9. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ASISTENTES A CONGRESOS

9.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ENCUESTADOS EN CONGRESOS

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de establecimiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista.

Se han obtenido 8 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

Variables para el análisis de tipificación

- **Origen del turista**

Cataluña.
Madrid.
País Vasco.
Andalucía.
Aragón.
Asturias.
Cantabria.
Galicia.
Castilla y León.
Comunidad Valenciana.
Resto de comunidades.
Francia.
Gran Bretaña.
Resto de Europa.
Otros países.

- **Forma de viajar**

Solo.
Con su pareja.
Con su familia.
Con sus amigos.
Con su familia y/o amigos.

- **Organización del viaje**

No organizado.
Una asociación (cultural,..).
La empresa donde trabaja.
Algún organismo publico.

- **Edad**

Hasta 29.
30-39.
40-49.
50-59.
Más de 60.

- **Alojamiento principal del viaje**

Hoteles de 5 y 4 estrellas.
Hoteles de 3 estrellas.
Hoteles de menos de 3 estrellas.
Otros alojamientos.

- **Nivel de renta**

Alta.
Media/Alta.
Media.

- **Sexo**

- **Medio de transporte**

Avión.
Coche.
Autobús.
Resto.

- **Actividades**

Turismo urbano (sin especificar).
Conocer la ciudad.
Pasear por las calles.
Turismo cultural.
Vida nocturna.
Actividades relacionadas con la gastronomía.

- **Número de viajes de ocio**

Ninguno.
De 1 a 5.
6 o más.

- **Trimestre de encuestación**

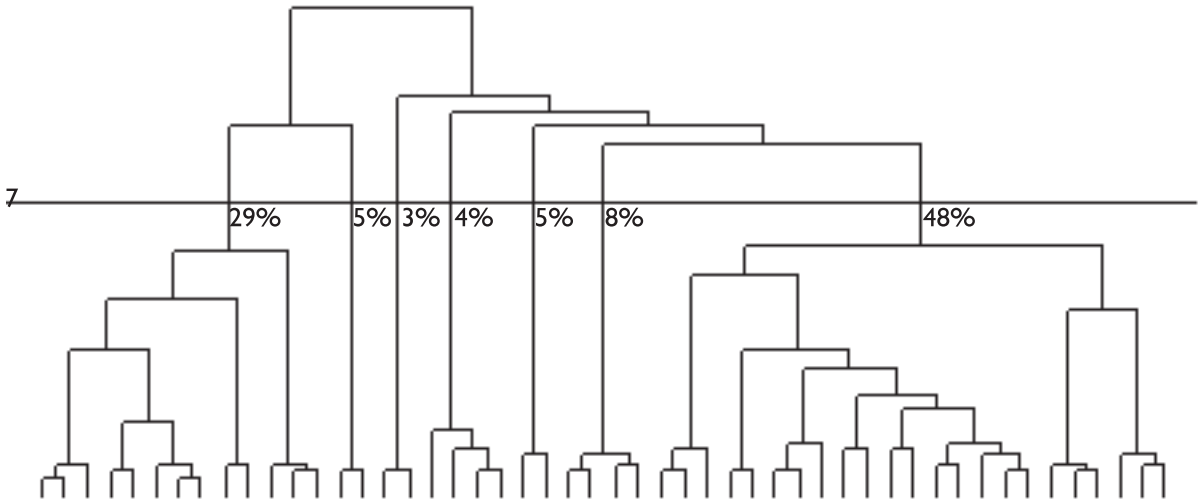
- **Número de pernoctaciones**

1 día.
2 días.
3 días.
De 4 a 7 días.
De 8 a 15 días.
Más de 16 días.

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 15 factores que explican un 67% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 7 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas de congresos



CLASE 1. Congresistas en Vitoria-Gasteiz. (37,26%)

El turismo de congresos tipo de Vitoria-Gasteiz está compuesto por congresistas con un perfil sociolaboral medio, que asiste a los congresos allí organizados con la compañía de compañeros de trabajo, y con una importante tendencia a realizar estancias de muy corta duración.

Estos congresistas no realizan prácticamente actividades. Únicamente algún tipo de turismo de tipo urbano muy genérico, con poca integración en el entorno local, derivada a menudo de la propia movilidad entre el centro de congresos y el alojamiento.

Se trata de un turismo joven, que utiliza hoteles de tres estrellas o de menor categoría, en el que las mujeres están muy presentes, en tanto que la organización pública es destacable. Prepara muy poco su visita, aunque cuando lo hace recurre masivamente a internet como fuente.

Aunque este tipo de congresista define el turismo de congresos en Vitoria-Gasteiz, no se expresa únicamente en esta ciudad. Lo hace también en las otras dos capitales de congresos, si bien, en este caso, éstas cuentan con perfiles diversos y más variados.

CLASE 2. Congresistas con el tren como medio de transporte. (4,70%)

Una variante del tipo anterior viene definida por los usuarios del tren como medio de transporte. Se trata de una variante en la que se enfatizan los rasgos femeninos, la ausencia de actividades paralelas, la juventud del congresista, el perfil sociolaboral medio, si bien las estancias son, de media, ligeramente superiores, normalmente de tres jornadas.

Se da, como el anterior, de forma preponderante en Vitoria-Gasteiz, si bien, esta tipología puede darse en cualquier capital.

CLASE 3. Congresistas con familia en Donostia-San Sebastián. (2,60%)

Donostia-San Sebastián acoge una tipología de turismo familiar que aprovecha la estancia por la participación en congresos. Este turista utiliza preferentemente hoteles de tres estrellas, para estancias de duración muy variada. Accede a la ciudad en coche. Como turismo de negocio orientado hacia el ocio, presenta niveles de asiduidad en las visitas netamente superiores a las de otros colectivos.

Es el colectivo más preocupado por la preparación previa de la estancia, para lo que recurre principalmente a las agencias de viaje. Al tiempo, es el que expresa una peor percepción de la señalización turística encontrada.

Viene compuesto por una proporción de empresarios bastante superior a la media, si bien el perfil general es diverso, lo que se refleja en un nivel de renta generalizado medio.

Es la única tipología de estancia congresista que genera de modo significativo valoraciones negativas al respecto de la carestía generalizada, y algunas también al respecto de la señalización y de la gastronomía. Éstas son principalmente consecuencia de su orientación hacia la actividad de ocio familiar.

CLASE 4. Congresistas de alto perfil sociolaboral en Bilbao. (4,70%)

Uno de los perfiles tipo de Bilbao destaca por su alto nivel sociolaboral. Las rentas más altas se dirigen específicamente a los congresos de esta ciudad, y generan esta tipología de turista.

Es un colectivo compuesto por altos cargos de empresa (no por empresarios), con procedencia preferentemente extranjera, con Gran Bretaña destacando especialmente. Todo ello motiva el uso del avión como medio de transporte casi único en este colectivo.

Se trata del colectivo más orientado a la realización de algún tipo de actividad. Puede ser ésta de carácter cultural, pueden ser paseos por la ciudad buscados, no casuales, o puede ser algún tipo de actividad nocturna, y, cuando menos, algún tipo de actividad urbana no específica.

Es un conjunto de congresistas preferentemente maduro, en el que destacan las edades elevadas, y usuario de hoteles de alta calidad, de cuatro y cinco estrellas, en los cuales realiza estancias de entre cuatro jornadas y una semana de duración, preferentemente, en las que hace uso, más que ningún otro conjunto de turistas, de la reserva con media pensión incluida (16%, por un 1% medio).

Con los visitantes a Donostia-San Sebastián de perfil sociolaboral alto, se trata del principal nicho de usuarios de establecimientos de alta cocina.

CLASE 5. Congresista habitual en Euskadi por ocio. (4,77%)

Algunos congresistas son asiduos viajeros por Euskadi por motivos de ocio. Este grupo tiene algunas características específicas asociadas a ello, que lo diferencia del resto. Así, tiende a recopilar durante su estancia información sobre rutas turísticas en el País Vasco (63%), y también, en menor medida, información sobre entornos naturales (12%).

Esta asiduidad va ligada a la visita a congresos en Donostia-San Sebastián, y va asociada a una procedencia cercana. Así, lo componen especialmente, pero no únicamente, turistas vascos y navarros. Acceden a los congresos realizados en Donostia-San Sebastián en coche, y su dedicación principal paralela es gastronómica. Esta cercanía provoca que prácticamente no hagan uso de internet para cualquier preparación previa de la estancia.

El País es un medio de comunicación de referencia con el que alcanzar este colectivo.

CLASE 6. Congresista de actividad ciudadana. (9,89%)

Existe un conjunto de congresistas muy orientado a conocer la ciudad en la que se organiza el congreso en el que participa. Esta tipología se da especialmente entre los turistas que visitan Bilbao, aunque no únicamente.

Esta actividad a menudo se complementa con otras de carácter cultural, pero no con otras como las salidas nocturnas o la gastronomía.

Destaca la elevada proporción de mujeres en este conjunto, así como la elevada elección del avión como medio de transporte, para un congresista de renta media, de edad y procedencia variada y no diferente a la media (solo Asturias y Andalucía presentan una incidencia ligeramente superior a la normal), de perfil laboral medio, y que realiza estancias de entre cuatro y siete días preferentemente. Puede utilizar todo tipo de alojamiento. Presentan las mejores valoraciones del entorno y paisaje encontrados en su visita.

El País o los periódicos de ámbito catalán constituyen óptimos medios de referencia para cualquier campaña hacia esta tipología de congresistas.

CLASE 7. Congresista de perfil sociolaboral alto en Donostia-San Sebastián. (36,07%)

Cerca de la mitad de los asistentes a congresos celebrados en Donostia-San Sebastián responden a un perfil tipo de características muy diferenciadas.

Se trata de un conjunto caracterizado por rentas medias altas (aunque no las superiores, que conforman un perfil similar con algunas variaciones en Bilbao), y que ocupa bien altos cargos directivos, especialmente, o bien responde a un puesto de empresario o al menos autónomo.

En este contexto, se trata de un participante en congresos maduro, por encima de los 40 años, usuario de hoteles de alta categoría, usuario así mismo, aunque no siempre, del avión, que realiza estancias de duración variada y presenta un índice de asiduidad importante.

Su integración en el entorno corre a cargo de la actividad gastronómica, hacia la que está muy orientado. En este sentido, como todas las tipologías de viaje de congresos asociadas con Donostia-San Sebastián, aunque en este caso con una orientación importante hacia la cocina de calidad. Se trata, así, de uno de los nichos potenciales para los establecimientos de alta cocina.

Más de la mitad de las estancias turísticas por congresos que se realizan en compañía de la pareja se incluyen en este tipo, aunque este rasgo no lo define. Más característicos son los que acuden en solitario (1/3 de ellos).

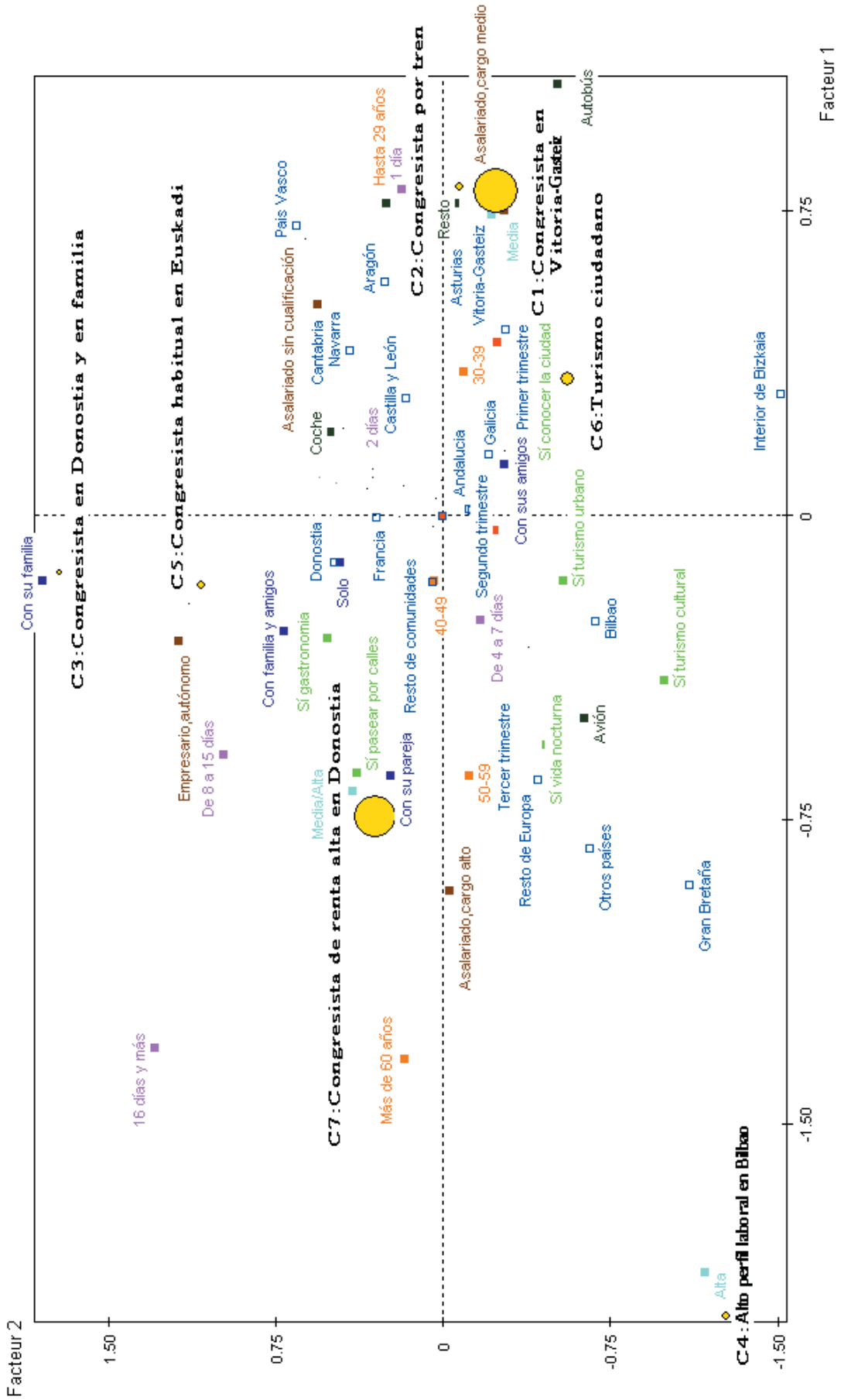
Las características más relevantes de estas clases se muestran en el documento de **Caracterización de turistas de congresos (ver página Web).**

9.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS DE CONGRESOS

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 15% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 67% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en azul las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las tipologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

Proyección de variables y tipos sobre los dos primeros ejes (*)



(*) En el mapa factorial las modalidades en azul y con cuadrado sin relleno hacen referencia a las variables ilustrativas; las modalidades con cuadrado con relleno y otros colores corresponden a variables activas (todos los estados de una variable activa tienen el mismo color). Las clases se representan con círculos amarillos, proporcionales a su tamaño.

10. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ASISTENTE A CONGRESOS

• El asistente a congresos en Euskadi no es especialmente asiduo ni por negocio (18%) ni por asistencia a congresos (20%). Lo es más por ocio (37%), siendo de entre todos los visitantes por negocio el más propicio para la potenciación de futuras visitas por ocio.

• Las visitas por congresos no son, a pesar de todo, grandes generadoras de futuras estancias por ocio (15%). En todo caso, este potencial es muy superior cuando la visita se da en Gipuzkoa (23%) que cuando se da en Álava (5%) o en Bizkaia (8%).

• Euskadi (99,5%), y dentro de ella la localidad donde se celebra el congreso (87%), se configuran como destinos únicos del viaje del participante en congresos en esta comunidad. Prácticamente no se visitan otros municipios, y cuando es así, estos pertenecen al área de influencia de la capital donde se desarrolla este congreso.

• No sólo el destino es específico. También la actividad desarrollada se centra ampliamente alrededor de la asistencia congresista. La práctica de actividades es reducida, circunscribiéndose a un turismo de tipo urbano genérico (63%) y la gastronomía (35%), en este caso en Gipuzkoa de un modo especial (60,5%). Ello a pesar de que el número de pernoctaciones supera a menudo las tres jornadas (42%).

• Madrid (21%) y Cataluña (17%) realizan el aporte principal de congresistas en el País Vasco. Entre los extranjeros, es muy significativo el mercado inglés como uno de los aportes principales de los congresos realizados en Bizkaia (8,5%). Los franceses constituyen solo un 3% de los turistas de congresos, y se reparten de manera homogénea por el territorio vasco.

• El uso del avión es muy importante entre los congresistas (38%), especialmente entre los que asisten a los organizados en Bizkaia (55%). Los que acuden a este territorio lo incluyen habitualmente en la reserva efectuada (55%).

• Las estancias de tres días (37%) o de entre cuatro y siete días (38,5%) resumen las necesidades de pernoctación del congresista. Se trata de estancias que generan una buena valoración general (63% al respecto del alojamiento, 93% respecto al respecto de las expectativas previas).

• Los hoteles de cuatro estrellas (38%) y de tres estrellas (31%) son los que mejor resumen las necesidades de alojamiento del asistente a congresos. Para alojarse en ellos realiza mayoritariamente una reserva previa (84%), gestionada bien a través de una agencia de viaje (35%), bien directamente (31%), para contratar el alojamiento junto con el desayuno (65%).

• Los congresos desarrollados en Euskadi aportan un turismo de elevado nivel adquisitivo (43% de rentas media-altas), paralelo a un perfil profesional elevado (38% de cargos directivos) con respecto a la media de turismo recepcionado. Álava resulta una excepción a esta tendencia general (sólo un 13% de rentas media-altas).

• El perfil socioeconómico se expresa en el elevado uso de restaurantes de alta cocina (12,5%) y de restaurantes a la carta (57%). Esta querencia se da sin embargo solo en Bizkaia y Gipuzkoa, pero no en Álava.

• Existe una contraposición de los turistas que declaran niveles de renta altas con los que declaran niveles de renta medias. Las rentas altas están asociadas a los congresos que se celebran en ciudades como Donostia-San Sebastián y Bilbao, y a muchas pernoctaciones, mientras que los turistas de rentas medias se ven mejor representados en los congresos de Vitoria-Gasteiz y sus estancias son más cortas.

• Los congresos celebrados en Vitoria-Gasteiz acogen preferentemente turistas de orígenes estatales, mientras que a los congresos celebrados en Bilbao acuden más turistas de orígenes extranjeros. Los desarrollados en Donostia-San Sebastián presentan un perfil diverso al respecto.

10. Principales conclusiones del análisis del comportamiento del turista asistente a congresos

• La actividad congresista en Vitoria-Gasteiz se contrapone de manera importante a la desarrollada en el resto de capitales receptoras de turismo congresista. Se diferencia por la menor duración de las estancias, por la ausencia de actividad paralela importante, y por un mayor peso de la organización pública.

• Donostia-San Sebastián se asocia mejor que el resto de territorios con la actividad gastronómica (60,5%) y, en general, con las visitas que integran ocio paralelo. Recoge así mismo la mayor parte de visitas con acompañamiento familiar y de pareja, y se presenta como destino turístico idóneo para futuras visitas.

• El turismo de congresos británico, especialmente, pero en general el extranjero presenta una importante querencia por los congresos desarrollados en Bilbao. Son estancias con elevados índices de actividad paralela, repartida en forma de actividad de carácter cultural o festiva.

• Los nichos para la restauración de alta calidad se sitúan entre los participantes de congresos con elevados niveles de renta en Bilbao y Donostia-San Sebastián.

11. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS VIAJEROS POR MOTIVO DE NEGOCIO EN EUSKADI

11. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS TURISTAS POR TRABAJOS, FERIAS Y CONGRESOS

11.1 ASPECTOS GENERALES

El presente análisis comparativo divide y compara tres motivos genéricos de visita turística a Euskadi por negocio. Así, visitantes cuyo motivo principal es su participación en ferias, visitantes cuyo motivo principal del viaje es su participación en congresos, y visitantes con un motivo genérico de realización de cualquier otro tipo de trabajo: visitas a sedes de la empresa del viajero, realización de algún tipo de trabajo o instalación, visita comercial, compra de bienes, realización de un trabajo por un periodo determinado en Euskadi, o cualquier otro.

Así como los colectivos de trabajo y congresos han sido encuestados en los tres territorios históricos de la Comunidad Autónoma Vasca, los de ferias sólo lo han sido en Bizkaia, concretamente en el recinto ferial del BEC, único consolidado y con volúmenes importantes de participantes en Euskadi.

Los tres colectivos presentan aspectos muy similares en relación a la visita realizada. Comparten una dedicación relativamente intensa a los motivos generadores de la visita, una escasa imbricación en las actividades de la oferta de ocio en Euskadi, comparten sus modos de acceso y de realización de la visita, los aspectos mejor y peor valorados, o las tendencias generales de alojamiento, por poner algunos ejemplos. Y se diferencian en cuestiones específicas (el reparto de los viajeros por zonas, por ejemplo), o por presentar tendencias particulares y muy específicas en el resto (número de jornadas de pernoctación, por ejemplo).

En todo caso, el grupo de trabajo genérico presenta una gran diversidad de tendencias entre sus componentes, frente a una gran homogeneidad de las tendencias mostradas por los visitantes de ferias o de congresos. Esta mayor heterogeneidad acerca a algunos de sus subgrupos a aquellos que acceden a Euskadi por su participación en ferias o en congresos, al tiempo más parecidos entre ellos.

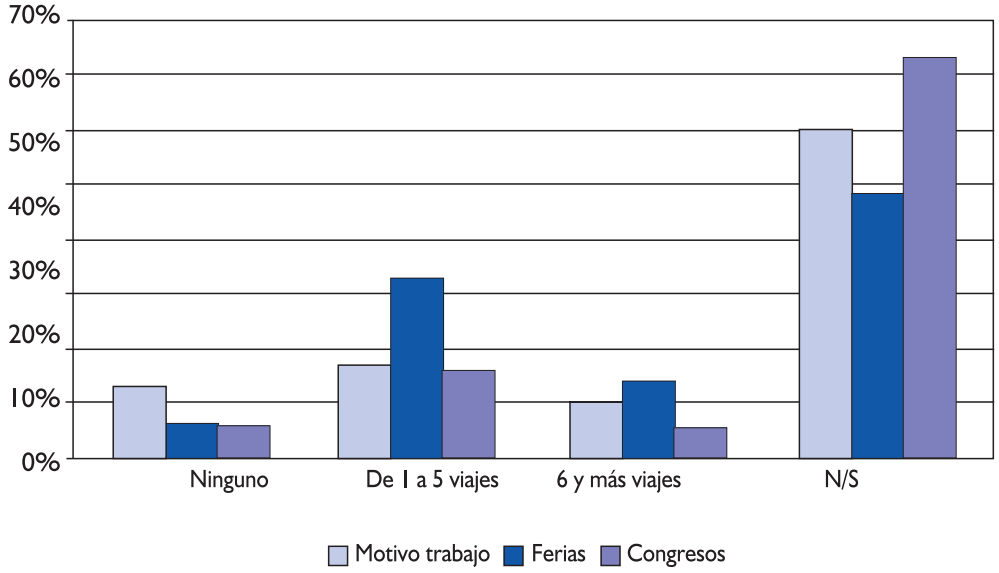
Para cada uno de estos tres colectivos se realiza un análisis descriptivo y de tipificación en orden a sus tendencias particulares y generales. Finalmente, se realiza un análisis comparativo de estos colectivos, que sólo se centra en las mayores divergencias que presentan en su orientación turística, obviando las grandes tendencias comunes ya vislumbradas en cada análisis particular.

11.2 FRECUENCIA DE VIAJES AL PAÍS VASCO

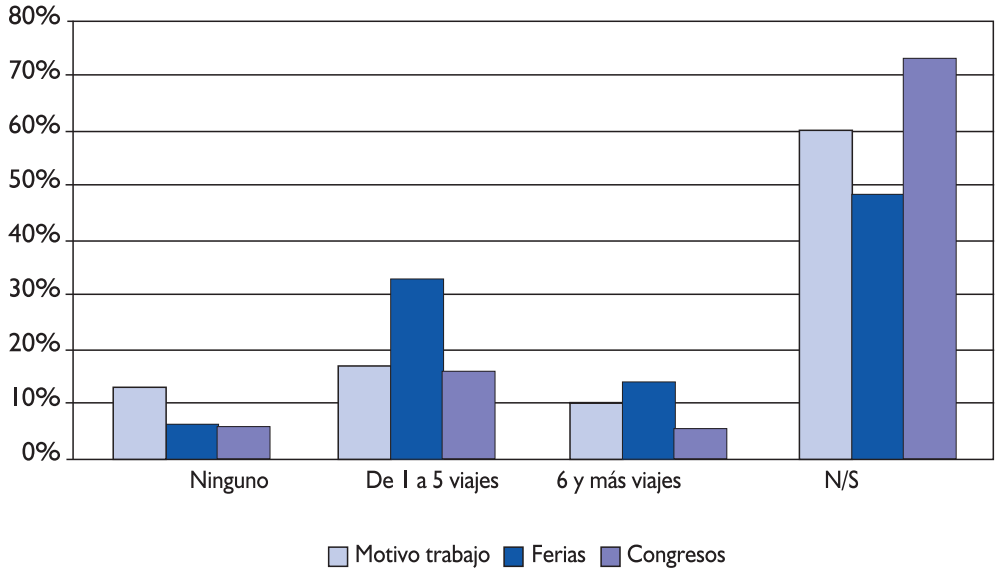
El visitante por negocios en Euskadi muestra niveles de reiteración en sus visitas muy superiores a las de cualquier otro colectivo. Lógicamente, ello se debe a las necesidades de las redes interempresariales creadas, principales generadores de esta vitalidad, pero también se deben, especialmente en lo que afecta al turista por ferias y por congresos, a la propia vitalidad, nivel organizativo y contenido de estos eventos.

De hecho, si esta reiteración del viaje es importante para cualquier viajero de negocios, lo es más para aquellos cuyo motivo principal son las ferias (83%), o por trabajo (79%). No tanto con aquellos que acceden por congresos (57%), que carecen de la necesaria periodicidad de las ferias. Entre estos últimos, casi la mitad de ellos (46%) aseguran futuros viajes a Euskadi, indicador del interés profesional que generan estos eventos.

Número total de viajes realizados al País Vasco en los últimos 5 años



Número total de viajes que realizará al País Vasco en los próximos 5 años

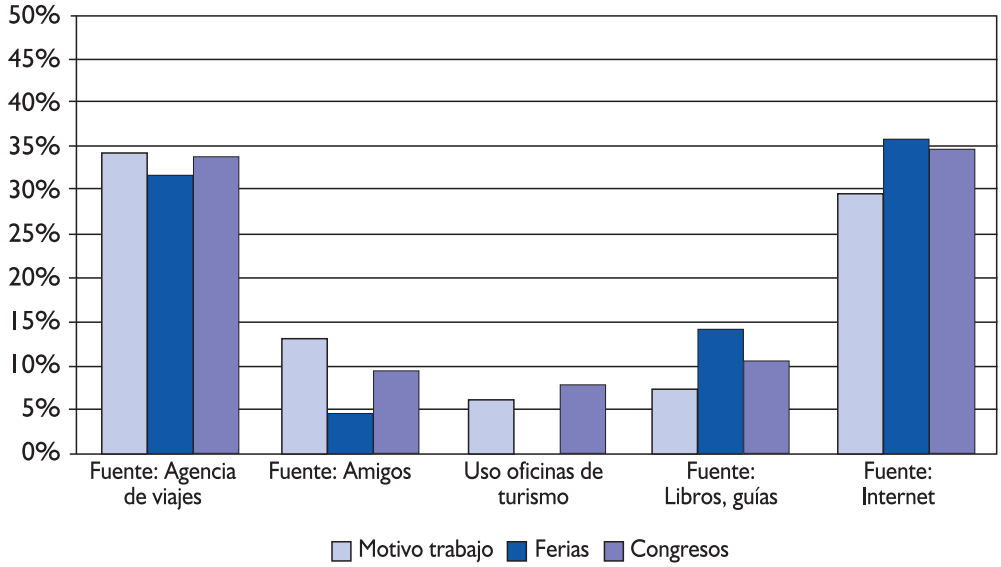


11.3 PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

Internet o las agencias de viajes son las fuentes principales de información a las que recurre el viajero por negocios. El comportamiento es similar para todo viajero de negocios, con una ligera propensión hacia el recurso a internet cuando el viaje se efectúa por ferias o congresos (36% y 35%, respectivamente, por 30% en trabajo). Las guías también son importantes entre asistentes a ferias (14%), mientras que los viajeros por trabajo prefieren, frente a éstas, el recurso a los amigos o compañeros de trabajo (13%).

Destaca el escaso uso que realiza el viajero por negocios de las oficinas de turismo.

Fuentes de información utilizadas para la preparación del viaje



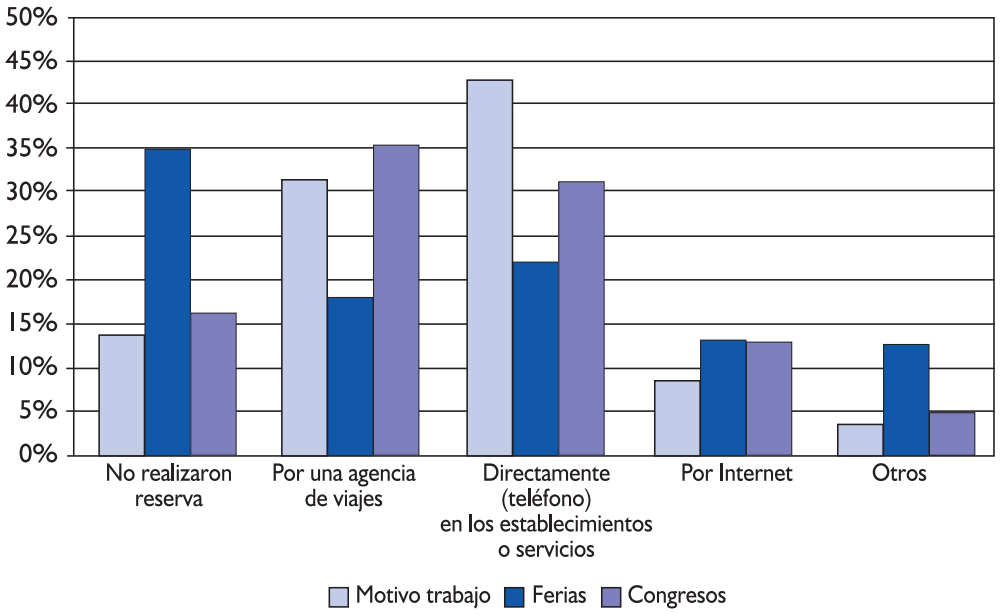
La realización de una reserva previa es común entre los viajeros por negocios (86% para motivo trabajo, 83% para congresistas, y sólo 65% para asistentes a ferias), para lo que recurre tanto a agencias de viaje (cerca de 30%) como a la reserva directa por teléfono . El uso de internet es significativo, aunque el recurso a este medio es inferior al resto.

En cualquier caso, existen importantes diferencias en los modos de realización de las reservas según el motivo principal de negocio. Entre los viajeros por ferias existe una querencia superior al resto a la falta de planificación previa de su estancia (20 puntos menor). En el otro polo, los viajeros por congresos son los que en mayor medida recurren a las agencias de viaje (35%), mientras que aquellos que ligan su estancia a actividades de trabajo genérico prefieren la reserva directa por teléfono (43%), aún siendo importante también entre ellos el recurso a las agencias de viaje.

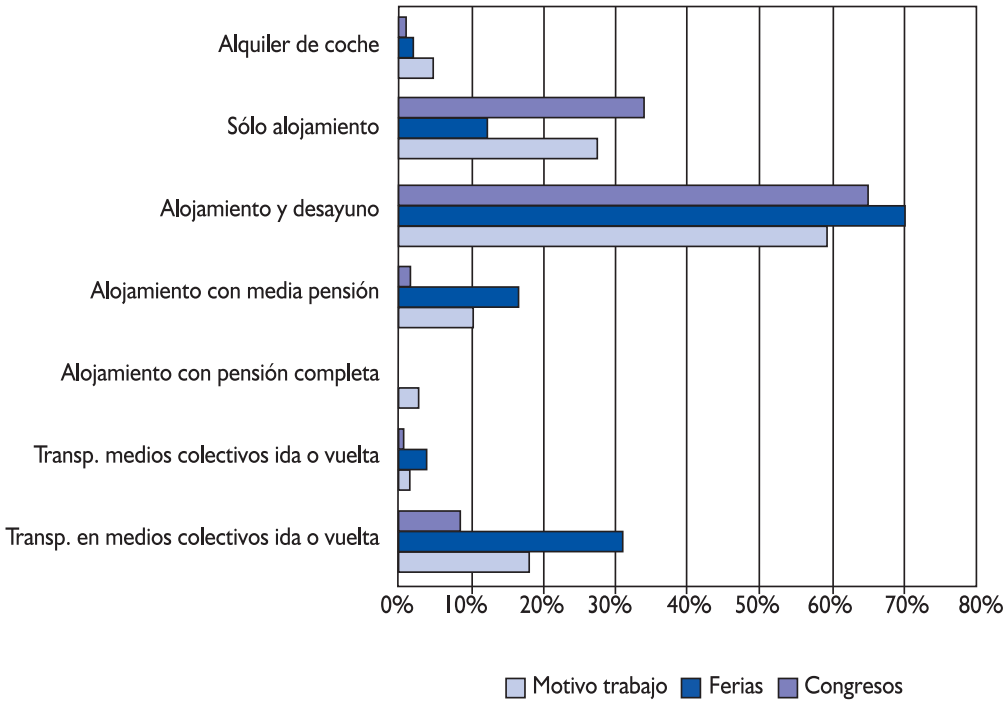
Entre el turismo por ferias extranjero existe un contingente (12%) considerable que delega en su empresa la realización de la reserva, al margen de la utilización posterior de cualquiera de los medios descritos.

La reserva suele circunscribirse entre los viajeros de negocios a servicios de alojamiento, y, dentro de ellos, lo habitual es que incluyan bien el alojamiento y desayuno (por encima del 60%) o bien sólamente el alojamiento. Más raros son la inclusión de más servicios de manutención.

Forma de realización de la reserva



Servicios que incluía la reserva



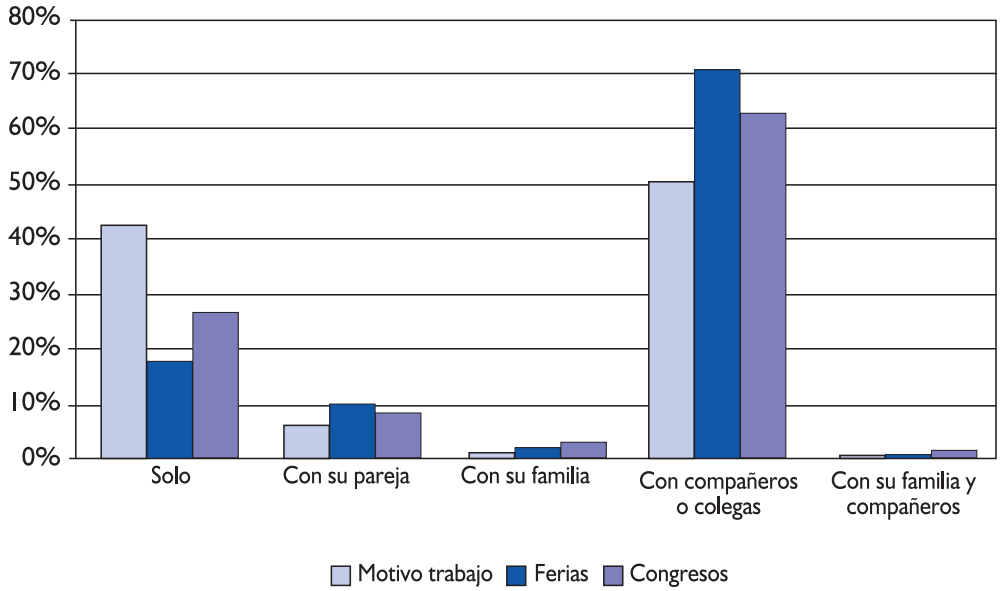
La reserva de medios de transporte es importante especialmente entre los viajeros por ferias (31%). Se trata principalmente de la reserva del avión, del que además son quienes más uso realizan.

A pesar de que los viajeros por ferias son quienes menos planifican su viaje, son al tiempo los que realizan una reserva más completa. Son quienes menos reservan únicamente el alojamiento, y, por el contrario, quienes más recurren a la media pensión (16%) y a la reserva de transporte colectivo cuando éste es necesario.

11.4 FORMA SOCIAL DE VIAJAR

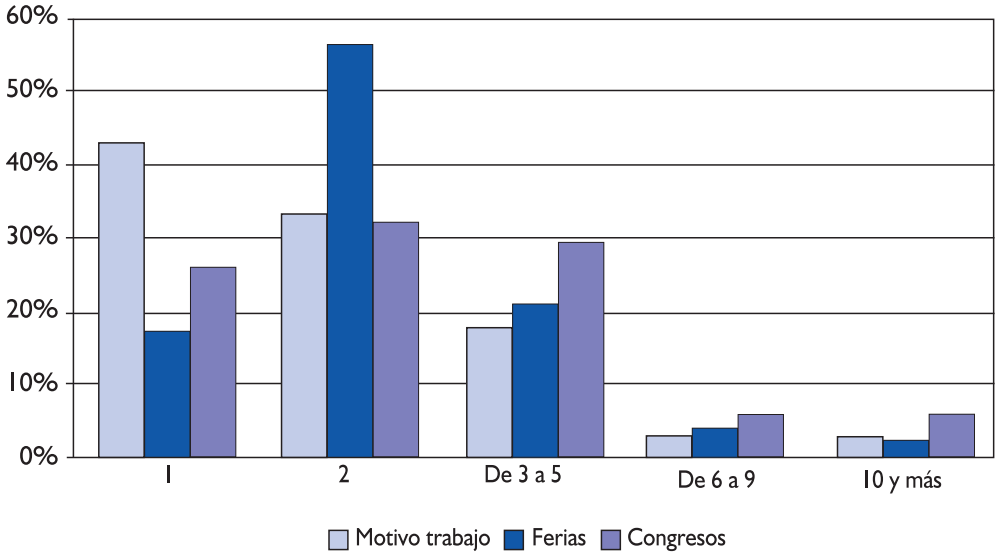
El viaje de negocios se realiza preferentemente en compañía. La tendencia es muy fuerte si el objetivo es la visita a ferias (83%) o la participación en congresos (74%), pero bastante menor si se trata de un viaje por trabajo (57%). Se trata de la compañía de compañeros o colegas de trabajo, si bien existe un pequeño pero significativo grupo que realiza el viaje con su pareja.

Forma de viajar

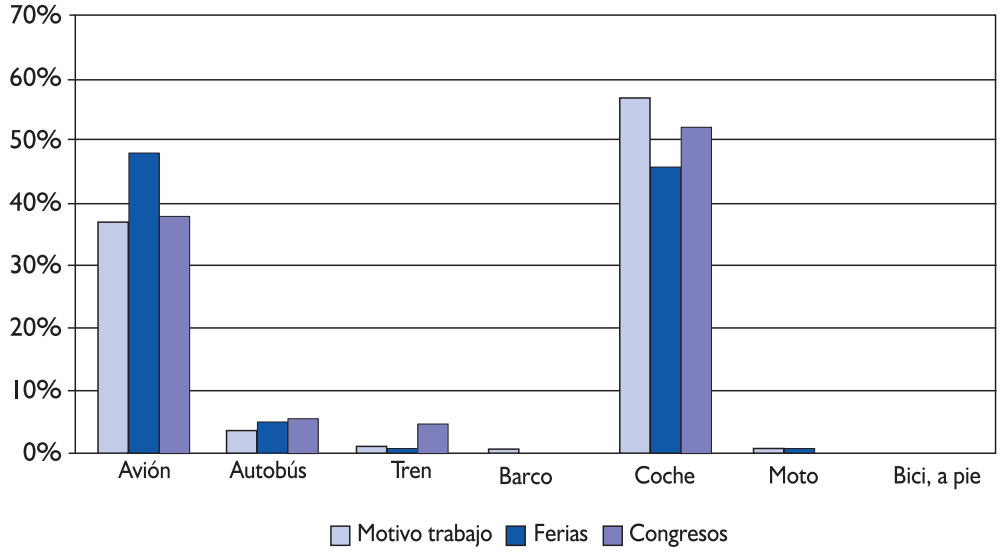


Son raros los grupos de tamaño superior a las cinco personas, aunque menos entre los asistentes a congresos, que generan asistencias en grupos de más de dos personas con mayor frecuencia que los otros dos (41%, 14% que entre asistentes a ferias, y 17 puntos más que por motivos de trabajo genérico). Por el contrario, es característico de las ferias la conformación de viajes en parejas laborales (56%), mientras que el trabajo genérico es el que presenta una tendencia mayor hacia la generación de estancias en solitario (43%), en razón especialmente del peso de los viajes comerciales.

Número de miembros del grupo con el que viaja



Medio de transporte del viaje

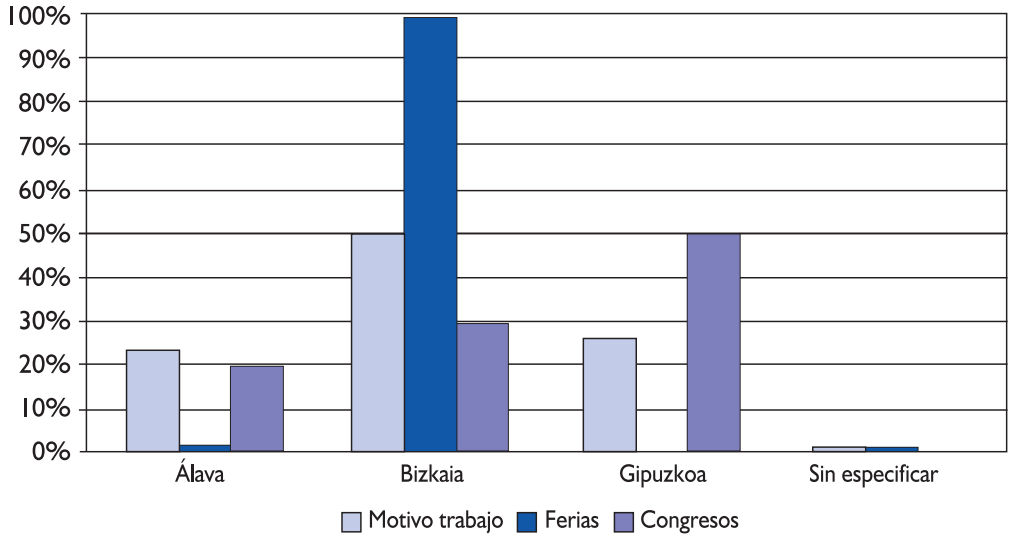


11.5 DESTINO PRINCIPAL DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

El lugar de celebración de las ferias y congresos es determinante a la hora de situar tanto el destino principal del viaje como las posibles localidades visitadas por estos colectivos. Los turistas desplazados por motivo del trabajo se distribuyen más por las diferentes zonas de los territorios vascos, aunque mayoritariamente son las capitales, sobre todo Bilbao, las que los reciben.

Este tipo de turista rara vez se desplaza, una vez llegado a su destino, entre los diferentes territorios (por debajo del 2% para cualquier caso).

Destino principal de viaje en el País Vasco



Tipo de viaje en relación a las etapas realizadas en los territorios históricos

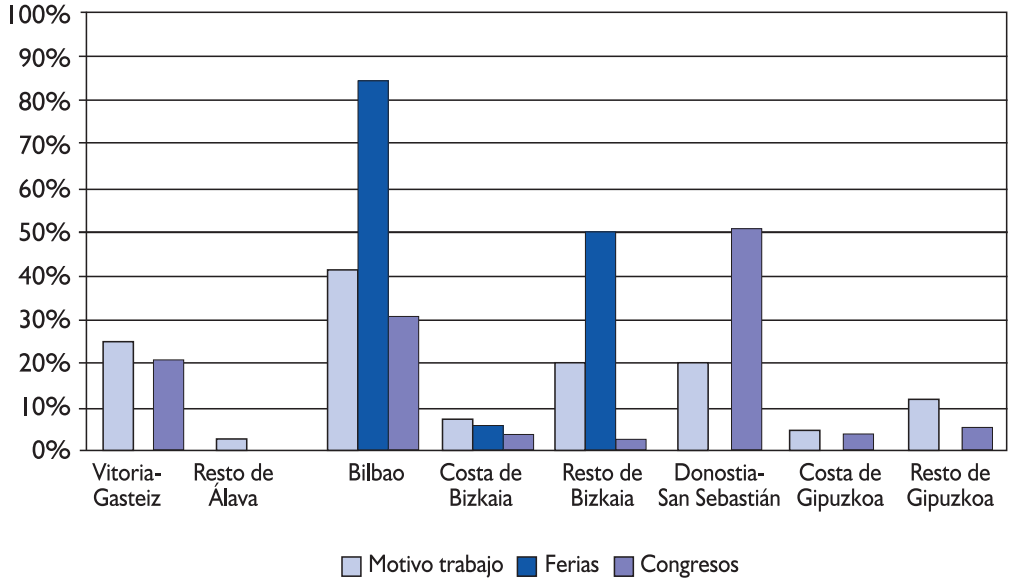
(Porcentaje vertical)	Turismo de negocios		
	Motivo trabajo	**Ferias**	**Congresos**
Total Muestral	3.428	453	1.494
Media anual datos elevados	674.997	-	.
Vitoria-Gasteiz	21,40	0,40	20,00
Interior de Álava	2,10	-	-
Bilbao	34,50	81,80	29,70
Costa de Bizkaia	3,70	3,10	-
Interior de Bizkaia	12,20	14,60	0,10
Donostia-San Sebastián	14,30	-	49,30
Costa de Gipuzkoa	1,70	-	0,10
Interior de Gipuzkoa	9,90	-	0,80
Sin determinar	0,20	-	-

11.6 LUGARES VISITADOS EN EL PAÍS VASCO DURANTE EL VIAJE PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES

La distribución de los lugares visitados por los viajeros de negocios muestra una clara vocación por las capitales de los territorios. Existe muy poca movilidad entre territorios y entre municipios, más allá del visitado por el motivo del viaje.

Esta tendencia sólo se rompe a causa de la nueva instalación de la feria de Bilbao en el municipio de Barakaldo, y, en cierta medida, con los viajeros por trabajo, que se distribuyen más a lo largo de los municipios, especialmente los de interior, de Bizkaia.

Lugares visitados en el País Vasco durante el viaje



Itinerarios más importantes realizados en el País Vasco

(Porcentaje vertical)	Turismo de negocios		
	Motivo trabajo	Ferias	Congresos
Total muestral	3.428	453	1.494
Media anual datos elevados	674.997	-	-
Sólo Vitoria-Gasteiz....	18,1	-	19,7
Sólo interior de Álava....	1,3	-	-
Vitoria-Gasteiz e interior de Álava....	,7	-	-
Sólo Bilbao....	25,6	49,7	25,0
Sólo costa Bizkaia....	2,9	-	-
Sólo interior Bizkaia....	8,7	13,9	,1
Bilbao y costa Bizkaia....	1,3	,2	1,6
Bilbao y resto Bizkaia....	,8	3,1	1,1
Sólo Bizkaia sin Bilbao....	,7	1,5	-
Bilbao e interior Bizkaia....	6,1	30,9	,6
Sólo Donostia-San Sebastián....	12,0	-	42,6
Sólo costa Gipuzkoa....	1,2	-	-
Sólo interior Gipuzkoa....	6,7	-	-
Donostia-San Sebastián y Costa Gipuzkoa....	,8	-	2,5
Donostia-San Sebastián e interior Gipuzkoa....	1,7	-	4,0
Donostia y Resto Gipuzkoa....	,7	-	,4
Sólo Gipuzkoa sin Donostia-San Sebastián....	,5	-	-
Vitoria-Gasteiz, Bilbao....	1,5	-	,2
Vitoria-Gasteiz, Donostia-San Sebastián...	,3	-	,1
Bilbao, Vitoria-Gasteiz, Donostia-San Sebastián....	1,1	-	,1
Bilbao, Donostia-San Sebastián....	1,2	-	,7
Resto itinerarios en Euskadi....	6,0	,7	1,3
Sin especificar....	,0	-	-

Datos referidos a los municipios visitados durante la estancia, incluyendo las localidades de alojamiento

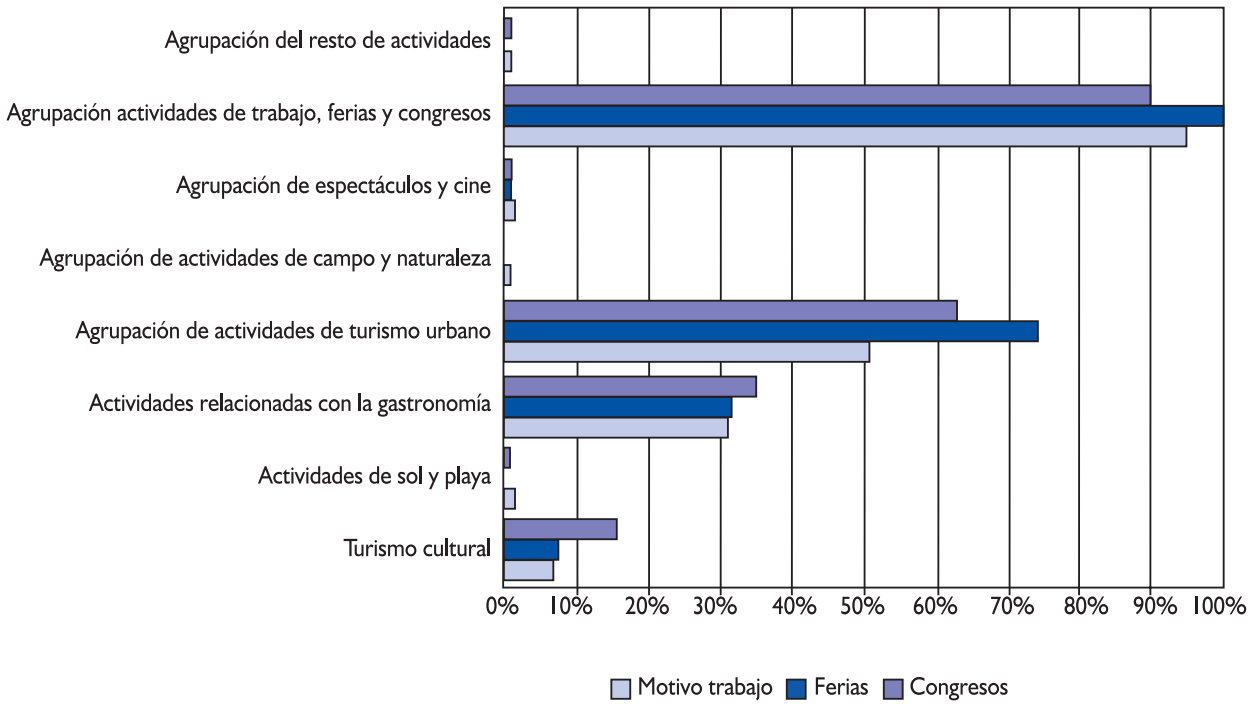
11.7 PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN EUSKADI

Los turistas de negocios no realizan demasiadas actividades extralaborales. En términos generales, tienden a realizar algún tipo de actividad de carácter urbano sin excesiva implicación (49% entre turistas de trabajo, 74% entre asistentes a ferias y 62% entre congresistas), pero raramente una combinación de varias al tiempo. Se trata de actividades más obligadas por la propia estancia, vinculadas a los tiempos muertos de transporte por ejemplo, que voluntarias e incisivas al respecto de una cierta implicación del turista en su destino. Esta tendencia hacia la escasez de actividades específicas no viene determinada por una duración corta de los viajes, sino que es propio de cualquier viaje por negocios.

El grupo de turistas de trabajo es, entre estos colectivos, el que menos dedicación tiene hacia estos tipos de ocio generalistas, pero sí tiene una algo superior hacia otras de carácter específico como la actividad gastronómica, frente a los turistas por ferias, que son, por ejemplo, los que más vida nocturna (11%) desarrollan durante su visita y más se integran en la vida urbana.

El grupo de congresos se destaca por el carácter ligeramente más cultural de sus actividades. Bien puramente a través de la realización de actividades culturales(15%, doblando al resto), como por la realización de turismo urbano con cierto nivel de implicación y voluntad, como el callejeo (13%), o simplemente conociendo la ciudad (11%), este turista es el que muestra un mayor interés por el lugar donde desarrolla el viaje.

Principales actividades realizadas en Euskadi



La gastronomía es hito común de los tres grupos, así como la actividad extralaboral con cierta implicación que más éxito tiene en estos colectivos. Como en el resto de actividades de turismo urbano con cierta voluntariedad, excepto las salidas nocturnas, el grupo de participantes en congresos presenta un ligero nivel superior de actividad.

Las visitas culturales adquieren mucha importancia cuando el origen del turista es extranjero, especialmente entre congresistas (26%) y entre trabajadores genéricos (24%), y no tanto entre los asistentes a ferias (11%). Ésta es la actividad que cobra mayor auge dependiendo de la lejanía del turista.

Las tendencias básicas por tipo de turista de negocio se mantienen, registrándose únicamente una participación mayor para cualquiera de ellos en función de la lejanía de su origen. Así, por ejemplo, los visitantes de trabajo realizan más actividades si son extranjeros (63% en actividades urbanas), en menos ocasiones si se trata de originarios de otras comunidades españolas (46%), y en menor medida aún si se trata de originarios del propio País Vasco (41%).

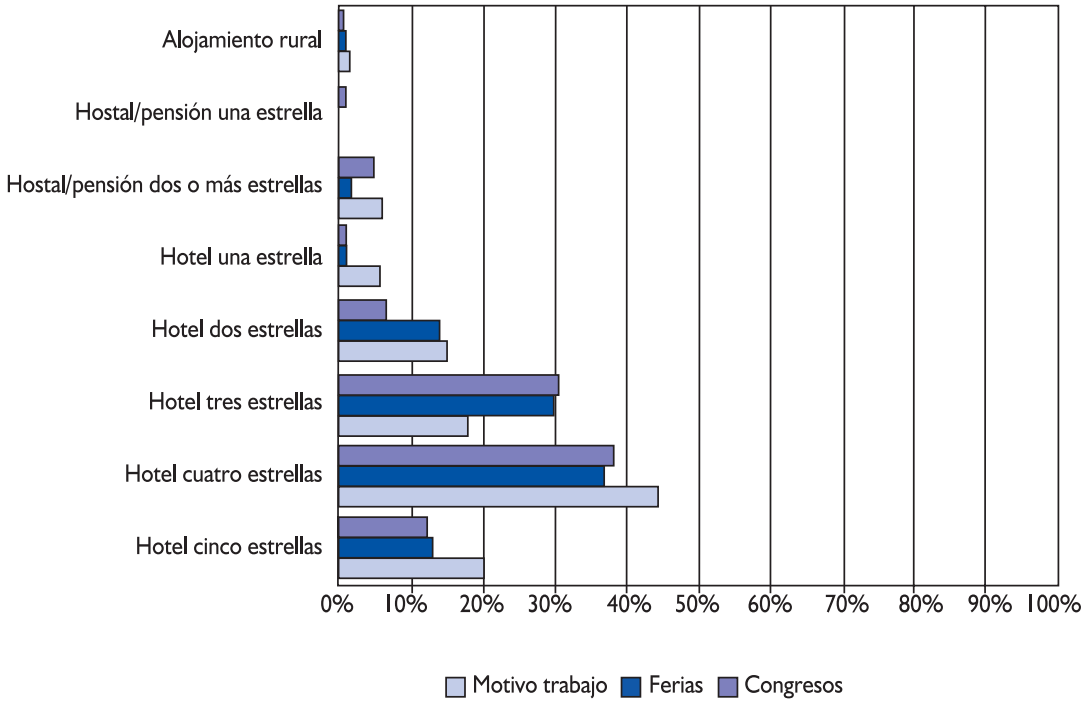
La excepción a estas tendencias generales se da al respecto de las salidas nocturnas. Éstas son más propias del asistente a ferias no vasco que de ningún otro grupo.

11.8 ALOJAMIENTO FUNDAMENTAL DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

Los hoteles de tres y, especialmente, cuatro estrellas resumen perfectamente las necesidades de alojamiento del turista por negocios, especialmente si se trata de turismo por participación en ferias (67%) o en congresos (69%).

El grupo cuyo motivo principal es la realización de algún tipo de trabajo se distribuye en mayor medida por los diferentes establecimientos hoteleros, en orden a una superior variedad de actividades de negocios y nivel sociolaboral, y aún siendo el que más opta las cuatro estrellas (44%). Así, por ejemplo, la relevancia del hotel de cinco estrellas es también importante entre ellos (20%), como también lo es el de dos, en menor medida (15%), o incluso la de los establecimientos de menor categoría (12% globalmente).

Tipos de alojamientos utilizados

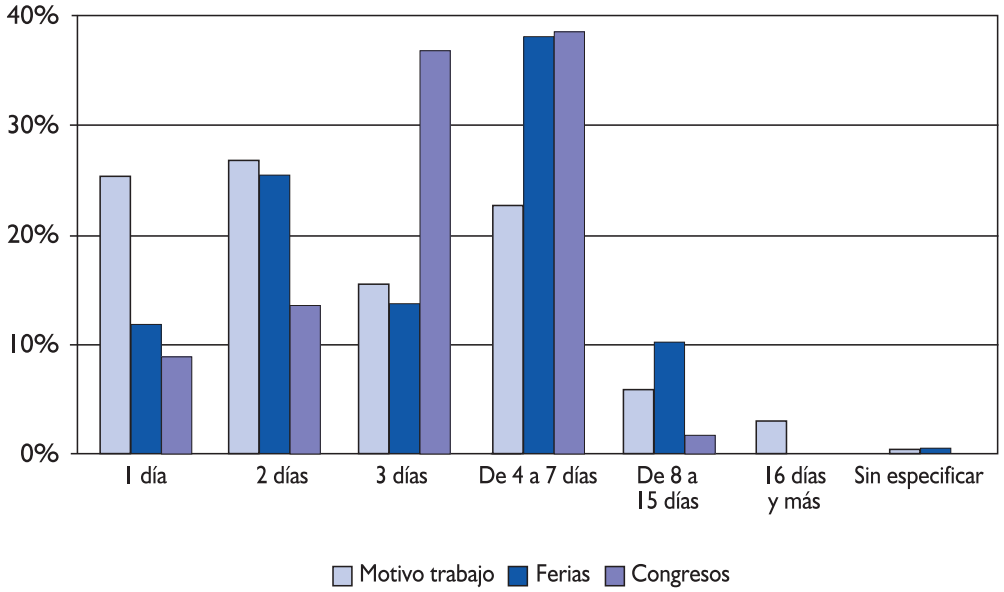


11.9 DURACIÓN DEL CONJUNTO DEL VIAJE AL PAÍS VASCO

Visitas a ferias y sobre todo a congresos generan visitas de duración superior a las generadas por el resto de motivos de negocio, (todos aquellos de trabajo tomados conjuntamente). En parte, ello se debe a la influencia de los viajeros por motivos comerciales, que presentan una fuerte tendencia a las visitas muy cortas, de hasta dos jornadas. Por lo demás, la gran variedad de tipologías de viajeros dentro de este grupo se expresa en una distribución muy diversa de la duración de los viajes de éstos.

También la participación en ferias genera una gran diversidad de duraciones de viajes, pero con una tendencia clara a superar en jornadas al grupo cuyo motivo de la visita es el trabajo. Frente a todos ellos, los congresos generan estancias que se sitúan entre las tres jornadas y la semana.

Número de pernoctaciones en el País Vasco



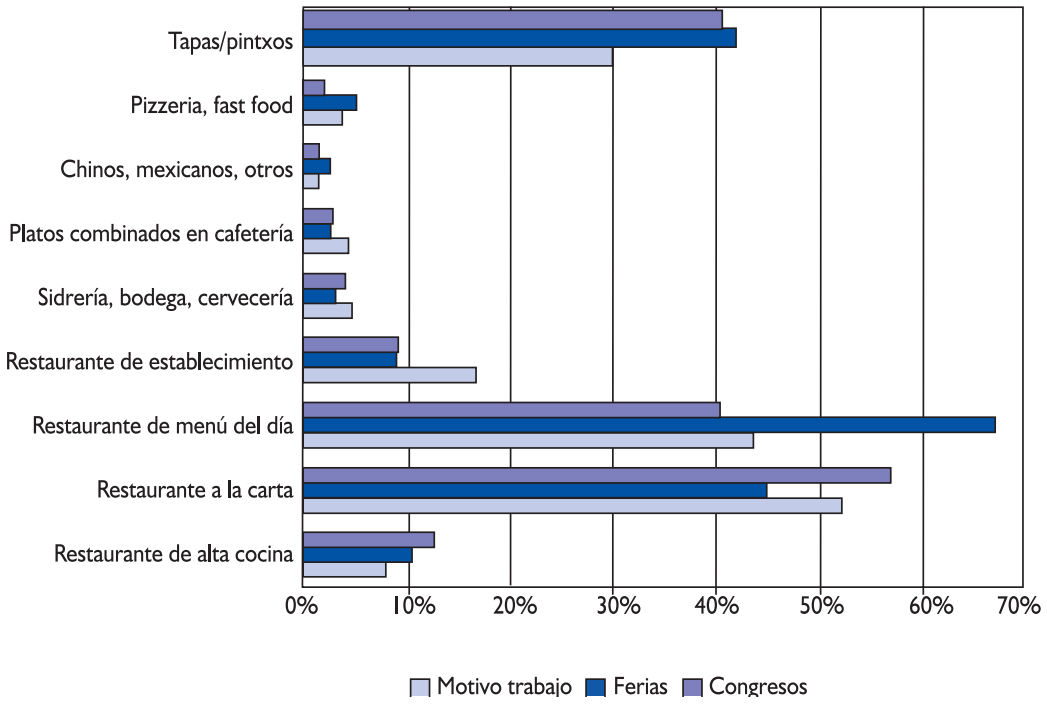
11.10 DEMANDA DE RESTAURACIÓN

No existen excesivas diferencias entre los tres grupos en su actividad gastronómica. Restaurantes a la carta y restaurantes de menú del día son la estrella de la oferta en Euskadi para este colectivo, pero complementada con la más específica de los pintxos.

Los restaurantes de alta cocina cuentan así mismo con público entre los turistas de negocio, con cierta especial incidencia entre los participantes en congresos. No en vano son los que muestran rentas más elevadas (más de 13 puntos superior en rentas media-altas y altas).

El establecimiento de alojamiento es utilizado por el colectivo de trabajo genérico, pero es menos atractivo para participantes en ferias y congresos.

Tipos de restaurantes que utilizan



PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE TURISTAS DE TRABAJO, FERIAS Y CONGRESOS EN EUSKADI

• Existe una mayor homogeneidad interna de los grupos de ferias y congresos y una mayor heterogeneidad del grupo de visitantes por trabajo. De acuerdo a ello, el comportamiento turístico de este último colectivo puede parecerse a veces a los de aquellos de ferias y congresos o separarse sustancialmente de ellos.

• El tipo de viaje realizado por el turista de negocio es un viaje de una sola etapa en el País Vasco. Únicamente para el 10% de los viajeros, entre aquellos por motivos de trabajo su viaje ha constado de alguna etapa en otra comunidad autónoma (Madrid). Tampoco cuentan con movilidad interna, especialmente aquella por motivos de ocio, asociada a su estancia por negocio en el País Vasco.

• Los colectivos de visitantes de ferias y congresos presentan tasas de realización de actividades superiores a los de trabajo. Éstas son más de carácter urbano (paseos, por ejemplo) entre los primeros y con tendencia más cultural entre los segundos. La mayor parte de esta actividad requiere poca implicación e integración en el entorno. Así, el grueso de éstas viene compuesto por actividades inespecíficas de turismo urbano, el mínimo requerido por el mero hecho de realizar una estancia con pernoctación (58% entre visitantes de ferias, 36% entre participantes de congresos, 27% entre trabajadores genéricos). Las actividades que requieren una motivación primaria, directa, son por el contrario poco participadas entre el turista de negocios. Así, salvo en relación a la gastronomía (28%, con el pico entre los visitantes por congresos, con el 35%), los porcentajes de actividad no superan el 15%, en el mejor de los casos (actividad cultural entre congresistas).

• De acuerdo a ellos, y a la mayor dedicación hacia las actividades urbanas específicas (callejeos, conocer las localidades de estancia…), puede considerarse que el colectivo con mayor dedicación al ocio es el de congresistas. La excepción son las salidas nocturnas, de las que por porcentaje son protagonistas los asistentes a ferias (11%).

• El visitante de ferias es más asiduo en sus visitas, en respuesta principalmente al carácter periódico y reiterativo de la organización de éstas.

• Los turistas por trabajo genérico son quienes más orientan su alojamiento a establecimientos de categoría superior (64%), a hoteles de cuatro o cinco estrellas, frente a los visitantes por ferias (49%) y congresistas (51%). Sin embargo, se trata también del colectivo más heterogéneo al respecto, con uso profuso de establecimientos de baja categoría (29% en hoteles de dos estrellas o inferior categoría).

• El origen del viajero de negocios es fundamentalmente externo. El primer mercado emisor lo forman los residentes en el resto de CC.AA del Estado (70%) seguido de los extranjeros (24%). Los residentes en Euskadi sólo representan un 6% de los turistas de negocios. Madrid y Cataluña son las principales comunidades emisoras de estos turistas.

• Sin embargo, si bien todos los grupos presentan orígenes similares, la tasa de extranjeros es superior entre los visitantes de ferias (29%, 5 puntos más respecto a los viajeros de negocios y 10 respecto a los de congresos). A este respecto, destaca la visita a ferias de franceses (casi un 8% del total de visitas a éstas).

• Los turistas de congresos muestran una mayor capacidad adquisitiva y un perfil sociolaboral medio superior. En él se da así mismo una relación mucho más paritaria entre hombres y mujeres (que representan el 41%) que en los otros dos colectivos(30% en ferias y 18% en trabajo genérico).

ANEXO. MANUAL DE INTERPRETACIÓN DE UN MAPA FACTORIAL

El mapa factorial es una representación gráfica muy visual y sintética en el que se utilizan las primeras coordenadas factoriales para representar la información inicial, las variables y sus modalidades, junto con las clases o conjunto de individuos con similitudes al respecto de ese conjunto de variables y sus modalidades.

Estas coordenadas constituyen un resumen de la información inicial, del conjunto de variables y sus modalidades, en función de las asociaciones que se crean entre ellas. Esta búsqueda de asociaciones se da entre un conjunto de variables a las que se va a denominar activas. Se proyectan los estados de las variables que intervienen en el estudio, pero también se pueden proyectar las clases obtenidas en el Análisis de Clasificación.

Dado que cada eje supone un vector de, en nuestro caso, actividad turística, la situación de cada clase (conjunto de individuos) y de las modalidades de las variables con respecto a ellos, nos da una idea de las asociaciones principales. De tal modo, puede identificarse la orientación de cada clase en función de las modalidades de variables que se encuentran en sus proximidades, y en función de su situación con respecto a estos ejes. La información sobre éstos también puede obtenerse de la situación de las variables y sus modalidades con respecto a ellos.

Cuando los estados se encuentran cerca del origen de coordenadas, no se pueden interpretar fácilmente. Cuanto más alejadas del centro se encuentren las modalidades puede afirmarse que los turistas, las clases de éstos, se encuentran más caracterizados por esas modalidades. Del mismo modo, la posición contrapuesta de las clases en los extremos de los ejes indica su orientación a modelos turísticos contrapuestos.

En definitiva, las clases (en amarillo) representan conjuntos de individuos que comparten fuertes similitudes en muchas modalidades de variables y respecto a los ejes que resumen éstas, y que, al tiempo, se diferencian fuertemente de otros conjuntos en función de esas mismas características.

Las modalidades que se encuentran en color azul y rojo se refieren a las variables activas, es decir, las variables que se utilizan para la creación de las clases y para dar cuerpo a la conformación del modelo turístico que éstas representan.

El resto de las modalidades se agrupan por variables en diferentes colores. Estas modalidades son variables ilustrativas que no se consideran para la creación de las clases y del modelo de actividad turística, pero que pueden revelar asociaciones importantes con él y ayudan a la configuración global de este modelo.

ANEXO. MANUAL DE INTERPRETACIÓN DE UN MAPA FACTORIAL

El mapa factorial es una representación gráfica muy visual y sintética en el que se utilizan las primeras coordenadas factoriales para representar la información inicial, las variables y sus modalidades, junto con las clases o conjunto de individuos con similitudes al respecto de ese conjunto de variables y sus modalidades.

Estas coordenadas constituyen un resumen de la información inicial, del conjunto de variables y sus modalidades, en función de las asociaciones que se crean entre ellas. Esta búsqueda de asociaciones se da entre un conjunto de variables a las que se va a denominar activas. Se proyectan los estados de las variables que intervienen en el estudio, pero también se pueden proyectar las clases obtenidas en el Análisis de Clasificación.

Dado que cada eje supone un vector de, en nuestro caso, actividad turística, la situación de cada clase (conjunto de individuos) y de las modalidades de las variables con respecto a ellos, nos da una idea de las asociaciones principales. De tal modo, puede identificarse la orientación de cada clase en función de las modalidades de variables que se encuentran en sus proximidades, y en función de su situación con respecto a estos ejes. La información sobre éstos también puede obtenerse de la situación de las variables y sus modalidades con respecto a ellos.

Cuando los estados se encuentran cerca del origen de coordenadas, no se pueden interpretar fácilmente. Cuanto más alejadas del centro se encuentren las modalidades puede afirmarse que los turistas, las clases de éstos, se encuentran más caracterizados por esas modalidades. Del mismo modo, la posición contrapuesta de las clases en los extremos de los ejes indica su orientación a modelos turísticos contrapuestos.

En definitiva, las clases (en amarillo) representan conjuntos de individuos que comparten fuertes similitudes en muchas modalidades de variables y respecto a los ejes que resumen éstas, y que, al tiempo, se diferencian fuertemente de otros conjuntos en función de esas mismas características.

Las modalidades que se encuentran en color azul y rojo se refieren a las variables activas, es decir, las variables que se utilizan para la creación de las clases y para dar cuerpo a la conformación del modelo turístico que éstas representan.

El resto de las modalidades se agrupan por variables en diferentes colores. Estas modalidades son variables ilustrativas que no se consideran para la creación de las clases y del modelo de actividad turística, pero que pueden revelar asociaciones importantes con él y ayudan a la configuración global de este modelo.