de las y los turistas según destino turístico de pernoctación en Euskadi, 2017-2016



Aisia-turisten profila

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten erdia baino gehiago bikotekidearekin batera etortzen dira (% 54). Zenbateko hori % 6 hazi da 2014tik hona.

Bikotekidearekin etortzen diren turistei erreparatuta, halakoen ehunekoa handiagoa da Gasteizen (% 76), Arabako Errioxan (% 74) eta Donostian (% 70).

Bilbon ostatu hartzen duten turisten artean, berriz, % 38 baino ez dira bikotekidearekin etortzen. Hiri horretan handiagoa da lagunekin edo kideekin etortzen diren turisten ehunekoa (% 21), gainerako helmuga turistikoen aldean.

Arabako helmuga turistikoetan senideekin bidaiatzen dutenen ehunekorik txikiena dago: % 8 Gasteizen eta % 7 Arabako Errioxan. Beste muturrean, Euskadiko Kostaldean turisten % 28 senideekin batera etorri da.

Perfil de las y los turistas de ocio

Más de la mitad de las y los turistas de ocio que visitan Euskadi (el 54%) lo hacen en pareja. Esta cifra se ha incrementado en un 6% respecto a los datos de 2014.

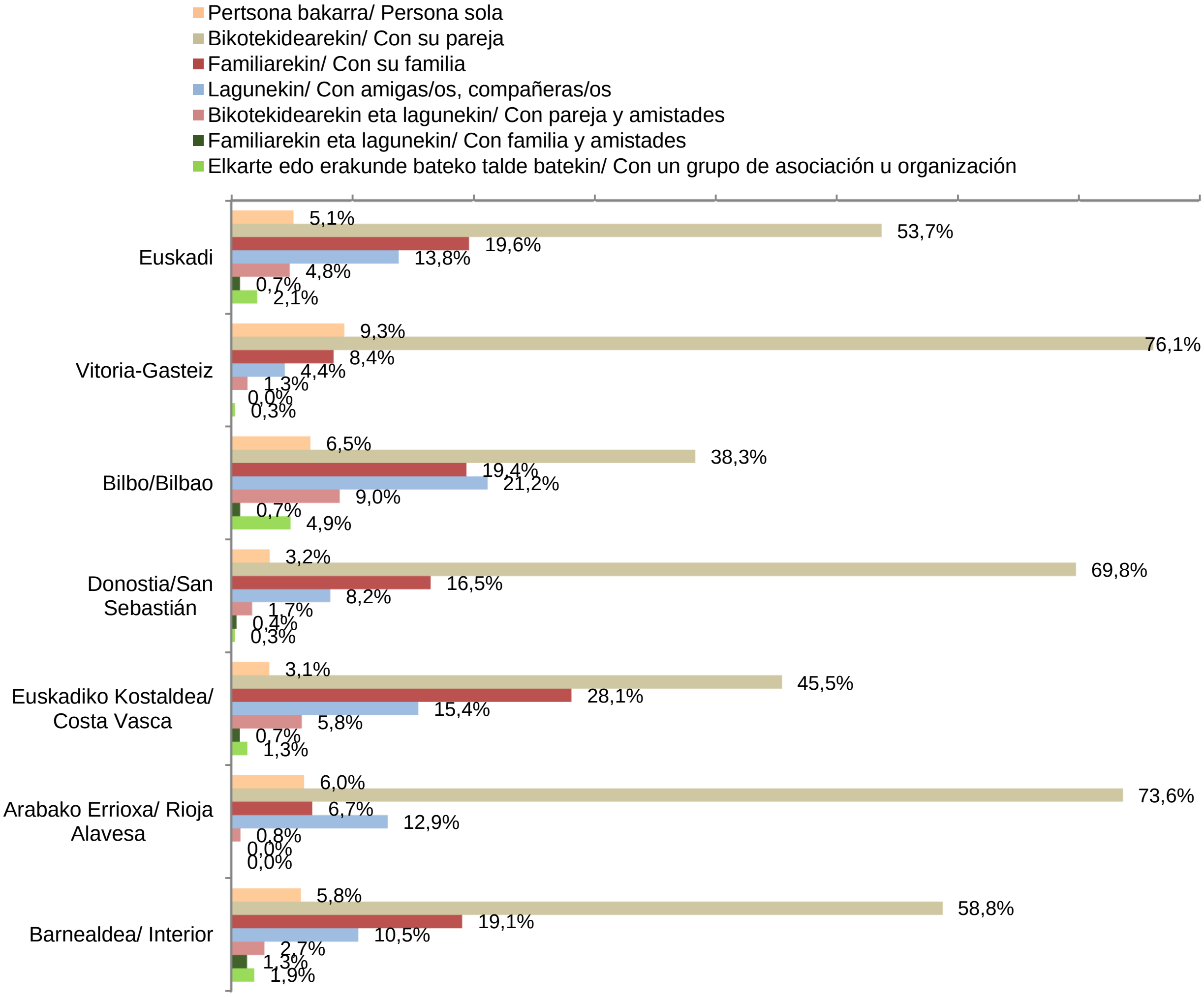
En una proporción superior a la media se distinguen por realizar la visita en pareja, las y los turistas que se alojan en Vitoria-Gasteiz (76%), Rioja Alavesa (74%) y Donostia/San Sebastián (70%).

En Bilbao sin embargo sólo lo hacen el 38% de las y los turistas que se alojan en ese destino turístico. En esta ciudad se aprecia un mayor número de turistas que viaja con amigos/as o compañeros/as (21%) en comparación con el resto de destinos turísticos.

Los destinos turísticos de Álava cuentan con las cotas más bajas de turistas que viajan en grupo con familiares, el 8% en Vitoria-Gasteiz y apenas el 7% en Rioja Alavesa. En el lado opuesto Costa Vasca, donde el 28% de las y los turistas que la visitan lo hacen con personas de su familia.

6. grafikoa. Turistek norekin bidaiatzen duten, Euskadin gaua ematen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016

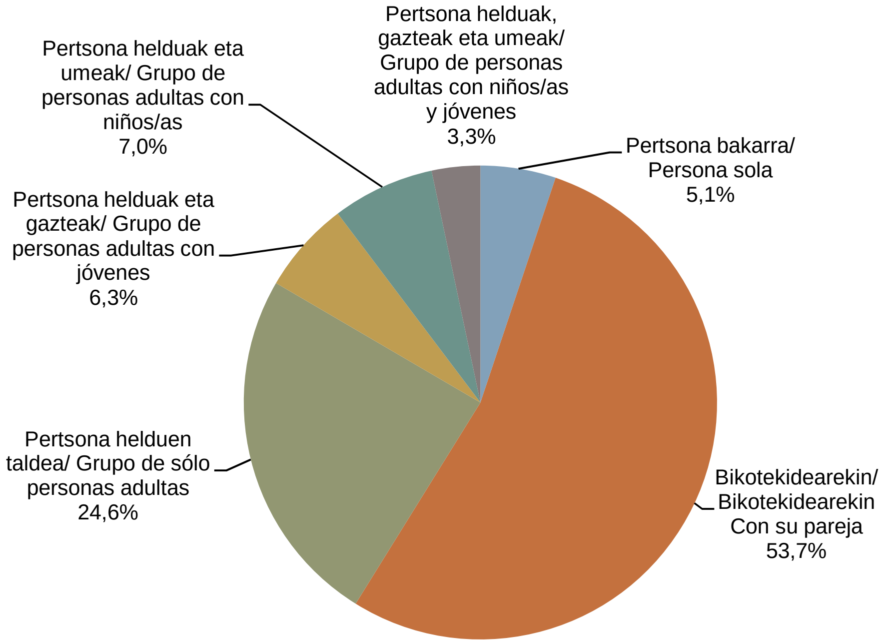
Gráfico 6. Forma social de viajar de las y los turistas según destino turístico de pernoctación, 2017-2016



Euskadira aisialdian etortzen diren turista-taldeak batez ere bi pertsonakoak izaten dira. Agerian dago bikotean etortzen direnen pisua, beraz. Halere, bi lagun baino talde handiagoan etortzen direnak soilik hartzen baditugu kontuan, batez beste sei laguneko taldeak etortzen dira, horietako bost 18 urtetik gorakoak. 2014ko datuekin alderatuta, turista-taldea osatzen dutenen batez besteko zenbatekoa hazi egin da: bi pertsona gehiago talde bakoitzean.

El grupo de viaje medio en Euskadi, muy asociado a la visita en pareja es de dos personas. Ahora bien, si tenemos en cuenta solo a quienes viajan en grupos de más de dos personas, éste asciende a casi seis personas de media donde cinco de ellas son personas adultas de más de 18 años. Respecto a 2014 se ha incrementado en dos personas la media de personas del grupo con el que viajan las y los turistas.

7. grafikoa. Euskadira etortzen den turista-taldea osatzen duten kideen kopurua, 2017-2016[11]
Gráfico 7. Componentes del grupo de viaje de las y los turistas que visitan Euskadi, 2017-2016[12]



Turisten ia % 17 taldean etortzen da, tartean gazteak eta umeak egonda. Ehuneko hori hazi egin da 2014tik hona. Talde horien helmugarik ohikoenak Euskadiko Kostaldea (% 26) eta Barnealdea (% 18) izaten dira.

Casi el 17% de las y los turistas acuden en grupo con jóvenes y/o niñas/os. Este número se ha incrementado en un punto porcentual desde 2014. El destino preferente de estos grupos es Costa Vasca (26%) y el interior de Euskadi (18%).

Bilbon ohikoagoa da pertsona helduez soilik osatutako taldea (% 43) bikoteek osatutakoena baino (% 38).

En Bilbao el grupo compuesto por solo personas adultas (43%) supera al formado por parejas (38%).

Gazte eta umeekin bidaiatzen duten helduen turismoak presentzia konparatibo txikiagoa du Gasteizen (% 6) eta Arabako Errioxan (% 5). Gasteizen, zehazki, bakarrik bidaiatzen duten turisten ehunekoa nabarmentzen da (% 9).

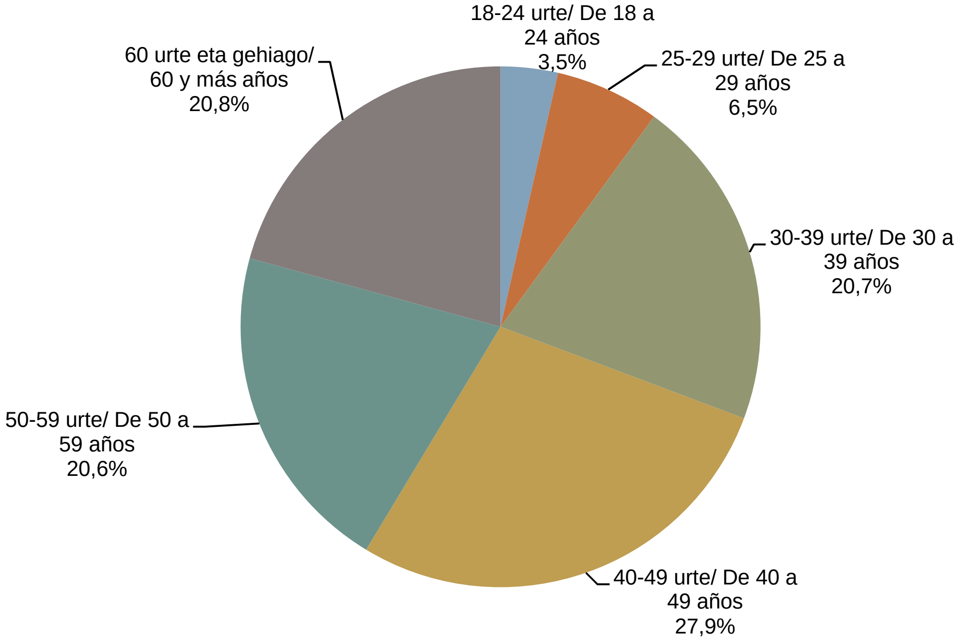
Vitoria-Gasteiz (6%) y Rioja Alavesa (5%) son los destinos donde se advierte una menor presencia de turismo de personas adultas que viajan con jóvenes y o niñas/os y sobre todo en Vitoria-Gasteiz un mayor número de personas que acuden solas (9%).

Euskadira etortzen diren turisten batez besteko adina 46 urtekoa da, 2014 baino urtebete gutxiago. Adin-tarteka banatuz gero (18-29 urte, 30-39 urte, 40-49 urte, 50-59 urte eta 60 urtetik gora), emaitza nahiko homogeneoa da, turistarik gazteenak egon ohi diren tarteetan izan ezik.

La edad media de las y los turistas que visitan Euskadi es de casi 46 años, un año menos que en 2014. La distribución por estratos de edad (de 18 a 29 años, de 30 a 39, de 40 a 49, de 50 a 59 y 60 años y más) es bastante homogénea excepto en los estratos donde se encuentran las y los turistas más jóvenes.

11 Gazteak: 11-18 urte bitarteko pertsonak;
Umeak: 11 urtetik beherako pertsonak
12 Jóvenes: incluye a las personas de entre 11 y 18 años;
Niñas/os: incluye a las personas de menos de 11 años.

8. grafikoa. Euskadira etortzen diren turisten adin-tarteak, 2017-2016
Gráfico 8. Estratos de edad de los y las turistas que visitan Euskadi, 2017-2016



Turistarik gazteenek Gasteizen eta Euskadiko Kostaldean hartzen dute ostatu, bi kasuetan 44 urte izaten baitituzte batez beste. Gasteizen dago 30-39 urte bitarteko turisten ehunekorik altuena (% 34).

Las y los turistas más jóvenes son quienes se alojan en Vitoria-Gasteiz y en la Costa Vasca, ambos con una media de 44 años. Vitoria-Gasteiz tiene el mayor porcentaje de turistas en el estrato de entre 30 y 39 años (34%).

Gorako ordenan jarraituta, Euskadiko Barnealdeko turistak daude: 45 urte izaten dituzte batez beste; ildo beretik, 40-49 urteko adin tartekoen ehunekoa ere altua da (% 34). Ondoren datoz Bilbon gaua ematen duten turistak (46 urte batez beste). 2014tik hona batez bestekoa 4 urte txikiagoa da, nahiz eta oraindik ere Bilbon egon 60tik urtetik gorako turisten ehunekorik altuena (ia % 28).

Siguiendo por orden ascendente están las y los turistas del interior de Euskadi con una media de 45 años y un alto porcentaje (34%) en el estrato de entre 40 y 49 años. Le siguen las y los turistas que se alojan en Bilbao con una edad media de 46 años, promedio que ha disminuido respecto a 2014 en 4 años a pesar de que sigue contando con el mayor porcentaje de turistas de 60 y más años (casi 28%).

Donostian ostatu hartzen duten turistek 48 urte izaten dituzte batez beste, eta adin-tarteari erreparatuz gero, helmuga turistiko guztien artean, bertan dago adin-banaketarik homogeneoena.

Las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián tienen una edad media de 48 años y su distribución por estratos de edad es la más homogénea entre todos los destinos turísticos.

Oro har, batez besteko adinak helmuga turistiko guztietan egin du behera, Gasteizen izan ezik (urtebete egin baitu gora).

En general la edad media ha disminuido en todos los destinos turísticos excepto en Vitoria-Gasteiz donde se ha incrementado un año.

Behera egin du, halaber, unibertsitate-mailako ikasketak dituzten turisten kopuruak: % 63 ziren 2014an eta % 53 2017-2016an.

Desciende el número de turistas con estudios universitarios del 63% en 2014 al 53% en 2017-2016.

Beherakada hori are nabariagoa da Arabako Errioxan (2014an % 67 ziren eta % 42 baino ez 2017-2016an), Gasteizen (2014an % 52 ziren eta % 31 baino ez 2017-2016an) eta Euskadiko Barnealdean (% 56 eta % 37).

Este descenso es más acusado en Rioja Alavesa donde ha bajado del 67% en 2014 al 42% en 2017-2016, en Vitoria-Gasteiz donde ha disminuido del 52% en 2014 al 31% en 2017-2016 y en el interior de Euskadi pasando del 56% en 2014 al 37% en 2017-2016.

Helmuga turistiko ia guztietan, lanean ari direla diotenen pisua Euskadiko batez bestekoa baino altuagoa da (% 78). Bilboko datua baino ez dago batez besteko horretatik behera: ia 10 puntu beheragо (% 68). EAEko gainerako hiriburuetan eta gainerako helmugetan, erreferentziazko batez bestekotik hurbilago dago datua.

Termino erlatiboari begiratuz gero, berriro ere Bilbo nabarmentzen da (batez bestekoa baino 10 puntu gehiago).

Ikuspegi subjektibotik, egoera ekonomiko pertsonalari dagokion errenta-mailaren arabera sailkatu dute euren burua turistek. 2014ko datuekin alderatuta, euren burua goiko errenta-mailetan kokatzen duten turisten kopuruak gora egin du: errenta ertain eta altuen tartea % 21ekoa zen 2014an, eta % 34koa 2017-2016an. Ildo beretik, errenta altua dutela dioten turisten ehunekoa % 2koa zen 2014an, eta % 4koa 2017-2016an.

En prácticamente todos los destinos turísticos el peso porcentual de las y los que se declaran trabajando supera la media de Euskadi (78%). Solo Bilbao se sitúa por debajo de esa media: casi 10 puntos (68%). En el resto de las capitales vascas, así como en el resto de destinos, el dato está más próximo a ese dato medio de referencia.

Las personas inactivas destacan más, en términos relativos, en Bilbao (10 puntos más que la media).

Desde un punto de vista subjetivo, las y los turistas se han clasificado en un nivel de renta que responde a su situación económica personal. Respecto a 2014 se ha incrementado el número de turistas que se sitúan en niveles de renta superiores, así ha aumentado el estrato de rentas medias-altas del 21% en 2014 al 34% en 2016-2017 y también se ha registrado un incremento en el porcentaje de turistas que se declaran de un nivel de renta alta del 2% en 2014 al 4% en 2017-2016.

Nola jasotzen duten informazioa, zer garraiobide erabiltzen duten, non hartzen duten ostatu eta zenbat eguneko egonaldia egiten duten

Euskadira etorrarazteko kanpainak eta aurreko informazioaren balioa

Turistek bide bat baino gehiago erabiltzen dute Euskadira etortzera bultzatu dituen informazioa jasotzeko. Ingurune hurbilaren (senideen, lagunen…) eragina da garrantzitsuena, baiezkoa eman baitio erantzunen % 69k. Ia 20 puntu atzerago aipatzen dituzte onlineko hedabideak (% 48) eta hirugarren lekuan daude turismoari buruzko artikuluak eta erreportajeak (% 36).

Oso ohikoa da Euskadira etorri aurretik (helmuga turistikoa edozein izanik ere) hari buruzko informazioa jasotzea hurbileko pertsonen eta online hedabideen bidez; halere, badaude azpimarratzeko moduko ñabardurak.

Adibidez, Bilbon ostatu hartzen dutenen artean, batez bestekotik behera dago onlineko hedabideetatik informazioa jasotzen dutenen ehunekoa (% 32).

Artikuluen eta erreportajeen ehuneko pisua antzerakoa da helmuga guztietan, Gasteizen (% 17) eta Arabako Errioxan (% 15) izan ezik. Bata nahiz bestea batez bestekotik behera daude.

Bada bitxikeria bat. Gasteizera eta Arabako Errioxara etortzen diren turistengan eraginik handienetakoa izan duten informazio-iturrietako batzuk liburuak, eleberriak eta filmak dira: batean % 35eko pisua eta bestean % 38ko pisua, hurrenez hurren.

Nabarmentzekoa da bidaia-agentziak duten pisua Donostian gaua ematen dutenen artean (% 27) eta eskaintzek duten pisua Euskadiko Barnealdera joaten direnen artean (% 15).

Cómo se informan, qué medios de transporte utilizan, dónde se alojan y cuántos días dura su estancia

Campañas de incitación y valor de la información previa

Son varios los medios a través de los que las y los turistas reciben información que les incitan a visitar Euskadi. La influencia del entorno próximo (familia, amistades) destaca con el 69% de respuestas positivas. A casi 20 puntos de distancia se citan los medios online (48%) y en tercer lugar los artículos o reportajes turísticos (36%).

La recepción de información previa a través de personas cercanas y medios online es común entre las y los turistas que visitan Euskadi en la mayoría de los destinos turísticos, sin embargo hay matices importantes a señalar.

Así, destaca por debajo de la media el bajo peso de los medios online como fuente de información previa al viaje entre quienes se alojan en Bilbao (32%).

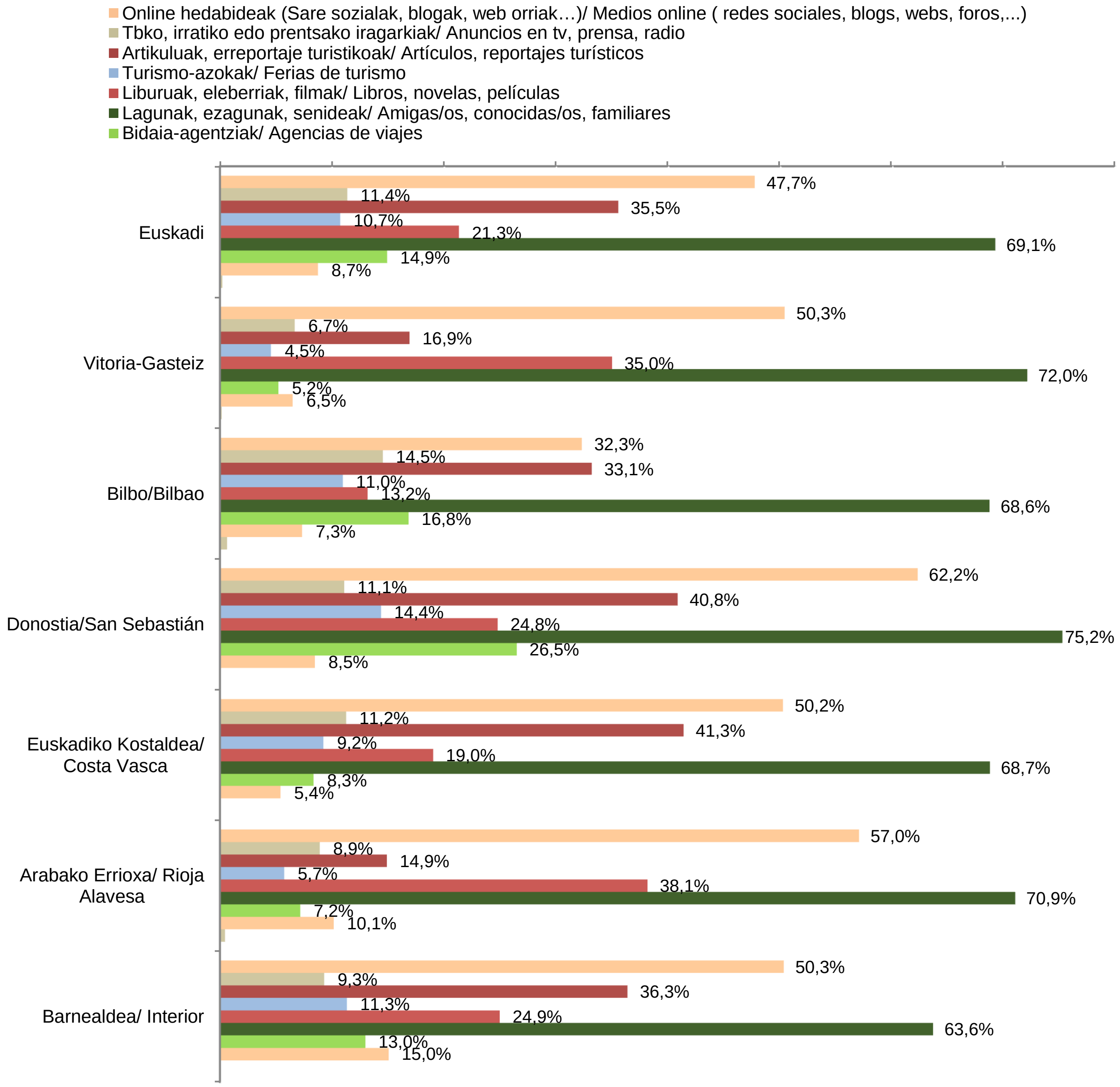
El peso porcentual de los artículos y reportajes es común a todos los destinos excepto Vitoria-Gasteiz (17%) y Rioja Alavesa (15%), ambos situados bastante por debajo de la media.

Curiosamente uno de los medios que más ha influenciado tanto a las y los turistas de Vitoria-Gasteiz como a las y los de Rioja Alavesa han sido los libros, novelas o películas con un peso de un 35% y un 38% respectivamente.

Destaca el peso de las agencias de viajes (27%) entre quienes se alojan en Donostia/San Sebastián y la incitación al viaje a través de una oferta entre quienes lo hacen en el interior de Euskadi (15%).

9. grafikoa. Turistak Euskadira etorrarazteko eragina izan duten bideak, gaua eman duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016

Gráfico 9. Medios que han influenciado en las y los turistas para la realización de este viaje a Euskadi según destino turístico de pernoctación, 2017-2016



Turistek erabiltzen dituzten garraiobideak

Euskadira aisialdian etortzen diren turistek batik bat autoa erabiltzen dute bertara iristeko: % 68k erabiltzen du autoa (norberaren autoa edo alokatutakoa, bi datuak bilduta).

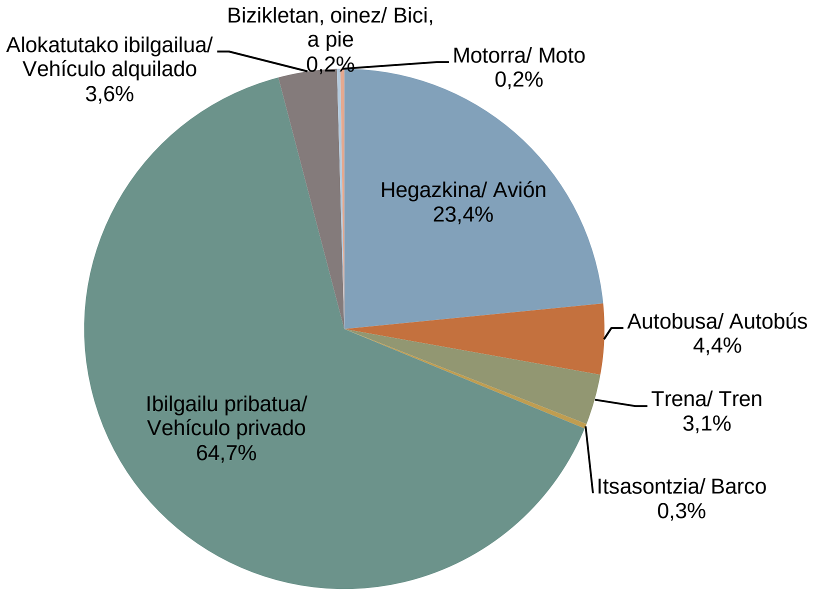
2014ko datuen aldean, % 4 hazi da garraiobide hori erabiltzen duten turisten kopurua, eta ehuneko bi puntu egin du behera hegazkinaren erabilerak.

Los medios de transporte utilizados por los y las turistas

Los y las turistas que vienen por motivos de ocio a Euskadi utilizan mayoritariamente el coche como medio de transporte principal para llegar: 68% (considerando tanto el vehículo propio como el alquilado).

Respecto a 2014 se ha incrementado un 4% el número de turistas que utilizan ese medio y desciende en dos puntos porcentuales el uso del avión.

10. grafikoa. Euskadira iristeko garraiobide nagusia, 2016-2016
Gráfico 10. Medio de transporte principal para llegar a Euskadi, 2017-2016



Jatorriko herria Euskaditik zenbat eta urrunago egon, orduan eta gehiago erabiltzen dute hegazkina. Garraiobide hori erabiltzen dute nazioarteko turista gehienek, Beneluxekoek eta Frantziakoek izan ezik. Estatu Espainolaren barruan, Andaluziakoek erabiltzen dute gehien (% 31k).

El uso del avión esta totalmente asociado a la distancia a la que se encuentra Euskadi respecto del lugar de residencia de las y los turistas. Es el medio mayoritariamente utilizado por las y los turistas internacionales, excepto las y los residentes en Benelux y en Francia, y dentro del mercado estatal destaca su uso entre las y los residentes en Andalucía (31%).

Euskadira hegazkinez iristen diren turisten % 72k hegaldi zuzena egiten du bere herrialdetik hona, eta gehien-gehienak Bilboko aireportura iristen dira.

El 72% de las y los turistas que llegan a Euskadi en avión lo hacen en un vuelo directo desde su lugar de origen y en su inmensa mayoría llegán a Euskadi a través del aeropuerto de Bilbao.

Helmugako mugikortasunari dagokionez, joan-etorri gehienak oinez egiten dituzte (joan-etorri guztien % 68). Ondoren dator norberaren autoa (% 54) eta gero garraio publikoa (% 35).

En cuanto a la movilidad en el destino, los desplazamientos más frecuentes son andando y suponen el 68% del total de desplazamientos. Seguido en orden de peso relativo destaca el vehículo propio (54%) y a continuación el transporte público (35%).

Oro har, helmugako garraiobidea turisten jaioterriari lotuta dago. Hala, oinezko joan-etorriak albo batera (jatorria edozein izan arren, horixe delako gehien erabiltzen dena), Estatu Espainoletik etorritako turistek beren ibilgailua erabiltzen dute joan-etorriak egiteko (% 68k, eta nazioarteko turisten % 35ek). Nazioarteko merkatuari erreparatuta, garrantzi handiagoa dute garraio publikoak (% 46k erabiltzen du, eta Estatu Espainoletik etorritakoen % 27k) eta alokatutako ibilgailuak (nazioarteko turisten % 20k erabiltzen du, eta Estatu Espainoletik etorritakoen % 2k baino ez).

En líneas generales el modo de transporte en destino esta muy relacionado con el lugar de residencia de las y los turistas. Exceptuando los desplazamientos andando que son generalizados independientemente del origen, se observa que entre las y los estatales predomina el uso del vehículo privado en sus desplazamientos (68% frente al 35% de las y los turistas internacionales) mientras que en el caso del mercado internacional adquiere mayor relevancia el transporte público (46% frente al 27% del estatal) y los vehículos alquilados (20% frente al 2% del estatal).

Ostatu-motak

Estatuko merkatutik datozen turistek (berdin dio nondik datozen), hotel-establezimendua aukeratzen dute Euskadin ostatu hartzeko.

Bertako turismoak (erkidegotik bertatik etorritako turistek) gehiago erabiltzen ditu gainerako establezimenduak: laurden batek baino pixka bat gehiagok kanpina aukeratzen du, eta % 12k landa-ostatuak.

2014ko datuekin alderatuta, ehuneko 2 puntu egin du behera hotelen erabilerak, eta % 1 landa-establezimenduen erabilerak. Kanpinaren erabilerak, berriz, % 3 egin du gora.

Nazioarteko merkatuetatik datozenen ia % 90ek hotel-establezimenduak aukeratzen ditu Euskadin gaua emateko.

2014ko datuen aldean, nabarmena da kanpina aukeratzen duten nazioarteko turisten kopuruan izan den beherakada, ehuneko 6 puntu ere egin baitu behera (% 14 ziren 2014an, eta % 8 2017-2016an). Beste aldean, ehuneko ia 7 puntu egin du gora hotelen erabilerak eta % 1 egin du behera landa-ostatuetan gaua ematen duten turisten kopuruak.

Beneluxen bizi diren turistek erabiltzen dute gehien, ehuneko erlatiboetan, kanpina: % 26k.

Frantziako turistek, berriz, dibertsifikazio handiagoa dute ostatu-motan: % 6k landa-ostatuak erabiltzen ditu eta ia % 9k kanpina.

Los tipos de alojamiento

Las y los turistas procedentes del mercado estatal, independientemente de su lugar de residencia, eligen el establecimiento hotelero para alojarse en Euskadi.

El turismo interno (de las y los residentes en la propia comunidad), destaca por un mayor uso del resto de establecimientos. Algo más de una cuarta parte elije el camping y el 12% los alojamientos rurales.

Respecto a 2014 ha disminuido en 2 puntos porcentuales la elección de los hoteles y un 1% la de los alojamientos rurales, incrementandose en un 3% el uso del camping.

Casi el 90% de quienes vienen de mercados internacionales eligen los establecimientos hoteleros como principal opción para pernoctar en Euskadi.

Respecto a los datos de 2014 es notable el descenso de este tipo de turistas en camping, llegando a caer 6 puntos (del 14% en 2014 al casi 8% en 2017-2016). A su vez se incrementa en 7 puntos porcentuales el uso de hoteles y baja un 1% el número de turistas que pernoctan en alojamientos rurales.

Los y las turistas residentes en el área de Benelux son los que, en términos relativos, más se alojan en camping (26%).

Por su parte, las y los turistas de Francia muestran un mayor grado de diversificación en cuanto a los establecimientos donde se alojan. Así el 6% lo hace en alojamientos rurales y casi el 9% en camping.

Bidaiaren zirkuitua

Euskadira aisialdian etortzen diren turisten % 75rentzat, Euskadi bera da bidaiaren helmuga bakarra. Gainerako % 25arentzat, Euskadi bidaia-zirkuitu handiago baten zatia da.

Bidaia-zirkuitua egiten dutenen artean, % 11k zirkuituko bitarteko etapatzat hartzen dute Euskadi, % 9k azken etapatzat, eta % 5ek hasierako etapatzat.

2014ko datuekin alderatuz gero, ehuneko 5 puntu hazi da bidaia Euskadin amaitzen duten turisten kopurua, eta ehuneko 3 puntu murriztu da Euskadi helmuga bakartzat duten turisten kopurua.

Gasteiz (% 93) eta Arabako Errioxa (ia % 95) helmuga bakarra dira turisten gehiengo nagusiarentzat. Bilbon gaua ematen duten turisten % 30entzat eta Donostian gaua ematen dutenen % 34rentzat, Euskadi bidaia zabalago baten zati bat da, ez helmuga bakarra.

Bidaia-zirkuituak 6 eguneko iraupena izaten du batez beste, eta horietatik 4 Euskadin ematen dituzte.

El circuito del viaje

Euskadi es destino único para el 75% de las y los turistas que visitan la comunidad por motivos de ocio. Para el otro 25%, Euskadi forma parte de un circuito de viaje.

De quienes realizan un circuito de viaje, el 11% visita Euskadi en una etapa intermedia de circuito, el 9% como etapa final de su viaje y el 5% como inicio.

Respecto a 2014 se ha incrementado en 5 puntos el número de turistas que concluyen su viaje en Euskadi y disminuye en 3 puntos el porcentaje de turistas que tienen a Euskadi como destino único.

Vitoria-Gasteiz (93%) y Rioja Alavesa (casi 95%) son destinos únicos para la gran mayoría de turistas. Para el 30% de las y los turistas que pernoctan en Bilbao y el 34% de las y los que pernoctan en Donostia/San Sebastián Euskadi forma parte de una de las etapas de su viaje sin ser destino único.

El circuito del viaje tiene una duración media de casi 6 días, de los cuales 4 son pernoctaciones realizadas en Euskadi.

Bilbon eta Donostian gaua ematen duten turisten artean, bidaia-zirkuituek 5 eguneko iraupena izaten dute batez beste, eta 3 egun batez beste Gasteizen gaua ematen dutenen bidaia-zirkuituek. Egonaldirik luzeena Euskadiko Kostaldean egiten dute: ia 9 gau batez beste. Euskadiko Barnealdean ostatu hartzen duten turistek 4 eguneko zirkuituak egiten dituzte, eta Arabako Errioxara joaten direnek 3 egunekoak.

Entre las y los turistas que pernoctan en Bilbao y en Donostia/San Sebastián, los **circuitos de viaje** tienen una duración media de 5 días; mientras que baja a 3 días entre las y los que pernoctan en Vitoria-Gasteiz. La Costa Vasca, con casi 9 pernoctaciones de media en los circuitos, es el destino con una estancia más larga. Las y los turistas que duermen en el interior de Euskadi realizan circuitos de 4 días y las y los que visitan Rioja Alavesa de 3 días.

Frantzia (% 22), Katalunia (% 16) eta Madrilgo autonomia-erkidegoa (% 16) dira Euskadira turista gehien ekartzen dituzten eremuak bidaia-zirkuitu baten barruan. Euskadi ikusi ondoren, turistak Frantziara (% 19), Kataluniara (% 16), Kantabriara (% 15) eta Madrilgo autonomia-erkidegora (% 14) joaten dira.

Francia con el 22% de turistas y Cataluña y la C.A. de Madrid ambas con el 16%, son las principales comunidades autónomas de inicio del viaje para quienes engloban a Euskadi dentro de un circuito de viaje. Una vez realizada su visita por Euskadi las y los turistas se desplazan principalmente hacia Francia (19%), Cataluña (16%), Cantabria (15%) y la C.A. de Madrid (14%).

Bidaiako ostatu-gauak

Euskadin 2014an beste ostatu-gau egiten dituzte turistek: 4 eguneko egonaldiak izaten dira.

Turistak Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren harira, kostaldeko turismoak egiten ditu ostatu-gau gehien (ia 8 egun, eta 4 egun baino ez 2014an). Hiriko turismoak eta gastronomiari eta ardoari lotutako turismoak egiten ditu egonaldirik laburrenak: ia lau egun, batez bestekotik hurbil.

Bertako turismoak (Euskadin bizi denak) egiten ditu egonaldirik luzeenak (ia 9 egunekoak). Atzerriko gainerako turistek batez bestekotik gorako egonaldiak egiten dituzte, Frantziakoek eta Beneluxekoek izan ezik.

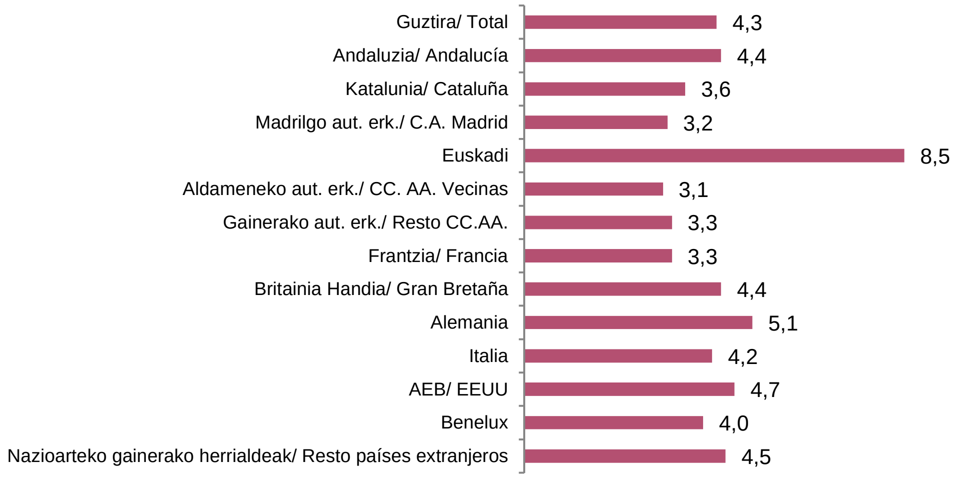
Las pernoctaciones del viaje

La media de pernoctaciones realizadas en Euskadi se mantiene desde 2014 en 4 días.

Desde el punto de vista de la motivación principal que atrae a las y los turistas a Euskadi, el turismo costero es el que presenta el mayor número de pernoctaciones (casi 8 días frente a los 4 de 2014). Con valores muy cercanos a la media, el turismo de ciudad y el motivado por la gastronomía y vinos con cuatro pernoctaciones es el que realiza las estancias más cortas.

El turista interno (residente en Euskadi) es el que realiza estancias más largas (casi 9). Del resto, el turista extranjero, excepto el residente en Francia y Benelux, realiza estancias superiores a la media.

11. grafikoa. Turisten bizilekuaren arabera Euskadin egindako egonaldien bataz bestekoa, 2017-2016
Gráfico 11. Media de pernoctaciones realizadas en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas, 2017-2016



Helmuga turistikoaren ikuspegitik, Donostian (3,7) eta Bilbon (3,8) gaua ematen duten turistek batez bestekotik hurbileko egonaldia egiten dute. Gasteizen ostatu hartzen duten turistek, berriz, batez bestekoa baino egonaldi laburragoa egiten dute (ia 3 gauekoa).

Desde la perspectiva del destino turístico, las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián (3,7) y Bilbao (3,8) se aproximan a la media en cuanto a la duración de su estancia. No así las y los turistas que se alojan en Vitoria-Gasteiz, con una duración algo inferior a la media (casi 3 noches).

2014ko datuen aldean, Bilbon ostatu hartzen duten turisten batez besteko egonaldia gau batez luzatu da; gainerako bi hiriburuetan, berdin mantentzen da.

Euskadiko Kostaldean izaten dira egonaldirik luzeenak (7 egunekoak), eta aurretik ere ikusitako datua berresten da horrela.

Ostatu-motari dagokionez, kanpinean 12 egun ematen dituzte batez beste, gainerako establezimenduetan baino dezente gehiago.

Egonaldien batez bestekoa inkestaren informazioa bildu den helmuga turistikoari lotutako egonaldi osoaren gainean egin da. Halere, Euskadira aisialdian etortzen diren turista guztiek ez dute helmuga turistiko bakar batean hartzen ostatu; batzuk batera eta bestera mugitu eta lurraldeko beste eremu batzuetan hartzen dute ostatu.

Azterketaren ikuspegitik, pertsonarik aktiboenak Bilboko turistak izaten dira, helmuga horretaz gain Donostian (Euskadin egiten dituzten gauen % 17 hor egiten dute) eta Gasteizen (ostatu-gauen % 3) ere hartzen baitute ostatu.

Kontrako norabideari erreparatuta berriz, Gasteizen ostatu hartzen duten turisten % 3k baino ez du beste helmuga turistiko bat Euskadin.

Donostiak hartzen ditu Euskadiko beste helmuga turistikoetatik etorritakoen ehunekorik altuena.

Helmuga turistikoek elkarren artean duten lotura hori dela eta, helmuga bakoitzean bakar-bakarrik egindako ostatu-gauen batez bestekoa beti izango da Euskadiko egonaldiaren iraupenaren batez bestekoa baino txikiagoa. Mugikortasun horren eraginik handiena jasaten duten helmuga turistikoak Bilbo eta Euskadiko Kostaldea dira.

Respecto a 2014 se ha incrementado en una noche la duración de la estancia de las y los turistas que se alojan en Bilbao manteniéndose en las otras dos capitales.

Costa Vasca registra las estancias más largas (7 días); este hecho ya se había reflejado anteriormente entre quienes se decantan por el turismo costero como tractor de la visita a Euskadi.

En cuanto al tipo de alojamiento, el camping con más de 12 jornadas, destaca notablemente sobre el resto de establecimientos.

Esta media de pernoctaciones recoge la duración de la estancia total de las y los turistas en Euskadi asociada al destino turístico donde se ha recogido la información de la encuesta. Ahora bien, no todos y todas las turistas que visitan en Euskadi por motivo de ocio se alojan en un destino único sino que una pequeña parte se desplaza y pernoctan en otros destinos del territorio.

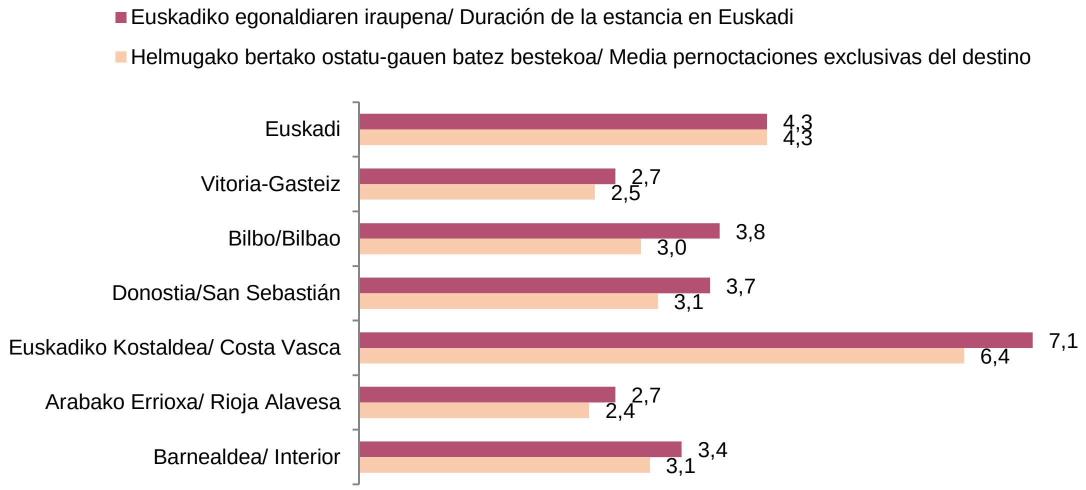
Desde esta perspectiva de análisis, las personas más activas son las y los turistas de Bilbao que además de en ese destino, se alojan sobre todo en Donostia/San Sebastián (casi el 17% de las pernoctaciones que realizan en Euskadi lo hacen en ese destino) y en Vitoria-Gasteiz (3% de las pernoctaciones).

En el sentido contrario se encuentran las y los turistas que pernoctan en Vitoria-Gasteiz donde apenas el 3% de las pernoctaciones se realizan en otros destinos turísticos de Euskadi.

Donostia/San Sebastián es el lugar que mayor porcentaje de pernoctaciones acoge procedente del resto de destinos turísticos de Euskadi.

Como consecuencia de esta interrelación de destinos turísticos, la media de pernoctaciones realizada exclusivamente en cada destino es inferior en todos los casos a la duración de la estancia en Euskadi. El destino que en mayor medida se ve afectado por esta movilidad son Bilbao y la Costa Vasca.

12. grafikoa. Helmuga turistikoan soil-soilik egindako ostatu-gauen batez bestekoa, 2017-2016
Gráfico 12. Media de pernoctaciones realizadas exclusivamente en el destino turístico, 2017-2016



Zer egiten dute Euskadin dauden bitartean?

Euskadin dauden bitartean egiten dituzten jarduerak

Turistek Euskadi helmuga turistikotzat aukeratzeko arrazoi nagusiak aztertu ditugu aurreko atalean. Zerk bultzatu dituen etortzera. Ondoren, Euskadira etortzeko arrazoiak aztertu beharrean, Euskadin egon diren bitartean egin dituzten jarduerei erreparatuko diegu.

Turistek egonaldian egiten dituzten jardueren kopurua hazi egin da 2014tik hona. Orduko hartan 3-4 jarduera egiten zituzten, eta 7 2017-2016an.

Hiriko turismoa egitera datozen turistek egiten dituzte jarduera gutxien (7 jarduera batez beste), eta landa-turismoa egiten dutenek gehien (9 batez beste).

Turistek egiten dituzten jardueren hazkunde horrek isla nabarmena izan du jarduera jakin batzuetan. Adibidez, 2014an turisten 26k egiten zuten ibilaldia Euskadiko hainbat udalerritan zehar, eta 2017-2016an, berriz, % 70ek. Otorduetatik kanpo pintxotan ibiltzeko jarduerak ere hazkunde itzela izan du: 2014an % 23k egiten zuen hori, eta 2017-2016an, % 63k.

¿Qué hacen durante su visita a Euskadi?

Actividades realizadas a lo largo de la visita por Euskadi

En el apartado anterior, se han analizado las razones que más importancia han tenido para las y los turistas en la elección de Euskadi como destino turístico. Las motivaciones que les han incitado a venir. Lo que se analiza a continuación no son los motivos sino las actividades que finalmente han realizado las y los turistas durante su estancia en Euskadi.

El número de actividades que realizan las y los turistas durante su estancia se han incrementado desde las 3-4 actividades realizadas en 2014 a las 7 efectuadas en 2017-2016.

Las y los turistas con menor actividad son quienes acuden a Euskadi por motivaciones de turismo de ciudad (7 actividades de media), y con mayor actividad quienes vienen por turismo rural (9 actividades de media).

Este incremento en la actividad de las y los turistas se ve reflejada en el sustancial crecimiento que han tenido actividades como conocer Euskadi visitando varias localidades que ha pasado de ser una actividad realizada por el 26% de las y los turistas en 2014 al 70% en 2017-2016, u otras actividades como ir de pintxos (fuera de las comidas) que ha aumentado del 23% en 2014 al 63% en 2017-2016.

13. grafikoa. Turistek Euskadiko egonaldian egiten dituzten jarduerak, 2017-2016. Erantzun askotako galdera.
Gráfico 13. Actividades realizadas por las y los turistas en su visita a Euskadi, 2017-2016. Respuesta múltiple

Euskadin bisitatu dituzten lekuak

Euskadira etortzeko arrazoiak eta egonaldian egindako jarduerak ikusi ondoren, jarduera horiek egin dituzten lekuei begiratuko diegu. Zer leku zehatz bisitatu dituzten gehien turistek, eta zer baliabidek jaso dituen bisita gehien.

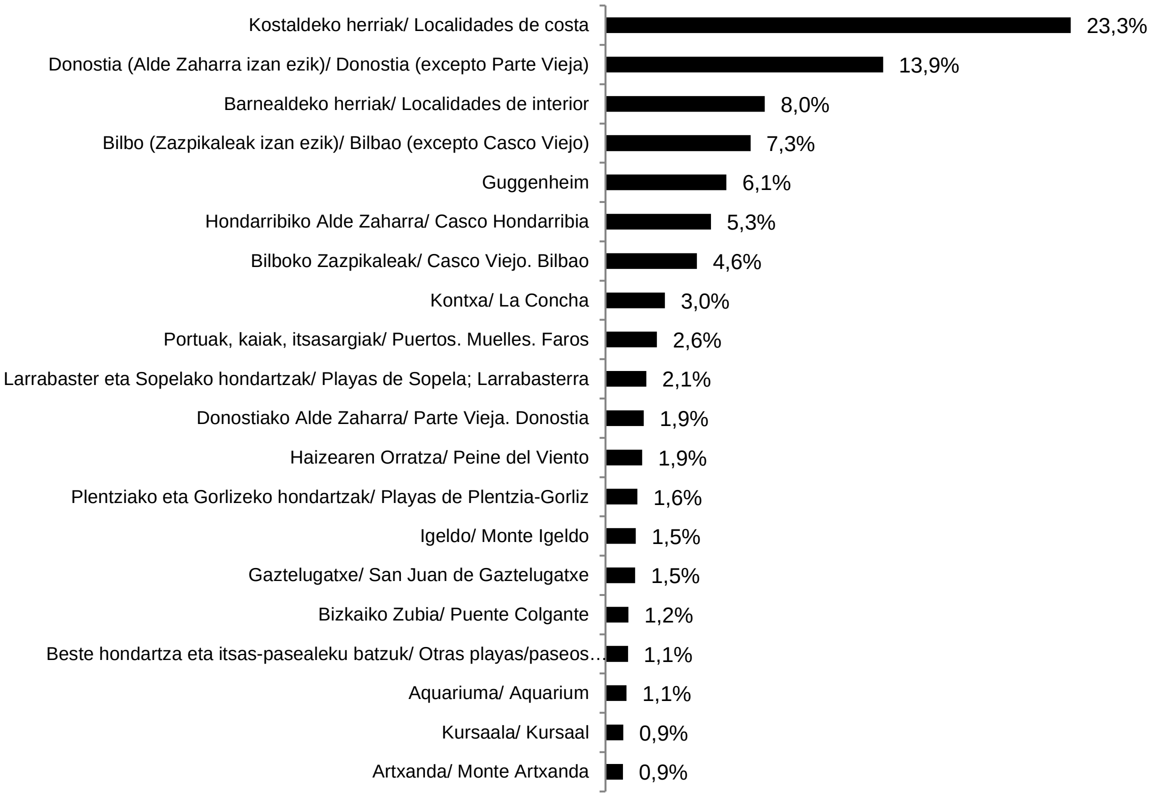
Jardueren atalean ere ikusi dugun bezala, hiriak ezagutzeko eta landako edo kostaldeko herrietan jarduteko bisitak dira pisurik handiena izan dutenak, turistak Euskadira erakarri dituen arrazoiak edozein izanda ere (bisiten % 46tan jarduera horiek egin dituzte).

Lugares visitados en Euskadi

Una vez analizadas las motivaciones que han atraído a las y los turistas a Euskadi y las actividades que han realizado durante su estancia; corresponde, a continuación, analizar los lugares donde han realizado esas actividades. Los lugares concretos que han visitado las y los turistas para realizarlas y qué recursos concretos son los más visitados.

Como ya se veía en el apartado de actividades, las visitas relacionadas con conocer las ciudades y hacer vida en localidades rurales y/o costeras son las de mayor peso independientemente de la motivación que haya seducido a las y los turistas para venir a Euskadi (46% de las visitas).

14. grafikoa. Turistek Euskadiko egonaldian bisitatutako lekuak, 2017-2016. Erantzun askotako galdera. % 1etik hurbileko edo gorako bisitak jaso dituzten lekuak.
Gráfico 14. Lugares visitados por las y los turistas en su visita a Euskadi, 2017-2016. Respuesta múltiple. Lugares con porcentajes de visitas cercanos o superiores al 1%.



Gehien bisitatu dituzten baliabide turistikoen arabera, kategoria hauetan bana daitezke bisitak:

- ✓ Ondare-baliabideak (bisiten % 13): Bizkaiko Zubia, Gaztelugatxe, Santa Maria katedrala eta Haizeen Orrazia.
- ✓ Hirigune historikoak (% 13): Bilboko Zazpikaleak, Hondarribiko Alde Zaharra, Gasteizko Erdi Aroko auzoa eta Donostiako Alde Zaharra.

El análisis de las visitas, en función de los recursos turísticos que se han visitado en mayor medida, se distribuye en las siguientes categorías:

- ✓ Entre los recursos patrimoniales (13% de las visitas): Puente Bizkaia (Puente Colgante), San Juan de Gaztelugatxe, Catedral de Sta. María, y Peine del Viento.
- ✓ Cascos históricos (13%): Casco Viejo de Bilbao, Caso Histórico de Hondarribia, Almendra Medieval de Vitoria-Gasteiz y la Parte Vieja de Donostia/San Sebastián.

- ✓ Museoak (% 11): Guggenheim (museoetara egindako bisiten % 73), Bilboko Arte Ederren Museoa eta Aquariuma.
- ✓ Merkatu tradizionalak (% 0,5): Erriberako merkatua, Bretxako merkatua.
- ✓ Erosketekin lotutako lekuak (% 0,5): saltegi bereziak eta merkataritza-guneak.
- ✓ Ibilaldiak, bisita gidatuak (% 1): Bilboko eta Donostiako ontzi turistikoak, ibilbide gidatuak, zetazeoak ikusteko irtenaldiak eta autobus turistikoak.
- ✓ Ikuskizunei lotutako lekuak (% 2): San Mames futbol-zelaia, kontzertuak (rocka, jazza…), BECa, Arriaga antzokia.
- ✓ Ibilaldiak, hondartza-egonaldiak (% 5): Kontxa, Plentzia-Gorlizeko hondartzak, Sopelako hondartzak, Larrabasterra eta Zurriola.
- ✓ Gastronomia (% 3): upategiak, pintxoak, sagardotegiak.
- ✓ Hirietako parkeak eta mendiak (% 4): Igeldo, Artxanda, Gasteizko parkeak, Salburuko eraztun berdea, Urgull.
- ✓ Natura-guneak (% 3): Urdaibai, Jaizkibel, Gorbeia, Aiako Harria, Gatzaga, Aizkorri, Omako basoa.

- ✓ Museos (11%): Guggenheim (recibe el 73% de las visitas a museos), Bellas Artes de Bilbao y Aquarium.
- ✓ Mercados tradicionales (0,5%): Mercado de la Ribera, Mercado de la Bretxa.
- ✓ Lugares relacionados con las compras (0,5%): Comercios específicos y centros comerciales.
- ✓ Excursiones, visitas guiadas (1%): barcos turísticos de Bilbao y Donostia/San Sebastián, rutas guiadas, avistamiento de cetáceos y buses turísticos.
- ✓ Lugares relacionados con espectáculos (2%): Estadio San Mamés, conciertos (rock, jazz…), BEC, Teatro Arriaga.
- ✓ Paseos, estancias en playas (5%): La Concha, playas de Plentzia-Gorliz, playas de Sopela, Larrabasterra, La Zurriola.
- ✓ Gastronomía (3%): bodegas, pintxos, sidrerías.
- ✓ Parques y montes urbanos (4%): Monte Igeldo, Monte Artxanda, Parques de Vitoria-Gasteiz, Anillo verde-Salburua, Monte Urgull.
- ✓ Espacios naturales (3%): Urdaibai, Jaizkibel, Gorbeia, Peñas de Aia, Salinas, Aitzgorri, Bosque de Oma.

Turistek bisitatutako udalerrien azterketaren ondorioz, honako irudikapen geografiko hau lor daiteke. Zirkuluen tamaina zenbat eta handiagoa izan, udalerriak bisita-kopuru handiagoa jasotzen du.

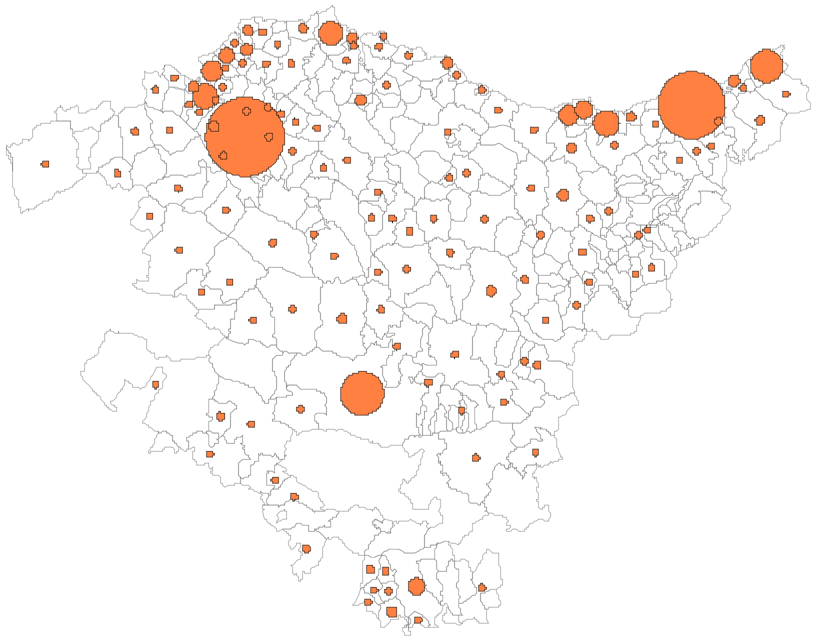
Euskadi aisialdian bisitatzen duten turistak batez ere hiriburuetara, kostaldeko herrietara (Hondarribira, Zarautzera, Portugaletera, Bermeora, Zumaiara, Getariara, Sopelara...) eta Arabako Errioxara joaten dira. Azken horren kasuan, ia helmuga osoan zehar ibiltzen dira.

Profundizando en el análisis de los municipios visitados por las y los turistas se obtiene la siguiente representación geográfica. El tamaño de los círculos es mayor cuanto mayor es el número de visitas que recibe el municipio.

Las y los turistas que visitan Euskadi por ocio, en sus desplazamientos durante la visita, acuden principalmente a las capitales, a localidades costeras (Hondarribia, Zarautz, Portugalete, Bermeo, Getxo, Zumaia, Getaria, Sopela…) y Rioja Alavesa aunque se mueven por casi todo el destino.

Mapa1.- Turistek Euskadiko egonaldian bisitatutako udalerriak, 2017-2016

Mapa1.-Municipos visitados por las y los turistas en Euskadi durante su visita, 2017-2016



Nola baloratzen dute Euskadi?

Euskadiren nortasun-ikurrak (kultura gastronomikoa, euskal izaera eta kultura…) baloratu ditu erakargarrientzat Euskal Autonomia Erkidegoa bisitatu duten turisten % 57k . Bigarren lekuan dago ingurunea (turisten % 31k aipatu du). 2014tik hona ingurunearen balorazioak 12 puntu egin du behera, eta nortasun-ikurren erakargarritasuna, berriz, ehuneko 16 puntu hazi da.

Nortasun-ikurrei eta inguruneari lotutako alderdietan sakabanaketa handiagoa egon dela aintzat hartuta, hona hemen arrakastarik handiena izan dutenak: gastronomiaren eta enologiaren kalitatea (% 25), ingurune naturala eta paisaia (% 25), hiri eta herrietako giroa (% 11) eta euskal herritarren izaera (% 9).

Alderdi negatiboei dagokienez, Euskadi bisitatu duten turista gehienek (% 65ek) ez dute nabarmendu gustatu ez zaien edo faltan antzeman duten alderdirik.

Prezioak (% 9) eta klima (% 5) izan dira Euskadiko bisitaren elementu negatibo bakarrak.

Estatu Espainoletik etorritako turistek azpimarratu dute gehien prezioaren alderdia, eta nazioarteko turisten artean, berriz, hizkuntzarekin lotutako kontuak, batez ere ingelesaren ezagutza-maila apala.

Oro har, turisten % 58k oso helmuga turistiko positibotzat baloratzen du Euskadi, baina 2014k % 87k egin zuen balorazio hori. Gainerako turistek balorazio positiboa egiten dute (% 42k, eta 2014an % 13 ziren). Ez dago balorazio negatiborik.

Orokorrean, turistek Euskadin jaso duten tratuak (ezagutzen dituzten beste helmuga turistiko batzuekin alderatuta) oso balorazio positiboa merezi izan du turisten % 75en ustez.

Donostian (% 83) eta Arabako Errioxan (% 82) ostatu hartu dutenen artean balorazioa are hobea da. Batez bestekotik behera daude, berriz, Gasteizen gaua eman duten turisten balorazioa (% 70) eta Euskadiko Barnealdean egon direnena (% 65).

Turista batek ere ez du jasotako tratuaren balorazio negatiborik egin.

Turistek antzeman duten kalitateari buruzko balorazioa (ezagutzen duten beste helmuga turistiko batzuekin alderatuta) positiboa da oro har, ez dago balorazio negatiborik.

Arabako Errioxak jaso du baloraziorik onena kalitatean: turisten % 81ek oso balorazio positiboa egiten du.

¿Cómo valoran Euskadi?

Las señas identitarias de Euskadi, entendiendo estas como los aspectos identificativos de Euskadi (cultura gastronómica, carácter vasco, identidad y cultura etc.) es el aspecto que han señalado como más atractivo el 57% de las y los turistas que visitan Euskadi. Quedando el entorno en segundo lugar con un 31%. Respecto a 2014 la valoración del entorno ha caído 12 puntos mientras que el atractivo por las señas identitarias se ha incrementado en 16 puntos.

Teniendo en cuenta una desagregación mayor entre los aspectos de Euskadi asociados a las señas identitarias y el entorno que más han gustado a las y los turistas, se encuentran la calidad gastronómica y enológica (25%), el entorno natural y paisajístico (23%), el ambiente de ciudades y pueblos (11%) y el carácter de la ciudadanía vasca (9%).

Respecto a los aspectos negativos, la mayoría (66%) de las y los turistas que visitan Euskadi no destacan ningún aspecto que no le haya gustado o que haya echado en falta.

Tan sólo los precios (9%) y el clima (5%) cuentan como elementos negativos en la visita a Euskadi.

El precio lo señalan como aspecto negativo principalmente las y los turistas estatales mientras que entre las y los internacionales destacan como aspecto negativo de la visita las cuestiones relacionadas con el idioma, principalmente la falta de conocimiento de inglés.

En líneas generales el 58% de las y los turistas valoran Euskadi como destino turístico muy positivamente frente al 87% que lo hacía en 2014. El resto de turistas lo valora positivamente (42% frente al 13% en 2014), no habiendo en ningún caso valoraciones negativas.

En general la valoración del trato recibido por las y los turistas en Euskadi comparado con otros destinos que conocen, es muy positivo para el 75% de las y los turistas.

Entre quienes se alojan en Donostia/San Sebastián (83%) y Rioja Alavesa (82%) la valoración es aún mayor, quedando por debajo de la media las valoraciones de las y los turistas que pernoctan en Vitoria-Gasteiz (70%) y el interior de Euskadi (65%).

Ningún turista ha valorado negativamente el trato recibido.

La valoración de la calidad percibida por las y los turistas en comparación con otros destinos que conocen es en general positiva, y no existen valoraciones negativas.

Rioja Alavesa es el destino mejor valorado en cuando a calidad ya que el 81% de las y los turistas lo valora muy positivamente.

Euskadiko Barnealdean eta Donostian ostatu hartu duten turisten artean, kalitatearen balorazioa pixka bat apalagoa da, bertan ere positiboa den arren (% 58k eta % 65ek baloratzen dute helmuga oso positibotzat, hurrenez hurren).

Turistek jasotako tratuaren eta kalitatearen balorazioak behera egin du 2014tik hona. Izan ere, orduko hartan turisten ia % 90ek oso positiboki baloratzen zuen trataera eta ia % 88k egiten zuen kalitatearen balorazio oso positiboa. 2017-2016 aldian, berriz, % 75ek eta % 69k egiten du balorazio bera, hurrenez hurren.

Beste helmuga batzuekin alderatutako prezioaren balorazioari dagokionez, turista gehienek (% 77k) normaltzat jotzen dute, 2014an neurtutako ehunekoarekin bat (% 75ek esan zuen hori orduko hartan). Ildo beretik, helmuga garestia dela uste dutenen ehunekoak bere horretan jarraitzen du (% 3), eta ehuneko hiru puntu murriztu da merketzat jotzen dutenen kopurua.

2010etik hona, Euskadi helmuga garestia delako pertzepzioak behera egin du. Orduko hartan turisten % 25ek halakotzat jotzen zuen, eta 2017-2016an, berriz, % 18k uste du gauza bera.

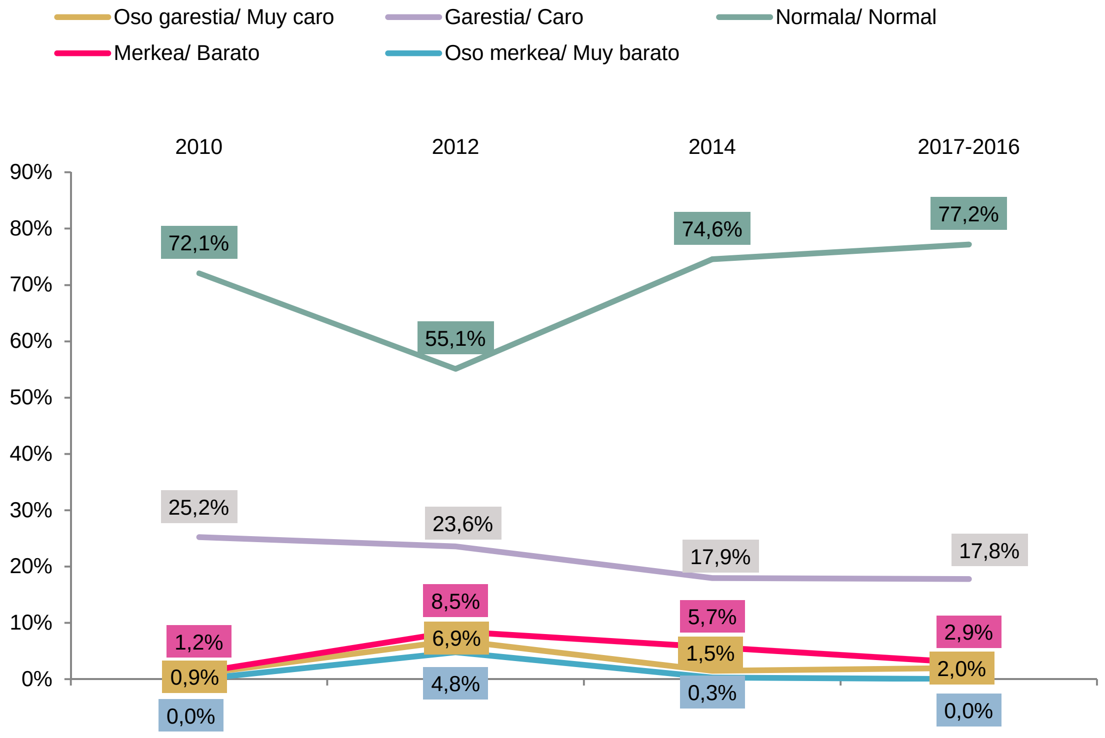
Entre quienes se alojan en el interior de Euskadi y Donostia/San Sebastián la escala de valoración de la calidad, aún siendo positiva, es algo inferior, (58% y 65% respectivamente valoran el destino muy positivamente).

Tanto la valoración del trato como de la calidad percibida por las y los turistas ha descendido respecto a 2014. En ese período casi el 90% de las y los turistas valoraba muy positivamente el trato y algo más del 88% hacía lo mismo con la calidad del destino, frente al 75% y 69% que lo hacen respectivamente en el periodo 2017-2016.

En cuanto a la valoración del precio comparado con otros destinos, la mayoría de las y los turistas considera que este es normal (77%), cifra similar a la alcanzada en 2014 (75%). Se mantiene respecto a ese período el porcentaje de quienes consideran el destino caro (18%) y disminuye en 3 puntos porcentuales la proporción de turistas que lo consideran barato.

Disminuye desde 2010 la percepción de Euskadi como un destino caro. En ese periodo el 25% de las y los turistas lo consideraba así mientras que actualmente en 2017-2016 lo hace el 18%.

15. grafikoa. Euskadik helmuga turistikotzat duen prezioaren balorazioa (2017-2016, 2014, 2012, 2010)
Gráfico 15. Valoración del precio de Euskadi como destino turístico (2017-2016, 2014, 2012, 2010)



Itzuliko lirateke Euskadira?

Fidelizazio- eta berritze-tasa

Fidelizazio-tasa esaten zaio Euskadirako bidaia errepikatu duten turisten ehunekoari, eta berritze-tasa, berriz, lehen aldiz etortzen direnen ehunekoari. Horiek horrela, 2017-2016an Euskadik % 53ko berritze-tasa eduki du, 2014an izandakoa baino ehuneko hamar puntu handiagoa. Fidelizazio-tasa, berriz, % 47koa da eta, beraz, ehuneko 10 puntu egin du behera 2014tik hona.

Fidelizazio-tasa eta berritze-tasa oso garrantzitsuak dira turisten portaeraren berri jakiteko, batez ere informazio-bilaketaren harira, erreserben harira eta abar.

Fidelizazio-tasarik altuenak Gasteizen eta Arabako Errioxan ostatu hartzen dutenen artean gertatzen da (% 66 eta % 65 hurrenez hurren). Aitzitik, Bilboko turisten artean dago berritze-tasarik altuena (% 65).

Bisita errepikatu duten turistak 6 aldiz egon dira aurretiaz Euskadin, batez beste. Kanpinean ostatu hartzen duten turisten kasuan, berriz, datu hori altuagoa da: 8 bisita egin dituzte aurretik.

Gomendio-tasa eta Euskadira itzultzeko asmoa

Turista gehien-gehienek Euskadi gomendatuko liekete ingurukoei. % 88 ziurtasun osoz dio hori, eta % 11k probabletzat jotzen du. Hamarren batzuk gorabehera, 2014ko datu berdinak dira. Salbuespen bakar bat dago: turista batek ere ez du esan ez duela Euskadi gomendatuko ziurtasun osoz. Izan ere, 2014an kopuru txiki batek esan zuen hori.

Helmuga turistikoaren arabera dagoen gomendio-tasa aztertuta, Bilbon ostatu hartu duten turistek gutxiago gomendatzen dute: % 17k dio ziur aski Euskadi gomendatuko duela, baina segurtasun osoz baietsi gabe.

Donostian ostatu hartu duten turisten artean, gomendio-tasa oso altua da, % 91k gomendatuko bailuke seguru helmuga. Aldi berean, baina, Euskadin leku bakarra da turisten ia % 2k seguraski ez dutela gomendatuko dioena.

Turisten % 55ek dio ia seguru itzuliko direla Euskadira. Horietatik % 13k segurtasunez dio hori. 2014ko datuekin alderatu, ia ehuneko 5 puntu hazi da itzultzeko asmoa, baina ia % 8 murriztu da baieztapen horren segurtasuna.

¿Volverían a Euskadi?

Tasa de fidelización y de renovación

Entendiendo por tasa de fidelización el porcentaje de turistas que ha repetido su visita a Euskadi y por tasa de renovación el porcentaje de turistas que acuden a Euskadi por primera vez, en 2017-2016 Euskadi alcanza una tasa de renovación del 53%, 10 puntos superior a la alcanzada en 2014. Y una tasa de fidelización del 47% que consecuentemente ha disminuido 10 puntos porcentuales desde 2014.

Es importante tener en cuenta la tasa de fidelización y renovación a la hora de interpretar el comportamiento de las y los turistas, sobre todo en aspectos relacionados con las búsquedas de información, reservas, etc.

Los índices más altos de fidelización se dan entre las y los turistas que se alojan en Vitoria-Gasteiz (66%) y Rioja Alavesa (65%). Por el contrario, la mayor tasa de renovación se da entre las y los turistas de Bilbao (65%).

Por término medio las y los turistas que repiten su visitan han estado de media 6 veces anteriormente en Euskadi. Cifra que asciende hasta 8 visitas anteriores entre las y los turistas que se alojan en camping.

Tasa de recomendación e intención de volver a Euskadi

La gran mayoría de las y los turistas recomendaría Euskadi a personas cercanas. El 88% lo afirma con seguridad y casi el 11% lo cree probable. Se reproducen prácticamente, salvo por algunas décimas, los datos recogidos en 2014. La única salvedad que merece ser señalada es que ningún turista ha afirmado que no recomendaría Euskadi con seguridad frente a una pequeña cantidad que lo hacía en 2014.

Analizando la tasa de recomendación por destinos turísticos se observa una menor seguridad entre las y los turistas que pernoctan en Bilbao, donde el 17% cree probable que recomendaría Euskadi pero sin afirmarlo con seguridad.

Entre las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián, la tasa de recomendación es muy alta, el 91% recomedaría el destino con seguridad, pero a la vez es el único destino de Euskadi donde casi un 2% de las y los turistas probablemente no lo recomendaría.

El 55% de las y los turistas declaran su intención de volver a Euskadi. De estos el 13% lo afirma con seguridad. Respecto a 2014 aumenta en 5 puntos porcentuales la intención de volver pero disminuye la seguridad en la afirmación en casi el 8%.

Bisita errepikatzeko asmoa handiagoa da Gasteizen (% 68), Euskadiko Kostaldean (% 64) eta Arabako Errioxan (% 63) ostatu hartu dutenen artean. Beste muturrean dago Bilbo; izan ere, bertan egondako turisten % 43k baino ez du esan Euskadira itzultzeko asmoa duela.

Bizkaiko hiriburuan dago, halaber, Euskadira itzultzeko asmoa adierazteko zalantzarik handiena (% 30ekoa). Ildo horretan nabarmentzen dira, gainera, Gasteiz (% 21) eta Arabako Errioxa (% 20) ere.

Turisten % 29k uste du, batez beste, ez dela itzuliko. Horien artean nabarmenagoak dira Donostian gaua eman dutenak (% 39); izan ere, Euskadira ez itzultzeko batez besteko asmoa baino 10 puntu gorago dago.

Euskadira itzultzeko asmoa desberdina da merkatuen arabera: Estatuko turisten % 66k adierazi du itzultzeko asmoa, baina nazioarteko turisten % 9k baino ez.

La intención de repetir la visita es mayor entre quienes se alojan en Vitoria-Gasteiz (68%) y en la Costa Vasca (64%) y Rioja Alavesa (63%). En el lado opuesto se encuentra Bilbao donde apenas el 43% de las y los turistas declaran la intención de volver a Euskadi.

La capital de Bizkaia también arroja las tasas más altas de indecisión a la hora de expresar la intención de volver a Euskadi (30%). También destacan en este sentido Vitoria-Gasteiz (21%) y Rioja Alavesa (20%).

Por término medio el 29% de las y los turistas cree que no volverá, entre quienes destacan las y los turistas que pernoctan en Donostia/San Sebastián (39%) superando en 10 puntos porcentuales la media de intención de no volver a Euskadi.

La intención de volver a Euskadi se comporta de manera diferente si atendemos a los diferentes mercados. Así, mientras el 66% de las y los turistas estatales manifiesta su intención de volver, en el caso del mercado internacional lo hace el 39%.

Egiten duten gastua

Gastu osoa

Euskadira aisialdian etortzen diren turistek 1.404 mila euro gastatzen dute guztira euren bidaian. 2014an, 827 euro gastatzen zituzten guztira.

Turista bakoitzak 531 € inbertitzen ditu batez beste bidaian, eta ia 158 € gastatzen ditu batez beste egonaldiko egun bakoitzeko[13].

2014tik hona, eguneko batez besteko gastua ia 25 € hazi da. Pakete turistikotik kanpoko gastu-partidarik garrantzitsuenak garraioa (% 32) eta ostatua (% 29) izaten dira oraindik ere. Mantenuak gastuaren % 18 hartzen du eta gainerakoa, berriz, Euskadin egindako jarduera gastronomikoek eta beste jarduera batzuek (bien artean aurrekontuaren % 15 hartzen dute) eta erosketek (% 5).

Askotan, turistek jatorrizko herrialdean bertan ordaintzen dituzte garraioaren, ostatuaren eta jarduera batzuen gastuak. Horregatik, kapitulu honetan bidaiaren gastu osoa ez ezik, Euskadin pertsonako eta eguneko ordaindutako gastua ere aztertuko da. Horrela, zenbatekoak errazago aldera daitezke eta, adibidez, ez dute beste egoera batzuen (Euskadira etortzeko distantziaren, adibidez) eraginik jasango: nazioarteko turistentzat, zenbat eta urrunago bizi orduan eta gehiago ordaintzen dute garraioagatik (eta, beraz, bidaiaren gastu osoagatik).

Euskadin egindako gastua

Euskadin pertsona bakoitzak 104 € gastatzen ditu eguneko, 2014an baino ia 5 € gehiago.

Euskadira aisialdian datozen turisten % 90ek 73 € gastatzen ditu batez beste jarduerak egiteko.

Orotariko jarduerak egiten dituzte, jakina, baina gastronomiari lotutakoak nabarmentzen dira. Turisten % 87k halako jardueraren bat egiten du. Ondoren datoz bisita kulturalak (% 39k egiten ditu) eta jostaketari lotutako jarduerak (% 37k).

Jakien dendetara eta supermerkatuetara joatea jardueratzat hartuta, ikus daiteke turista askok egiten dituztela halakoak (% 20k).

El gasto que realizan

Gasto total

El gasto total realizado en su viaje por las y los turistas que se alojan en Euskadi por motivos de ocio asciende a 1.404 millones de euros. En 2014 la cifra de gasto total ascendía a 827 millones de euros.

Cada turista invierte en su viaje 531€ y el gasto medio total diario que realizan las y los turistas es de casi 158€ por jornada de estancia[14].

Desde 2014 este gasto medio diario se ha incrementado en casi 25€. Las partidas más importantes de gasto, fuera del paquete turístico, siguen siendo el transporte 32% y el alojamiento 29%. La manutención supone un 18% del gasto y el resto se divide entre actividades gastronómicas y otras actividades realizadas en Euskadi (que suman entre ambas el 15% del presupuesto), y las compras (5%).

El gasto total del viaje incluye en muchos casos gastos de transporte, alojamiento y actividades abonadas en el lugar de residencia de las y los turistas, por eso se analizará a lo largo de este capítulo, además del gasto total del viaje, el gasto por persona y día abonado en Euskadi. De esta forma, los importes son más fácil de comparar y no se ven afectados, por ejemplo, por circunstancias como la distancia recorrida hasta llegar a Euskadi: para las y los turistas internacionales el importe abonado por el transporte (y por tanto el gasto total del viaje) es mayor cuanto mayor sea ésta.

Gasto en Euskadi

Si se tiene en cuenta el gasto por persona y día abonado en Euskadi este asciende a 104€ casi 5€ más que en 2014 (99,5€).

El 90% de los y las turistas que viajan a Euskadi por motivo de ocio, realizan gastos en actividades durante su visita con un importe medio del gasto de 73€ por persona.

Las actividades que realizan las y los turistas en Euskadi, son diversas pero sin duda destacan las relacionadas con la gastronomía. El 87% de las y los turistas practican alguna actividad de este tipo. Le siguen en importancia las visitas culturales (39%) y las actividades relacionadas con la diversión (37%).

Se ha considerado, como una actividad más dentro del conjunto, el acudir a tiendas de comestibles o supermercados como parte de tareas que realizan las y los turistas en su viaje, constatando un número importante de personas que las efectúan (20%).

[13] Gastu horien zenbatekoan sartu dira turistek Euskadin egindako gastua, baina baita euren bizilekuetan hasiera batean ordaindu dituzten zenbatekoak ere.

[14] El importe de estos gastos incluye tanto los gastos realizados por las y los turistas en Euskadi como los gastos previos abonados desde su lugar de origen.

Turistek 17 € eta 43 € bitartean gastatzen dituzte jarduerak egiteko: 17 € bisita kulturalak egiteko, eta 43 € kirol eta kultur ikuskizunetara joateko.

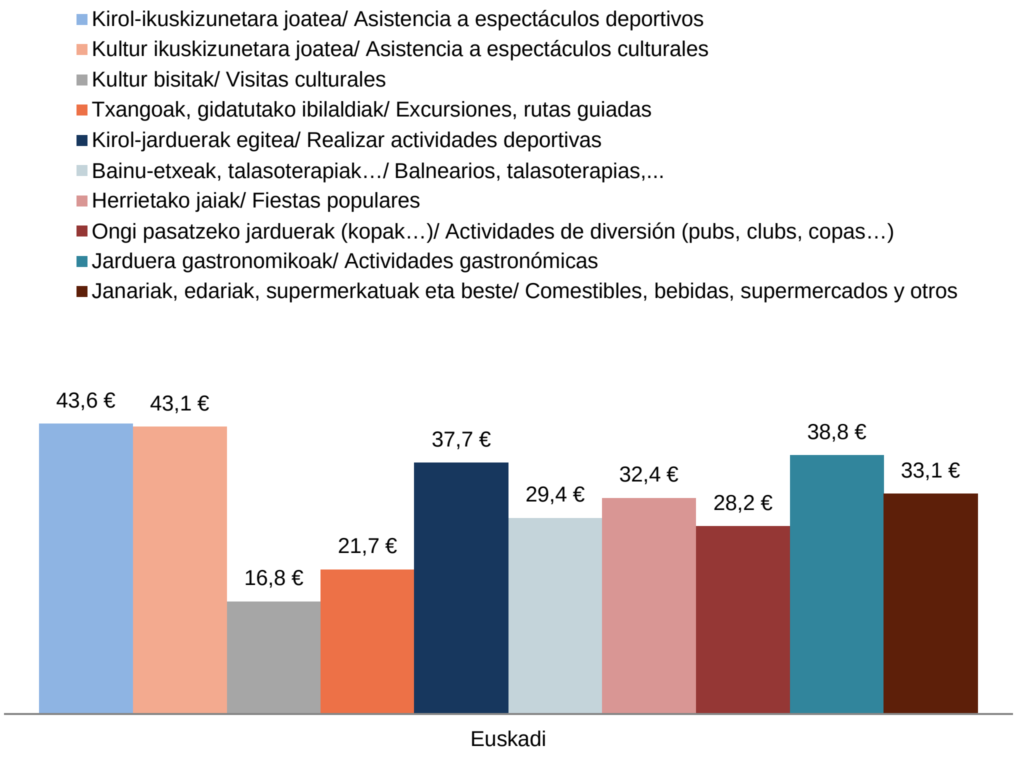
Los importes abonados por las y los turistas para practicar esas actividades van desde los 43€ por persona que pagan quienes asisten a espectáculos deportivos o culturales hasta los 17€ que gastan quienes realizan visitas culturales.

Turista bakoitzak ia 39 € gastatzen ditu batez beste jarduera gastronomikoetan.

El gasto medio por persona en Euskadi en actividades gastronómicas es de casi 39€.

16. grafikoa. Pertsona bakoitzak jarduera-mota bakoitzean batez beste egindako gastua. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean jarduerak egin dituzten turistak

Gráfico 16. Gasto medio por persona en cada tipo de actividad, 2017-2016. Base: turistas que han realizado actividades durante su estancia en Euskadi



Turisten ia % 35ek erosketa-gastuak egiten ditu: batez beste 60 € pertsonako.

Casi el 35% de los y las turistas realizan gastos en compras en Euskadi, con un importe medio del gasto de 60€ por persona.

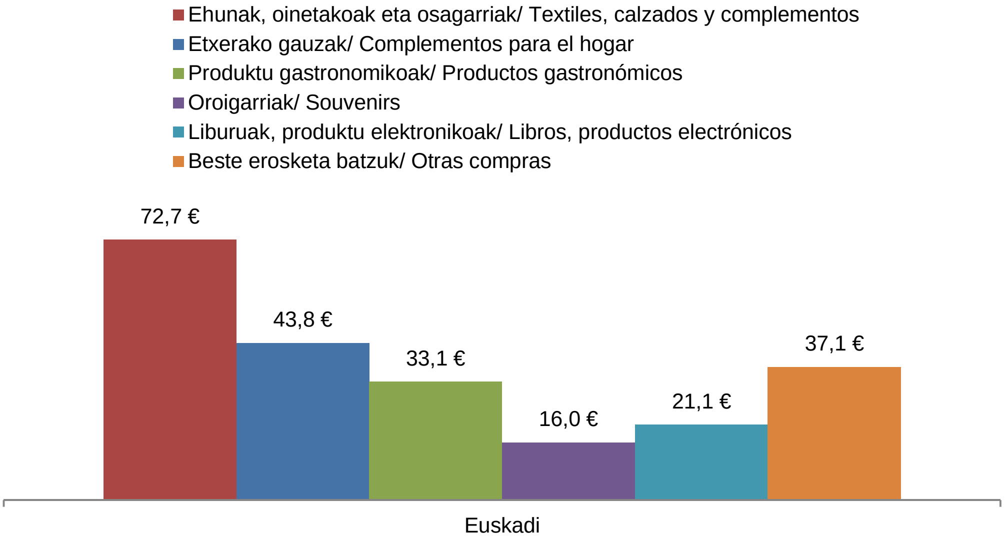
Erosketak egiten dituztenen artean, % 50ek produktu gastronomiko tipikoak erosten ditu, eta beste horrenbestek oroigarriak (% 49k). Erosketa-partidarik garrantzitsuenen artean daude arropetan, oinetakoetan eta osagarrietan egindakoak (% 42).

Entre quienes realizan compras, el 50% de las y los turistas adquieren productos gastronómicos típicos y casi otro tanto supone quienes adquieren souvenirs (49%). Entre las partidas de compras más importantes están las realizadas en ropa, calzados y complementos (42%).

Erosketetan egiten den gasturik handiena arropetan, oinetakoetan eta osagarrietan egiten da: ia 73 € pertsonako. Turistek 33 € gastatzen dituzte batez beste produktu gastronomikoetan, eta 16 € oroigarrietan.

El mayor importe de gasto en compras se realiza en ropa, calzados y complementos, casi 73€ por persona. La compra de productos gastronómicos típicos asciende a 33€ por persona mientras que los souvenirs son la partida de gasto de menor importe (16€ por persona).

17. grafikoa. Pertsona bakoitzak batez beste erosketetan egiten duen gastua, 2017-2016. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean erosketak egin dituzten turistak.
Gráfico 17. Gasto medio por persona en los diferentes conceptos de compra, 2017-2016. Base: turistas que han realizado compras durante su estancia en Euskadi



Gastua, ostatu-gaua egin duten helmuga turistikoaren arabera

Ostatu hartu duten helmuga turistikoaren arabera turistek guztira (jatorrian eta helmugan) egiten duten gastuan aldea dago: 532 milioi euro gastatzen dituzte Bilbon ostatu hartzen dutenek, eta ia 48 milioi Arabako Errioxan egoten direnek.

Bilbon ostatu hartzen duten turistek 208 € gastatzen dituzte pertsonako eta eguneko. Ondoren datoz, gasturik handienetik txikienera, Arabako Errioxan gaua ematen dutenak (187 €), Donostian egoten direnak (179 €), Gasteizen egoten direnak (135 €), Euskadiko Barnealdean egoten direnak (133 €) eta Euskal Kostaldean egoten direnak (103 €).

2014an, Donostian ostatu hartu zuten turistek gastatu zuten gehien pertsonako eta eguneko (159 €), eta ondoren zetozen Bilbokoak (156 €), Arabako Errioxakoak (155 €), Gasteizkoak (128 €), Euskadiko Barnealdekoak (122 €) eta Euskadiko Kostaldekoak (97 €).

El gasto según destino turístico de pernoctación

El reparto del gasto total (en origen y en destino) de las y los turistas, en función del destino turístico donde se alojan, va desde los casi 532 millones de euros de quienes pernoctan en Bilbao hasta los casi 48 millones de euros de las y los turistas que se alojan en Rioja Alavesa.

Las y los turistas que se alojan en Bilbao invierten 208€ por persona y día en su viaje, siguiendo en orden decreciente están las y los que pernoctan en Rioja Alavesa (187€), Donostia/San Sebastián (179€), Vitoria-Gasteiz (135€), el interior de Euskadi (133€) y por último en la Costa Vasca (103€).

En 2014 eran las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián quienes más invertían por persona y día en su viaje (159€) seguidos de las y los que pernoctan en Bilbao (156€), Rioja Alavesa (155€), Vitoria Gasteiz (128€), el interior de Euskadi (122€) y la Costa Vasca (97€).

2. taula. Gastu osoa, pertsonako gastua eta pertsonako eta eguneko gastu osoa helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016

Tabla 2. Gasto total, gasto por persona y gasto total por persona y día según destino turístico de pernoctación, 2017-2016

* Batez besteko haztatuak * Medias Ponderadas	Gastu osoa Gasto total	Pertsonako gastu osoa* Gasto total por persona*	Pertsonako eta eguneko gastu osoa* Gasto total por persona y día*
	Milioi /Mill. €	€	€
Euskadi	**1.404,4**	**530,9**	**157,7**
Vitoria-Gasteiz	87,1	492,2	135,3
Bilbo/Bilbao	531,8	716,6	208,1
Donostia/San Sebastián	322,0	636,3	178,9
Euskadiko Kostaldea /Costa Vasca	202,3	339,9	102,5
Arabako Errioxa /Rioja Alavesa	47,7	641,1	187,1
Euskadiko Barnealdea /Interior	213,4	387,7	133,3

Euskadin pertsonako eta eguneko ordaindutako zenbatekoak aintzat hartuta, desberdintasunak ez dira horren handiak. Hona hemen helmuga turistikoaren arabera egiten duten gastua: Bilbo (131 €), Donostia (110 €), Arabako Errioxa (104 €), Euskadiko Barnealdea (92 €), Euskal Kostaldea (83 €) eta, azkenik, Gasteiz (82 €).

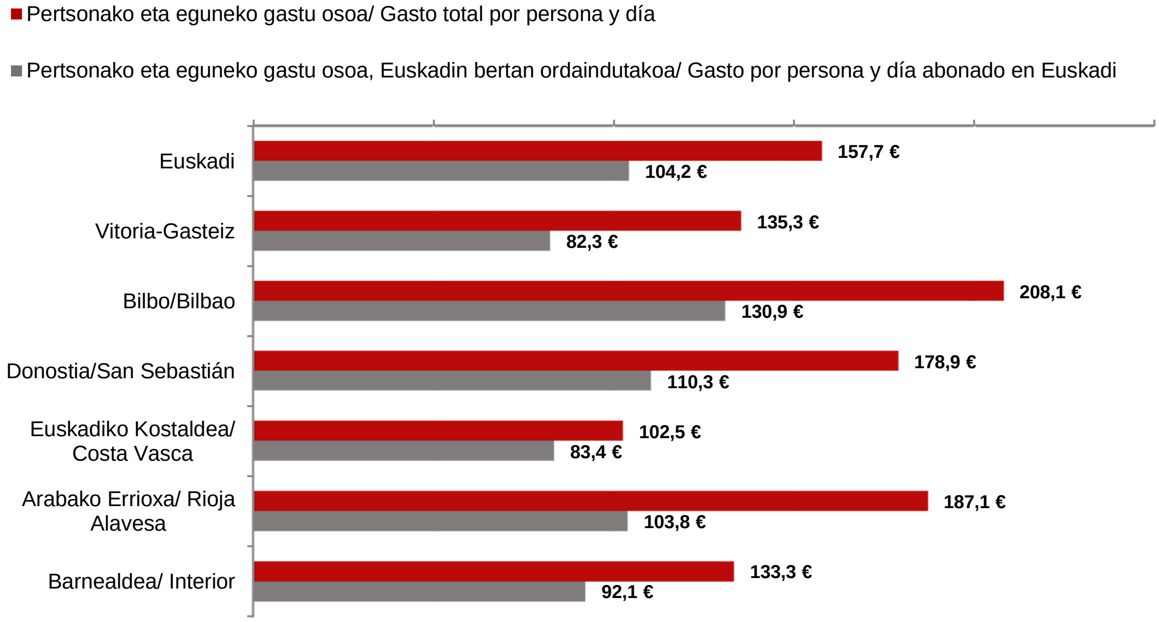
2014an turista bakoitzeko eta egun bakoitzeko gastua 150 €-koa zen Arabako Errioxan, 126 €-koa Donostian, 125 €-koa Gasteizen, 98 €-koa Bilbon, 83 €-koa Euskadiko Barnealdean eta 79 €-koa Euskadiko Kostaldean.

Si se tienen en cuenta los importes por persona y día abonados en Euskadi, las diferencias son menos significativas, así las cuantías de gasto en función del destino turístico donde se alojan las y los turistas se dan por este orden: Bilbao (131€), Donostia/San Sebastián (110€), Rioja Alavesa (104€), el interior de Euskadi (92€), la Costa Vasca (83€) y finalmente Vitoria-Gasteiz (82€).

El gasto medio diario por persona en Euskadi en 2014 ascendía a 150€ en Rioja Alavesa, 126€ en Donostia/San Sebastián, 125€ en Vitoria-Gasteiz, 98€ en Bilbao, 83€ en el interior de Euskadi y 79€ en la Costa Vasca.

18. grafikoa. Pertsonako eta eguneko gastu osoa eta Euskadin ordaindutako pertsonako eta eguneko gastua, helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016

Gráfico18. Gasto total por persona y día y gasto por persona y día abonado en Euskadi según destino turístico de pernoctación, 2017-2016



Gasteizen eta Arabako Errioxan ostatu hartzen duten turistek egiten dute ostatu- eta mantenu-gasturik handiena (% 60 eta % 56 hurrenez hurren). Garraio-gastuaren ehunekoa handiagoa da Bilbon, nazioarteko turisten presentzia handiagoa dagoelako bertan. Ostatuaz eta garraioaz gain, Bilbon gaua ematen duten turistek gehiago gastatzen dute gainerako partidetan (% 22), eta pixka bat gutxiago Donostian ostatu hartzen dutenek (% 18).

El mayor porcentaje de gasto en alojamiento y manutención lo realizan las y los turistas que se alojan en Vitoria-Gasteiz (60%) y Rioja Alavesa (56%). El porcentaje de gasto en transporte es superior entre las y los que se alojan en Bilbao debido a una mayor presencia de turistas internacionales. Fuera del alojamiento y el transporte, las y los turistas que pernoctan en Bilbao realizan un mayor porcentaje de gasto en el resto de partidas de gasto (22%) mientras que entre las y los que se alojan en Donostia/San Sebastián el presupuesto es algo menor (18%).

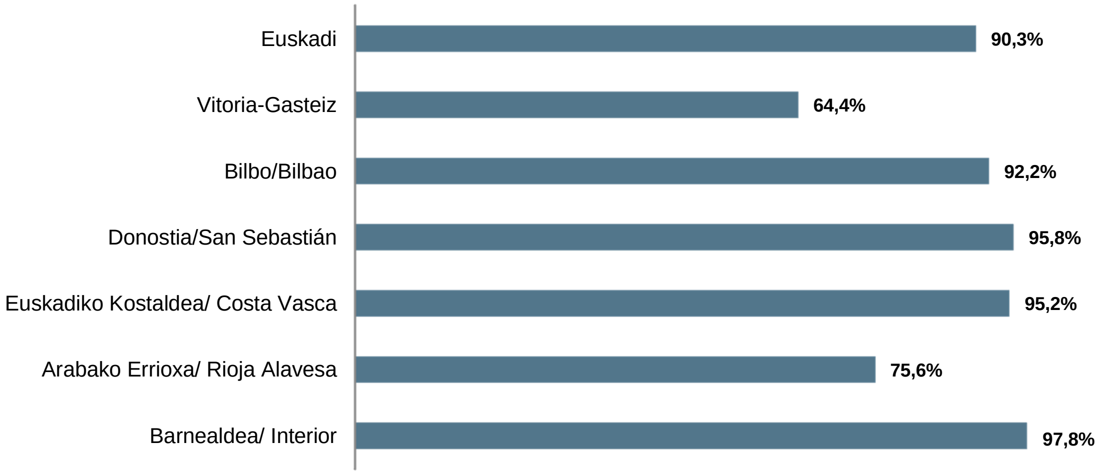
Oro har, helmuga turistiko guztietan antzeko gastu-ehunekoa erabiltzen dute jardueretan eta erosketetan.

En general la proporción de gasto en actividades y compras es similar entre todos los destinos turísticos.

Gasteizen eta Arabako Errioxan jardueretan gastua egiten duten turisten ehunekoa batez bestekoa baino dezente txikiagoa da: % 64 eta % 76 hurrenez hurren. Jardueretan egindako gastugatik nabarmentzen dira Euskadiko Barnealdean ostatu hartzen duten turista €k (% 98).

Tanto en Vitoria-Gasteiz como en Rioja Alavesa el porcentaje de turistas que realizan gastos en actividades es bastante inferior a la media, 64% y 76% respectivamente. Destacan por el mayor peso en la realización de gasto en actividades las y los turistas que se alojan en el interior de Euskadi (98%).

19. grafikoa. Jardueretan gastua egiten duten turisten ehunekoa, gaua ematen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016. Baiezko erantzunak. Grafikoan ez dira kontuan hartu pakete turistikoaren gastuak.
Gráfico 19. Porcentaje de turistas que realizan gastos en actividades según destino turístico de pernoctación, 2017-2016. Respuestas afirmativas. No se tienen en cuenta en la representación gráfica los gastos del paquete turístico

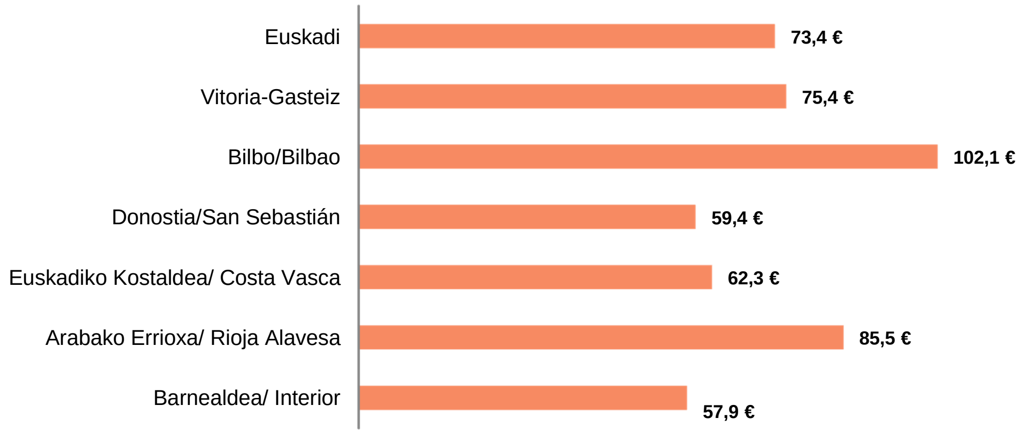


Bilbon ostatu hartzen dutenek 102 € bideratzen dituzten jarduera turistikoetara, eta ondoren datoz Arabako Errioxan ostatu hartzen dutenak (86 €). Beste muturrean, gastu-ehunekorik txikienen atalean, Donostian gaua ematen duten turistak (59 €) eta Euskadiko Barnealdekoak (58 €) daude.

El importe medio que destinan a las actividades turísticas quienes se alojan en Bilbao es de 102€, seguido de las y los que pernoctan en Rioja Alavesa (86€). En el lado opuesto, con los menores importes de gasto, están las y los turistas con destino en Donostia/San Sebastián (59€) y en el interior de Euskadi (58€).

20. grafikoa. Jardueretan pertsona bakoitzak egiten duen batez besteko gastua, ostatu hartzen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean jarduerak egin dituzten turistak. Grafikoan ez dira kontuan hartu pakete turistikoaren gastuak

Gráfico 20. Gasto medio por persona en actividades según destino turístico de pernoctación, 2017-2016. Base: turistas que han realizado actividades durante su visita a Euskadi. No se tienen en cuenta en la representación gráfica los gastos del paquete turístico



Turistek egiten dituzten jardueren tipologiari dagokionez, desberdintasun handiak daude helmuga turistiko batetik bestera.

En cuanto a la tipología de actividades en las que invierten parte de su presupuesto las y los turistas que realizan gastos en ellas, se encuentran diferencias significativas según el destino turístico donde se alojan

Helmuga guztietan gastronomiari lotutako jarduerek ehunekorik handiena hartzen duten arren, Gasteizen ostatu hartzen duten turisten ia % 65ek erabiltzen dute aurrekontuaren zati bat jostetako jardueretarako, eta Bilbon gaua ematen dutenen % 74k bisita kulturalak egiteko. Arabako Errioxan, txangoetan eta bisita gidatuetan gastua egiten duten turisten ehunekoa nabarmentzen da (% 54).

Si bien en todos los destinos, la realización de gasto en actividades relacionadas con la gastronomía es la práctica que acumula el mayor porcentaje de turistas, casi el 65% de las y los que se alojan en Vitoria-Gasteiz dedican parte su presupuesto a actividades de diversión y el 74% de las y los turistas que pernoctan en Bilbao lo hacen en visitas culturales. Destaca también la proporción de turistas que realiza gastos en excursiones y rutas guiadas en Rioja Alavesa (54%).

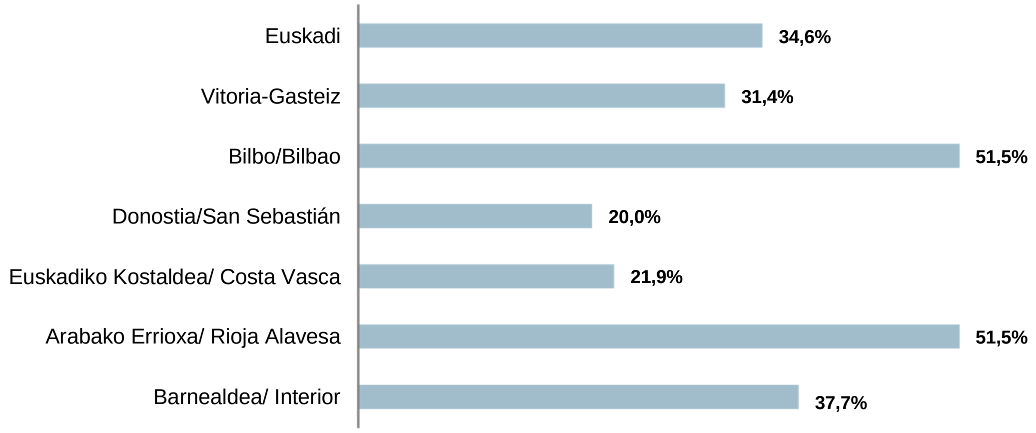
Beste muturrean, Donostian ostatu hartzen duten turistak nabarmendu egiten dira gastronomiari lotutako jardueretatik kanpo egiten dituzten jarduera gutxiengatik.

En el lado opuesto las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián se diferencian por el poco peso que alcanzan en la realización de actividades fuera de las relacionadas directamente con la gastronomía.

Bilbon eta Arabako Errioxan ostatu hartzen duten turisten erdiak baino gehiagok erosketak egiten dituzte. Aitzitik, Donostian gaua ematen dutenen % 20k eta Euskadiko Kostaldean ostatu hartzen dutenen % 22k baino ez dituzten egiten.

Más de la mitad de las y los turistas que se alojan en Bilbao y Rioja Alavesa realizan gastos en compras a lo largo de su viaje. Por el contrario, apenas el 20% de las y los que pernoctan en Donostia/San Sebastián y el 22% de quienes se alojan en la Costa Vasca, las realizan.

21. grafikoa. Erosketetan gastua egiten duten turisten ehunekoa, gaua ematen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016. Baiezko erantzunak
Gráfico 21. Porcentaje de turistas que realizan gastos en compras, según destino turístico de pernoctación, 2017-2016. Respuestas afirmativas



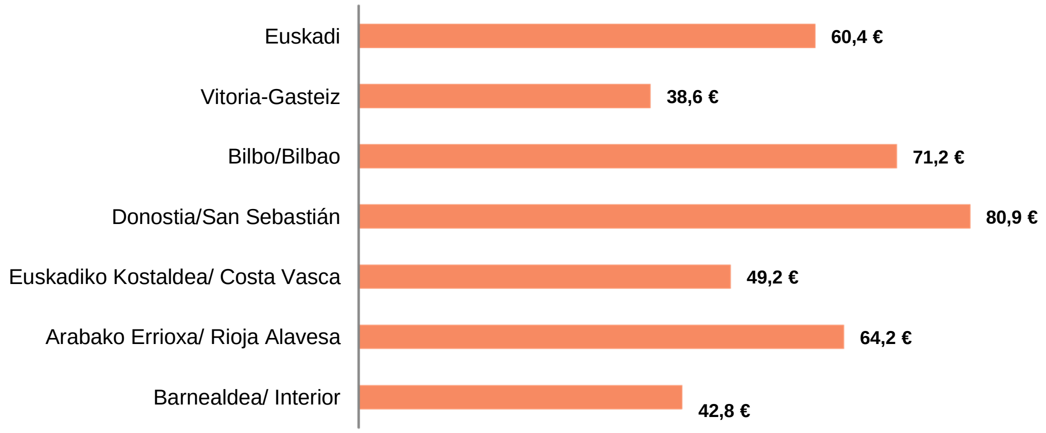
Donostian gaua ematen duten turistek batez beste 81 € bideratzen dituzte erosketetara, eta gainerako helmuga turistikoen artean, horixe da zenbatekorik altuena. Garrantzitsua da, gainera, Bilbon ostatu hartzen duten turisten gastu-bolumena, turista askok erosketak egiteaz gain, bakoitzak egiten duen gastuaren zenbatekoa ere handia delako: 71 €.

Beste muturrean daude Gasteizen ostatu hartzen dutenak, pertsona bakoitzeko batez besteko aurrekontua 39 €-koa da eta.

Las y los turistas que se alojan en Donostia/San Sebastián destinan una media de 81€ de su presupuesto por persona para las compras alcanzando la cifra más elevada de gasto en esta partida respecto al resto de destinos turísticos. Es importante, así mismo, el volumen de gasto en compras entre las y los turistas que se alojan en Bilbao ya que, además de realizarse por un elevado número de turistas, el importe medio destinado por persona es alto: 71€.

En el lado opuesto se encuentran las y los que se alojan en Vitoria-Gasteiz con un presupuesto medio por persona de apenas 39€.

22. grafikoa. Pertsona bakoitzak erosketetan egiten duen batez besteko gastua, ostatu hartzen duten helmuga turistikoaren arabera, 2017-2016. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean erosketak egin dituzten turistak
Gráfico 22. Gasto medio por persona en compras según destino turístico de pernoctación, 2017-2016. Base: turistas que han realizado compras durante su estancia en Euskadi



Gastuak egiten dituzten turisten artean, nabarmentzekoak dira Arabako Errioxan eta Gasteizen produktu gastronomikoak erosten dituztenen ehunekoak (% 98 eta % 88 hurrenez hurren). Eta, aldi berean, zer-nolako ehuneko txikiak egiten duen gastua oroigarriak erosteko.

Antzeko erosketa-portaerak ikus daitezke Bilbon, Donostian eta Euskadiko Kostaldean ostatu hartzen duten turisten artean. Leku horietan turisten ehuneko handi batek egiten du gastua arropetan, oinetakoetan eta osagarrietan, produktu gastronomikoetan eta oroigarrietan.

Destaca el alto porcentaje de turistas, entre quienes realizan gastos, que adquieren productos gastronómicos, tanto en Rioja Alavesa (98%) como en Vitoria-Gasteiz (88%). Y a su vez, la pequeña proporción de quienes dedican parte de su presupuesto a la compra de souvenirs.

Similares comportamientos de compra se dan entre las y los turistas que se alojan en Bilbao, Donostia/San Sebastián y la Costa Vasca, con porcentajes elevados de turistas que compran ropa, calzados y complementos, productos gastronómicos y souvenirs.

Aisia-turisten tipologiak Euskadin

Egindako tipifikazio-analisian kontuan hartu dira talde horiek sortzeko aldagairik esanguratsuenak; alegia: informazio soziodemografikoa, ostatu hartzen duten establezimendu-mota, ematen duten gau-kopurua, eta portaera turistikoari lotutakoak: zein helmuga turistikotara jotzen duten, jarduerak egiten dituzten, Euskadira aisialdian itzultzeko asmoa, turisten fidelizazioa, beste ordezko helmugarik duten eta bidaia zer urte-sasoitan egiten duten.

Taldeak sortzean, eredua hobekien azaltzen duten aldagaiak hauexek dira: turisten jatorria, ostatu hartzen duten helmuga turistikoa, Euskadira etortzeko erabiltzen duten garraiobidea, aisialdian itzultzeko asmoa eta abar. Turistei buruzko argibide gutxien ematen dituzten aldagaiak, berriz, hauek dira: batetik, sexua; bestetik, gutxien egiten dituzten jarduerak (ludikoak eta jostetakoak, ikuskizunetara joatea...) eta gehien egiten dituztenak (gastronomiari lotutakoak, ibilbide turistikoak…).

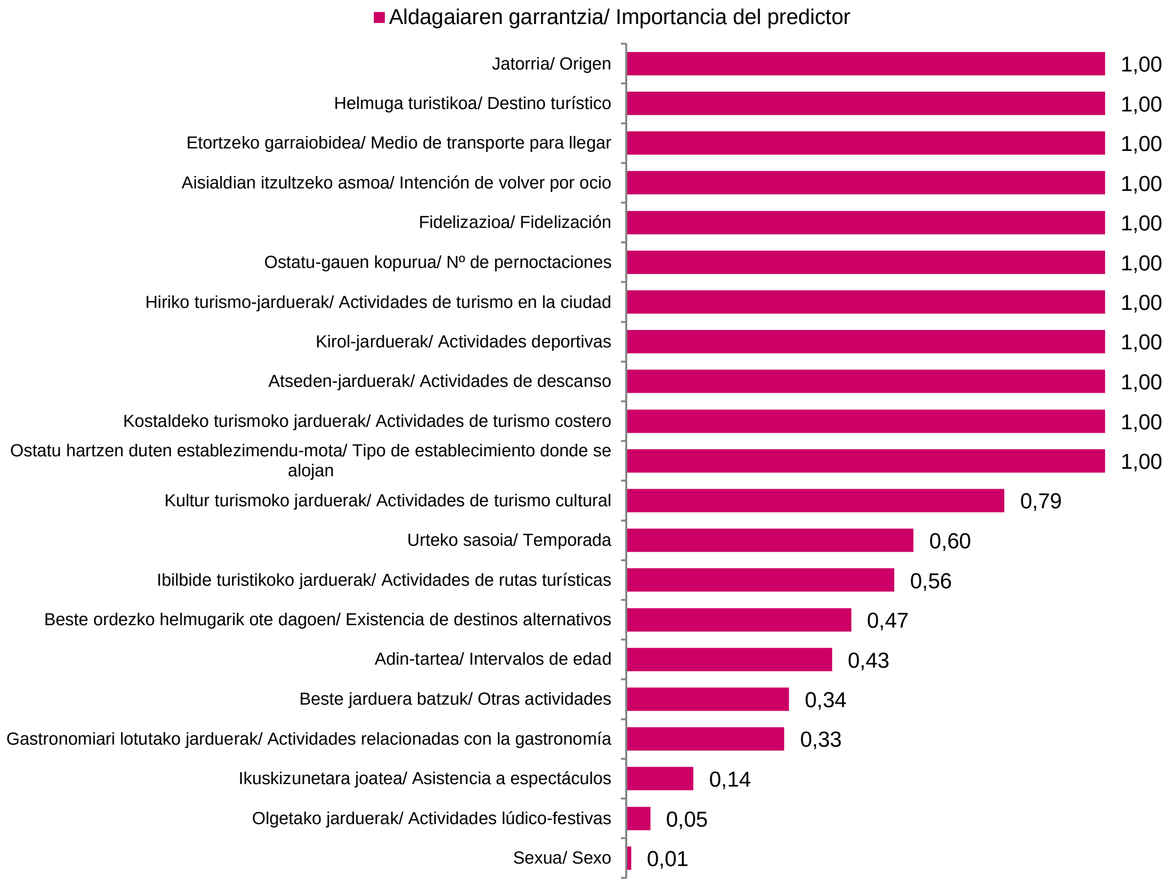
Tipologías de turistas de ocio en Euskadi

En el análisis de tipificación realizado se han considerado como variables más significativas para la creación de estos grupos, las relacionadas con: la información sociodemográfica, el tipo de establecimiento donde se alojan, el número de pernoctaciones que realizan, así como las más asociadas al comportamiento turístico, como son el destino donde pernocta, la realización de actividades, la intención de volver a Euskadi por motivo de ocio, la fidelización de las y los turistas, la existencia de un destino alternativo y la temporada en la que realizan el viaje.

A la hora de generarse los grupos, las variables que mejor explican el modelo han resultado ser el origen de las y los turistas, el destino turístico donde se alojan, el medio de transporte que utilizan para llegar a Euskadi, la intención de volver por ocio etc. mientras que entre las que menos explican se encuentran el sexo y por un lado las actividades menos practicadas (lúdico-festivas, asistencia a espectáculos etc.) y por otro las más realizadas (relacionadas con la gastronomía, rutas turísticas etc.).

23. grafikoa. Hautatutako aldagaien garrantzia taldeak zehaztean (1 izanik garrantzirik handienekoa eta 0 garrantzirik txikienekoa), 2017-2016

Gráfico 23. Importancia de las variables seleccionadas a la hora de definir las clases, (del valor 1- mayor importancia al valor 0 menor importancia) 2017-2016



Sailkapen-azterketa hori ezarriz, 7 talde lortu ditugu. Hala, talde berean egongo dira elkarren artean antzekotasunik handiena eta gainerako taldeekiko alderik handiena dutenak.

Talde bakoitzaren ondoren eta parentesi artean azaltzen da ikertutako kolektiboko zer ehuneko biltzen den talde horretan.

1. taldea (% 24).- Asteburuko turistak hiriburuetan eta barnealdeko herrietan.

Halako turistak aurkituko ditugu batez ere Gasteizen, baina baita Bilbon, Arabako Errioxan eta barnealdeko herrietan ere.

Talde horretako turistek ez dute kostaldeko turismorik egiten, ez natura-atsedena hartzeko jarduerarik, ez kirol-jarduerarik. Batez ere hiriko turismoa eta gastronomiari lotutako jarduerak egiten dituzte.

Talde horretako turistak batik bat Estatu Espainoletik etortzen dira, eta hein txikiagoan Frantziako merkatutik. Azpimarratzekoak dira Estatuko gainerako erkidegoetan bizi direnak, eta Madrilgo autonomia-erkidegokoak bereziki.

Asteburuko turismoa da. Batez besteko egonaldia motza izaten da: bi egunekoa batez ere. % 100ek hotelean hartzen du ostatu eta autoz etortzen dira Euskadira. Ez dira helmugako lekutik mugitzen eta ez dute bestelako ibilbiderik egiten, ziurrenik egonaldia oso motza delako. Urteko hil guztietan etortzen dira, baina batik bat oporraldiko hiletatik kanpo.

Itzultzeko aukera handia dago eta gaua ematen duten lekura joatea aukeratu dute, berariaz.

% 80 ez zatekeen beste helmuga batera joango, leku horretan lo egiteko lekurik aurkitu ez balu. Talde horretan errepikapen-tasa handia dago (% 64); lehenago Euskadin egon izan diren turistak dira, nahiz eta lehen bisitak ere badauden.

Talde horretako turista gehienek 30-49 urte bitartean dituzte baina 50 urtetik gorakoen ehunekoa ere altua da.

2. taldea (% 19).- Nazioarteko hiriko kultura-turismoa.

Bilbo da helmuga nagusia (% 74), baina horrek ez du esan nahi Euskadiko gainerako helmuga turistikoetan ez daudenik.

Batez ere Alemanian eta Bretainian bizi diren nazioarteko turistak dira. Nazioarteko izaera hori dela eta, gehien-gehienak (% 80) hegazkinez iristen dira Euskadira.

Como consecuencia de la aplicación de este análisis de clasificación se han obtenido 7 clases o grupos diferentes. De manera que dentro de un mismo grupo se encuentran las personas con mayor similitud entre ellas y más diferenciadas con los componentes del resto de los grupos.

Entre paréntesis y a continuación del nombre de cada clase se presenta el porcentaje de personas del colectivo investigado que se encuentra clasificado dentro de cada grupo.

Clase 1.- (24%) Turistas de fin de semana en capitales y localidades de interior.

Entre los destinos donde podemos encontrar esta clase de turistas destaca Vitoria-Gasteiz pero también se encuentran en Bilbao, Rioja Alavesa y localidades del interior.

Es característico de esta clase no realizar ni turismo costero, ni actividades de descanso en la naturaleza, ni prácticas deportivas. Realizan mayoritariamente turismo de ciudad y actividades relacionadas con la gastronomía.

Las y los turistas que componen esta clase son principalmente de origen estatal y en menor medida del mercado francés. Destacan las y los residentes en el resto de CCAA y las y los residentes en la C.A. de Madrid.

Es un turismo de fin de semana. Con estancias medias cortas, de 2 días principalmente. El 100% se aloja en hoteles y llegan a Euskadi en coche. No se mueven del destino de pernoctación ni hacen rutas posiblemente debido a su corta estancia. Acuden a lo largo de todos los meses del año pero sobre todo fuera de los meses vacacionales.

Tienen una probabilidad alta de volver y han buscado ir específicamente al destino en el que pernoctan.

El 80% no se hubiera desplazado a otro destino en caso de no encontrar plaza para alojarse. Encontramos en esta clase una alta tasa de repetición (64%), turistas que han estado anteriormente en Euskadi, aunque hay también primeras visitas.

La mayoría de las y los turistas que componen esta clase se clasifican en un intervalo de edad de 30 a 49 años, pero también destacan las y los turistas de más de 50 años.

Clase 2.- (19%) Turismo cultural internacional de ciudad.

El destino principal es Bilbao (74%), lo cual no quiere decir que no estén presentes en el resto de destinos turísticos de Euskadi.

Se trata, fundamentalmente, de turistas internacionales que residen principalmente en Alemania y Gran Bretaña. Este carácter internacional hace que la amplia mayoría (80%) lleguen a Euskadi en avión.

Adina ere bada talde horren bereizgarria: adin-tarte guztietakoak izan arren, 60 urtetik gorakoak nagusitzen dira (% 35).

Gehienentzat Euskadira etortzen diren lehen aldia da eta % 60 beste helmuga batera joan zatekeen, bertan lekurik aurkitu ez balu. Zalantza dute datozen 12 hilabeteetan Euskadira itzuliko diren galdetuta, baina batzuk ziurrenik itzuli egingo lirateke.

Talde horretan batez beste 5 eguneko egonaldia egiten dutenak nagusitzen dira.

Euskadin dauden bitartean, % 97k turismo kulturalari lotutako jarduerak egiten ditu. Hiriko turismoa eta gastronomiari lotutako jarduerak ere egiten dituzte. Guztiz bestela, nabarmentzekoa da beste jarduera batzuek talde honetan duten pisu txikia: kostaldeko turismoak, naturak atsedena hartzeko jarduerak edo kirol jarduerek.

3. taldea (% 14).- Kostaldeko turismoa, ugaria Donostian eta Euskadiko Kostaldean.

Kostaldeko herrietako bizitzari lotutako guztia egitea da talde horren ezaugarri nagusia. Atseden-jarduerak eta bizitza lasaiak nahiz kirol jarduerek garrantzi handia dute taldean. Oso turista dinamikoaren profila dute jarduerak egiteari dagokionez, eta gehien-gehienek, gainera, ibilbide turistikoak, turismo kulturala, hiriko turismoa eta gastronomiari lotutako jarduerak ere egiten dituzte.

Fidelizazio-tasa altua dute: % 92 Euskadira itzultzen da eta proportzio berak uste du datozen 12 hilabeteetan aisialdian itzuliko dela. Askotan etortzen dira eta ez ziratekeen beste helmuga batera joango bertan lekurik aurkitu ezean.

Estatuko turistak dira nagusi (% 74), baina bertakoak (% 2) eta Frantziakoak (% 10) ere badaude, nazioarteko gainerako merkatuetakoen gainetik.

Ibilgailu pribatuan iristen dira Euskadira eta 4 eguneko egonaldia egiten dute batez beste. Batik bat hoteletan hartzen dute ostatu, baina badira halako turistak kanpinetan eta landa-ostatuetan ere. Urteko sasoi guztietan etortzen dira, baina are gehiagotan udan eta oporraldietatik kanpoko gainerako sasoietan.

Talde honetako kideek 50 urte dituzte batez beste.

4. taldea (% 13).- Landa-ostatuetan gaua ematen duten turistak.

Talde horretako turistek landa-ostatuak aukeratzen dituzte nagusiki gaua emateko (% 62k). Horrek ez du esan nahi beste ostatu-motetan (kanpinetan, hoteletan) ez daudenik, baina hein txikiagoan da.

También la edad es un distintivo de este grupo: aunque se encuentran en todos los intervalos de edad analizados, predominan los mayores de 60 años (35%).

Para la mayoría es su primera visita a Euskadi y el 60% se hubiera desplazado a otro destino en caso de no encontrar alojamiento. Muestran bastante indecisión sobre la intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses, aunque algunos probablemente si lo harían.

Predomina en este grupo la estancia media en Euskadi de 5 días.

Durante su viaje por Euskadi el 97% realizan principalmente actividades relacionadas con el turismo cultural. También practican turismo de ciudad y actividades relacionadas con la gastronomía. Por el extremo contrario, es peculiar de esta clase la poca importancia que tienen actividades como el turismo costero, las actividades de descanso en la naturaleza o la práctica de actividades deportivas.

Clase 3.- (14%) Turismo costero asiduo en Donostia/San Sebastián y la Costa Vasca.

Todo lo relacionado con hacer vida en localidades costeras es la principal característica de esta clase. Tanto las actividades de descanso y vida tranquila como la práctica de actividades deportivas son aspectos muy relevantes en ella. En efecto, se trata de un perfil de turista muy dinámico en cuanto a la realización de actividades y la gran mayoría realiza además rutas turísticas, turismo cultural, turismo en la ciudad y actividades relacionadas con la gastronomía.

Su tasa de fidelización es muy alta: el 92% repite su visita a Euskadi y casi en la misma proporción cree probable que volverá en los próximos 12 meses por ocio. Es un tipo de perfil de turista asiduo que no se hubiera desplazado a otro destino en caso de no encontrar alojamiento.

Se trata de un perfil de turista con marcado origen estatal (74%) pero no interno (2%), las y los residentes en Francia (10%) están presentes también en esta clase destacando sobre el resto de mercados internacionales.

Llegan a Euskadi en vehículo privado y realizan una estancia media de 4 días. Se alojan principalmente en hoteles aunque hay presencia de este tipo de turistas también en camping y en alojamientos rurales. Visitan Euskadi en todas las épocas del año aunque es mayor su presencia en verano y en el resto de temporadas no vacacionales.

La media de edad de las personas integrantes de esta clase es de 50 años.

Clase 4.- (13%) Turistas que pernoctan en alojamientos rurales.

Las y los turistas que forman parte de este grupo destacan por alojarse, principalmente, en alojamientos rurales (62%). Esto no quita que se puedan encontrar quienes lo hagan en los otros tipos de alojamiento (camping, hoteles), aunque en menor medida.

Euskadiko Barnealdeko herriak dira helmuga nagusia, hiriburuak baztertuta. Halere, badago halako turisten presentzia Euskadiko Kostaldean ere.

Su destino principal se concentra en las localidades del interior de Euskadi, sin tener en cuenta las capitales. También hay algo de presencia de este tipo de turistas en la Costa Vasca.

Estatuko turistak dira, eta batez ere Euskadikoak bertakoak (% 31 bertan bizi da). Neurri apalagoan bada ere, Frantziako turistek ere hartzen dute parte (% 6).

Se trata de turistas estatales con predominio del turismo interno (31% residente en Euskadi). Aunque en menor medida, también cabe mencionar al turismo francés (6%).

Egonaldian egindako jarduerak gastronomiari, ibilaldiei eta herrietako txangoei lotutakoak izaten dira, baina ez dute jarduera kulturarik egiten (% 66k ez du inolako jarduera kulturalik egiten). Bestela ezin izan eta naturako deskantsua eta turismo aktiboa (kirol jarduerak ere barnean hartuta) oso garrantzitsuak dira turista-multzo honetan, nahiz eta ez izan bereziki ezaugarritzen dituzten jarduerak.

Las principales actividades que realizan durante su estancia están relacionadas con la gastronomía y los paseos y visitas por las localidades pero sin realizar actividades culturales, (el 66% no practican ninguna actividad cultural). Como no podía ser de otra forma el descanso en la naturaleza y el turismo activo, con la práctica de actividades deportivas, son importantes entre este conjunto de turistas aunque no sean las actividades que más les caracterizan.

Gehien-gehienak (% 95) auto pribatuan iristen dira helmugara. Urteko sasoi guztietan etortzen diren arren, batez ere opor-sasoi tipikoetatik (Aste Santutik, udatik eta Gabonetatik) kanpo etortzen dira.

Una amplia mayoría (95%) llega a su destino en vehículo privado. Aunque visitan Euskadi en todas las temporadas del año predominan quienes lo hacen fuera de las típicas fechas vacacionales (Semana Santa, verano y navidad).

Batez beste 2 eguneko egonaldia egiten dute.

La estancia en Euskadi más frecuente entre este tipo de turistas es de 2 días por término medio.

Datozen 12 hilabeteetan Euskadira itzultzeko probabilitate handia dute eta errepetizio-tasa ere oso altua da: % 70 lehenago egon da Euskadin.

Son turistas con una probabilidad alta de volver a Euskadi en los próximos 12 meses (65%) y su tasa de repetición también es alta, el 70% había estado anteriormente en Euskadi.

Gehien-gehienak (% 69) ez ziratekeen beste helmuga batera joango, bertan ostatua aurkitu ezean.

Una amplia mayoría (69%) no se hubiera desplazado a otro destino en caso de no haber encontrado plaza de alojamiento.

5. taldea (% 13).- Datozen 12 hilabeteetan Euskadira aisialdian etortzeko asmorik ez duten turistak.

Clase 5.- (13%) Turistas sin intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses por ocio.

Euskadira itzultzeko aukera gutxien duten turistek osatzen dute taldea; izan ere, horixe da beraien bereizgarritasun nagusia. % 34k dio seguru ez dela Euskadira etorriko datozen 12 hilabeteetan, eta % 39k ez du probable ikusten.

Esta clase se compone de las y los turistas con menor probabilidad de volver a Euskadi, siendo este su rasgo más definitorio. El 34% afirma con seguridad que no volverá a Euskadi en los próximos 12 meses y el 39% no lo cree probable.

Batez ere Donostian hartzen dute ostatu (% 51k) baina badira halako turistak gainerako helmugetan ere. Gehienak nazioarteko turistak dira, eta batez ere merkatu zehaztugabeetakoak (% 26 «gainerako herrialdeak» kategoriakoak dira). Batez ere nazioartekoak diren arren, gehienak autoan etortzen dira (% 59).

Se alojan principalmente en Donostia/San Sebastián (51%), aunque también hay presencia de este tipo de turistas en el resto de destinos. La mayoría son turistas internacionales y sobre todo de los mercados no específicos (26% de la categoría resto de países). A pesar de su marcado carácter internacional vienen mayoritariamente en coche (59%).

Talde honetako turisten % 92rentzat, hauxe da Euskadira etorri diren lehen aldia. Batez ere udan etortzen dira eta 4 eguneko egonaldiak egiten dituzte Euskadin.

Para el 92% de las y los turistas que componen esta clase, esta es su primera visita a Euskadi. Vienen principalmente en verano y visitan Euskadi en una estancia media de 4 días.

Egonaldian hiriko turismoari lotutako jarduera tipikoak egiten dituzte, gastronomiari eta ibilbide turistikoei lotutako jarduerak. Ez dute atseden-jarduerarik egiten, ez kostaldean, ez naturan.

Antzeko bi taldetan banatzen dira: ostaturik aurkitu ezean beste leku batera joango ziratekeenak eta joango ez ziratekeenak.

Adina ez da talde honen ezaugarri bereizgarria. 30 urtetik aurrerako adin guztietako turistak sartzen dira talde honetan.

6. taldea (% 10).- Euskadiko Kostaldea helmugatzat duten noizbehinkako turistak.

Talde honetako turistek bi ezaugarri nagusi dituzte: batez ere Euskadiko Kostaldean hartzen dutela ostatu (% 86k) eta batik bat kanpinean egoten direla (% 54k), nahiz eta ez hor bakarrik.

Udan etortzen dira batez ere, eta zazpi eguneko egonaldiak egiten dituzte Euskadin.

Kostaldeko turismoaren profila dute, argi eta garbi, kirol jarduerak egin eta Euskadiko ibilbide turistikoak egiten dituzte, baina naturan lasaialdia hartu eta gastronomiari lotutako jarduerak eta hiriko turismoa ere egiten dituzte.

Gehienentzat Euskadi bisitatzen duten lehen aldia da, horietako % 50ek datozen 12 hilabeteetan aisialdian itzultzeko asmoa adierazi du, eta beste % 50ak ez du halako usterik.

Euskadin ostatu hartzeko lekurik aurkitu ez balute, erdia baino gehiago beste lekuren batera joango zatekeen.

Merkatu guztietako turistak dira, baina batez ere Alemaniakoak (% 15) eta gainerako autonomia-erkidegoetakoak (% 17).

7. taldea (% 5).- Asteburuko turistak, Arabako Errioxan atsedena hartu eta gastronomia-jarduerak egiteko.

Talde honetako turistek ia bakar-bakarrik Arabako Errioxan hartzen dute ostatu. Naturan atsedena hartzeari eta gastronomiari lotutako jarduerek ezaugarritzen dute, ez baitute hiri-turismorik egiten.

Asteburuko egonaldi motzak izaten dira, bi egunekoak. Oporraldietatik kanpo joaten dira Arabako Errioxara, eta inolaz ere ez udan.

Durante su estancia realizan actividades típicas del turismo de ciudad, actividades relacionadas con la gastronomía y rutas turísticas. No realizan actividades de descanso, ni en la costa ni en la naturaleza.

Se distribuyen equitativamente entre quienes no se hubieran desplazado a otro destino en caso de no encontrar plaza de alojamiento y quienes si lo hubieran hecho.

La edad no es una característica determinante de esta clase. Se pueden encontrar turistas de todas las edades a partir de 30 años.

Clase 6.- (10%) Turistas ocasionales con destino en la Costa Vasca.

Las características que mejor definen a este tipo de turistas son que su destino principal es la Costa Vasca (86%) y que se alojan principalmente en camping (54%), aunque no exclusivamente.

La época estival es la más frecuentada; y la estancia media es de 7 días en Euskadi.

Claramente, su perfil es de turismo costero, que practica actividades deportivas y realiza rutas turísticas por Euskadi pero también descansa en naturaleza y hace actividades relacionadas con la gastronomía y el turismo en la ciudad.

En su mayoría es la primera vez que visitan Euskadi y se reparten al 50% entre quienes piensan volver en los próximos 12 meses, en plan de ocio, y quienes no.

Si no hubieran encontrado plaza para alojarse en Euskadi, más de la mitad se hubiera desplazado a otro destino.

Se pueden encontrar turistas de todos los mercados emisores, destacando quienes vienen de Alemania (15%) y del resto de CC.AA (17%).

Clase 7.- (5%) Turistas de fin de semana de descanso en la naturaleza y gastronomía en Rioja Alavesa.

Las y los turistas que pertenecen a esta clase se alojan casi exclusivamente en Rioja Alavesa. Es distintivo de esta clase la práctica de actividades relacionadas con el descanso en la naturaleza y la gastronomía y no realizan turismo en la ciudad.

Se trata de un modelo de visita de fin de semana con estancias cortas de 2 días. Acuden a Rioja Alavesa principalmente en épocas no vacacionales, en ningún caso acuden en verano.

Hurrengo 12 hilabeteetan Euskadira aisialdian itzultzeko asmoari dagokionez, taldeko turisten erdiak zalantzati ageri dira, baina gainerakoen ustez, berriz, itzuli egingo dira.

En cuanto a la intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses por ocio, casi la mitad de las y los turistas de este grupo se muestran indecisos, aunque el resto cree probable que volverá.

Ia % 90 lehenago Euskadin egonda dago eta gehienek Arabako Errioxara berariaz etorri dira, ez baitziren beste helmuga batera joango bertan ostatu hartzeko lekurik aurkitu ez balute.

Casi el 90% ha estado anteriormente en Euskadi y la mayoría ha venido buscando Rioja Alavesa ya que no se hubieran desplazado a otro destino en caso de no encontrar plazas de alojamiento.

Estatuko turistak dira nagusi, argi eta garbi, eta batez ere Euskadikoak.

Tiene un fuerte componente de turismo estatal destacando las y los turistas residentes en Euskadi.

Taldeko adin-tarterik ohikoena 30-39 urte bitartekoa da; halere, adin guztietako turista izaten dira, 18-24 urte bitartekoak izan ezik.

El intervalo de edad más característico de esta clase se sitúa entre los 30 y los 39 años, no obstante, se pueden encontrar turistas de todas las edades excepto de entre 18 y 24 años.

Fitxa teknikoa

Ikerketa proiektua osatzen duten aldi bereko hiru eragiketetarako fitxa tekniko bateratua aurkeztuko dugu, eta atal bakoitzean bereizi horietako bakoitzaren ezaugarriak. Hona txosten honetako datuak eragin dituzten lanak:

- Turisten unibertsoa berriz zenbatestea (kopurua)
- Aisialdiari buruzko inkesta
- Gastuari buruzko inkesta

Unibertsoa

Turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko unibertsoa hauexek osatzen dute: edozein arrazoi dela eta, Euskadiko ostatu turistiko arautuetan (hoteletan, nekazaritza-etxeetan, landetxeetan eta kanpinetan) gaua ematen duten turista guztiek, Euskadikoak izan ala ez.

Aisialdiari buruzko nahiz gastuari buruzko inkestetan, Euskadira aisialdian etorri eta Euskadiko turismo-ostatu arautuetan (edozein kategoriatako hoteletan, nekazaritza-etxe edo landetxeetan eta kanpinetan) gaua ematen duten turista guztiek, berdin Euskadikoak izan nahiz kanpokoak izan, osatzen dute esparru-unibertsoa.

Laginaren diseinua

Unibertsoa egituratzen duten funtsezko hiru ardatz-aldagaitan agertzen dira hiru eragiketen adierazgarritasunaren irizpideak.

Denbora-ardatza:

- Uda
- Aste Santua
- Gabonak
- Urtearen gainerako sasoiak

Helmuga-ardatza:

- Gasteiz
- Bilbo
- Donostia
- Euskadiko Kostaldea
- Arabako Errioxa
- Euskadiko Barnealdea

Establezimendu-mota:

- 3 izarreko edo gehiagoko hotelak hiriburuetan
- 2 izarreko edo gutxiagoko hotelak hiriburuetan
- Hiriburuetatik kanpoko hotelak
- Landa-ostatuak
- Kanpinak

Hiru eragiketetako bakoitzerako lagin geruzatuak egin dira; hala, ardatz-aldagaiei lotutako geruzen gurutzaketa anizkoitzak eta konplexuak definitzen ditu. Geruzatze horren salbuespen bakarra turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatzeko lagin-diseinuan egin da; izan ere, ez dira kanpinak aztertu, bertan ostatu hartzen duten turisten bidaiaren arrazoi nagusia beti aisia izaten dela jota. Hiru laginak era ez-proportzionalean banatu dira, ordezkatuta egon beharreko geruza bakar bat ere ez dadin lagin nahikorik gabe gelditu.

Ficha técnica

Se presenta una ficha técnica conjunta para las tres operaciones simultáneas que constituyen el **proyecto de investigación**, diferenciando en cada apartado las características propias de cada una de ellas. Las operaciones cuyos datos se han presentado a lo largo de este informe son:

- Reestimación del universo de turistas (aforo)
- Encuesta de ocio
- Encuesta de gasto

Universo

El universo para la reestimación del universo de turistas (aforo) está constituido por el conjunto de turistas, residentes o no en Euskadi, que viajen por cualquier motivo y que pernocten en establecimientos turísticos reglados de Euskadi; hoteles, agroturismos o casas rurales y campings.

Tanto para la encuesta de ocio como para la de gasto, el universo marco es el conjunto de turistas residentes o no en Euskadi, que viajen por motivos de ocio y que pernocten en establecimientos turísticos reglados de Euskadi: hoteles, en sus diferentes categorías; agroturismos o casas rurales y campings.

Diseño muestral

Los criterios de representatividad de las tres operaciones están formulados por tres variables-eje fundamentales que estructuran el universo:

Eje temporal;

- Verano
- Semana Santa
- Navidad
- Resto del año

Eje destino;

- Vitoria-Gasteiz
- Bilbao
- Donostia/San Sebastián
- Costa Vasca
- Rioja Alavesa
- Interior

Eje Tipo de establecimiento

- Hoteles de 3 o más estrellas en capitales
- Hoteles de 2 o menos estrellas en capitales
- Hoteles fuera de las capitales
- Alojamientos rurales
- Camping

El diseño muestral para cada una de las tres operaciones se ha realizado de forma estratificada definiéndose por el cruce múltiple y complejo de los distintos estratos relacionados con las variables-eje. La única excepción a esta estratificación se da en el diseño muestral para la reestimación del universo de turistas(aforo), donde no se han investigado los camping al considerar que el motivo principal del viaje de las y los turistas que se alojan en este tipo de establecimientos es el ocio. La distribución de las tres muestras se ha realizado de forma no proporcional de modo que ningún estrato que debe estar representado quede sin muestra suficiente.

- Erreferentzia puntua: hiru lanak aldi berean egin ziren, 2016ko irailean hasi eta 2017ko abuztura arte, bi hilak ere kontuan hartuta.
- Hautatzeko metodoa: lagin bakoitzeko geruza bakoitzeko establezimenduak ausazko zozketa bidez hautatu dira, eta inkesta egiteko baimena eskatu. Establezimendu bakoitzean, ausaz hautatu dira galdeketa egiteko informatzaileak, bertan ostatu hartu duten turisten artean.
- Azken lagin-hautaketa egiteko puntuak: laginak hartzeko 180 gune ezarri ziren hiru eragiketetarako, hoteletan, landa-ostatuetan eta kanpinetan.

Galde-sorta

Hiru galde-sorta bereizi erabili dira informazioa biltzeko:

Galde-sorta berezi bat erabili da **aisiako unibertsoa (kopurua)** berriz zenbatesteko. Haren bidez honako informazio hau jaso nahi zen soil-soilik:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Informazio soziodemografikoa

Aisialdiari buruzko berariazko **galde-sorta**, honako informazio-alor hauetan egituratua, Euskadi bisitatzen duten turistek bidaiaren fase bakoitzean duten portaera aztertzeko:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Motibazioaren dimentsioaren azterketa
- ✓ Konpetentzia
- ✓ Bidaia-aurrekoa
  - o Aurreko informazioa
  - o Erreserbak
- ✓ Bidaia
  - o Ostatu-gauak
  - o Egindako jarduerak
  - o Ikusitako lekuak
- ✓ Bidaiatzeko era soziala
- ✓ Jatetxeak
- ✓ Helmugan jasotako informazio turistikoa
- ✓ Balorazioak
- ✓ Garraiobideak
- ✓ Informazio soziodemografikoa

Gastuari buruzko berariazko **galde-sorta**, turistek Euskadira egindako bidaian egindako gastuak honako atal hauen arabera egituratzeko:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Garraiobideak
- ✓ Pakete turistikoaren gastua
- ✓ Pakete turistikotik kanpoko bidaia-gastuak
- ✓ Bidaiatzeko era soziala
- ✓ Informazio soziodemografikoa

- Punto de referencia: Las tres operaciones se llevaron a cabo de manera simultánea desde septiembre de 2016 hasta agosto de 2017 ambos incluidos.
- Método de selección: Sorteo aleatorio de establecimientos dentro de cada estrato de cada una de las muestras y solicitud de permisos de encuesta. Dentro del establecimiento, selección aleatoria, entre las y los turistas que se alojan, de las personas informantes de la encuesta.
- Puntos de muestreo finales: Se establecieron 180 puntos de muestreo diferentes para las tres operaciones entre hoteles, alojamientos rurales y camping.

Cuestionario

La recogida de información se ha realizado a través de tres cuestionarios diferenciados:

Un **cuestionario** específico para la **reestimación del universo de ocio (aforo)** cuya función era recoger exclusivamente la siguiente información:

- ✓ Motivo del viaje
- ✓ Información sociodemográfica

Un **cuestionario** específico para la **encuesta de ocio** estructurado en las siguientes áreas de información, que analizan el comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi, en las diferentes fases del viaje:

- ✓ Motivo del viaje.
- ✓ Análisis de la dimensión motivacional
- ✓ Competencia
- ✓ Pre-viaje
  - o Información previa
  - o Reservas
- ✓ Viaje
  - o Pernoctaciones
  - o Actividades realizadas
  - o Lugares visitados
- ✓ Forma social de viajar
- ✓ Restauración
- ✓ Información turística en destino
- ✓ Valoraciones
- ✓ Medios de Transporte.
- ✓ Información socio-demográfica.

Otro **cuestionario** específico de **gasto** que, como su propio nombre indica, cumple el objetivo de estructurar los gastos efectuados por las y los turistas en su viaje a Euskadi en función de los siguientes apartados:

- ✓ Motivo del viaje
- ✓ Medios de transporte
- ✓ Gasto por paquete turístico
- ✓ Gastos del viaje fuera del paquete turístico
- ✓ Forma social de viajar
- ✓ Información socio-demográfica.

Elkarrizketaren teknika

Hiru lanak egiteko, elkarrizketa pertsonalak egin dira tableten laguntzarekin. Izan ere, gailuei esker, landan bildutako informazioa grabatu, linean balioztatu, erregistratu eta telematika bidez bidali ahal izan da.

Inferentzia-metodoa

- Erreferentzia-esparrua
  Euskadiko turismo-jardueraren jarraipena egiten duten estatistika ofizialek turistei buruzko datuak ematen dituztenean, ez dute bereizten bidaiariek Euskadira etortzeko zer arrazoi duten. Eta, adierazi dugun bezala, lana honetan ezinbestekoa da aisialdian (edota osasun-tratamenduagatik edo arrazoi erlijiosoengatik) etortzen direnak kuantifikatzea.

  Eustaten ETHaren (establezimendu turistiko hartzaileen inkesta) arabera, hauxe izan da datua, landa-lana zehaztu den epealdian (2016ko irailetik 2017ko abuztura bitartean:

  - ✓ Hotel-establezimenduetan ostatu hartzen duten pertsonak: **2.910.490 turista.**
  - ✓ Nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan ostatu hartzen duten pertsonak: **159.033 turista.**

  Kanpinetako okupazioari buruzko informazioa eskuratzeko, Estatistikako Institutu Nazionalera (EIN) jo dugu, Kanpineko okupazioaren estatistika azterlanean argitaratutako datuen bila.

  - ✓ Kanpinetan ostatu hartzen duten pertsonak: **241.010 turista.**

  Turisten bolumen hori izan da hasierako erreferentzia-esparrua, gero aisialdian etorritako turistak eta beste arrazoi batzuek bultzatuta etorritakoak bereizteko, turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko lanean eskuratutako datuei esker.

- Laginaren tamaina
  5.217 erantzun baliagarri lortu dira **gastuari buruzko inkestan**, eta **5.151** erantzun **aisialdiari buruzko inkestan**. Turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko, **9.639 inkesta egin ziren**.

- Laginaren errorea
  Ondoren, laginaren errore teorikoen zenbatespena eskainiko dugu, % 95,5eko konfiantza-mailarekin (hori horrela izateko aukera) eta kasurik kontrakoena % 50era eramaten duen ezaugarri dikotomikoetarako. Dena dela, datu horien erlatibotasuna ere aintzat hartu behar da, edozein aldagaitarako baliagarriak ez direnean.

Técnica de entrevista

Para las tres operaciones se realizaron **entrevistas personales** asistidas con tabletas que permiten la grabación, validación en línea, registro y envío telemático de la información recogida en campo.

Método de inferencia

- Marco de referencia
  Las estadísticas oficiales que se encargan de realizar el seguimiento de la actividad turística de Euskadi, al proporcionar datos sobre las y los turistas, no diferencian entre quienes se alojan en el destino de Euskadi en función de sus distintas motivaciones. Y, como ya se ha adelantado, en el marco de esta operación, es necesario cuantificar quienes visitan el destino por ocio (o tratamientos de salud o motivos religiosos).

  Según la operación ETR del Eustat (Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores del Instituto Vasco de Estadística), en el período en el que queda establecido el trabajo de campo (de septiembre 2016 a agosto 2017), este dato ha sido:

  - ✓ Personas que pernoctan en establecimientos hoteleros: **2.910.490 turistas**.
  - ✓ Personas que pernoctan en agroturismos o casas rurales: **159.033 turistas**.

  Para disponer de información sobre la ocupación en camping se acude a la operación EOAC del INE (Encuesta de ocupación de campings del Instituto Nacional de Estadística):

  - ✓ Personas que pernoctan en camping: **241.010 turistas**.

  Este volumen de turistas ha constituido la referencia inicial de la que obtener el marco de referencia sobre número total de turistas para posteriormente clasificarlos entre turistas de ocio y resto de turistas a través de los datos obtenidos en la operación de reestimación del universo de turistas (aforo)

- Tamaño muestral
  Se han conseguido **5.217** respuestas válidas en la **Encuesta de gasto** y **5.151** respuestas al cuestionario de la **Encuesta de ocio**. Para la reestimación del universo de turistas (aforo) se realizaron un total de **9.639 aforos**.

- Error muestral
  Se ofrece a continuación una estimación de los errores teóricos muestrales calculados, con un nivel de confianza del 95,5% (probabilidad de que ello sea así) y para características dicotómicas que se distribuyen al caso más desfavorable del 50%. No obstante hay que tener presente la relatividad de los mismos en cuanto no son válidos para cualquier variable.

		GASTUARI buruzko galde-sortan lortutako erantzunak Encuestas obtenidas en la Encuesta de GASTO	Laginaren errorea Error muestral	AISIALDIARI buruzko galde-sortan lortutako erantzunak Encuestas obtenidas en la Encuesta de OCIO	Laginaren errorea Error muestral	Turisten unibertsoa berriz zenbatesteko eskuratu diren kopuruak Aforos obtenidos para la reestimación del universo de turistas	Laginaren errorea Error muestral
GUZTIRA TOTAL		**5.217**	±1,4%	**5.151**	±1,4%	**9.639**	±1,0%
HELMUGA TURISTIKOA DESTINO TURÍSTICO	Vitoria-Gasteiz	602	±4,0%	674	±3,8%	1.788	±2,3%
	Bilbo/Bilbao	1.096	±3,0%	988	±3,1%	2.002	±2,2%
	Donostia/San Sebastián	863	±3,3%	872	±3,3%	2.132	±2,1%
	Euskadiko Kostaldea Costa Vasca	1.162	±2,9%	1.107	±2,9%	1.229	±2,8%
	Euskadiko barnealdea Interior	997	±3,1%	1.006	±3,1%	1.776	±2,3%
	Arabako Errioxa Rioja Alavesa	497	±4,4%	504	±4,4%	712	±3,7%
URTEKO SASOIA TEMPORADA	Aste Santua Semana Santa	623	±3,9%	607	±4,0%	869	±3,3%
	Uda Verano	2.062	±2,2%	2.030	±2,2%	3.117	±1,8%
	Gabonak Navidad	451	±4,6%	447	±4,6%	1.118	±2,9%
	Urtearen gainerako sasoiak Resto del año	2.081	±2,1%	2.067	±2,2%	4.535	±1,5%
ESTABLE-ZIMENDU-MOTA TIPO DE ESTABLE-CIMIENTO	Hotelak Hoteles	4.041	±1,5%	4.050	±1,5%	9.219	±1,0%
	Nekazaritza-turismoa Agroturismos	567	±4,1%	576	±4,1%	420	±4,8%
	Kanpinak Camping	609	±4,0%	525	±4,3%		

- Haztatzailea kalkulatzea
  EUSTATen eta INEn eskura dagoen informazioa, **turisten unibertsoa (kopurua)** berriz **zenbatesteko** galde-sortetatik ateratako informazioa eta laginetako informazioan eskura daudenen pareko geruzapen-aldagaiak (desagregazio-maila ezberdina erabiliz iturriaren arabera) oinarri hartuta, kalibratze-metodoa erabili eta koefiziente haztatzailea zehaztu da, laginetako datuak aisialdiko turisten helburuko erreferentzia-esparrura eramateko.

  Ondoriozta daiteke **aisialdian etorritako 2.645.118 turistak osatzen dutela aisialdiari nahiz gastuari buruzko inkesten datuak ondorioztatzeko erreferentzia-esparrua**[15]. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:
  - ✓ Hotel-establezimenduetan ostatu hartzen duten pertsonak: **2.264.194 aisia-turista.**
  - ✓ Nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan ostatu hartzen duten pertsonak: **140.240 aisia-turista.**
  - ✓ Kanpinetan ostatu hartzen duten pertsonak: **240.684 aisia-turista.**

- Cálculo del elevador
  Con la información disponible de EUSTAT e INE, la información obtenida de los cuestionarios destinados a la **reestimación del universo de turistas (aforo)** y la utilización de variables de estratificación - a diferentes niveles de desagregación según la fuente - análogas a las disponibles en la información muestral, se ha aplicado un método de calibración para construir el elevador que ha permitido inferir los datos muestrales al marco referencial objetivo de las y los turistas de ocio.

  Se puede concluir que el marco de referencia del proyecto de investigación al que se **elevan los datos tanto de la encuesta de ocio como de la encuesta de gasto**, queda establecido por **2.645.118 turistas de ocio**[16], según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:
  - ✓ Personas que pernoctan en establecimientos hoteleros: **2.264.194 turistas de ocio**.
  - ✓ Personas que pernoctan en agroturismos o casas rurales: **140.240 turistas de ocio**.
  - ✓ Personas que pernoctan en camping: **240.684 turistas de ocio**.

[15] Aisia-turistak esan arren, bertan sartzen dira arrazoi erlijiosoek edo borondatezko osasun-tratamenduek bultzatuta etorri direnak ere.
[16] Aunque se denominen turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud.

AISIA-JARDUEREN KATEGORIAK CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO	Jarduerak Actividades
Kostaldeko turismoa Turismo costero	Kostaldeko udalerrietako bizitza Hacer vida en municipios de costa
Naturan atsedena hartzeko jarduerak Actividades de descanso en la naturaleza	Bizitza lasaia landa-herrietan: ibilaldiak inguruan Vida tranquila en localidades rurales: paseos por el entorno
Turismo kulturala Turismo cultural	Museoak, erakusketak, galeriak… bisitatzea Visitar museos, exposiciones, galerías Monumentuak edo ondarea bisitatzea Visitar monumentos o patrimonio Kultura eta tradizioak ezagutzea Conocer la cultura y tradiciones Erlijio-intereseko edo erromes-helburuko lekuak Lugares de interés religioso o peregrinación
Turismo aktiboa Turismo activo	Parke naturaletarako bisita Visita a parques naturales Mendi-ibilbideak, zikloturismoa, BTT, ornitologia Senderismo, cicloturismo, BTT, ornitología Surfa Surf Beste ur-kirol batzuk: bela, urpekaritza, kanoa… Otros deportes acuáticos: vela, submarinismo, piragüismo Arriskuko kirolak: parapentea, eskalada, espeleologia Deportes de riesgo: parapente, escalada, espeleología Lehiako kirolak: krosa, maratoia, txirrindularitza, futbola Deportes de competición: Cros, maratón, ciclismo, futbol Ehiza eta arrantza Caza y pesca Golfa Golf Beste kirol-jarduera batzuk Otras actividades deportivas
Hiriko turismoa Turismo en la ciudad	Turismoa ezagutzea, kaleetan ibiltzea Conocer la ciudad, pasear por sus calles
Ibilbide turistikoak Rutas turísticas	Euskadi ezagutzea, udalerriak ikustea Conocer Euskadi, visitando varias localidades
Ikuskizunak Espectáculos	Kontzertuak, zinema-jaialdiak, jazza, kirol-ikuskizunak Conciertos, festivales de cine, jazz, espectáculos deportivos
Jaiari lotutako jarduerak Actividades lúdico festivas	Herrietako jaiak: Aste Nagusia, Donostiako Danborrada, etab. Fiestas populares: Semana Grande, Tamborrada de Donostia, etc.
Gastronomiari lotutako jarduerak Actividades relacionadas con la gastronomía	Upategietara eta sagardotegietara joatea Visita a bodegas y sidrerías Jatetxe on batean jatea Comer en un buen restaurante Pintxotan ibiltzea (eguneko oturuntzetako bat egin beharrean) Ir de pintxos (en vez de una de las comidas del día) Pintxotan ibiltzea (otorduetatik kanpo) Ir de pintxos (fuera de las comidas) Gastronomia-produktu tipikoak erostea Compra de productos gastronómicos típicos Gastronomia-lantegiak Talleres gastronómicos Museo gastronomikoetarako bisita Visita a museos gastronómicos
Beste jarduera batzuk Otras actividades	Bainu-etxeak, talasoterapia, zaintza pertsonala, erosketak eta beste arrazoi batzuk Balnearios, Talasoterapia, cuidado personal, compras y otros motivos

BASQUE TOUR

turismoaren
euskal agentzia
*agencia vasca
de turismo*

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

Herri-baltzua EUSKO JAURLARITZA

Sociedad Pública del GOBIERNO VASCO