IBILTUR Aisia 2019.– Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen diren turisten profila eta portaera

2020ko ekaina – Euskadira etortzen diren merkatu nagusien analisi konparatiboa

IBILTUR Ocio 2019- Conocimiento del perfil y comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio

Junio 2020 – Análisis comparativo de los mercados principales que visitan Euskadi

BASQUE TOUR turismoaren euskal agentzia / agencia vasca de turismo

EZAUGARRIAK

Lanaren zuzendaritza:
IKERTALDE aholkularitza-taldeak egindako lana

Talde idazlaria:
Yolanda García Díez (proiektuaren zuzendaria)
Julio A. Jiménez Arévalo eta Kepa Salaverria Folgado (analisi estatistikoko aholkulariak)

Sortze-data:
2020ko ekaina

Bertsioa
1

Iruzkinak

CARACTERÍSTICAS

Dirección del trabajo:
Trabajo realizado por IKERTALDE grupo consultor

Equipo redactor:
Yolanda García Díez (Directora del proyecto)
Julio A. Jiménez Arévalo y Kepa Salaverria Folgado (Consultores en análisis estadístico)

Fecha de creación:
Junio 2020

Versión
1

Comentarios

BASQUETOUR, SAren jabetzako dokumentua.
Debekatuta partzialki edo osorik erreproduzitzea, berariazko baimenik gabe.

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

Aurkibidea

ONDORIOAK ... 4

AISIA-TURISMORAKO ERREFERENTZIA-ESPARRUA ... 7

1.- EUSKADIRA AISIA-ARRAZOIENGATIK ETORTZEN DIREN TURISTEN PORTAERAREN GAKOAK BIZILEKUAREN ARABERA ... 13

1.1.- Zerk erakartzen dituen aisia-turistak Euskadira, zein den bidaiaren helmuga Euskadin eta non bizi diren ... 14

1.2.- Aisia-turisten profila ... 20

1.3.- Nola informatzen diren, zer garraiobide erabiltzen dituzten, non hartzen duten ostatu eta zenbat egun igarotzen dituzten ... 26

2.- EUSKADIRA ETORTZEN DIREN TURISTEK EGINDAKO JARDUERAK ETA BISITATUTAKO LEKUAK ... 44

2.1.- Andaluzian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 45

2.2.- Katalunian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 48

2.3.- Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 51

2.4.- Euskadin bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 54

2.5.- Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 57

2.6.- Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 60

2.7.- Frantzian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 63

2.8.- Erresuma Batuan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 66

2.9.- Alemanian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 69

2.10.- Italian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 72

2.11.- AEBetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 75

2.12.- Beneluxen bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 78

2.13.- Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak ... 81

3.- EUSKADIREN BALORAZIOARI ETA ITXAROPENEI BURUZKO ADIERAZLE TURISTIKOAK ... 85

3.1.- Nola baloratzen dute Euskadi? ... 85

3.2.- Itzuliko al lirateke Euskadira? ... 88

3.3 Zein dira helmuga lehiakideak? ... 92

4.- EGITEN DUTEN GASTUA ... 95

FICHA TÉCNICA ... 103

Índice

CONCLUSIONES ... 4

MARCO DE REFERENCIA PARA EL TURISMO DE OCIO ... 7

1.- CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DE LAS Y LOS TURISTAS QUE VISITAN EUSKADI POR MOTIVACIONES DE OCIO SEGÚN SU LUGAR DE RESIDENCIA ... 13

1.1.- Qué atrae a las y los turistas de ocio a Euskadi, cuál es el destino de su viaje en Euskadi y dónde residen ... 14

1.2.- Perfil de las y los turistas de ocio ... 20

1.3.- Cómo se informan, qué medios de transporte utilizan, dónde se alojan y cuántos días dura su estancia ... 26

2.- ACTIVIDADES PRACTICADAS Y LUGARES VISITADOS POR LAS Y LOS TURISTAS EN EUSKADI ... 44

2.1.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Andalucía ... 45

2.2.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Cataluña ... 48

2.3.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en la C. A. de Madrid ... 51

2.4.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Euskadi ... 54

2.5.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en la CC. AA. Vecinas ... 57

2.6.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en el resto de CC. AA. ... 60

2.7.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Francia ... 63

2.8.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Reino Unido ... 66

2.9.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Alemania ... 69

2.10.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Italia ... 72

2.11.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en EE. UU. ... 75

2.12.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Benelux ... 78

2.13.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en el resto de los países ... 81

3.- INDICADORES TURÍSTICOS SOBRE LA VALORACIÓN DE EUSKADI Y EXPECTATIVAS ... 85

3.1.- ¿Cómo valoran Euskadi? ... 85

3.2.- ¿Volverían a Euskadi? ... 88

3.3 ¿Cuáles son los destinos competencia? ... 92

4.- EL GASTO QUE REALIZAN ... 95

FICHA TÉCNICA ... 103

ONDORIOAK

- **Aisiarako motibazioak** dira nagusi merkatu guztietatik etortzen diren bisitetan. *Batez ere Italiakoak eta AEBtakoak dira* arrazoi horregatik etorritako gehienak.

- **Lanagatik egindako bidaiak** ohikoagoak dira turista nazionalen artean. *Madriletik eta Andaluziatik etorritakoak nabarmentzen dira*, baina bigarren kasu horretan urruntasunak eragina izan dezake ibilgailu pribatu bidezko aisia-turismoaren gabezia erlatiboan eta, ondorioz, lanagatiko turismoaren nagusitasun erlatiboan.

- **Iragaitzazko turismoa** nazioarteko merkatuetan oinarrituta dago, batez ere *Frantziatik, Erresuma Batutik eta Beneluxeko herrialdeetatik* etorritako turistengan. Kasu guztietan, bisiten % 5 baino gehiago osatzen dute.

- **Merkatu bat bera ere ez da gehiegi urruntzen gainerakoetatik** bidaiaren motibazioari dagokionez. Era guztietako arrazoiengatik etortzen dira. Motibazio nagusiak nahiz motibazio osagarriak aintzat hartuta iristen dira.
  - **Barneko turistak** dira desberdinenak, ez dagoelako gaua igarotzeko premiarik naturarekin zerikusia duten zenbait jarduera garatzeko. *Hiriko turismoa eta turismo gastronomikoa dira* horiek ondoen justifikatzen dituzten oinarriak, eta kostalde estandarrerako joera ere badute.
  - **Andaluzia, Katalunia eta Madril**, estatuan, eta **Alemania eta Benelux**, nazioartean, dira *kostaldeko turismoa* gehien gustatzen zaien merkatuak, baina gehiegi nabarmendu gabe.
  - **Alemania** da nagusi *hiriko* turismorako joera dutenen artean. Bestalde, joera nahiko uniformea da estatuko eta nazioarteko gainerako merkatuetan.
  - **Madrilgo Autonomia Erkidegoa**, estatuari dagokionez, eta **AEB, Benelux eta Erresuma Batua** nabarmentzen dira *aukera gastronomikoan*. Dena den, arrakasta handia du jatorri guztietakoen artean, Alemaniaren salbuespen erlatiboarekin.

- **Nazioarteko turistei gehiago gustatzen zaie hiriko turismoa** merkatu nazionaletik edo barneko merkatutik datozenei baino.
  - Joera erabatekoa da **AEBetako** merkatuan. AEBetako merkatuari Bilbo baino zerbait gehiago gustatzen zaio Donostia, beharbada orientazio gastronomiko handiagoan oinarrituta.
  - Handia da, baina txikiagoa, **Alemaniatik, Erresuma Batutik, Italiatik** eta bereizi gabeko herrialdeetatik datozenen artean. Kasu horietan, gogokoago dute Bilbo.
  - **Frantziako eta Beneluxeko** turistek pixka bat hausten dute joera hori, oso gogoko dutelako Euskal Kostaldea.

CONCLUSIONES

- Las **motivaciones de ocio** son mayoritarias en las visitas procedentes de todos los mercados. *Particularmente entre quienes proceden de Italia y EE. UU.* componen el grueso de las visitas por este motivo.

- Los **viajes por motivos de trabajo** están más extendidos entre los y las turistas nacionales. *Destacan quienes provienen de Madrid y Andalucía*, aunque en este último caso la lejanía puede incidir en la relativa carencia de turismo de ocio vía vehículo privado y, por tanto, un sobrepeso solo relativo del turismo por trabajo.

- El **turismo de tránsito** está fundamentado en los mercados internacionales, especialmente entre las y los turistas procedentes de *Francia, Reino Unido y los países del Benelux*. Suponiendo en todos los casos más del 5% de las visitas.

- **Ningún mercado se distancia del resto en demasía** en términos de motivación del viaje. Todos ellos se acercan por una diversidad importante de motivaciones. Tanto considerando motivaciones principales como complementarias.
  - Las y los **turistas internos** son los más diferentes, dada la ausencia de necesidad de pernoctación para el desarrollo de algunas actividades como las relacionadas con la naturaleza. *El turismo de ciudad y el turismo gastronómico* son las bases que mejor las justifican, y también presentan una tendencia hacia la costa estándar.
  - **Andalucía, Cataluña y Madrid**, por parte nacional, y **Alemania y Benelux**, en el lado internacional, son los mercados con más querencia por el *turismo costero*, sin destacarse demasiado.
  - **Alemania** lidera la propensión al turismo de *ciudad*, con una querencia por otro lado relativamente uniforme en el resto de los mercados nacionales e internacionales.
  - La **Comunidad de Madrid**, por parte nacional, y **USA, Benelux y Reino Unido**, se destacan en la *opción gastronómica*, en todo caso muy exitosa con la relativa salvedad del caso alemán.

- Las y los **turistas internacionales tienen una querencia urbana** claramente superior a quienes proceden del mercado nacional e interno.
  - Es absoluta en el mercado de **EE. UU.** Éste muestra una cierta preferencia por Donostia / San Sebastián antes que, por Bilbao, quizás determinada por una superior orientación gastronómica.
  - Es elevada, pero menor, entre quienes provienen de **Alemania, Reino Unido, Italia** y los de países no diferenciados. En estos casos con preferencia hacia Bilbao.
  - Las y los turistas procedentes de **Francia y Benelux** rompen ligeramente esta querencia, con su fuerte gusto por la Costa Vasca.

- **Turista nazionalek** batez ere Bilbo hartzen dute erreferentzia-puntu nagusitzat, eta baita Donostia ere, baina Euskadiko kostaldean eta barnealdean ere asko sakabanatzen dira.
- Arabako Errioxa sakabanatze-puntu garrantzitsua da barnealdeko turisten artean.

- **Alemania eta Madril** dira *oporraldietatik kanpo etortzeko* joera handiena duten merkatuak.

- *Turismo seniorra* erakartzeko joera nabarmena pixka bat apurtzen ari da **inguruko erkidegoetako** merkatuetan, estatukoen artean, eta **Italiakoan**, nazioartekoen artean. Beste muturrean, **Andaluziatik** datozenak daude, antzeko adinekoen taldeetan bidaiatzeko joera baitute, eta **Beneluxetik** etorritako turistak, ibilbideko bidaiak egiten baitituzte, bikotean eta karabanan; azken horien *batez besteko adina handia* da, 51 urtetik gorakoa.

- **Gertuko pertsonen gomendioa** garrantzitsua da turista guztientzat hona etortzeko erabakia hartzeko, baina are gehiago merkatu nazionaletik datozenentzat, horien artean, zalantzarik gabe, erabakigarriagoa baita atzerritarren artean baino, azken horiek sare sozialetara eta erreportajeetara ere maila berean jotzen dutelako.

- Aitzitik, **on-line mundua** eta, bereziki, **erreportaje eta artikulu turistikoak** funtsezkoak dira nazioarteko turistak erakartzeko orduan. Espainiako merkatuan, Andaluziatik etorritakoen artean soilik izan dute eragin erabakigarria azken horiek.

- **Benelux**, askotan karabana erabiltzen duen turismo seniorrarekin, eta **AEB**, leku ugari ezagutzeko asmoz bidaiatzen duten turistekin, distantzia luzeko beste turista batzuekin batera; *horiek dira Euskadi ibilbide zabalago baten barruan sartzeko merkaturik aproposenak,* helmuga bakar gisa baino gehiago. Euskadi etapatzat hartzea izan daiteke helburua, haiengana jotzeko orduan.

- **Andaluzia, Katalunia eta Madril** dira *helmugan informazio gehien behar duten* merkatuak turista nazionalen artean. Oro har, nazioarteko merkatuetatik datozenak dira laguntza-mota horren kontsumitzaile handienak, batez ere **Italiatik, Erresuma Batutik** eta **Beneluxetik** etorritakoak.

- **Gastronomiak** merkatu guztietako turisten jarduera antolatzen du helmugan. Dena den, merkatu horien guztien asmoetan hainbat eratako jarduerak uztartzen dira, beste eskaintza batzuetan elkarren aurkakotzat joko liratekeenak.
  - **Hiriko, kulturako eta kostaldeko turismoa** programa guztietan sartzen dira. Kostaldekoa batik bat nazioarteko merkatuetarako. Baita ibilbidekoa ere, baina neurri txikiagoan edo batere ez, inguruko erkidegoetatik etorritakoentzat edo barneko turistentzat.

- Si bien las y los **turistas nacionales** tienen Bilbao, especialmente, y Donostia / San Sebastián, como los puntos de referencia principales, tienen también fuerte propensión a la dispersión por la costa y el interior de Euskadi.
- Rioja Alavesa aparece como punto de dispersión importante entre el turista interno.

- **Alemania y Madrid** son los mercados más propensos a las visitas *fuera de la temporada vacacional*.

- La acusada tendencia a la atracción de un *turismo sénior* se rompe ligeramente en los mercados de **comunidades vecinas**, entre los nacionales, e **italiano**, entre los internacionales. En el polo contrario, quienes provienen de **Andalucía**, con tendencia a los viajes en grupo de edad similar, y las y los turistas procedentes del **Benelux**, en viajes en ruta, en pareja, con uso de caravana, presentan una *media de edad muy elevada*, por encima de los 51 años.

- El canal de **recomendación de personas cercanas** es importante para la elección entre todos y todas las turistas, pero más entre las procedentes de mercado nacional, entre las que sin duda es básico en la elección, que entre las extranjeras, para las que compite con redes sociales y reportajes.

- Por el contrario, el **mundo on-line** y, especialmente, los **reportajes y artículos turísticos** son básicos en la atracción de las y los turistas internacionales. En el mercado español, estos últimos solo han producido un impacto determinante entre quienes proceden de Andalucía.

- **Benelux**, con un turismo sénior a menudo con uso de caravana, y **EE. UU.**, con una tipología de turista que viaja con la idea de conocer múltiples localizaciones, junto con otras y otros turistas de larga distancia, *son los mercados más propicios a incluir Euskadi como parte de una ruta más amplia*, más que como destino único. Euskadi como etapa puede ser un objetivo al dirigirse a ellos.

- **Andalucía, Cataluña y Madrid** son los mercados *más necesitados de información en destino*, ente las y los turistas nacionales. En términos generales, quienes provienen de los mercados internacionales son mayores consumidores de este tipo de ayuda, especialmente entre los procedentes de **Italia, Reino Unido** y **Benelux**.

- **La gastronomía** vertebra la actividad en destino de las y los turistas de todos los mercados, en cualquier caso, muy orientados, todos ellos, al disfrute de una multiplicidad de actividades que en otras ofertas pueden ser considerados incluso como opuestas.
  - El **turismo de ciudad, cultural, y costero** forman parte de todos los programas. El costero particularmente para los mercados internacionales. También la ruta, aunque en menor o ninguna medida para aquellos procedentes de comunidades cercanas o para el turista interno.

- Ohikoa da **erosketak** egiteko joera, bereziki *Beneluxetik*, *Alemaniatik eta AEBetatik* etorritako turisten artean.
- *Barneko turismoak* eta *inguruko erkidegoetatik* etorritakoak joera handia du **naturaz** lasai **gozatzeko**. Nazioarteko merkatuek joera txikiagoa dute horretarako, *Beneluxetik* etorritakoek izan ezik.
- **Turismo aktiboa** gogoko dutenen artean, *Kataluniatik, AEBetatik* eta *Beneluxetik* etorritakoak nabarmentzen dira

- **Nazioarteko turisten gastua** (pertsona/eguneko gastu gisa hartuta) turista nazionalena baino askoz handiagoa da. Batez ere **AEBetako eta Erresuma Batuko merkatuetakoak** nabarmentzen dira. AEBetatik etorritakoak erosketetan eta jardueren kontratazioan egindako gastuagatik nabarmentzen dira; Erresuma Batutik etorritakoek, aldiz, jarduera-kontrataziorako eta erosketetarako joera kolektiboa dute ezaugarri. Aitzitik, Beneluxetik etorritako turistek turista nazionalen antzeko gastua egiten dute.

- **Turista nazionalen** artean, merkatu interesgarrienak, pertsona eta eguneko gastua kontuan hartuta, **Katalunia eta Madril** dira. Merkatuen arteko aldeak ez dira nazioarteko turisten artekoak bezain nabarmenak.

- La propensión a las **compras** es relativamente común, pero de manera particular entre procedentes del *Benelux*, *Alemania y EE. UU.*
- El *turismo interno* y el procedente de *comunidades aledañas* tiende fuertemente al **disfrute de la naturaleza** de modo relajado. Los mercados internacionales son menos propensos a ello, con la relativa excepción de los procedentes del *Benelux*.
- El **turismo activo** encuentra sus mayores posibilidades de expansión entre quienes provienen de *Cataluña, EE. UU.* y *Benelux*.

- El **gasto de las y los turistas internacionales** (tomado como gasto por persona/día) es manifiestamente superior al de los y las turistas nacionales. Destaca en particular el de los **mercados de EE. UU. y Reino Unido**. Si quienes provienen de EE. UU. destacan por el nivel de gasto realizado en sus compras y contratación de actividades, quienes proceden de Reino Unido lo hacen por su propensión colectiva a la contratación de actividades y hacia las compras. En el punto contrario, el turismo procedente del Benelux muestra un gasto en línea con el del turista nacional.

- Dentro de las y los **turistas nacionales**, los mercados más interesantes en términos del gasto por persona y día, son **Cataluña y Madrid**. Las diferencias entre mercados no son tan acusadas como las que se dan entre las y los turistas internacionales.

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** eratzeko 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__ desberdinen arabera (hotel-establezimenduak, kategoria edozein dela ere; landa-ostatuak; kanpinak eta apartamentu turistikoak). Laginaren diseinuan ezin izan da a priori turisten __bizilekua__ erabili, baina informazio hori zuzenean erabili da datuak neurtzeko, erreferentziako unibertsoaren zenbatespena oinarri hartuta.

Informazioa 2019an zehar bildu da. 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 bereiztea 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, borondatezko osasun-tratamenduak egiteko, familiakoak eta lagunak bisitatzeko edo erosketak 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, el proceso según el cual se ha conformado 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 de 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 __tipos de alojamiento__ (establecimientos hoteleros de todas las categorías, alojamientos rurales, camping y apartamentos turísticos) 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 sí 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 a lo largo del año 2019 a través de 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, tratamientos voluntarios de salud, visita a familiares y amistades y compras.[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).

Euskadiko turismoaren berri ematen duten estatistika ofizialek ez dituzte turistak arrazoiaren arabera bereizten. Eta, adierazi dugun bezala, lan honetan ezinbestekoa da aisialdian 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.

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 (2019an) EUSTATek eman duen datua:

- ✓ **3.184.900 turistak** eman dute gaua hotel-establezimenduetan.
- ✓ **167.077 turistak** eman dute gaua landetxeetan eta nekazaritza-turismoko establezimenduetan.
- ✓ **89.986 turistak** eman dute gaua apartamentu turistikoetan.

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 (año 2019) este dato ha sido:

- ✓ **3.184.900 turistas** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **167.077 turistas** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
- ✓ **89.986 turistas** que se alojan en apartamentos turísticos.

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

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

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*:

- ✓ **269.531 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		Landa-ostatuak Alojamientos rurales		Kanpinak Camping		Apartamentu turistikoak Apartamentos turísticos	
KOPURUA / Nº CASOS	**3.711.494**	**100%**	**3.184.900**	**100%**	**167.077**	**100%**	**269.531**	**100%**	**89.986**	**100%**
Lana, negozioak orokorrean Trabajo, negocios en general	446.494	12,0%	419.071	13,2%	15.885	9,5%	929	0,3%	10.609	11,8%
Azoketara joatea Asistencia a ferias	7.282	0,2%	7.282	0,2%						
Biltzar, konbentzio eta jardunaldietara joatea Asistencia a congresos, convenciones, jornadas	38.123	1,0%	37.839	1,2%					284	0,3%
Hezkuntza eta prestakuntza Educación y formación	20.604	0,6%	19.523	0,6%	200	0,1%	160	0,1%	720	0,8%
Erosketak Compras	527	0,0%	527	0,0%						
Senideak eta lagunak bisitatzeko Visita a familiares y amistades	112.394	3,0%	99.185	3,1%	11.007	6,6%			2.202	2,4%
Osasuna eta arreta medikoa Salud y atención médica	28.364	0,8%	28.364	0,9%						
Erlijioa, erromesaldiak Religión, peregrinaciones	23.949	0,6%	23.015	0,7%	547	0,3%	143	0,1%	245	0,3%
Oporrak eta aisialdia Vacaciones, recreo y ocio	2.920.229	78,7%	2.439.637	76,6%	138.589	82,9%	267.474	99,2%	74.529	82,8%
Zirkulazioa Tránsito	97.369	2,6%	95.241	3,0%	602	0,4%	742	0,3%	783	0,9%
Beste arrazoi batzuk Otros motivos	16.159	0,4%	15.217	0,5%	247	0,1%	83	0,0%	613	0,7%

[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).

Helmuga batera joaten diren turisten motibazio nagusiak bi izan ohi dira: **aisia** (atsedena edo dibertsioa beste jarduera batzuekin lotzen duena, esaterako, erosketak, inguruko pertsonak bisitatzea, erlijioa edo osasuna) edo **lana** (lanarekin zerikusia duten jarduerak, azokak eta kongresuak…). Beraz, *aisia-arrazoiak dira Euskadi bisitatzen duten turisten % 83ren motibazio nagusiak.*

Azken buruan, ondoriozta daiteke **aisialdian etorritako 3.085.463 turistak**[5] osatzen dutela inkesten datuak ebazteko erreferentzia-esparrua. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:

- ✓ **2.590.727 aisia-turistak** hotel-establezimenduetan ematen dute gaua.
- ✓ **150.142 aisia-turistak** nekazaritza-establezimenduetan eta landetxeetan ematen dute gaua.
- ✓ **267.617 aisia-turistak** kanpinetan ematen dute gaua.
- ✓ **76.977 aisia-turistak** apartamentu turistikoetan ematen dute gaua.

Turisten guztizko zenbatekoei buruzko aurreko esparrura itzuliz (edozein delarik bidaiaren arrazoia), bidaiaren arrazoiak turistaren jatorrian oinarrituta aztertzen badira, alderdi garrantzitsu batzuk nabarmendu daitezke.

Estatuko turisten artean, lan-arrazoiengatik Euskadira gehien etortzen direnak Andaluziatik (% 21) eta Madrilgo Autonomia Erkidegotik (% 19) iritsitakoak dira. Nazioarteko merkatuari dagokionez, merkatu nagusien artean herrialde zehaztugabeetatik etorritakoak ("*gainerakoak*": % 17) eta Alemaniatik etorritakoak (% 11) nabarmentzen dira.

Aisia-arrazoiengatik etorritako turismoaren ikuspegitik, estatuko merkatuaren barruan Kataluniatik (% 88) edo inguruko autonomia-erkidegoetatik (% 87) etorritakoek dituzte mailarik altuenak. Nazioarteko merkatuari dagokionez, AEB (% 93) eta Italia (% 89) dira jatorri nagusiak.

Los y las turistas que se desplazan a un destino lo hacen por dos motivaciones principales: **ocio** (que agrupa el propio descanso o diversión con otras actividades como compras, visitas a personas cercanas, religión y salud) o **trabajo** (actividades relacionadas con el trabajo, ferias y congresos…). *Las motivaciones de ocio, por tanto, suponen el 83% del total de turistas que visita Euskadi.*

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 **3.085.463 turistas de ocio**[6], según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:

- ✓ **2.590.727 turistas de ocio** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **150.142 turistas de ocio** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
- ✓ **267.617 turistas de ocio** que pernoctan en camping.
- ✓ **76.977 turistas de ocio** que pernoctan en apartamentos turísticos.

Volviendo al marco previo del total de turistas (independientemente del motivo del viaje), un análisis de los distintos motivos del viaje centrado en los orígenes de la persona turista, permite destacar algunos aspectos importantes.

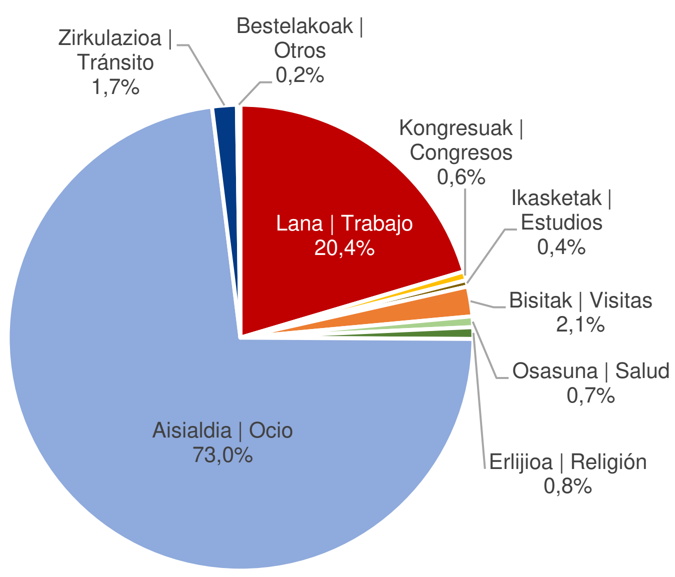
Entre el turismo estatal, quienes más visitan Euskadi por motivos de trabajo proceden de Andalucía (21%) y de la C.A. Madrid (19%). En el mercado internacional, son quienes proceden de países no especificados entre los mercados principales ("*resto*": 17%) y quienes proceden de Alemania (11%), los más destacados.

Desde la perspectiva del turismo atraído por motivaciones de ocio y dentro del mercado estatal, quienes proceden de Cataluña (88%) o de las CC.AA. vecinas (87%), alcanzan las cotas más altas. En el mercado internacional, los orígenes destacados son EE. UU. (93%) e Italia (89%).

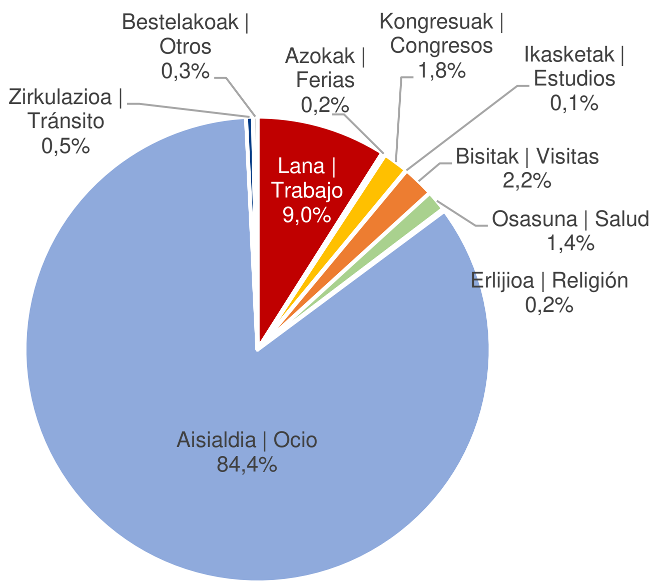
[5] Aisia-turistak esan arren, bertan sartzen dira arrazoi erlijiosoek edo borondatezko osasun-tratamenduek bultzatuta etortzen direnak ere.
[6] Aunque se denominen turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud.

0MP. grafikoa. Turistak Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren araberako banaketa, turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 0MP. Distribución de las y los turistas por motivo principal de la visita a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas, 2019

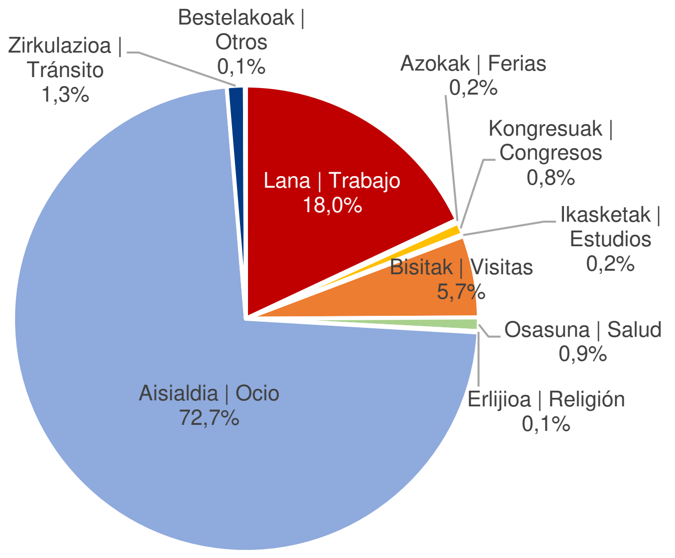
Andaluzia | Andalucía



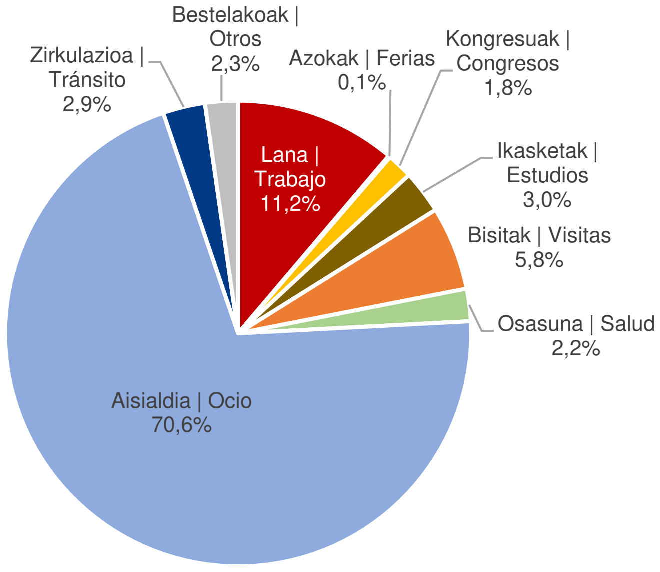
Katalunia | Cataluña



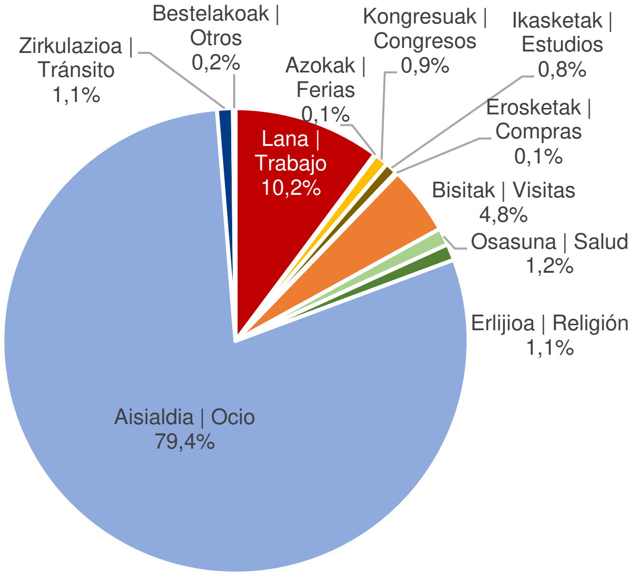
Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid



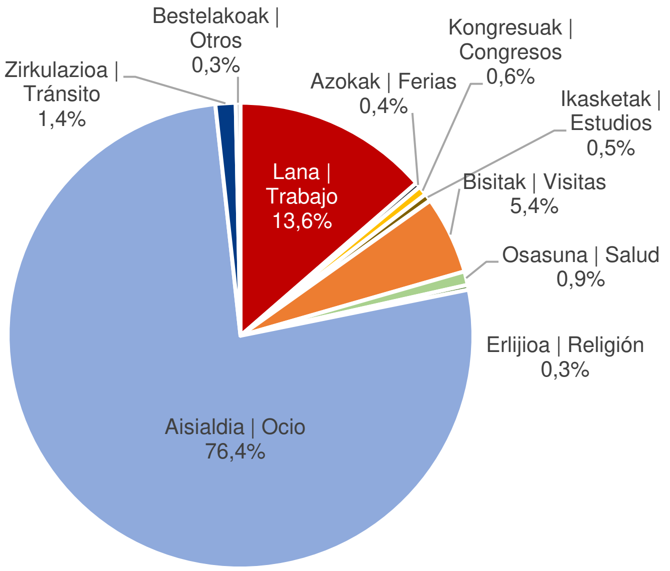
Euskadi



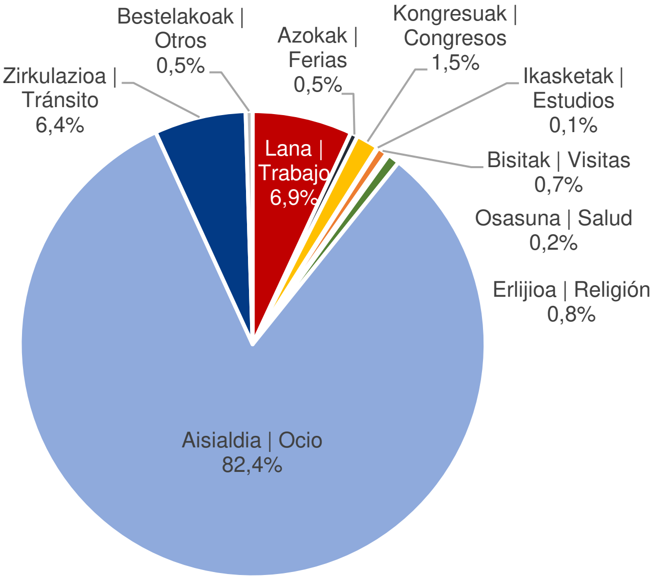
Aldameneko aut. Erk | CC. AA. Vecinas



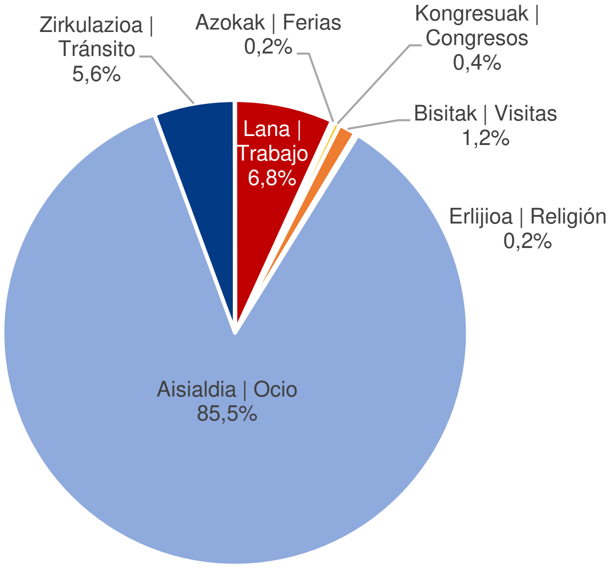
Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.



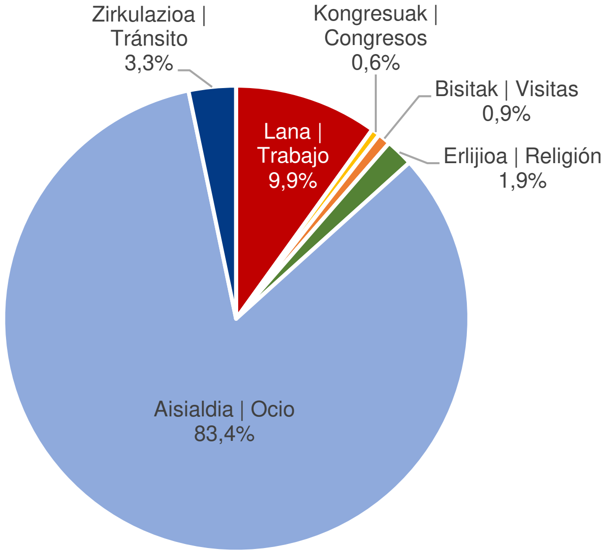
Frantzia | Francia



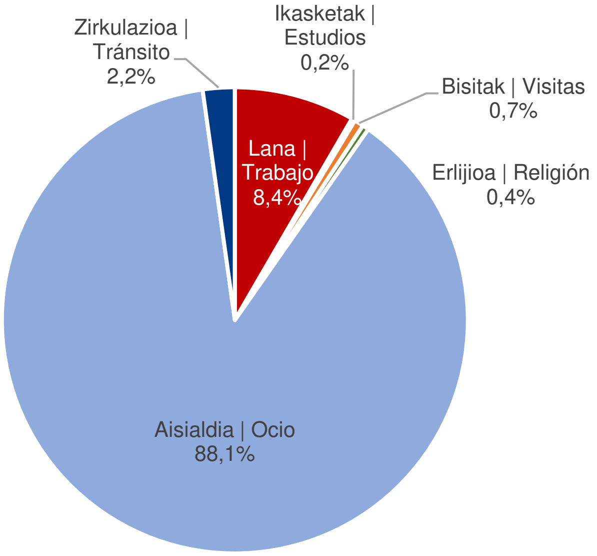
Erresuma Batua | Reino Unido

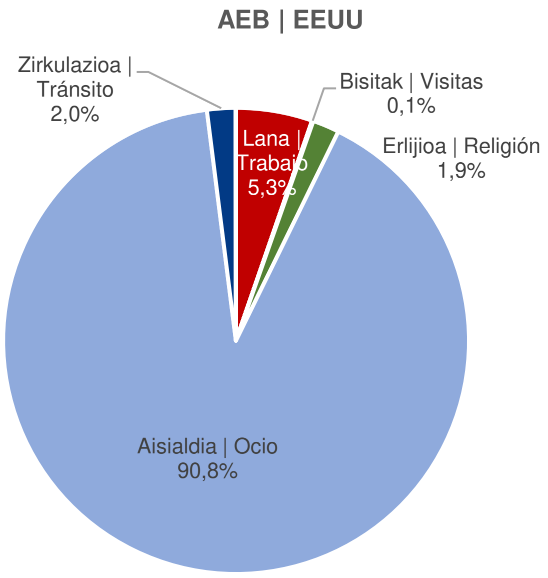


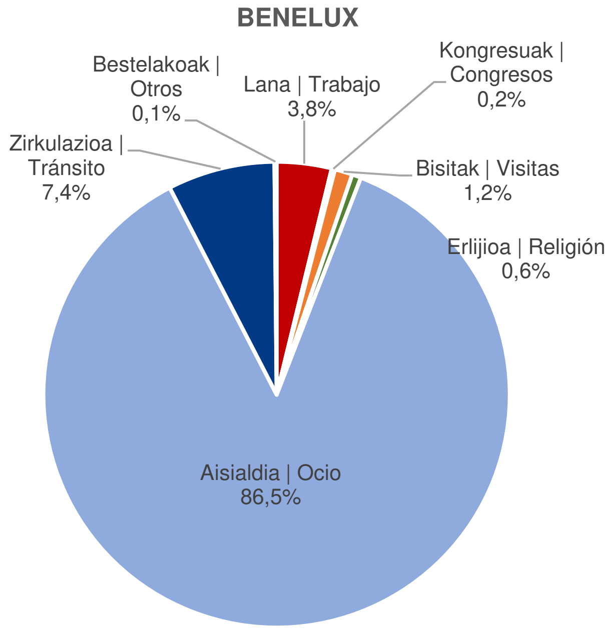
Alemania

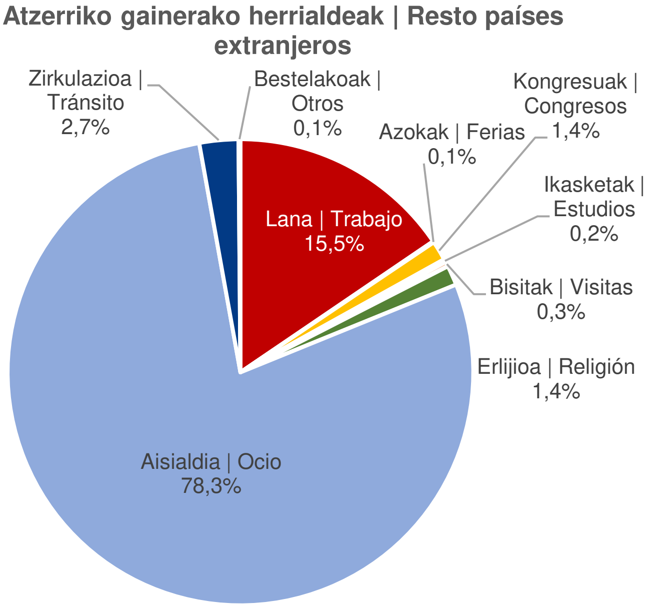


Italia




AEB | EEUU
Zirkulazioa | Tránsito 2,0%
Lana | Trabajo 5,3%
Bisitak | Visitas 0,1%
Erlijioa | Religión 1,9%
Aisialdia | Ocio 90,8%


BENELUX
Bestelakoak | Otros 0,1%
Lana | Trabajo 3,8%
Kongresuak | Congresos 0,2%
Zirkulazioa | Tránsito 7,4%
Bisitak | Visitas 1,2%
Erlijioa | Religión 0,6%
Aisialdia | Ocio 86,5%


Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Zirkulazioa | Tránsito 2,7%
Bestelakoak | Otros 0,1%
Kongresuak | Congresos 1,4%
Azokak | Ferias 0,1%
Ikasketak | Estudios 0,2%
Lana | Trabajo 15,5%
Bisitak | Visitas 0,3%
Erlijioa | Religión 1,4%
Aisialdia | Ocio 78,3%

1.- EUSKADIRA AISIA-ARRAZOIENGATIK ETORTZEN DIREN TURISTEN PORTAERAREN GAKOAK BIZILEKUAREN ARABERA

1.- CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DE LAS Y LOS TURISTAS QUE VISITAN EUSKADI POR MOTIVACIONES DE OCIO SEGÚN SU LUGAR DE RESIDENCIA

Dokumentu honek **Euskadiko aisialdiko turismo-eskariaren** segmentazioa aztertuko du, turisten portaeratik abiatuta eta jatorriaren arabera. Helburua Euskadi bisitatzen dutenei buruzko ezagutzan sakontzea izango da, bai barnekoak (Euskadin bizi direnak), bai estatukoak, bai nazioartekoak kontuan hartuta, merkatu nagusiak aztertuz.

Errazago irakurri ahal izateko, merkatuaren funtsezko eremu horien atal bakoitzean ikuspegi bat eskainiz egituratu da dokumentua, estatuko eta barneko merkatua ikuspegi batean eta nazioartekoa beste batean bilduz.

Horretarako, funtsezkoa da, lehenik eta behin, merkatu horietako bakoitzak biltzen duen turista-tasa dimentsionatzea.

Estatuko eta barneko turismoak, biek batera, Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen diren turisten % 57 hartzen dute (barneko turismoa ia % 11 da, zehazki). Nazioarteko turismoak gainerako % 43 hartzen du.

Este documento va a analizar la segmentación de la **demanda turística de ocio en Euskadi** a partir del comportamiento de las y los turistas en función de su lugar de procedencia. El fin será profundizar en el conocimiento de quienes visitan Euskadi, tanto de origen interno (residentes en Euskadi) y estatal como internacional, a través del análisis de sus principales mercados.

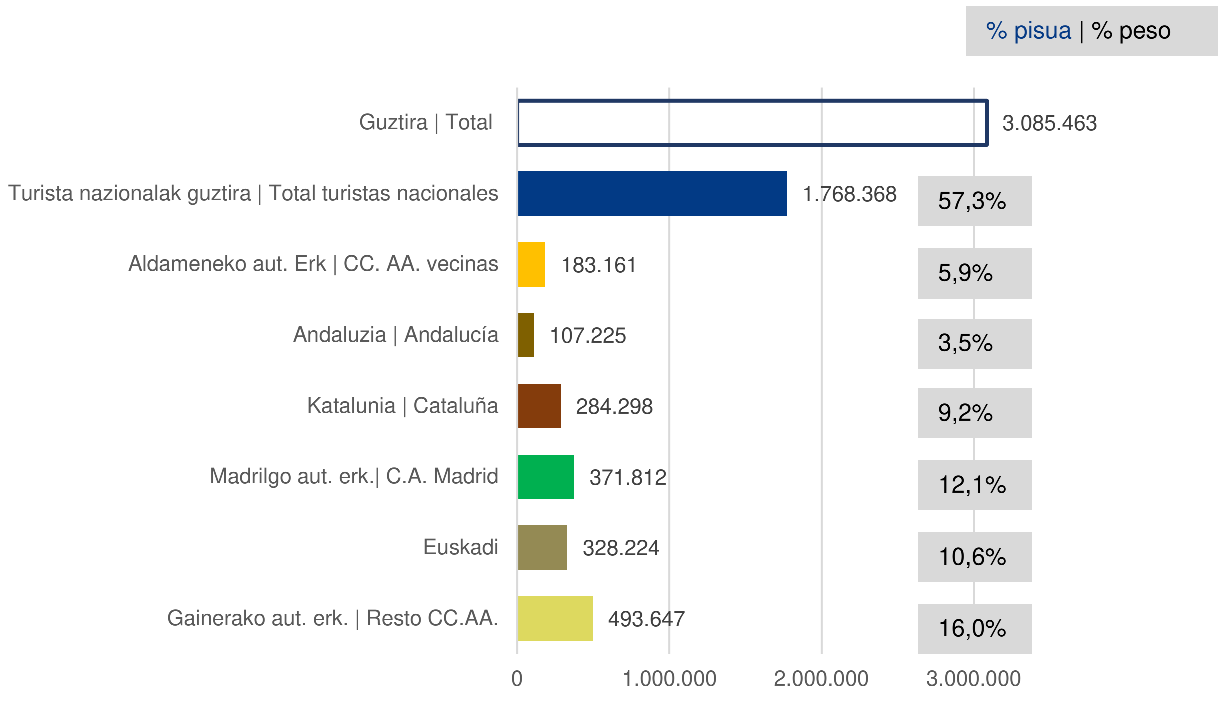
Para facilitar su lectura, el documento se ha estructurado ofreciendo una visión en cada apartado de estos ámbitos fundamentales del mercado, agrupando el estatal e interno en una primera visión, y el internacional en otra.

Para ello es fundamental dimensionar, en primer lugar, la tasa de turistas que concentra cada uno de estos mercados.

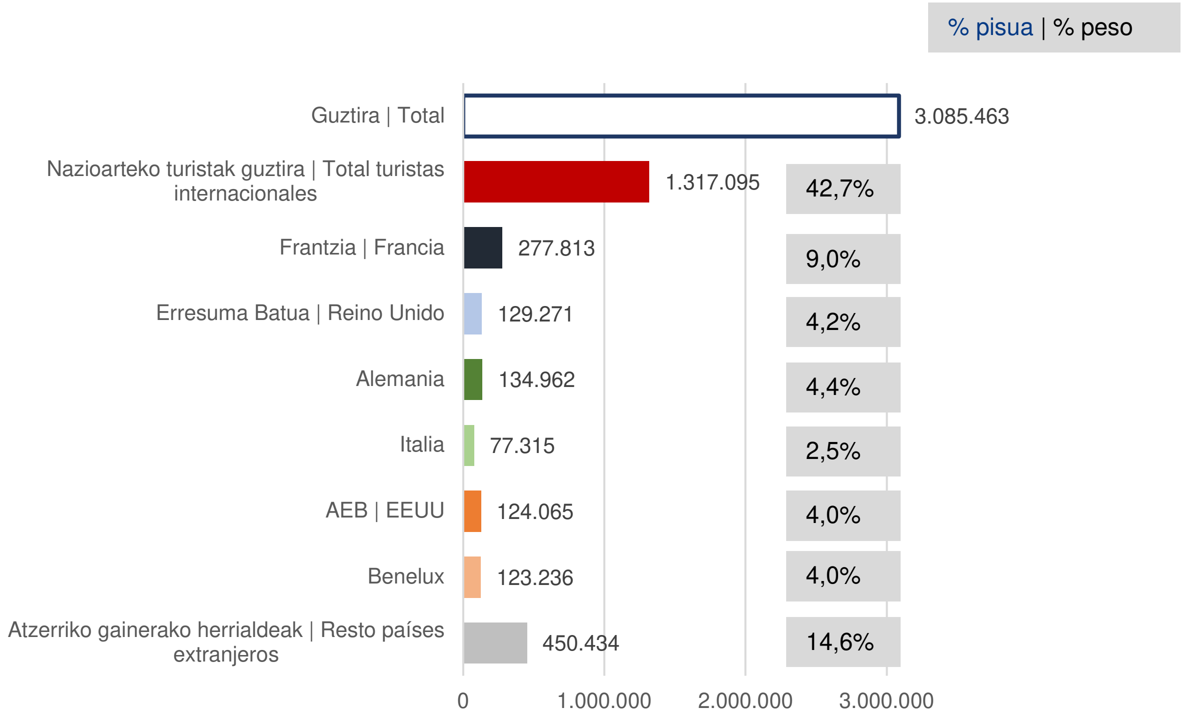
El turismo estatal e interno, conjuntamente, representa el 57% del total de turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio (concretamente, el turismo interno supone casi el 11%). El turismo internacional representa el 43% restante.

1E. grafikoa. Euskadi bisitatzen duten turisten kopurua eta banaketa, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 1E. Número y distribución de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



1I. grafikoa. Euskadi bisitatzen duten turisten kopurua eta banaketa, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 1I. Número y distribución de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



1.1.- Zerk erakartzen dituen aisia-turistak Euskadira, zein den bidaiaren helmuga Euskadin eta non bizi diren

Motibazioak Euskadi helmuga turistikotzat aukeratzeko orduan

Bidaia bat egiteko motibazioek eragina dute turisten erabakietan eta, azkenean, baldintzatu egiten dute zer helmuga turistiko aukeratu. Motibazio horiek, normalean, ez dira bakarrak izaten, baina lotura estua dute elkarren artean eta turisten jatorriaren arabera aldatzen diren hainbat portaera erakusten dituzte. Euskadiren kasuan, gastronomiarekin eta ardoarekin lotutako arrazoiak funtsezkoak dira eta bidaiari buruzko erabaki guztietan dute eragina; gainera, neurri handiagoan edo txikiagoan, turista guztiengan dute eragina, edonondik datozela ere.

Estatuko turisten artean, Andaluzia, Katalunia eta Madriletik etorritakoek Euskadi helmuga turistiko gisa aukeratzeko hiru faktore nagusiak partekatzen dituzte, hau da, gastronomia eta ardoak, hiriko turismoa eta kostaldeko turismoa. Barneko turistak ere bat datoz motibazio horiekin, baina beste ordena batean sailkatzen dituzte garrantziaren arabera: hiriko turismoa da erakargarriena, ondoren gastronomia eta, azkenik, kostaldeko turismoa.

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

Motivaciones a la hora de elegir Euskadi como destino turístico

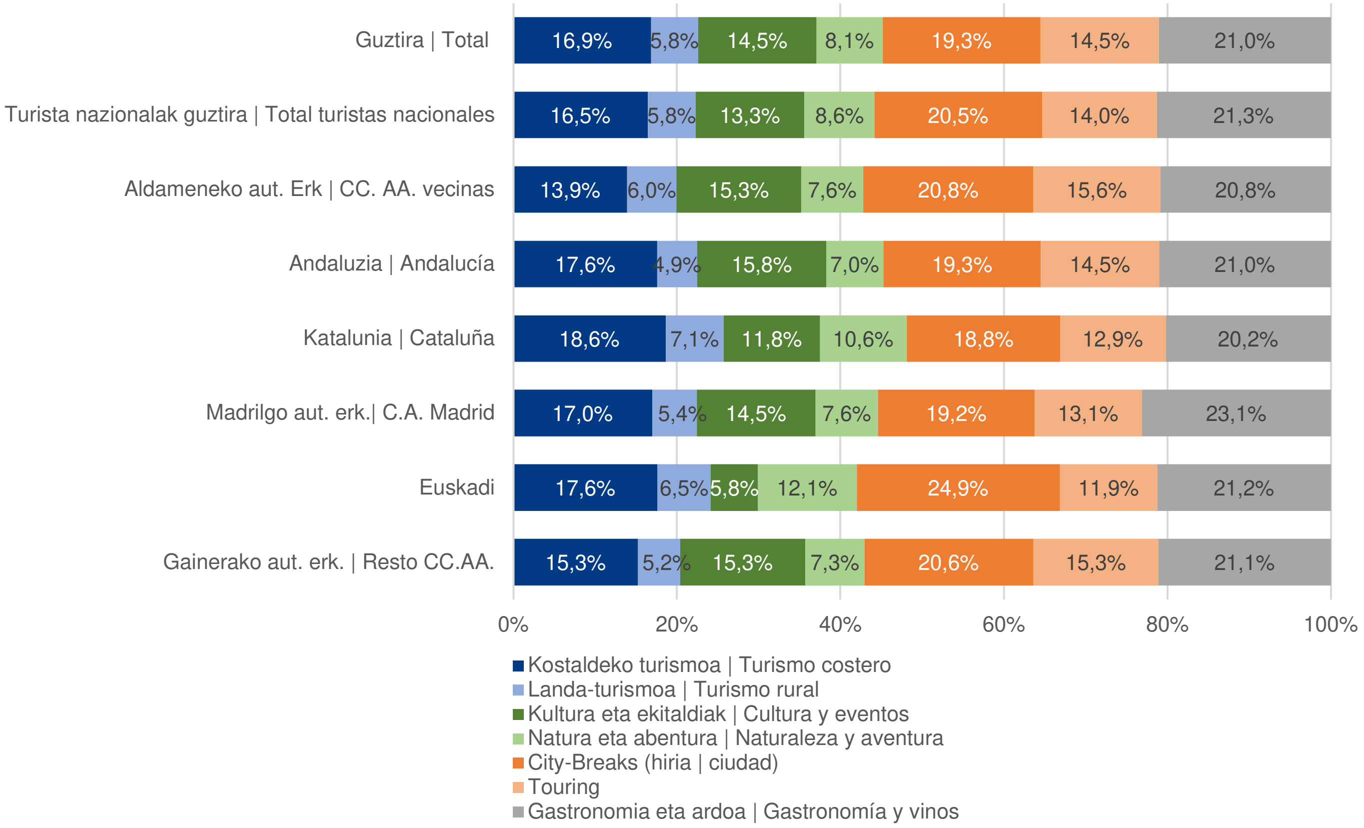
Las motivaciones que llevan a las y los turistas a realizar un viaje repercuten en sus decisiones y son las que finalmente determinan el destino turístico al que la persona acude. Normalmente, estas motivaciones no son únicas, pero sí guardan una estrecha relación entre ellas y revelan diversos comportamientos que varían en función de la procedencia de las y los turistas. En el caso de Euskadi, los motivos relacionados con la gastronomía y el vino son claves e influyen en todas las decisiones de viaje y afectan, en mayor o menor medida, a todas y todos los turistas independientemente de su lugar de origen.

Entre las y los turistas estatales, quienes proceden de Andalucía, Cataluña y Madrid comparten los tres principales factores de atracción de Euskadi como destino turístico, esto es, gastronomía y vinos, turismo en la ciudad y turismo costero. Las y los turistas internos también coinciden con estas motivaciones, pero las clasifican en distinto orden de importancia, siendo el turismo de ciudad el más atrayente seguido de la gastronomía y el turismo costero.

Bai inguruko autonomia-erkidegoetatik etorritako turistentzat bai gainerako autonomia-erkidegoetatik etorritakoentzat, bidaia egiteko motibazio erabakigarria da, gastronomia eta ardoaz gain, hiriko turismoa, touringa.

Tanto para las y los turistas con origen en las comunidades vecinas como para quienes proceden del resto de comunidades autónomas interviene como motivación decisoria del viaje, además de la gastronomía y el vino y el turismo de ciudad, el touring.

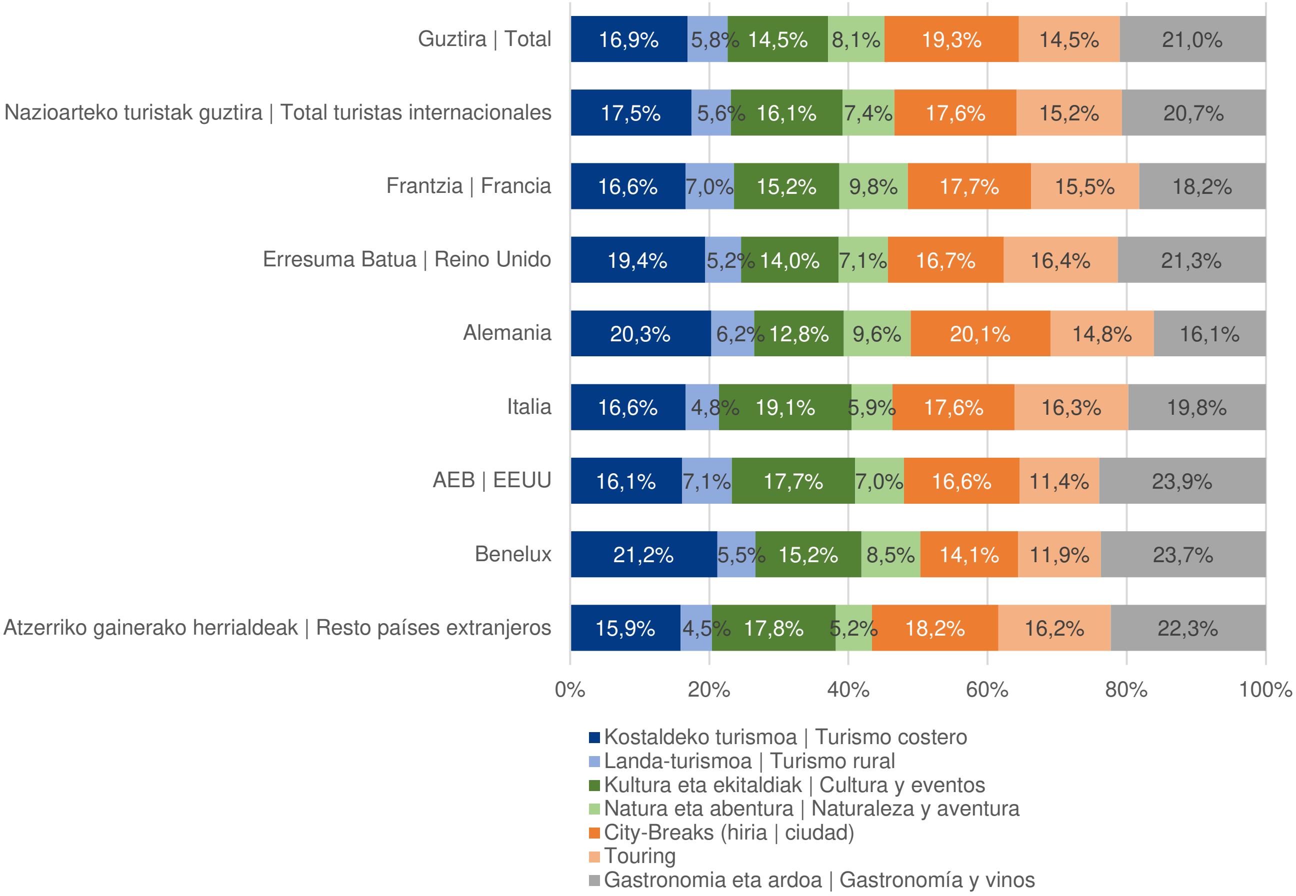
2E. grafikoa. Bidaiaren arrazoi nagusia estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 2E. Motivo principal del viaje según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko merkatuak estatuko eta barneko merkatuekin partekatzen du gastronomia eta ardoaren eta hiriko turismoaren erakargarritasuna, baina zenbait kasutan (Italiatik, AEBetatik eta atzerriko gainerako herrialdeetatik etorritako turistek) garrantzi handiagoa ematen diote turismo kulturalari kostaldeko turismoari baino. Azken hori erakarpen-faktore garrantzitsuagoa da Frantzian, Erresuma Batuan, Alemanian eta Beneluxen bizi diren pertsonen artean.

El mercado internacional comparte con el estatal e interno el atractivo por la gastronomía y vino y el turismo de ciudad, pero en algunos casos (turistas procedentes de Italia, EE. UU y resto de países extranjeros), conceden mayor importancia al turismo cultural que al turismo costero. Este último más presente como factor de atracción entre las personas residentes en Francia, Reino Unido, Alemania y Benelux.

2I. grafikoa. Bidaiaren arrazoi nagusia nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 2I. Motivo principal del viaje según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Euskadiko helmuga turistikoak

Bilbo da Andaluziatik eta Madrilgo Autonomia Erkidegotik etorritakoen helmuga nagusia. Inguruko erkidegoetan, gainerako autonomia-erkidegoetan eta Euskadin bertan bizi diren turista gehienek **barnealdeko** helmugak aukeratzen dituzte. Kataluniako merkatuak, bestalde, **Euskal Kostaldea** aukeratzen du gogokoeneko helmugatzat.

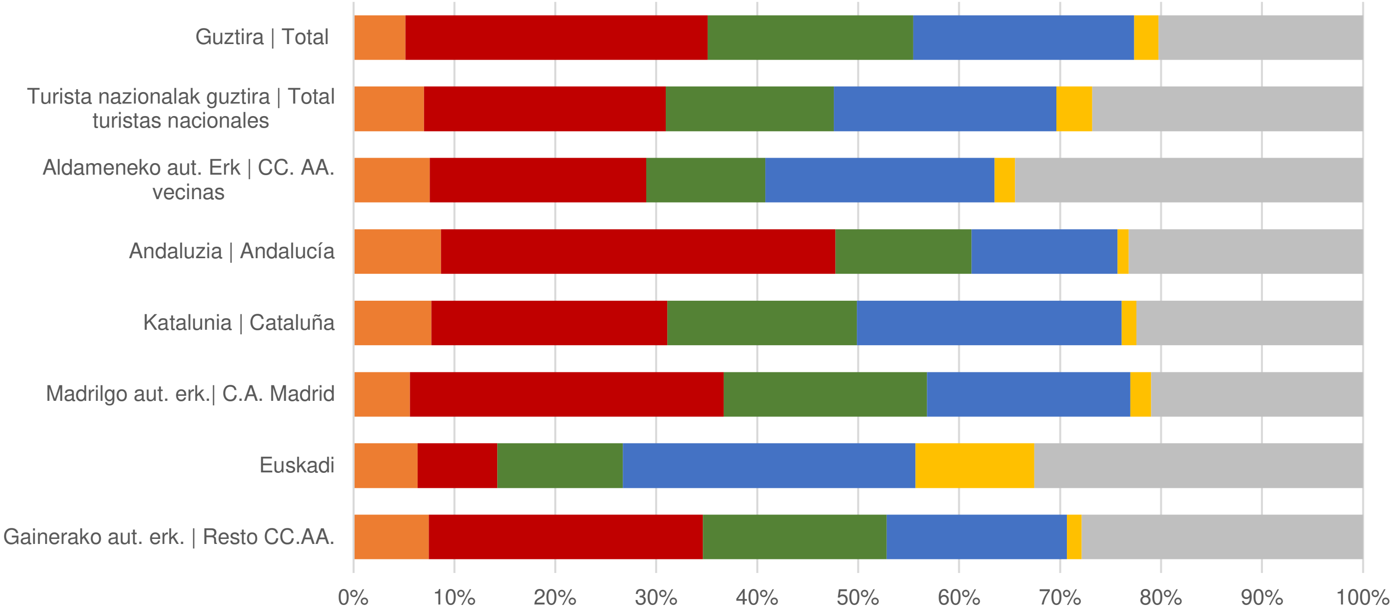
Donostiak pisu handia du Madrilgo Autonomia Erkidegoan eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turisten artean. Aipagarria da **Arabako Errioxak** Euskadin bizi direnen artean duen pisu erlatiboa ere.

Destinos turísticos de Euskadi

Bilbao es el destino principal donde pernoctan quienes proceden de Andalucía y la C.A. de Madrid. Tanto las y los turistas residentes en las comunidades vecinas como quienes residen en el resto de las comunidades autónomas y en Euskadi, se decantan en mayor número por destinos del **interior**. Por su parte, el mercado catalán opta por la **Costa Vasca** como destino preferido en la Comunidad.

Es importante el peso de **Donostia** / **San Sebastián** entre las y los turistas residentes en la C.A. de Madrid y en el resto de las comunidades autónomas. Hay que señalar también el peso relativo de **Rioja Alavesa** entre las y los residentes en Euskadi.

3E. grafikoa. Turisten banaketa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 3E. Distribución de las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019

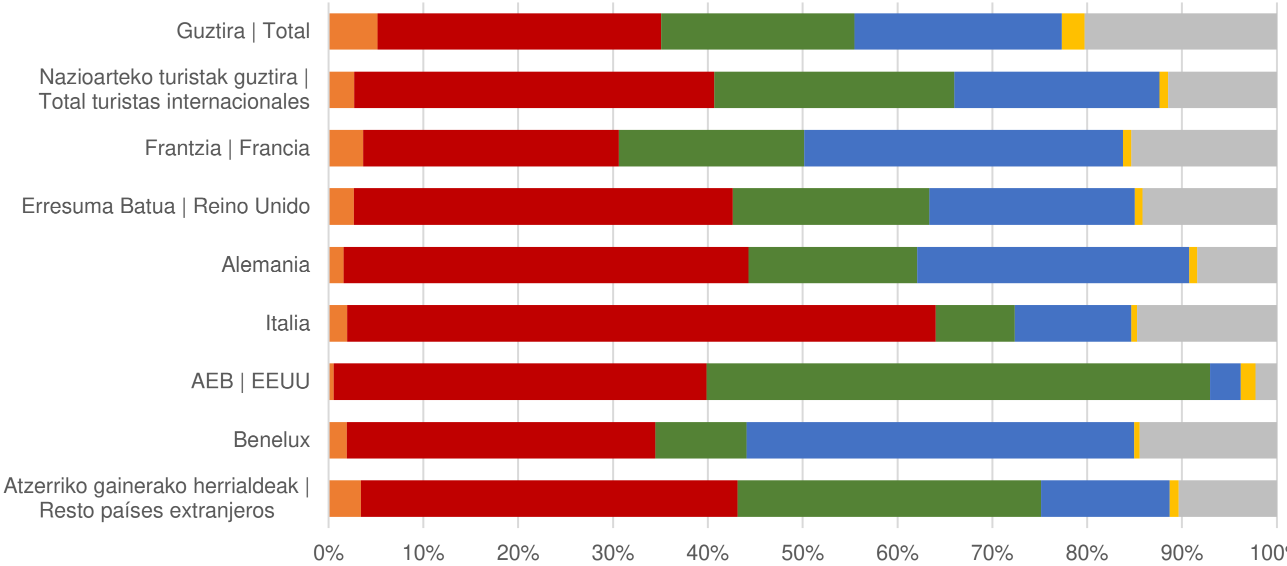


	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.	Euskadi	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Katalunia | Cataluña	Andaluzia | Andalucía	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Turista nazionalak guztira | Total turistas nacionales	Guztira | Total
Vitoria-Gasteiz	7,5%	6,4%	5,6%	7,7%	8,7%	7,6%	7,0%	5,2%
Bilbo | Bilbao	27,2%	7,9%	31,1%	23,4%	39,0%	21,4%	23,9%	29,9%
Donostia | San Sebastián	18,2%	12,4%	20,1%	18,8%	13,5%	11,8%	16,7%	20,4%
Euskadiko Kostaldea | Costa Vasca	17,9%	29,0%	20,1%	26,2%	14,5%	22,7%	22,0%	21,9%
Arabako Errioxa | Rioja Alavesa	1,5%	11,8%	2,1%	1,5%	1,1%	2,0%	3,5%	2,4%
Barnealdea | Interior	27,9%	32,5%	21,0%	22,5%	23,2%	34,4%	26,8%	20,3%

Bilbo da helmuga nagusia Erresuma Batuan, Alemanian, Italian eta atzerriko bestelako herrialdeetan bizi direnen artean, eta nagusietako bat nazioarteko gainerako merkatuentzat. **Donostia** da AEBetatik etorritako turisten helmuga gogokoena eta, Bilbo bezala, hiru helmuga garrantzitsuenen artean dago nazioarteko gainerako merkatu gehienentzat; Italian eta Beneluxen bizi diren turistak dira salbuespena, horiek Euskadiren barnealdea aukeratzen baitute.

Como primera opción de destino entre las y los residentes en Reino Unido, Alemania, Italia y resto de países extranjeros se encuentra **Bilbao**, que además está presente entre las primeras opciones para el resto de los mercados internacionales. **Donostia / San Sebastián** es el destino preferido por quien procede de EE. UU.; y, al igual que Bilbao, se sitúa entre los tres destinos más importantes para la mayoría del resto de los mercados internaciones: la excepción son las y los residentes en Italia y Benelux que se decantan por interior de Euskadi.

3I. grafikoa. Turisten banaketa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 3I. Distribución de las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros	Benelux	AEB | EEUU	Italia	Alemania	Erresuma Batua | Reino Unido	Frantzia | Francia	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Guztira | Total
Vitoria-Gasteiz	3,4%	1,9%	0,5%	2,0%	1,6%	2,7%	3,6%	2,7%	5,2%
Bilbo | Bilbao	39,7%	32,5%	39,3%	62,1%	42,7%	40,0%	27,0%	38,0%	29,9%
Donostia | San Sebastián	32,0%	9,6%	53,1%	8,3%	17,8%	20,7%	19,5%	25,3%	20,4%
Euskadiko Kostaldea | Costa Vasca	13,6%	40,9%	3,3%	12,3%	28,7%	21,7%	33,6%	21,6%	21,9%
Arabako Errioxa | Rioja Alavesa	0,9%	0,6%	1,5%	0,6%	0,9%	0,8%	0,9%	0,9%	2,4%
Barnealdea | Interior	10,3%	14,5%	2,3%	14,7%	8,4%	14,2%	15,3%	11,5%	20,3%

Euskadi bisitatzeko urte-sasoiak

Euskadiko turismoaren urtarokotasuna aztertzeko xedez, lau aldi ezarri dira urtean: Gabonak, Aste Santua, uda eta urteko gainerako egunak.

Kontu horri buruz aurrena esan beharrekoa da, turisten jatorria kontuan izan gabe, turismoa Euskadin urte osoan zehar banatzen dela.

Horiek horrela, estatuko merkatuen ikuspegitik, ia denek nahiago dute Euskadi ohiko oporraldietatik kanpo bisitatzea (urteko gainerako egunetan). Andaluziatik etorritakoek bakarrik aukeratzen dute uda.

Urte-sasoiak elkarren artean konparatuta, estatuko turista gehienek nahiago dute Aste Santuan etorri Gabonetan baino. Madrilen eta Euskadin bizi direnek alderantziz egiten dute.

Las temporadas en las que visitan Euskadi

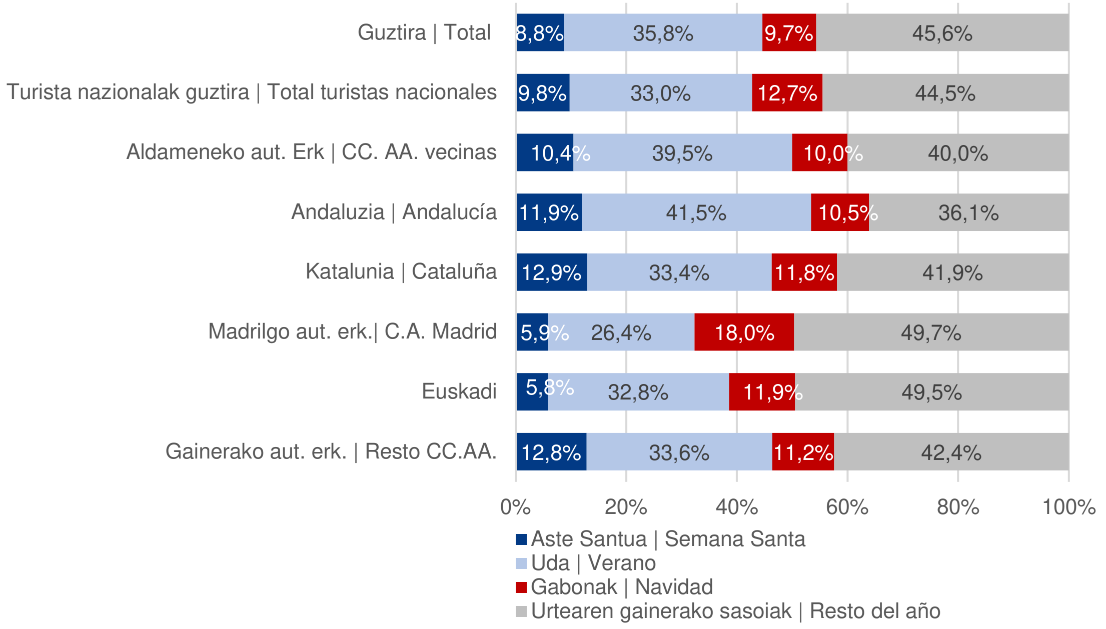
Con el objetivo de observar la estacionalidad del turismo en Euskadi, se han establecido cuatro periodos al año: Navidad, Semana Santa, verano y el resto del año.

Lo primero que hay que señalar a este respecto es que, independientemente del origen de las y los turistas, el turismo en Euskadi se reparte a lo largo de todo el año.

Dicho lo cual, desde la visión de los mercados estatales, prácticamente todos prefieren visitar Euskadi fuera de los periodos vacacionales tradicionales (resto del año). Únicamente quienes vienen desde Andalucía se decantan por el verano.

Comparando periodos entre sí, la mayoría del turismo estatal muestra mayor predilección por venir en Semana Santa que por en Navidad. Salvo entre quienes residen en Madrid y Euskadi, que lo hacen a la inversa.

4E. grafikoa. Euskadiko egonaldiaren urte-sasoia estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 4E. Temporada de la estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



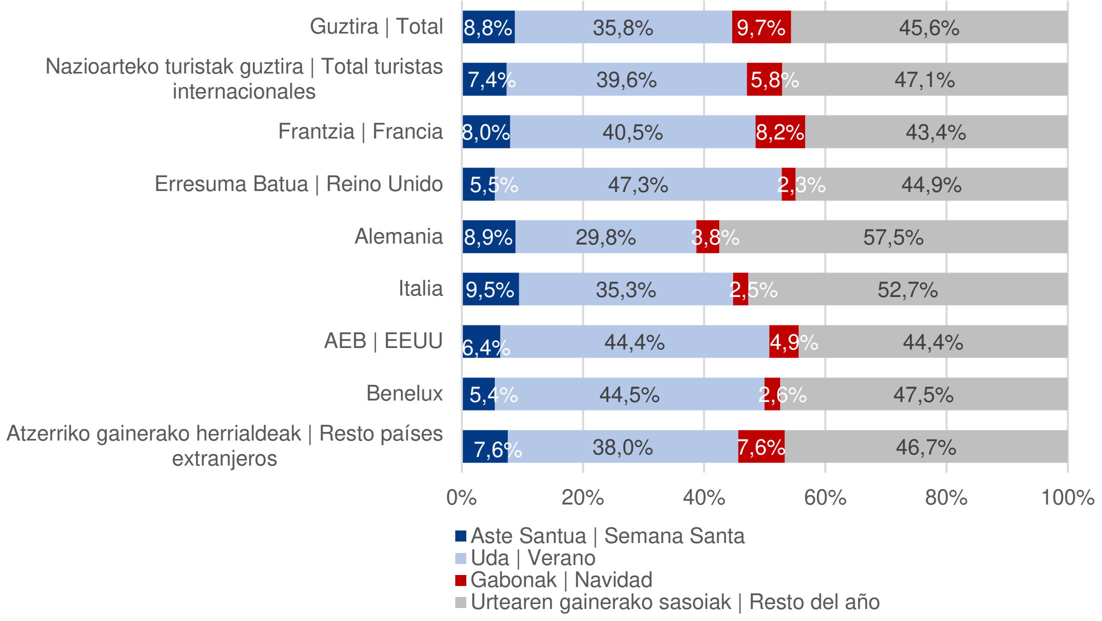
Nazioarteko turista gehienek ere urteko gainerako egunetan bisitatzen dute Euskadi, Erresuma Batukoek izan ezik, udan etortzeko joera handiagoa baitute.

Las y los turistas internacionales también visitan Euskadi predominantemente en el resto del año con la excepción de quienes proceden de Reino Unido que lo hacen en mayor medida en verano.

Frantzian eta atzerriko gainerako herrialdeetan bizi direnen artean soilik dute nolabaiteko garrantzia Gabonek.

Tan sólo entre quienes residen en Francia y en el resto de los países extranjeros tiene cierta relevancia el periodo navideño.

4I. grafikoa. Euskadiko egonaldiaren urte-sasoia nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 4I. Temporada de la estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



1.2.- Aisia-turisten profila

Nolakoak diren Euskadira etortzen direnak

Turisten adina da haien portaera ulertzeko orduan profil demografikoaren osagai erabakigarrietako bat.

Euskadi bisitatzen duten estatuko eta barneko turisten batez besteko adina ia 49 urtekoa da. Batez besteko hori inguruko erkidegoetan bizi direnen 47 urteen eta Andaluziatik etorritakoen 51 urteen artean kokatzen da.

Adinak, batez beste, oso antzekoak badira ere, adin-tarteen araberako banaketan zenbait ñabardura nabarmendu behar dira. Hala, **turismo seniorraren** (50 urtetik gorakoen) ehuneko handiena Andaluziatik (% 59) eta Euskal Autonomia Erkidegotik bertatik (% 48) etorritakoen artean dago; **turismo gazteena** (30 urtetik beherakoa), bestalde, Kataluniatik etorritakoa da neurri handi batean.

Adin-tarte nagusia 60 urtekoa eta hortik gorakoa da jatorri guztietarako, inguruko erkidegoetan eta gainerako erkidegoetan bizi direnen salbuespenarekin, horietan 40 eta 49 urte bitartekoak baitira gehienak.

Familia-turismoaren (adingabeekin batera bidaiatzen duten turisten) hedapenari dagokionez, Andaluziatik etorritakoen % 9tik inguruko erkidegoetan bizi direnen % 15era bitartekoa da.

Jatorri guztietan, **biztanleria landuna** da gehiengoa. Hala ere, Andaluzian bizi direnen (% 33) eta EAEn bizi direnen (% 26) artean daude erretiratutako turisten ehuneko handienak.

Bigarren mailako ikasketak nagusi dira estatuko eta barneko turisten artean, Euskadira Kataluniatik eta Madrilgo Autonomia Erkidegotik etortzen direnen artean izan ezik, horietan goi-mailako ikasketak dituzten pertsonak baitira nagusi.

Turista gehienek **errenta-maila ertaina** dute, batez ere EAEn bizi direnek (% 73).

1.2.- Perfil de las y los turistas de ocio

Cómo son quienes visitan Euskadi

La edad de las y los turistas es uno de los componentes del perfil demográfico determinante a la hora de entender su comportamiento.

La media de edad de las y los turistas estatales e internos, en su conjunto, que visitan Euskadi se sitúa en casi 49 años. Media que abarca desde los 47 años de quienes residen en las comunidades vecinas, hasta los 51 años de quienes proceden de Andalucía.

Aunque por término medio las edades son muy similares, hay ciertos matices en la distribución por estratos de edad que conviene resaltar. Así, el mayor porcentaje de **turismo senior** (mayores de 50 años) se concentra entre quienes proceden de Andalucía (59%) y de la propia C. A. de Euskadi (48%); mientas que el **turismo más joven** (menores de 30 años) proviene, en mayor medida, de Cataluña (16%).

El estrato de edad predominante es de 60 y más años para todas las procedencias con la excepción de quienes residen en las comunidades vecinas y en el resto de las comunidades, que cuentan en su mayor parte con edades comprendidas entre los 40 y los 49 años.

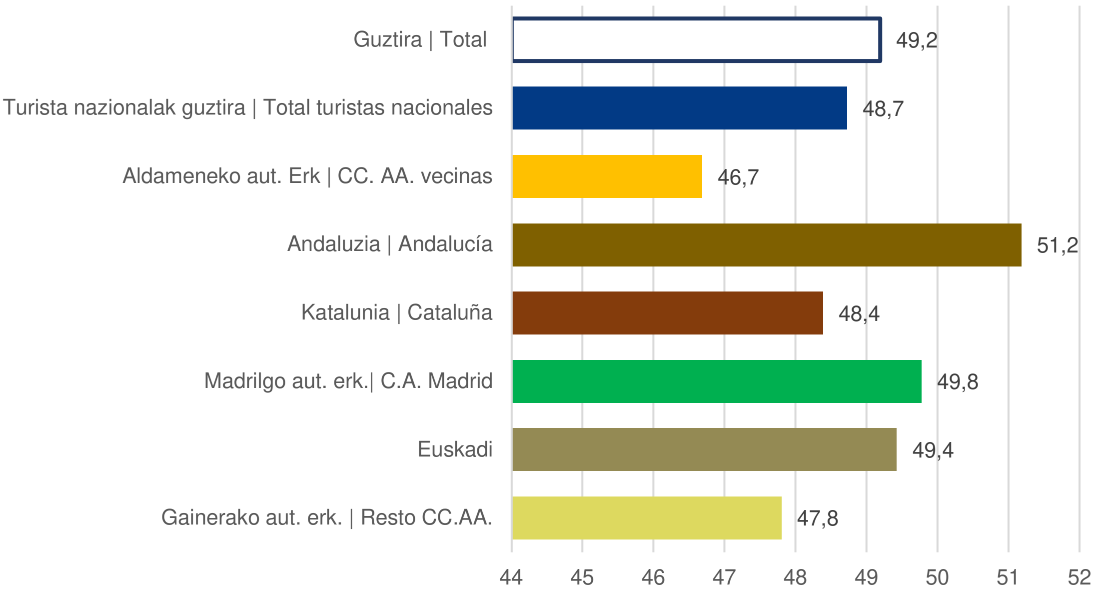
El **turismo familiar**, entendiendo como tal aquel en que las y los turistas viajan acompañados de menores, tiene una implantación entre los mercados estatales e interno de entre el 9% de quienes proceden de Andalucía al 15% entre quienes residen en las comunidades vecinas.

En todas las procedencias el peso de la **población ocupada** es predominante. No obstante, entre quienes residen en Andalucía (33%) y en la C.A. de Euskadi (26%) se encuentran los mayores porcentajes de turistas en situación de jubilación o retiro.

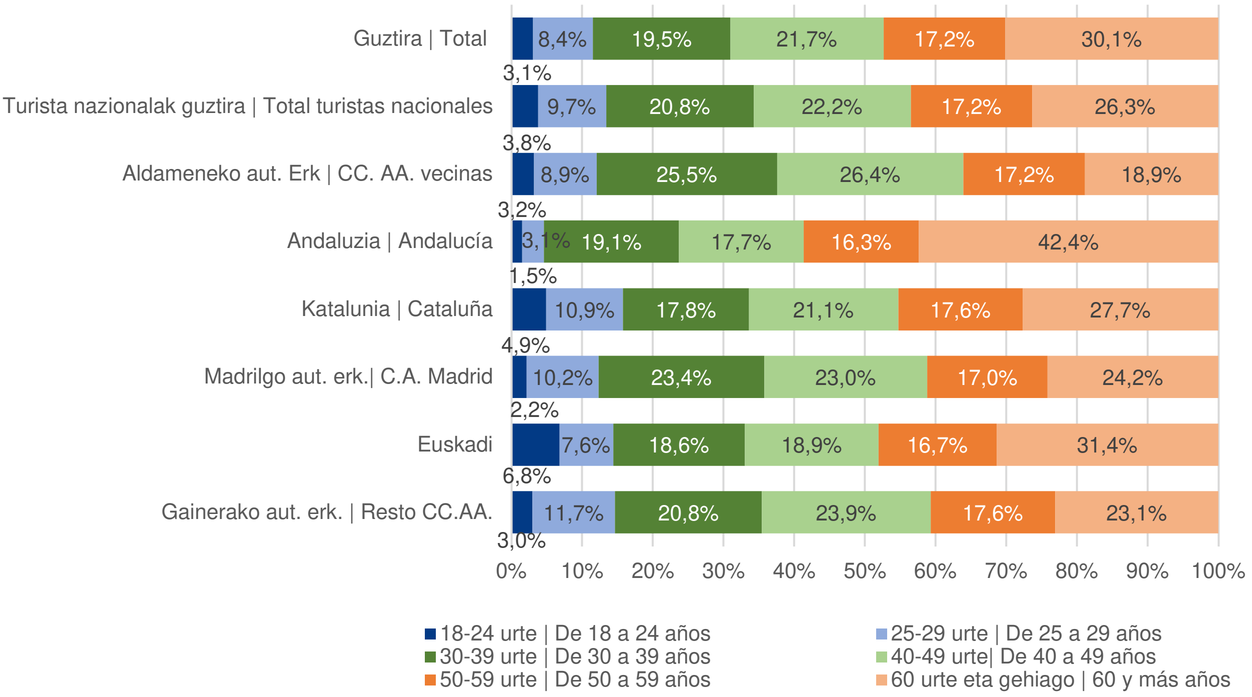
El nivel de **estudios secundarios** es mayoritario entre las y los turistas estatales e internos, salvo entre quienes visitan Euskadi provenientes de Cataluña y de la C.A. de Madrid, donde predominan las personas con un nivel de estudios superiores.

Las y los turistas se clasifican en mayor medida en un nivel de **renta media**, especialmente entre quienes residen en la C.A. de Euskadi. (73%).

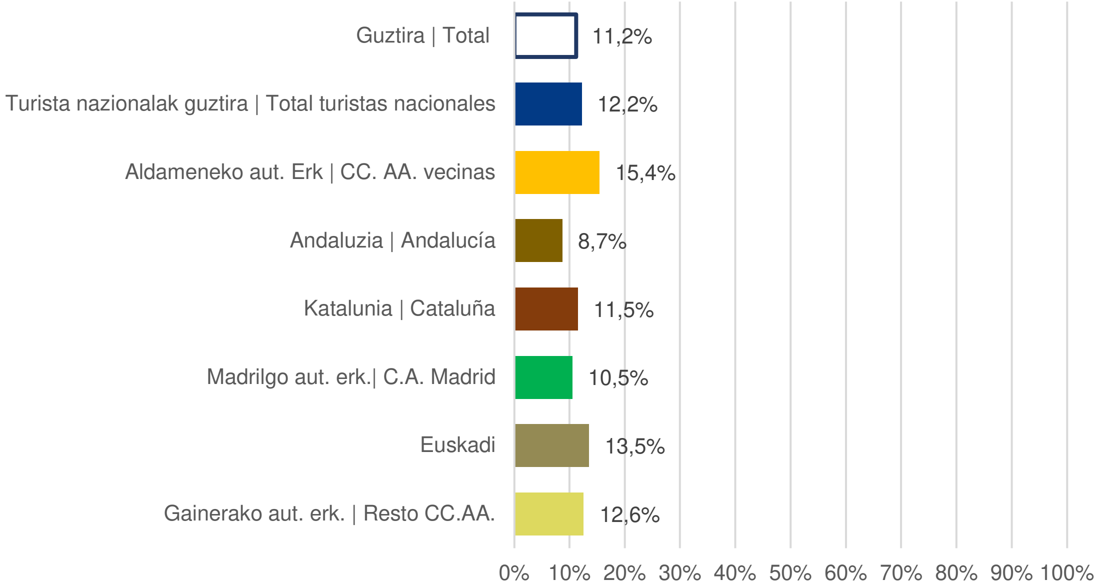
5E. grafikoa. Euskadira etortzen diren turisten batez besteko adina estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 5E. Edad media de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



6E. grafikoa. Euskadira etortzen diren turisten adin-tarteak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 6E. Estratos de edad de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



8E. grafikoa. Familia-turismoaren (adingabeekin bidaiatzen duten turisten) ehunekoak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 8E. Penetración del turismo familiar (porcentaje de turistas que viajan con familiares menores) según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Euskadi bisitatzen duten nazioarteko turisten batez besteko adina 50 urtekoa da. Datu hori Italian bizi direnen 46 urteen eta Beneluxen bizi direnen 53 urteen artean kokatzen da.

La media de edad de las y los turistas internacionales que visitan Euskadi es de 50 años. Este dato oscila entre los 46 años de las y los residentes en Italia y los casi 53 de quienes residen en Benelux.

Turismo seniorraren (50 urtetik gorakoen) ehuneko handiena AEBetatik (% 61) eta Beneluxetik (% 60) datozenen artean dago. Aitzitik, **turismo gazteena** (30 urtetik beherakoa) Frantziatik eta Erresuma Batutik etorritako turisten artean dago, % 13ra iritsiz kasu batean zein bestean.

El mayor porcentaje de **turismo senior** (mayores de 50 años) se encuentra entre quienes proceden de EE. UU. (61%) y Benelux (60%). Por el contrario, el **turismo más joven** (menores de 30 años) se concentra entre las y los turistas que provienen de Francia y Reino Unido, alcanzando en ambos casos el 13%.

Adin-tarte nagusia 60 urtekoa edo handiagoa da jatorri guztietarako.

El estrato de edad predominante es de 60 y más años para todas las procedencias.

Familia-turismoak nazioarteko merkatuen barruan duen presentzia, atzerriko gainerako herrialdeetan bizi diren turisten % 7 eta Frantziatik etorritakoen % 15 artekoa da.

El **turismo familiar** tiene una presencia dentro de los mercados internacionales que varía entre el 7% de las y los turistas residentes en el resto de los países extranjeros, al 15% de quienes proceden de Francia.

Nazioarteko turista gehienak **biztanle landunak** dira jarduerari dagokionez. Hala ere, nabarmentzekoa da Beneluxetik (% 42) eta Erresuma Batutik (% 38) Euskadira etortzen diren turisten erretiro-indize altua.

La mayoría de los turistas internacionales están en una situación de **población ocupada** en relación con la actividad. Sin embargo, hay que destacar el elevado índice de turistas en estado de jubilación que visitan Euskadi procedentes de Benelux (42%) y de Reino Unido (38%).

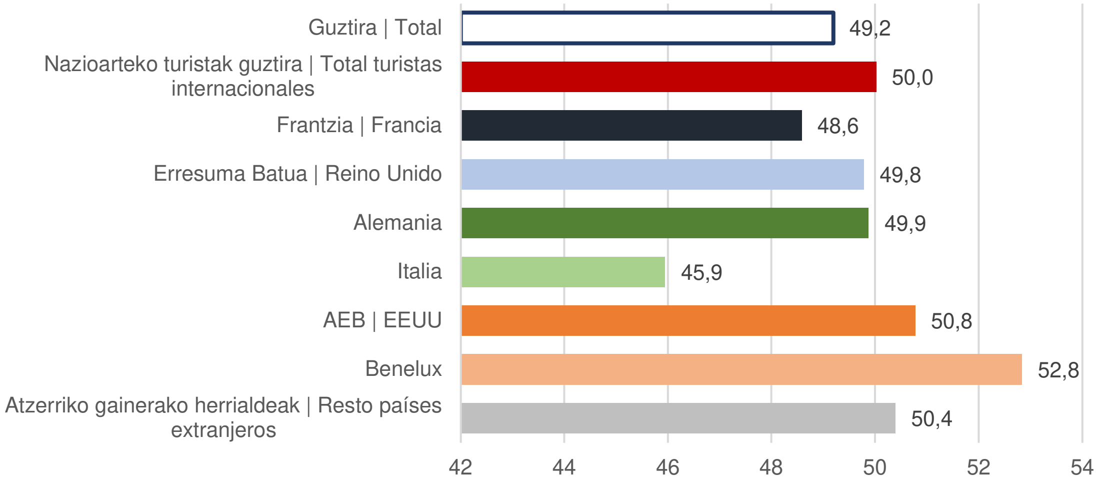
Batez beste, Euskadira etortzen diren nazioarteko turisten % 78k **unibertsitateko edo goi-mailako ikasketak** ditu, eta % 84k Alemaniatik etortzen direnen artean.

Por término medio, el 78% de las y los turistas internacionales que visitan Euskadi tiene un nivel de **estudios universitarios o superiores**, alcanzando ese porcentaje el 84% entre quienes proceden de Alemania.

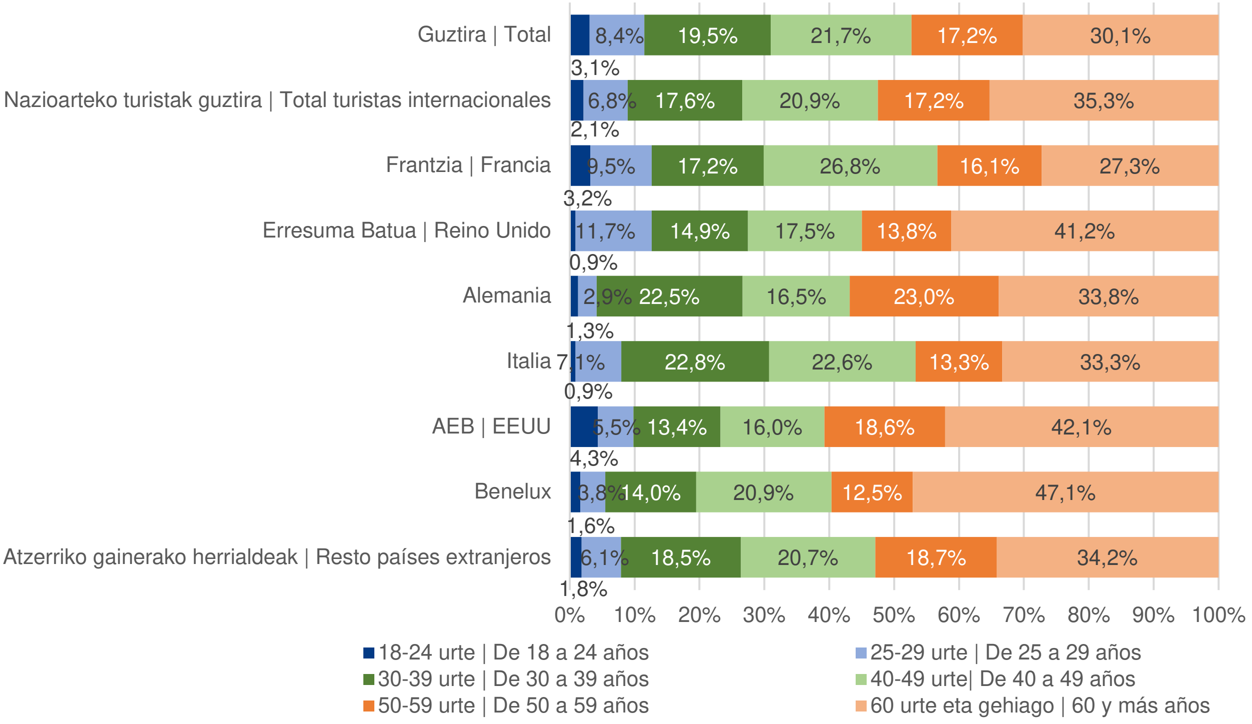
Egoera ekonomiko pertsonalari dagokionez, pertzepzio nagusia da **errenta ertain-altuko** jendea dela, Frantziatik etorritako turistak izan ezik, horiek errenta ertainekoak baitira.

En cuanto a la situación económica personal, la percepción mayoritaria es la de pertenecer a **rentas medias-altas** exceptuando a las y los turistas procedentes de Francia, que se ubican en un nivel de renta medio.

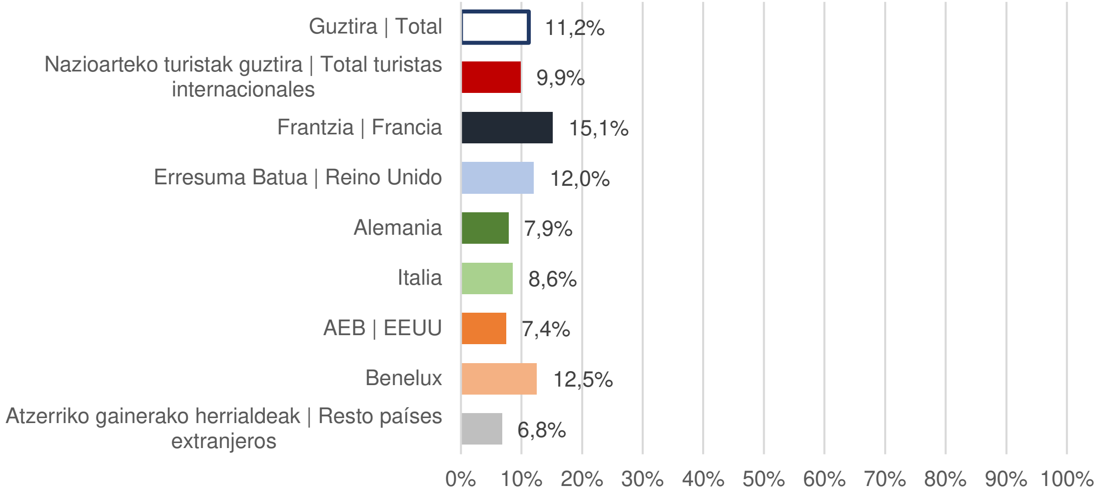
5I. grafikoa. Euskadira etortzen diren turisten batez besteko adina nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 5I. Edad media de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



6I. grafikoa. Euskadira etortzen diren turisten adin-tarteak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 6I. Estratos de edad de las y los turistas que visitan Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



8I. grafikoa. Familia-turismoaren (familiako adingabeekin bidaiatzen duten turisten) ehunekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 8I. Penetración del turismo familiar (porcentaje de turistas que viajan con familiares menores) según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Norekin partekatzen duten bidaia

Turisten profila, motibazioak eta portaerak aztertzeko beste baldintzatzaileetako bat norekin bidaiatzen duten jakitea da. Euskadira etortzen diren estatuko eta barneko turisten erdiak baino zerbait gehiago bikotekidearekin etortzen dira, eta ia laurdena familiarekin batera. Nabarmentzekoa da Andaluziatik etortzen direnen artean bikotekideak eta lagunek osatutako bidaia-taldeak duen pisua.

Taldean bidaiatzen dutenen artean, pertsona helduak dira nagusi, eta Andaluzian bizi direnen artean ere horixe nabarmentzen da. Pertsona helduek eta haurrek osatutako bidaia-taldeek presentzia handiagoa dute EAE bertan bizi direnen artean.

Estatuko eta barneko turisten artean, bidaideen batez besteko kopurua 3 pertsonakoa da; baina bi turista baino gehiagoko taldean bidaiatzen dutenak soilik kontuan hartuta, batez besteko hori 5 pertsonakoa da.

Con quién comparten su viaje

Otro de los condicionantes a la hora de analizar el perfil de las y los turistas, sus motivaciones y sus comportamientos es observar con quién comparten el viaje.
Algo más de la mitad de las y los turistas estatales e internos vienen a Euskadi acompañados de su pareja y casi una cuarta parte lo hace acompañado de su familia. Conviene destacar el peso que tiene el grupo de viaje formado por la pareja y amistades entre quienes proceden de Andalucía.

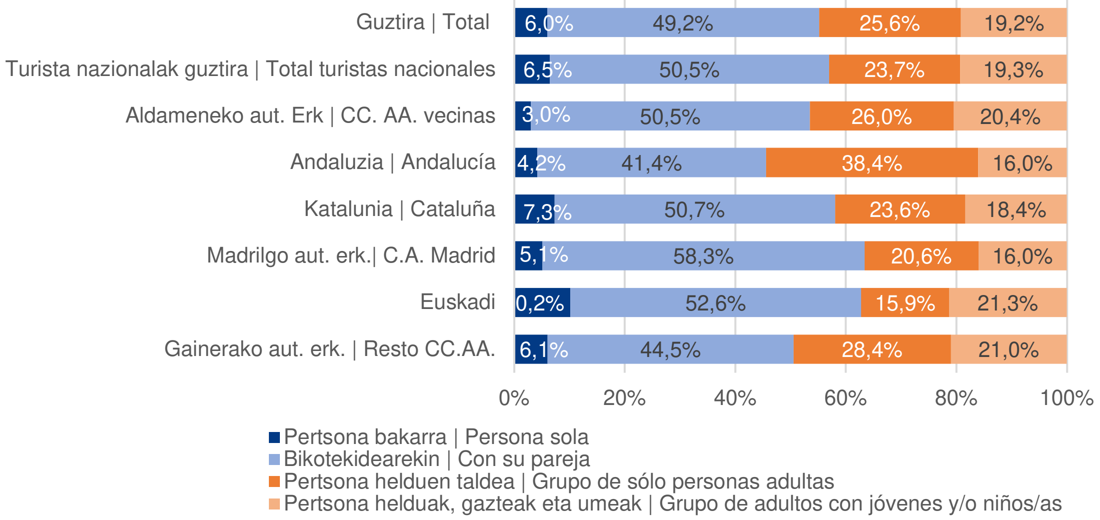
Entre quienes viajan en grupo, es mayoritario el constituido por sólo personas adultas, destacando esta circunstancia, también, entre las y los turistas residentes en Andalucía. El grupo de viaje de personas adultas con niños/as tiene mayor presencia entre quienes se alojan en Euskadi y provienen de la misma comunidad.

Entre las y los turistas estatales e internos el número medio de componentes del viaje es de 3 personas, ahora bien, teniendo en cuenta sólo a quienes viajan en grupo de más de dos turistas, esta media asciende hasta 5 personas.

2E. taula. Turistek zer talde-motarekin bidaiatzen duten estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Tabla 2E. Tipo de grupo con el que viajan las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019

Bidaiatzeko modu soziala Forma Social de Viajar	**Guztira** | Total	**Turista nazionalak guztira** | Total turistas estatales	**Aldameneko aut. Erk** | CC. AA. vecinas	**Andaluzia** | Andalucía	**Katalunia** | Cataluña	**Madrilgo aut. erk.** | C.A. Madrid	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk.** | Resto CC.AA.
Bikotekidearekin | Con su pareja	**49,2**	**50,5**	50,5	41,4	50,7	58,3	52,6	44,5
Familiarekin | Con su familia	**24,6**	**24,4**	23,9	23,7	24,6	23,0	22,4	27,2
Lagunekin | Con sus amigas/os, compañeras/os	**11,4**	**10,4**	10,5	8,7	11,3	8,6	12,1	10,0
Pertsona bakarra | Persona sola	**6,0**	**6,5**	3,0	4,2	7,3	5,1	10,2	6,1
Bikotekidearekin eta lagunekin | Con su pareja y amistades	**5,7**	**5,7**	9,4	19,8	4,9	3,6	1,7	6,5
Elkarte edo erakunde bateko talde batekin | Con un grupo de asociación u organización	**2,0**	**1,5**	1,7	1,8	0,2	0,5	0,3	3,7
Familiarekin eta lagunekin | Con su familia y amistades	**1,1**	**1,2**	0,9	0,4	1,0	0,9	0,7	2,0

9E. grafikoa. Bidaia-taldeko kideak, adina kontuan hartuta, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 9E. Componentes del grupo de viaje, en función de la edad de sus miembros, según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko turista gehienak ere bikotekidearekin etortzen dira Euskadira. Taldean etortzen direnen ehunekoak Beneluxetik etortzen direnen % 13 eta atzerriko gainerako herrialdeetatik etortzen direnen % 28 artean daude. Euskadira etortzen diren taldeen artean familiako kideek osatutakoa da talde-mota ohikoena (% 25). Erresuma Batuan bizi direnen artean, ordea, lagunez osatutako taldeak nabarmentzen dira (% 18).

Gehienak helduek soilik osatutako taldeak dira, Beneluxen bizi direnen artean izan ezik, horien artean ohikoagoak baitira helduek eta gazte eta/edo haurrek osatutako taldeak. Nazioarteko turistek, batez beste, lau kideko taldeetan bidaiatzen dute.

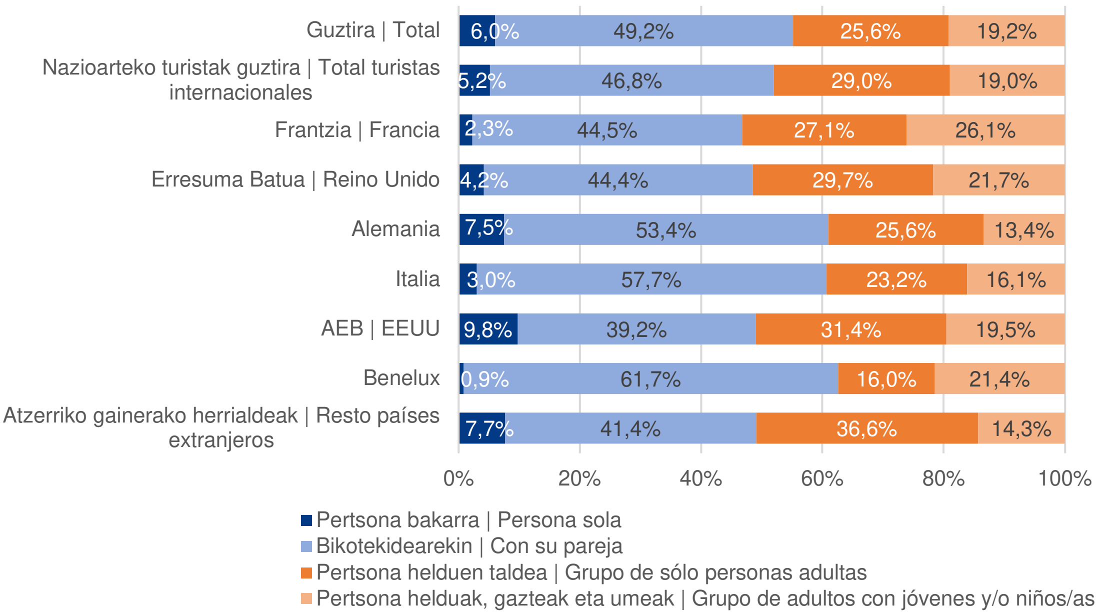
Las y los turistas internacionales también visitan Euskadi, en mayor medida, en pareja. Quienes lo hacen en grupo oscilan entre el 13% de las y los turistas procedentes de Benelux y el 28% provenientes del resto de países extranjeros. El tipo de grupo más frecuente en el viaje es el compuesto por personas de la familia (25%), aunque entre las y los residentes en Reino Unido destacan también los grupos formados por amistades (18%).

Se trata en su mayoría de grupos formados sólo por personas adultas (excepto entre quienes residen en Benelux donde son más frecuentes los grupos de personas adultas con jóvenes y/ o niños/as). Las y los turistas internacionales viajan por término medio en grupos de casi cuatro miembros.

2I. taula. Turistek zer talde-motarekin bidaiatzen duten nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Tabla 2I. Tipo de grupo con el que viajan las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019

Bidaiatzeko modu soziala Forma Social de Viajar	**Guztira** | Total	**Nazioarteko turistak guztira** | Total turistas internacionales	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Bikotekidearekin | Con su pareja	**49,2**	**46,8**	44,5	44,4	53,4	57,7	39,2	61,7	41,4
Familiarekin | Con su familia	**24,6**	**25,1**	32,5	26,6	14,7	20,0	31,1	24,2	22,9
Lagunekin | Con sus amigas/os, compañeras/os	**11,4**	**13,2**	13,7	18,2	14,8	11,7	12,2	3,1	14,5
Pertsona bakarra | Persona sola	**6,0**	**5,2**	2,3	4,2	7,5	3,0	9,8	0,9	7,7
Bikotekidearekin eta lagunekin | Con su pareja y amistades	**5,7**	**5,7**	3,6	6,4	4,1	6,3	6,8	2,7	8,3
Elkarte edo erakunde bateko talde batekin | Con un grupo de asociación u organización	**2,0**	**3,0**	2,5	0,1	4,8		0,6	3,6	4,6
Familiarekin eta lagunekin | Con su familia y amistades	**1,1**	**1,0**	0,9	0,3	0,7	1,3	0,2	3,8	0,6

9I. grafikoa. Bidaia-taldeko kideak, adina kontuan hartuta, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 9I. Componentes del grupo de viaje, en función de la edad de sus miembros, según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



1.3.- Nola informatzen diren, zer garraiobide erabiltzen dituzten, non hartzen duten ostatu eta zenbat egun igarotzen dituzten

Sustatzeko kanpainak eta aurretiko informazioaren balioa

Bidaiaria helmuga bat edo bestea aukeratzera bultzatzeko bitartekoak turismoa sustatzeko kanpainak dira. Turistek hainbat bitartekoren bidez jasotzen dute Euskadi bisitatzeko informazioa. Horien artean, "*ahoz ahokoa*" nabarmentzen da (estatuko eta barneko turisten artean nahiz nazioarteko turisten artean).

Inguruko pertsonen gomendioa, batez beste, % 66ra iristen da estatuko turisten artean.
Bitarteko elektronikoak bigarren postuan daude garrantziari dagokionez, baina maila desberdinean turisten jatorriaren arabera. Hala, Andaluzian, Katalunian, Madrilen eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turisten % 40k aipatzen ditu, inguruko autonomia-erkidegoetan bizi direnen % 32k eta Euskadin bizi direnen % 17k.

Andaluziatik etorritako turistak dira estimulu gehien aitortu dituztenak, eta nabarmena da artikulu edo erreportaje turistikoen bidez (% 28) eta bidaia-agentzien bidez (% 16) jasotako eragina.

1.3.- 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

Las campañas de promoción turística son el medio a través del cual se incita a la persona viajera a elegir uno u otro destino. Son varios los medios por los que las y los turistas reciben la información que les influye para visitar Euskadi, y entre ellos destaca (tanto entre las y los turistas estatales e internos como entre las y los internacionales) el de "*de boca en boca*".

Por término medio, la recomendación de personas cercanas alcanza el 66% entre las y los turistas estatales.
Los medios en línea ocupan el segundo lugar en importancia, aunque con distinta intensidad en función de la procedencia de las y los turistas. Así, mientras son mencionados por cerca del 40% de residentes en Andalucía, Cataluña, C.A. de Madrid y resto de comunidades autónomas, su penetración alcanza el 32% entre quienes residen en las comunidades autónomas vecinas. Y solo el 17% de quienes residen en Euskadi los mencionan.

Las y los turistas procedentes de Andalucía son quienes más estímulos han declarado, siendo notable la influencia que han recibido a través de artículos o reportajes turísticos (28%) y de agencias de viajes (16%).

3E. taula. Turistak Euskadi helmugatzat aukeratzera bultzatu dituzten bitartekoak, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 3E. Medios en los que se han inspirado las y los turistas a la hora de elegir Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019.Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Eragin dieten bitartekoak Medios que han influenciado	Guztira | Total	Turista nazionalak guztira | Total turistas estatales	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Andaluzia | Andalucía	Katalunia| Cataluña	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Euskadi	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.
Lagunak, ezagunak, senideak | Amigas/os, conocidas/os, familiares	**62,1**	**66,3**	70,1	68,4	66,0	71,1	62,0	63,7
Online hedabideak (sare sozialak, blogak, web orriak…) | Medios online (redes sociales, blogs, webs, foros…)	**42,2**	**35,3**	32,0	39,9	43,3	38,2	17,3	40,9
Artikuluak, erreportaje turistikoak | Artículos, reportajes turísticos	**22,0**	**12,7**	11,0	27,9	12,4	15,5	0,5	16,3
Liburuak, eleberriak, filmak | Libros, novelas, películas	**10,0**	**7,8**	8,0	10,9	7,6	11,4	1,2	8,8
Bidaia-agentziak | Agencias de viajes	**9,6**	**4,5**	6,1	16,2	3,0	2,2	1,1	6,3
Turismo-azokak | Ferias de turismo	**7,7**	**3,4**	2,6	11,1	3,5	3,7	0,7	3,4
Eskaintza bat ikusi du | Ha visto una oferta	**7,0**	**7,3**	3,2	12,2	8,3	8,7	5,1	7,5
Beste bide edo faktore batzuk | Otros medios o factores	**4,9**	**6,6**	4,3	5,8	7,0	8,0	5,1	7,3
Tbko, irratiko edo prentsako iragarkiak | Anuncios en tv, prensa, radio	**4,4**	**2,8**	2,4	6,2	2,0	2,7	1,3	3,7

Nazioarteko turistei dagokienez, ingurukoen eragina (familia, lagunak) Frantzian bizi direnen % 63 eta Italiatik etorritakoen % 48 artekoa da. Helmuga aukeratzeko orduan inspirazio-iturritzat erabiltzen den bigarren baliabide garrantzitsuena bitarteko elektronikoena da (sare sozialak, blogak, webak, foroak, etab.).

Nazioarteko turistek kanpainen inpaktu handiagoa jasotzen dute hainbat bidetatik. Lehen aipatutakoez gain, Erresuma Batutik, Alemaniatik, Italiatik eta AEBetatik etortzen direnen artean artikulu edo erreportaje turistikoen eragina nabarmentzen da; Alemanian eta AEBetan bizi direnen artean, berriz, turismo-azoka, liburu edo eleberri eta filmen eragina da nagusi.

En cuanto a las y los turistas internacionales, la influencia del entorno próximo (familia, amistades) oscila entre el 63% de quienes lo declaran y residen en Francia y el 48% de quienes proceden de Italia. El segundo recurso más importante que sirve de fuente de inspiración a la hora de escoger el destino, son los medios en línea (redes sociales, blogs, webs, foros etc.).

Las y los turistas internacionales reciben más impactos de campañas a través de diferentes vías. Además de los ya mencionados, destaca el número de personas que los perciben a través de artículos o reportajes turísticos entre quienes proceden de Reino Unido, Alemania, Italia y EE. UU., y a través de ferias de turismo y libros o novelas y películas entre las y los residentes en Alemania y EE.UU.

3I. taula. Turistak Euskadi helmugatzat aukeratzera bultzatu dituzten bitartekoak, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Tabla 3I. Medios en los que se han inspirado las y los turistas a la hora de elegir Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019.Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Eragin dieten bitartekoak Medios que han influenciado	**Guztira** | Total	**Nazioarteko turistak guztira** | Total turistas internacionales	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Lagunak, ezagunak, senideak | Amigas/os, conocidas/os, familiares	**62,1**	**56,6**	63,4	55,1	53,4	47,5	63,7	53,9	54,1
Online hedabideak (sare sozialak, blogak, web orriak…) | Medios online (redes sociales, blogs, webs, foros…)	**42,2**	**51,5**	55,8	51,7	42,6	59,0	46,1	56,2	50,5
Artikuluak, erreportaje turistikoak | Artículos, reportajes turísticos	**22,0**	**34,5**	21,9	42,5	44,6	44,9	43,3	35,7	32,5
Liburuak, eleberriak, filmak | Libros, novelas, películas	**10,0**	**13,0**	10,8	17,5	11,4	8,8	12,7	17,8	13,1
Bidaia-agentziak | Agencias de viajes	**9,6**	**16,3**	4,0	11,9	24,2	15,8	27,6	6,3	22,5
Turismo-azokak | Ferias de turismo	**7,7**	**13,5**	6,3	14,2	19,9	12,6	21,5	7,7	15,4
Eskaintza bat ikusi du | Ha visto una oferta	**7,0**	**6,7**	5,9	7,0	9,5	8,8		1,7	9,2
Beste bide edo faktore batzuk | Otros medios o factores	**4,9**	**2,6**	2,9		2,7	1,8	1,1	2,1	3,8
Tbko, irratiko edo prentsako iragarkiak | Anuncios en tv, prensa, radio	**4,4**	**6,5**	6,8	9,0	9,0	7,6	5,5	4,1	5,7

Informazio-kanalak bidaia antolatzeko eta aldez aurreko erreserba egiteko

Turistek Euskadiko bidaia antolatzeko informazioa bilatzeko erabiltzen dituzten kanal nagusiak oso lotuta daude bidaia egitera bultzatu zituzten bitartekoekin. Oraingoan ere, inguruko pertsonak eta Internet dira aisia-turisten informazio-iturri nagusiak, eta azken horren prebalentzia handiagoa da nazioarteko turisten artean (% 85) estatuko eta barneko turisten artean baino (% 66).

Estatuko turisten artean, jatorri guztietakoek jotzen dute artikuluetara, erreportajeetara eta publizitatera, hirugarren informazio-iturri gisa. Barneko turistak, berriz, ez du ia beste informazio-iturririk erabiltzen, inguruko pertsona edo bitarteko elektronikoez gain.

Bestalde, Andaluziatik etorritako turistek besteek baino informazio gehiago jasotzeko joera dute, eta informazioa turismoko profesionalen bitartez bilatzeko edo oporrei buruzko feria eta azoketara joateko ohitura dute.

Canales de información para la organización y reserva previa al viaje

Los principales canales que utilizan las y los turistas para buscar información con la que organizar el viaje por Euskadi están profundamente ligados con los medios que les inspiraron a hacer el viaje. Así, de nuevo en esta ocasión, las personas cercanas e Internet son las principales fuentes de información de las y los turistas de ocio, con mayor prevalencia de esta última entre las y los turistas internacionales (85% frente al 66% de las y los estatales e internos).

Entre las y los turistas estatales es común a todas las procedencias la búsqueda de información en artículos, reportajes y publicidad como tercera vía para informarse. Por su parte, el turista interno apenas hace uso de otras fuentes de información que no sean las personas cercanas o los medios en línea.

Por otro lado, las y los turistas procedentes de Andalucía tienden a informarse en mayor medida que el resto y destacan en la búsqueda de información a través de profesionales del turismo y la asistencia a ferias o salones de vacaciones.

4E. taula. Bidaia antolatzeko erabilitako informazio-bitartekoak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 4E. Medios de información utilizados para la organización del viaje según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Principales Fuentes de Información / Principales Fuentes de Información	Guztira | Total	Turista nazionalak guztira | Total turistas estatales	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Andaluzia | Andalucía	Katalunia| Cataluña	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Euskadi	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.
Internet	**74,3**	**66,4**	63,8	76,5	74,9	76,0	41,9	69,6
Lagunak; senideak | Amigos/as; Familiares	**67,9**	**71,1**	76,2	72,8	70,4	76,6	68,0	66,9
Artikuluak, erreportajeak, publizitatea | Artículos, reportajes, publicidad	**33,3**	**22,7**	16,1	39,5	22,3	26,0	11,3	27,3
Gidak, liburuxkak | Guías, folletos	**22,6**	**16,0**	10,6	22,9	18,7	22,7	2,3	19,1
Turismoko profesionalak, aurrez aurre | Profesionales del Turismo, en persona	**17,1**	**9,2**	9,4	25,1	8,2	7,0	3,6	11,8
Azokak/Oporr-aretoak | Ferias/Salones de Vacaciones	**8,8**	**3,8**	2,6	13,2	4,2	4,2	0,8	3,6

Nazioarteko turistak oso aktiboak dira informazioa bilatzeko orduan, eta eskura dituzten bitarteko guztiak erabiltzen dituzte; baina estatuko eta barneko merkatuarekin alderatuta, erabileraren arabera egiten dute bitartekoen sailkapen-ordena. Nazioarteko merkatuari dagokionez, hirugarren informazio-iturria artikuluek, erreportajeek eta/edo publizitateak osatzen dute, eta, jarraian, gida eta liburuxkek eta turismoko profesionalek. AEBetan eta Alemanian bizi direnek nazioarteko gainerako turistek baino gehiago erabiltzen dituzte informazio-iturriak, batez ere gida eta liburuxketan informazioa bilatzeko, turismoko profesionalei kontsultak egiteko eta oporrei buruzko feria eta azoketara joateko.

Las y los turistas internacionales son muy activos en la búsqueda de información y hacen un uso generalizado de todos los medios que tienes a su disposición, sin embargo, mantienen, en comparación con el mercado estatal e interno, el orden de clasificación de los recursos según su uso. Para el mercado internacional la tercera fuente de información la constituyen los artículos, reportajes y/o publicidad seguida de las guías y folletos y la búsqueda de información a través de profesionales del turismo. Las y los residentes en EE. UU. y Alemania son quienes realizan un mayor uso de las fuentes de información sobre el resto de las y los turistas internacionales sobre todo en cuanto a la búsqueda de información en guías y folletos, consultas a profesionales del turismo y asistencia a ferias o salones de vacaciones.

4I. taula. Bidaia antolatzeko erabilitako informazio-bitartekoak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 4I. Medios de información utilizados para la organización del viaje según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Informazio-iturri nagusiak / Principales Fuentes de Información	Guztira | Total	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Frantzia | Francia	Erresuma Batua | Reino Unido	Alemania	Italia	AEB | EE. UU.	Benelux	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Internet	**74,3**	**84,8**	86,3	85,9	82,6	90,9	86,3	86,8	82,2
Lagunak; senideak | Amigos/as; Familiares	**67,9**	**63,7**	72,1	59,9	63,2	61,1	69,7	57,7	60,3
Artikuluak, erreportajeak, publizitatea | Artículos, reportajes, publicidad	**33,3**	**47,5**	35,7	62,2	57,3	51,8	55,4	43,6	45,7
Gidak, liburuxkak | Guías, folletos	**22,6**	**31,5**	24,6	21,7	35,9	34,6	40,8	29,6	34,5
Turismoko profesionalak, aurrez aurre | Profesionales del Turismo, en persona	**17,1**	**27,6**	12,0	24,4	34,4	22,9	46,0	12,6	35,9
Azokak/Oporr-aretoak | Ferias/Salones de Vacaciones	**8,8**	**15,6**	6,8	17,3	22,2	14,9	26,5	8,1	17,7

Estatuko turista gehienek aldez aurretik erreserbatzen dute zerbitzu-motaren bat Euskadira etortzeko (% 85), EAEn bertan bizi direnen salbuespenarekin. Horien artean turisten bi herenek egiten dute erreserba. Turistek, batik bat, zerbitzu independenteak erreserbatzen dituzte, baina esanguratsua da gainerako autonomia-erkidegoetatik Euskadira etortzen direnen artean pakete turistiko baten bitartez bidaia osoa erreserbatzen duten turisten datua (% 14).

La gran mayoría de turistas estatales reserva anticipadamente algún tipo de servicios para venir a Euskadi (85%) siendo la excepción quienes residen en Euskadi donde lo realizan dos terceras partes de las y los turistas. Predominantemente las y los turistas reservan servicios independientes, pero es significativo el dato de turistas que reservan todo el viaje a través de un paquete turístico entre quienes visitan Euskadi procedentes del resto de comunidades autónomas (14%).

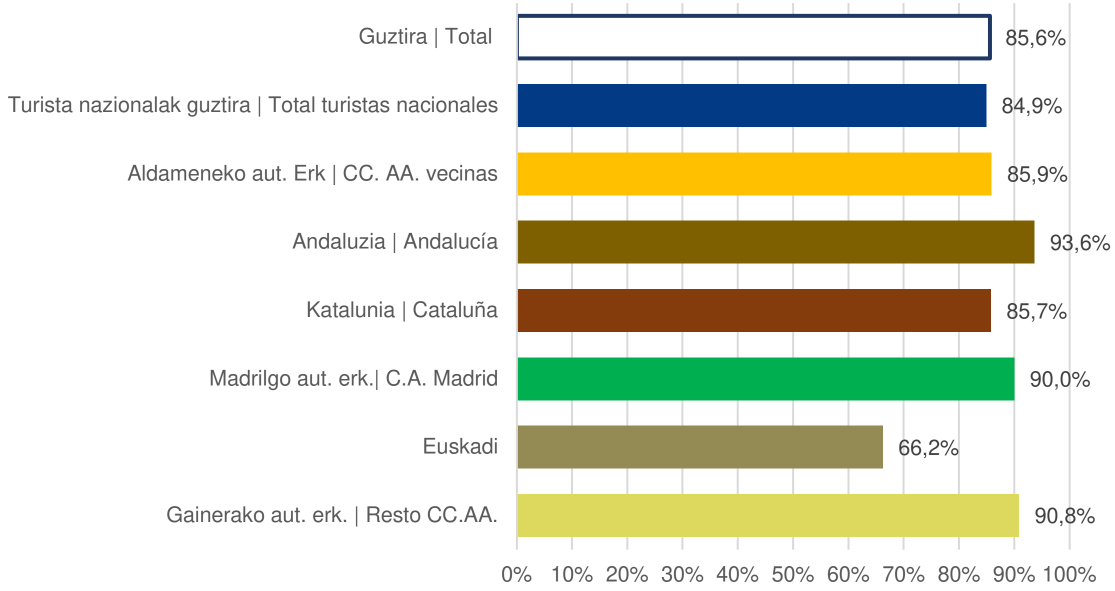
Erreserba-zentral baten bidez erreserba egitea, web-orri bidez edo aplikazio espezifikoen bidez egitea (% 44) eta ostatu-establezimenduarekin berarekin zuzenean egitea (% 40) dira estatuko turisten artean gehien erabiltzen diren metodoak. Azkeneko hori da nagusi EAE bertako turisten artean (% 65). Erreserba horiek, oro har, Internet bidez egiten dira (% 58), baina barneko turisten artean telefonoz egindako erreserbak nabarmentzen dira (% 45).

La reserva a través de una central de reservas, bien por web o aplicaciones específicas (44%) y mediante contacto con el propio alojamiento (40%) son los métodos más utilizado entre las y los turistas estatales. Destaca esta última entre las y los turistas procedentes de Euskadi (65%). Generalmente estas reservas se efectúan por Internet (58%) aunque sobresalen las reservas de forma telefónica entre el turismo interno (45%).

Erreserba berehalakoenak (astebete baino gutxiago) Euskadin bizi direnek egiten dituzte (% 24). Estatuko gainerako jatorrietako gehienek hilabete baino gehiagoko aurrerapenarekin egiten dituzte (% 52). Dena den, erreserba gehienak astebete eta hilabete arteko aurrerapenarekin eta hilabete eta bi hilabete arteko aurrerapenarekin egiten dira.

Las reservas más inmediatas (menos de una semana), las realizan las y los residentes en Euskadi (24%). El resto de las procedencias estatales preferentemente las realizan con una antelación de más de un mes (52%) aunque las frecuencias más habituales de reserva son de entre una semana y un mes y entre uno y dos meses antes del viaje.

10E. grafikoa. Euskadiko bidaiarako aldez aurreko erreserba-motaren bat egin duten turisten ehunekoa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 10E. Porcentaje de turistas que han realizado algún tipo de reserva previa para el viaje a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



5E. taula. Aldez aurreko erreserba egiteko erabilitako kanalak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserba-motaren bat egin duten turistak

Tabla 5E. Canales a través de los cuales ha realizado la reserva previa según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han realizado algún tipo de reserva

*** Non * Dónde**	**Guztira** | Total	**Turista nazionalak guztira** | Total turistas estatales	**Aldameneko aut. Erk** | CC. AA. Vecinas	**Andaluzia** | Andalucía	**Katalunia**| Cataluña	**Madrilgo aut. erk.** | C.A. Madrid	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk.** | Resto CC.AA.
Erreserben Zentrala (Web, APP) | Central de Reservas (Web, APP)	**46,7**	**43,8**	47,9	37,6	58,1	47,0	23,3	43,3
Ostatua bera | Propio alojamiento	**32,8**	**39,8**	41,0	41,8	27,6	39,0	64,4	34,3
Bidaia Agentzia | Agencia de viajes	**16,4**	**9,9**	5,1	21,7	10,2	11,3	2,5	11,5
Garraio konpainia | Compañía de transporte	**15,3**	**8,8**	3,1	34,8	12,8	4,8	0,6	10,1
Bidaia antolatzen duen elkartea | Asociación organizadora del viaje	**5,8**	**7,3**	5,8	1,7	5,2	3,4	9,8	12,0
Bestelakoak | Otros	**0,0**	**0,0**			0,1			

6E. taula. Aldez aurreko erreserba egiteko moduak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserba-motaren bat egin duten turistak

Tabla 6E. Formas de realización de la reserva previa según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han realizado algún tipo de reserva

*** Nola * Cómo**	**Guztira** | Total	**Turista nazionalak guztira** | Total turistas estatales	**Aldameneko aut. Erk** | CC. AA. Vecinas	**Andaluzia** | Andalucía	**Katalunia**| Cataluña	**Madrilgo aut. erk.**| C.A. Madrid	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk.** | Resto CC.AA.
Internet	**60,5**	**57,6**	63,0	63,0	68,5	62,8	34,7	55,6
Aurrez aurre | De forma presencial	**19,9**	**13,6**	6,8	20,1	11,4	7,9	14,8	19,6
Telefonoa | Teléfono	**18,9**	**25,8**	25,3	20,7	17,3	23,8	45,2	23,7
Posta elektronikoa | Mail	**7,5**	**6,5**	5,2	9,7	5,6	8,9	5,8	5,1

Nazioarteko turisten % 87k erreserbaren bat egiten du Euskadira bidaiatu aurretik. Batez ere zerbitzu independenteen erreserbak dira, baina nabarmentzekoa da pakete turistikoaren pisua AEBetan (% 25) eta Alemanian (% 20) bizi direnen artean. Euskadira erreserbarik egin gabe bidaiatzen dutenen ehuneko handiena Beneluxen (% 28) eta Frantzian (% 16) bizi direnen artean dago.

Nazioarteko turistek erreserbak egiteko gehien erabiltzen duten metodoa erreserba-zentralena da, web-orri bidez edo aplikazio espezifikoen bidez (% 51). Hala ere, nazioarteko merkatuak estatukoak baino erreserba-metodo gehiago erabiltzen ditu, eta horrek ñabardura garrantzitsuak ematen ditu. Hala, Alemanian, AEBetan eta atzerriko gainerako herrialdeetan bizi diren turisten artean bigarren teknikarik erabiliena bidaia-agentzien bidezko erreserba da; Euskadira Frantziatik eta Beneluxetik etortzen direnek, aldiz, nahiago dute ostatuarekin berarekin harreman zuzena izatea. Erresuma Batuan eta Italian bizi direnek, bestalde, garraio-konpainiak erabiltzen dituzte beren zerbitzuak erreserbatzeko bigarren bitarteko gisa.

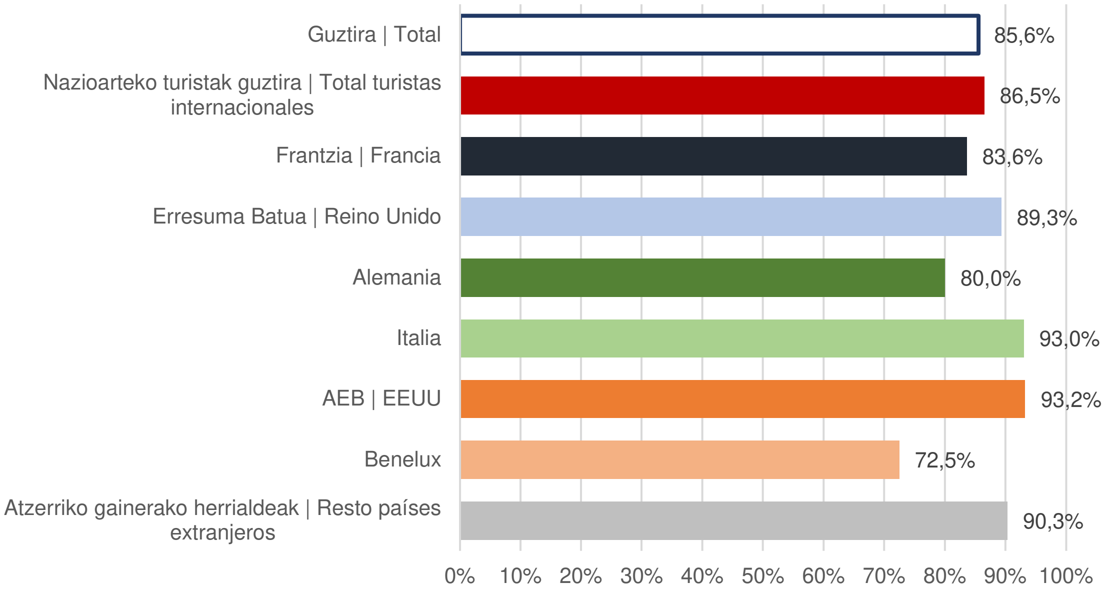
Nazioarteko turista gehienek Internet bidez egiten dituzte erreserbak (% 64). Hala ere, AEBetan bizi diren turista askok egiten dituzte erreserbak aurrez aurre (% 44). Nazioarteko turisten % 70ek erreserba egiten duenetik bidaiaren irteera arte igarotako denbora hillabetetik gorakoa da. Erreserbaren aurrerapen ohikoena bidaiarekiko 1 eta 2 hilabete artekoa da. Dena den, adierazgarria da honako datu hau: Frantzian bizi direnen % 20k astebete baino gutxiagoko aurrerapenarekin egiten du erreserba.

El 87% de las y los turistas internacionales realizan alguna reserva previa al viaje a Euskadi. Principalmente se trata de reservas de servicios independientes, pero hay que destacar el peso del paquete turístico entre quienes residen en EE: UU. (25%) y Alemania (20%). El mayor porcentaje de turistas que viaja a Euskadi sin reservas se encuentra entre quienes residen en Benelux (28%) y en Francia (16%).

El método más utilizado por las y los turistas internacionales para hacer sus reservas son las centrales de reservas, bien por web o aplicaciones específicas (51%). Sin embargo, el mercado internacional utiliza mayor diversidad de métodos de reserva que el estatal, lo que proporciona matices importantes que señalar. Así, mientras que entre las y los turistas residentes en Alemania, EE.UU y el resto de los países extranjeros, la segunda técnica más utilizada es la reserva a través de agencias de viajes, entre quienes visitan Euskadi procedentes de Francia y Benelux prefieren el contacto directo con el propio alojamiento; y las y los residentes en Reino Unido e Italia utilizan las compañías de transporte como segundo medio para reservar sus servicios.

Las y los turistas internacionales reservan principalmente por internet (64%). Sin embargo, es significativo el número de turistas residentes en EE. UU. que hacen sus reservas también de forma presencial (44%). El tiempo transcurrido entre la reserva y la salida del viaje es de más de un mes para el 70% de las y los turistas internacionales. La frecuencia más habitual de la reserva se sitúa entre 1 y 2 meses antes de hacer el viaje. Sin embargo, es revelador que el 20% de las y los residentes en Francia reserven con menos de una semana de antelación.

10I. grafikoa. Euskadira etortzeko erreserba-motaren bat egin duten turisten ehunekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 10I. Porcentaje de turistas que han realizado algún tipo de reserva previa para el viaje a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



5I. taula. Aldez aurreko erreserba egiteko erabilitako kanalak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserba-motaren bat egin duten turistak
Tabla 5I. Canales a través de los cuales ha realizado la reserva previa según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han realizado algún tipo de reserva

* Non * Dónde	Guztira | Total	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Frantzia | Francia	Erresuma Batua | Reino Unido	Alemania	Italia	AEB | EE. UU.	Benelux	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Erreserben Zentrala (Web, APP) | Central de Reservas (Web, APP)	**46,7**	**50,5**	55,6	52,8	42,3	47,1	45,2	58,4	49,5
Ostatua bera | Propio alojamiento	**32,8**	**23,5**	32,6	24,4	22,1	24,8	15,6	39,0	17,1
Bidaia Agentzia | Agencia de viajes	**16,4**	**24,8**	7,8	25,3	36,0	31,3	32,0	13,1	30,9
Garraio konpainia | Compañía de transporte	**15,3**	**23,9**	5,8	37,4	27,2	39,4	20,7	27,2	26,8
Bidaia antolatzen duen elkartea | Asociación organizadora del viaje	**5,8**	**3,8**	2,9	3,1	2,6	0,7	7,2	0,6	5,1
Bestelakoak | Otros	**0,0**	**0,1**							0,1

6I. taula. Aldez aurreko erreserba egiteko moduak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserba-motaren bat egin duten turistak
Tabla 6I. Formas de realización de la reserva previa según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han realizado algún tipo de reserva

* Nola * Cómo	Guztira | Total	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Frantzia | Francia	Erresuma Batua | Reino Unido	Alemania	Italia	AEB | EE. UU.	Benelux	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Internet	**60,5**	**64,3**	70,7	68,3	54,5	64,1	59,6	82,1	59,6
Aurrez aurre | De forma presencial	**19,9**	**28,3**	7,4	25,2	39,2	23,3	44,0	14,5	37,7
Telefonoa | Teléfono	**18,9**	**9,8**	14,8	15,3	15,0	4,7	2,8	5,4	7,9
Posta elektronikoa | Mail	**7,5**	**8,8**	10,2	7,4	5,5	13,2	5,1	11,2	9,1

Turistek erabilitako garraiobideak

Automobila (pribatua edo alokatua) estatuko eta barneko turistek Euskadira iristeko erabiltzen duten garraiobide nagusia da, Andaluzian bizi diren turisten salbuespenarekin, horien sarbide nagusia airekoa baita (% 51). Garraio publikoa % 18ko batez bestekora iristen da estatuko eta barneko merkatu nagusien artean.

Helmugara iritsitakoan, turistek hainbat bitarteko erabiltzen dituzte joan-etorriak egiteko. Ohikoena oinez ibiltzea bada ere, nabarmentzekoa da Andaluziako, Madrilgo eta gainerako autonomia-erkidegoetako turistek zenbat erabiltzen duten garraio publikoa.

Los medios de transporte utilizados por los y las turistas

El coche (privado o alquilado) es el medio de transporte principal que utilizan las y los turistas estatales e internos para llegar a Euskadi, aunque con la excepción de las y los turistas residentes en Andalucía cuyo modo de acceso principal es por vía aérea (51%). El transporte público alcanza una cota media del 18% entre los principales mercados estatales e interno.

Una vez en destino, las y los turistas utilizan diferentes medios para desplazarse. Aunque el más habitual es el desplazamiento andando cabe destacar el uso del transporte público que realizan las y los turistas procedentes de Andalucía, C.A. de Madrid y del resto de comunidades autónomas.

7E. taula. Turistek Euskadira iristeko erabilitako garraiobide nagusia estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Tabla 7E. Medio de transporte principal utilizado por las y los turistas para llegar a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019

Euskadira iristeko garraiobide nagusia **Medio de Transporte Principal para llegar a Euskadi**	**Guztira** | **Total**	**Turista nazionalak guztira** | **Total turistas estatales**	**Aldameneko aut. Erk** | **CC. AA. vecinas**	**Andaluzia** | **Andalucía**	**Katalunia**| **Cataluña**	**Madrilgo aut. erk.**| **C.A. Madrid**	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk.** | **Resto CC.AA.**
Ibilgailu pribatua | Vehículo privado	**67,6**	**81,0**	89,0	42,0	77,5	84,8	91,3	75,6
Hegazkina | Avión	**19,8**	**9,5**	1,1	51,4	12,6	4,0		15,3
Autobusa | Autobús	**5,2**	**4,6**	4,8	3,5	3,6	3,0	6,4	5,0
Trena | Tren	**3,2**	**3,6**	4,4	1,4	4,4	7,3	1,1	2,3
Alokatutako ibilgailua | Vehículo alquilado	**2,6**	**0,7**	0,1	1,0	0,6	0,7	0,4	1,0
Motorra | Moto	**1,0**	**0,5**	0,3	0,5	1,2	0,1	0,5	0,6
Bizikletan, oinez | Bici, a pie	**0,4**	**0,2**	0,4	0,2	0,3	0,1	0,3	0,1
Itsasontzia | Barco	**0,3**	**0,0**						0,1

8E. taula. Turistek Euskadin dauden bitartean erabiltzen dituzten garraiobideak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 8E. Medios de transporte utilizados por las y los turistas durante su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Euskadin erabilitako garraiobide nagusia **Medio de Trasporte Principal en Euskadi**	**Guztira** | **Total**	**Turista nazionalak guztira** | **Total turistas estatales**	**Aldameneko aut. Erk** | **CC. AA. vecinas**	**Andaluzia** | **Andalucía**	**Katalunia**| **Cataluña**	**Madrilgo aut. erk.**| **C.A. Madrid**	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk.** | **Resto CC.AA.**
Oinez | Andando	**77,8**	**76,1**	81,2	84,4	73,3	79,9	63,2	81,2
Norberaren ibilgailua | Vehículo propio	**56,5**	**65,3**	74,8	34,9	68,4	69,9	64,8	62,1
Garraio publikoa (autobusa, taxia, trena) | Transporte Público (bus, taxi, tren)	**38,8**	**34,9**	25,2	55,8	35,6	44,1	23,7	36,5
Alokatutako ibilgailua | Vehículo alquilado	**8,8**	**3,6**	0,3	17,0	4,0	1,7	0,8	5,9
Bizikletan | Bici	**2,7**	**2,0**	0,8	2,2	2,2	1,1	4,9	0,8
Motorra | Moto	**1,0**	**0,5**	0,3	0,5	1,2	0,1	0,5	0,7

Garraio publikoa (% 47), bereziki hegazkina (% 38), da nazioarteko turistek Euskadira iristeko erabiltzen duten bitarteko nagusia, Frantzian eta Beneluxen bizi direnentzat izan ezik, horientzat ibilgailu pribatua baita.

El transporte público (47%) y entre ellos el avión (38%) es el medio principal de las y los turistas internacionales para llegar a Euskadi, salvo para las y los residentes en Francia y Benelux, cuyo primer lugar lo ocupa el vehículo privado.

Euskadin dauden bitartean, oinez ibiltzeaz gain, garraio publikoa erabiltzen dute neurri handi batean, eta, seguruenik ibilgailu pribaturik ez izatearen ondorioz, alokatutako ibilgailua ere erabiltzen dute joan-etorrietarako. Azken gorabehera horrek ez die eragiten Frantzian eta Beneluxen bizi direnei, gehiago erabiltzen baitituzte beren ibilgailuak.

Durante su estancia en Euskadi, además de desplazarse andando, utilizan en gran medida el transporte público y posiblemente motivado por la falta de vehículo privado para sus traslados emplean también el vehículo alquilado en sus desplazamientos. Esta última circunstancia no atañe a las y los residentes en Francia y Benelux que hacen un mayor uso de sus propios vehículos.

7I. taula. Turistek Euskadira iristeko erabilitako garraiobide nagusia nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Tabla 7I. Medio de transporte principal utilizado por las y los turistas para llegar a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019

Euskadira iristeko garraiobide nagusia Medio de Transporte Principal para llegar a Euskadi	**Guztira** | Total	**Nazioarteko turistak guztira** | Total turistas internacionales	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Ibilgailu pribatua | Vehículo privado	**67,6**	**44,1**	82,0	26,7	38,1	30,6	1,4	68,0	27,9
Hegazkina | Avión	**19,8**	**37,8**	4,9	59,6	47,3	56,9	55,5	26,0	48,0
Autobusa | Autobús	**5,2**	**6,2**	4,1	4,5	2,8	2,1	24,2	3,8	7,1
Trena | Tren	**3,2**	**2,5**	1,2	1,4	2,3	0,5	4,4	0,6	4,5
Alokatutako ibilgailua | Vehículo alquilado	**2,6**	**6,0**	1,5	1,2	7,6	6,9	13,7	1,4	9,9
Motorra | Moto	**1,0**	**1,8**	4,4	0,3	0,1	3,0		0,1	1,8
Bizikletan, oinez | Bici, a pie	**0,4**	**0,8**	1,8		1,8		0,2	0,2	0,4
Itsasontzia | Barco	**0,3**	**0,8**		6,3			0,5		0,3

8I. taula. Turistek Euskadin dauden bitartean erabiltzen dituzten garraiobideak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Tabla 8I. Medios de transporte utilizados por las y los turistas durante su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Euskadin erabilitako garraiobide nagusia Medio de Trasporte Principal en Euskadi	**Guztira** | Total	**Nazioarteko turistak guztira** | Total turistas internacionales	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Oinez | Andando	**77,8**	**80,8**	81,4	80,0	75,0	84,9	84,6	75,1	83,0
Norberaren ibilgailua | Vehículo propio	**56,5**	**41,1**	69,7	30,6	37,2	28,1	5,8	64,5	27,3
Garraio publikoa (autobusa, taxia, trena) | Transporte Público (bus, taxi, tren)	**38,8**	**45,7**	27,9	54,1	44,7	58,4	60,5	46,4	50,8
Alokatutako ibilgailua | Vehículo alquilado	**8,8**	**18,1**	2,8	21,7	19,1	26,8	40,9	6,4	25,0
Bizikletan | Bici	**2,7**	**3,9**	5,9	7,5	2,9	3,5	1,3	5,1	1,8
Motorra | Moto	**1,0**	**1,9**	4,4	0,5	0,6	3,2		0,1	1,9

Ostatu-motak

Hotel-establezimenduak dira ostatu-mota nagusia, bai estatuko eta barneko turisten artean (% 84) bai nazioarteko turisten artean (% 85). Kanpinek nolabaiteko garrantzia dute Beneluxen (% 27), Alemanian (% 19), Frantzian eta Erresuma Batuan (biek % 15) bizi direnen artean, baita barneko turisten artean ere (% 13).

Landa-ostatuak batez ere estatuko eta barneko turistek aukeratzen dituzte.

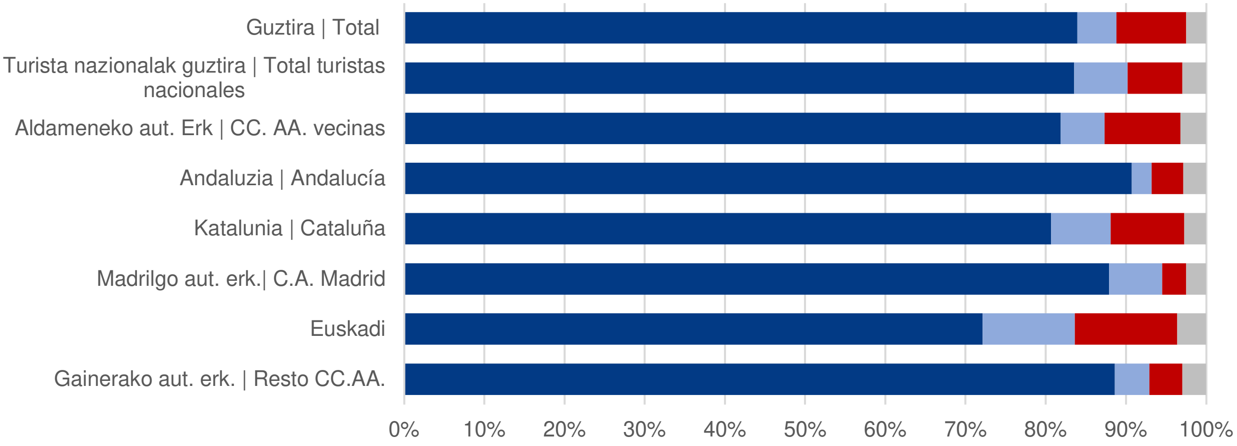
Los tipos de alojamiento

Los establecimientos hoteleros son el tipo de alojamiento predominante tanto entre las y los turistas estatales e internos (84%) como entre las y los turistas internacionales (85%). Adquieren cierta relevancia los campings entre quienes residen en Benelux (27%), Alemania (19%), Francia y Reino Unido (ambos 15%). Y entre las y los turistas internos (13%).

Los alojamientos rurales son elegidos en mayor medida por el turismo interno y por el estatal.

11E. grafikoa. Turistek Euskadin zer establezimendu-motatan hartzen duten ostatu, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

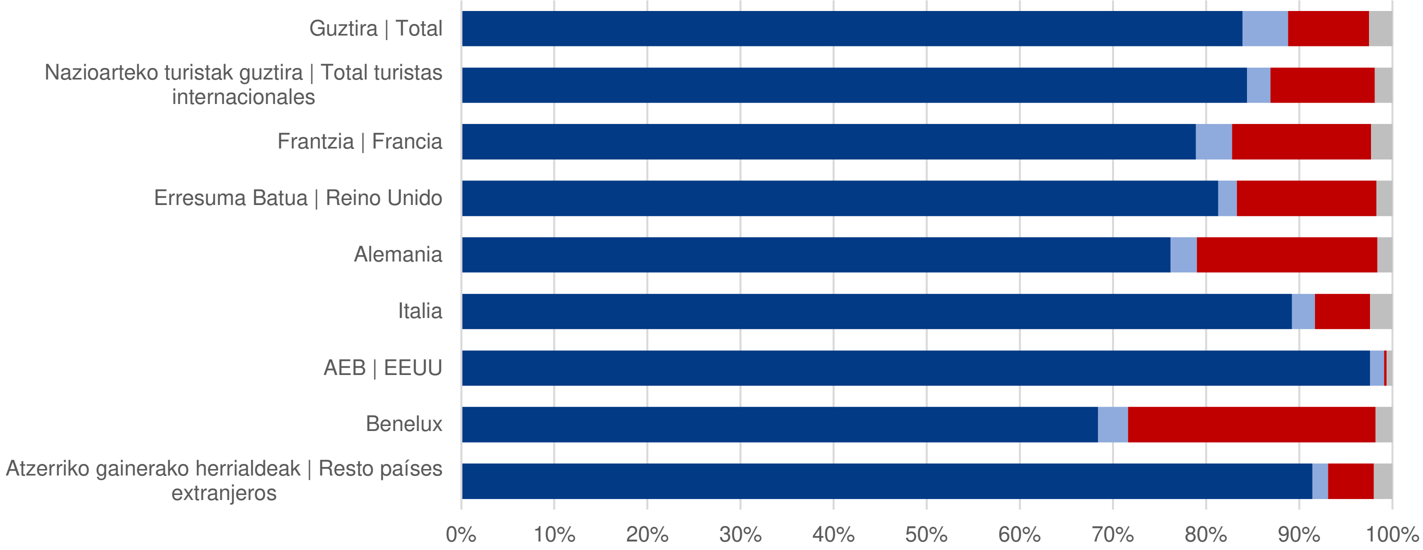
Gráfico 11E. Tipo de establecimiento donde se alojan las y los turistas en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.	Euskadi	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Katalunia | Cataluña	Andaluzia | Andalucía	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Turista nazionalak guztira | Total turistas nacionales	Guztira | Total
Hotelak | Hoteles	88,6%	72,1%	87,9%	80,7%	90,7%	81,9%	83,6%	84,0%
Landa-ostatuak | Alojamientos rurales	4,3%	11,5%	6,6%	7,4%	2,5%	5,5%	6,6%	4,9%
Kanpinak | Camping	4,1%	12,8%	3,0%	9,2%	3,9%	9,5%	6,8%	8,7%
Apartamentu turistikoak | Apartamentos turísticos	3,0%	3,6%	2,5%	2,7%	2,9%	3,2%	3,0%	2,5%

11I. grafikoa. Turistek Euskadin zer establezimendu-motatan hartzen duten ostatu, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 11I. Tipo de establecimiento donde se alojan las y los turistas en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros	Benelux	AEB | EEUU	Italia	Alemania	Erresuma Batua | Reino Unido	Frantzia | Francia	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Guztira | Total
Hotelak | Hoteles	91,4%	68,4%	97,6%	89,2%	76,2%	81,3%	78,9%	84,5%	84,0%
Landa-ostatuak | Alojamientos rurales	1,7%	3,2%	1,5%	2,5%	2,8%	2,0%	3,9%	2,5%	4,9%
Kanpinak | Camping	4,9%	26,6%	0,3%	5,9%	19,4%	15,0%	14,9%	11,2%	8,7%
Apartamentu turistikoak | Apartamentos turísticos	2,0%	1,8%	0,6%	2,4%	1,6%	1,7%	2,3%	1,9%	2,5%

Bidaiaren zirkuitua

Euskadi helmuga bakarra da estatuko eta barneko turisten % 90entzat. Andaluziatik etorritakoen kasuan % 83koa da portzentajea, eta Euskadin bizi direnen artean, berriz, ia % 99koa. Ehunekoa % 54raino jaisten da nazioarteko turismoari buruz hitz egiten dugunean. Nazioarteko turismoaren portaera aldatu egiten da jatorriko herrialdearen arabera. Hala, AEBetan bizi diren turista gehienek (% 58) zirkuitu bat egiten dute, aurreko eta ondorengo ostatu-gauekin, eta Euskadi bidaiako beste etapa bat baino ez da. Aitzitik, Frantziatik etorritako turisten % 76rentzat, Euskadi da beren bidaiaren helmuga bakarra.

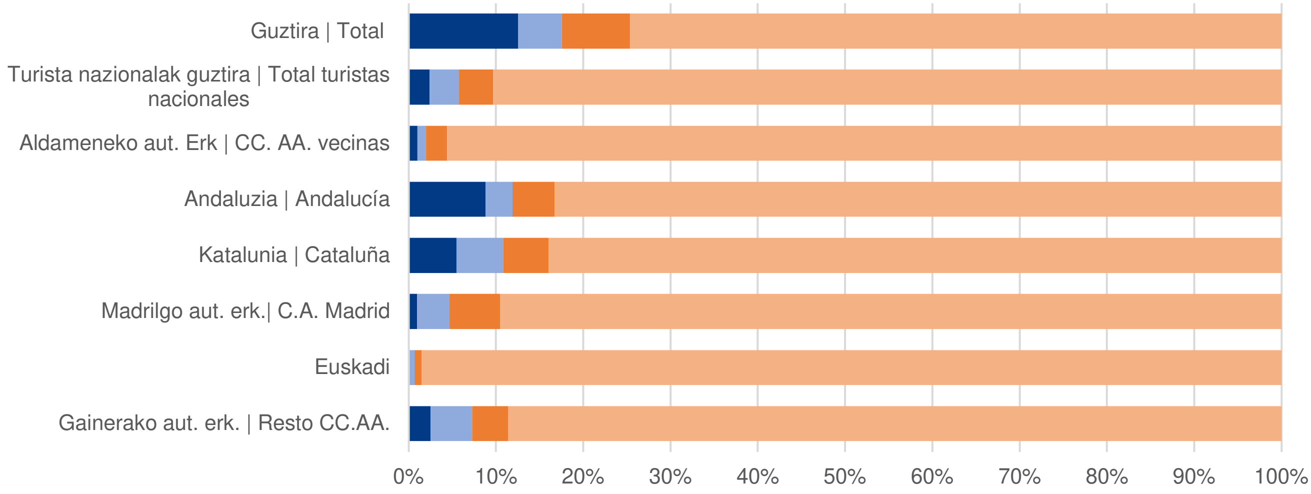
Bidaiaren zirkuituaren iraupena, Euskadi bisitatu aurreko eta ondorengo ostatu-gauak barne hartuta, Frantzian bizi diren turisten 5 egun eta AEBetatik etorritakoen ia 11 egun artekoa da.

El circuito del viaje

Euskadi es destino único para el 90% de las y los turistas estatales e internos. Las cifras oscilan entre el 83% de quienes proceden de Andalucía y casi el 99% de las y los residentes en Euskadi. Sin embargo, este porcentaje desciende hasta el 54% al hacer referencia al turismo internacional. El comportamiento del turismo internacional varía en función de su país de origen. Así, las y los turistas que residen en EE. UU realizan mayoritariamente (58%) un circuito con pernoctaciones previas y posteriores, siendo Euskadi una etapa más de su viaje. En el sentido contrario, para el 76% de las y los turistas que proceden de Francia Euskadi es el único destino de su viaje.

La duración del circuito del viaje, incluyendo las pernoctaciones anteriores y posteriores a la visita a Euskadi, comprende desde los 5 días de las y los turistas residentes en Francia, hasta los casi 11 días de quienes proceden de EE. UU.

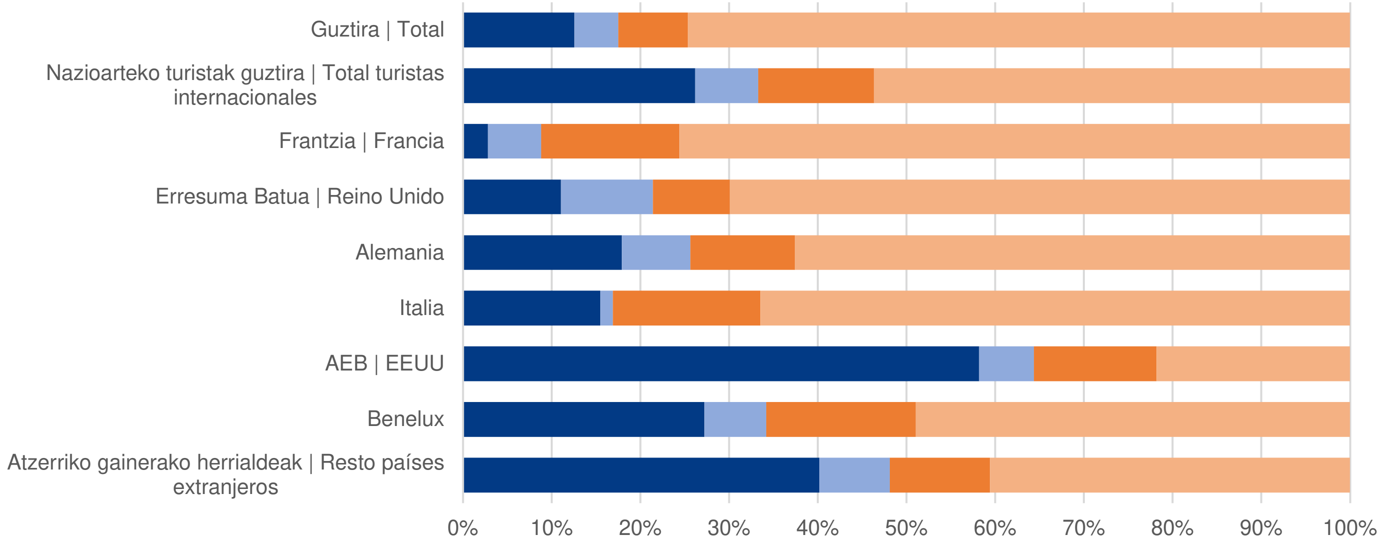
12E. grafikoa. Bidaiaren zirkuitua estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 12E. Circuito del viaje realizado según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.	Euskadi	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Katalunia | Cataluña	Andaluzia | Andalucía	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Turista nazionalak guztira | Total turistas nacionales	Guztira | Total
Euskadira joan aurreko eta ondorengo ostatu-gauekin | Con pernoctaciones previas y posteriores a Euskadi	2,5%	0,0%	1,0%	5,5%	8,8%	1,0%	2,4%	12,6%
Euskadira joan aurreko ostatu-gauekin bakarrik | Sólo con pernoctaciones previas a Euskadi	4,8%	0,7%	3,7%	5,4%	3,1%	1,0%	3,4%	5,0%
Euskadiren ondorengo ostatu-gauekin bakarrik | Sólo con pernoctaciones posteriores a Euskadi	4,1%	0,8%	5,8%	5,2%	4,9%	2,4%	3,9%	7,8%
Euskadi, norako bakarra | Euskadi, destino único	88,6%	98,5%	89,5%	84,0%	83,3%	95,6%	90,3%	74,7%

12I. grafikoa. Bidaiaren zirkuitua nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 12I. Circuito del viaje realizado según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros	Benelux	AEB | EEUU	Italia	Alemania	Erresuma Batua | Reino Unido	Frantzia | Francia	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales	Guztira | Total
Euskadira joan aurreko eta ondorengo ostatu-gauekin | Con pernoctaciones previas y posteriores a Euskadi	40,2%	27,2%	58,2%	15,5%	17,9%	11,1%	2,8%	26,2%	12,6%
Euskadira joan aurreko ostatu-gauekin bakarrik | Sólo con pernoctaciones previas a Euskadi	7,9%	7,0%	6,2%	1,4%	7,7%	10,3%	6,0%	7,1%	5,0%
Euskadiren ondorengo ostatu-gauekin bakarrik | Sólo con pernoctaciones posteriores a Euskadi	11,3%	16,8%	13,8%	16,7%	11,8%	8,7%	15,6%	13,1%	7,8%
Euskadi, norako bakarra | Euskadi, destino único	40,6%	48,9%	21,8%	66,4%	62,6%	69,9%	75,6%	53,6%	74,7%

Hurrengo tauletan, bidaiaren zirkuituak hasi eta amaitzen diren lekuak erakusten dira, garrantzitsuenak nabarmenduz, turisten jatorriaren arabera.

En las siguientes tablas se muestran los lugares donde se inician y finalizan los circuitos del viaje, resaltando los más relevantes, en función del lugar de procedencia de las y los turistas.

9E. taula. Euskadira iritsi aurretik turistek ostatu hartzen duten leku nagusiak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Aurretik ostatu-gauren bat egin duten turistak

Tabla 9E. Principales lugares donde pernoctan las y los turistas previamente a su llegada a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Base: Turistas que han realizado alguna pernoctación previa)

Euskadira iritsi aurretik ostatu hartutako lekuak Lugares de pernoctación previos a Euskadi	**Guztira** | **Total**	**Andaluzia**| **Andalucía**	**Katalunia**| **Cataluña**	**Madrilgo aut. erk.** | **C.A. Madrid**	**Euskadi**	**Aldameneko aut. Erk** | **CC. AA. vecinas**	**Gainerako aut. erk.** | **Resto CC.AA.**
Nafarroako Foru Erkidegoa | C.F. Navarra	**16,9**	6,4	23,3	16,1		48,9	12,9
Frantzia | Francia	**14,3**	8,6	4,3	8,8	56,9	14,0	25,3
Errioxa | La Rioja	**13,3**	9,7	28,2				10,3
Kantabria | Cantabria	**11,8**	22,6	8,2	23,9			7,1
Aragoi | Aragón	**9,3**		19,3	5,9			7,3
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**9,2**	1,1	6,8	22,2	6,5		8,9
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**8,6**	20,1			36,6	27,2	12,4
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**7,1**	8,5	1,9	13,5			9,1
Katalunia | Cataluña	**2,6**		3,6				4,3
Extremadura	**1,5**	12,4					
Valentziako Erkidegoa | C. Valenciana	**1,3**	7,8				9,9	

10E. taula. Euskadiko egonaldia amaitu ondoren turistek ostatu hartzen duten leku nagusiak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Ondoren ostatu-gauren bat egin duten turistak

Tabla 10E. Principales lugares donde pernoctan las y los turistas una vez finalizan su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Base: Turistas que han realizado alguna pernoctación posterior)

Euskadin egon ondoren ostatu hartutako lekuak Lugares de pernoctación posteriores a Euskadi	Guztira | Total	Andaluzia| Andalucía	Katalunia| Cataluña	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Euskadi	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.
Kantabria | Cantabria	**21,7**	9,1	25,4	33,1	29,0	27,3	13,3
Frantzia | Francia	**16,3**	21,9	8,1	20,3		5,6	22,0
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**13,8**	10,8	9,7	17,5		17,6	16,4
Nafarroako Foru Erkidegoa | C.F. Navarra	**12,7**	8,5	17,2	5,8		7,8	17,9
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**8,0**	11,5	12,3	6,7		8,8	4,1
Errioxa | La Rioja	**7,3**	8,3	9,2	7,2	6,0	9,3	4,9
Aragoi | Aragón	**4,1**	3,1	6,6	1,3			5,5
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**3,9**	12,7				11,8	5,3
Espainia, z.g. | España, s.e.	**2,2**		5,6	3,2			
Valentziako Erkidegoa | C. Valenciana	**2,0**	8,6				7,6	1,6
Katalunia | Cataluña	**1,6**		2,0		5,6		3,1
Galizia | Galicia	**1,5**		1,6	1,3		4,2	1,8
Gaztela Mantxa | Castilla-La Mancha	**1,1**	5,6		1,7			
Alemania	**1,1**						3,8

9I. taula. Euskadira iritsi aurretik turistek ostatu hartzen duten leku nagusiak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Aurretik ostatu-gauren bat egin duten turistak

Tabla 9I. Principales lugares donde pernoctan las y los turistas previamente a su llegada a Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Base: Turistas que han realizado alguna pernoctación previa)

Euskadira iritsi aurretik ostatu hartutako lekuak Lugares de pernoctación previos a Euskadi	Guztira | Total	Frantzia | Francia	Erresuma Batua | Reino Unido	Alemania	Italia	AEB | EE. UU.	Benelux	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Frantzia | Francia	**31,1**	49,0	57,5	69,0	49,3	28,8	85,8	8,7
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**21,7**	5,3	3,7	3,6		25,1		33,0
Katalunia | Cataluña	**16,8**	11,0	2,2	7,0	15,5	25,6	0,4	20,9
Kantabria | Cantabria	**7,2**	6,8	8,3	5,9	5,0	0,8	1,2	10,9
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**2,8**	0,9	3,7	1,8		3,7		3,5
Portugal	**2,8**	6,9		1,9		2,0	1,3	3,6
Galizia | Galicia	**2,5**	2,6		2,3		0,4	1,2	4,0
Aragoi | Aragón	**2,1**		10,4		3,0	4,1	3,7	0,5
Erresuma Batua | **Reino Unido**	**1,8**		2,1					3,3
Espainia, z.g. | España, s.e.	**1,6**	8,0			4,5		1,2	1,8
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**1,4**		4,3	5,8			0,2	1,3
Andaluzia| **Andalucía**	**1,4**	6,3	1,1	1,6		3,3	1,0	0,2
Alemania	**1,1**							2,3
Andorra	**1,1**					3,3		1,0
Nafarroako Foru Erkidegoa | C.F. Navarra	**1,0**	3,2	2,1		13,7		2,1	0,2

10I. taula. Euskadiko egonaldia amaitu ondoren turistek ostatu hartzen duten leku nagusiak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Ondoren ostatu-gauren bat egin duten turistak

Tabla 10I. Principales lugares donde pernoctan las y los turistas una vez finalizan su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Base: Turistas que han realizado alguna pernoctación posterior)

Euskadin egon ondoren ostatu hartutako lekuak Lugares de pernoctación posteriores a Euskadi	Guztira | Total	Frantzia | Francia	Erresuma Batua | Reino Unido	Alemania	Italia	AEB | EE. UU.	Benelux	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros
Frantzia | Francia	**19,1**	23,8	24,6	27,9	39,7	7,3	24,5	17,1
Kantabria | Cantabria	**17,5**	6,8	23,9	21,0	23,5	14,1	28,9	16,6
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**14,9**	3,5	9,4	4,0	9,9	16,6	7,1	21,6
C.F. Navarra	**8,7**	21,3		1,1	2,6	21,7	2,5	5,3
Katalunia | Cataluña	**8,4**		8,8	5,6	7,8	13,8	5,6	9,4
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**4,4**	8,2		6,8	12,7	4,3	5,6	2,5
Portugal	**4,2**	12,2		4,7		6,8	3,1	2,5
Espainia, z.g. | España, s.e.	**4,1**	3,4	9,5	5,9		2,6	6,0	4,0
Andaluzia| **Andalucía**	**3,9**	7,9	5,0	5,1	0,1	5,7	2,2	2,7
Errioxa | La Rioja	**3,6**		0,6	5,7	1,4	2,7	1,7	5,4
Galizia | Galicia	**2,6**	4,5					4,9	3,6
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**2,1**	0,7	4,1	10,1			1,5	1,9
Aragoi | Aragón	**1,5**	1,3	4,5			1,9	1,3	1,6

Bidaiako ostatu-gauak

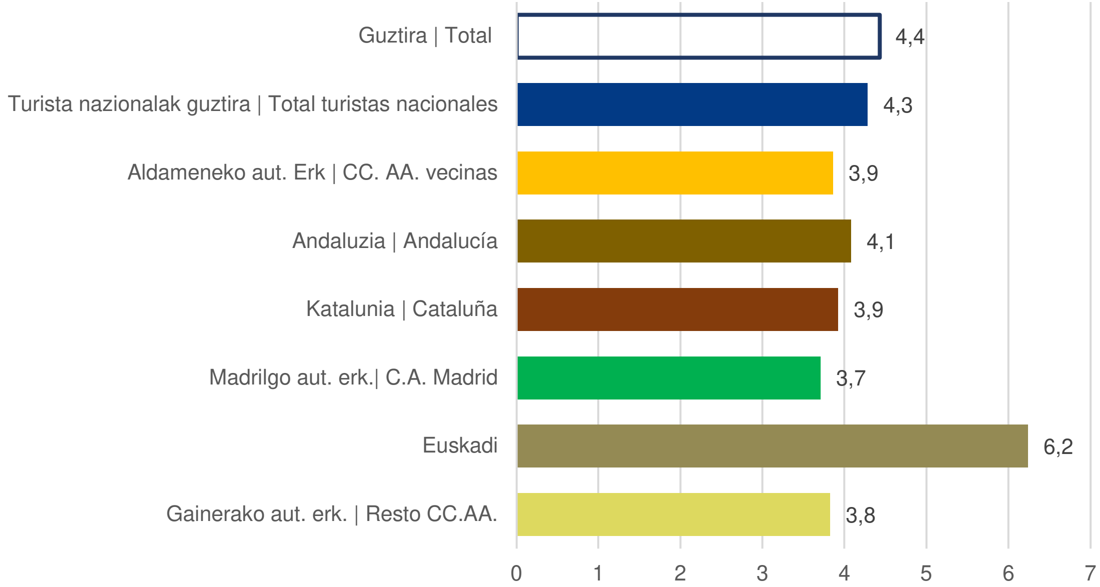
Euskadiko egonaldiaren batez besteko iraupena 4 egunekoa da estatuko turistentzat, haien jatorria edozein dela ere, eta 6 egun pasatxokoa Euskadin bizi direnentzat.

Las pernoctaciones del viaje

La duración media de la estancia en Euskadi para las y los turistas estatales, independientemente de su procedencia, es de 4 días ascendiendo a algo más de 6 días para las y los residentes en Euskadi.

13E. grafikoa. Euskadin egindako ostatu-gauen batezbestekoa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

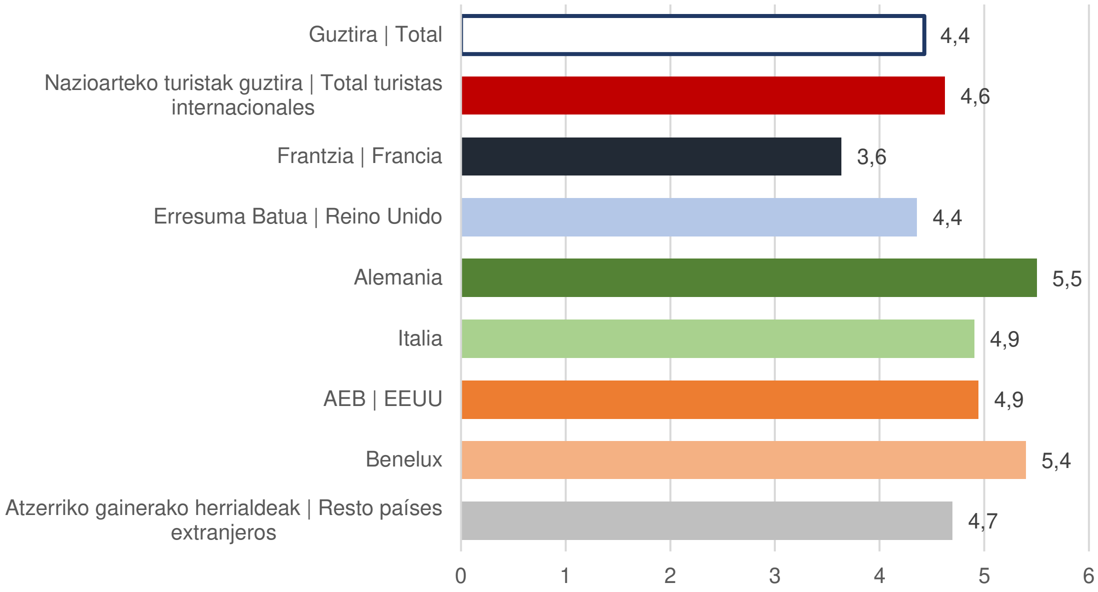
Gráfico 13E. Media de pernoctaciones realizadas en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko turisten artean, egonaldi luzeenak Alemaniatik eta Beneluxetik etorritakoek egiten dituzte. Egonaldi laburrena, aldiz, Frantziatik etorritakoek egiten dute.

Entre las y los turistas internacionales, las estancias más largas en Euskadi las realizan quienes proceden de Alemania y Benelux. La estancia más corta es la realizada por las y los residentes en Francia.

13I. grafikoa. Euskadin egindako ostatu-gauen batezbestekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 13I. Media de pernoctaciones realizadas en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Helmugako informazio-premia eta sare sozialen erabilera

Helmuga bat sustatzen hobekien laguntzen duen zerbitzu osagarrietako bat bisitatzen dutenek bertako agenteetako baten bitartez jasotzen duten informazio turistikoa da: turismo-bulegoak, ostatuak, zerbitzu publikoetako langileak edo Internet.

Turismo-informazioak helmugak eskaintzen dituen baliabide, produktu eta zerbitzuen eskaintzaren berri ematen die bisitariei eta, orientazio horren bidez, portaera jakin batzuk zehaztu ditzakete.

Batez beste, estatuko turisten % 37k informazio osagarria behar izaten du Euskadin dagoen bitartean. Kopuru hori nabarmen aldatzen da turisten jatorriaren arabera eta, nola ez, helmugari buruzko ezagutza-mailaren arabera. Hain zuzen ere, Euskadin bizi direnen artean, % 8k soilik adierazi du nolabaiteko informazioa behar izan duela eta, Andaluziatik etorritakoen artean, berriz, % 61ek adierazi du informazio hori behar izan duela.

Estatuko eta barneko turisten jatorria alde batera utzita, gaua igarotzeko establezimenduak informazio-iturri nagusi bihurtzen dira bertako langileek eskaintzen dituzten orientazioen bitartez. Jarraian, turismo-bulegoak eta internet datoz.

Necesidad de información en destino y uso de redes sociales

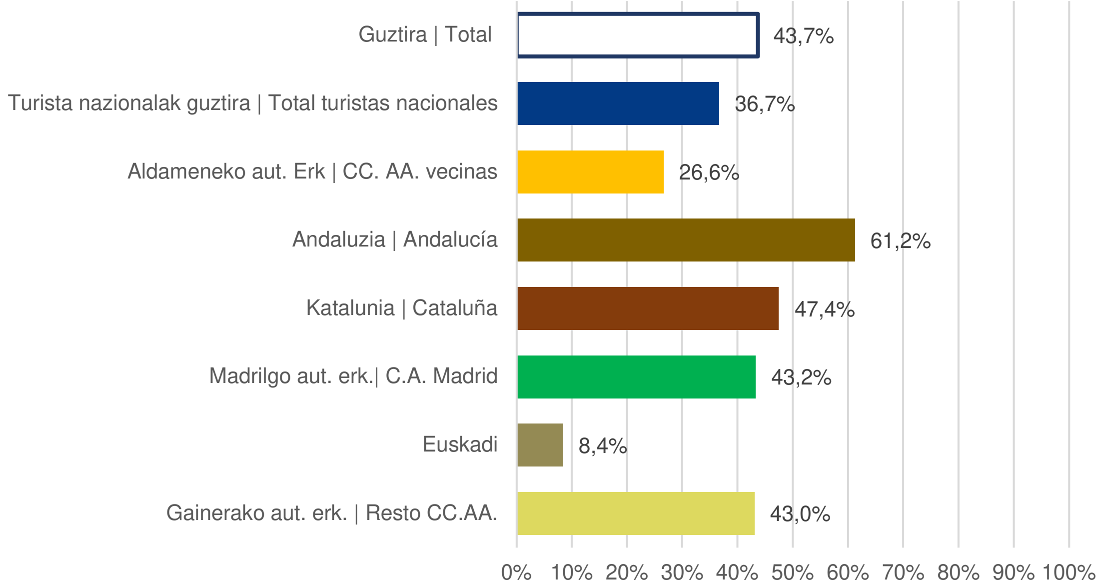
Uno de los servicios complementarios de un destino que mejor contribuye a su promoción es la información turística que reciben quienes lo visitan a través de alguno de sus agentes: oficinas de turismo, alojamientos, personal de servicios públicos o internet.

La información turística pone en conocimiento de las y los visitantes la oferta de recursos, productos y servicios que ofrece el destino y, a través de esa orientación, puede determinar ciertos comportamientos.

Por término medio, el 37% de las y los turistas estatales han necesitado información complementaria durante su estancia en Euskadi. Esta cifra varía notablemente en función de la procedencia de las y los turistas y, cómo no, de la familiaridad con el destino. En efecto, entre las y los residentes en Euskadi tan sólo el 8% manifiestan haber necesitado algún tipo de información; mientras que el 61% de quienes proceden de Andalucía afirman que las han necesitado.

Independientemente de la procedencia de las y los turistas estatales e internos, los establecimientos de pernoctación se convierten en la primera fuente de información a través de las orientaciones que ofrece su personal. Le siguen en importancia las oficinas de turismo e internet.

14E. grafikoa. Helmugan informazio osagarria behar izan duten turisten ehunekoa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019.
Gráfico 14E. Porcentaje de turistas que han necesitado información complementaria en destino según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019.



11E. taula. Turistek helmugan informazioa lortzeko erabilitako bitartekoak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: helmugan informazio osagarria behar izan duten turistak
Tabla 11E. Medios utilizados por las y los turistas para conseguir la información en destino según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han necesitado información complementaria en destino

	Guztira | Total	Turista nazionalak guztira | Total turistas estatales	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	Andaluzia | Andalucía	Katalunia| Cataluña	Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	Euskadi	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.
Gaua igarotzeko-establezimendua | Establecimiento de pernoctación	**86,0**	**88,1**	96,4	79,7	87,5	89,8	84,1	88,3
Turismo bulegoa | Oficina de Turismo	**27,7**	**20,3**	14,0	27,2	18,5	22,2	13,5	20,1
Internet	**12,9**	**14,1**	11,1	9,3	15,5	16,2	16,3	13,4
Zerbitzu Publikoetako langileak | Personal de Servicios Públicos	**1,8**	**2,3**	4,0	5,4	2,9	1,5		1,5

Nazioarteko turisten erdiak baino gehiagok behar izan dute informazioa helmugan.

AEBetan bizi direnek gainerako turistek baino premia txikiagoa izan dutela adierazi dute (% 44); Italiatik etorritakoek, bestalde, hainbat bitartekoren bidez eskatu dutela adierazi dute (% 74).

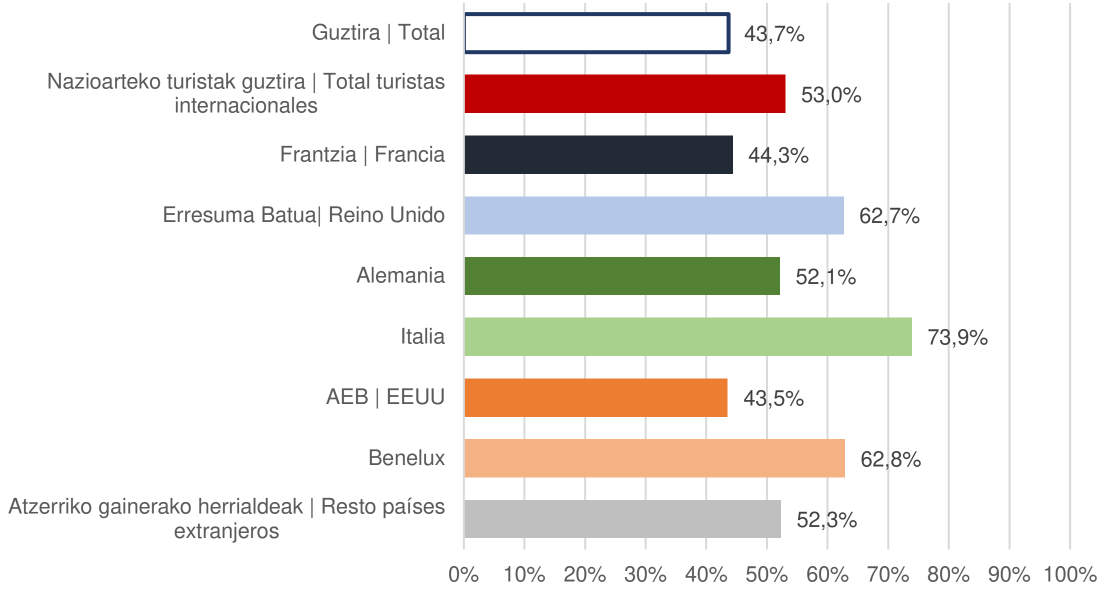
Estatuko eta barneko turistek bide berberak erabiltzen dituzte; hala ere, nabarmentzekoa da turismo-bulegoak informazio-iturri gisa gehiago erabiltzen dituztela, batez ere, Erresuma Batuan eta AEBetan bizi direnek.

Algo más de la mitad de las y los turistas internacionales han necesitado información en destino.

Las y los residentes en EE. UU. declaran una menor necesidad (44%) que el resto de las y los turistas; mientras que el 74% de quienes proceden de Italia manifiestan haberla solicitado a través de diferentes medios.

Las vías utilizadas son las mismas que manejan las y los turistas estatales e internos; aunque cabe destacar el mayor uso que hacen de las oficinas de turismo como fuentes de información, sobre todo, quienes residen en Reino Unido y EE. UU.

14I. grafikoa. Helmugan informazio osagarria behar izan duten turisten ehunekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019.
Gráfico 14I. Porcentaje de turistas que han necesitado información complementaria en destino según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019.



11I. taula. Turistek helmugan informazioa lortzeko erabilitako bitartekoak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: helmugan informazio osagarria behar izan duten turistak
Tabla 11I. Medios utilizados por las y los turistas para conseguir la información en destino según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han necesitado información complementaria en destino

	Guztira | Total	**Nazioarteko turistak guztira** | Total turistas internacionales	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Gaua igarotzeko-establezimendua | Establecimiento de pernoctación	**86,0**	**84,1**	84,1	80,8	84,2	89,8	84,0	87,3	82,9
Turismo bulegoa | Oficina de Turismo	**27,7**	**34,6**	34,6	45,1	33,8	32,4	42,4	32,5	30,6
Internet	**12,9**	**11,9**	13,1	10,2	9,5	8,0	12,9	8,0	14,4
Zerbitzu Publikoetako langileak | Personal de Servicios Públicos	**1,8**	**1,4**	2,3	0,9	1,7	1,0		0,5	1,6

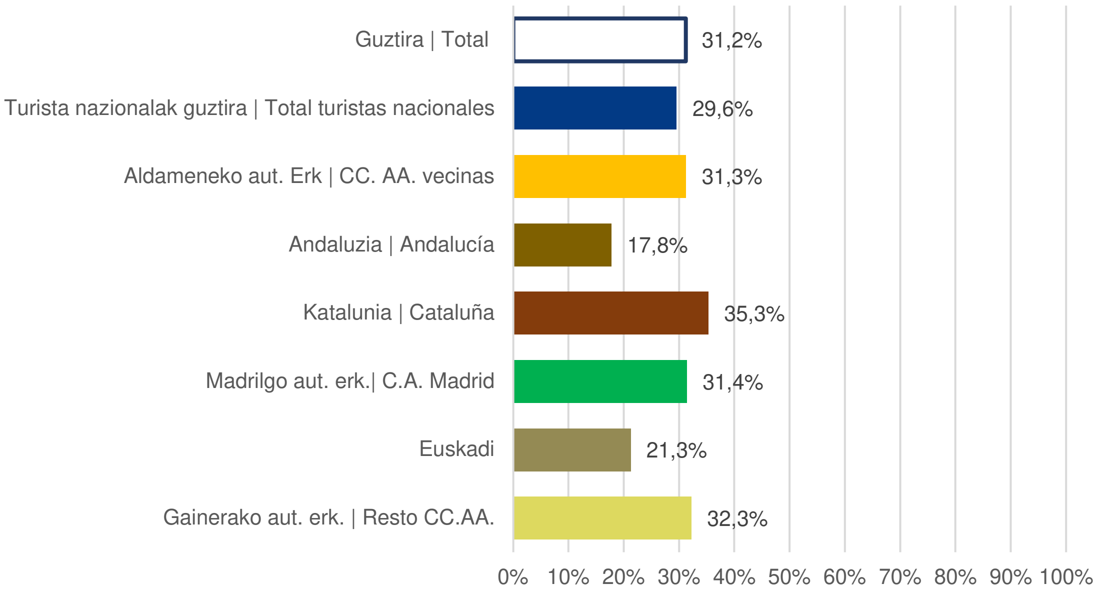
Azken urte hauetan, helmugako turismo-informazioak lotura estua du sare sozialak erabiltzearekin, esaterako, helmugako argazkiak partekatzeko, zerbitzuak kalifikatzeko, iruzkinak argitaratzeko, informazioa bilatzeko eta abarretarako.

Euskadin ostatu hartzen duten estatuko eta barneko turisten ia % 30ek sare sozialak erabiltzen ditu. Sare sozialetan gutxien parte hartzen dutela adierazten dutenak Andaluzian eta Euskadin bizi direnak dira (% 18 eta % 21, hurrenez hurren), eta gehien parte hartzen dutela adierazten dutenak Kataluniatik etorritakoak (% 35). Facebook, Instagram eta Twitter dira, hurrenkera horretan, gehien erabiltzen direnak.

En los últimos años la información turística en destino está intrínsecamente ligada al uso de las redes sociales con finalidades como compartir fotos del destino, calificar servicios, publicar comentarios, buscar información etc.

Casi un 30% de las y los turistas estatales e internos que se alojan en Euskadi hacen uso de las redes. La menor participación en redes se revela entre quienes residen en Andalucía y en Euskadi (18% y 21% respectivamente) y la más alta entre las y los procedentes de Cataluña (35%). Facebook, Instagram y Twitter son, en este orden, las más manejadas.

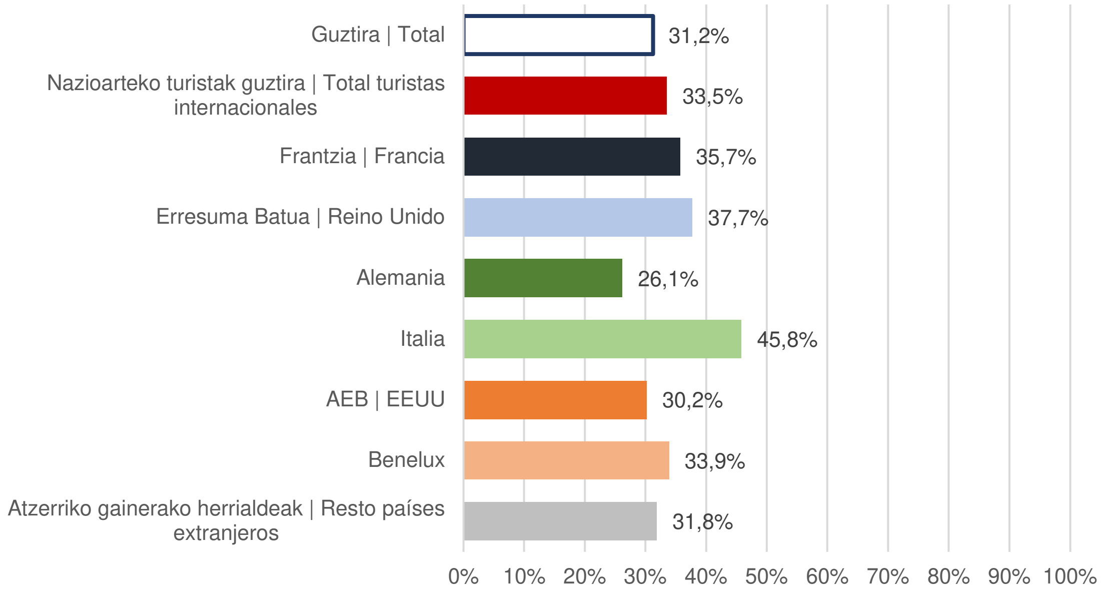
15E. grafikoa. Sare sozialen erabilera-tasa, helburu turistikoei lotua, Euskadiko egonaldian zehar, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 15E. Tasa de uso de las redes sociales con finalidad turística durante su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko turisten herenak baino zerbait gehiagok sare sozialak helburu turistikoetarako erabiltzen dituzte Euskadin dauden bitartean. Turista aktiboenen artean Italiatik etorritakoak daude (% 46), eta AEBetakoak dira gutxien erabiltzen dituztenak (% 30). Estatuko eta barneko turisten artean gertatzen den bezala, Facebook, Instagram eta Twitter dira, hurrenkera horretan, gehien erabiltzen direnak.

Algo más de una tercera parte de las y los turistas internacionales usan las redes sociales durante su estancia en Euskadi con finalidad turística. Entre las y los turistas más activos se encuentran quienes proceden de Italia (46%), siendo las y los residentes en EE. UU. quienes hacen un menor uso de ellas (30%). Al igual que sucede entre las y los turistas estatales e internos, Facebook, Instagram y Twitter son en este orden las redes más manejadas.

15I. grafikoa. Sare sozialen erabilera-tasa, helburu turistikoei lotua, Euskadiko egonaldian zehar, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 15I. Tasa de uso de las redes sociales con finalidad turística durante su estancia en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



2.- EUSKADIRA ETORTZEN DIREN TURISTEK EGINDAKO JARDUERAK ETA BISITATUTAKO LEKUAK

Turistek helmuga turistiko batean egiten dituzten jarduerek zehatz-mehatz islatzen dituzte bisitaren arrazoi nagusiak.

Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen direnek gehien egiten dituzten jarduerak, dudarik gabe, hiriko turismoarekin eta gastronomiarekin lotutakoak dira, horien alderdi guztietan: pintxoak jatea, jatetxeetara joatea, produktu gastronomikoak erostea, etab. Bi jarduera horiek oso garrantzitsuak dira estatuko eta barneko turisten artean nahiz nazioarteko turisten artean.

Estatuko eta barneko jatorriaren ikuspegitik, zenbait ñabardura aipatu behar dira. Hala, Andaluziatik eta Kataluniatik etorritakoek ibilbide turistikoak egitea aukeratzen dute, eta Madrilgo Autonomia Erkidegoan eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi direnek, aldiz, turismo kulturaleko jarduerak aukeratzen dituzte. Aitzitik, Euskadin bizi direnentzat garrantzitsuak dira naturako atseden-jarduerak. Eta inguruko erkidegoetatik etortzen direnek, berriz, nahiago dituzte kostaldeko turismoarekin lotutako jarduerak.

Estatuko eta barneko turistek ostatu hartzen duten udalerrian dauden bitartean gehien bisitatzen dituzten lekuak eta baliabideak bertan ibiltzearekin eta hirigune historikoa ikustearekin lotutakoak dira. Horiez gain, herriko ondarea lehentasunezko baliabideetako bat da Kataluniatik eta Madrilgo Autonomia Erkidegotik etortzen direnen artean, eta hondartzako paseoak eta egonaldiak Euskadin bizi direnen artean.

Ostatu hartzen duten lekutik kanpora egiten dituzten irteerak beste herri batzuetan paseatzeko eta herri horietako ondarea, hirigune historikoak eta museoak bisitatzeko egiten dituzte.

2.- ACTIVIDADES PRACTICADAS Y LUGARES VISITADOS POR LAS Y LOS TURISTAS EN EUSKADI

Las actividades que las y los turistas realizan durante su estancia en un destino turístico reflejan fielmente los motivos principales de la visita.

Indiscutiblemente, las actividades que en mayor medida realizan las personas que visitan Euskadi por motivos de ocio son las relacionadas con el turismo de ciudad y con la gastronomía en todas sus vertientes: ir de pintxos, comer en restaurantes, adquirir productos gastronómicos etc. Ambas están significativamente presentes en todas las procedencias tanto de las y los turistas estatales e internos como entre las y los internacionales.

Ahora bien, en concreto desde la perspectiva del origen estatal e interno hay ciertos matices que conviene señalar. Así, mientras que quienes proceden de Andalucía y Cataluña se decantan en mayor medida por la realización de rutas turísticas, quienes residen en la C.A. de Madrid y en el resto de las comunidades autónomas optan por actividades de turismo cultural. Por el contrario, son importantes para las y los residentes en Euskadi las actividades de descanso en la naturaleza. Y quienes proceden de comunidades vecinas prefieren las actividades relacionadas con el turismo costero.

Los lugares y recursos más visitados por las y los turistas estatales e internos durante su estancia en el municipio donde se alojan son principalmente los relacionados con dar paseos por las localidades y visitar sus cascos históricos. Además de estos, el patrimonio de la localidad es uno de los recursos preferentes entre quienes proceden de Cataluña y la C.A. de Madrid y los paseos y estancias en la playa entre las y los turistas residentes en Euskadi.

Las salidas fuera del lugar donde se encuentran alojados las realizan para pasear por otras localidades, visitar su patrimonio, sus cascos históricos y sus museos.

12E. taula. Turistek egindako jarduerak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Tabla 12E. Actividades realizadas por las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Egindako jarduerak **Actividades realizadas**	**Guztira | Total**	**Turista nazionalak guztira | Total turistas estatales**	**Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas**	**Andaluzia | Andalucía**	**Katalunia| Cataluña**	**Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid**	**Euskadi**	**Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.**
Gastronomiari lotutako jarduerak | Actividades relacionadas con la gastronomía	**87,5**	**84,4**	81,4	95,5	91,5	90,8	63,6	88,3
Hiriko turismoa | Turismo en la ciudad	**79,0**	**73,1**	67,3	89,0	81,5	79,7	48,5	78,6
Turismo kulturala | Turismo cultural	**62,9**	**54,2**	45,1	71,1	62,8	64,6	20,9	63,5
Ibilbide turistikoak | Rutas turísticas	**60,8**	**54,4**	46,5	72,7	67,5	62,1	22,2	61,7
Kostaldeko turismoa | Turismo costero	**58,9**	**51,9**	55,6	63,8	62,0	53,9	29,7	55,4
Beste jarduera batzuk (erosketak, bainu-etxeak, …) | Otras actividades (compras, balnearios, …)	**35,5**	**33,2**	27,6	33,2	32,6	39,8	28,1	34,3
Naturan atsedena hartzeko jarduerak | Actividades de descanso en la naturaleza	**23,3**	**27,4**	36,9	22,5	25,1	23,6	40,3	20,3
Turismo aktiboa | Turismo activo, actividades	**19,8**	**20,1**	16,7	15,6	26,2	18,5	21,7	19,2
Ikuskizunak | Espectáculos	**5,1**	**6,3**	4,5	5,4	6,7	8,4	3,3	7,2
Jaiari lotutako jarduerak | Actividades lúdico-festivas	**2,4**	**2,2**	4,8	4,8	1,9	1,1	2,7	1,2

Turismo kulturaleko jarduerek garrantzi handia dute nazioarteko turista gehienen artean. Batik bat Alemanian bizi direnen artean oso esanguratsuak dira kostaldeko turismoarekin lotutakoak ere.

Ostatu hartzen duten udalerrian dauden bitartean turistek gehien bisitatzen dituzten leku eta baliabideei dagokienez, ez dago ñabardurarik nazioarteko merkaturako. Jatorria alde batera utzita, herrietan zehar ibiltzea eta herrigune historikoak eta museoak bisitatzea aukeratzen dute.
Nazioarteko turistak ostatu hartu duten lekutik kanpora joaten direnean, gehienak herri batzuk oinez ezagutzeko, ondarea ikusteko eta hondartzan paseoak edo egonaldiak egiteko joaten dira.

Las actividades de turismo cultural cobran gran importancia entre la mayoría de las y los turistas internacionales. Entre las y los residentes en Alemania, sobre todo, son a su vez significativas las relacionadas con el turismo costero.

Con relación a los lugares y recursos más visitados por las y los turistas durante su estancia en el municipio donde se alojan, no existen matices para el mercado internacional. Independientemente de su procedencia eligen los paseos por las localidades y las visitas a su cascos históricos y museos.
Cuando las y los turistas internacionales hacen salidas fuera del lugar donde están alojados lo hacen mayoritariamente para conocer otras localidades paseando por ellas, visitando su patrimonio y realizando paseos y estancias en la playa.

12I. taula. Turistek egindako jarduerak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Tabla 12I. Actividades realizadas por las y los turistas según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Egindako jarduerak **Actividades realizadas**	**Guztira | Total**	**Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales**	**Frantzia | Francia**	**Erresuma Batua | Reino Unido**	**Alemania**	**Italia**	**AEB | EE. UU.**	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros**
Gastronomiari lotutako jarduerak | Actividades relacionadas con la gastronomía	**87,5**	**91,7**	89,7	92,4	87,0	98,5	99,0	88,2	92,0
Hiriko turismoa | Turismo en la ciudad	**79,0**	**86,9**	75,5	88,9	83,6	94,1	94,0	81,0	92,8
Turismo kulturala | Turismo cultural	**62,9**	**74,6**	59,8	73,7	72,7	87,7	85,0	74,4	79,6
Ibilbide turistikoak | Rutas turísticas	**60,8**	**69,4**	53,1	68,8	72,3	83,7	76,3	71,4	73,9
Kostaldeko turismoa | Turismo costero	**58,9**	**68,2**	53,6	60,7	80,1	73,8	76,9	72,8	71,2
Beste jarduera batzuk (erosketak, bainu-etxeak, …) | Otras actividades (compras, balnearios, …)	**35,5**	**38,4**	29,5	28,9	42,8	37,8	58,2	40,2	39,6
Naturan atsedena hartzeko jarduerak | Actividades de descanso en la naturaleza	**23,3**	**17,7**	20,9	13,4	21,8	11,1	11,3	29,8	15,3
Turismo aktiboa | Turismo activo, actividades	**19,8**	**19,5**	18,5	14,0	19,7	19,1	30,4	29,6	15,8
Ikuskizunak | Espectáculos	**5,1**	**3,5**	5,6	3,9	2,8	3,2		4,7	3,1
Jaiari lotutako jarduerak | Actividades lúdico-festivas	**2,4**	**2,6**	1,9	4,8	2,4	14,9	1,4	2,2	0,9

Jarraian, emandako datuak behar bezala interpretatzeko, komeni da adieraztea hurrengo ataletan aurkeztutako zifrak turistek egindako jardueren eta bisiten kopuruarekin datozela bat, eta ez horiek egiten dituzten turisten kopuruarekin.

Para una correcta interpretación de los datos ofrecidos a continuación, conviene señalar que las cifras presentadas en los siguientes apartados se corresponden con el **número de actividades y visitas** realizadas por las y los turistas y no con el número de turistas que las realizan.

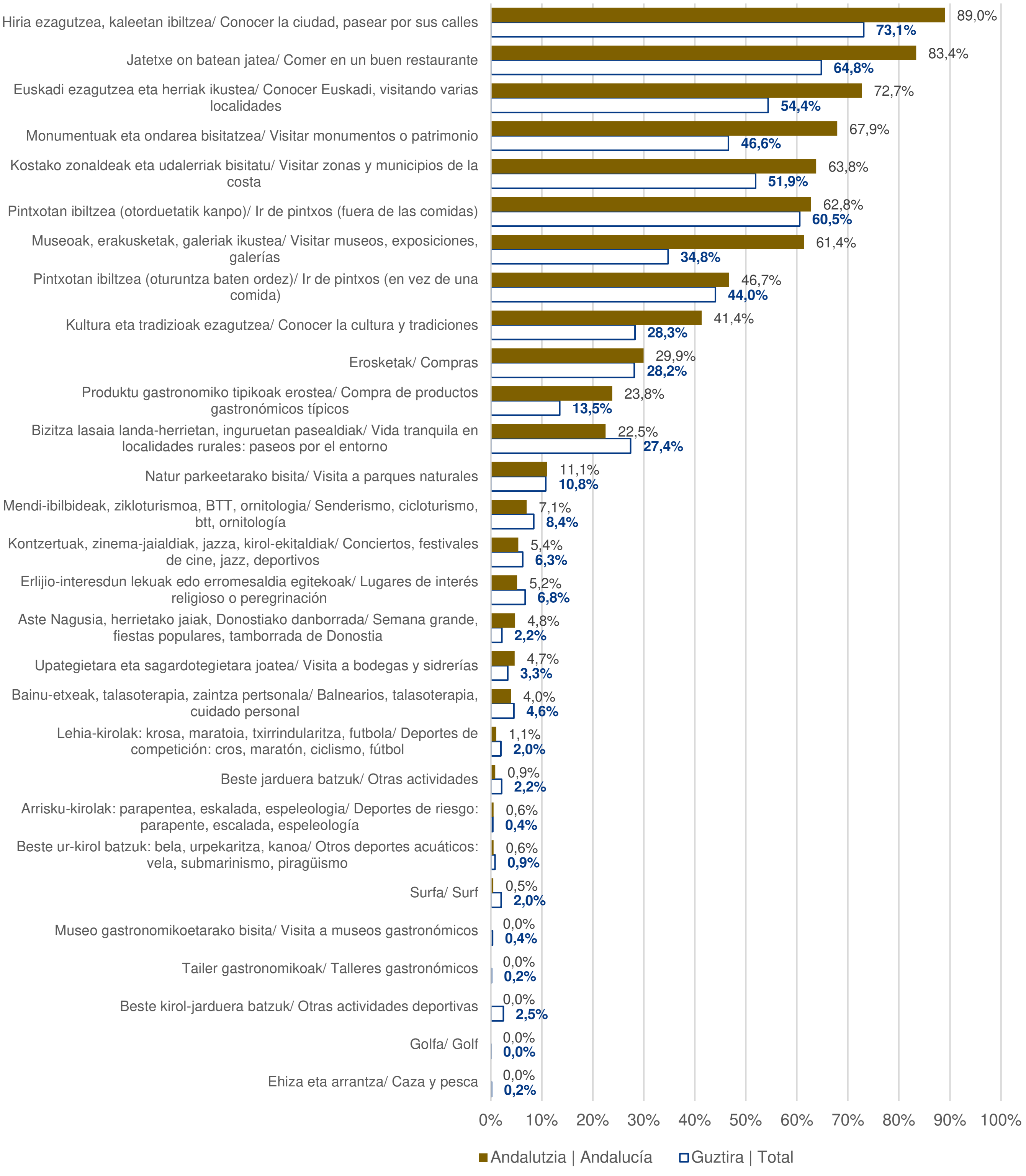
2.1.- Andaluzian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Andaluzian bizi diren turistek, Euskadin egoten diren bitartean, estatuko beste leku batzuetatik etorritakoek baino gehiago aukeratzen dute hiriko turismoa, jatetxe onetan jatea, Euskadin barrena ibilbideak egitea, kostaldeko guneak eta udalerriak ikustea, museoak, erakusketak eta galeriak bisitatzea eta produktu gastronomiko tipikoak erostea.
Estatuko turista aktiboenak dira, eta 7 jarduera ere egiten dituzte. Ostatu hartzen duten udalerrian gehien bisitatzen dituzten lekuen artean daude honako hauek: Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa eta Artxanda mendia. Ostatu hartuta dauden tokitik ateratzen direnean, batez ere kostaldeko udalerriak bisitatzera joaten dira: Donostia eta Gaztelugatxe. Bilbo, Donostia, Bermeo, Getxo eta Portugalete dira udalerririk bisitatuenak.

2.1.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Andalucía

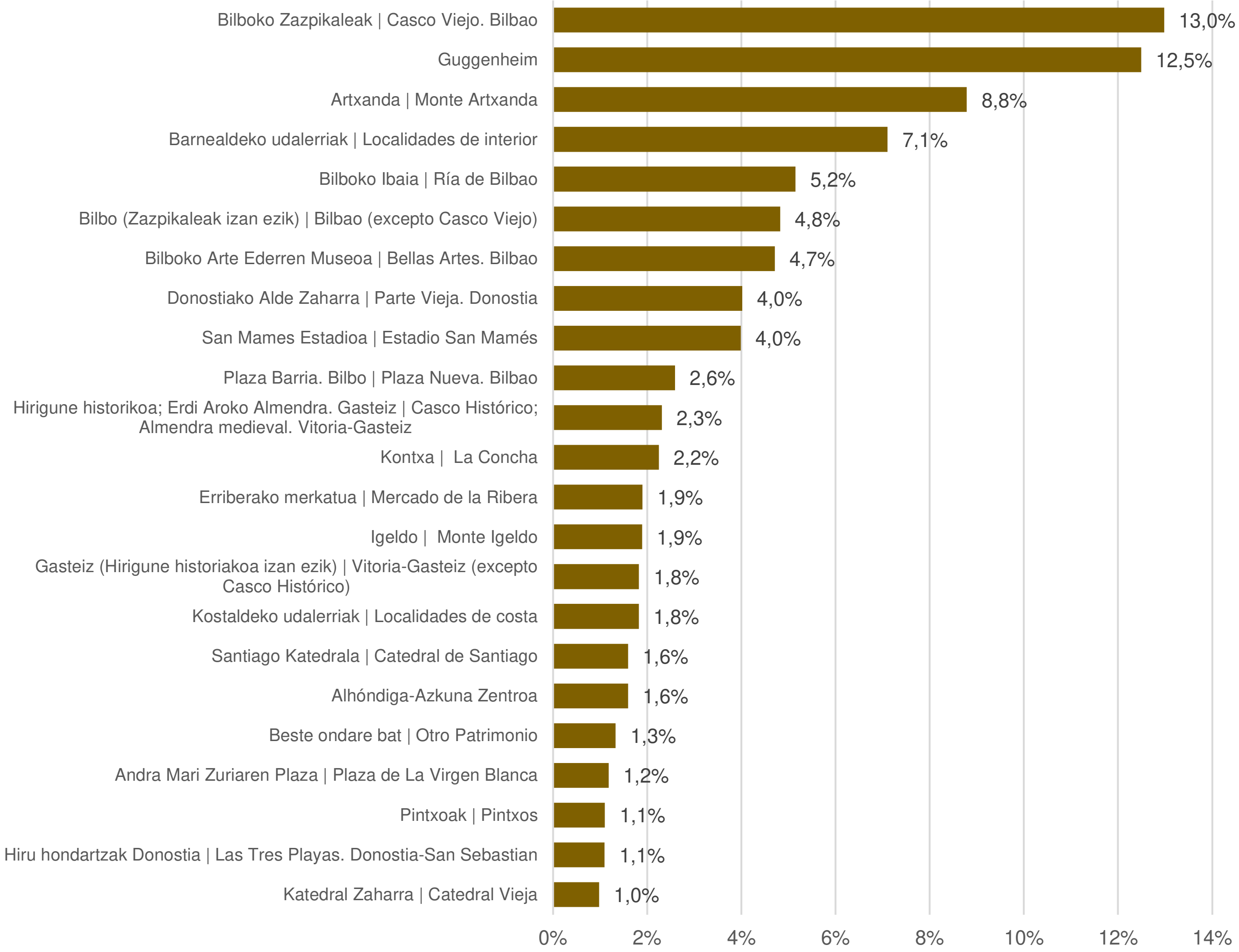
Las y los turistas residentes en **Andalucía** disfrutan durante su estancia en Euskadi, en mayor medida que otras procedencias del turismo estatal, de las actividades relacionadas con el turismo de ciudad, con comer en buenos restaurantes, hacer rutas por Euskadi, visitar zonas y municipios de la costa, visitar museos, exposiciones y galerías, así como de la compra de productos gastronómicos típicos.
Son los turistas estatales más activos, realizando hasta 7 actividades durante su estancia. Entre los lugares más visitados dentro de la localidad donde se alojan están: el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim y el Monte Artxanda. Cuando salen de la localidad donde pernoctan lo hacen para visitar preferentemente localidades de costa, Donostia / San Sebastián y San Juan de Gaztelugatxe. Los municipios más visitados son: Bilbao, Donostia / San Sebastián, Bermeo, Getxo y Portugalete.

21AE. grafikoa. Andaluzian bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 21AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Andalucía comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



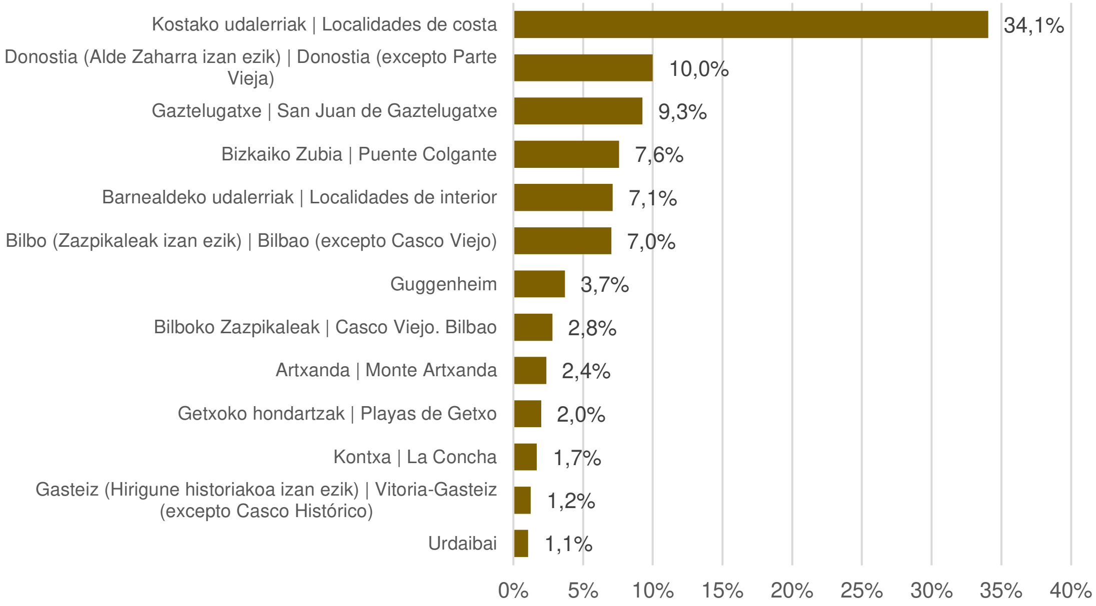
21BE. grafikoa. Andaluzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 21BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Andalucía durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



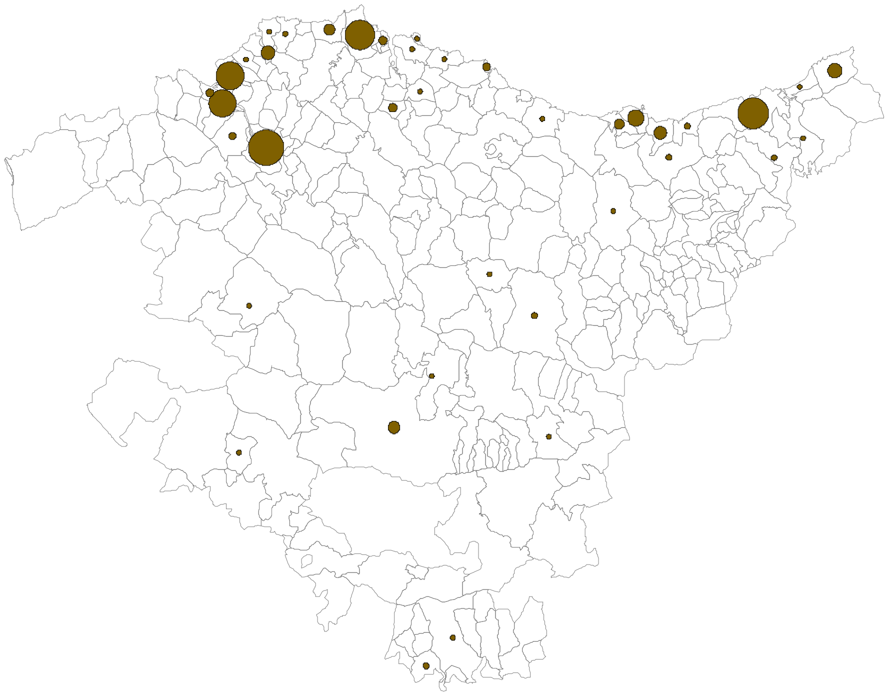
21CE. grafikoa. Andaluzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 21CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Andalucía, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



1E mapa. Andaluzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 1E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Andalucía, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.2.- Katalunian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

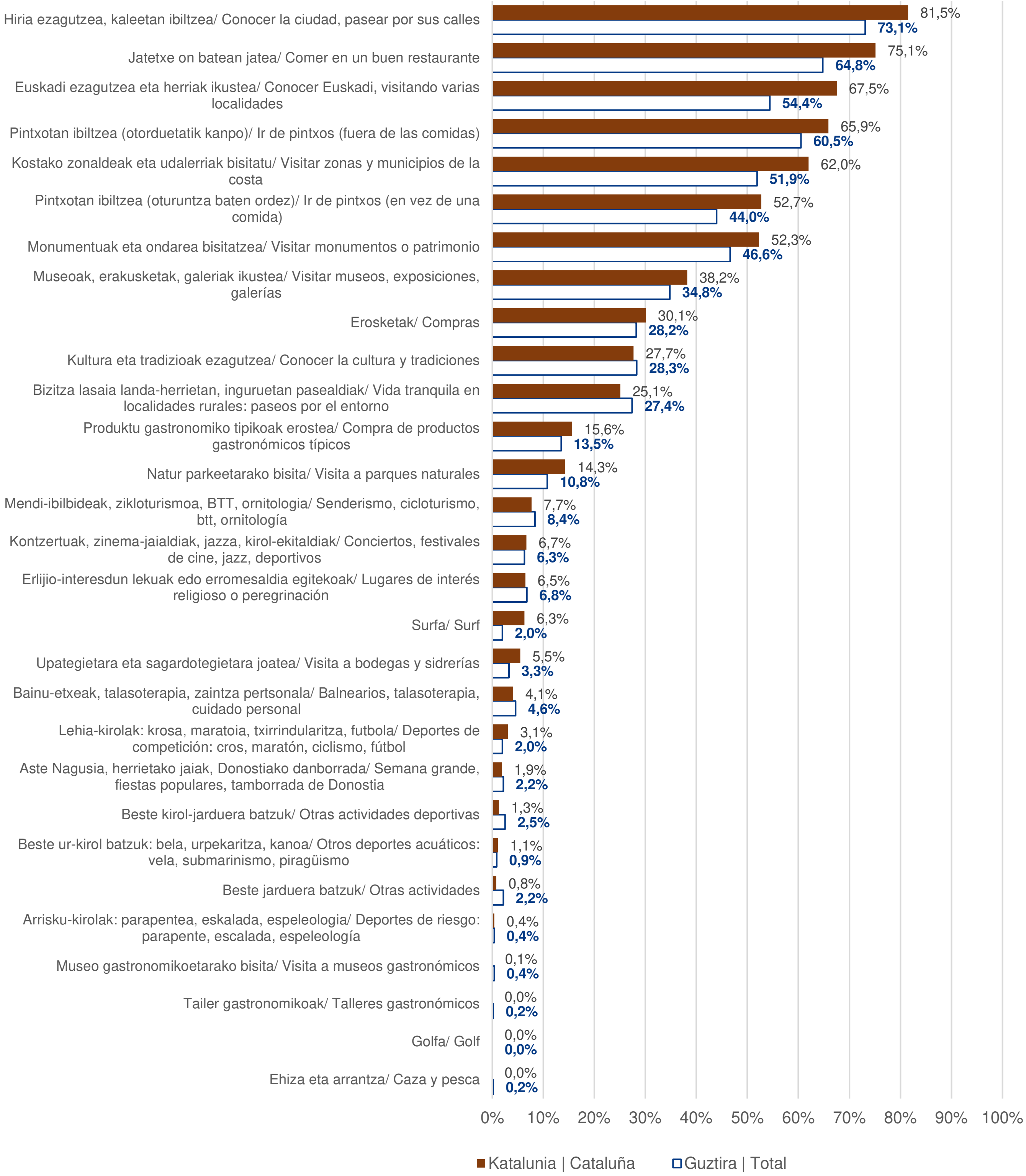
Katalunian bizi direnen artean, estatuko gainerako turistekin partekatutako jarduera nagusiez gain, beste jarduera gastronomiko batzuk ere nabarmentzen dira: esaterako, *bazkaltzera joan beharrean, pintxoak jatea.* Estatuko beste jatorri batzuetakoek baino gehiago egiten dituzte jarduera minoritarioagoak, hala nola parke naturaletara joatea, surfa edo uretako beste kirol batzuk egitea edo upategiak eta sagardotegiak bisitatzea. Turista aktiboak ere badira, eta ia 7 jarduera egiten dituzte egonaldian. Ostatu hartzen duten udalerriaren barruan, Euskadiko barnealdeko herriak (ostatuak kokatuta daudenak), Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa eta Donostiako Alde Zaharra bisitatzen dituzte. Txangorik gogokoenen artean kostaldeko herriak, Donostia eta Euskadiko barnealdeko beste herri batzuk daude. Txango horietan gehien bisitatzen dituzten udalerriak honako hauek dira: Bilbo, Donostia, Bermeo (Gaztelugatxe), Getxo eta Portugalete.

2.2.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Cataluña

Entre quienes residen en **Cataluña**, además de las actividades principales compartidas con el resto de las y los turistas estatales, destacan en la práctica de actividades gastronómicas como ir de *pintxos en vez de una comida*. En mayor medida que otras procedencias estatales, realizan actividades más minoritarias como visitar parques naturales, surf y otros deportes acuáticos o visitar bodegas y sidrerías. Son turistas activos también y practican hasta casi 7 actividades durante su estancia. Dentro de la localidad donde se alojan visitan principalmente localidades del interior de Euskadi (localidades donde se ubican los alojamientos), el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim y la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián. Entre sus excursiones preferentes están las localidades de costa, la ciudad de Donostia / San Sebastián y otras localidades del interior de Euskadi. Los municipios más visitados en esas excursiones son: Bilbao, Donostia / San Sebastián, Bermeo (San Juan de Gaztelugatxe), Getxo y Portugalete.

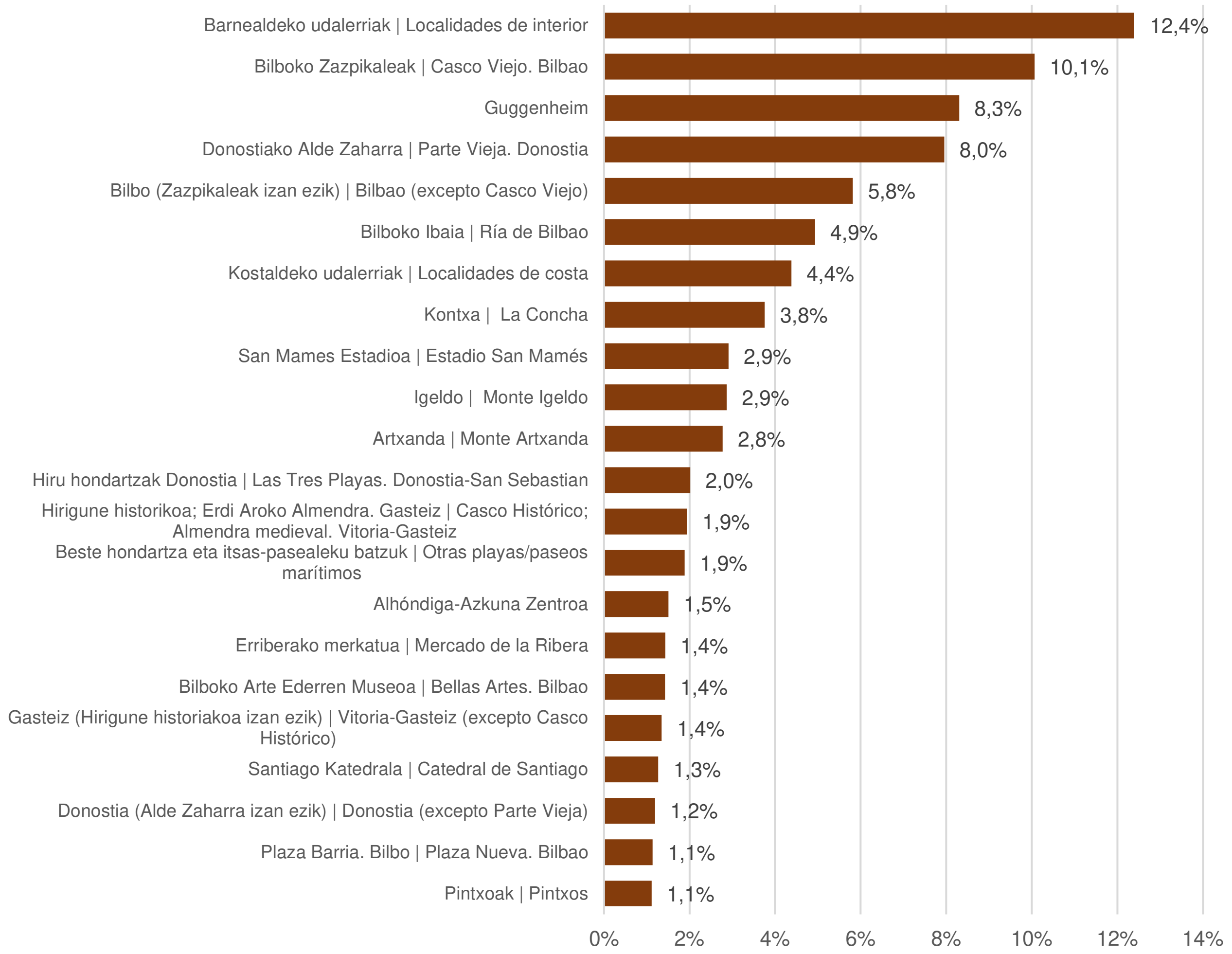
22AE. grafikoa. Katalunian bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Gráfico 22AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Cataluña comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



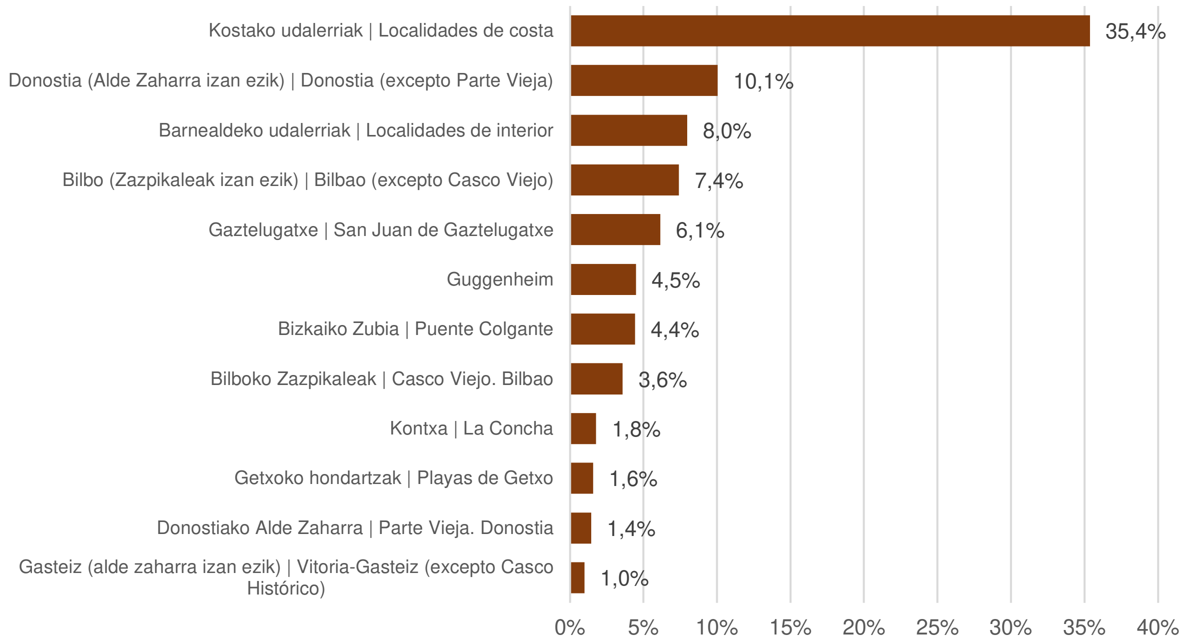
22BE. grafikoa. Katalunian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 22BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Cataluña durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



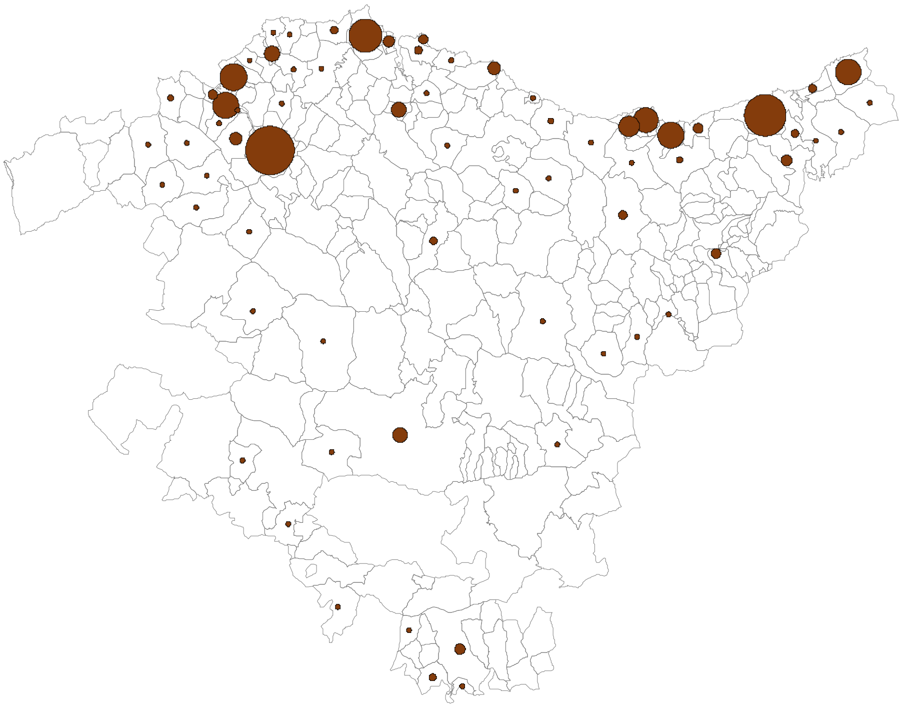
22CE. grafikoa. Katalunian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 22CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Cataluña, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



2E. mapa. Katalunian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 2E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Cataluña, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.3.- Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek estatuko gainerako turistekin partekatzen dute hiriko turismo-jarduerez eta gastronomiaz gozatzeko joera, eta, batez ere, *jatorduetatik kanpo pintxoak jateko* ohitura. Garrantzitsuak dira monumentu, ondare, museo, erakusketa eta galerietara egindako bisitekin lotutakoak ere. Dena den, gainerakoekin alderatuta, faktore bereizgarri bat dute: erosketak egiteko eta kontzertu eta jaialdietara joateko joera handiagoa.

Egonaldian 6 jarduera baino pixka bat gehiago egiten dituzte, batez beste.

Bisitatutako lekuen artean, ostatuen udalerriez gain, Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa eta Donostiako Alde Zaharra daude.

Kostaldeko herrietara egiten dituzte irteerak, hala nola Zarautz, Getxo eta Bermeora, bai eta Donostia eta Bilbora ere.

Gaztelugatxe da txangoetan gehien bisitatzen duten baliabideetako bat.

2.3.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en la C. A. de Madrid

Las y los turistas residentes en la **C.A. de Madrid** comparten con el resto de las y los turistas estatales, el disfrute por las actividades de turismo en la ciudad y gastronomía, sobre todo ir de *pintxos fuera de las comidas*. Son también importantes las relacionadas con las visitas a monumentos y patrimonio, museos, exposiciones y galerías. Sin embargo, hay un factor que les diferencia del resto: la mayor predisposición a realizar compras y a acudir a conciertos y festivales.

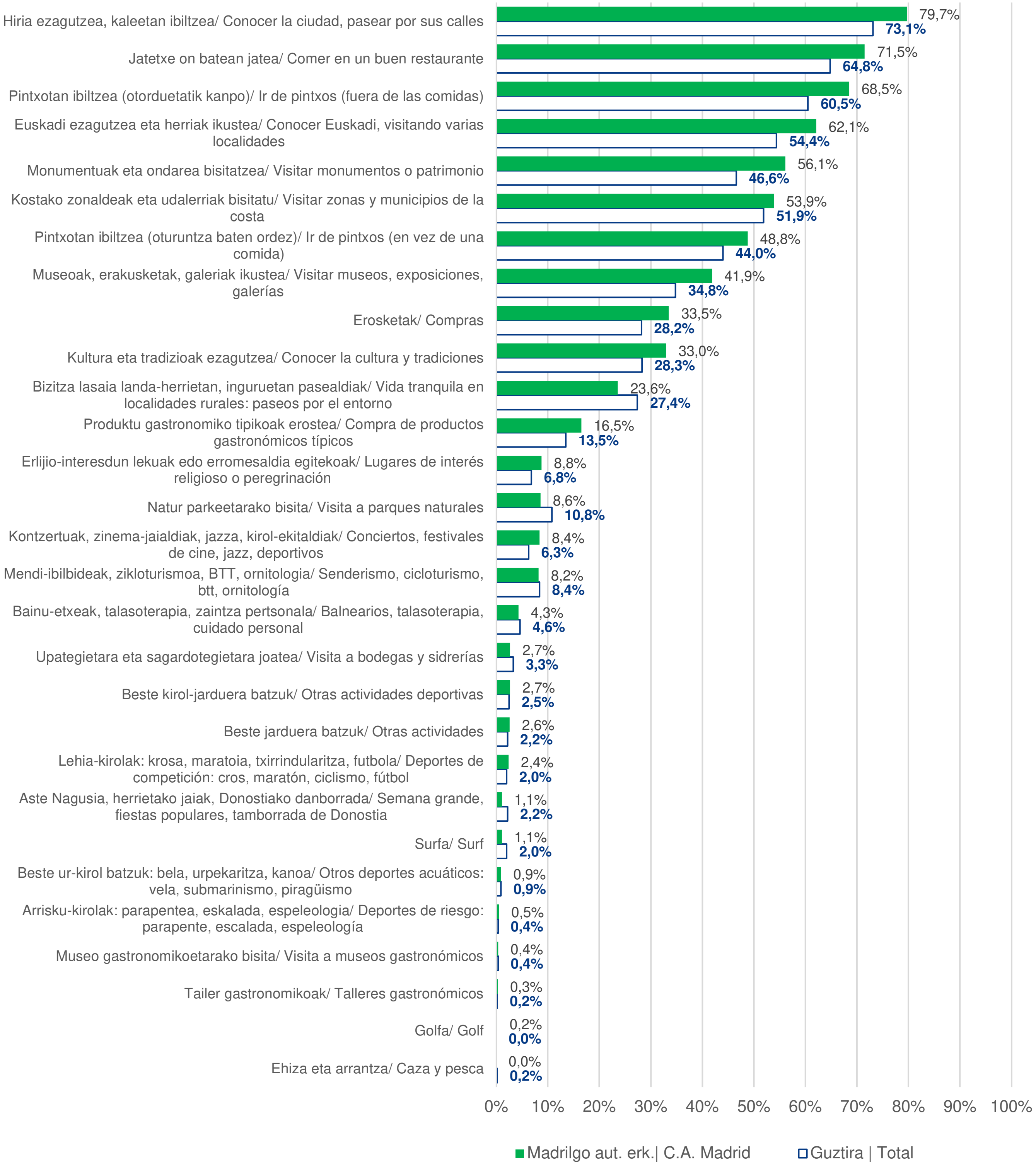
Durante su estancia realizan algo más de 6 actividades.

Entre los lugares visitados, además de las localidades donde se ubican los alojamientos, se encuentra el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim y la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián.

Sus salidas se realizan a localidades de costa como Zarautz, Getxo y Bermeo; y también a la visita de Donostia / San Sebastián y Bilbao.

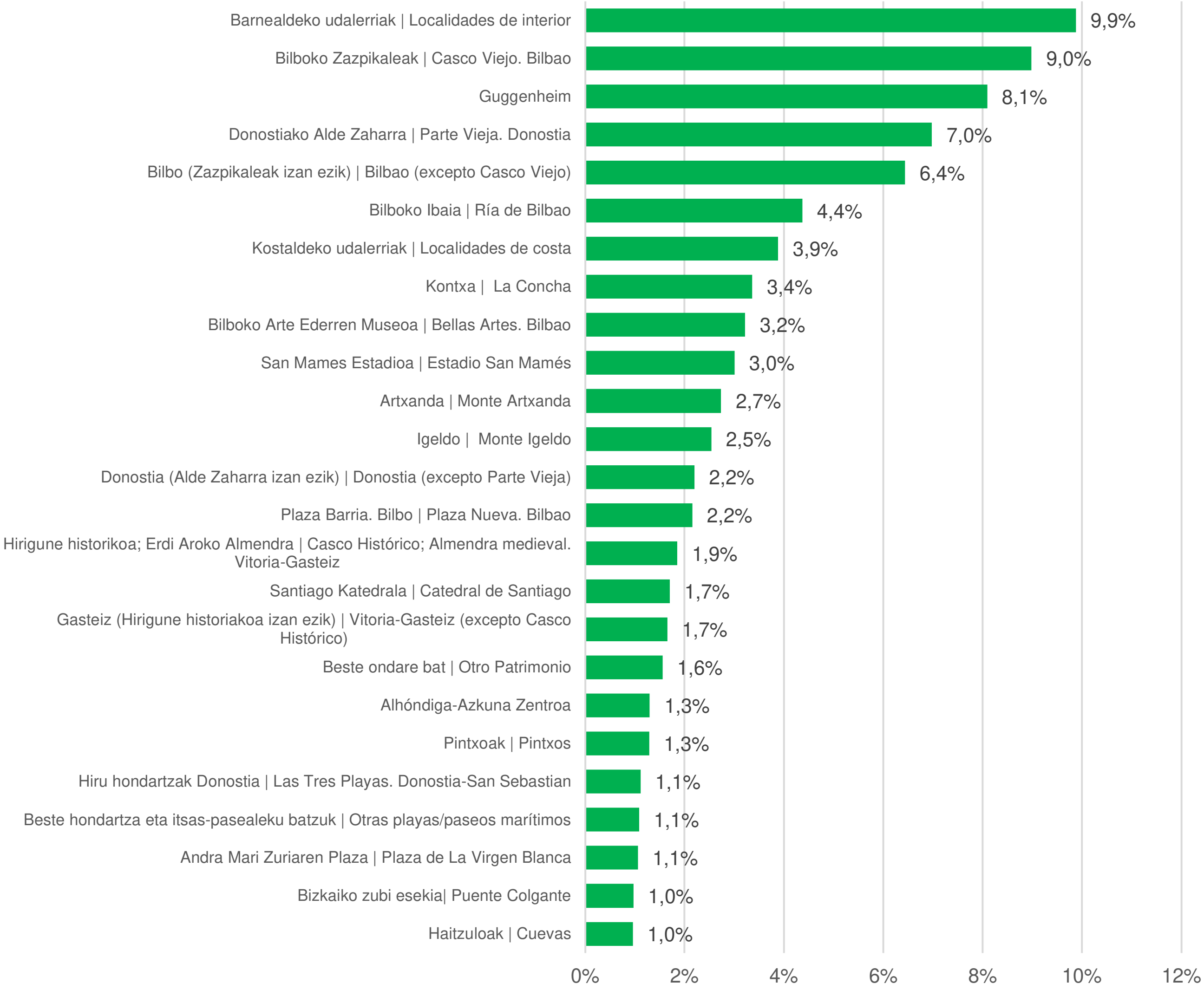
San Juan de Gaztelugatxe se encuentra entre los recursos más visitados en sus excursiones.

23AE. grafikoa. Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 23AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en la C.A. de Madrid comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



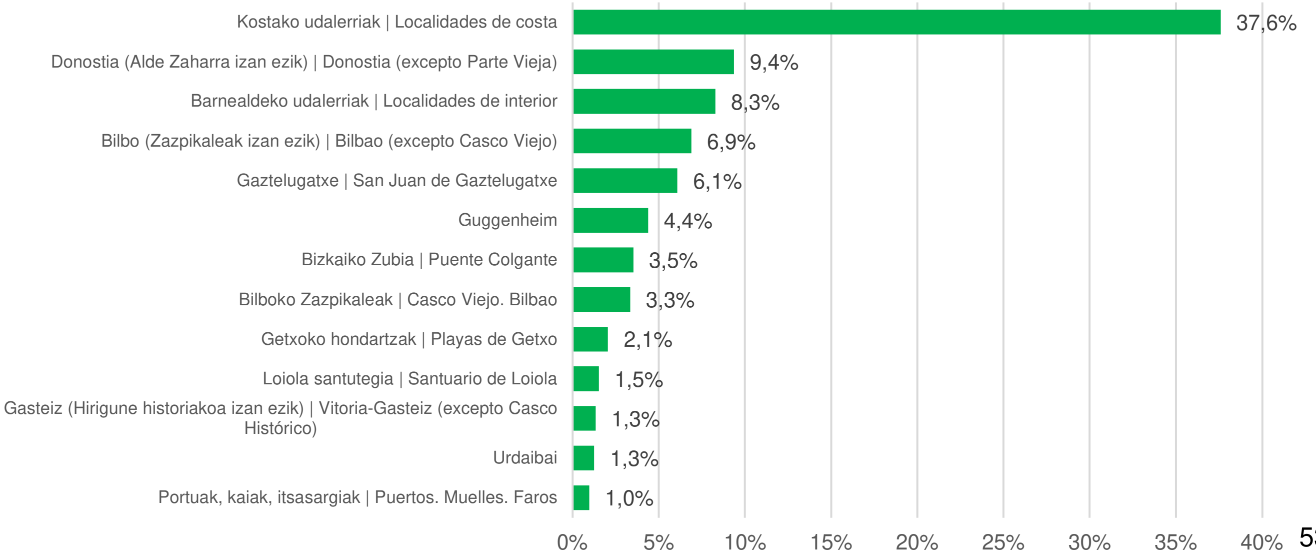
23BE. grafikoa. Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 23BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en la C.A. de Madrid durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



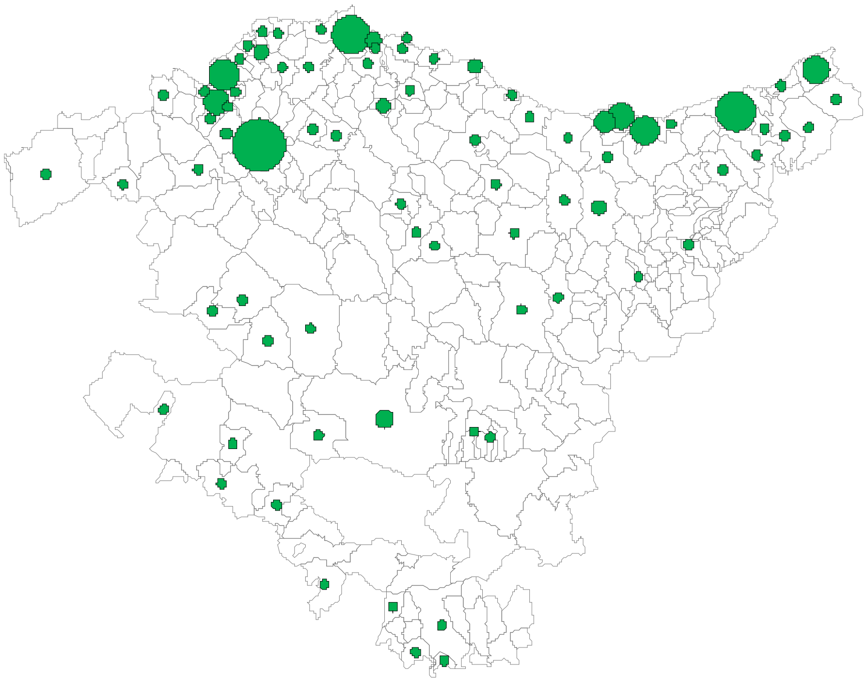
23CE. grafikoa. Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 23CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en la C.A. de Madrid, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



3E mapa. Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 3E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en la C.A. de Madrid, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.4.- Euskadin bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Euskadin bizi diren turistek jarduera gutxi egiten dituzte egonaldian: 4 besterik ez. Ezaugarri hori, izan ere, azterketako ia jarduera guztietan ikusten den pisu txikiagoan islatzen da, ondorengo grafikoetan egiaztatzen den bezala.

Naturarekin zerikusia duten jarduerak aukeratzen dituzte gehienbat, hala nola, bizimodu lasaia landa-herrietan (ingurunean zehar paseatzea), mendi-ibiliak, zikloturismoa, ornitologia, parke naturaletara joatea edo norberaren zaintzarekin lotutako jarduerak (bainuetxeak, talasoterapiak).

Ostatu hartzen duten udalerrietan zehar ibiltzen dira, eta, kanpora ateratzen direnean, kostaldeko edo barnealdeko beste herri batzuetan paseatzeko edo Donostia eta Bilbo bisitatzeko izaten da. Hiriburuez gain, gehien bisitatzen dituzten udalerriak Getaria, Getxo eta Lekeitio dira.

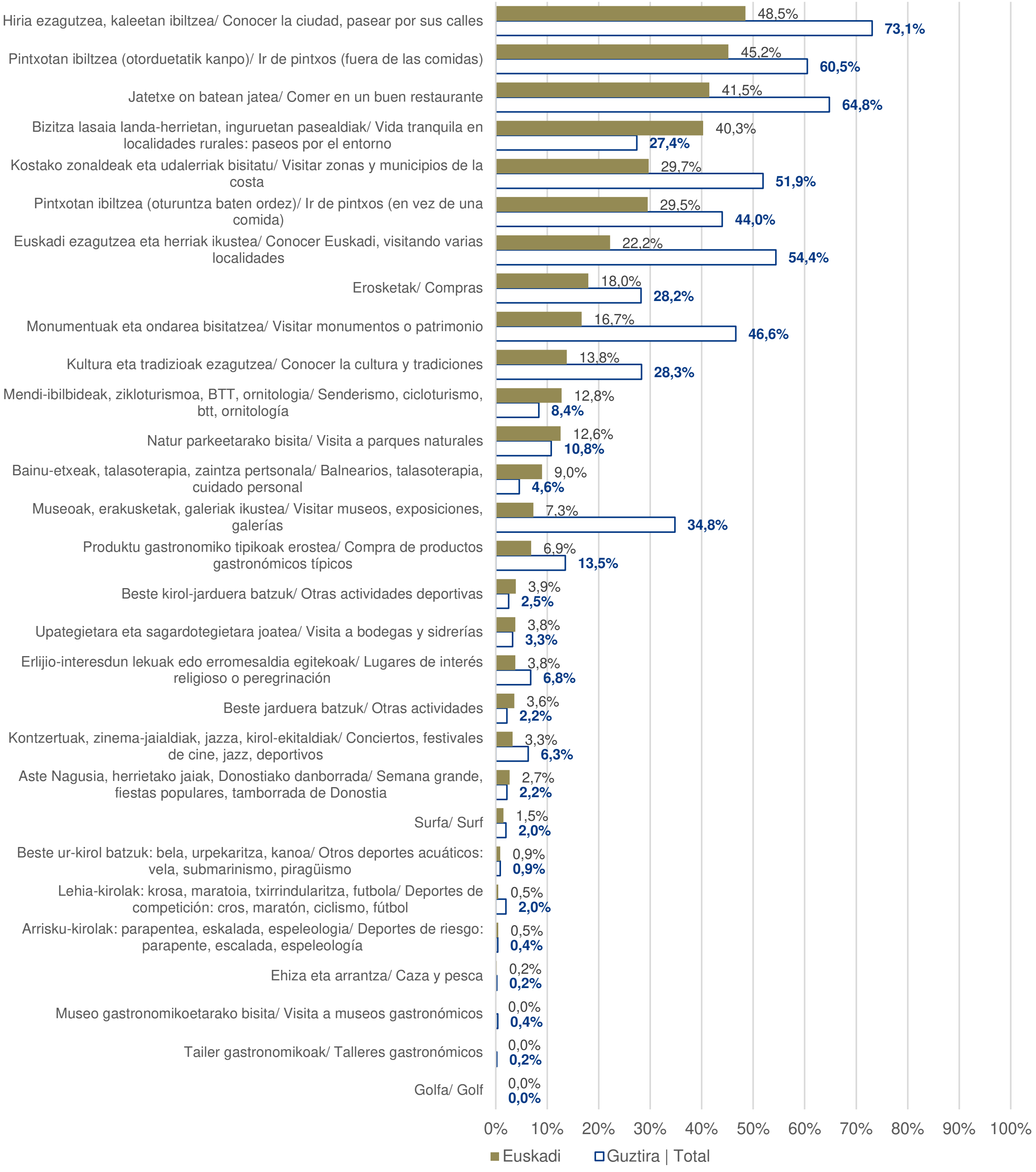
2.4.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Euskadi

Las y los turistas residentes en **Euskadi** se caracterizan por la poca práctica de actividades durante su estancia: apenas realizan 4 actividades. Esta escasa actividad queda reflejada en el menor peso que se puede observar en prácticamente todas las actividades del análisis, como se observa en los siguientes gráficos.

Sin embargo, destacan en actividades relacionadas con la naturaleza como son hacer vida tranquila en localidades rurales (dar paseos por el entorno); hacer senderismo, cicloturismo, ornitología; visita a parques naturales o las actividades relacionadas con el cuidado personal (balnearios, talasoterapias).

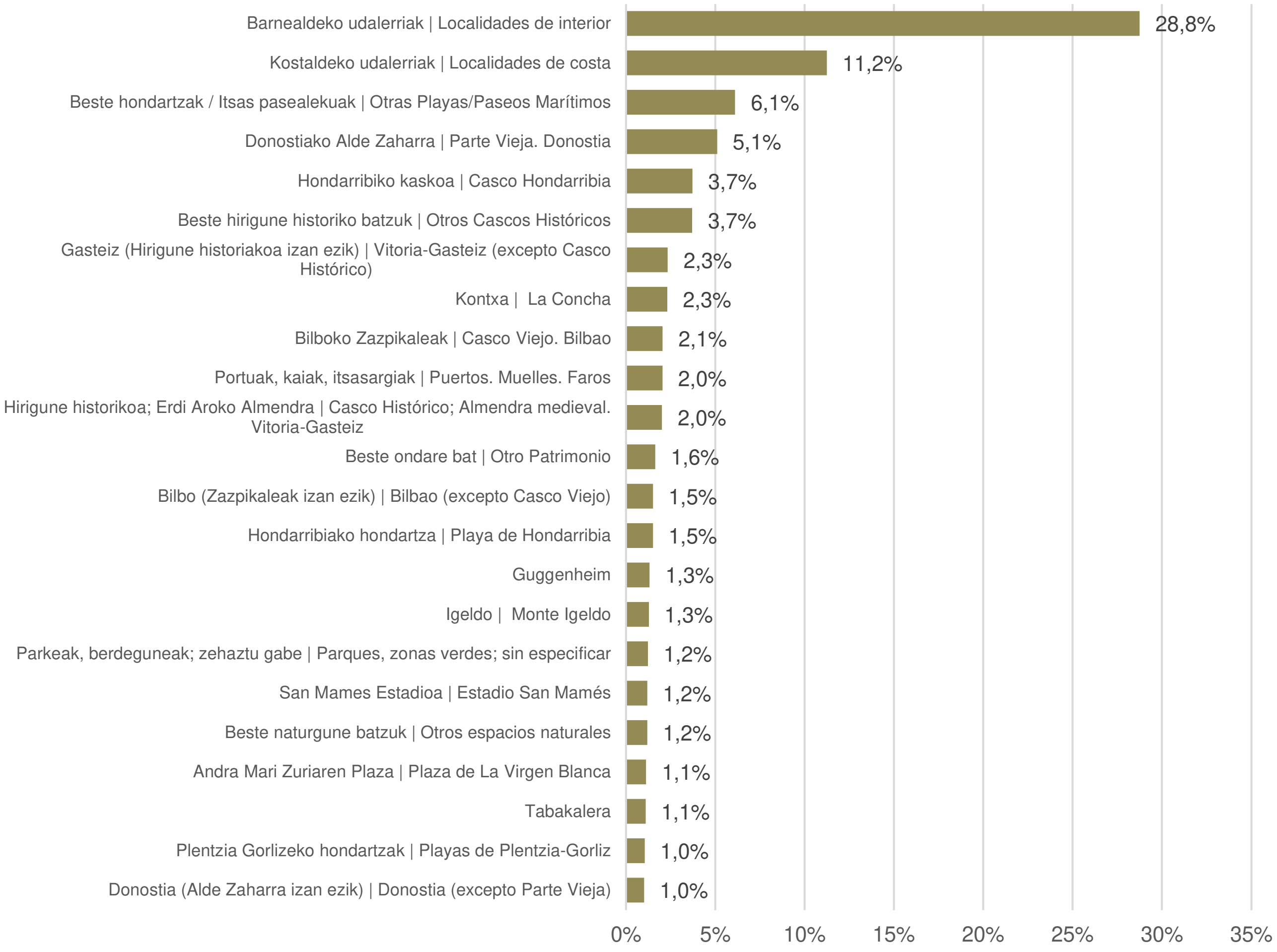
Pasean por los municipios donde se alojan y cuando salen de ellos es para pasear por otras localidades de costa e interior o para visitar Donostia / San Sebastián y Bilbao. Entre los municipios más visitados además de las capitales se encuentran: Getaria, Getxo y Lekeitio.

24AE. grafikoa. Euskadin bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 24AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Euskadi comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



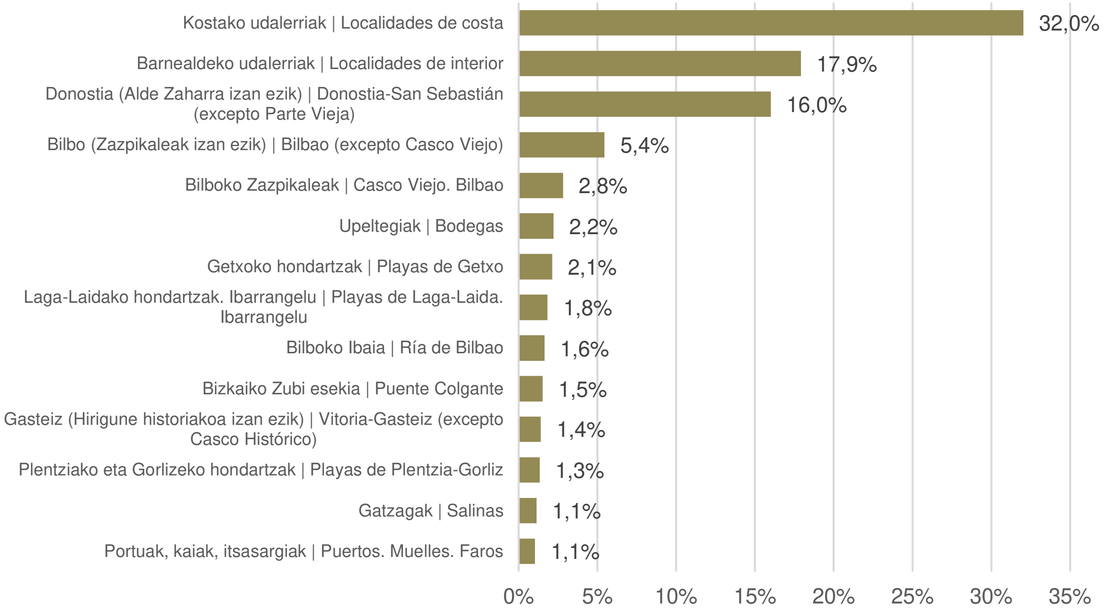
24BE. grafikoa. Euskadin bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 24BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Euskadi durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



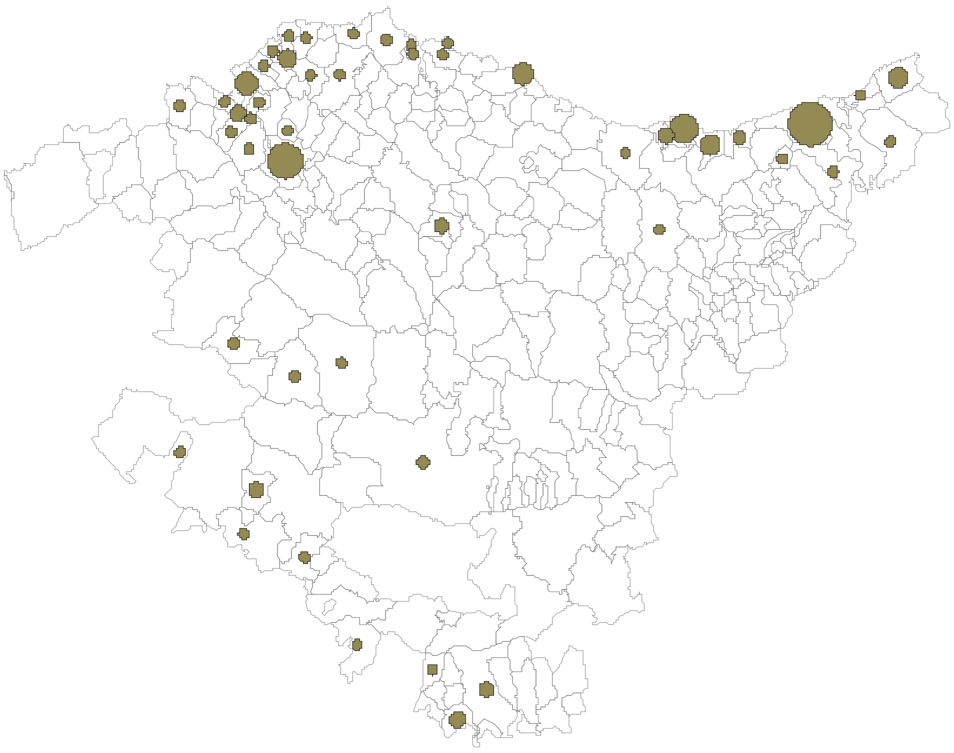
24CE. grafikoa. Euskadin bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 24CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Euskadi, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



4E. mapa. Euskadin bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 4E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Euskadi, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.5.- Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Inguruko autonomia-erkidegoetan (EAEren mugakideetan) bizi diren turistak, barneko turisten ondoren, jarduera gutxien egiten dituztenak dira, batez beste 5 jarduera egiten baitituzte egonaldian. Gainera, estatuko eta gainerako turistek egiten dituzten ohiko jardueretara mugatzen dira eta ez dute haien ezaugarri espezifikorik adierazten.

Barnealdeko eta kostaldeko udalerrietan ostatu hartzen dutenek, horiek ezagutzeaz gain, Bilboko Zazpikaleak eta Guggenheim museoa bisitatzen dituzte eta Bilboko itsasadarrean paseatzen dute.

Ostatu hartzen duten udalerritik kanpora egiten dituzten irteren helmuga nagusia Bilbo da, baina Donostia, Bermeo, Getxo eta Portugaletera ere joaten dira. Bisitatzen dituzten baliabideen artean Gaztelugatxe nabarmentzen da.

2.5.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en la CC. AA. Vecinas

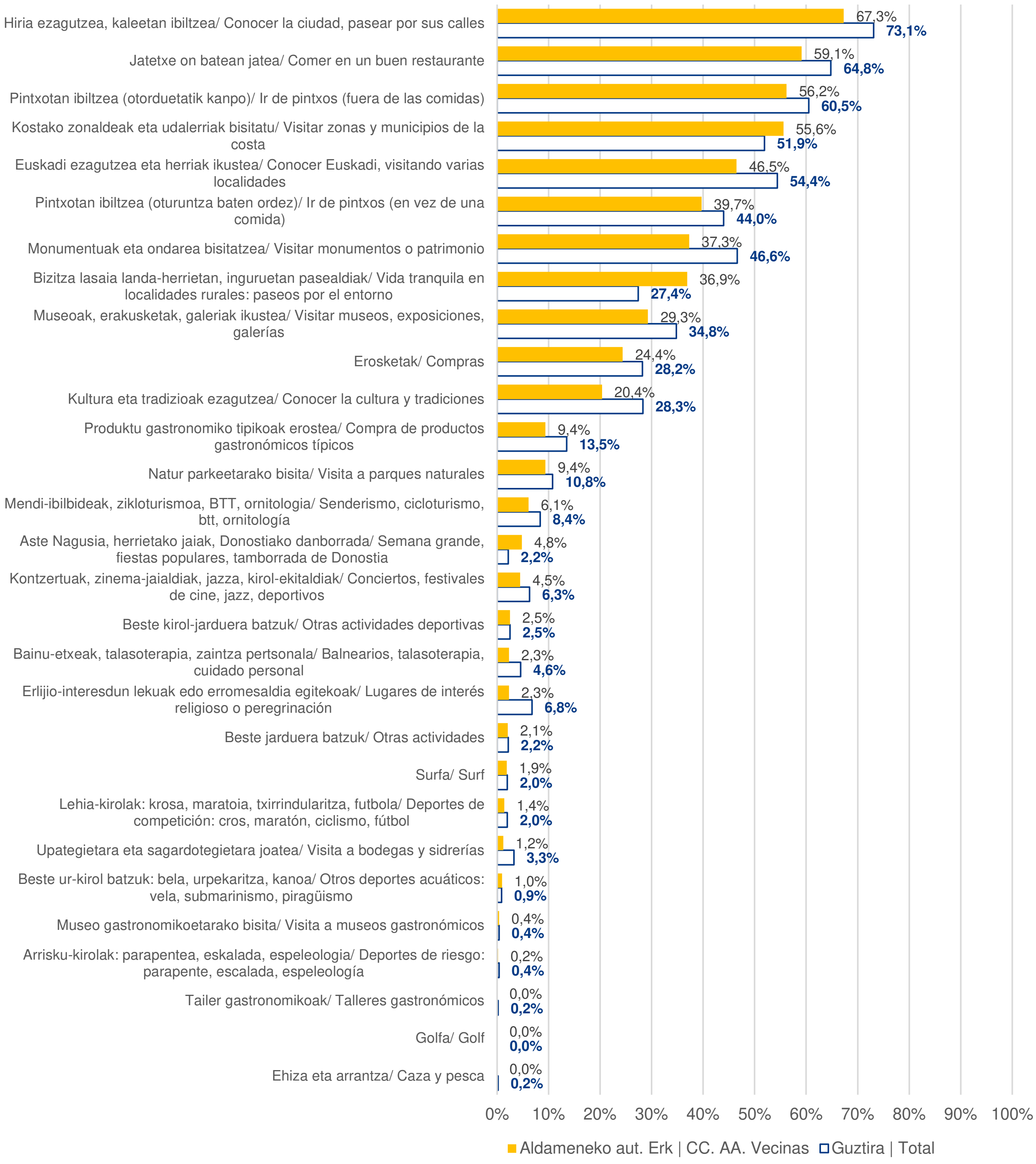
Las y los turistas que residen en las **comunidades autónomas vecinas** (colindantes con Euskadi), después de las y los turistas internos, son los menos activos con un promedio de 5 actividades durante su estancia. Además, se ciñen a las actividades habituales practicadas por el resto de las y los turistas estatales e internos, y no señalan ninguna característica específica que les caracterice.

Además de conocer las localidades de interior y costa, entre quienes se alojan en ellas, visitan el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim y pasean por la Ría de Bilbao.

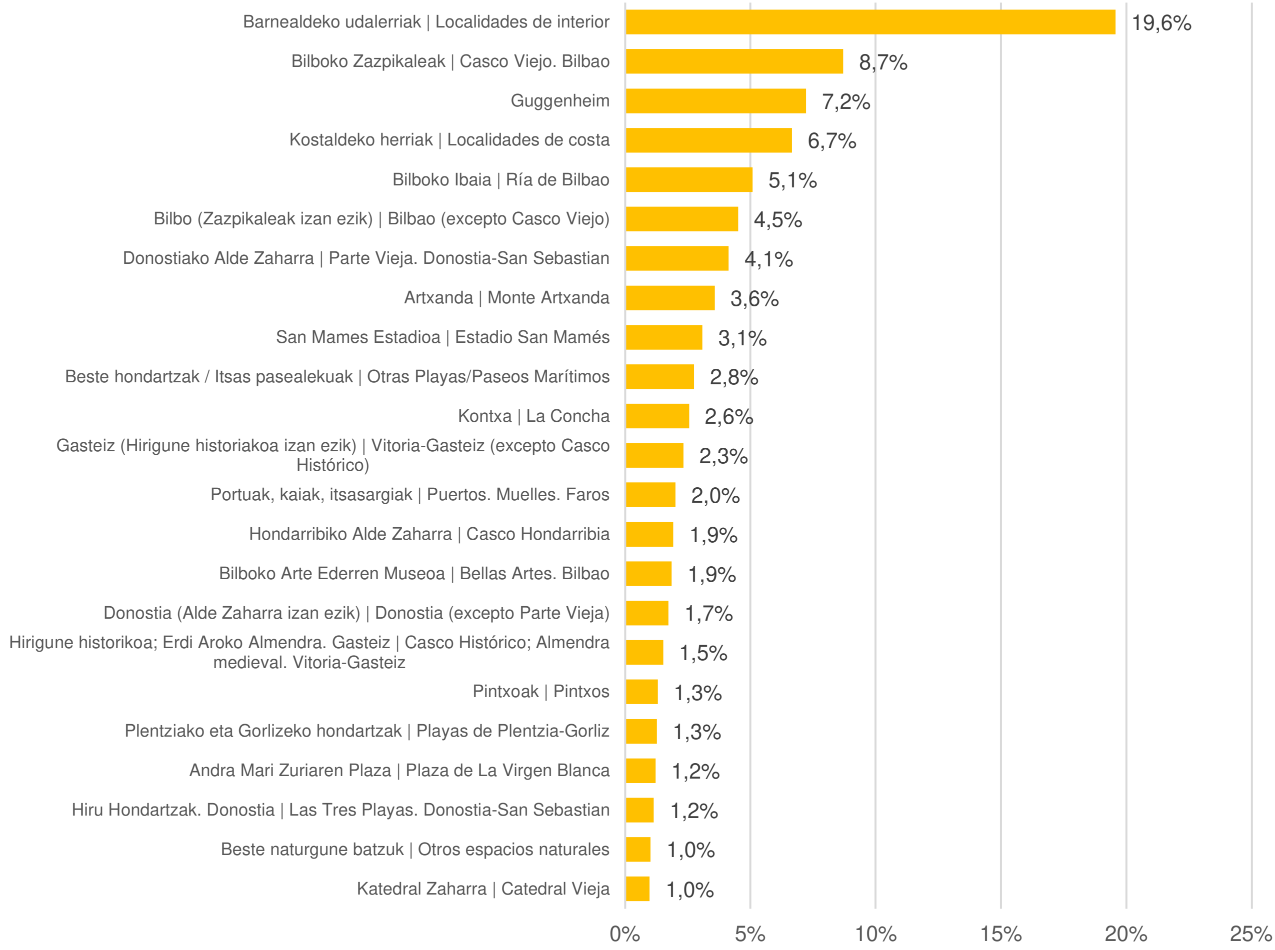
Gran parte de sus salidas fuera del municipio donde se alojan, tiene como destino principal Bilbao, aunque también se desplazan a Donostia / San Sebastián, Bermeo, Getxo y Portugalete. Destaca entre los recursos visitados San Juan de Gaztelugatxe.

25AE. grafikoa. Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

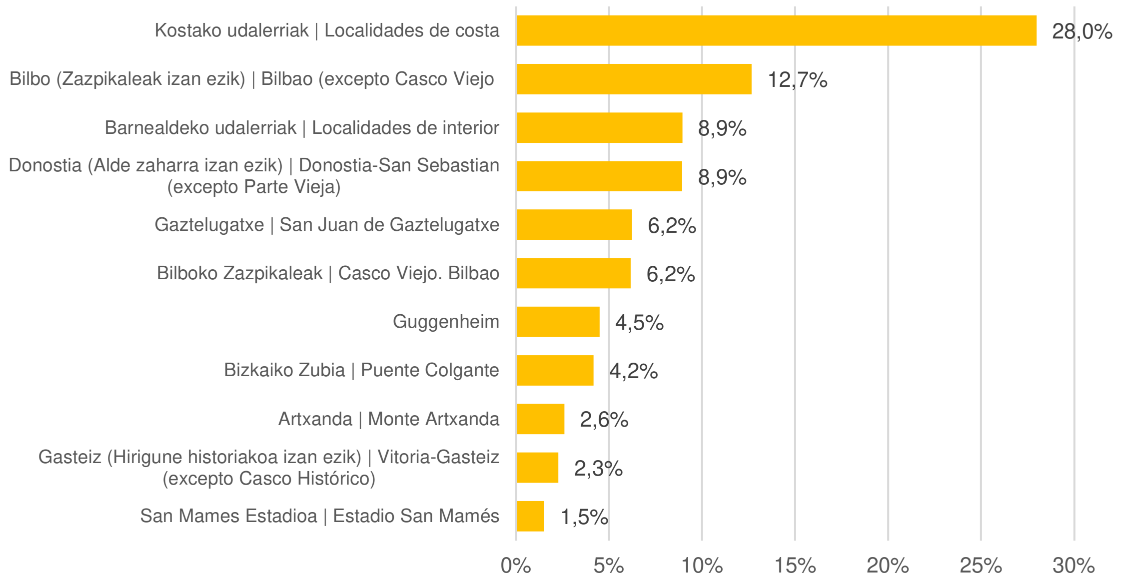
Gráfico 25AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en las CC. AA. vecinas comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



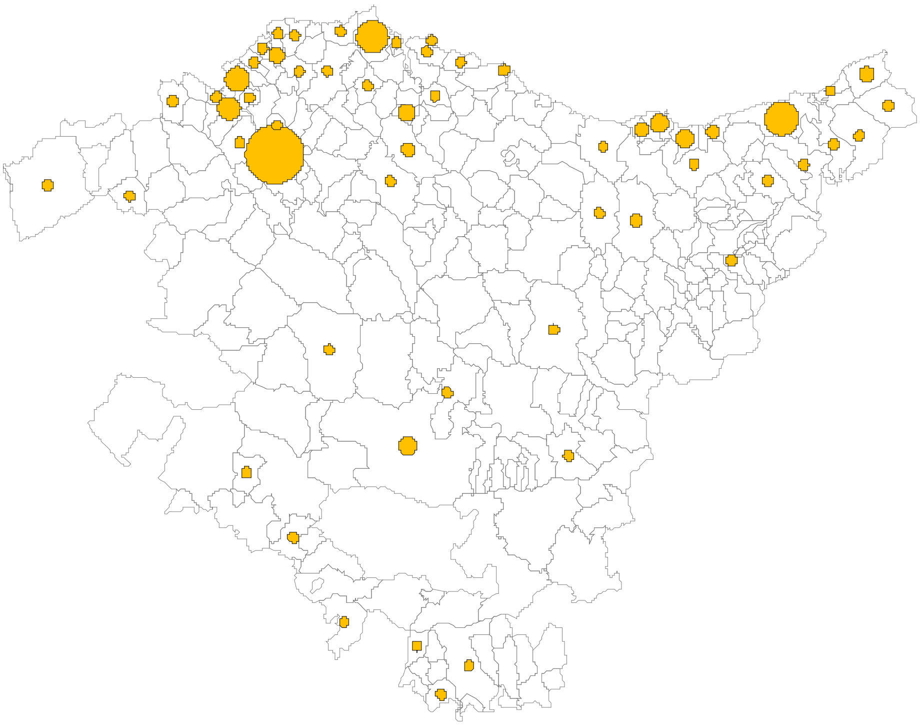
25BE. grafikoa. Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak
Gráfico 25BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en las CC. AA. vecinas durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



25CE. grafikoa. Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak
Gráfico 25CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en las CC. AA. vecinas, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



5E. mapa. Inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak
Mapa 5E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en las CC. AA. vecinas, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.6.- Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek egiten dituzten jarduera nagusiak, gainerako jatorrietakoek bezala, gastronomiarekin eta hiriko turismoarekin lotutakoak dira. Estatuko beste turista batzuek baino joera handiagoa dute monumentuak eta ondarea bisitatzeko eta erosketak egiteko. Gainerakoengandik bereizten dituen ezaugarri bat, gutxiengo baten kontua izan arren, interes erlijiosoko edo erromesaldiko lekuetan jarduerak egitea da.

Ostatu hartzen duten barnealdeko herrietan paseatzen dute. Bilbon gaua igarotzen dutenek Zazpikaleak eta Guggenheim museoa bisitatzen dituzte, itsasadarrean paseoak egiten dituzte edo hiriko gainerako lekuetan ibiltzen dira.

Ostatu hartzen duten lekutik kanpo, honako herri hauek bisitatzen dituzte: Bilbo, Donostia, Bermeo (Gaztelugatxe), Getxo eta Hondarribia.

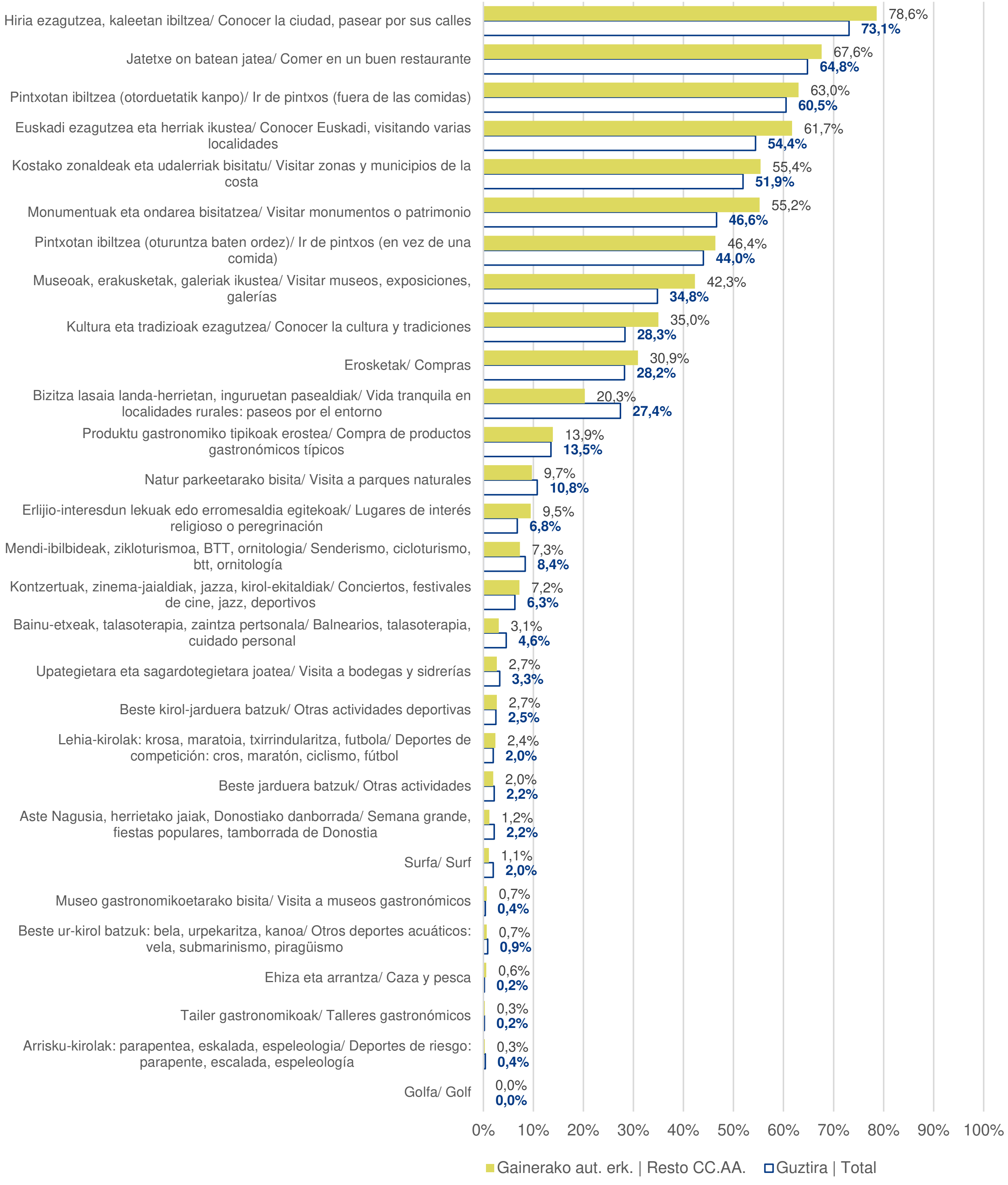
2.6.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en el resto de CC. AA.

Las principales actividades que realizan las y los turistas residentes en el **resto de las comunidades autónomas** se centran, al igual que en el resto de las procedencias, en las relacionadas con la gastronomía y el turismo de ciudad. Son más proclives que otras y otros turistas estatales a visitar monumentos y patrimonio y a realizar compras. Una característica que les diferencia del resto, aunque minoritaria, es la realización de actividades en lugares de interés religioso o peregrinación.

Pasean por las localidades de interior donde se alojan y entre quienes pernoctan en Bilbao visitan el Casco Viejo, el museo Guggenheim, dan paseos por la Ría o recorren el resto de la ciudad.

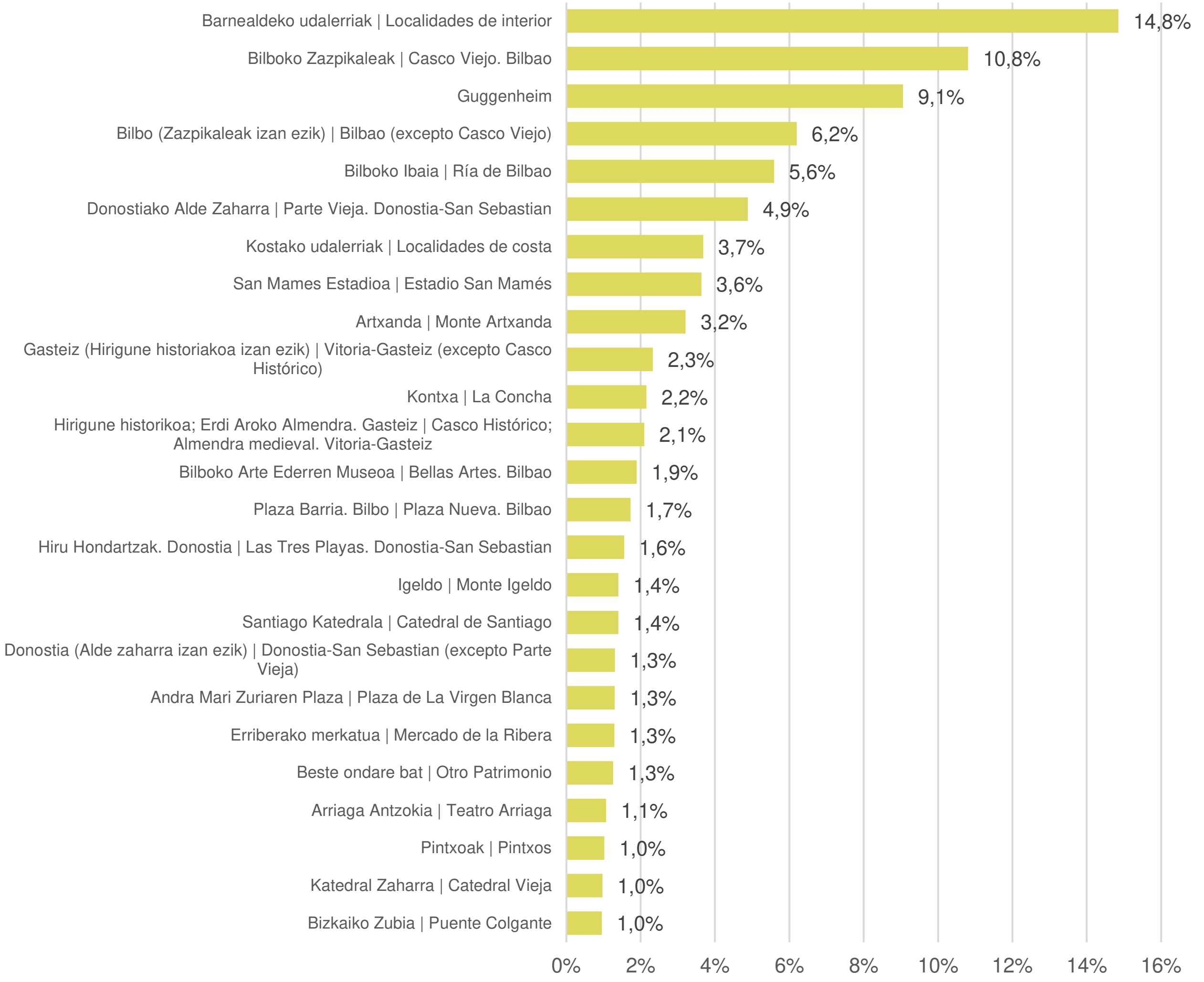
Entre las localidades más visitadas fuera del lugar donde se alojan, se encuentran: Bilbao, Donostia / San Sebastián, Bermeo (San Juan de Gaztelugatxe), Getxo y Hondarribia.

26AE. grafikoa. Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 26AE. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en el resto de CCAA comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



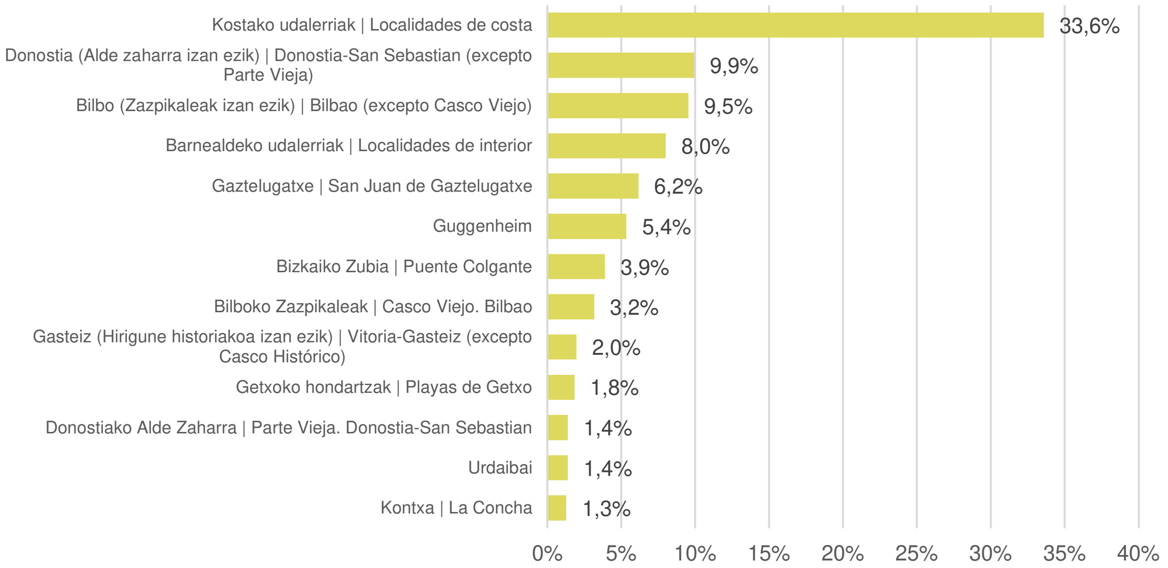
26BE. grafikoa. Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 26BE. Lugares visitados por las y los turistas que residen en el resto de CCAA durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



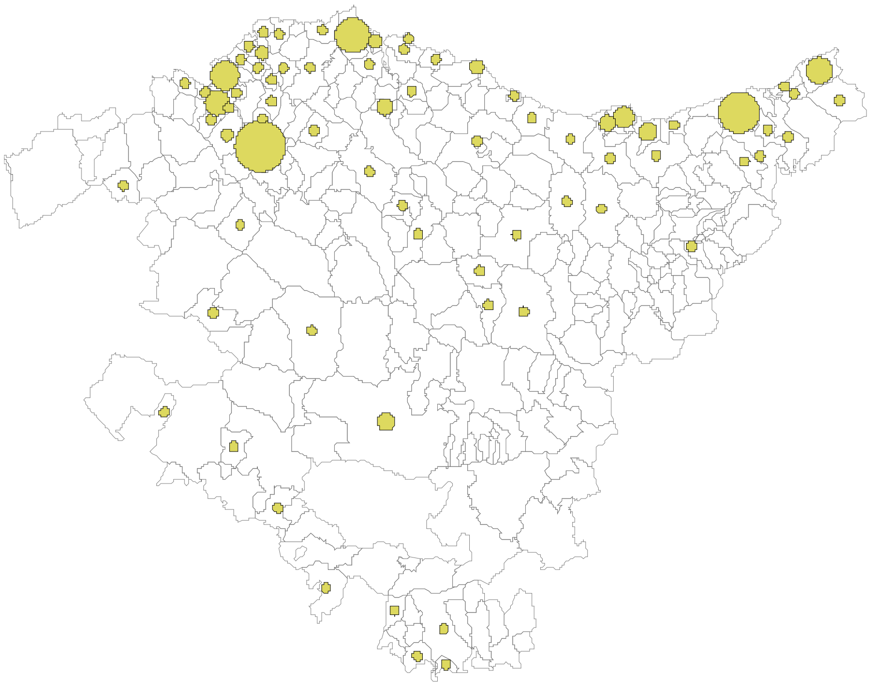
26CE. grafikoa. Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 26CE. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en el resto de CCAA, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



6E. mapa. Gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 6E. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en el resto de CC. AA., fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.7.- Frantzian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Frantzian bizi diren turistak dira nazioarteko merkatuen artean jarduera gutxien egiten dituztenak. Batez beste 6 bisita egiten dituzte Euskadin egoten diren bitartean. Nazioarteko gainerako jatorrietakoekin partekatzen dute turismo-jarduerez, kultura-turismoaz eta gastronomiarekin lotutako jarduerez gozatzeko aukera, eta AEBetan bizi direnekin partekatzen dute *jatorduetatik kanpo pintxoak jateko* zaletasuna. Jarduera minoritarioen artean, kontzertuetara, zinemaldietara, jazzaldietara, kirol-jaialdietara eta lehiaketako kiroletara joaten dira hein handi batean.

Ostatu hartzen duten barnealdeko herrietan paseatzeaz gain, honako hauek dira gehien bisitatzen dituzten baliabideak: Guggenheim museoa, Bilboko Zazpikaleak eta Donostiako Alde Zaharra.

Gaua igarotzen duten lekutik kanpo egindako irteeren artean, Guggenheim museoa eta Gaztelugatxe narmentzen dira, bai eta Bilbo, Donostia, Getxo eta Portugalete ere.

2.7.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Francia

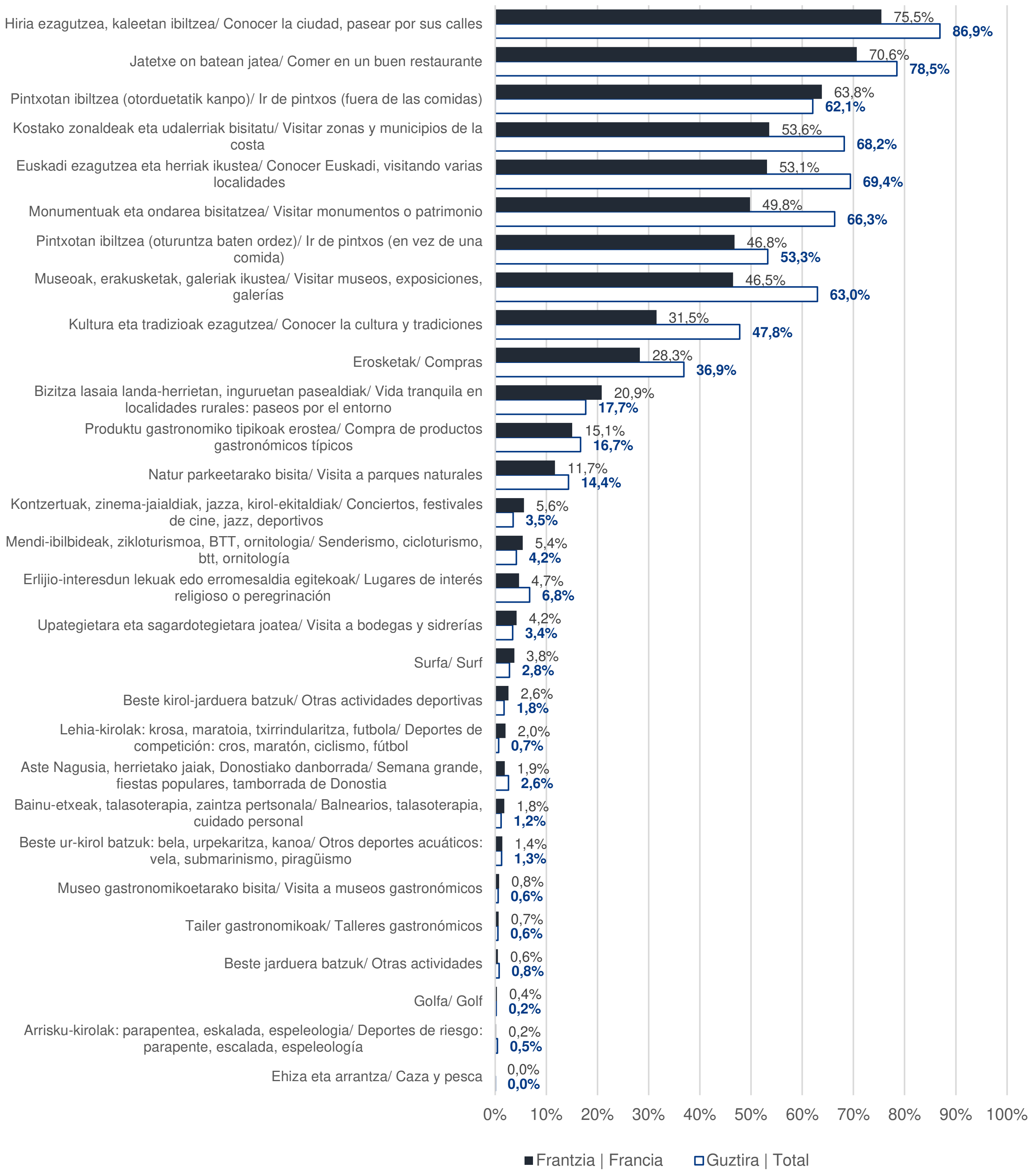
Las y los turistas residentes en **Francia** son los menos activos entre los mercados internacionales. Realizan de media 6 visitas durante su estancia en Euskadi. Comparten con el resto de las procedencias internacionales el disfrute por las actividades de turismo en la ciudad, turismo cultural y actividades relacionadas con la gastronomía destacando, junto con quien reside en EE. UU., por la predilección por ir de *pintxos fuera de las comidas*. Entre las actividades minoritarias practican, en mayor medida, ir a conciertos, festivales de cine, jazz, deportivos etc. y deportes de competición.

Además de pasear por las localidades de interior donde se alojan, los recursos más visitados son el museo Guggenheim, el casco viejo de Bilbao y la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián.

Entre sus salidas fuera de donde pernoctan, figuran las realizadas al museo Guggenheim y San Juan de Gaztelugatxe además de las visitas a Bilbao y Donostia / San Sebastián, Getxo y Portugalete.

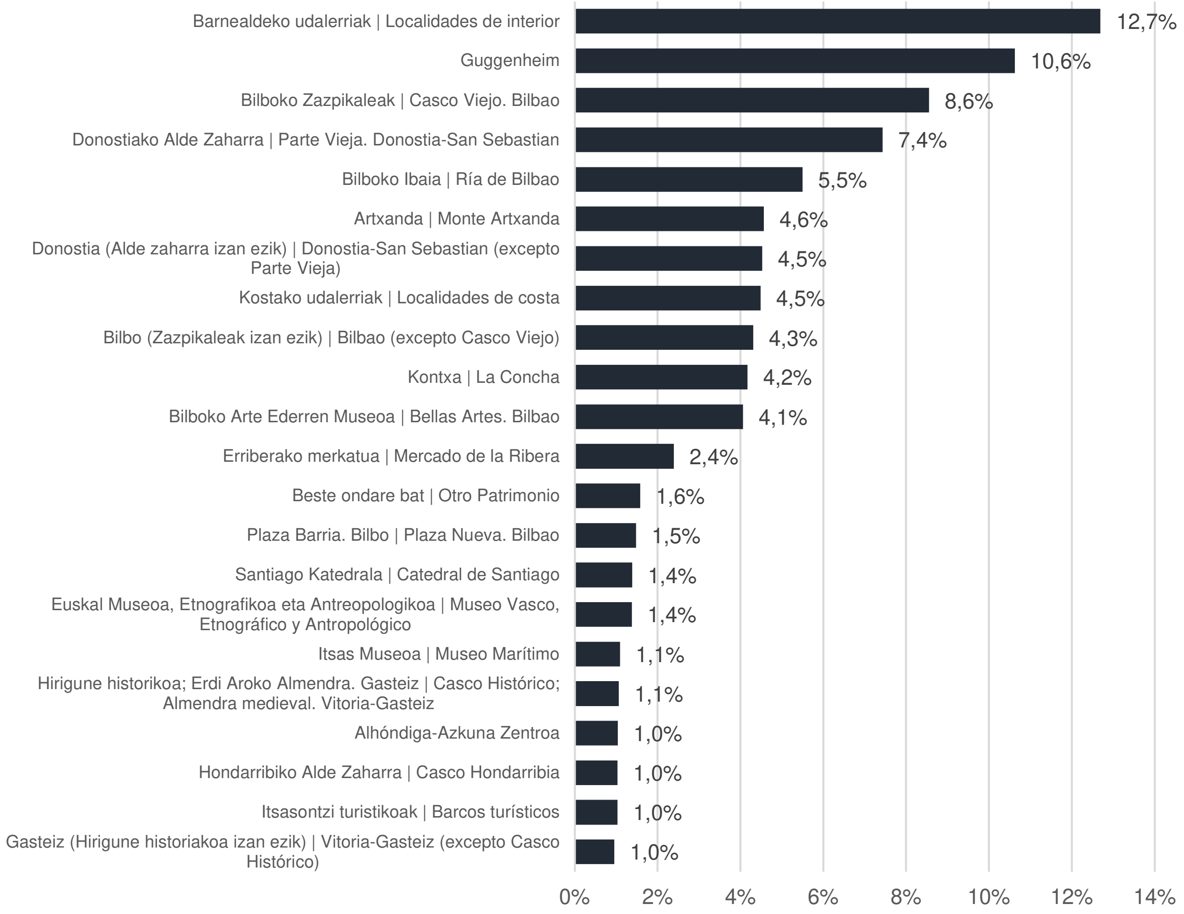
27AI. grafikoa. Frantzian bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Gráfico 27AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Francia comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas).



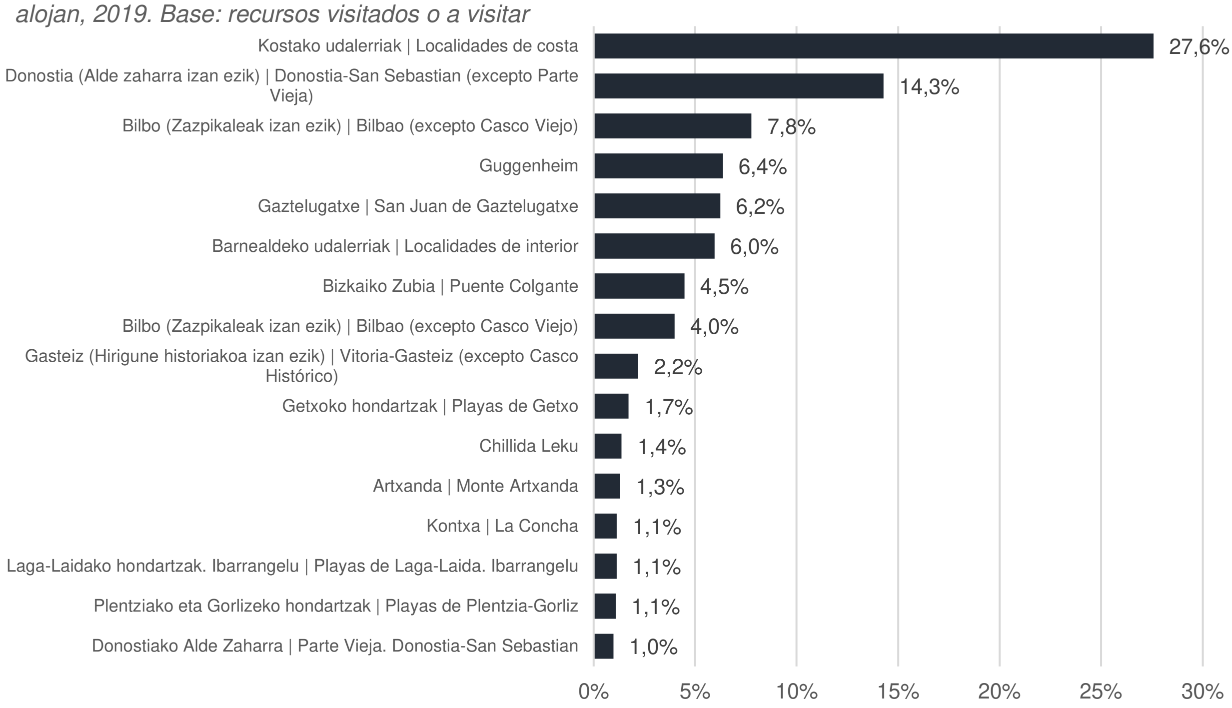
27BI. grafikoa. Frantzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 27BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Francia durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



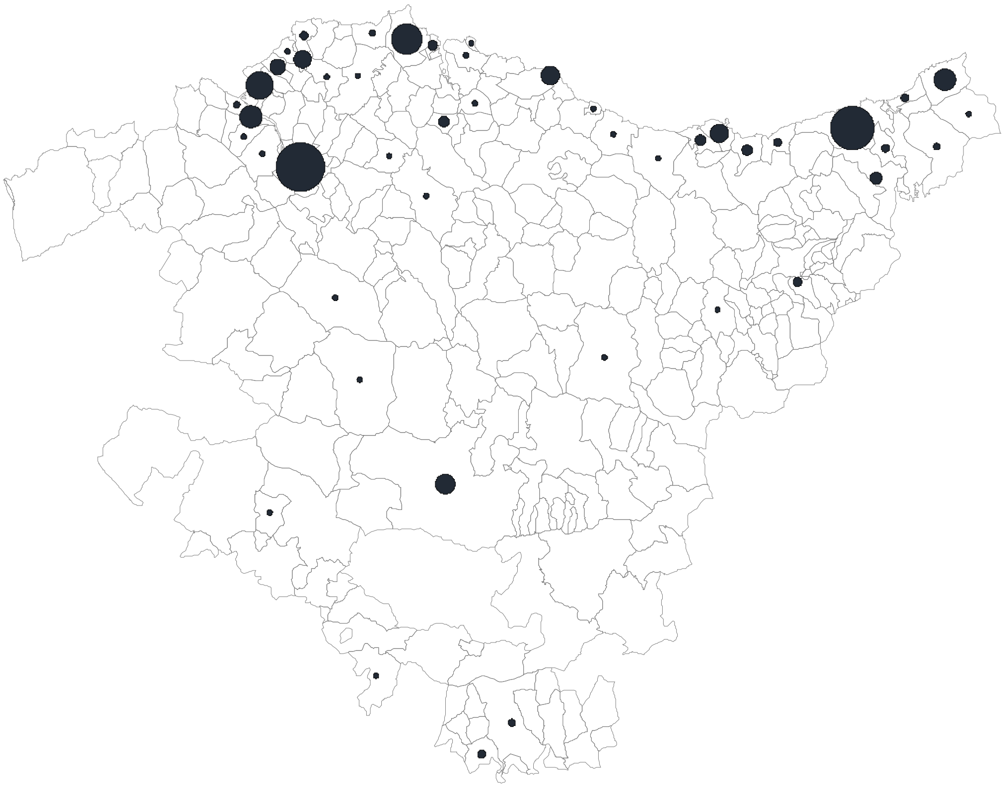
27CI. grafikoa. Frantzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 27CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Francia, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



7I mapa. Frantzian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 7I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Francia, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.8.- Erresuma Batuan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Erresuma Batutik etorritako turistak, oro har, ez dira bereizten nazioarteko turistek gehien egiten dituzten jarduerez kanpoko jarduerak egiteagatik. Batez beste, 7 jarduera egiten dituzte egonaldian zehar, batez ere hiriak ezagutzeko eta jatetxe onetan jateko.

Ostatu hartzen duten udalerrian gehien bisitatzen dituzten lekuen artean daude Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa, Donostiako Alde Zaharra eta Artxanda mendia.

Haien txango gogokoenen artean daude kostaldeko herrietara (Getxo, Portugalete, Gaztelugatxe), Donostiara eta Bilbora egindakoak.

2.8.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Reino Unido

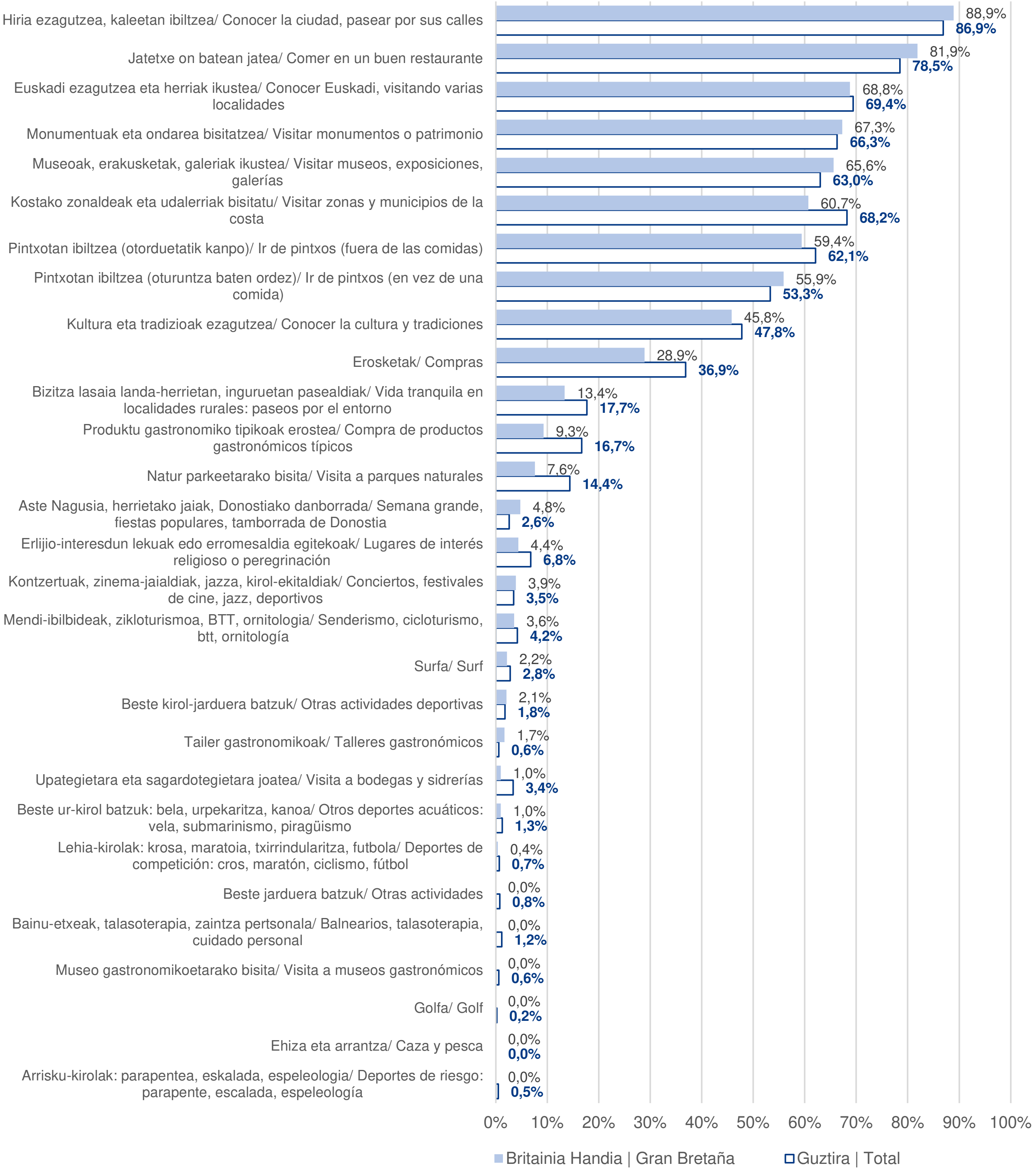
En general las y los turistas procedentes de **Reino Unido** no se distinguen por la realización de ninguna actividad fuera de las más practicadas por las y los turistas internacionales. Realizan de media 7 actividades durante su visita, centradas principalmente en conocer las ciudades y comer en buenos restaurantes.

Entre los lugares más visitados, en el lugar donde se alojan, se encuentran el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim, la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián y el monte Artxanda.

Mientras que entre sus excursiones preferentes están las realizadas a localidades de costa (Getxo, Portugalete, San Juan de Gaztelugatxe), Donostia / San Sebastián y Bilbao.

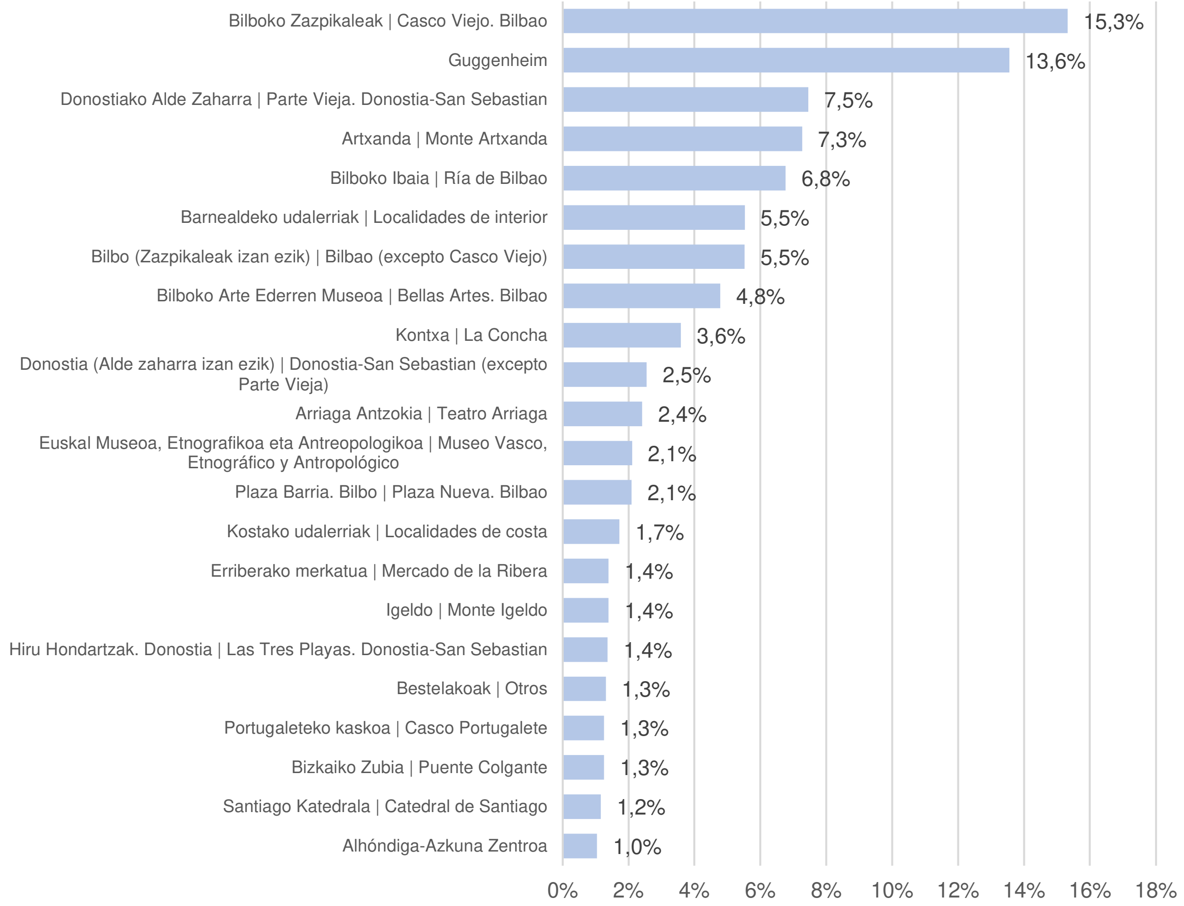
28AI. grafikoa. Erresuma Batuan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)

Gráfico 28AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Reino Unido comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



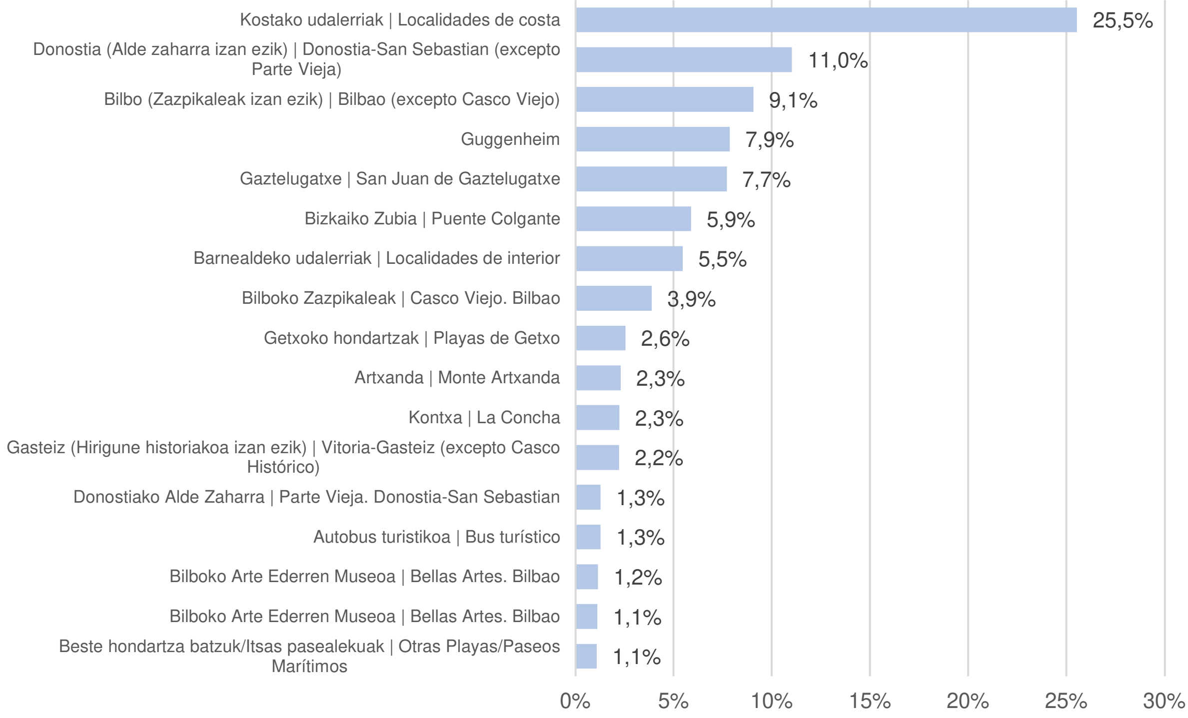
28BI. grafikoa. Erresuma Batuan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 28BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Reino Unido durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



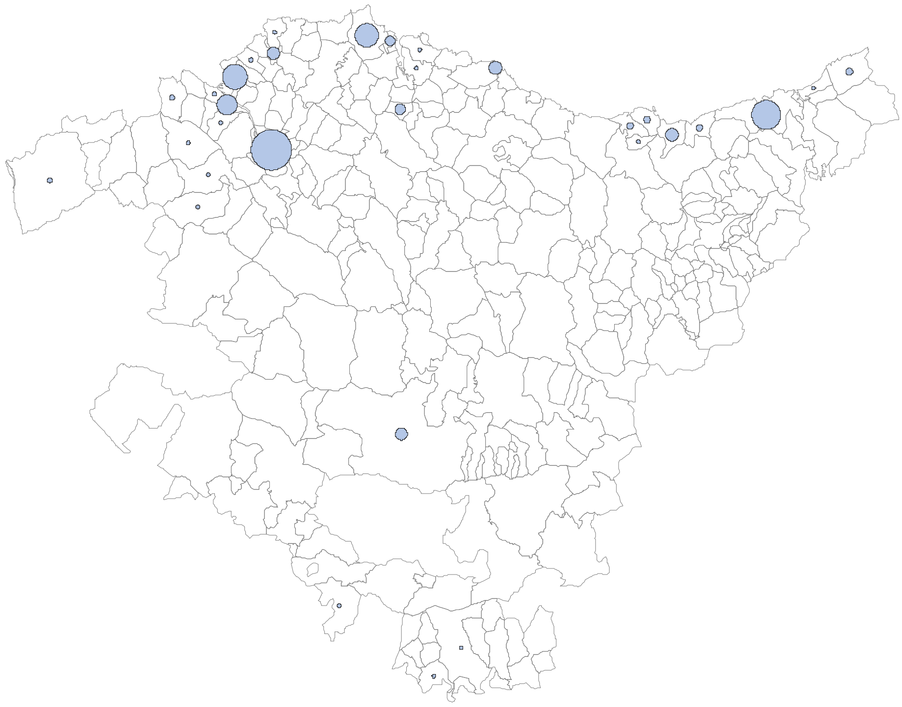
28CI. grafikoa. Erresuma Batuan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 28CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Reino Unido, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



8I. mapa. Erresuma Batuan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 8I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Reino Unido, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.9.- Alemanian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Kostaldeko eremuak eta udalerriak bisitatzea eta uretako kirolak (bela, urpekaritza, piraguismoa) eta surfa egitea dira **Alemaniatik** etorritako turistak nazioarteko gainerako jatorrietatik etorritakoengandik bereizten dituzten jarduerak.

Batez beste, 7 jarduera egiten dituzte Euskadin egoten diren denboran.

Ostatu hartzen duten udalerriaren barruan, Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa eta Bilboko itsasadarra bisitatzen dituzte eta barnealdeko herrietan paseatzen dute.

Gaua igarotzen duten lekutik kanpo bisitatzen dituzten lekuen artean, kostaldeko herriak, Donostia, Gaztelugatxe, Bizkaia zubia eta Bilboko hiribildua daude.

2.9.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Alemania

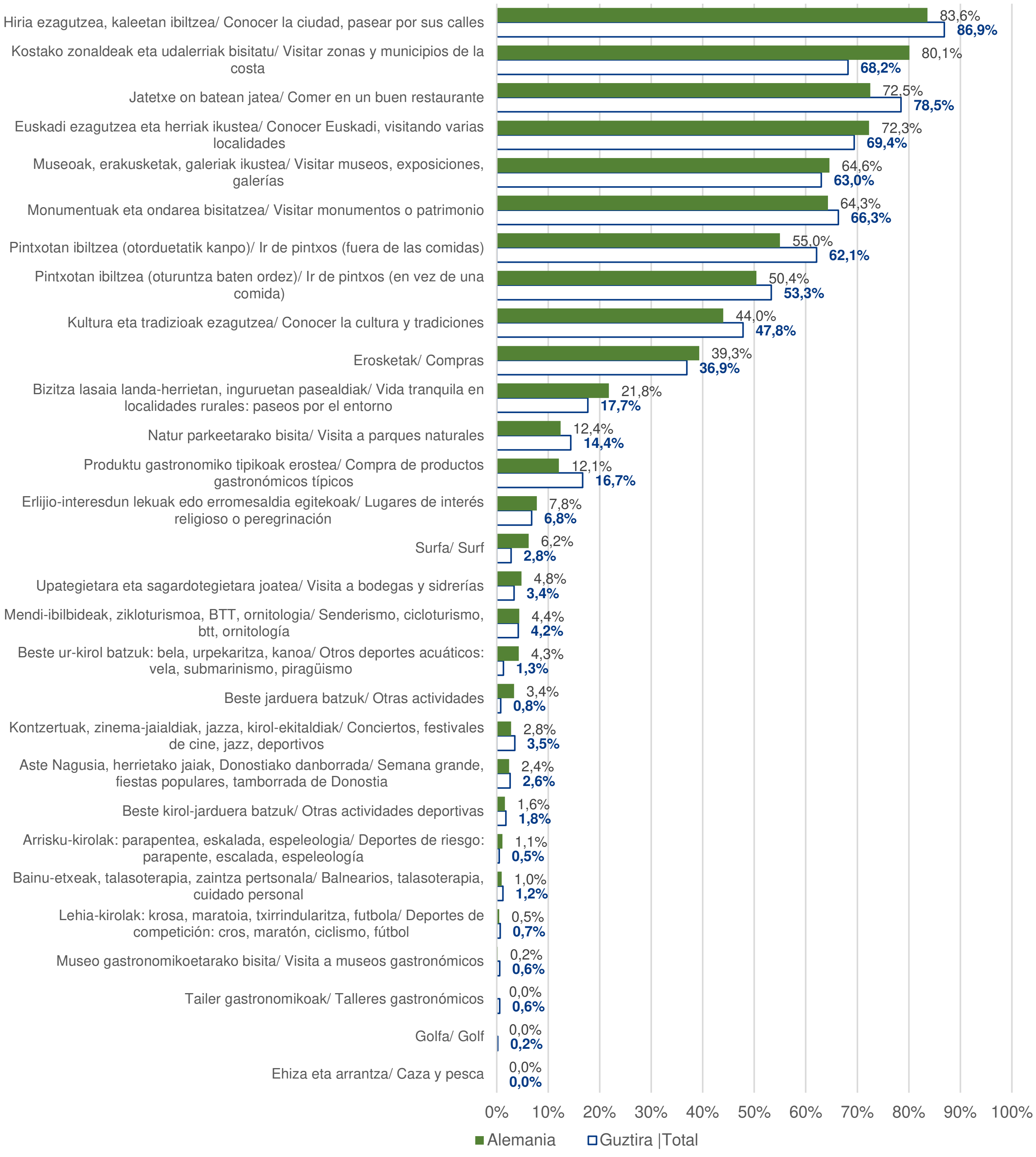
Visitar zonas y municipios de la costa y realizar deportes acuáticos (vela, submarinismo, piragüismo) y surf, son las actividades que distinguen a las y los turistas procedentes de **Alemania** del resto de orígenes internacionales.

Practican por término medio unas 7 actividades en el tiempo que permanecen en Euskadi.

Dentro de la localidad donde se alojan, visitan el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim, la ría de Bilbao y pasean por las localidades de interior.

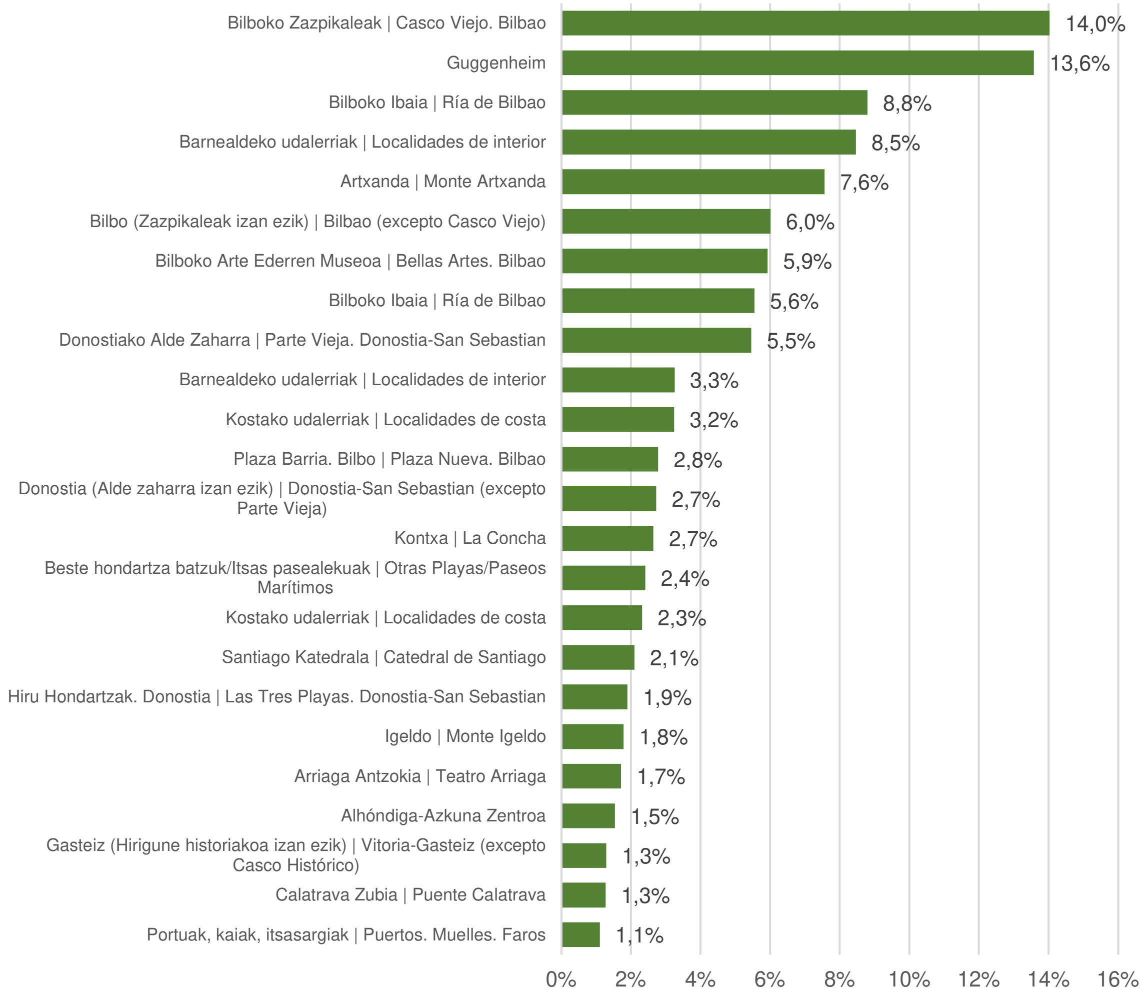
Entre los lugares visitados fuera de su lugar de pernoctación están las localidades de costa, Donostia / San Sebastián, San Juan de Gaztelugatxe, el Puente Bizkaia y la villa de Bilbao.

29AI. grafikoa. Alemanian bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 29AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Alemania comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



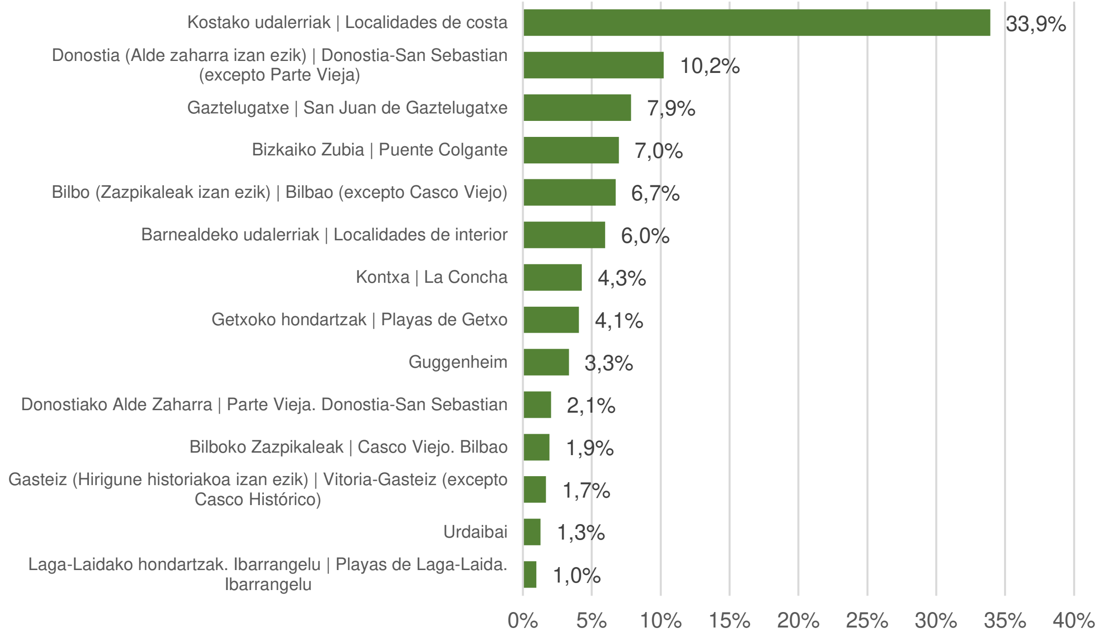
29BI. grafikoa. Alemanian bizi diren turistek udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 29BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Alemania durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



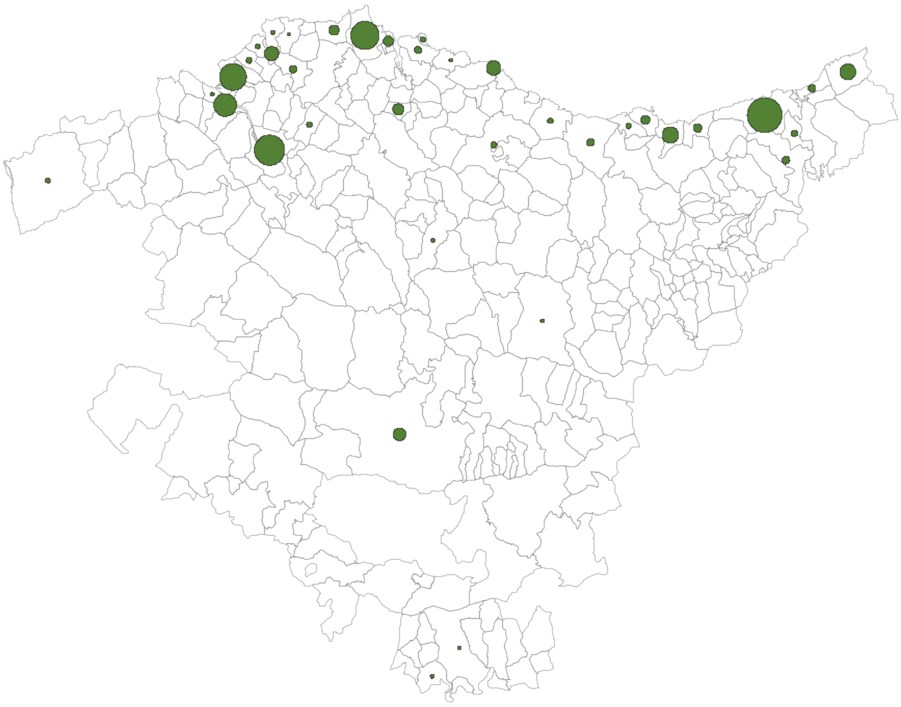
29CI. grafikoa. Alemanian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 29CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Alemania, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



9I mapa. Alemanian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 9I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Alemania, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.10.- Italian bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Italian bizi diren turistak kultura-arloko jarduerak egiteagatik eta Euskadiko kultura eta tradizioak ezagutzeko interesagatik nabarmentzen dira. Jarduera minoritarioen artean ere aktiboagoak dira arriskuko kirola egiten (parapentea, eskalada, etab.) eta batez ere jai herrikoietara joaten, hala nola Aste Nagusira.

Ostatu hartzen duten lekuetan bisitatzen dituzten baliabide nagusiak Bilboko Zazpikaleak eta Guggenheim museoa dira, bai eta gaua igarotzen duten barnealdeko herriak ere. Haien irteera nagusien helmugak kostaldeko herriak (batez ere Getxo edo Portugalete), Gaztelugatxe eta Donostia dira.

AEBetan bizi direnekin batera, turista aktiboenak dira. Batez beste, 8 bisita egiten dituzte egonaldian.

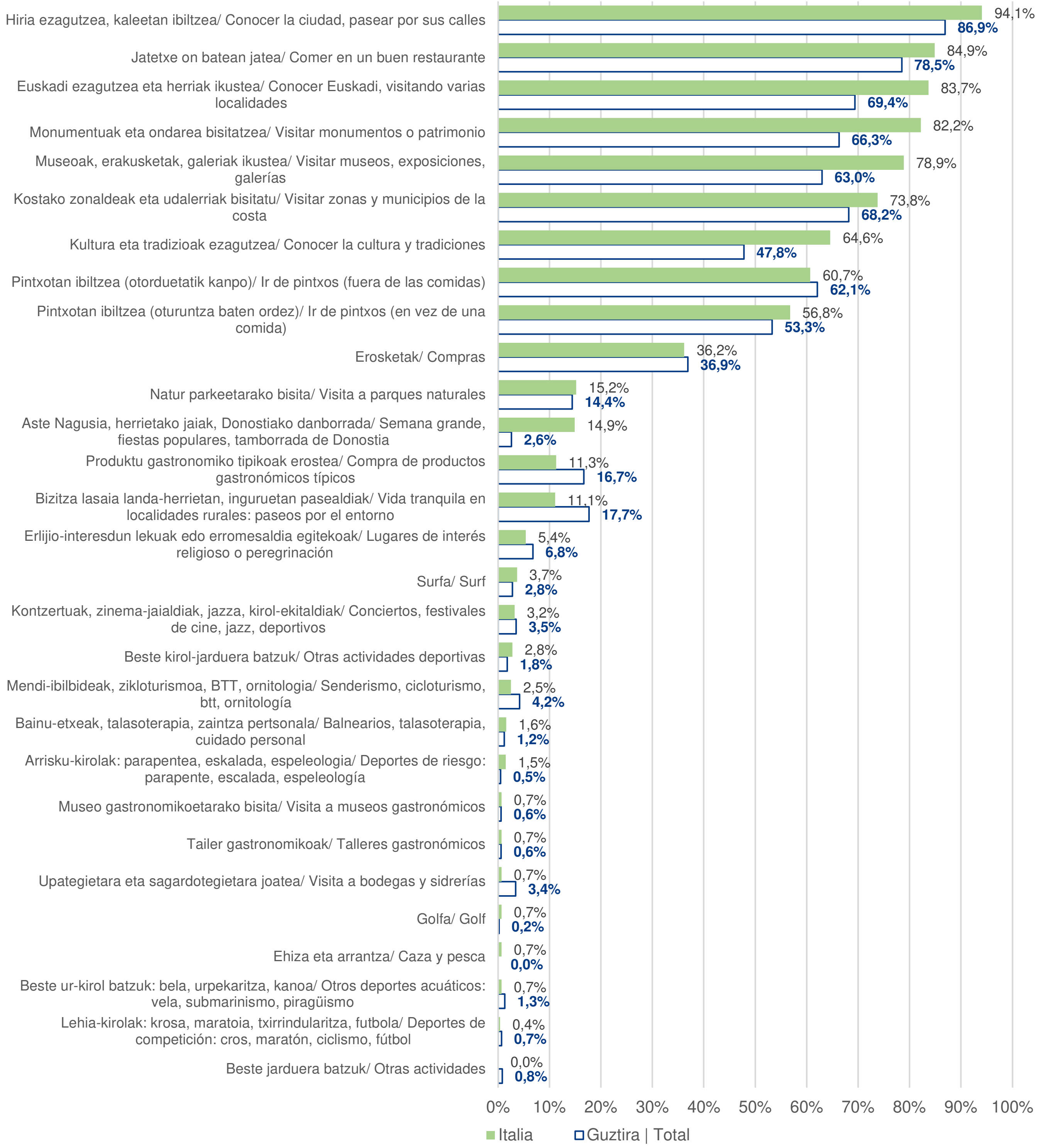
2.10.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Italia

Las y los turistas residentes en **Italia** destacan en la práctica de actividades culturales y en el interés por conocer la cultura y tradiciones de Euskadi. Entre las actividades minoritarias también son más activos en la realización de deporte de riesgo (parapente, escalada etc.) y sobre todo en acudir a fiestas populares como la Semana Grande.

Los principales recursos que visitan en los lugares donde se alojan, son el Casco Viejo de Bilbao y el museo Guggenheim además de las localidades de interior en las que pernoctan. Sus principales salidas tienen como destino las localidades de costa (principalmente Getxo o Portugalete), San Juan de Gaztelugatxe y Donostia / San Sebastián.

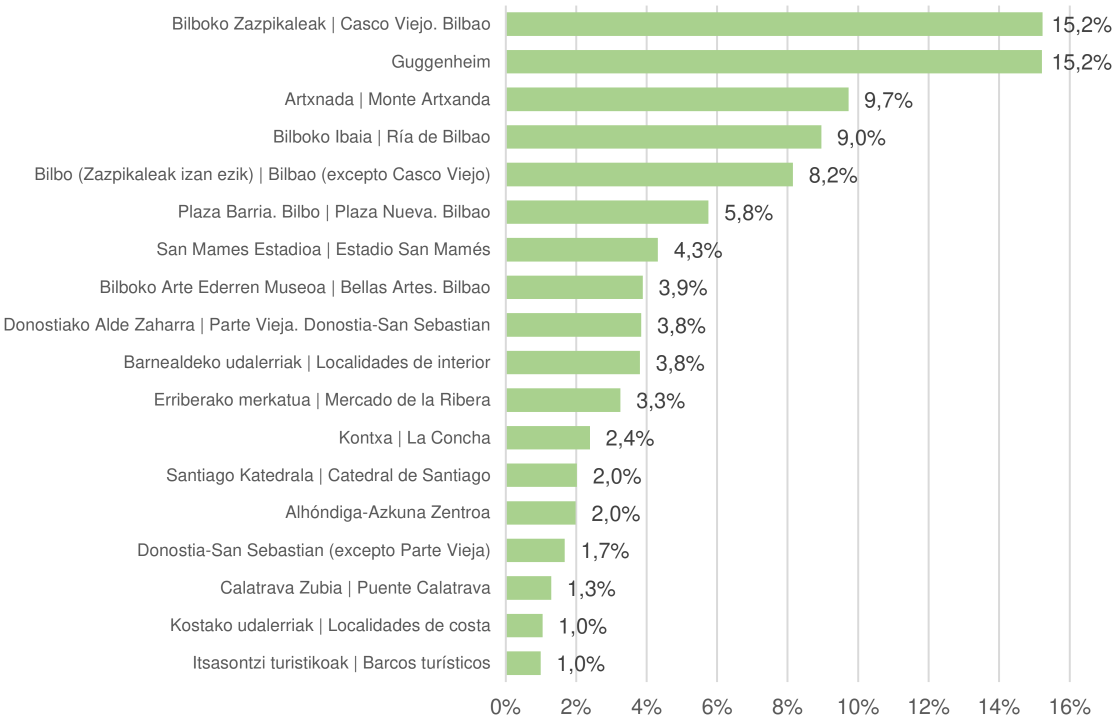
Son las y los turistas más activos, junto con los que residen en EE. UU., con un promedio de 8 visitas durante su estancia.

210AI. grafikoa. Italian bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 210AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en Italia comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



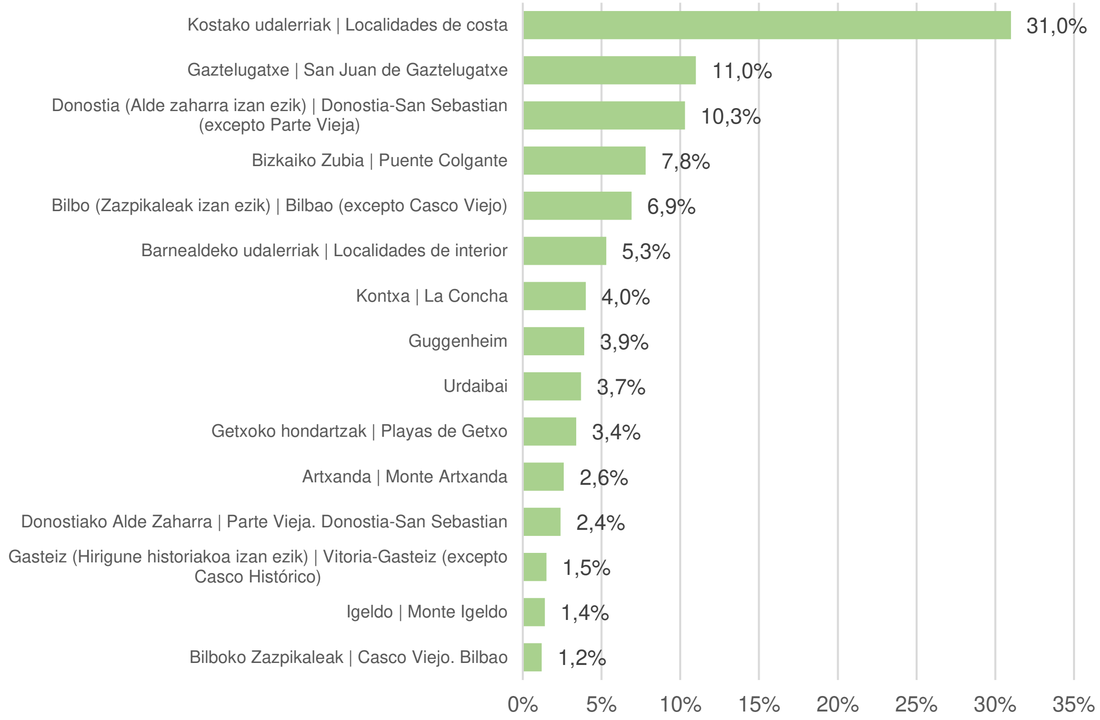
210BI. grafikoa. Italian bizi diren turistek udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 210BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Italia durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



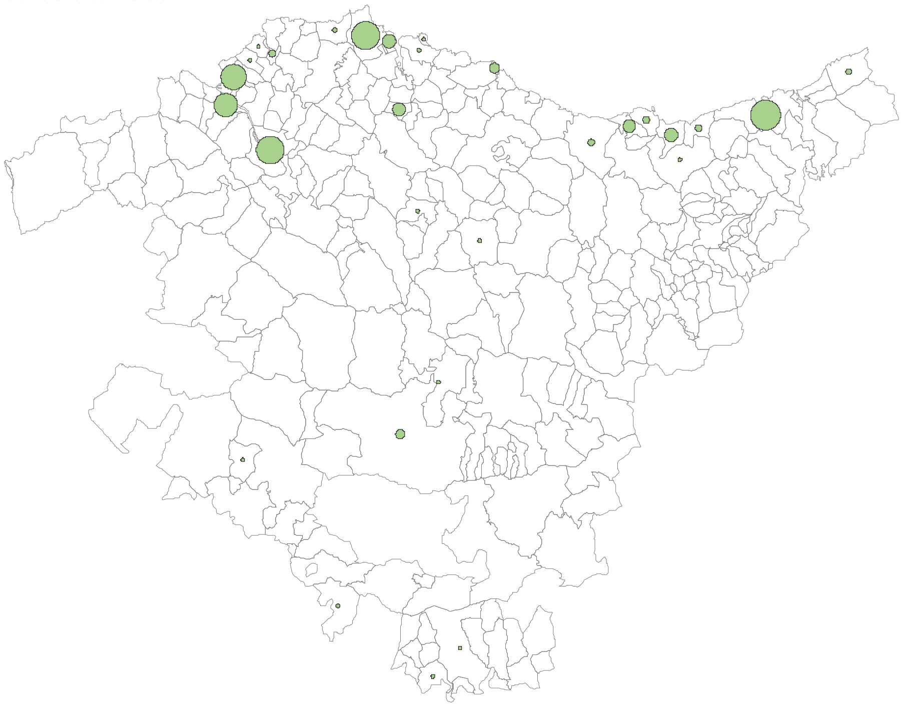
210CI. grafikoa. Italian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 210BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Italia durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



10I mapa. Italian bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 10I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Italia, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.11.- AEBetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Era guztietako jarduera gastronomikoak egitea da **AEBetan** bizi diren turistak ongien definitzen dituen ezaugarria. Nazioarteko gainerako merkatuekin alderatuta, honako jarduera hauetan nabarmentzen dira: jatetxe on batean jatea, pintxoak jatera joatea, produktu gastronomikoak erostea, upategiak, sagardotegiak eta museo gastronomikoak bisitatzea. Erosketak egitea eta parke naturalak bisitatzea ere jarduera garrantzitsuenetarikoak dira gainerako turistekin alderatuta.

Batez beste, 8 jarduera baino gehiago egiten dituzte Euskadin igarotzen duten denboran eta, lehen adierazi den bezala, turista aktiboenetarikoak dira.

Ostatu hartzen duten lekuetan, Bilboko Zazpikaleak, Guggenheim museoa, Donostiako Alde Zaharra eta Kontxako hondartza bisitatzen dituzte.

Txango bat egiten dutenean, batez ere kostaldeko eta barnealdeko beste herri batzuetara joaten dira. Gehien bisitatzen dituzten udalerrien artean daude: Donostia, Bermeo, Bilbo, Getxo eta Zarautz.

2.11.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en EE. UU.

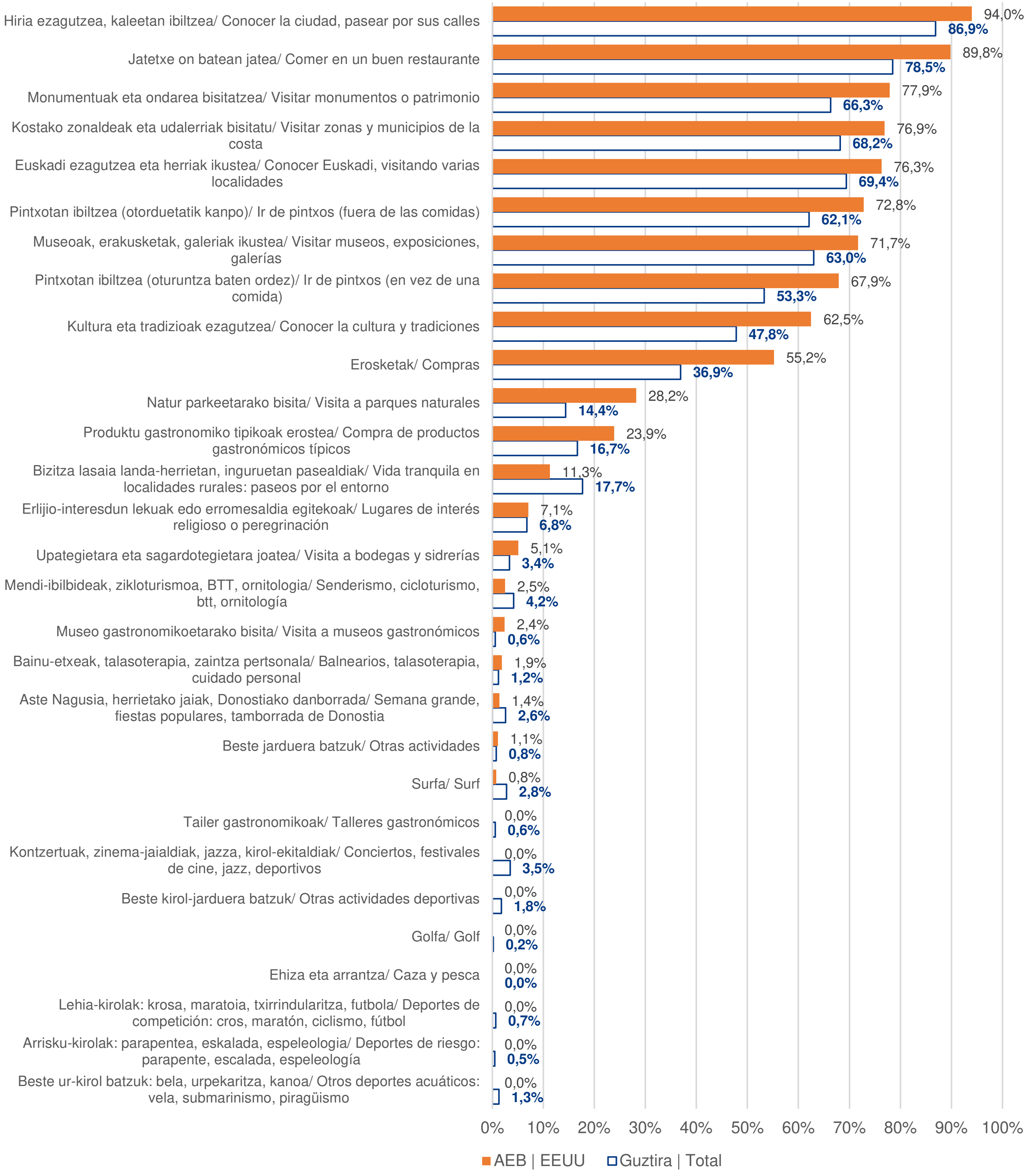
Realizar actividades gastronómicas en todas sus vertientes es la característica que mejor define a las y los turistas residentes en **EE. UU**. Destacan, respecto al resto de mercados internacionales, en actividades como comer en un buen restaurante, ir de pintxos, comprar productos gastronómicos, visitar bodegas, sidrerías y acudir a museos gastronómicos. Las compras y visitar parques naturales también son unas de las actividades más relevante para este tipo de turistas respecto al resto.

Practican, por término medio, más de 8 actividades en el tiempo que permanecen en Euskadi siendo, como se ha venido indicando, de las y los turistas más activos.

Dentro de los lugares donde se alojan, visitan el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim, la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián y la Playa de la Concha.

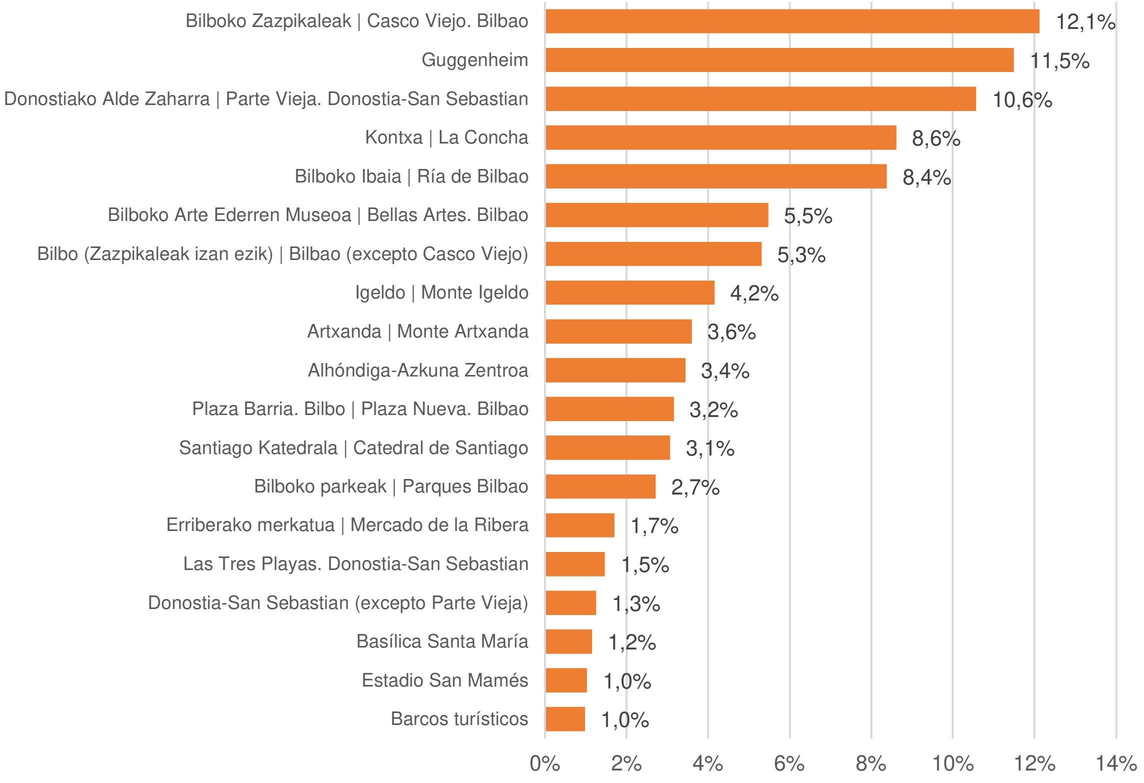
Cuando realizan una excursión se dirigen hacia otras localidades de costa e interior principalmente. Entre los municipios más visitados en sus salidas están: Donostia / San Sebastián, Bermeo, Bilbao, Getxo y Zarautz.

211AI. grafikoa. AEBetan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 211AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en EE. UU. comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



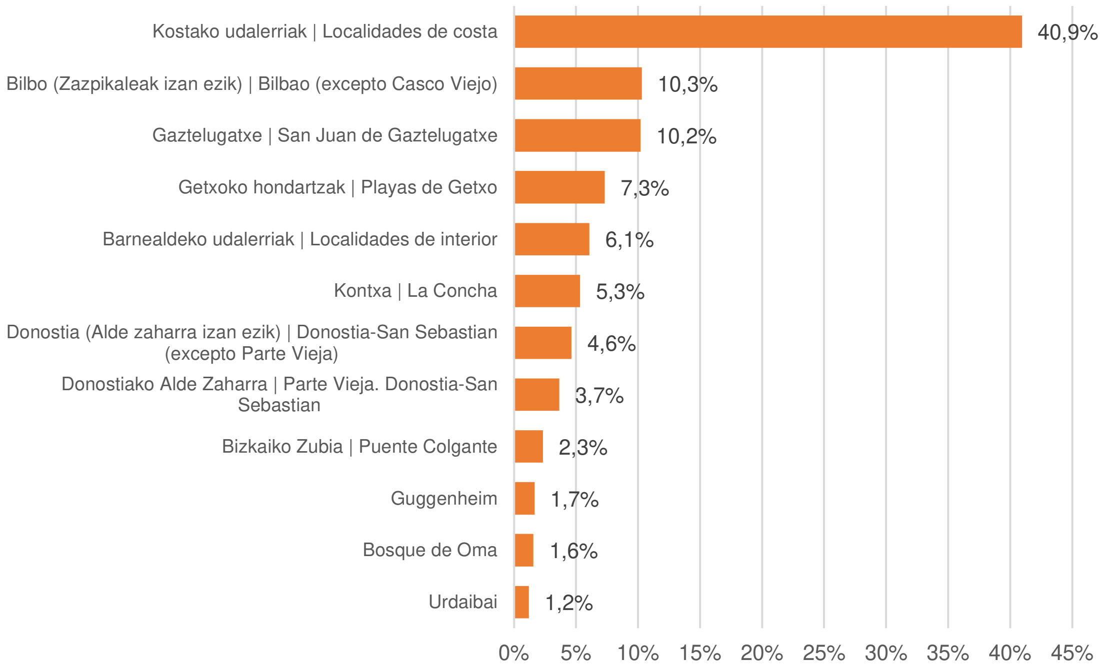
211BI. grafikoa. AEBetan bizi diren turistek udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 211BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en EE. UU. durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



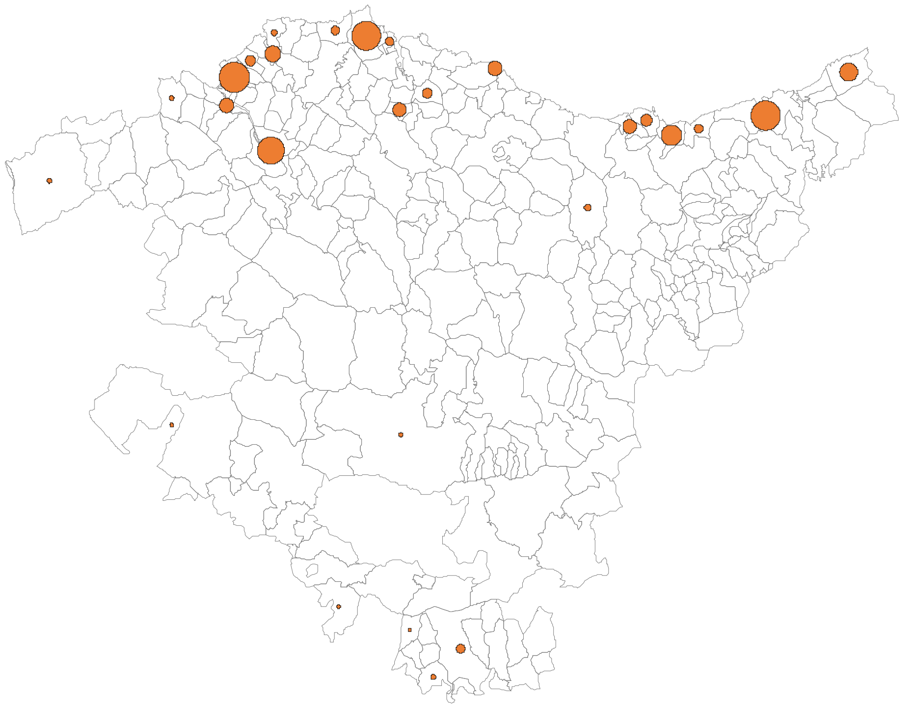
211CI. grafikoa. AEBetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 211CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en EE. UU., fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



11I mapa. AEBetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 11I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en EE. UU., fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.12.- Beneluxen bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

2.12.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en Benelux

Beneluxen bizi diren turistek, nazioarteko turisten ohiko jarduerak partekatzeaz gain, joera handiagoa dute landa-herrietan bizimodu lasaia egiteko eta mendi-ibiliak, zikloturismoa, surfa, golfa (gutxiengoa bada ere) eta beste kirol-jarduera batzuk praktikatzeko.

Ostatu hartzen duten lekuetan bisitatutako baliabide nagusiak Bilborekin lotuta daude: Guggenheim museoa, Zazpikaleak, Bilboko itsasadarra, etab.

Gaua igarotzen duten lekutik batez ere Bizkaiko kostaldeko herrietara (Getxo, Portugalete), Donostiara, Bilbora eta Gaztelugatxera joaten dira.

Batez beste, 7 jarduera egiten dituzte Euskadin egoten diren denboran.

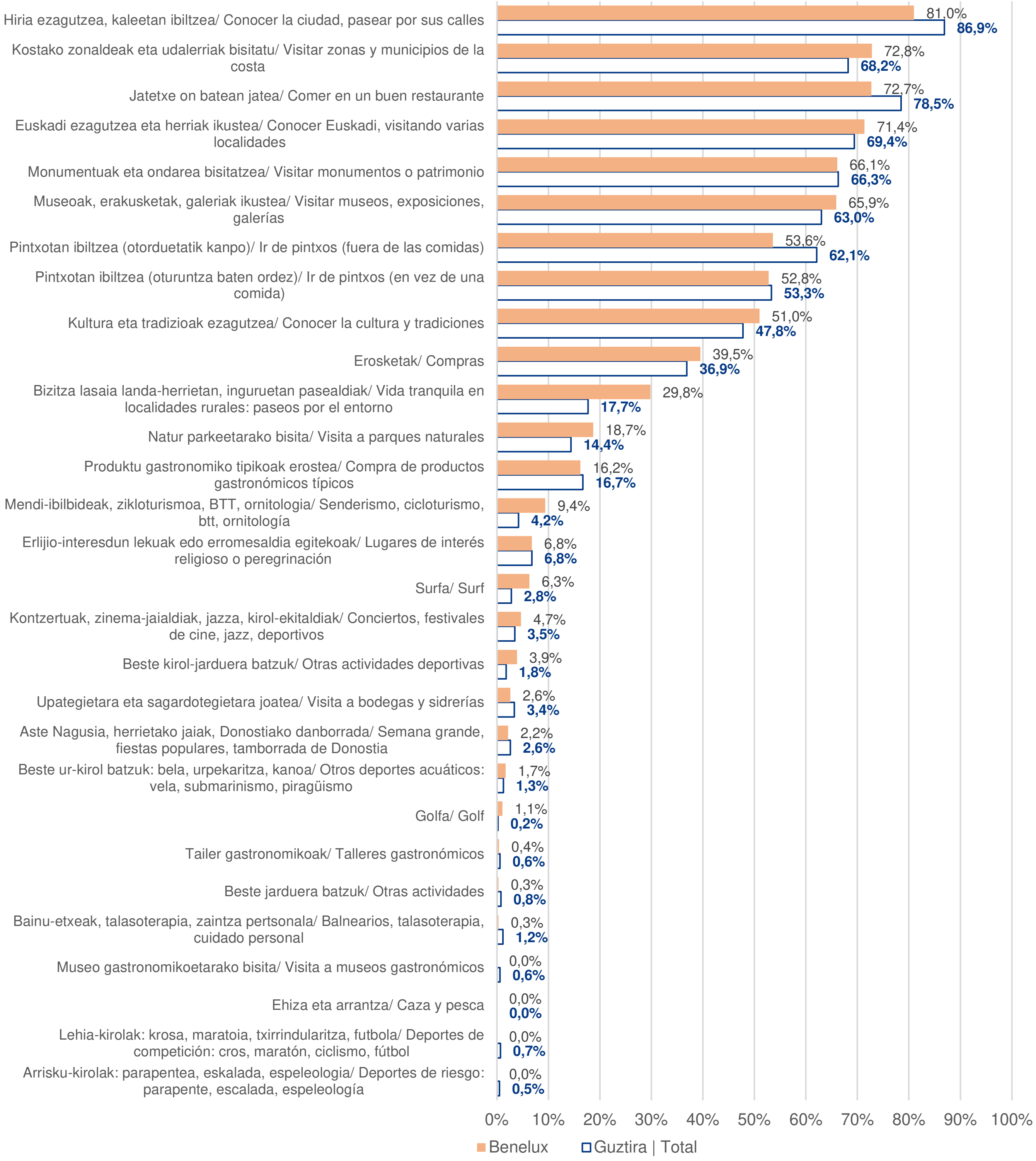
Las y los turistas residentes en **Benelux**, además de compartir las actividades habituales de las y los turistas internacionales, se distinguen por una mayor predisposición a realizar vida tranquila en localidades rurales, senderismo, cicloturismo, surf, golf (aunque de manera minoritaria) y otras actividades deportivas.

Los principales recursos visitados en los lugares donde se alojan están relacionados con Bilbao: el Museo Guggenheim, el Casco Viejo, la Ría de Bilbao etc.

Sus salidas del lugar donde pernoctan se dirigen principalmente a localidades de costa de Bizkaia (Getxo, Portugalete), a Donostia / San Sebastián, Bilbao y San Juan de Gaztelugatxe.

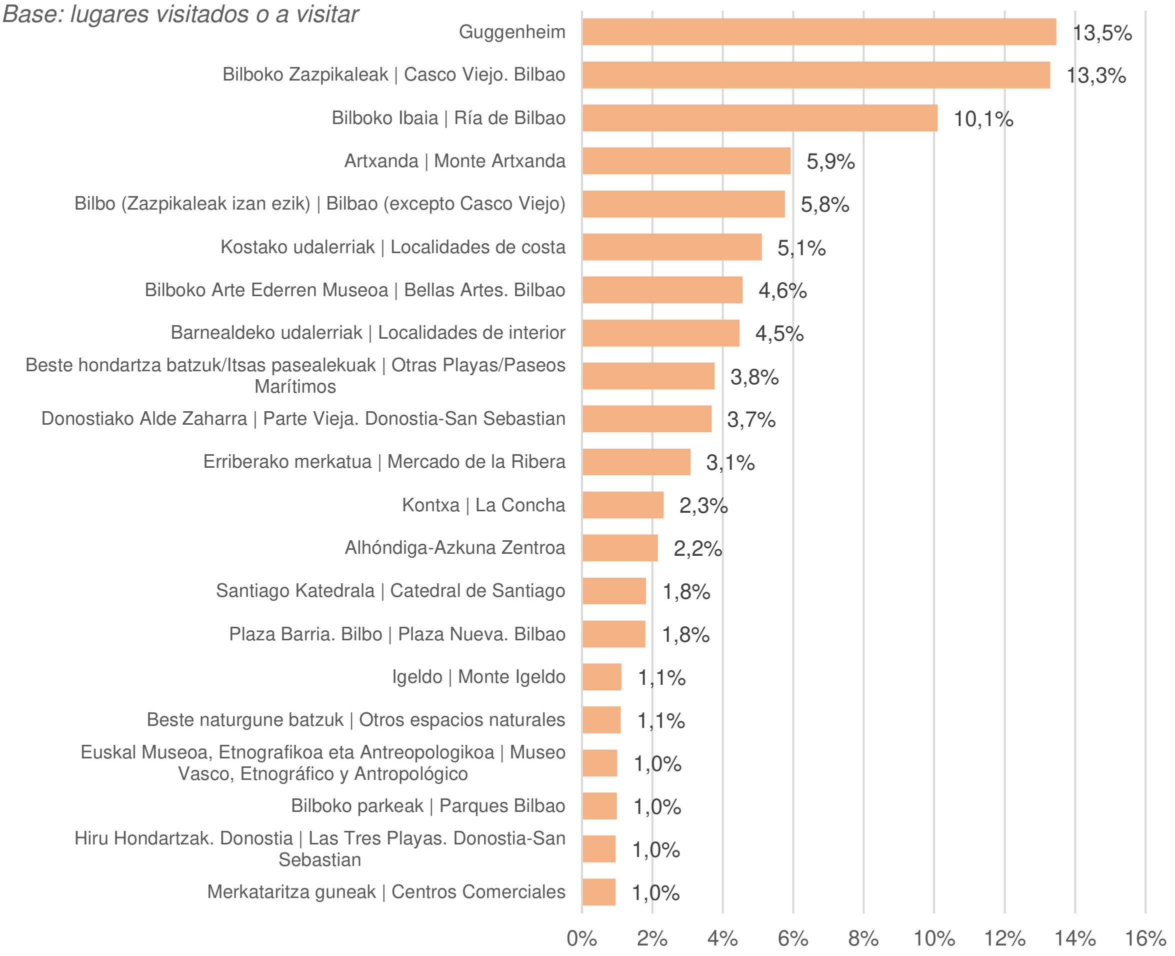
Por término medio realizan 7 actividades durante su estancia en Euskadi.

212AI grafikoa. Beneluxen bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 212AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en. Benelux. comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



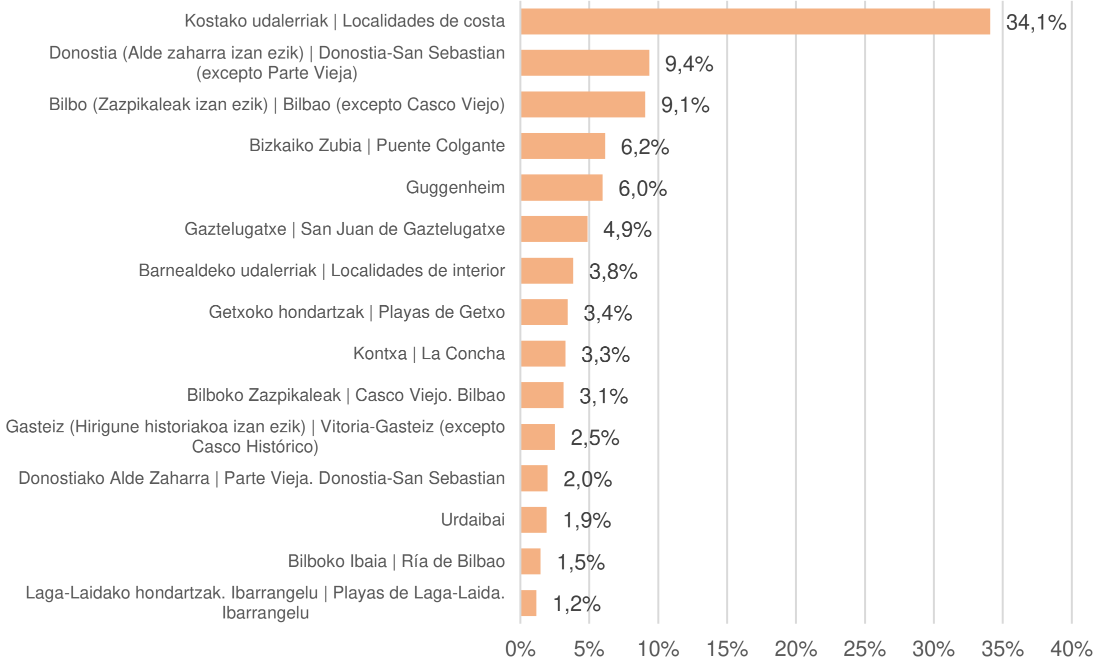
212BI. grafikoa. Beneluxen bizi diren turistek udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak

Gráfico 212BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en Benelux durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



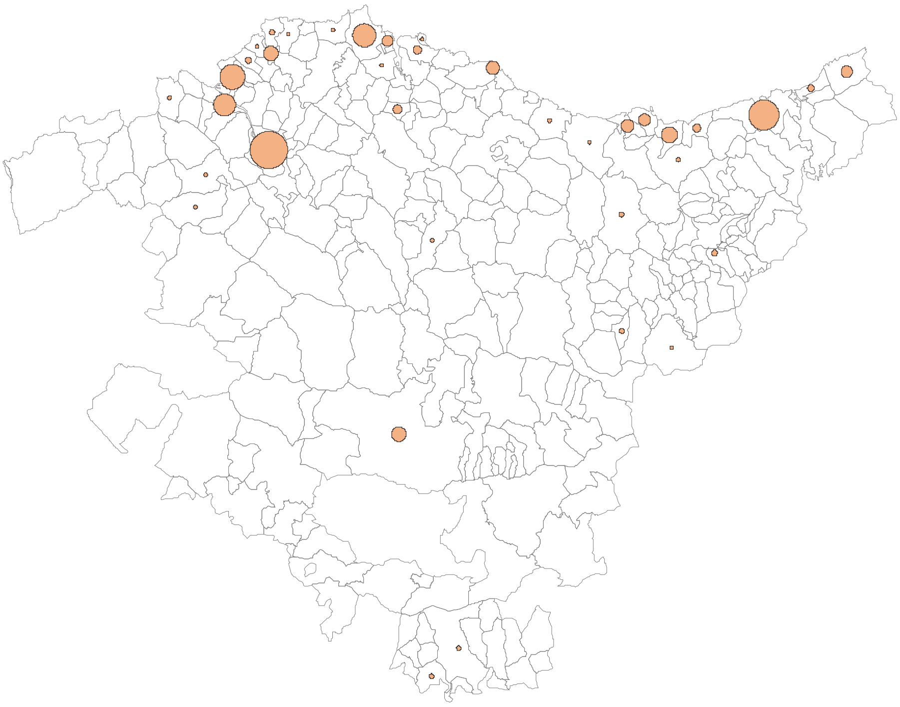
212CI. grafikoa. Beneluxen bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak

Gráfico 212CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en Benelux, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



12I mapa. Beneluxen bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 12I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en Benelux, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



2.13.- Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek gauzatutako jarduerak, bisitatutako lekuak eta egindako txangoak

Nazioarteko turistek gehien egiten dituzten jardueren artean ez dago **gainerako herrialdeetan** bizi diren turistak berariaz definitzen dituenik. Jarduera minoritarioen artean, interes erlijiosoko edo erromesaldiko lekuak bisitatzeak soilik du haien artean eragin handiagoa.

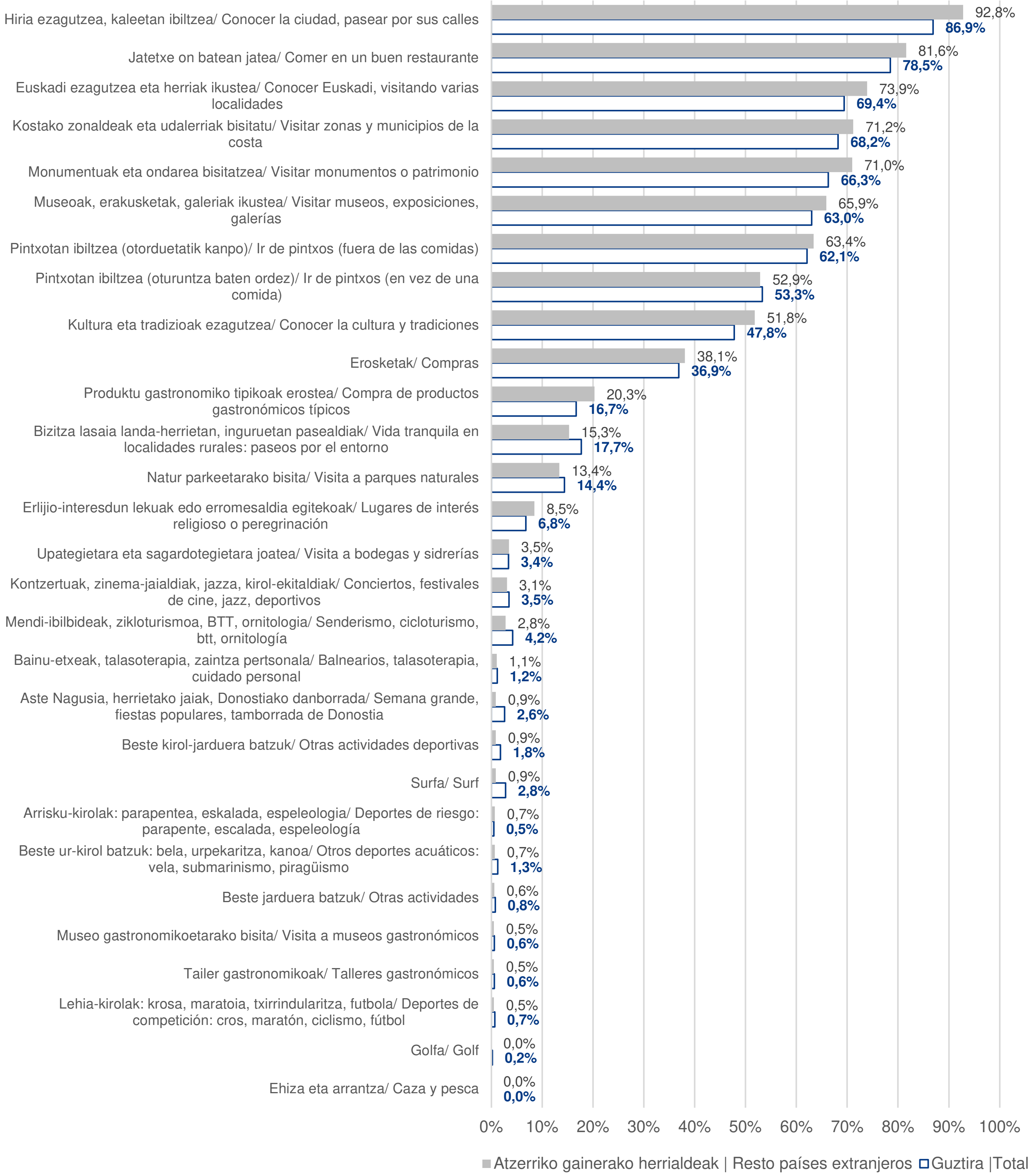
Batez beste, 7 jarduera baino zerbait gehiago egiten dituzte Euskadin dauden bitartean eta honako hauek dira gehien bisitatzen dituzten lekuak: ostatu hartzen duten kostaldeko herriak, Donostia, Gaztelugatxe, Bizkaia zubia eta Bilbo.

2.13.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas residentes en el resto de los países

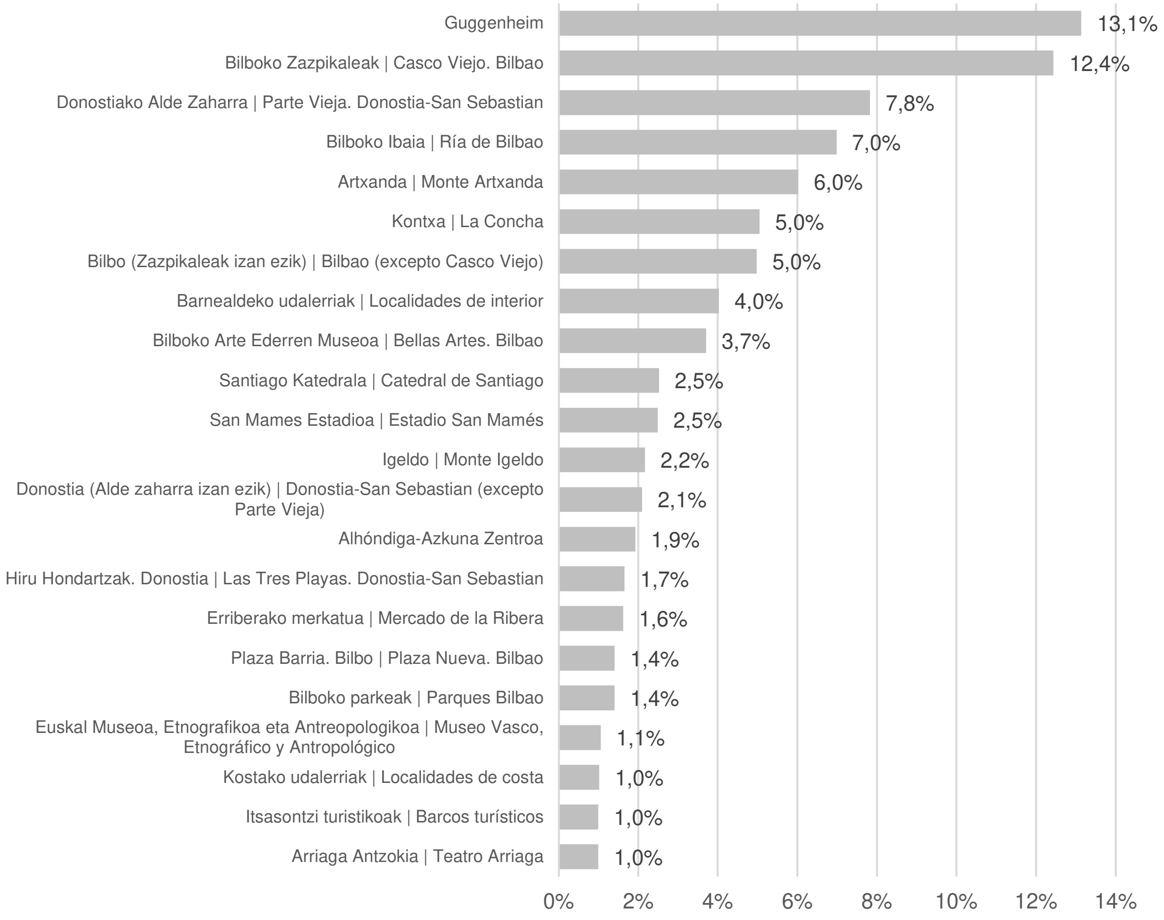
Entre las actividades más practicadas por las y los turistas internacionales no hay ninguna que defina específicamente a las y los turistas residentes en el **resto de los países**. Tan sólo tienen algo más de incidencia, entre las actividades minoritarias, la visita a lugares de interés religioso o peregrinación.

Practican algo más de 7 actividades durante su estancia en Euskadi y entre los lugares más visitados están las localidades de costa donde se alojan, Donostia / San Sebastián, San Juan de Gaztelugatxe, el Puente Bizkaia y Bilbao.

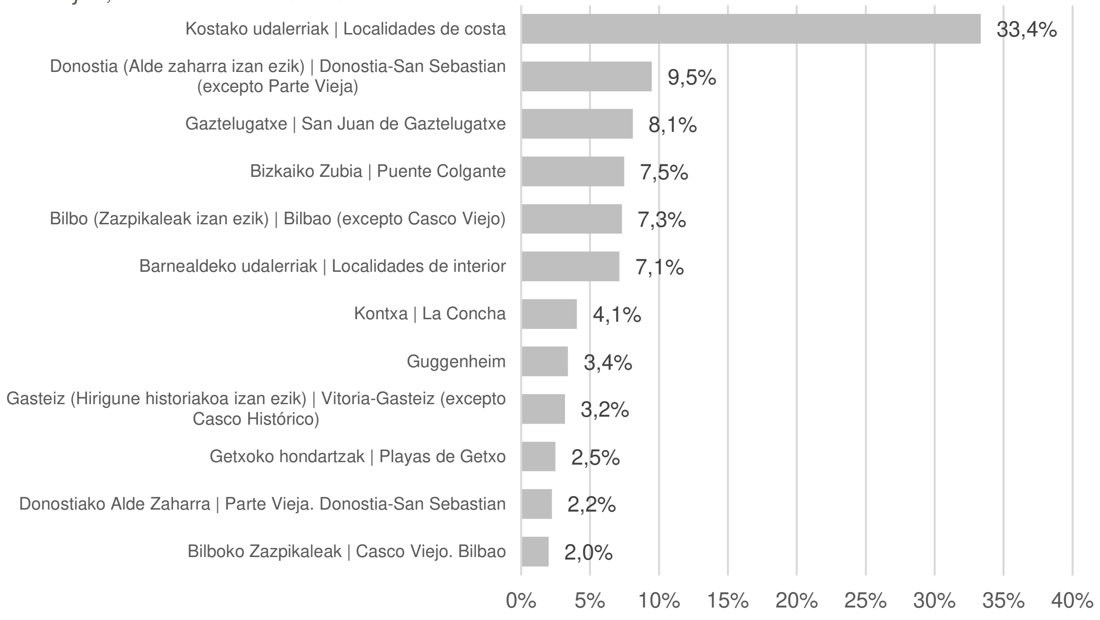
213AI. grafikoa. Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek egindako jarduerak, Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten dituztenekin alderatuta, 2019. Erantzun anizkoitza (baiezko erantzunen ehunekoa)
Gráfico 213AI. Actividades realizadas por las y los turistas que residen en el resto de los países comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



213BI. grafikoa. Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek udalerrian egon diren bitartean bisitatutako lekuak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak
Gráfico 213BI. Lugares visitados por las y los turistas que residen en el resto de los países durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar

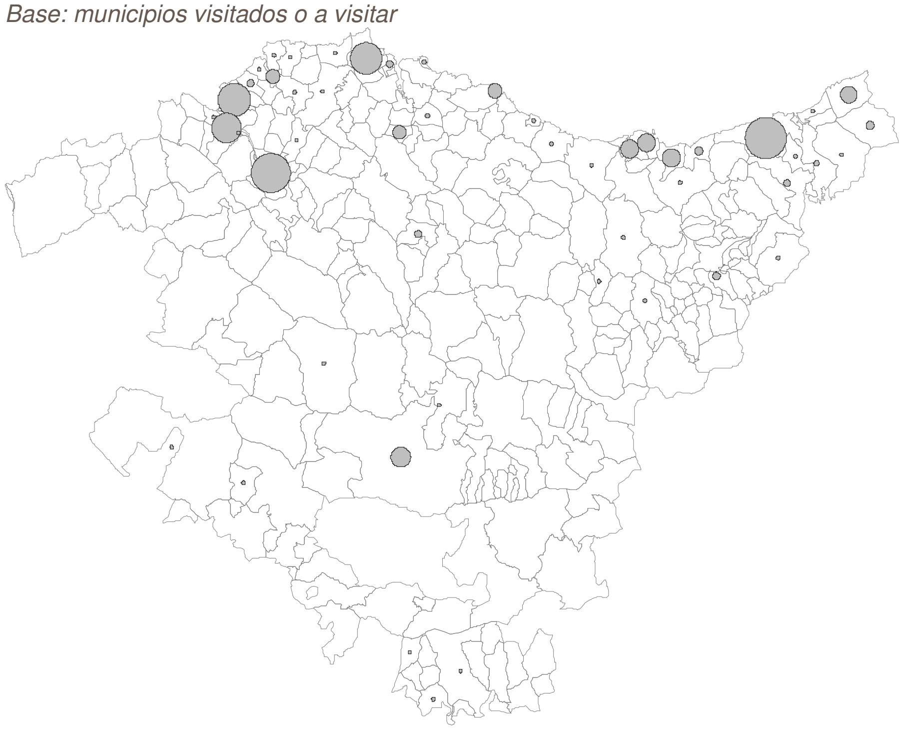


213CI. grafikoa. Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo bisitatutako baliabide turistikoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak
Gráfico 213CI. Recursos turísticos visitados por las y los turistas que residen en el resto de los países, fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



13I mapa. Gainerako herrialdeetan bizi diren turistek ostatu hartutako udalerritik kanpo egindako txangoak, 2019. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 13I. Excursiones realizadas por las y los turistas que residen en el resto de los países ,fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: municipios visitados o a visitar



3.- EUSKADIREN BALORAZIOARI ETA ITXAROPENEI BURUZKO ADIERAZLE TURISTIKOAK

3.1.- Nola baloratzen dute Euskadi?

Estatuko eta barneko turista gehienek Euskadiri turismo-helmuga gisa ematen dioten balorazioa oso positiboa da. Era berean, oso positibotzat jotzen dituzte jasotako tratua eta helmugaren kalitatea beste leku batzuekin alderatuta. Estatuko eta barneko turisten % 89k oso modu positiboan baloratzen dituzte hiru alderdiak. Puntuazio onenak inguruko autonomia-erkidegoetatik etorritako turistek eman dituzte; horien artean, turisten % 95 baino gehiagok oso modu positiboan baloratu dituzte hiru ezaugarriak.

Helmuga garestia edo oso garestia izatearen pertzepzioa errotuago dago Kataluniatik eta inguruko erkidegoetatik etorritakoen eta EAE bertakoen artean (% 29), baina kalitatea/prezioa erlazioak horietako inori ez dio modu negatiboan eragiten Euskadi gomendatzeko orduan, aurrerago ikusiko den bezala.

Turistek bidaiaren inguruan dituzten itxaropenei dagokienez, neurri handi batean lotuta daude pertsonek helmugari buruz duten aurretiko ezagutzarekin. Euskadira egindako bisitaren esperientziak, kasu gehienetan bete egin du turistek helmugari buruz zuten irudia. Bidaiari buruzko itxaropenak gainditzen dituztenen kopuruak Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi direnen % 11 eta inguruko autonomia-erkidegoan bizi direnen % 46 artean daude.

Estatuko turisten arabera, honako hauek dira Euskadira egindako bisitaren hiru alderdi erakargarrienak: ingurune naturala eta paisaia, kalitate gastronomikoa eta enologikoa eta euskaldunen nortasuna eta izaera. Euskadin bizi direnek lehen bi alderdiak partekatzen dituzte eta lasaitasuna, erlaxazioa eta bizi-kalitatea hirugarren lekuan jartzen dituzte.

3.- INDICADORES TURÍSTICOS SOBRE LA VALORACIÓN DE EUSKADI Y EXPECTATIVAS

3.1.- ¿Cómo valoran Euskadi?

La valoración de Euskadi como destino turístico es muy positiva para la gran mayoría de las y los turistas estatales e internos. Del mismo modo, valoran muy favorablemente tanto el trato recibido como la calidad del destino comparándolo con otros lugares que conocen. Casi el 89% de las y los turistas estatales e internos valoran los tres aspectos muy positivamente. Las mejoras puntuaciones las otorgan las y los procedentes de las comunidades vecinas, superando el 95% de turistas que valoran muy positivamente los tres atributos.

La percepción de que es un destino caro o muy caro está más arraigada entre quienes proceden de Cataluña, de las comunidades vecinas y de la propia Comunidad. (29%), aunque en ninguno de estos casos la relación calidad/precio influye negativamente en la recomendación de Euskadi, como se podrá observar más adelante.

En cuanto a las expectativas que sobre el viaje tienen las y los turistas, están en gran medida relacionadas con el conocimiento previo que las personas tienen del destino. La experiencia de la visita a Euskadi ha cubierto en la mayoría de los casos la imagen que las y los turistas tenían del destino. Las cifras de superación de las expectativas del viaje oscilan entre el 11% de quienes residen en la C.A. de Madrid al 46% de las y los turistas procedentes de las comunidades vecinas.

Los tres aspectos más atractivos de la visita a Euskadi según las y los turistas estatales son: el entorno natural y paisajístico, la calidad gastronómica y enológica y la personalidad y el carácter vasco. Quienes residen en Euskadi comparten los dos primeros aspectos y sitúan en tercera posición la tranquilidad, relax y calidad de vida.

34E. grafikoa. Euskadiren balorazioa helmuga turistiko gisa, jasotako tratuarena eta kalitatearena ((erantzunen % "oso positiboa"), beste helmuga batzuekin alderatutako prezioarena (erantzunen % "Oso garestia" "garestia" eta bidaiaren itxaropenak betetzea (erantzunen % "itxaropenak gainditu ditu" estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza

Gráfico 34E. Valoración de Euskadi como destino turístico, del trato recibido y de la calidad ((% de respuestas "muy positivamente"), del precio comparado con otros destinos (% de respuestas "Muy caro" "caro" y cumplimiento de las expectativas del viaje (% de respuestas "ha superado las expectativas" según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Respuesta múltiple

	Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.	Euskadi	Madrilgo aut. erk. | C.A. Madrid	Katalunia | Cataluña	Andaluzia | Andalucía	Aldameneko aut. Erk | CC. AA. Vecinas	Turista nazionalak guztira | Total turistas nacionales
△ Euskadi turismo-norako gisa baloratzea: OSO POSITIBOA | Valoración de Euskadi como destino turístico: MUY POSITIVAMENTE	87,0%	88,1%	87,3%	87,4%	88,9%	95,8%	88,6%
■ Jasotako tratuaren balorazioa: OSO POSITIBOA | Valoración del trato recibido: MUY POSITIVAMENTE	88,2%	86,7%	87,4%	87,9%	90,5%	95,1%	88,4%
● Helmugaren kalitatearen balorazioa: OSO POSITIBOA | Valoración de la calidad del destino: MUY POSITIVAMENTE	88,2%	87,2%	88,5%	88,7%	89,6%	95,4%	88,9%
■ Valoración del precio comparado con otros destinos: CARO / MUY CARO	27,8%	29,0%	20,6%	29,4%	23,3%	29,2%	26,3%
▲ Cumplimiento de las expectativas del viaje: LAS HA SUPERADO	34,2%	31,3%	11,0%	34,1%	28,7%	46,2%	29,4%

Nazioarteko turisten % 88k, oro har, oso modu positiboan baloratzen dituzte bai jasotako tratua eta bai helmugaren kalitatea. Pertzepzio oso positivo hori % 91ra iristen da Euskadi helmuga turistiko gisa baloratu behar denean. AEBetan bizi direnek ematen diete baloraziorik handiena helmugari nahiz jasotako tratuari. Alemaniatik etorritakoek dute, bestalde, helmugaren kalitatearen pertzepziorik onena.

Euskadi helmuga garestia izateari dagokionez, Euskadi helmuga garesti edo oso garestitzat jotzen duten nazioarteko turisten kopurua % 10 ingurukoa da. Erresuma Batuan bizi direnen % 5 eta gainerako herrialdeetan bizi direnen % 15 artean mugitzen da kopuru hori.

El 88% de las y los turistas internacionales valoran, en términos generales, muy positivamente tanto el trato recibido como la calidad del destino. Esa percepción muy positiva aumenta hasta el 91% cuando se trata de valorar Euskadi como destino turístico. Las y los residentes en EE. UU son quienes mejor valoran tanto el destino como el trato recibido. Siendo las y los procedentes de Alemania quienes mejor percepción tiene de la calidad del destino.

En cuanto a la carestía de Euskadi como destino, apenas alcanza el 10% el número de turistas internacionales que consideran que Euskadi es un destino caro o muy caro. Esta cantidad oscila desde el 5% que así lo consideran entre quienes residen en Reino Unido, hasta el 15% de las y los residentes en el resto de los países.

Nazioarteko turisten ia erdiek uste dute Euskadik gainditu egin dituela bidaiari buruz zituzten itxaropenak. Erresuma Batutik etorritakoen artean, % 63rentzat gainditu dituzte; helmugari buruzko aurretiko ezagutza handiagoak eraginda edo, ez ditu itxaropenak gainditu Frantzian bizi diren % 30en artean.

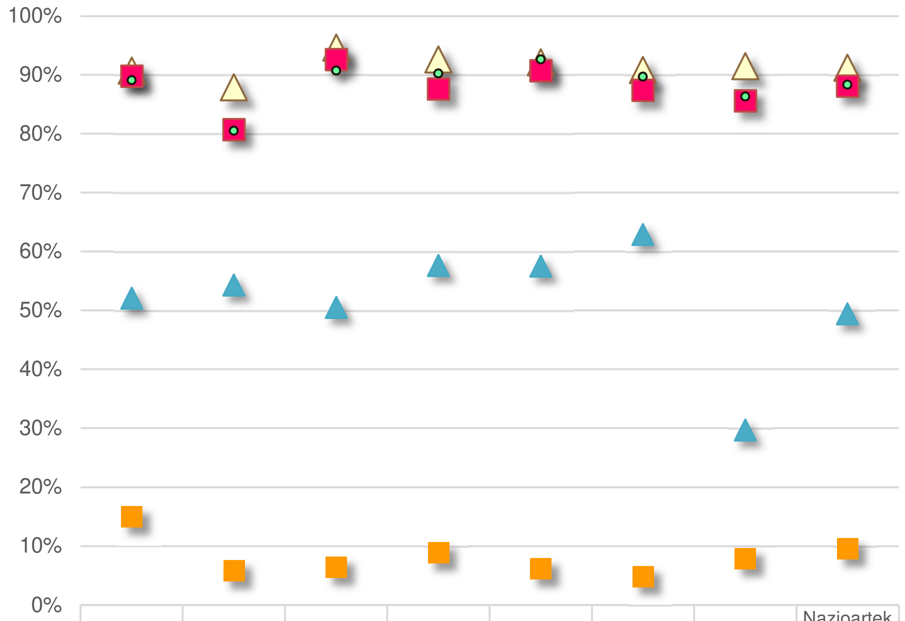
Casi la mitad de las y los turistas internacionales considera que Euskadi ha superado las expectativas que tenían del viaje. Entre quienes proceden de Reino Unido, éstas se han visto superadas para el 63%; mientras que, posiblemente motivado por un mayor conocimiento previo del destino, la superación de las perspectivas no alcanza el 30% entre las y los turistas residentes en Francia.

Nazioarteko turistek uste dute Euskadiko erakargarritasun nagusien artean Euskadiko ezaugarriei lotutako bi alderdi daudela: kultura gastronomikoa eta euskal izaera. Ingurune naturala eta paisaia ere ondo baloratuta daude.

Las y los turistas internacionales consideran, entre los principales atractivos de Euskadi, dos de los aspectos asociados a las señas identitarias de Euskadi: la cultura gastronómica y el carácter vasco. También son bien valorados el entorno natural y paisajístico.

34I. grafikoa. Euskadiren balorazioa helmuga turistiko gisa, jasotako tratuarena eta kalitatearena ((erantzunen % "oso positiboa"), beste helmuga batzuekin alderatutako prezioarena (erantzunen % "Oso garestia" "garestia" eta bidaiaren itxaropenak betetzea (erantzunen % "itxaropenak gainditu ditu" nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Erantzun anizkoitza

Gráfico 34I. Valoración de Euskadi como destino turístico, del trato recibido y de la calidad ((% de respuestas "muy positivamente"), del precio comparado con otros destinos (% de respuestas "Muy caro" "caro" y cumplimiento de las expectativas del viaje (% de respuestas "ha superado las expectativas" según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Respuesta múltiple



	Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros	Benelux	AEB | EEUU	Italia	Alemania	Erresuma Batua | Reino Unido	Frantzia | Francia	Nazioarteko turistak guztira | Total turistas internacionales
△ Euskadi turismo-norako gisa baloratzea: OSO POSITIBOA | Valoración de Euskadi como destino turístico: MUY POSITIVAMENTE	90,7%	87,9%	94,6%	92,6%	92,1%	90,8%	91,5%	91,2%
■ Jasotako tratuaren balorazioa: OSO POSITIBOA | Valoración del trato recibido: MUY POSITIVAMENTE	89,8%	80,7%	92,6%	87,6%	90,7%	87,4%	85,6%	88,1%
● Helmugaren kalitatearen balorazioa: OSO POSITIBOA | Valoración de la calidad del destino: MUY POSITIVAMENTE	89,1%	80,5%	90,7%	90,2%	92,6%	89,7%	86,3%	88,3%
■ Valoración del precio comparado con otros destinos: CARO / MUY CARO	15,0%	5,8%	6,4%	8,9%	6,2%	4,8%	7,9%	9,6%
▲ Cumplimiento de las expectativas del viaje: LAS HA SUPERADO	52,1%	54,3%	50,5%	57,6%	57,5%	62,9%	29,7%	49,4%

3.2.- Itzuliko al lirateke Euskadira?

Fidelizazio-tasa eta berritze-tasa

Fidelizazio-tasa Euskadira berriro etortzen diren turisten ehunekoa da eta **berritze-tasa** Euskadira lehen aldiz etortzen direnen tasa. Garrantzitsua da bi tasak kontuan hartzea turisten portaera interpretatzeko orduan, batez ere informazioa bilatzearekin, erreserbekin, itxaropenekin eta abarrekin lotutako alderdietan.

Estatuko turisten artean, batez beste, fidelizazio-tasa (% 66) nazioarteko turistena baino (% 28) askoz handiagoa da.

Estatuko eta barneko merkatuaren fidelizazio-tasa handiena Euskadin bizi diren turisten artean dago (% 97) eta txikiena, berriz, Andaluziatik etorritakoen artean (% 48). Aurretik egindako bisita-kopurua ia 16ra iristen da Euskadin bizi direnen artean eta 9ra inguruko autonomia-erkidegoetatik etorritakoen artean. Madrilgo Autonomia Erkidegoan eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi direnek 8 bisita egin dituzte aldez aurretik eta 7 Andaluzian bizi direnek.

3.2.- ¿Volverían a Euskadi?

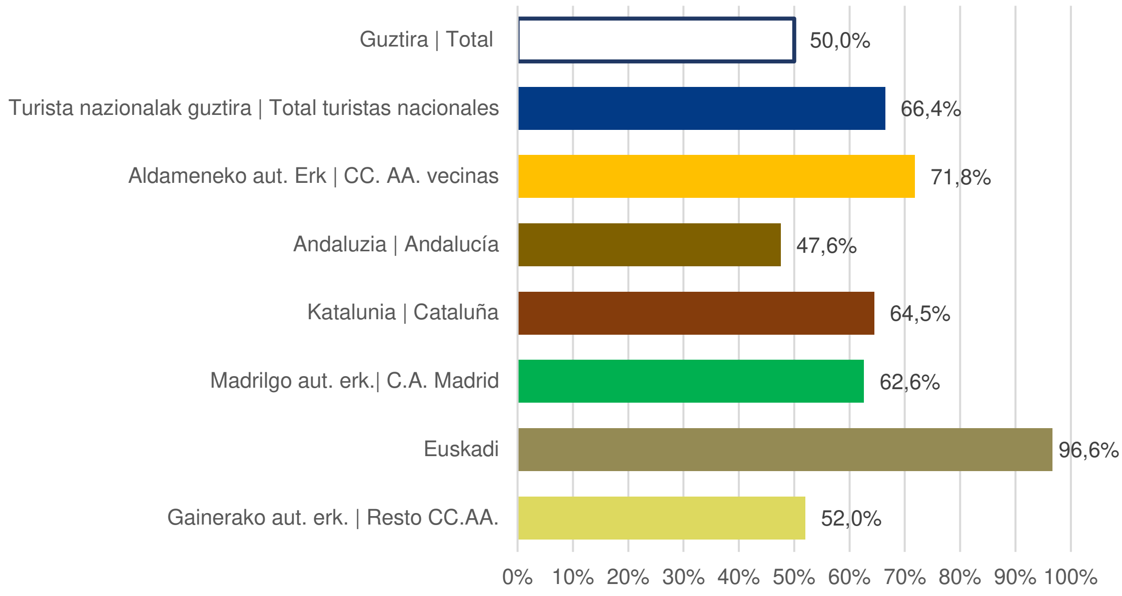
Tasa de fidelización y de renovación

Se entiende por **tasa de fidelización** el porcentaje de turistas que repite su visita a Euskadi y por **tasa de renovación** el porcentaje de quienes acuden por primera vez. Es importante tener en cuenta ambas tasas a la hora de interpretar el comportamiento de las y los turistas, sobre todo en aspectos relacionados con las búsquedas de información, reservas, expectativas etc.

Entre las y los turistas estatales, por término medio, la tasa de fidelización (66%) es muy superior a la de las y los residentes internacionales (28%).

La mayor tasa de fidelización del mercado estatal e interno se da entre las y los turistas residentes en Euskadi (97%), mientras que la menor se registra entre quienes proceden de Andalucía (48%). El número de visitas previas a Euskadi, realizado entre las y los turistas que lo han visitado anteriormente, asciende a casi 16 en el caso de las y los turistas residentes en Euskadi y 9 entre quienes proceden de las comunidades vecinas. 8 son las visitas previas realizadas por las y los residentes en la C.A. de Madrid y en el resto de las comunidades autónomas. Y 7 por quienes proceden de Andalucía.

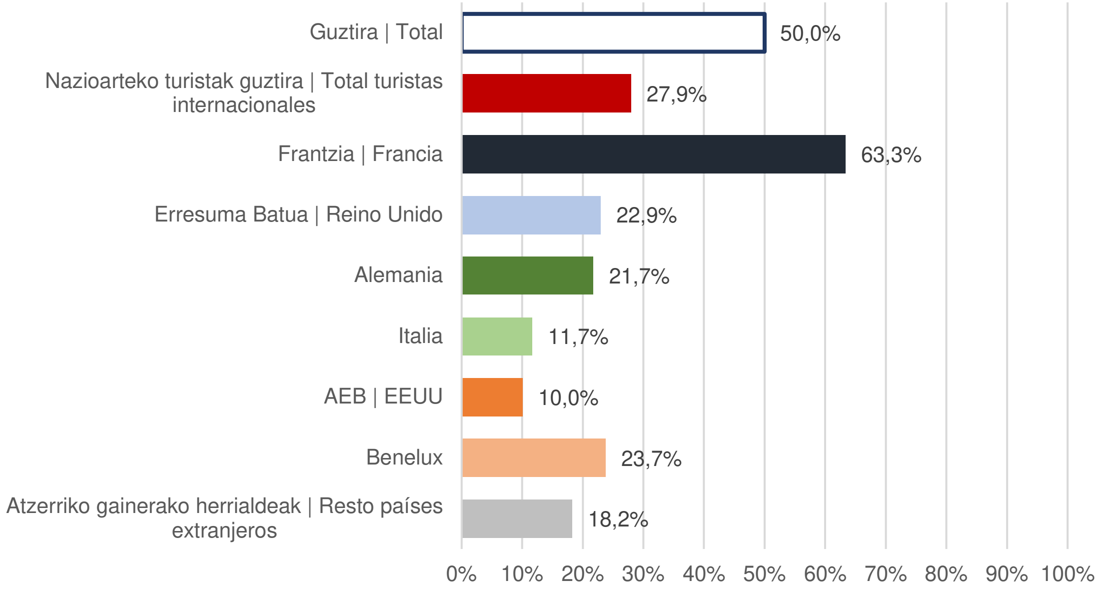
35E. grafikoa. Fidelizazio-tasa, Euskadira berriro etortzen diren turisten ehunekoa, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 35E. Tasa de fidelización, porcentaje de turistas que repiten su visita a Euskadi, según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko merkatuan, Frantzian bizi direnek dute fidalizazio-tasa handiena (% 63). Gainerako jatorriei dagokienez, AEBetan bizi direnen % 10 eta Beneluxen bizi direnen % 24 artekoa da. Batez beste, aurretik etorri direnek ia 6 bisita egin dituzte aldez aurretik.

En el mercado internacional la mayor tasa de fidelización la tienen las y los residentes en Francia (63%). Para el resto de las procedencias varía entre el 10% de quienes residen en EE. UU. y el 24% de las y los residentes en Benelux. Por término medio el número de visitas previas a Euskadi entre quienes lo han visitado anteriormente es de casi 6.

35I. grafikoa. Fidelizazio-tasa, Euskadira berriro etortzen diren turisten ehunekoa, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 35I. Tasa de fidelización, porcentaje de turistas que repiten su visita a Euskadi, según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Gomendio-tasa eta Euskadira itzultzeko asmoa

Gomendio-tasak Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen diren turistak helmugaren sustatzaile bihurtzeko duten maila neurtzen du.

Estatuko eta barneko ia turista guztiek gomendatuko liekete Euskadi inguruko pertsonei, eta horien % 87k ziurtasun osoz.

Atxikitze-tasak turistek, epe jakin batean, helmugarekin duten fideltasuna neurtzen du. Hau da, zenbat turistak esaten duten ziurtasun osoz hurrengo 12 hilabeteetan aisia-arrazoiengatik Euskadira itzultzeko prest daudela.

Batez beste, estatuko turisten % 26k itzultzeko asmoa du eta, barneko turisten kasuan, kopurua % 62ra iristen da.

Tasa de recomendación e intención de volver a Euskadi

La **tasa de recomendación** mide el grado en que las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio pueden convertirse en promotores del destino.

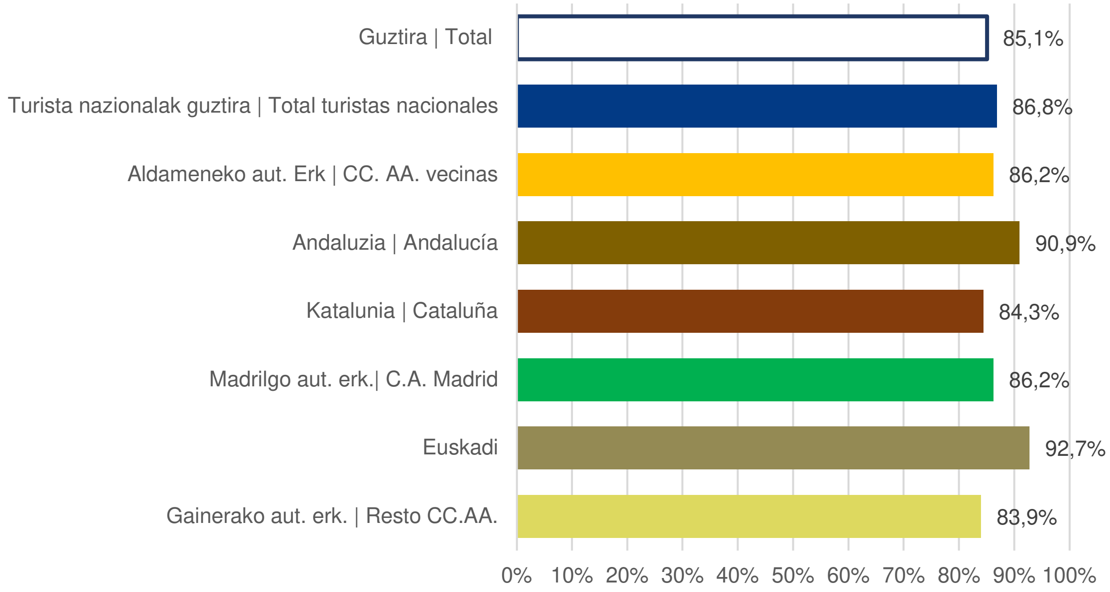
Prácticamente la totalidad de las y los turistas estatales e internos recomendaría Euskadi a personas cercanas y, de ellos, el 87% lo haría con total se seguridad.

La **tasa de retención** mide la fidelidad de las y los turistas con el destino en un plazo concreto. Es decir, cuantos turistas afirman con seguridad que estarían dispuestos a volver a Euskadi en los próximos 12 meses por motivos de ocio.

Por término medio, el 26% de las y los turistas estatales tienen intención de volver y esta cifra despunta hasta el 62% en el caso de las y los turistas internos.

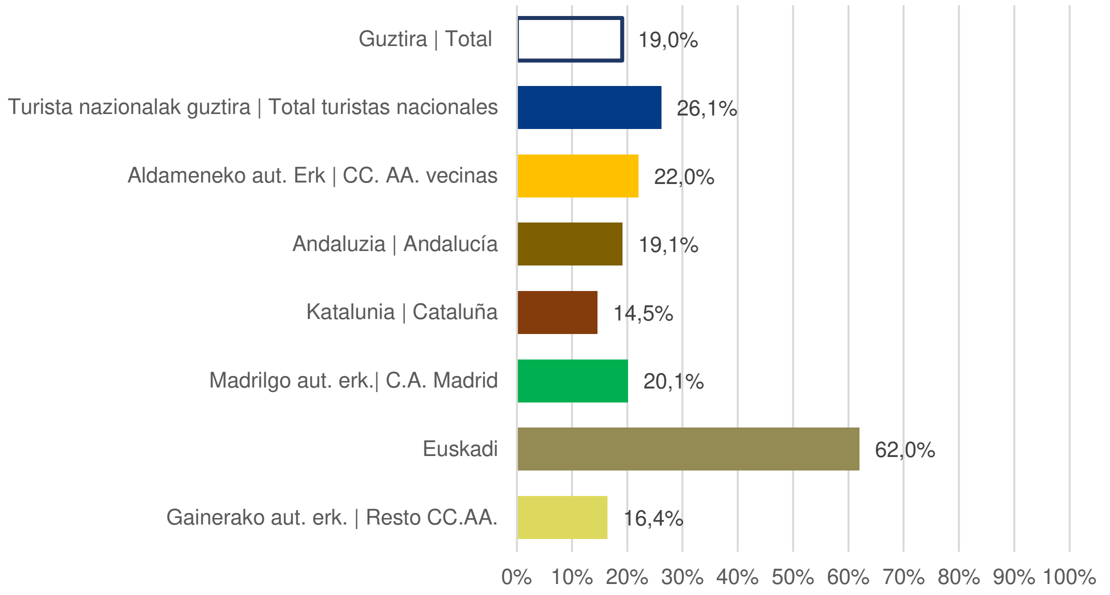
36E. grafikoa. Gomendio-tasa, familiakoei eta lagunei Euskadi ziurtasun osoz gomendatuko dieten turisten ehunekoa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 36E. Tasa de recomendación, porcentaje de turistas que con seguridad recomendarán Euskadi a familiares y amistades, según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



7E. grafikoa. Atxikitze-tasa, aisia-arrazoiengatik hurrengo 12 hilabeteetan Euskadira itzultzeko asmoa dutela ziurtasun osoz esaten duten turisten ehunekoa estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 37E. Tasa de retención, porcentaje de turistas que afirman con seguridad que tienen intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses en plan de ocio, según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Nazioarteko turisten kasuan ere gomendio-tasa, estatuko eta barneko turisten kasuan bezala, ia % 100era iristen da. Inguruko pertsonei Euskadi ziurtasun osoz gomendatuko liekeela diotenak nazioarteko turisten % 83 dira. Nazioarteko merkatuko gomendio-tasa baxuena Alemanian bizi direnen (% 77) eta Beneluxen bizi direnen (% 79) artean ematen da.

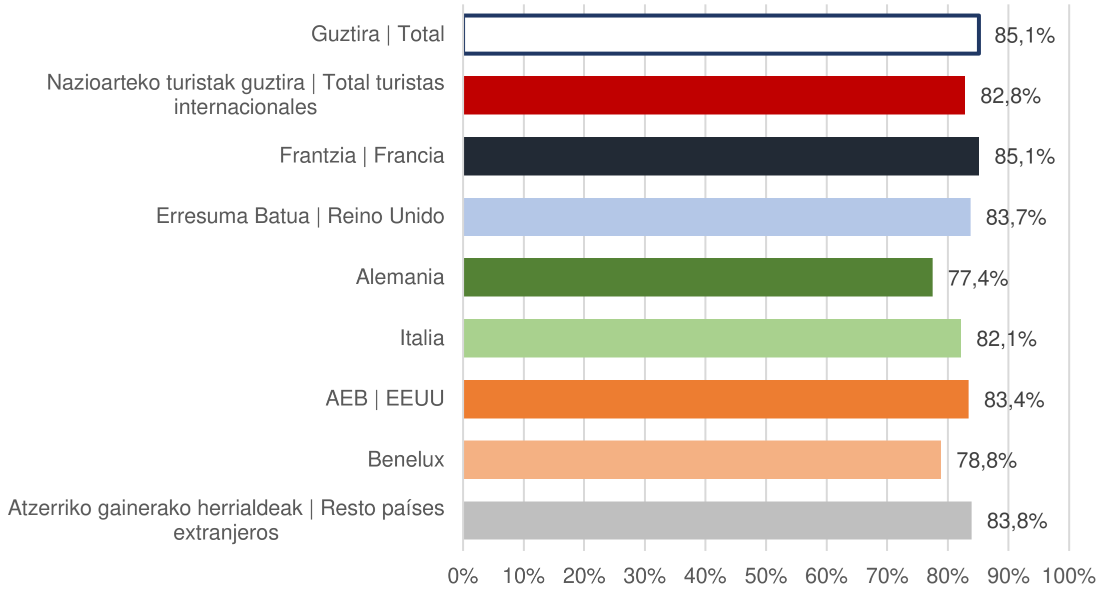
También en el caso de las y los turistas internacionales la tasa de recomendación, al igual que entre las y los estatales e internos, alcanza casi el 100%. Quienes afirman que recomendarían Euskadi a personas cercanas con total seguridad representan el 83% de las y los turistas internacionales. La tasa de recomendación más baja del mercado internacional se da entre quienes residen en Alemania (77%) y Benelux (79%).

Batez beste, nazioarteko turisten ia % 10ek ziurtasun osoz adierazten du aisia-arrazoiengatik hurrengo 12 hilabeteetan Euskadira itzultzeko asmoa duela. Itzultzeko asmorik handiena Frantzian bizi direnek adierazten dute (% 24). Eta asmorik txikiena adierazten dutenen artean Beneluxen eta atzerriko gainerako herrialdeetan bizi direnak daude (% 4).

Por término, medio casi el 10% de las y los turistas internacionales afirma con seguridad que tienen intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses por motivos de ocio. El mayor propósito de vuelta lo manifiestan quienes residen en Francia (24%). Y entre los que declaran la menor intención se encuentran las y los residentes en Benelux y en el resto de los países extranjeros (4%).

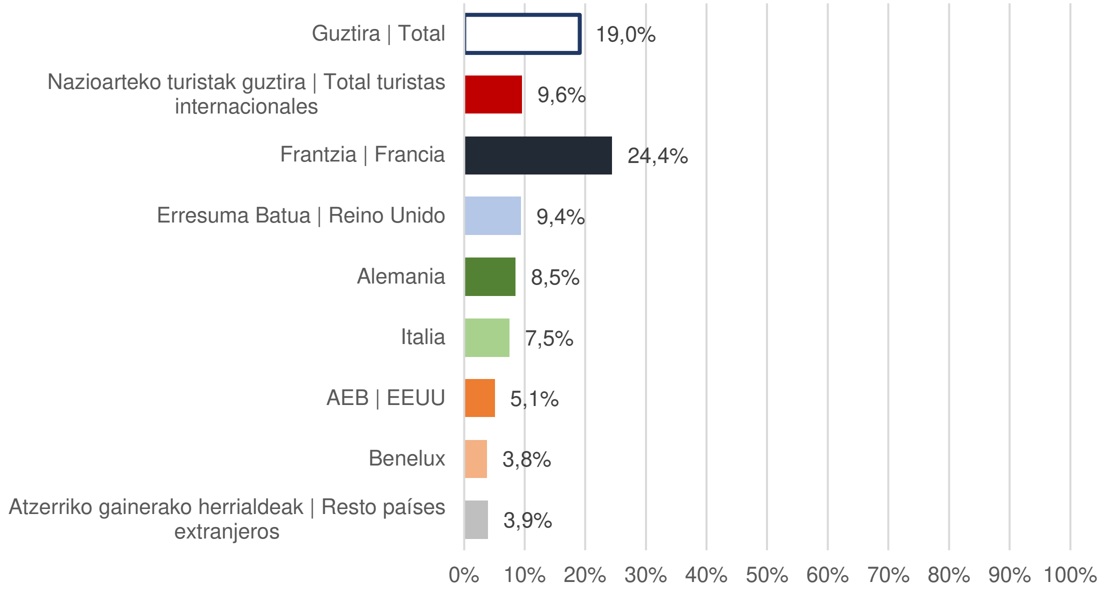
36I. grafikoa. Gomendio-tasa, familiakoei eta lagunei Euskadi ziurtasun osoz gomendatuko dieten turisten ehunekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 36I. Tasa de recomendación, porcentaje de turistas que con seguridad recomendarán Euskadi a familiares y amistades, según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



37I. grafikoa. Atxikitze-tasa, aisia-arrazoiengatik hurrengo 12 hilabeteetan Euskadira itzultzeko asmoa dutela ziurtasun osoz esaten duten turisten ehunekoa nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Gráfico 37I. Tasa de retención, porcentaje de turistas que afirman con seguridad que tienen intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses en plan de ocio, según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



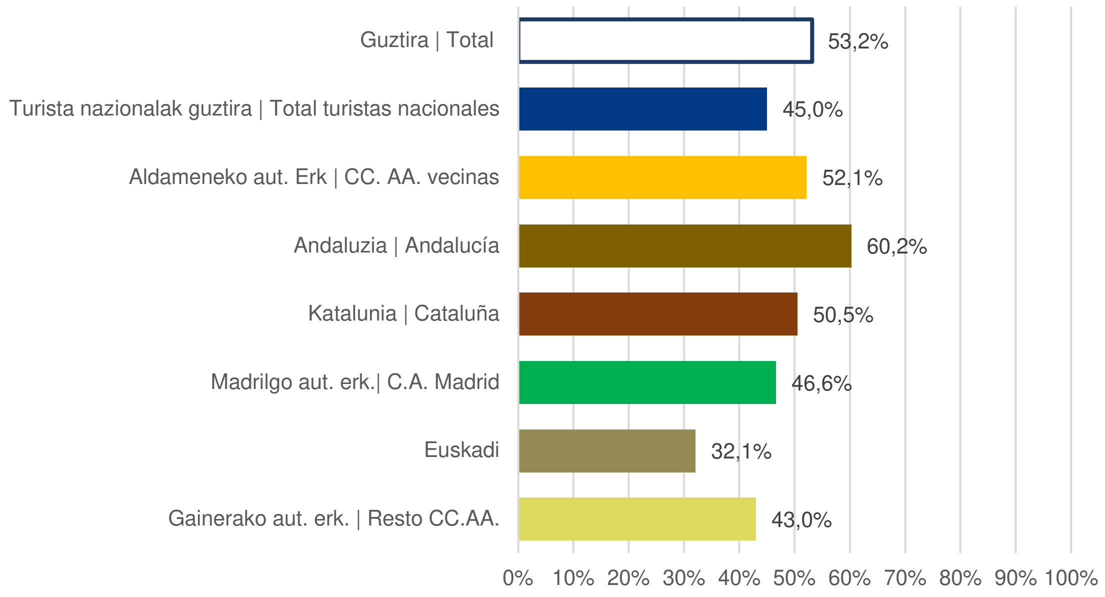
3.3 Zein dira helmuga lehiakideak?

Andaluziako turistek dute beste helmuga batzuetara joateko joerarik handiena (% 60) Euskadin ostaturik aurkitzen ez badute. Pisu erlatibo txikiena, aldiz, barne-turismoak eskaintzen du (% 32).

3.3 ¿Cuáles son los destinos competencia?

Las y los turistas originarios de Andalucía (60%) son quienes muestran más tendencia a desplazarse a otros destinos en el caso de no haber encontrado plaza de alojamiento en Euskadi. Por el contrario, el turismo interno ofrece el peso relativo más bajo (32%).

38E. grafikoa. Euskadiko establezimenduetan lekurik ez egoteagatik helmuga aldatuko luketen turisten ehunekoa, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 38E. Porcentaje de turistas que cambiaría de destino, por ausencia de plazas en establecimientos de Euskadi, según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



Nazioarteko turisten kasuan, Euskadin ostaturik aurkitzen ez badute beste helmuga batera joateko aukera gehiengoak adierazten du (% 64).

Batez besteko horren azpitik Frantzian bizi diren turistak (% 61) eta atzerriko gainerako herrialdeetan bizi diren turistak (% 59) soilik daude.

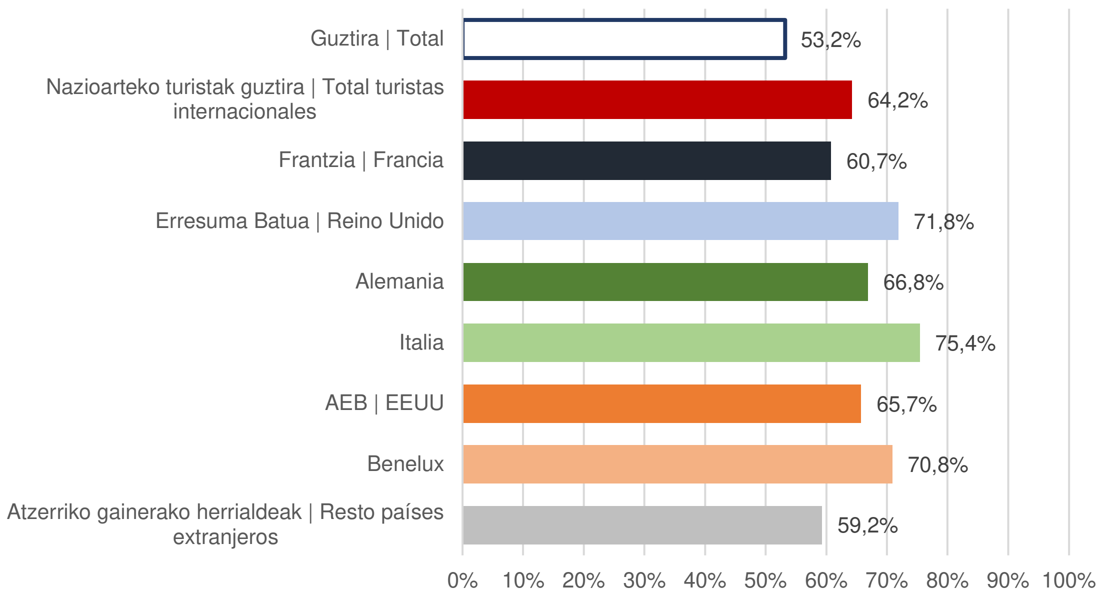
Probabilitate handiena Italiatik etortzen direnen artean dago (% 75).

En el caso de las y los turistas internacionales, las posibilidades de acudir a un destino alternativo si no hubieran conseguido alojarse en Euskadi es mayoritaria (64%).

Por debajo de este promedio sólo se sitúan las y los turistas residentes en Francia (61%) y en el resto de los países extranjeros (59%).

La probabilidad más alta se registra entre quienes proceden de Italia (75%).

38I. grafikoa. Euskadiko establezimenduetan lekurik ez egoteagatik helmuga aldatuko luketen turisten ehunekoa, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 38I. Porcentaje de turistas que cambiaría de destino, por ausencia de plazas en establecimientos de Euskadi, según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Ondorengo tauletan ageri dira zein diren *helmuga lehiakideak*, eta garrantzitsuenak nabarmendu dira turisten jatorriaren arabera. Nolanahi ere, Kantabria da helmuga alternatiboa estatuko eta barneko turistentzat eta Frantzian bizi direnentzat. Nazioarteko gainerako turisten kasuan, aldiz, Katalunia eta Frantzia dira helmuga alternatibo nagusiak.

En las siguientes tablas se muestran los *destinos competencia*, resaltando los más relevantes, en función de la procedencia de las y los turistas. En cualquier caso, Cantabria destaca como destino alternativo para las y los turistas estatales e internos y para quienes residen en Francia. Mientras que Cataluña y Francia son destacados como primeros destinos alternativos por el resto de las y los turistas internacionales.

13E. taula. Helmuga alternatibo nagusiak estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Euskadin lekurik ez egoteagatik helmuga aldatuko luketen turistak
Tabla 13E. Principales destinos alternativos según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019. Base: Turistas que cambiarían de destino por ausencia de plazas en Euskadi

Helmuga alternatiboak Destinos alternativos	**Guztira** | Total	**Andaluzia** | Andalucía	**Katalunia** | Cataluña	**Madrilgo aut. erk.** | C.A. Madrid	**Euskadi**	**Aldameneko aut. Erk** | CC. AA. vecinas	**Gainerako aut. erk.** | Resto CC.AA.
Kantabria | Cantabria	**23,9%**	27,1%	17,4%	34,6%	25,8%	18,8%	20,0%
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**13,2%**	9,8%	12,2%	17,6%	6,9%	13,0%	14,5%
Galizia | Galicia	**9,5%**	11,1%	11,8%	11,7%	2,3%	7,5%	10,1%
Nafarroako Foru Erkidegoa | C.F. Navarra	**6,9%**	1,7%	6,9%	3,7%	9,3%	11,6%	7,6%
Errioxa | La Rioja	**6,5%**	4,7%	4,9%	3,4%	17,7%	9,7%	3,7%
Frantzia | Francia	**5,6%**	3,6%	3,9%	2,2%	16,9%	3,1%	5,7%
Andaluzia | Andalucía	**3,2%**		4,1%	3,7%	3,6%	2,0%	3,6%
Iparraldea. Kantauriko kostaldea. Euskadiko inguruak | Norte. Costa cantábrica. Alrededores Euskadi	**2,7%**	4,0%	0,5%	3,6%	1,8%	4,5%	2,5%
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**2,5%**		0,6%	3,0%	4,0%	4,6%	2,3%
Katalunia | Cataluña	**2,4%**		5,5%	1,9%	2,0%	0,8%	2,4%
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**2,3%**	8,7%	1,7%				4,8%
Valentziako Erkidegoa | C. Valenciana	**1,9%**		6,1%	0,7%	1,2%	1,3%	1,1%
Portugal	**1,8%**	7,3%	1,8%	1,3%		0,1%	2,0%
Aragoi | Aragón	**1,6%**		1,2%	0,2%		3,8%	3,3%
Kanariar irlak | Canarias	**1,1%**	5,8%	3,3%		0,5%		

13I. taula. Helmuga alternatibo nagusiak nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Euskadin lekurik ez egoteagatik helmuga aldatuko luketen turistak

Tabla 13I. Principales destinos alternativos según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019. Base: Turistas que cambiarían de destino por ausencia de plazas en Euskadi

Helmuga alternatiboak Destinos alternativos	**Guztira** | Total	**Frantzia** | Francia	**Erresuma Batua** | Reino Unido	**Alemania**	**Italia**	**AEB** | EE. UU.	**Benelux**	**Atzerriko gainerako herrialdeak** | Resto países extranjeros
Katalunia | Cataluña	**15,4%**	10,8%	9,9%	12,7%	18,5%	42,4%	10,6%	14,0%
Kantabria | Cantabria	**12,0%**	20,6%	13,3%	8,2%	6,5%	2,6%	10,6%	11,9%
Frantzia | Francia	**11,5%**	15,9%	16,4%	11,5%	13,5%	8,7%	14,5%	6,6%
Madrilgo Erkidegoa | C. Madrid	**10,5%**	2,5%	6,5%	14,1%	9,5%	11,8%	12,9%	14,7%
Galizia | Galicia	**5,8%**	4,0%		2,8%	4,7%	1,8%	3,4%	12,3%
Asturiasko Printzerria | Principado de Asturias	**4,7%**	6,3%	11,0%	4,2%	6,8%		5,5%	2,4%
Italia	**3,8%**	3,2%	3,7%	2,2%	1,7%	4,6%	2,8%	5,4%
Iparraldea. Kantauriko kostaldea. Euskadiko inguruak | Norte. Costa cantábrica. Alrededores Euskadi	**2,7%**	3,1%	4,0%	2,8%	1,2%	1,2%	0,8%	3,6%
Andaluzia | Andalucía	**2,7%**	3,7%	3,8%	5,1%	6,3%	2,1%	1,4%	0,6%
Nafarroako Foru Erkidegoa | C.F. Navarra	**2,3%**	6,5%		0,8%	3,0%	0,4%	2,1%	1,4%
Gaztela eta Leon | Castilla y León	**2,1%**	0,9%		1,6%		2,3%	7,2%	2,5%
Valentziako Erkidegoa | C. Valenciana	**1,9%**		1,1%	0,4%	4,9%	2,3%	3,6%	2,6%
Errioxa | La Rioja	**1,7%**	3,7%	1,4%	2,3%	0,5%	1,2%	0,8%	1,0%
Portugal	**1,4%**	2,2%		0,8%			1,4%	2,4%

4.- EGITEN DUTEN GASTUA

4.1.- Gastu osoa eta eragin ekonomikoa

Eragin ekonomikoa, hau da, bisitariek beren bizilekuan nahiz Euskadin bidaiarako egiten duten gastu osoa, aldatu egiten da jatorriaren arabera. Hala, estatuko turisten artean, inguruko erkidegoetan bizi diren turisten 61 milioi euro eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi diren turisten 195 milioi euro artekoa da.

Pertsonako eta egonaldiko egun bakoitzeko egindako batez besteko gastua honako hau da, goranzko ordenan: 115 € Euskadin bizi direnentzat, 120 € inguruko autonomia-erkidegoetan bizi direnentzat, 140 € Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi direnentzat, 146 € Katalunian bizi direnentzat, 155 € gainerako autonomia-erkidegoetan bizi direnentzat eta 158 € Andaluzian bizi direnentzat.

4.- EL GASTO QUE REALIZAN

4.1.- Gasto total e impacto económico

El impacto económico, entendiendo como tal el gasto total que realizan las y los turistas tanto en su lugar de residencia como en Euskadi para el viaje, varía en función de su procedencia. Así, entre las y los turistas estatales oscila desde los 61 millones de euros de las y los turistas residentes en las comunidades vecinas a los 195 millones de euros de quienes proceden del resto de comunidades autónomas.

El gasto medio invertido por persona y jornada de estancia es, por orden creciente, de 115€ para las y los residentes en Euskadi, 120€ en residentes en las comunidades vecinas, 140€ de residentes en la C.A. de Madrid, 146€ de residentes en Cataluña, 155€ en residentes en el resto de las comunidades autónomas y 158€ de residentes en Andalucía.

14.E taula. Gastu osoa, pertsonako gastua eta pertsona eta eguneko gastua, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Tabla 14.E Gasto total, gasto por persona y gasto por persona y día según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019

Batez besteko haztatuak / Medias Ponderadas	Guztizko gastua | Gasto total	Guztizko gastua pertsonako | Gasto total por persona	Guztizko gastua pertsonako/eguneko | Gasto total por persona y día
	Milioi € | Mill. €	Bataz besteko € | € de media*	Bataz besteko € | € de media*
Guztira | Total	**1.580**	**512**	**165**
Turista nazionalak | Turistas estatales	**688**	**389**	**140**
Andaluzia | Andalucía	65	608	158
Katalunia | Cataluña	129	455	146
Madrilgo aut. erk.| C.A. Madrid	142	381	140
Euskadi	96	292	115
Aldameneko aut. Erk | CC. AA. vecinas	61	331	120
Gainerako aut. erk. | Resto CC.AA.	195	395	155

Nazioarteko turisten eragin ekonomikoa 892 milioi eurokoa da. Atzerriko gainerako herrialdeetan bizi diren turistek egiten dute ekarpenik handiena (356 milioi euro) eta Italian bizi direnek txikiena (48 milioi euro).

Frantzian bizi den turista bakoitzak 147 €ko gastua egiten du egonaldiko egun bakoitzeko. Goranzko ordenan jarraituz, honako hau da jatorriaren araberako gastua: Benelux (169 €), Italia (175 €), Alemania (213 €), Erresuma Batua (217 €), atzerriko gainerako herrialdeak (227 €) eta AEB (240 €).

El impacto económico de las y los turistas internacionales alcanza los 892 millones de euros. La mayor parte la aportan las y los turistas residentes en el resto de los países extranjeros (356 millones de euros) y la menor contribución es de quienes residen en Italia (48 millones de euros).

Cada turista residente en Francia invierte en su viaje un gasto medio por jornada de estancia de 147€. Siguiendo en orden creciente el gasto por procedencia es: Benelux (169€), Italia (175€), Alemania (213€), Reino Unido (217€), resto de países extranjeros (227€) y EE. UU (240€).

14.I taula. Gastu osoa, pertsonako gastua eta pertsona eta eguneko gastua, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019

Tabla 14.I Gasto total, gasto por persona y gasto por persona y día según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019

Batez besteko haztatuak / Medias Ponderadas	Guztizko gastua | Gasto total	Guztizko gastua pertsonako | Gasto total por persona	Guztizko gastua pertsonako/eguneko | Gasto total por persona y día
	Milioi € | Mill. €	Bataz besteko € | € de media*	Bataz besteko € | € de media*
Guztira | Total	**1.580**	**512**	**165**
Nazioarteko turistak | Turistas internacionales	**892**	**677**	**200**
Frantzia | Francia	110	395	147
Erresuma Batua | Reino Unido	85	655	217
Alemania	104	768	213
Italia	48	615	175
AEB | EE. UU.	108	869	240
Benelux	83	674	169
Atzerriko gainerako herrialdeak | Resto países extranjeros	**356**	**790**	**227**

Kontsumo-kontzeptu desberdinen artean egindako gastuaren proportzioa hiru partida handitan banatzen da: ostatu- eta mantenu-gastua, garraio-gastua eta gainerako gastu-partidak.

Garraio-gasturik handiena nazioarteko merkatutik etortzen direnena da, jakina. Hori dela eta, ostatu- eta mantenu-gastuen pisu erlatiboa gehiago nabarmentzen da estatuko eta barneko turistetan. Izan ere, barneko turistek eta inguruko autonomia-erkidegoetatik etorritakoek dute gasturik handiena kontzeptu horietan (% 84 eta % 72, hurrenez hurren).

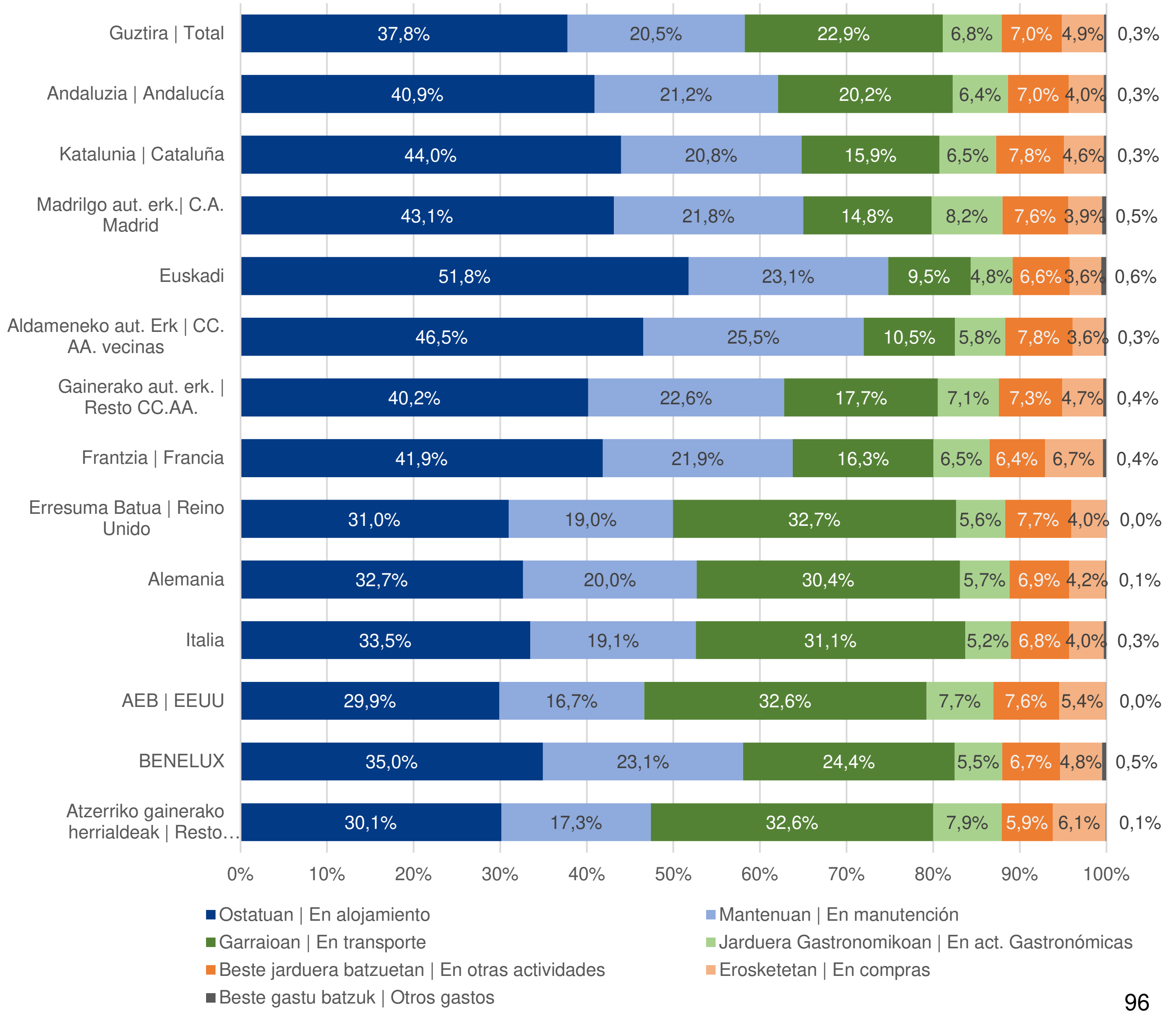
Gainerako gastu-partidek (jarduerak, erosketak eta beste gastu batzuk) antzeko banaketa dute, turisten jatorria kontuan izan gabe.

La proporción de gasto realizado entre los diferentes conceptos de consumo se distribuye en tres grandes partidas: el gasto en alojamiento y manutención, el gasto en transporte y el resto de las partidas de gasto.

Como no podía ser de otra forma, el presupuesto más elevado de gasto en transporte se observa entre quienes proceden del mercado internacional. Esta circunstancia, provoca que el peso relativo del gasto en alojamiento y manutención destaque más en las y los turistas estatales e internos. De hecho, las y los turistas internos y las y los procedentes de comunidades vecinas son quienes mayor gasto acumulan en estos conceptos (84% y 72% respectivamente).

El resto de las partidas de gasto (actividades, compras y otros gastos) mantiene una distribución similar independientemente de la procedencia de las y los turistas.

39MP. grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko gastu-kontzeptuen banaketa, turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 39MP. Distribución de los conceptos de gasto, fuera del paquete turístico, según lugar de residencia de las y los turistas, 2019



4.2.- Euskadin egindako gastua

Aurreko atalean aztertutako bidaiako gastu osoak, garraio-, ostatu- eta jarduera-gastuak hartzen ditu, turisten bizilekuan ordaintzen direnak. Beraz, baliteke zenbateko batzuek datuen konparagarritasuna distortsionatzea, nazioarteko turisten kasuan gertatzen den bezala, Euskadira iristeko duten distantzia eta garraioan ordaindutako zenbatekoarekin duen lotura kontuan hartuta. Azterketa hori errazteko, **Euskadin ordaindutako** pertsonako gastuak eta pertsonako eta eguneko gastuak hartuko dira kontuan.

Estatuko eta barneko turisten artean, Euskadin ordaindutako pertsonako gastu handiena Andaluzian bizi direnek dute (419 €); gastu txikiena, berriz, Euskadin bizi diren turistek egiten dute (249 €). Hala ere, zifra horiek ez daude salbuetsita egonaldiaren iraupenak pertsona bakoitzak Euskadin egindako gastu osoan izan dezakeen eraginak sor dezakeen distantziatik. Euskadin pertsonako eta eguneko egindako gastuaren azterketak egoera hori estaltzen du eta, beheranzko hurrenkeran, honako gastu hauek eskaintzen ditu turistaren jatorriaren arabera: Katalunia (122 €), Madrilgo Autonomia Erkidegoa (115 €), gainerako autonomia-erkidegoak (112 €), Andaluzia (106 €), Euskadi (97 €), inguruko autonomia-erkidegoak (96 €).

Estatuko eta barneko turisten pertsona eta eguneko batez besteko gastua 110 €koa da.

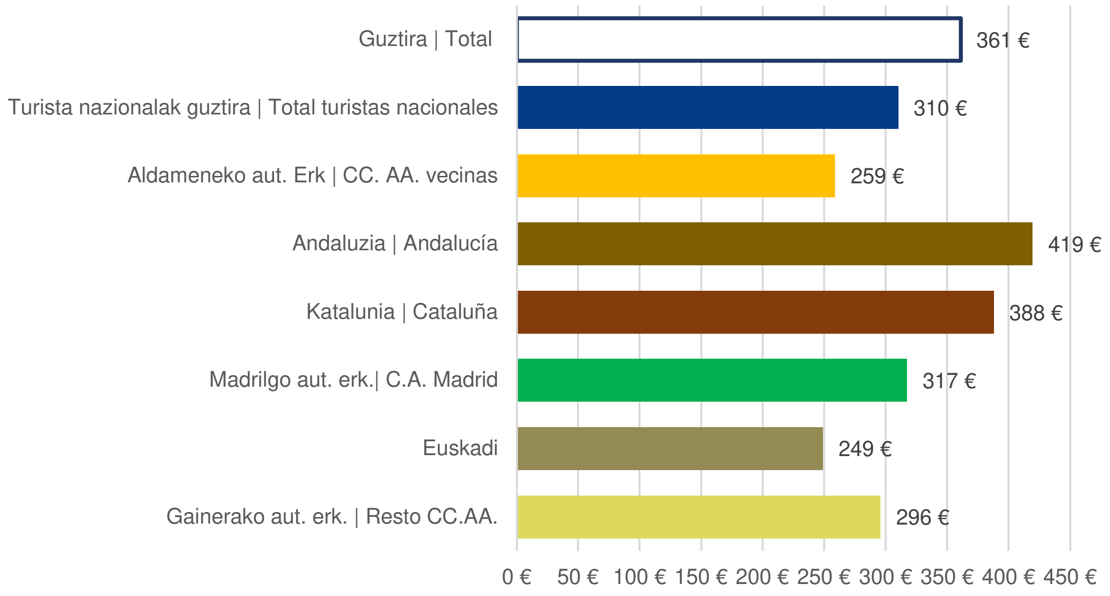
4.2.- Gasto realizado en Euskadi

El gasto total del viaje analizado en el capítulo anterior incluye en muchos casos gastos de transporte, alojamiento y actividades abonadas en el lugar de residencia de las y los turistas. Es posible, por tanto, que algunos importes puedan distorsionar la comparabilidad de los datos, como sucede en el caso de las y los turistas internacionales con la distancia recorrida hasta llegar a Euskadi y su relación con el importe abonado por el transporte. Para facilitar este análisis se tienen en cuenta a continuación los gastos por persona y gastos por persona y día **abonados en Euskadi**.

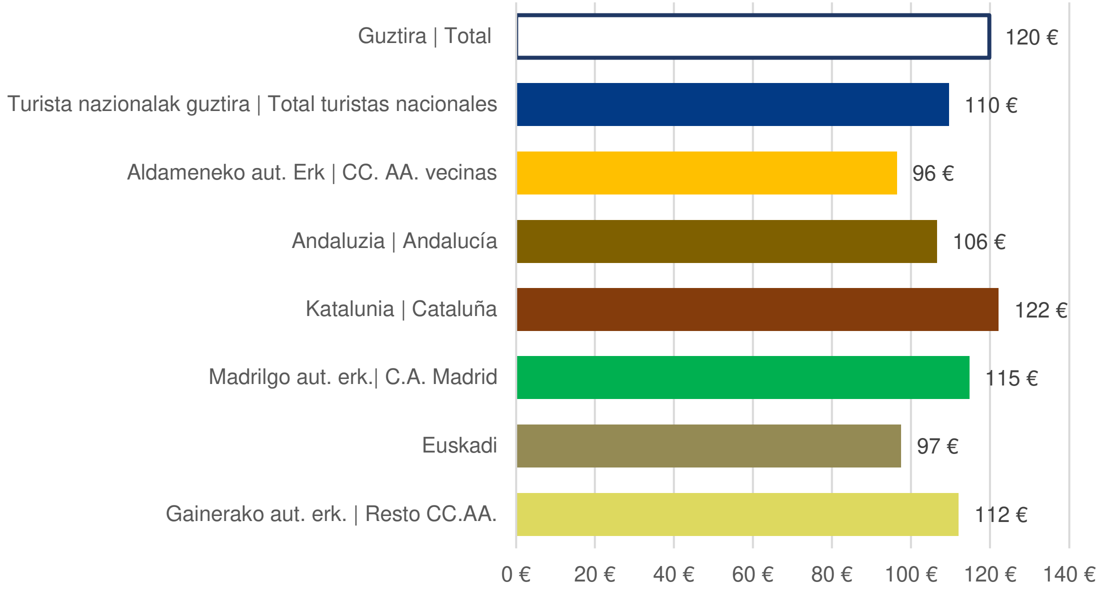
Entre las y los turistas estatales e internos el mayor presupuesto de gasto por persona abonado en Euskadi lo asumen quienes residen en Andalucía (419€); mientras que la menor inversión la realizan las y los turistas residentes en Euskadi (249€). No obstante, estas cifras no están exentas de la distancia que puede provocar la influencia de la duración de la estancia en el gasto total por persona realizado en Euskadi. El análisis del gasto por persona y día en Euskadi atempera esta circunstancia y ofrece, en orden decreciente, las siguientes cuantías de gasto en función de la procedencia de las y los turistas: Cataluña (122€), C.A. de Madrid (115€), resto de comunidades autónomas (112€), Andalucía (106€), Euskadi (97€), comunidades vecinas (96€).

El gasto medio por persona y día de las y los turistas estatales e internos se sitúa en 110€.

40E grafikoa. Euskadin ordaindutako pertsonako batez besteko gastua, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 40E Gasto medio por persona abonado en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



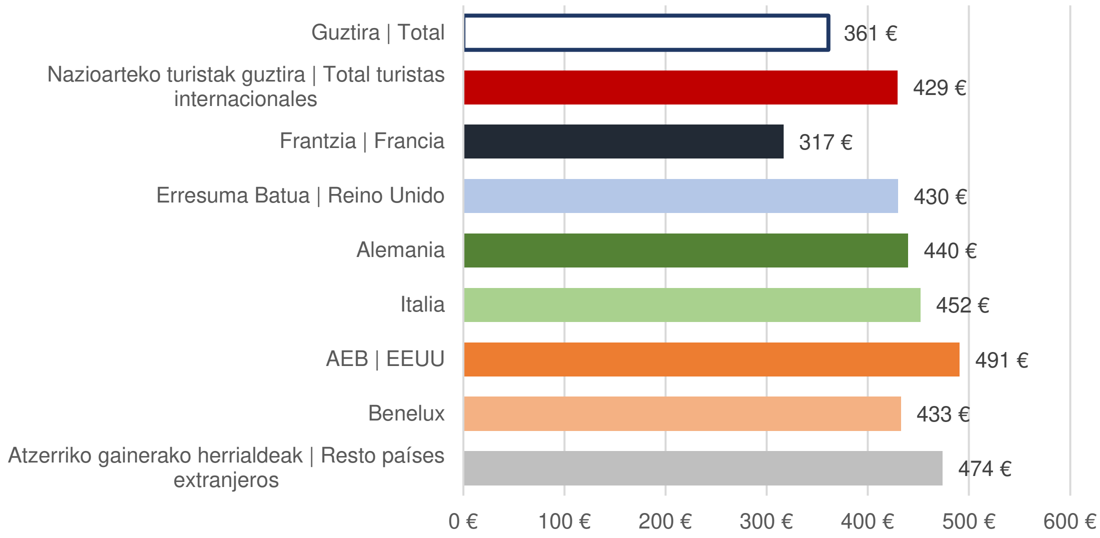
41E. grafikoa, Euskadin ordaindutako pertsona eta eguneko batez besteko gastua, estatuko eta barneko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 41E. Gasto medio por persona y día abonado en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas estatales e internos, 2019



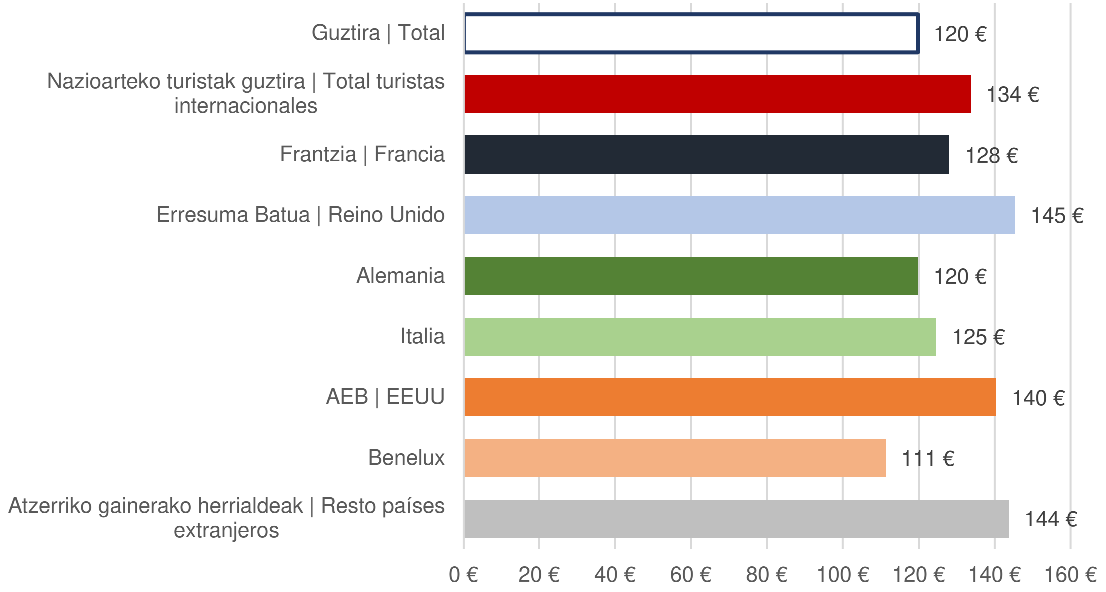
Nazioarteko turistek Euskadin ordaindutako pertsona bakoitzeko gastua, Frantzian bizi diren turisten 317 € eta AEBetatik etortzen diren turisten 491 € artekoa da. Nolanahi ere, bidaiaren iraupenak pertsona bakoitzeko gastuaren balioan eragin dezakeen distortsioa baztertuta, kopuruak Beneluxen bizi direnen 111 € eta Erresuma Batuan bizi direnen 145 € artekoak dira.

El gasto por persona abonado en Euskadi por las y los turistas internacionales varía de los 317€ de quienes residen en Francia, a los 491€ por personas de las y los turistas procedentes de EE. UU. Ahora bien, eliminando la posible distorsión que provoca la duración del viaje en el valor del gasto por persona y tomando como medida el gasto por persona y día abonado en Euskadi, las cifras oscilan entre los 111€ de quienes residen en Benelux a los 145€ de las y los procedentes de Reino Unido.

40I grafikoa. Euskadin ordaindutako pertsonako batez besteko gastua, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 40I Gasto medio por persona abonado en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



41I. grafikoa. Euskadin ordaindutako pertsona eta eguneko batez besteko gastua, nazioarteko turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 41I. Gasto medio por persona y día abonado en Euskadi según lugar de residencia de las y los turistas internacionales, 2019



Aurrekontuaren zati bat inbertitzen duten jardueren tipologia

Turista-profil desberdinak identifikatzeko modu bat, ostatu hartzen duten helmugan egindako jarduera eta erosketekin lotutako beren gastu-ereduen araberakoa da.

Euskadin, paquete turistikotik kanpoko jardueretan, kontratatuta balute, gastuak egiten dituzten turisten proportziorik handiena Andaluzian eta Madrilgo Autonomia Erkidegoan (estatuko merkatuaren barrruan) bizi direnen artean eta Erresuma Batutik eta Italiatik etorritakoen artean (nazioartekoan) dago.
Pertsonako gastuaren batez besteko zenbatekoa, ordea, handiagoa da AEBetatik (158 €), atzerriko gainerako herrialdeetatik (131 €) eta Alemaniatik (102 €) etortzen direnen artean.
Katalunia (97 €) eta Andaluzia (90 €) nabarmentzen dira estatuko merkatuaren barruan.

Estatuko eta barneko turisten artean jardueretan egindako gasturik ohikoena jarduera gastronomikoetan egindakoa da. Bigarren tokian, Andaluzian, Katalunian eta inguruko autonomia-erkidegoetan bizi diren turistek bisita kulturaletan egindakoa dago eta gainerako jatorrietakoek dibertsio-jardueretan egiten dute gastua.

Nazioarteko turisten kasuan, gastu hori batez ere jarduera gastronomikoetan eta bisita kulturaletan egiten da, turisten jatorria kontuan izan gabe.

Tipología de actividades en las que invierten parte de su presupuesto

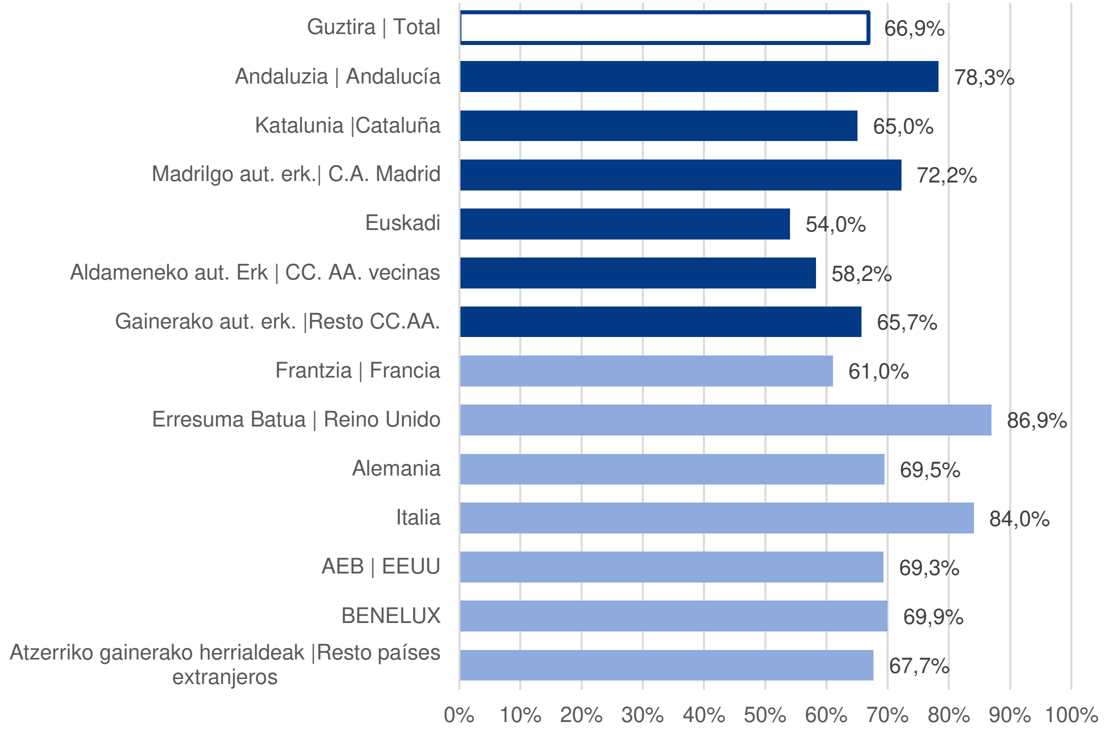
Una manera de identificar diferentes perfiles de turistas es en función de sus patrones de gasto en relación con las actividades y compras llevadas a cabo en el destino donde se alojan.

En Euskadi, la mayor proporción de turistas que realizan gastos en actividades fuera del paquete turístico, si lo tuvieran contratado, se da entre quienes residen en Andalucía y la C.A. de Madrid (dentro del mercado estatal) y entre las y los procedentes de Reino Unido e Italia (en el internacional).
Sin embargo, el importe medio del gasto por persona es superior entre quienes proceden de EE. UU (158€), resto de países extranjeros (131€) y Alemania (102€).
Cataluña (97€) y Andalucía (90€) destacan dentro del mercado estatal.

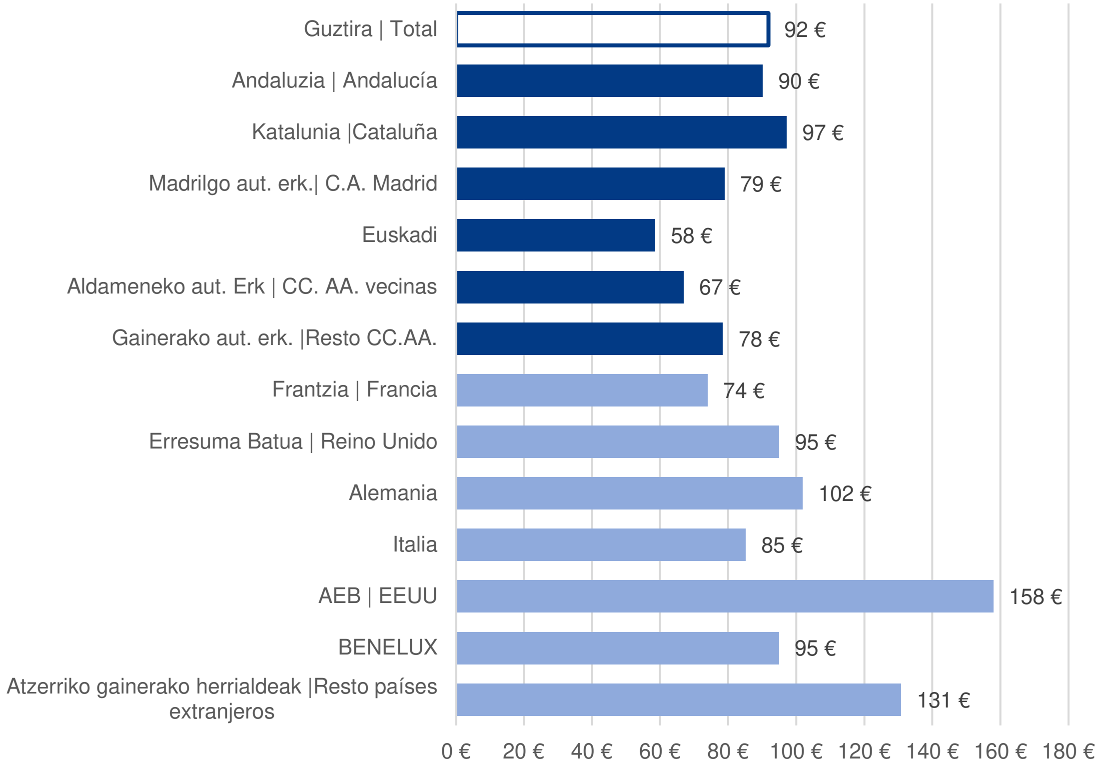
El concepto de gasto más frecuente realizado en actividades entre las y los turistas estatales e internos es el efectuado en actividades gastronómicas. El segundo lugar lo ocupan las visitas culturales entre las y los turistas residentes en Andalucía, Cataluña y comunidades vecinas mientras que el resto de las procedencias destinan parte de su inversión a actividades de diversión.

En el caso de las y los turistas internacionales este gasto se invierte principalmente en actividades gastronómicas y visitas culturales independientemente de la procedencia de las y los turistas.

42MP. grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko jardueretan gastuak egiten dituzten turisten ehunekoa, turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 42MP. Porcentaje de turistas que realizan gastos en actividades, fuera del paquete turístico, según lugar de residencia de las y los turistas, 2019



43MP. grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko jardueretan pertsona bakoitzeko egindako gastuaren batez bestekoa, turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean jarduerak egin dituzten turistak
Gráfico 43MP. Importe medio del gasto por persona en actividades, fuera del paquete turístico, según lugar de residencia de las y los turistas, 2019. Base: turistas que han realizado actividades durante su estancia en Euskadi



Erosketen sartze-maila askoz handiagoa da nazioarteko merkatuetan bizi direnen artean estatuko eta barneko merkatuetan bizi direnen artean baino (kolektibo horren barruan, erosketak egiten dituztenen proportzioa murriztu egiten da ohiko bizilekua hurbilago dagoen heinean). Erosketak egiteko joera handiena duten nazioarteko turistak Beneluxen, AEBetan eta Erresuma Batuan bizi direnak dira. Estatuko merkatuaren barruan, Andaluzian eta Katalunian bizi direnak nabarmentzen dira.

La penetración de las compras es muy superior entre las y los residentes en mercados internacionales frente la detectada entre las y los estatales e internos, en su conjunto (incluso entre este colectivo, la proporción de personas que realizan compras disminuye cuanto más cercano se encuentra su lugar de residencia habitual). Las procedencias internacionales más proclives a la realización de compras son las y los turistas residentes en Benelux, EE. UU. y Reino Unido. Y dentro del mercado estatal destacan quienes residen en Andalucía y Cataluña.

Erosketak egiten dituztenen artean, pertsonako gastuaren batez bestekoa estatuko eta barneko turisten 32 €-41 € eta nazioarteko turisten 41 €-73 € artekoa da.

El importe medio de gasto por persona en compras, entre quienes las realizan, oscila entre los 32€-41€ en el mercado estatal e interno y los 41€-73€en el internacional.

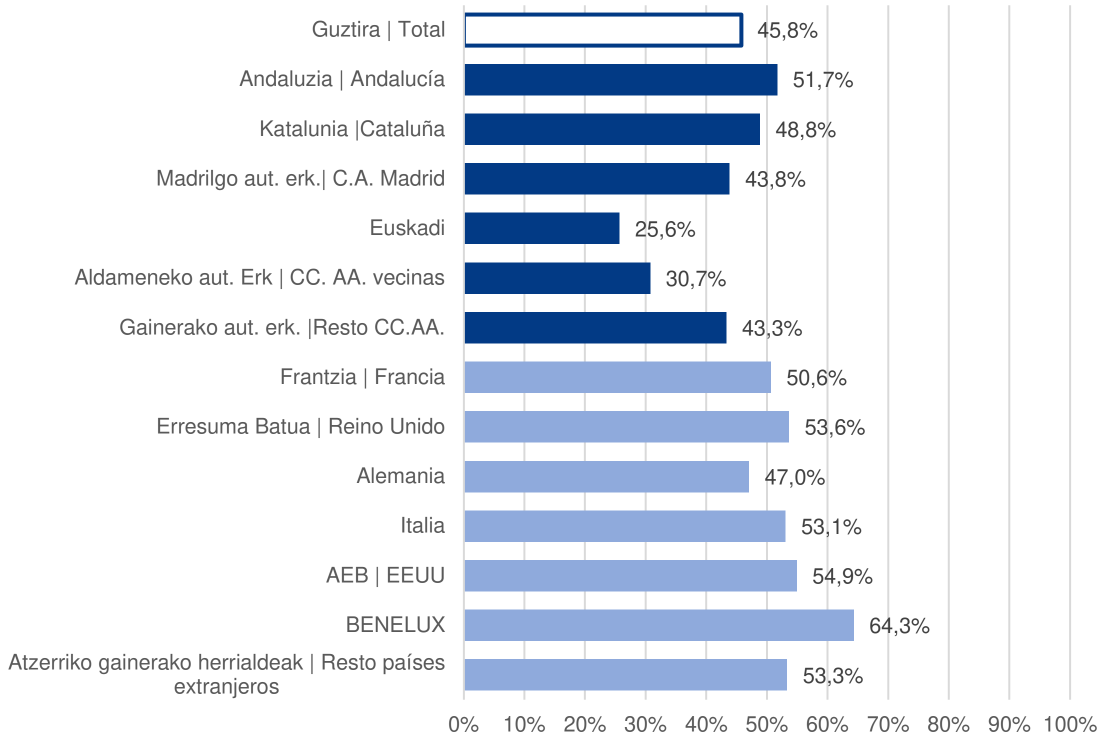
Estatuko eta barneko turistek hiru jokabide desberdin dituzte erosketen aurrekontuari dagokionez. Hala, Euskadi bertakoek eta inguruko autonomia-erkidegoetatik etorritakoek batez ere ehun-gaiak, oinetakoak, osagarriak eta produktu gastronomikoak erosten dituzte; Andaluzian eta gainerako autonomia-erkidegoetan bizi direnek batez ere oroigarriak, ehun-gaiak, oinetakoak eta/edo osagarriak erosten dituzte; eta azkenik, Katalunian eta Madrilgo Autonomia Erkidegoan bizi direnek produktu gastronomikoak eta oroigarriak erosten dituzte.

Las y los turistas estatales e internos dibujan tres comportamientos diferentes en cuanto a la inversión de su presupuesto en compras. Así quienes proceden de Euskadi y las comunidades vecinas adquieren principalmente productos textiles, calzados, complementos y productos gastronómicos; quienes residen en Andalucía y en el resto de las comunidades autónomas compran especialmente souvenirs y productos textiles, calzado y/o complementos y, finalmente, las y los residentes en Cataluña y la C. A. de Madrid dedican su presupuesto a la compra de productos gastronómicos y souvenirs.

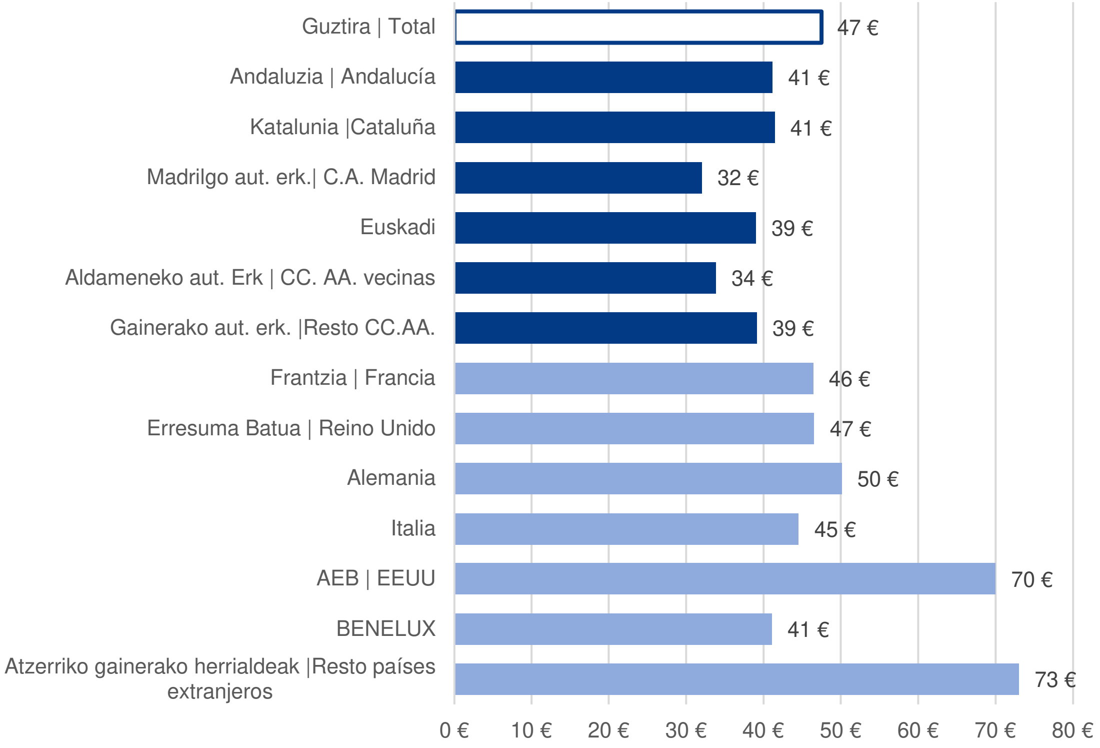
Honako hauek dira nazioarteko turisten erosketak definitzen dituzten bi produktu-kategoria nagusiak, jatorria kontuan izan gabe: ehunak, oinetakoak eta/edo osagarriak eta oroigarriak.

Las dos principales categorías de productos que definen las compras de las y los turistas internacionales, independientemente de donde proceden son: textiles, calzados y/o complementos y souvenirs.

44MP. grafikoa. Erosketetan gastuak egiten dituzten pertsonen ehunekoa, turisten bizilekuaren arabera, 2019
Gráfico 44MP. Porcentaje de turistas que realizan gastos en compras según lugar de residencia de las y los turistas, 2019



45MP. grafikoa. Pertsona bakoitzak erosketetan egindako gastuaren batez bestekoa, turisten bizilekuaren arabera, 2019. Oinarria: Euskadin egon diren bitartean erosketak egin dituzten turistak
Gráfico 45MP. Importe medio del gasto por persona en compras según lugar de residencia de las y los turistas, 2019. Base: turistas que han realizado compras durante su estancia en Euskadi



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 erreferentzia-esparrua hauexek osatzen dute: edozein arrazoi dela eta, Euskadiko ostatu turistiko arautuetan (hoteletan, nekazaritza-etxeetan, landetxeetan, apartamentu turistikoetan 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, apartamentu turistikoetan 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
- Apartamentu turistikoak
- 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 marco de referencia 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, apartamentos turísticos 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, apartamentos turísticos 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
- Apartamentos turísticos
- 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 campings 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, 2019an zehar.
- 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, apartamentu turistikoetan 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 a lo largo del año 2019.
- 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, apartamentos turísticos 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 sociodemográfica.

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 sociodemográfica.

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
  Dokumentuaren hasierako ataletan adierazi den bezala, **aisia-turismorako erreferentzia-esparrua 3.085.463 turistatan** ezarrita geratu da. Honako hau da banaketa ostatu-motari erreparatuta:
  - ✓ **2.590.727 aisia-turistak** eman dute gaua hotel-establezimenduetan.
  - ✓ **150.142 aisia-turistak** eman dute gaua nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan.
  - ✓ **267.617 aisia-turistak** eman dute gaua kanpinetan.
  - ✓ **76.977 aisia-turistak** eman dute gaua apartamentu turistikoetan.

- Laginaren tamaina
  4.546 erantzun baliagarri lortu dira **gastuari buruzko inkestan**, eta **4.421** erantzun **aisialdiari buruzko inkestan**. Turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko, **9.933 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
  Según se exponía en los capítulos iniciales del documento, el **marco de referencia para el turismo de ocio** queda establecido en **3.085.463 turistas**. Su distribución atendiendo al tipo de alojamiento es:
  - ✓ **2.590.727 turistas de ocio** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
  - ✓ **150.142 turistas de ocio** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
  - ✓ **267.617 turistas de ocio** que pernoctan en camping.
  - ✓ **76.977 turistas de ocio** que pernoctan en apartamentos turísticos.

- Tamaño muestral
  Se han conseguido **4.546** respuestas válidas en la **Encuesta de gasto** y **4.421** respuestas al cuestionario de la **Encuesta de ocio**. Para la reestimación del universo de turistas (aforo) se realizaron un total de **9.933 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 estos 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		**4.546**	±1,5%	**4.421**	±1,5%	**9.933**	±1,0%
HELMUGA TURISTIKOA DESTINO TURÍSTICO	Vitoria-Gasteiz	468	±4,6%	430	±4,8%	1.958	±2,3%
	Bilbo | Bilbao	839	±3,5%	806	±3,5%	1.818	±2,3%
	Donostia | San Sebastián	627	±4,0%	568	±4,2%	1.914	±2,3%
	Euskadiko Kostaldea | Costa Vasca	1.286	±2,8%	1.257	±2,8%	1.610	±2,5%
	Euskadiko barnealdea | Interior	782	±3,6%	842	±3,4%	1.738	±2,4%
	Arabako Errioxa | Rioja Alavesa	544	±4,3%	518	±4,4%	895	±3,3%
URTEKO SASOIA TEMPORADA	Aste Santua Semana Santa	297	±5,8%	336	±5,5%	443	±4,8%
	Uda Verano	2.261	±2,1%	2.201	±2,1%	3.32	±1,7%
	Gabonak Navidad	445	±4,7%	397	±5,0%	1.467	±2,6%
	Urtearen gainerako sasoiak | Resto del año	1.543	±2,5%	1.487	±2,6%	4.702	±1,5%
ESTABLE-ZIMENDU-MOTA TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Hotelak | Hoteles	3.069	±1,8%	2.931	±1,8%	9.029	±1,1%
	Landa-ostatuak | Alojamientos rurales	429	±4,8%	460	±4,7%	446	±4,7%
	Kanpinak | Camping	582	±4,1%	597	±4,1%		
	Apartamentu turistikoak | Apartamentos turísticos	466	±4,6%	433	±4,8%	446	±4,7%

- <u>Haztatzailea kalkulatzea</u>
  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 3.085.462 turistak osatzen dutela aisialdiari nahiz gastuari buruzko inkesten datuak ondorioztatzeko erreferentzia-esparrua**[7]. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:
  - ✓ <u>Hotel-establezimenduetan</u> ostatu hartzen duten pertsonak: **2.590.727 aisia-turista.**

- <u>Cálculo del elevador</u>
  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 **3.085.462 turistas de ocio**[8], según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:
  - ✓ Personas que pernoctan en <u>establecimientos hoteleros</u>: **2.590.727 turistas de ocio.**

[7] Aisia-turista izena erabili arren, multzo horretan sartzen dira arrazoi erlijiosoengatik, borondatezko osasun-tratamenduetara, familiakoak edo lagunak bisitatzera edo erosketak egitera etorritakoak ere.
[8] Aunque se denominen turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud, visitas a familia o amigos y compras.

- Nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan ostatu hartzen duten pertsonak: **150.142 aisia-turista.**
- Kanpinetan ostatu hartzen duten pertsonak: **267.617 aisia-turista.**
- Apartamentu turistikoetan ostatu hartzen duten pertsonak: **76.977 aisia-turista**.

- Personas que pernoctan en agroturismos o casas rurales: **150.142 turistas de ocio**.
- Personas que pernoctan en camping: **267.617 turistas de ocio**.
- Personas que pernoctan en apartamentos turísticos: **76.977 turistas de ocio**.

AISIA-JARDUEREN KATEGORIAK CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO	Jarduerak Actividades
Kostaldeko turismoa Turismo costero	Kostaldeko zonaldeak eta udalerriak bisitatzea Visitar zonas y municipios de la 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