3. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS DE TRABAJO EN EUSKADI

3.1. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS DE TRABAJO

La obtención de un modelo explicativo de la estancia del turista por negocios en el País Vasco tiene como motor el motivo de la visita de negocio y las actividades desarrolladas durante la estancia registrada en el País Vasco. Alrededor de estas variables, otras como las pernoctaciones desarrolladas, la zona en que se desarrolla esta estancia, el tipo de alojamiento utilizado en esta visita, el medio de transporte utilizado y la forma de realización de la visita componen las variables centrales del modelo.

A estas variables se añaden otras importantes que relacionamos directamente con el modelo y nos dan una descripción detallada de los tipos obtenidos sobre la base de los ejes factoriales obtenidos. Entre estas variables destaca el origen del viajero, pero son importantes también la renta o la situación profesional del viajero, la zona de encuestación, o la organización del viaje.

Variables para el análisis de tipificación

• Motivo de trabajo

Estacional.
Compra bienes.
Comercial.
Barcelona.
Realizar un trabajo.
Trabajo interno.

• Medio de transporte

Avión.
Coche.
Otros colectivos.
Gran Bretaña.
Otros (moto, pié).

• Pernoctaciones en el País Vasco

1 día.
2 días.
3 días.
De 4 a 7 días.
De 8 a 15 días.
16 o más días.

• Alojamiento

Hotel 5 estrellas.
Hotel 4 estrellas.
Hotel 3 estrellas.
Hotel 2 estrellas.
Hotel 1 estrella.
Hostal/Pensión 2 estrellas.
Camping/rural.

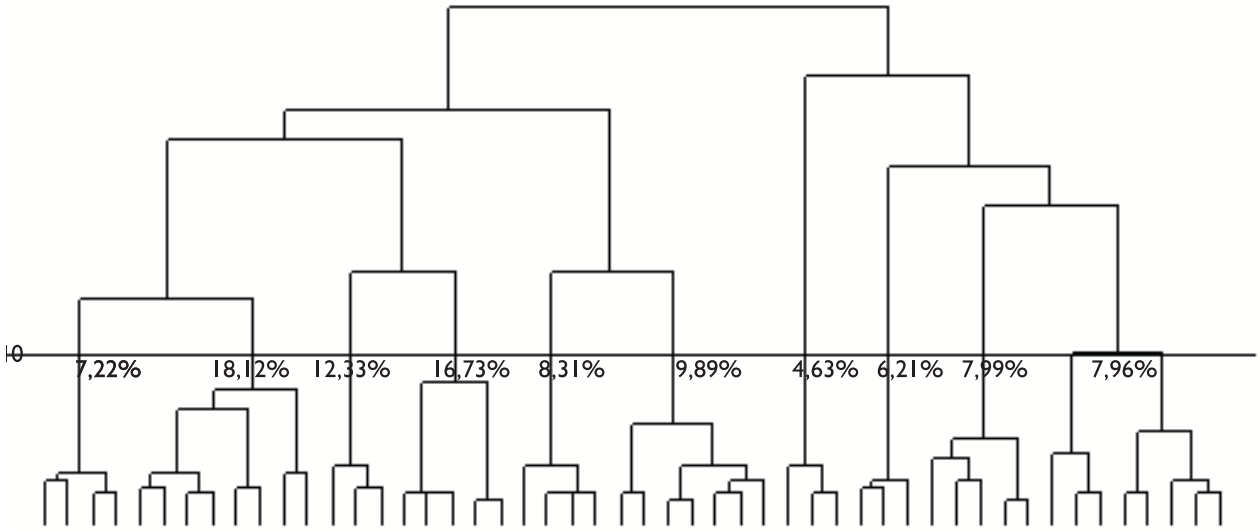
• Actividades

Rutas turísticas/conocer el País Vasco.
Turismo urbano (sin especificar).
Conocer la ciudad.
Pasear por las calles.
Turismo cultural.
Vida nocturna.
Actividades relacionadas con la gastronomía.
Compras y servicios personales.
Forma de viajar.
Solo.
Con compañeros.
Con el entorno.

Existen tres grandes tendencias de actividad turística bien diferenciadas entre los viajeros por negocio que acuden a Euskadi, respondiendo a un marco claro de leyes básicas que rigen este comportamiento turístico actualmente.

Cada una de estas tres grandes tendencias se subdivide posteriormente, siempre de acuerdo al grado de división al que se quiera llegar, de acuerdo a algunos rasgos menores que tienen que ver con un segundo orden de relaciones entre variables fuera del núcleo central del modelo.

Dendograma para turistas por trabajo



A) GRUPO DE CLASES TENDENTES A LA ACTIVIDAD CULTURAL

CLASE 1. Turismo de negocio con fuerte imbricación en actividades urbanas. (7,22%)

El turismo más activo en variedad de actividades realizadas se da especialmente en Bilbao. Destacan las actividades urbanas en general y las actividades nocturnas, y en menor medida el callejeo y el turismo de corte cultural. Se trata de un turista de, preferentemente, alto nivel sociolaboral, usuario de alojamientos de calidad, alto cargo directivo o cargo medio, pero no empresario, preferentemente extranjero y que no ha estado por viajes de ocio en Euskadi durante los últimos años, y usuario de avión.

Este usuario de la noche es preferentemente joven, por debajo de los 40 años, pero no únicamente. Otro de los aspectos que mejor se relaciona con esta elevada actividad es que la estancia se realiza con la compañía de compañeros. Concretamente, esta composición del grupo se asocia muy bien con la actividad nocturna. Es también uno de los dos únicos grupos con menor tasa de casados de todos, menos de un tercio del total. Es también uno de los principales aportadores de clientela a los restaurantes de alta cocina.

El motivo de trabajo que mejor se asocia con este tipo es el interno de la empresa, pero es también abundante entre los que vienen a realizar algún tipo de trabajo.

Más que ningún otro, los turistas por trabajo de esta clase recurren a la agencia de viajes para la organización de su estancia en Euskadi, a pesar de presentar una tasa de repetición considerable. Este turismo tiene una alta incidencia al comienzo de la primavera y del otoño. Sólo abril recoge casi un tercio de las visitas de esta clase.

CLASE 2. Turismo de negocio con fuerte imbricación en actividades culturales. (8,91%)

Los turistas que más practican las actividades culturales específicas, o el recorrido ciudadano, en un sentido cultural, reúne muchas de las características del tipo anterior. Se trata de un turismo con alto nivel sociolaboral, usuario de alojamientos de calidad, preferentemente extranjero, con especial incidencia de Alemania, Francia y los países iberoamericanos y que, al igual que el tipo anterior, no ha venido por ocio en los últimos años ni cree poder hacerlo en los siguientes.

Frente a esta vocación por el turismo cultural, no realizan actividades gastronómicas generalistas, salidas nocturnas ni turismo urbano genérico. Pero sí es uno de los dos grupos que aportan en mayor medida clientela, en términos porcentuales, a los establecimientos de alta cocina. Se realiza preferentemente entre colegas, pero también en solitario. No existe un motivo laboral concreto que indique una mayor tendencia hacia este tipo de turismo.

El uso del avión es mayoritario entre estos visitantes "proculturales", predisposición que probablemente sea la que provoque que sea, con mucho, el que más uso hace de las oficinas de turismo. Bilbao es, por otra parte, la ciudad en la que se expresa mejor este turismo. Es un turismo de estancias más bien largas, de entre 4 y 7 días normalmente, pero también de hasta dos semanas

CLASE 3. Turismo activo en Donostia-San Sebastián. (9,89%)

Donostia-San Sebastián forma parte de los destinos de viajeros de negocios que buscan aprovechamientos alternativos. Estos aprovechamientos tienden a ser en este destino, no obstante, característicos de esta ciudad. Así, domina el callejeo, la actividad cultural y la gastronomía, pero no las salidas nocturnas.

En tanto que la actividad gastronómica tiene un papel relevante en su estancia, ésta se realiza preferentemente en restaurantes a la carta, siendo por el contrario, el conjunto menos tendente a acudir a los establecimientos de menú del día. No se constituye sin embargo como la clientela tipo del los restaurantes de alta cocina, sino que aporta clientela a otros establecimientos especializados, como los establecimientos bodegueros, tipo sidrerías, o los bares de pintxos. Este grupo tiene una gran valoración tanto por la gastronomía como por la calidad de los servicios y productos encontrados.

Otro de los elementos más caracterizadores de este grupo es así mismo que tiende a viajar en compañía del entorno (pareja, familia), y que, entre los tipos de turistas de negocio, es con mucho el más femenino. Constituye uno de los grupos que mejor valoración presenta sobre su estancia.

Pertenecen a este grupo viajeros de alto nivel sociolaboral, alta renta, usuarios de alojamiento de calidad. En cuanto al número de jornadas de este turista, se reparten homogéneamente respecto al conjunto de viajeros, con cierta mayor incidencia de los tres días.

Es el conjunto de visitantes menos asiduo a Euskadi por motivos laborales.

B) GRUPO DE CLASES NO ACTIVAS

CLASE 4. Turismo de adscripción sociolaboral alta no activo. (18,12%)

La tendencia hacia la realización de actividades, especialmente culturales, que se expresa de manera preferente entre los usuarios de alojamientos de calidad, usuarios de avión y rentas altas, normalmente extranjeros, tiene una importante excepción. Existe un importante contingente de visitantes con estas características que no realizan prácticamente ninguna actividad durante su estancia.

Son personas que realizan estancias cortas, de hasta tres días y, a diferencia de los grupos con estas características más activos, sus integrantes proceden en una medida mucho mayor de Comunidades españolas, con especial incidencia de Madrid. En cualquier caso, los procedentes de países del extranjero constituyen también una parte integrante de este tipo.

Constituye un conjunto de turistas que expresa una elevada valoración al respecto del establecimiento utilizado, si bien, en general, no resulta especialmente activo en términos de actividad gastronómica. Es un viajero muy asiduo al País vasco.

Este tipo de viajero es importante en Bilbao y en general en Bizkaia, pero se expresa especialmente en Vitoria-Gasteiz, que es donde se concentra en mayor medida. Los orígenes están muy repartidos, dependiendo este tipo de turismo de negocios más de los caracteres definidos con anterioridad. En cualquier caso revela cierta débil tendencia a la lejanía, más que a la cercanía.

CLASE 5. Turista comercial en Gipuzkoa. (12,33%)

El turismo del profesional comercial tiende a expresarse de dos modos, según se desarrolle su estancia dentro de la zona de influencia de Gipuzkoa, especialmente fuera de la capital pero también en ella, o en el resto. Ambos reúnen como característica la rapidez de la estancia, la soledad y la escasa actividad de todo tipo al margen de la propiamente laboral.

En todo caso, cuando este turismo se da en Gipuzkoa sí va pareja a la gastronomía, y, en mucha menor medida, al callejeo en los lugares de estancia. No en vano, la actividad gastronómica puede entrar a menudo dentro de la propia actividad comercial, pero bien es cierto que se asocia mejor a Gipuzkoa, especialmente a Donostia-San Sebastián, que a cualquier otro lugar dentro de Euskadi.

Proporciona clientela tanto a restaurantes a la carta, especialmente, así como a restaurantes de menú del día

El hotel de tres estrellas es el propio de este tipo de estancia entre estos turistas de negocios, así como el vehículo entre los medios de transporte. Se trata de un visitante que expresa una elevada valoración del establecimiento de estancia. Por orígenes, Cataluña, Madrid o cualquier otro estatal son los que mejor se asocian con esta manera de desarrollar la estancia por negocios.

La gastronomía es el aspecto más valorado de este turista en Euskadi, por otra parte él en mayor medida realiza la reserva directamente con el establecimiento. Es muy asiduo en sus viajes de trabajo por el País Vasco.

CLASE 6. Turista de intercambio comercial en capitales. (16,73%)

El turismo de intercambio comercial, incluyendo en él la compra de bienes, en Bilbao y Vitoria-Gasteiz, pero también en el resto de zonas de estos territorios, reúne características similares al guipuzcoano, con la salvedad de que en este caso no tiende a desarrollar actividades específicas gastronómicas.

En este caso dominan los hoteles de dos estrellas, para un turista que realiza el viaje en solitario y en coche, y muy asiduo en sus visitas a Euskadi.

Como en el caso anterior los orígenes prioritarios se sitúan en el resto de comunidades españolas, especialmente Cataluña, Madrid, Aragón, Navarra, o cualquiera de las más cercanas.

C) GRUPO DE ACTIVIDAD MEDIA Y NO CULTURAL

CLASE 7. Turismo familiar de ruta. (4,63%)

Los establecimientos rurales, pero también los hoteles medios, son protagonistas de un tipo particular de aprovechamiento de ocio de los viajes por negocio en Euskadi. Se trata de una actividad que se desarrolla preferentemente en la costa e interior vizcaínos, y en menor medida en el interior guipuzcoano, y que se caracteriza por la realización de rutas turísticas, que incluye algún tipo de turismo urbano genérico. Se da principalmente en verano, entre personas de renta alta, cargos medios y estancias de todo tipo de duración

Entre ellos existen muchos viajeros de larga distancia, usuarios de avión como medio de transporte, pero no solo.

Se trata de un usuario activo de restaurantes a la carta, de los cuales valora mucho su calidad, pero no tanto el precio y de restaurantes de menú, y por el contrario, constituye uno de los tipos que menos uso hace del establecimiento de alojamiento para su manutención. También es uno de los mayores clientes potenciales de los establecimientos de pintxos, de los cuales, igualmente, valora mucho su calidad pero mantiene reservas respecto al precio.

Destaca el que un número elevado de ellos han realizado algún viaje por ocio en Euskadi durante los años anteriores. El recorrido por estas zonas parece necesitar de un cierto conocimiento previo. Es relevante en este tipo de viaje de negocio la visita junto con la familia, pero en todo caso ello no llega a explicarlos convenientemente. Este tipo es por otro lado el mejor cliente potencial de los vehículos de alquiler. Es además el turista que con mayor frecuencia visita Euskadi por negocios.

Los orígenes que mejor se asocian son los belgas y franceses, entre los extranjeros, así como Cataluña, Asturias y Andalucía entre los españoles.

CLASE 8. Turismo alavés de duración variada y adscripción sociolaboral media. (6,21%)

El turismo de negocios más representativo de Álava, y de manera especial del interior alavés, se caracteriza por la ausencia de actividades paralelas durante la estancia. Cargos medios que vienen a realizar algún trabajo genérico, en coche, para estancias normalmente superiores a los 4 días en este territorio, tienden a centrar su estancia en los negocios.

De este grupo se desprende la peor valoración del precio de los establecimientos, pero no así de la calidad de éstos. Es un conjunto que hace un uso abundante de la información ofertada por el propio establecimiento, información que recoge indistintamente de folletos o del personal. Esta información puede ser de carácter cultural, pero sobre todo se refiere a la trama urbana, a las características de la ciudad. Es también el grupo con una peor consideración de la señalización en carreteras y caminos. Este turista hace un uso significativo del establecimiento para su manutención, aunque sus reservas no alcanzan más que al desayuno.

Los orígenes que mejor representan este comportamiento son estatales, especialmente la Comunidad Valenciana, Castilla León, Cantabria o el propio País Vasco. En este caso el territorio de estancia, el estatus sociolaboral medio / bajo y el origen estatal son las variables que se conjugan para provocar esta ausencia de actividades.

CLASE 9. Turismo de trabajo de media duración y baja adscripción sociolaboral. (7,99%)

El estatus sociolaboral bajo (cargos sin cualificación, renta baja, uso de hostal como alojamiento) tiende claramente a asociarse a la ausencia de actividades. Únicamente se asocia a algún tipo de turismo urbano genérico, que tampoco se práctica de modo general.

Vitoria-Gasteiz, de nuevo, y Bilbao, son los lugares que en mayor medida acogen este tipo de turista de negocios, con estancias entre la semana y las dos semanas realizadas bien en solitario o en compañía de otros. Estas estancias se desarrollan al final del periodo primaveral y al comienzo del otoño.

Se trata mayoritariamente de un usuario de establecimientos de menú del día, pero, en cualquier caso, en términos gastronómicos constituye al grupo que menos se imbuye de las particularidades gastronómicas vascas, y más hace uso, por el contrario, de la oferta más global de platos combinados, comida rápida o de restaurantes tipo chino. A pesar de ello, la valoración de los precios es más bien regular.

Los orígenes de este turista son prioritariamente estatales, muy repartidos por comunidades autónomas. Pero más que esto, destaca la tendencia a la juventud de esta clase turística, su escaso nivel educativo, así como la poca asiduidad de sus visitas por trabajo.

CLASE 10. Turismo de trabajo por periodos. (7,96)

Los trabajadores temporales componen por sí mismos un grupo de características bastante regulares.

Se caracterizan por desarrollar estancias largas, determinadas por sus contratos laborales temporales. Domina entre ellos la juventud, usuaria de establecimientos baratos, entre los que el hostal es muy característico.

Sus destinos se hallan muy repartidos, destacando sólo ligeramente la asociación con la costa guipuzcoana o con el interior de Bizkaia. Normalmente acceden a Euskadi en compañía de otras personas, procedentes de comunidades cercanas como Cantabria o Castilla-León, destacables entre los mayoritarios orígenes estatales, o Alemania y Francia mejores representantes del turista estacional entre los orígenes extranjeros.

Su aportación turística se da a lo largo del periodo que va de junio a noviembre. El paisaje y el entorno son los aspectos que valoran más positivamente de una estancia, por lo demás, poco activa en términos de ocio.

El turista de negocio por trabajo por periodos tiende a no desarrollar actividades paralelas.

3. 2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS POR TRABAJO

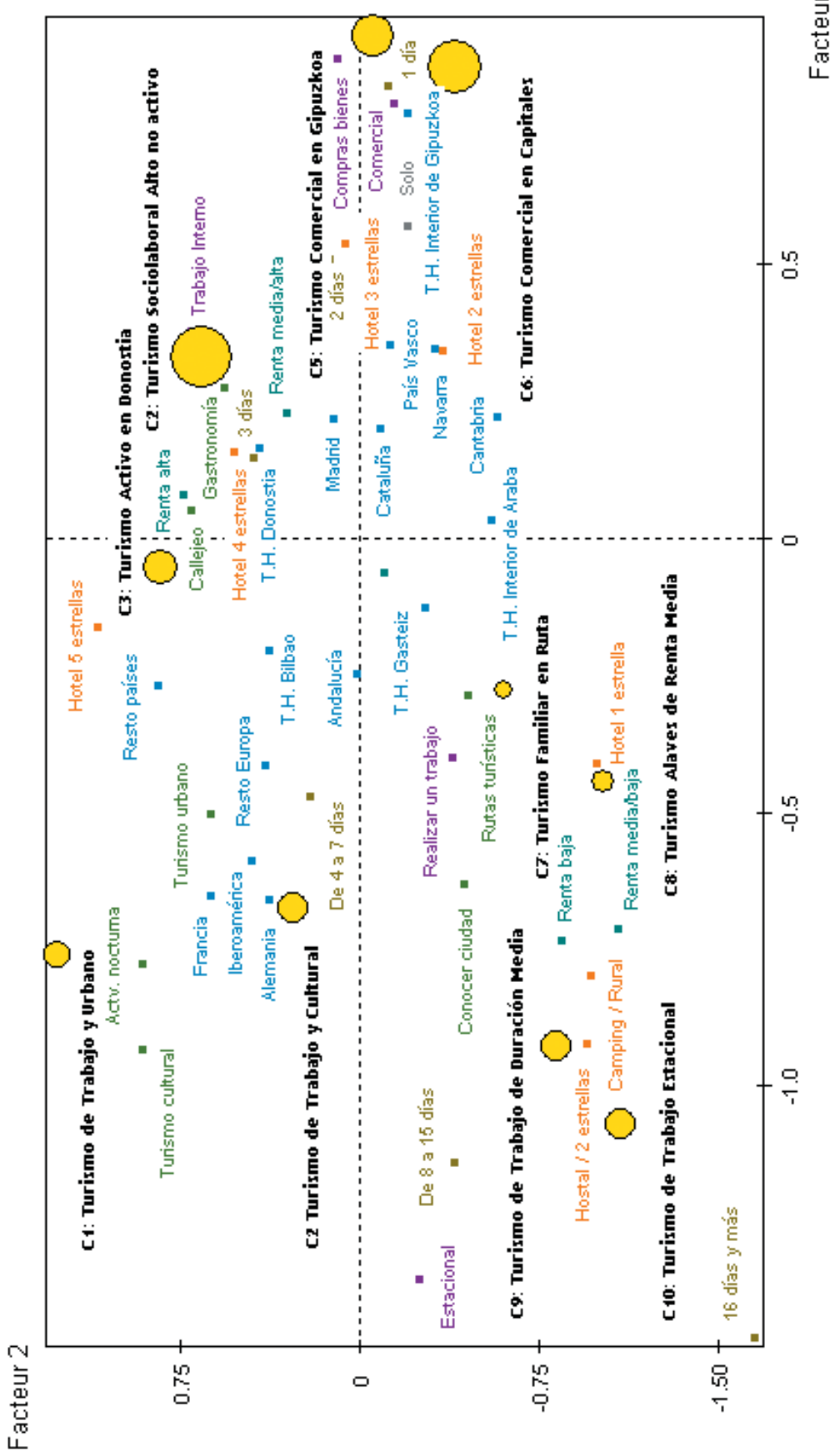
El mapa contiene la proyección de las variables y modalidades de éstas tanto activas como ilustrativas del análisis que tienen cierta relevancia en el modelo. Se ha proyectado en este cuadro en los dos primeros ejes del modelo factorial, los cuales explican el 13% de la información original. La proyección sobre estos dos ejes permite la obtención de unas primeras conclusiones importantes, pero el conjunto de ellas se basa en los resultados de la proyección sobre el conjunto de ejes sobre los que se conforma el modelo de tipificación. Este modelo explica el 80% de la información original, en base a sus asociaciones.

Tipo de alojamiento, nivel de renta (y cargo en la empresa, no presente en el mapa) se asocian muy claramente entre ellos. El alojamiento en hostal o en hoteles es propio de rentas bajas y, en general, de status sociolaborales bajos. Al contrario, el hotel de cinco estrellas y el de cuatro se asocian de un modo positivo con las rentas elevadas.

En el mapa también puede observarse una asociación entre el número de pernoctaciones y la categoría del alojamiento utilizado, en cuanto las largas estancias se asocian con el uso de menores categorías de establecimiento y viceversa. Sin embargo, esta relación se vuelve inversa a partir de las tres estrellas, en cuanto que, a partir de ahí, más categoría viene aparejada con un pequeño incremento de pernoctaciones. La razón de esta asociación viene derivada del modelo de turismo que acogen los establecimientos de baja categoría(trabajo temporal, rutas con componentes familiares y no pagados por la empresa en su globalidad…véase descripción tipológica), en tanto que el cambio de tendencia se debe a la orientación de aquellos que realizan actividades puramente comerciales hacia la categoría de tres estrellas, que los especializa en estancias muy cortas, más que los establecimientos de cuatro o más estrellas.

En otro orden, el mapa también resulta indicativo de la asociación entre la realización de actividades, especialmente las culturales, y la procedencia de los turistas. La práctica de turismo cultural, pero también de otras actividades, resulta más propia del turismo extranjero y de renta alta, así como incompatible con los viajes de muy corta duración, muy asociados a su vez con la actividad de intercambio comercial.

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



(*) 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.

4. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO DE TRABAJO

• Bizkaia recoge algo más de la mitad de las 674.848 visitas por trabajo a Euskadi. El resto se divide en un 26% que tiene como destino Gipuzkoa y un 23% que recibe Álava.

• El visitante por trabajo es un visitante con un nivel de asiduidad importante pero circunscrito a motivos laborales. El 67% ha realizado algún viaje al País Vasco por este motivo, por un 22% que asegura que lo hará en años posteriores. Sin embargo, el porcentaje de visita anterior por ocio del visitante por trabajo se reduce a un 25%, con una intención de visita ulterior de un 8%.

• Sólo las visitas de trabajo a Gipuzkoa muestran una cierta propensión hacia las visitas ulteriores por ocio. Son viajeros de trabajo con una actividad anterior de ocio del 32%, 7 y 9 puntos superior a la que se da en Álava y Bizkaia, y del 18% en la intención de viajes futuros, 17 y 10 más respectivamente. A ello contribuye un perfil sociolaboral claramente superior al que existe en el resto de territorios, especialmente entre los turistas con destino en Donostia-San Sebastián, pero también entre aquellos con destino en la costa guipuzcoana (ronda un 30% más entre cargos de alta dirección o empresariales, por ejemplo).

• Los viajes por trabajo son de destino específico y no generan normalmente etapas diferenciadas, ni dentro ni fuera de Euskadi (para cerca del 90% el destino único es Euskadi). En las pocas ocasiones en que éstas se dan, las combinaciones incluyen bien distintas localizaciones dentro de la Comunidad Autónoma Vasca o bien de la Comunidad de Madrid.

• Se trata de un turista que recurre como fuentes de información previa especialmente a internet (29%) y a las agencias de viaje (34%). En las visitas a Álava cobran importancia las fuentes informales, como los amigos, mientras que en Bizkaia, el recurso a las agencias se extrema.

• La reserva telefónica directa (43%) domina sobre las agencias (31%) en la contratación del alojamiento. Este dominio se da en Álava y en Gipuzkoa, pero no en Bizkaia, donde se recurre a una agencia de viajes para contratar estos servicios (39% por un 22% de reserva directa). En este territorio el recurso a internet es importante (11%).

• La importancia de la agencia de viajes para la realización de la reserva crece en la medida en que existe una necesidad de transporte. Esto es, allí donde el avión resulta importante (38%), entre las visitas realizadas a Bilbao, o entre las realizadas por extranjeros.

• El establecimiento tipo del visitante por trabajo es el hotel de cuatro estrellas, receptor del 44% de la demanda. Los establecimientos de cinco (20%) y de tres estrellas redondean la parte mayoritaria de esta demanda. Entre los establecimientos de categoría inferior, tienen cierta demanda las pensiones de dos estrellas (6%)

• El turismo de trabajo en Euskadi desarrolla una escasa actividad de ocio paralela a su actividad principal. Tan sólo una cierta actividad de tipo urbano, que afecta a contingentes escasos que callejean (10%), o conocen la ciudad (9%) o, en menos casos aún, realizan alguna práctica de tipo cultural (7%).

• Sólo la actividad gastronómica (31%) forma parte de un modo consistente de estas visitas turísticas, y resulta como una actividad paralela importante especialmente en Gipuzkoa (67%). Éste es un territorio en el que además se valora fuertemente este activo.

• Por orígenes, los extranjeros, con mención especial a alemanes, resultan mucho más activos que los que tienen una procedencia española. Ello es especialmente cierto al respecto de las actividades culturales. Los únicos viajeros procedentes de España que se acercan a las tendencias mostradas por los visitantes lejanos, son los andaluces, siendo los más alejados de estas tendencias, por el contrario, los pertenecientes a las comunidades más cercanas, incluido la propia Euskadi: Navarra, Aragón, Cantabria o Castilla.

4. Principales conclusiones del análisis del comportamiento del turismo de trabajo

• Bizkaia, que recoge más de la mitad de las visitas por trabajo a Euskadi (51%), presenta un perfil motivacional en la visita más diverso. Especialmente Bilbao. Las visitas de carácter interno (de una empresa) cobran importancia en las áreas periféricas de este territorio. En cambio, las compras de bienes se realizan especialmente en Bilbao (62% de estas visitas, 82% en el conjunto de Bizkaia).

• Elemento determinante de este modelo de visita por trabajo a Bilbao es la especificidad de la actividad cultural, que queda enmarcada claramente en ciertas modalidades de turismo. Esta actividad se da en un entorno de turismo extranjero, que utiliza, por distancia especialmente, el avión como medio de transporte, compuesto por personas con cargos elevados en su empresa, de rentas altas y que utiliza como alojamiento hoteles de tres o más estrellas, de modo especial cuando la categoría del alojamiento alcanza las cuatro estrellas. Donostia-San Sebstián, y sobre todo Bilbao, recogen este tipo de turismo, que en cualquier caso se expresa como un fenómeno específicamente capitalino.

• En cualquier caso, este turista es el que más actividades desarrolla de manera paralela, acompañando a la actividad cultural.

• La actividad cultural no depende tanto sin embargo del número de pernoctaciones del viajero, ni de la realización o no de otro tipo de actividades, pero sí que tiende a excluirse en los entornos de viajeros cuyos motivos de visita son comerciales, de compra de equipos para su empresa, o que acceden a cualquier trabajo de tipo estacional, ya sean contratos temporales, o de temporada en sus múltiples modalidades.

• Por otro lado, entre las actividades con cierta relevancia entre los viajeros por negocios, el callejeo se asocia bastante con la actividad de orden cultural. En el polo opuesto, la realización de rutas culturales responden a un tipo concreto de viajero que, por sus características, se engloba dentro de las clases de visitantes "aculturales". Entre los propiamente culturales la mujer toma una presencia mucho más acusada que la que determina su peso en el conjunto de turistas por negocio.

• Las valoraciones positivas de los establecimientos para el alojamiento dominan ampliamente a las negativas. Destacan la valoración de la calidad de los establecimientos (12%) y de los servicios generales encontrados, especialmente en Gipuzkoa (38%). También destacan el trato personal encontrado (17%), la localización de los establecimientos hoteleros (15%), o el propio entorno físico (26%). Se consideran pocos aspectos negativos. Entre ellos, destaca el ruido en algunos establecimientos (2,6%), la señalización y comunicaciones encontradas (7%) y, en Gipuzkoa, la carestía general de los productos (11,5%).

• El número de pernoctaciones presenta una importante asociación con la realización de actividades, pero no una relación lineal y simple, del tipo a más pernoctaciones más actividades paralelas o mayor variedad, puesto que esta asociación queda atravesada por las anteriores. Así, si bien es cierto que claramente los individuos con pocas pernoctaciones, por debajo de las tres jornadas, pasan su estancia únicamente dedicada a su objetivo principal en la visita, también lo es que existen viajeros con pocas pernoctaciones que responden a las características del viajero tendente a la práctica cultural (véase el tipo 2 del análisis de tipologías). Por el otro lado, los viajeros con estancias largas, por encima de la semana no son los que realizan más actividades. Sólo prevalecen en el intento de conocer la ciudad. Éstas se dan principalmente entre aquellos que pasan entre 4 y 7 días, pesando más, en todo caso, la adscripción sociolaboral del viajero, tanto en la diversidad como en la elección de estas actividades.

• Muchos viajeros con una o dos pernoctaciones acceden por motivos de intercambio comercial. Este turista no realiza actividades al margen de su trabajo, ni culturales ni de otro tipo, salvo, en algunos casos, las gastronómicas, que a menudo pueden formar parte de estos intercambios.

• En cualquier caso, el número de pernoctaciones se asocia muy bien con la categoría del establecimiento elegido. A menor categoría de establecimiento más pernoctaciones, hasta las tres estrellas, que se asocian

bien con la estancia de jornada única o con las dos jornadas. A partir de esta categoría, en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, sin embargo, el número de pernoctaciones tiende a crecer de nuevo ligeramente.

• Categoría de hotel, nivel de renta y cargo en la empresa también presentan un alto nivel de asociación entre ellas. Excepto la modalidad de empresario, que demuestra una gran variedad interna, y que se asocia con la pernoctación en hotel de tres estrellas, el resto se da una clara ligazón, con las rentas bajas o los asalariados sin cualificación asociados a los establecimientos de menor categoría y, al contrario, las rentas altas o los cargos directivos, asociados a los hoteles de cuatro y cinco estrellas.

• Otro rasgo muy indicativo del tipo de viaje que realizará un turista de negocio es la compañía que tiene durante su estancia. Así, mientras que cuando la compañía es el entorno más cercano (bien la pareja o la familia), dominan actividades como el callejeo, el turismo urbano, la gastronomía o las visitas culturales, cuando, por el contrario, se da en compañía de colegas, normalmente entre compañeros de trabajo, la vida nocturna se convierte en la actividad más habitual, para todo tipo de renta o estancias, aunque entre las rentas altas (hoteles de categorías elevadas, altos cargos, etc), sigue siendo parte sustancial la visita cultural. Por último, cuando la visita se da en solitario no suele haber actividades paralelas. Entre ellas dominan las visitas por intercambios comerciales, que ya se ha visto, no tienden a generar actividad paralela.

• Los turistas por negocio de las comunidades más cercanas a Euskadi (incluyendo los propios residentes) son los que más viajes por ocio han realizado en los últimos años por Euskadi. Ello repercute en otra regla general de este turismo, en tanto que los que nunca han venido por ocio son los que en mayor medida tienden a desarrollar más actividades paralelas a su actividad laboral principal. Esta tendencia, no demasiado fuerte, es independiente del grupo socioeconómico o laboral o del origen, aunque no tanto del motivo principal, dentro del grupo de los motivos de negocio, dado que los intercambios comerciales no suelen generar actividades paralelas.

5. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ASISTENTE A FERIAS

INTRODUCCIÓN

Los datos de la muestra en alojamientos hoteleros realizada en la operación IBILTUR recogen una muestra demasiado pequeña de turistas alojados en hoteles por motivos de Ferias, para permitir un análisis del colectivo de asistentes a ferias que resulte significativo. Por otro lado la experiencia dice que estos colectivos relacionados con motivos profesionales suelen resultar infrarrepresentados en la encuestación realizada en los propios alojamientos, por lo que pueden perderse segmentos de interés para el estudio.

Por todo ello se diseñó una muestra específica de este colectivo a través de encuestas en el propio recinto ferial, de forma que tuviéramos los suficientes efectivos para realizar el estudio de este segmento con valores significativos. La muestra no se eleva al total de visitantes a ferias, ya que no conocemos con exactitud la estructura real y numérica de estos visitantes en sus principales características turísticas. No es posible por tanto realizar la elevación de la muestra al número real de los diferentes tipos de visitantes feriales. Así, el diseño de la muestra realizada sirve para caracterizar el comportamiento de los diferentes segmentos de visitantes encontrados, pero sin cuantificar su importancia más que de forma orientativa. Por ejemplo, la división entre un 64% de excursionistas y un 34% de turistas o visitantes con alguna pernoctación, debería ser refrendada por un conteo exacto de aforos del que no disponemos y que además nos daría el número total de visitantes con sus principales características. Sin embargo, a pesar de no saber con exactitud cuantos son en cada uno de los grupos identificados, nuestra muestra permite analizar perfectamente los comportamientos de esos grupos.

El análisis del turismo asistente a ferias en Euskadi se ha circunscrito a aquellos que acuden al BEC. Se trata en estos momentos del recinto ferial con mayor tradición, volumen de actividad y repercusión. Durante el periodo de encuestación FICOBA se encontraba todavía en periodo de asentamiento por lo que se optó por no incluirlo en este análisis.

En este informe se tratan los datos referidos a los turistas por asistencia en ferias, es decir, aquellos que realizan alguna pernoctación en el País Vasco. Los excursionistas visitantes del recinto ferial, se analizan en un informe dedicado al conjunto del excursionismo vasco.

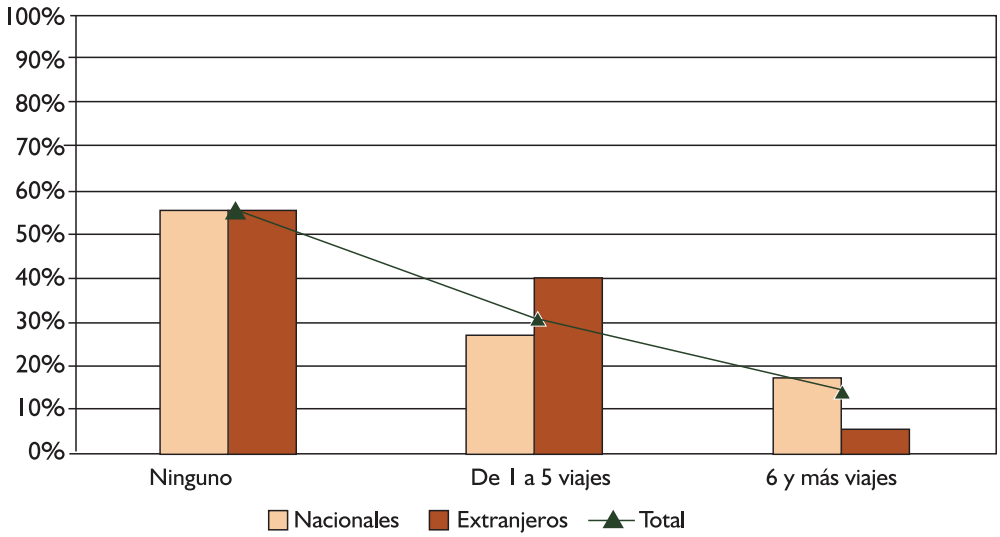
Para un mayor conocimiento de la operación Ibiltur véase en www.euskadi.net/turismo en el apartado de estadística y estudios el apartado dedicado a la operación Ibiltur.

5.1 FRECUENCIA DE VIAJES AL PAÍS VASCO

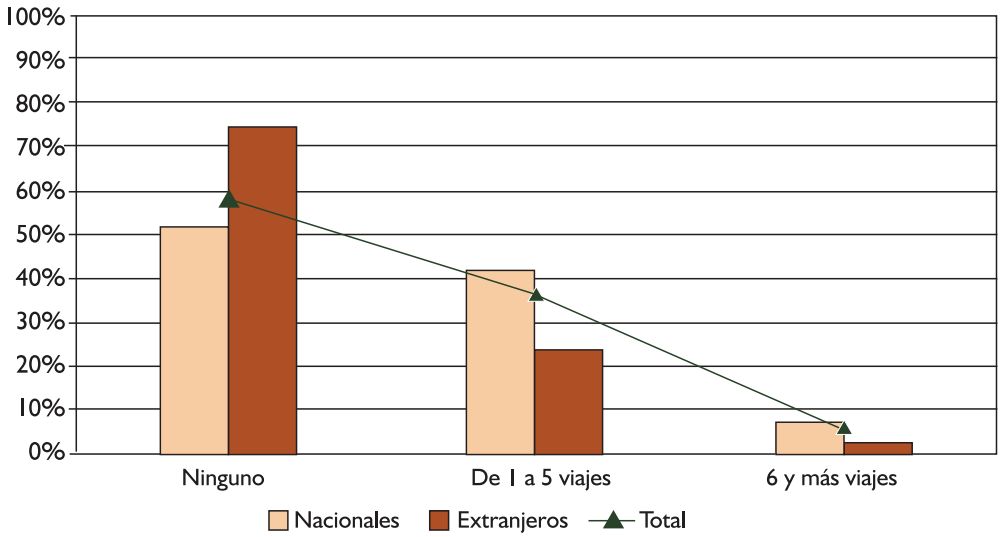
Existen importantes vinculaciones por negocio entre los asistentes a ferias en Euskadi (BEC) con este territorio. El turista de ferias tiene a menudo un historial de viajes previos de negocio en el País Vasco (45%), igualmente si es nacional como extranjero. De hecho, la proporción de visitantes de ambos colectivos que ha visitado por negocios Euskadi es similar, pero la frecuencia de visita entre los nacionales es algo superior.

También es elevada la asiduidad en la participación en ferias en Euskadi (el 42% ha estado en alguna durante los cinco años anteriores), aunque en este caso esta tendencia es claramente superior entre los viajeros nacionales (49%) que entre los extranjeros (26%). Ello denota una cierta estabilidad de interés alrededor de un cuerpo de las ferias organizadas entre el total entre el total, más asentado entre el mercado nacional que entre el extranjero.

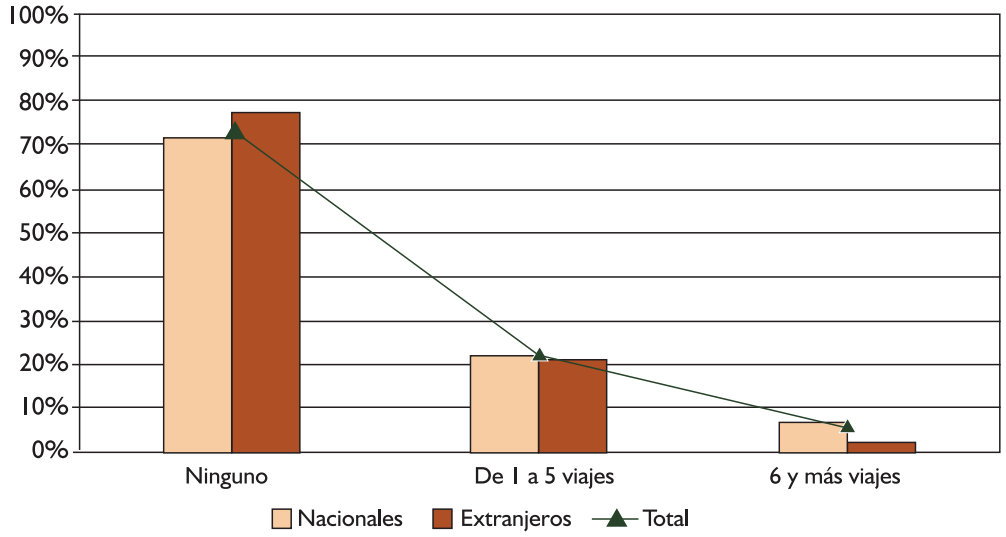
Número de viajes realizados a Euskadi por trabajo o negocio en los últimos 5 años según origen del turista



Número de viajes realizados a Euskadi por ferias o congresos en los últimos 5 años según origen del turista



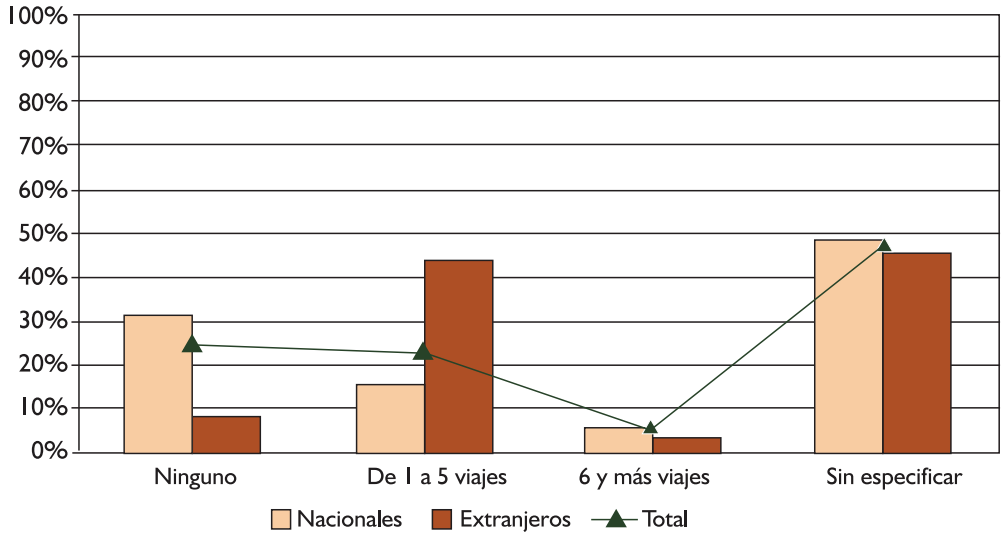
Número de viajes realizados a Euskadi por ocio en los últimos 5 años según origen del turista



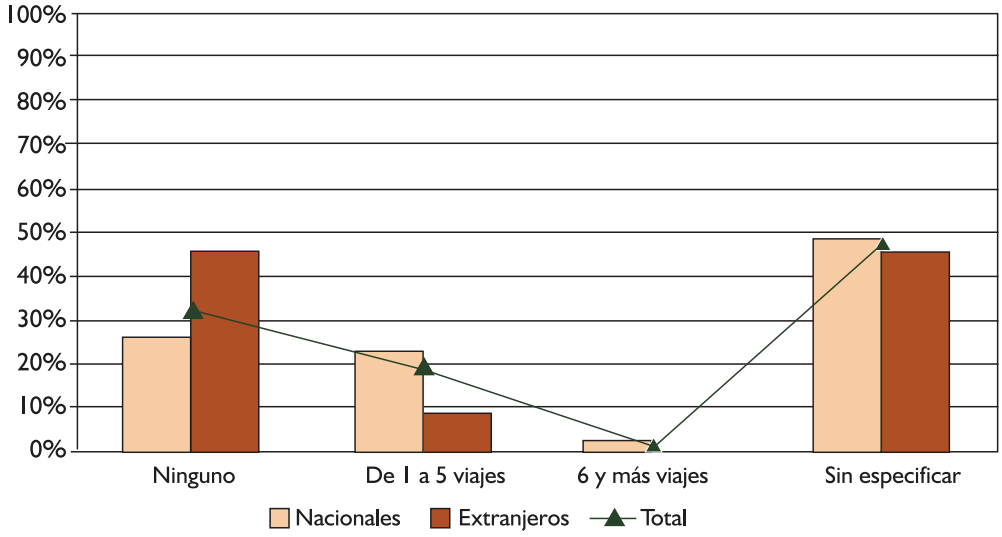
El turista de ferias es, por otra parte, un cierto cliente potencial como turista de ocio (26% durante los años anteriores, 13% de visitas futuras aseguradas). Parece, en este sentido, un mercado interesante para ser explotado.

En todo caso, la propensión al desarrollo de futuras estancias de ocio es superior entre los extranjeros (15%) que entre los nacionales tomados conjuntamente (12%). Se da especialmente entre franceses (29% en intención de regreso por ocio) e ingleses (30%) entre los extranjeros, y entre castellano-leoneses (28%), madrileños (4%) y catalanes (7%), entre los nacionales.

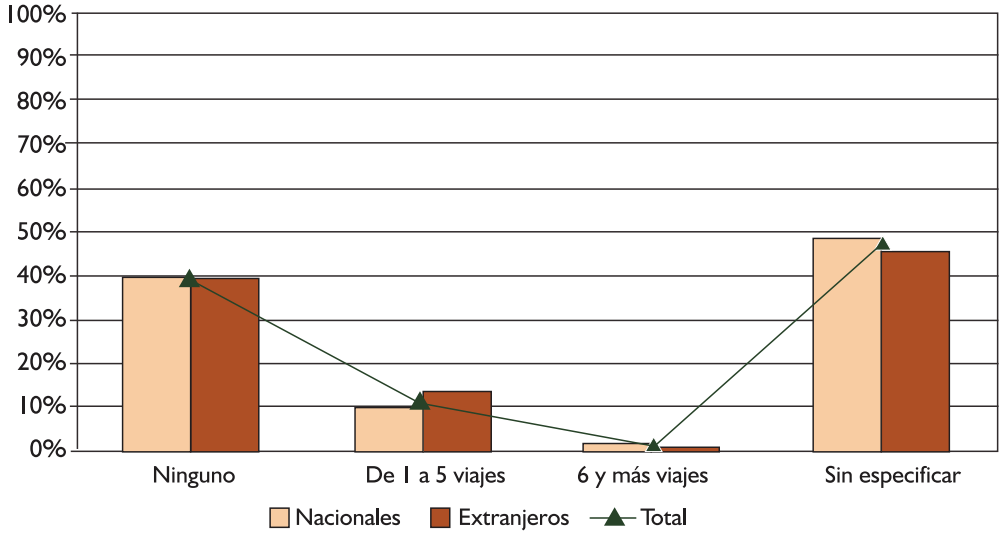
Número de viajes que realizará a Euskadi en los próximos 5 años por trabajo o negocio según origen del turista



Número de viajes que realizará a Euskadi en los próximos 5 años por ferias o congresos según origen del turista



Número de viajes que realizará a Euskadi en los próximos 5 años por ocio según origen del turista



La visita a ferias no viene inserta en viajes de ruta de negocio. Se trata, prácticamente en el total de los casos, de visitas con destino único en Bilbao o su metrópoli, sede del BEC.

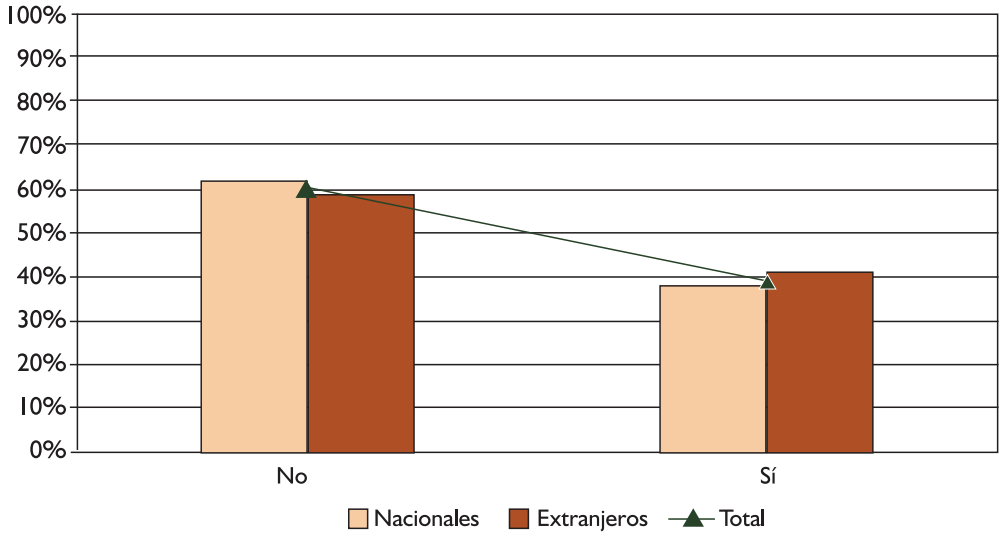
5.2 PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

Tan sólo un 39% de los turistas asistentes al BEC realiza algún tipo de preparación previa para su estancia. La elevada especificidad del viaje, la habitualmente corta duración de éste, y la localización de los recintos feriales es en buena parte causante de este fenómeno.

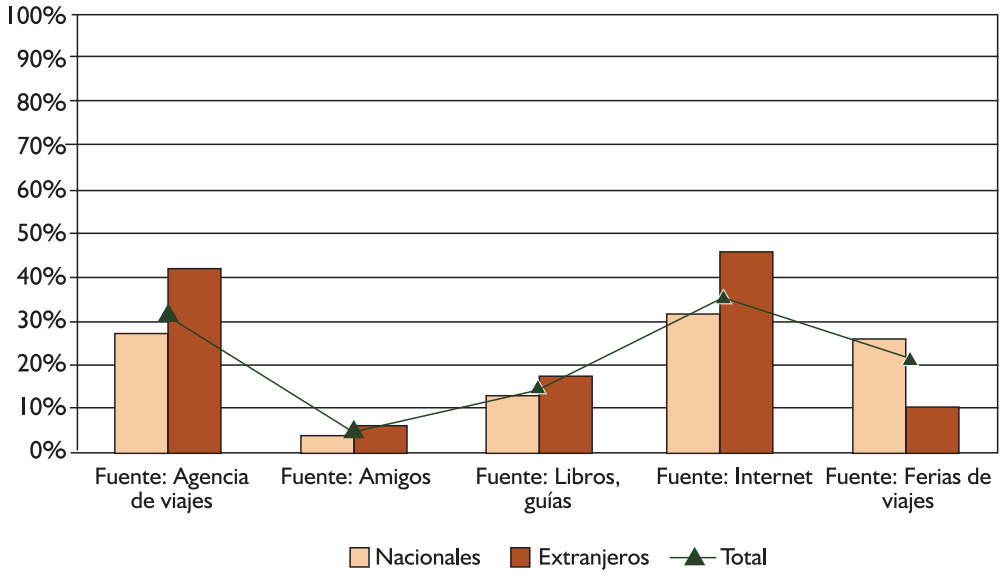
Entre el colectivo que sí prepara su estancia de modo previo, las fuentes habitualmente utilizadas son las agencias de viajes (32%) e internet (36%), que cobran especial importancia entre los extranjeros (42% y 45% respectivamente). Entre los nacionales, las ferias de viajes tienen una importancia considerable en la recopilación de información (27%).

Para cualquier origen, internet es ya el recurso más importante, si bien su uso no es aún masivo.

Preparación del viaje según origen del turista

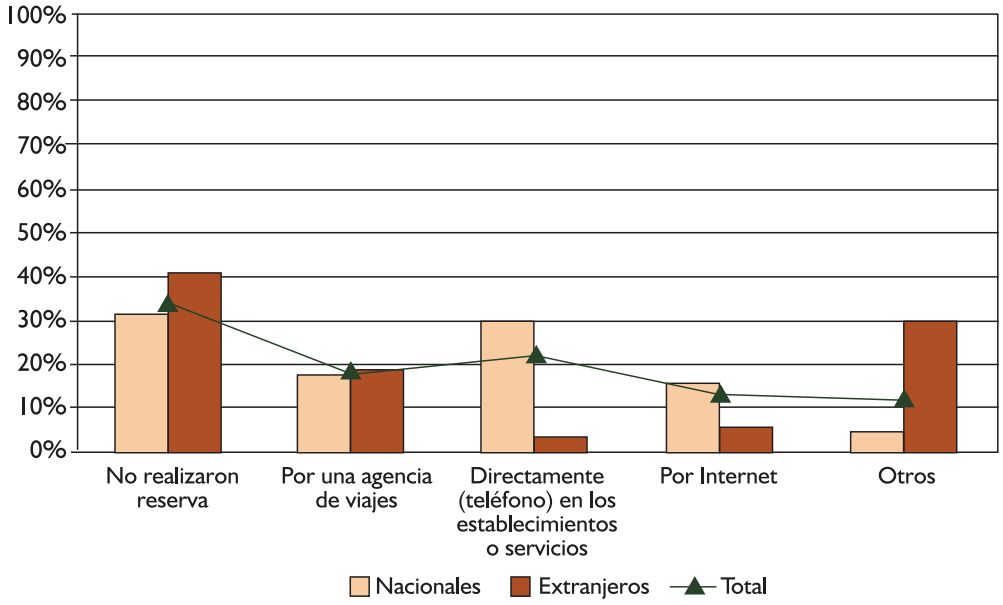


Principales fuentes de información del viaje según origen del turista.



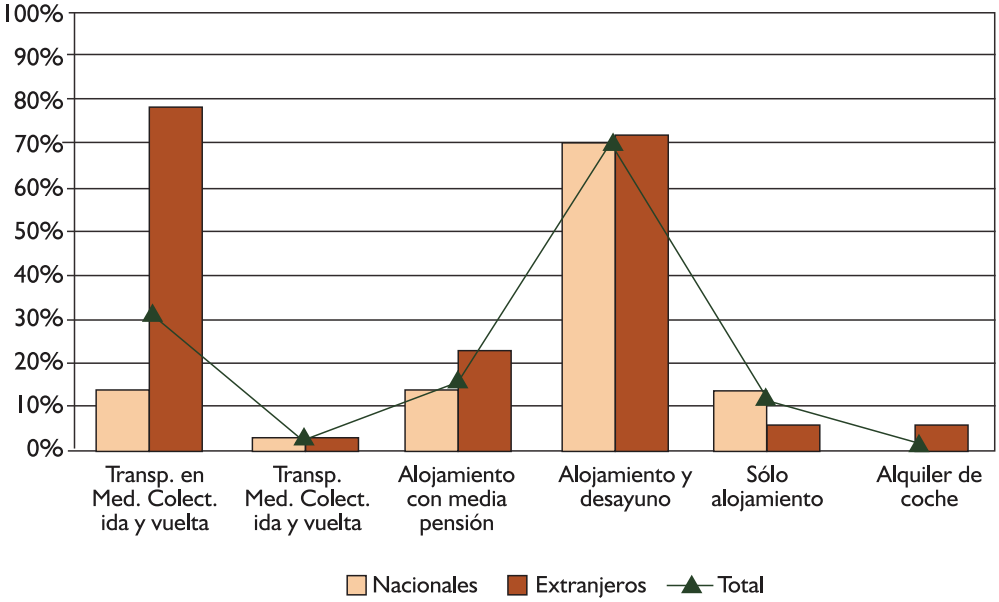
Es significativa la proporción de turistas (34%), algo superior entre los extranjeros (41%), que no realiza ninguna reserva para su visita al País Vasco. Cuando ésta se realiza, la realización de la reserva directa, telefónica, domina sobre cualquier otra (22%), seguida del recurso a la agencia de viajes (18%). También es importante el uso de internet, vía utilizada más entre los nacionales (16%) que entre los extranjeros.

Forma de reserva del viaje según origen del turista



La reserva incluye habitualmente el alojamiento y desayuno (70%), pero también el transporte entre los visitantes extranjeros (77%). El servicio de media pensión es mucho menos importante, y presenta una mayor penetración entre los turistas extranjeros. Lo mismo sucede con el alquiler de coche, cuyo mercado potencial entre los turistas de ferias se sitúa concretamente entre los extranjeros que acceden por vía aeroportuaria.

Servicios que incluía la reserva según origen del turista para los que han realizado reservas

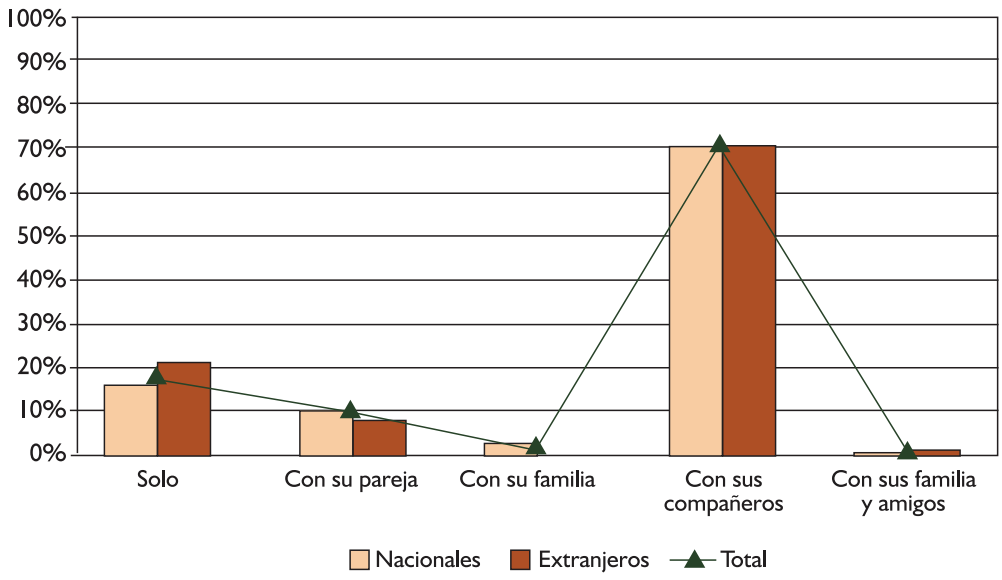


5.3 FORMA SOCIAL DE VIAJAR

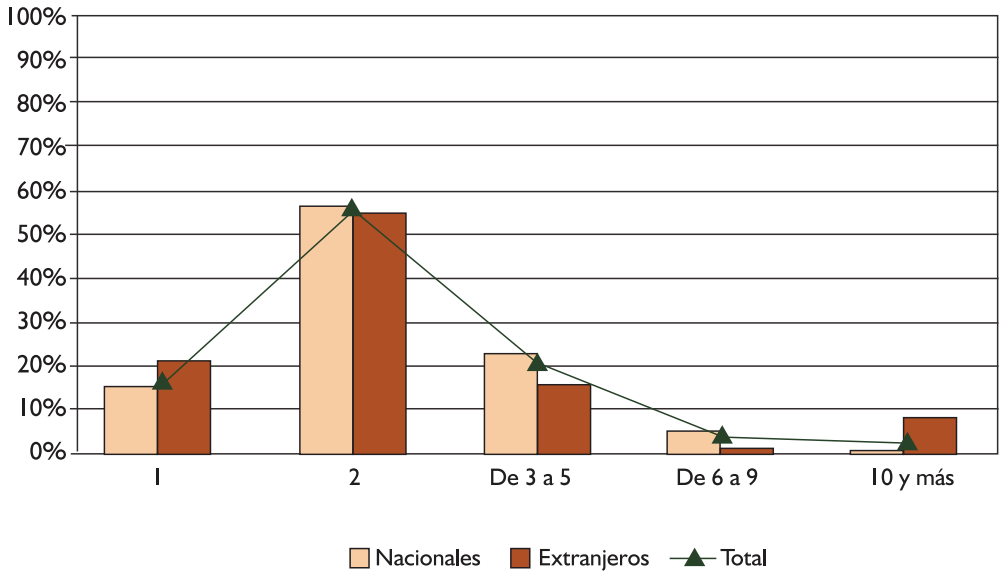
La estancia con pernoctación a ferias, en contraste con la participación excursionista en éstas, tiene un carácter puramente profesional. Tanto la iniciativa como la organización de la visita corre masivamente a cargo de la empresa del participante. Sólo entre los visitantes nacionales un mínimo contingente se acerca por iniciativa propia.

No por ello estas estancias se desarrollan en solitario: por el contrario, es habitual la compañía de colegas de la empresa, desarrollándose en parejas (55%) y, a veces, en un grupo extendido hasta las cinco personas. La lejanía genera tanto más viajes en solitario como grupos de gran tamaño, aquellos conformados por diez o más personas.

Forma de viajar del turista según origen del turista

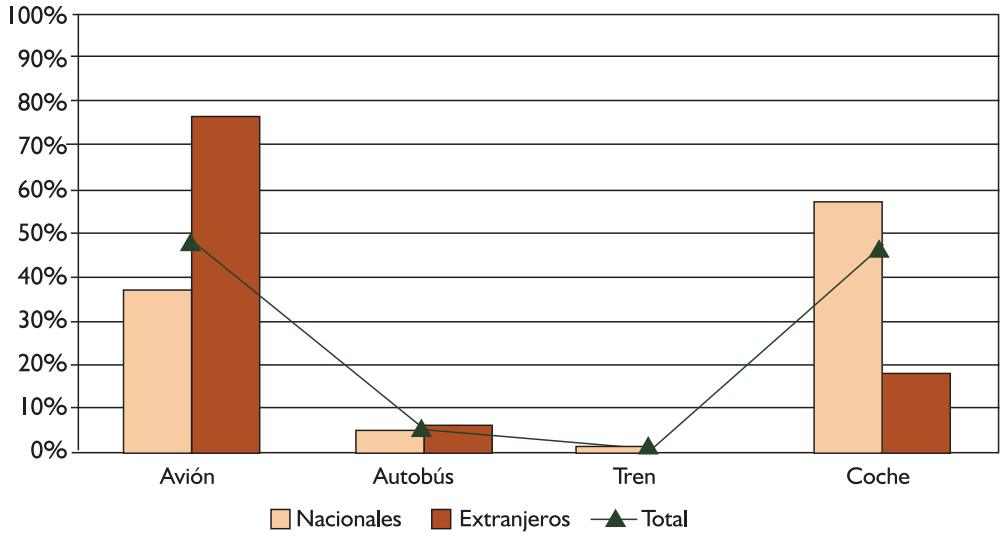


Número de miembros con los que viaja el turista según origen del turista



Uno de los aspectos en que destaca el asistente a ferias consiste en el uso del avión (48%) como medio de transporte principal sobre el vehículo propio (45%). Lógicamente, este predominio es importante entre los asistentes extranjeros (76% de uso de avión), pero también es muy importante entre los nacionales (37%). La localización tanto del BEC como de la antigua Feria de Bilbao, cerca del aeropuerto y dentro de una malla de comunicaciones urbanas importantes, facilitan el uso del avión.

Medio de transporte utilizado según origen del turista

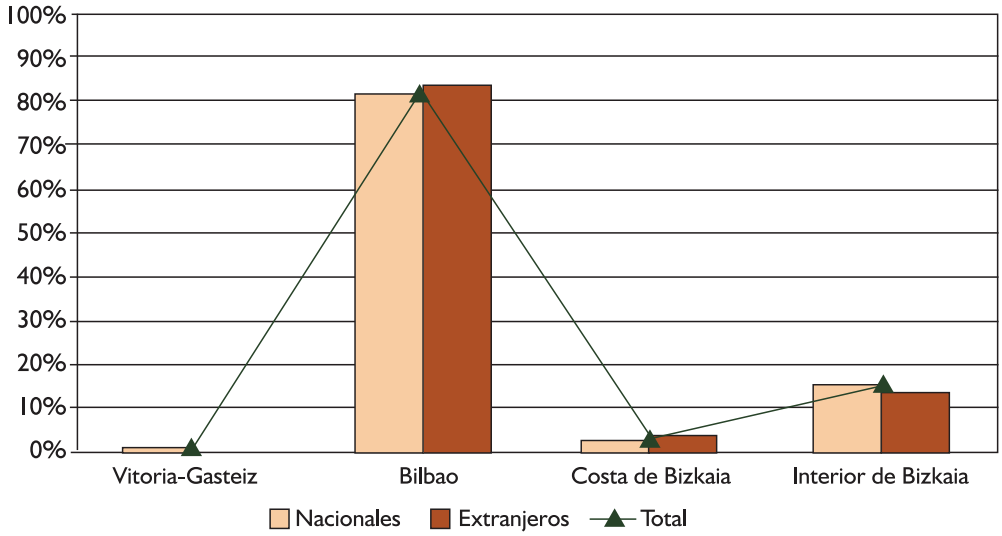


5.4 DESTINO PRINCIPAL DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

El destino de los participantes en ferias estudiados viene completamente condicionado por la ubicación del BEC. De hecho, no existen visitas de carácter secundario, bien asociados a motivos de negocio derivados o no de la visita principal, ya como complemento de ocio dentro del viaje.

Así, Bilbao o Barakaldo, como nueva sede se constituyen como destino único de los turistas de ferias, indistintamente de su origen.

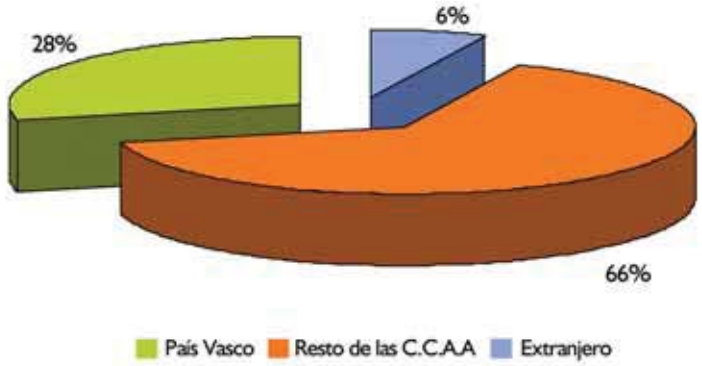
Destinos según el origen del turista de ferias



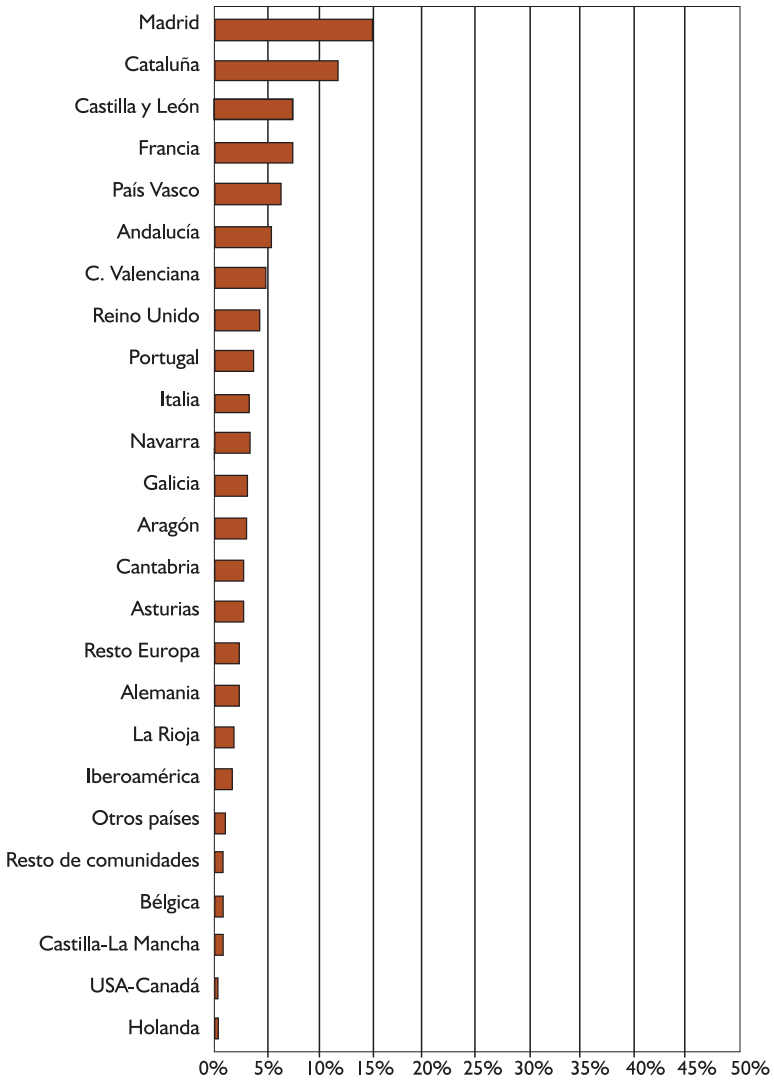
El traslado de la feria a Barakaldo motiva la aparición de ciertos itinerarios por el País Vasco, hasta entonces inexistentes. En realidad se deben a la separación entre los lugares de alojamiento y, a veces, de realización de actividades paralelas, normalmente en Bilbao, y la ubicación de la feria en Barakaldo, en cualquier caso dentro del área metropolitana bilbaína.

5.5 PRINCIPALES LUGARES DE RESIDENCIA

Distribución porcentual de los principales lugares de origen



Ranking de los principales orígenes de los turistas



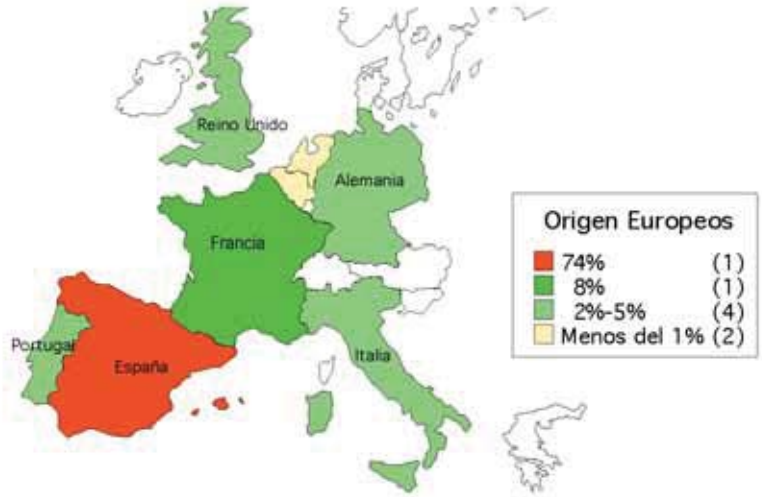
Tres cuartas partes de los turistas de ferias tiene orígenes en el Estado. Dentro de España, el mercado de visitantes de ferias se halla muy repartido, si bien Madrid (15%) y Cataluña (12%) son con diferencia las principales fuentes.

Otras comunidades con aportes a considerar son la Comunidad Valenciana (5%), Andalucía (5,5%), Castilla y León (8%) y el propio País Vasco (6%).

Fuera de España el principal mercado es Francia (8%). A este respecto, la región aquitana (40%) resulta el principal origen en Francia de las ferias vascas, inserta en un área de influencia que abarca el arco desde Burdeos hasta la región de Pirineos Atlánticos (Pau). Fuera de este arco sólo es importante el aporte de la región parisina.

Otros países registran aportes menores, pero éstos son significativos en conjunto (18%). Principalmente, estos contingentes corren a cargo de Gran Bretaña, Alemania, Italia y Portugal, destacando dentro de ellos núcleos urbanos como Berlín en Alemania, Londres en Inglaterra y, con un reparto más extendido, Florencia, Milán y Bolonia en Italia.

Origen de los turistas europeos



Origen por CC.AA. para los del estado

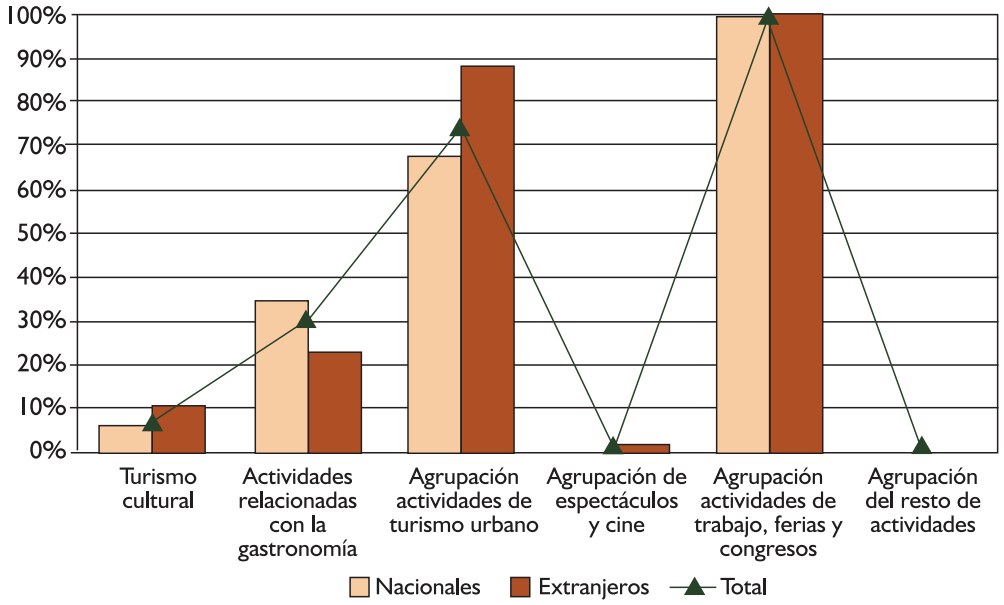
(Base: Total de turistas del estado)

5.6 PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN EUSKADI

Un 82% de los asistentes al BEC desarrolla algún tipo de actividad paralela a la visita a este recinto. Bilbao se configura como centro neurálgico de realización de actividades paralelas al motivo principal de la visita. Esta urbe aporta al turista de ferias la oferta de un conjunto variado de actividades de ocio, siempre de carácter urbano.

Una mayoría realiza algún tipo de actividad urbana genérica (38%) sin excesiva implicación en el entorno, pero también son significativos los contingentes que desarrollan actividades específicas. La gastronomía (31%) especialmente, actividad más desarrollada entre el turismo nacional que entre el extranjero, pero importante siempre, las salidas nocturnas (11%), repartidas homogéneamente, o el ocio de carácter cultural (7,5%), más seguido entre los extranjeros en este caso, constituyen el grueso de las actividades de ocio generadas.

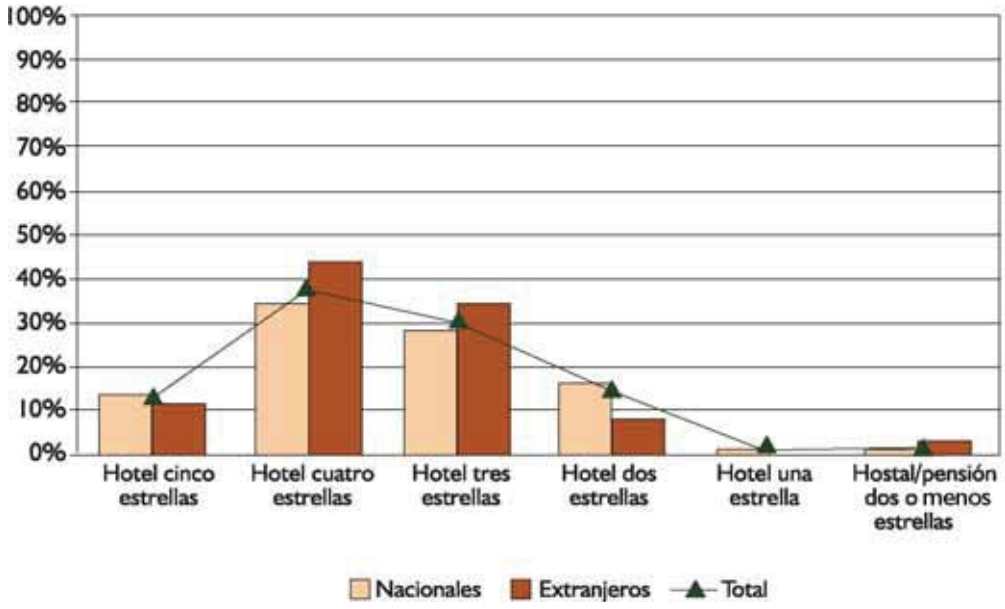
Principales actividades realizadas en Euskadi según origen del turista



5.7 ALOJAMIENTO DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

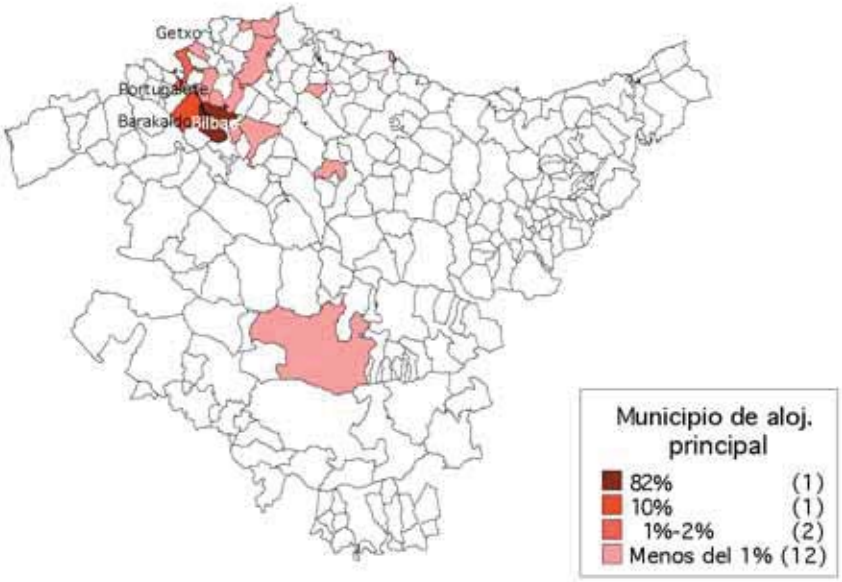
Las categorías de establecimiento más solicitadas para la pernoctación son las tres (30%) y cuatro estrellas (37%). Los establecimientos de tres o más estrellas ocupan casi al 80% de turistas de ferias. Se registra una tendencia al uso más generalizado de establecimientos de categorías de cuatro estrellas (44%) entre los turistas extranjeros.[*]

Alojamiento fundamental del viaje según origen del turista



Es destacable el número de turistas (10%) que encuentran problemas de alojamiento. La organización de algunas ferias origina un incremento fuerte de la demanda de plazas hoteleras. Este problema puede verse agravado por el elevado número de viajeros que no realizan reservas previas.

Municipio de alojamiento principal del viaje



[*] No son significativos, ya que ninguno supera el 1%, otro tipo de alojamientos como el rural, la vivienda privada, la de amistades, o cualquier otro establecimientos de pernoctación.

El área de influencia del BEC para el alojamiento del turista de ferias se reduce a Bilbao y Barakaldo, con gran preponderancia de la primera de las localidades citadas.

Las grandes ferias con gran afluencia profesional tienden a generar una cierta distribución de los asistentes por el territorio, hacia cuatro áreas: los municipios metropolitanos, el corredor industrial de Zamudio, Durango y, finalmente, Vitoria-Gasteiz. De hecho, se comprueba que un 10% de los asistentes a ferias encuentra problemas de alojamiento. El problema se sitúa pues en las afluencias fuertes en momentos muy puntuales.

Problemas de alojamiento

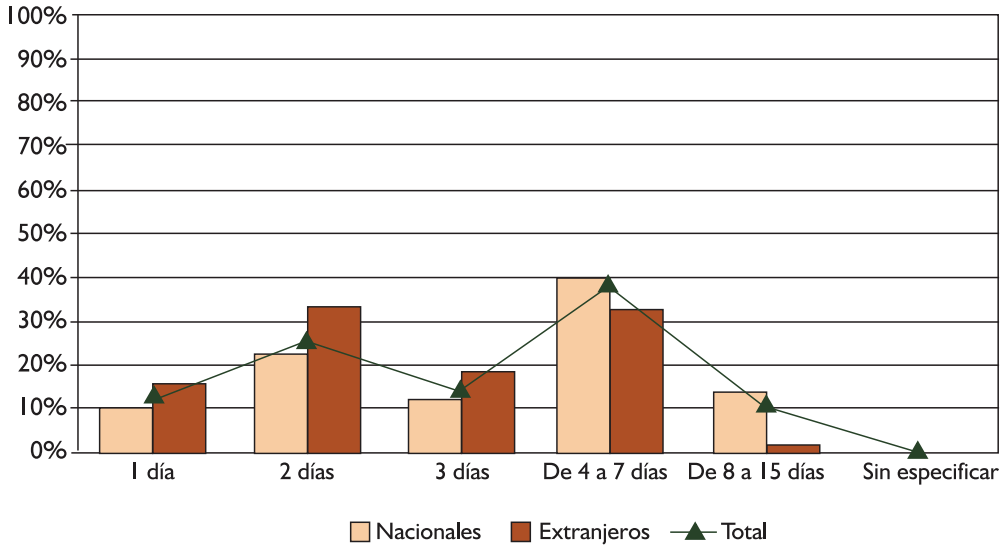
(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA		
	TOTAL	**Nacionales**	**Extranjeros**
Total Muestral	**453**	324	129
Sin especificar	**4,6**	6,5	-
No....	**85,2**	82,7	91,5
Sí....	**10,2**	10,8	8,5

5.8 DURACIÓN DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

Las ferias generan estancias de hasta una semana de duración (79%). Las más habituales son las que se sitúan entre las cuatro y las siete jornadas (38%), aunque la distribución al respecto de las necesidades de pernoctaciones es muy diversa.

En términos generales, el número de jornadas medias de los turistas extranjeros es inferior al de los turistas nacionales. Sólo este último aporta viajeros con estancias de entre 8 y 15 días (14%).

Número de pernoctaciones de los turistas según origen del turista



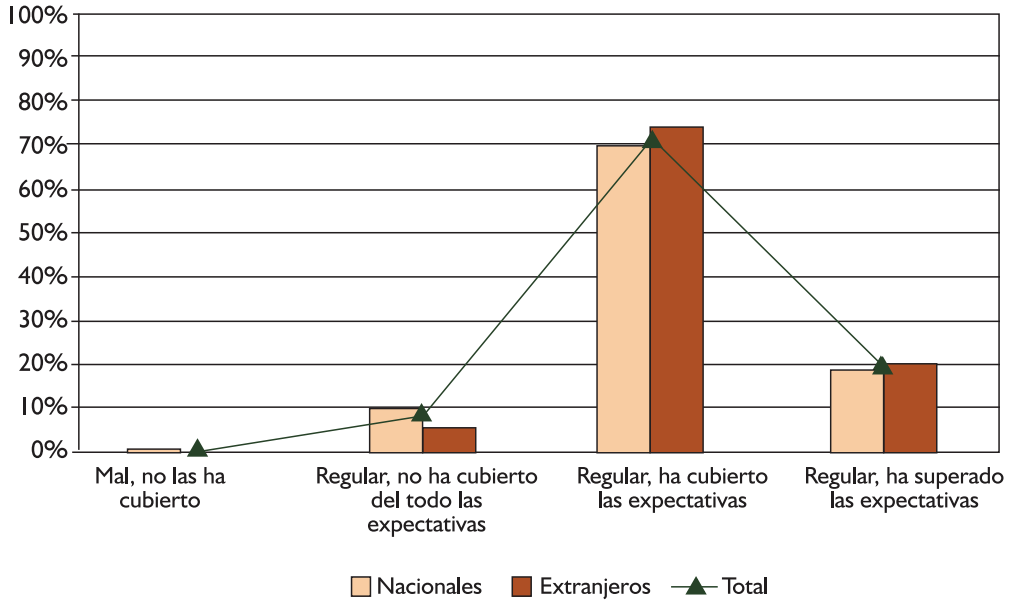
5.9 VALORACIÓN DEL ÚLTIMO ESTABLECIMIENTO DONDE HA PERNOCTADO

La valoración general de los establecimientos es positiva. Buena en un 70% de los casos y muy buena en otro 19% más. Existe en todo caso un pequeño grupo, que alcanza al 10% entre los de procedencia nacional, que expresa la existencia de deficiencias importantes.

Los activos mencionados en relación a los establecimientos superan a las consideraciones negativas, que afectan más a establecimientos específicos, y minoritarios, que a rasgos de la oferta. Entre los activos, destaca la localización de los establecimientos, así como, en un segundo orden, el trato personal y la calidad del servicio ofrecido. La valoración es similar cualquiera que sea la procedencia del visitante.

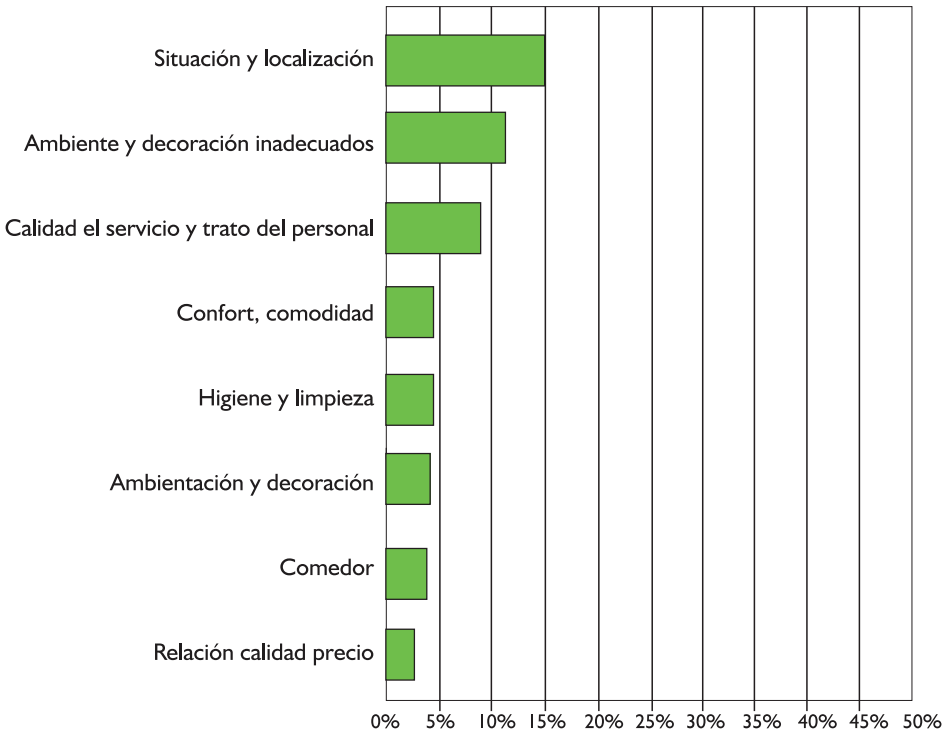
Algunos establecimientos concretos, pocos, motivan la percepción de un déficit de decoración, incomodidad o problemas de localización.

Valoración del último establecimiento donde ha pernoctado según origen del turista

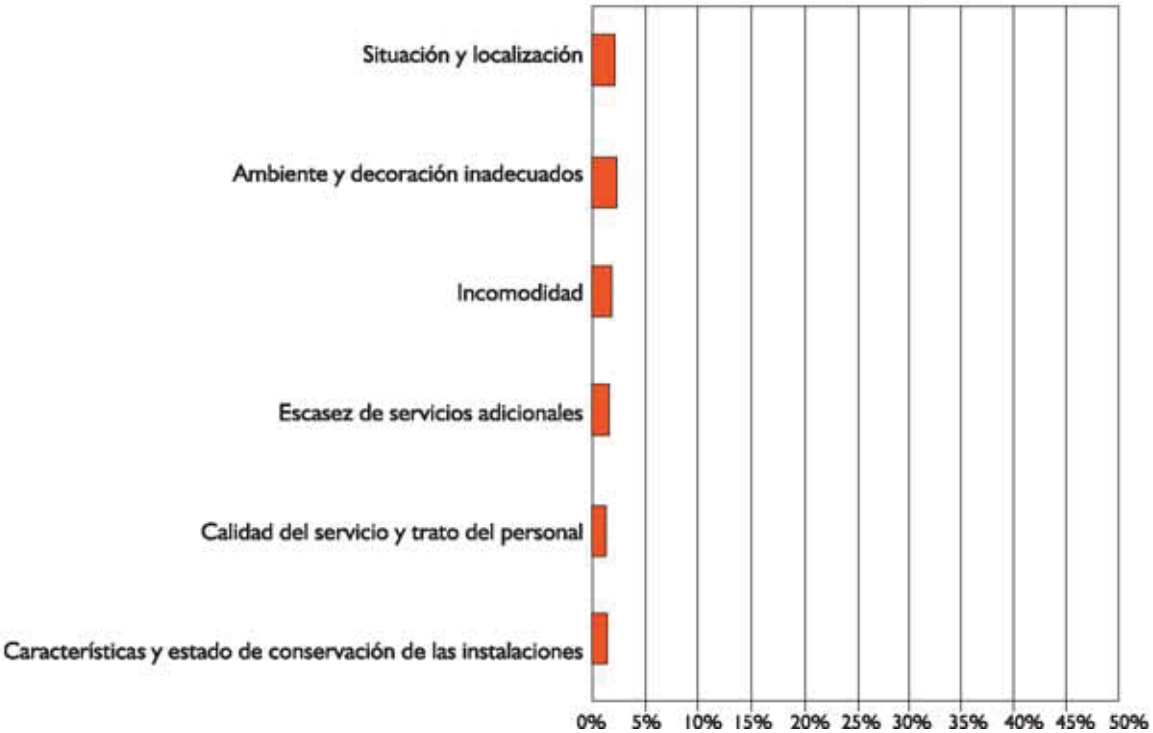


RANKING DE ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL ÚLTIMO ESTABLECIMIENTO SEGÚN ORIGEN DEL TURISTA

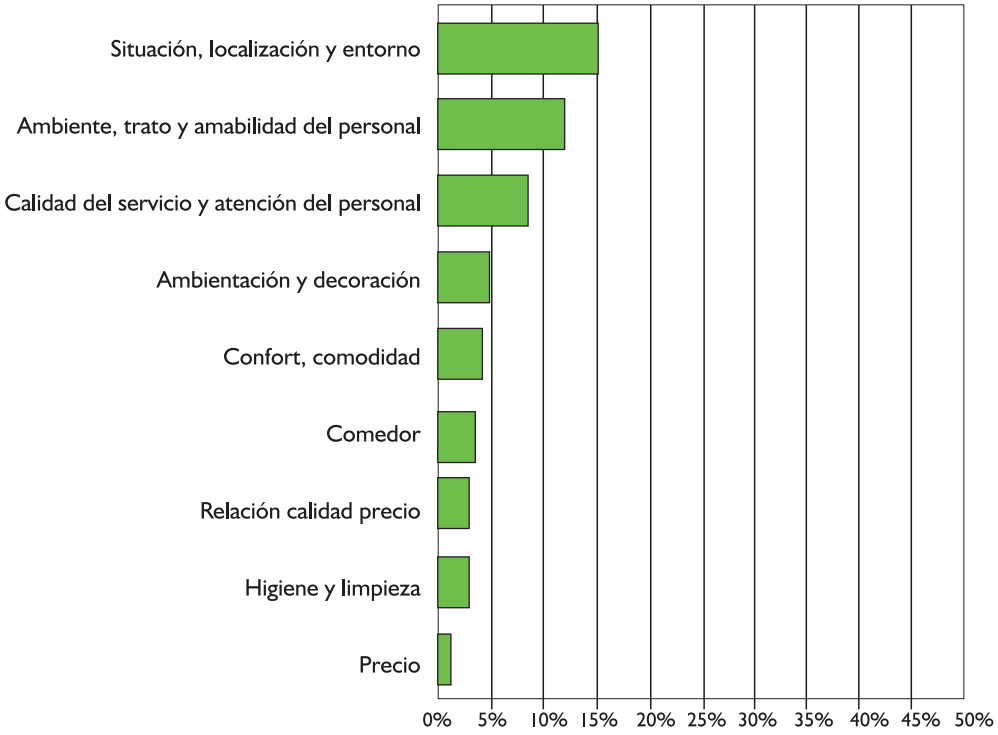
Aspectos positivos declarados por los turistas en general



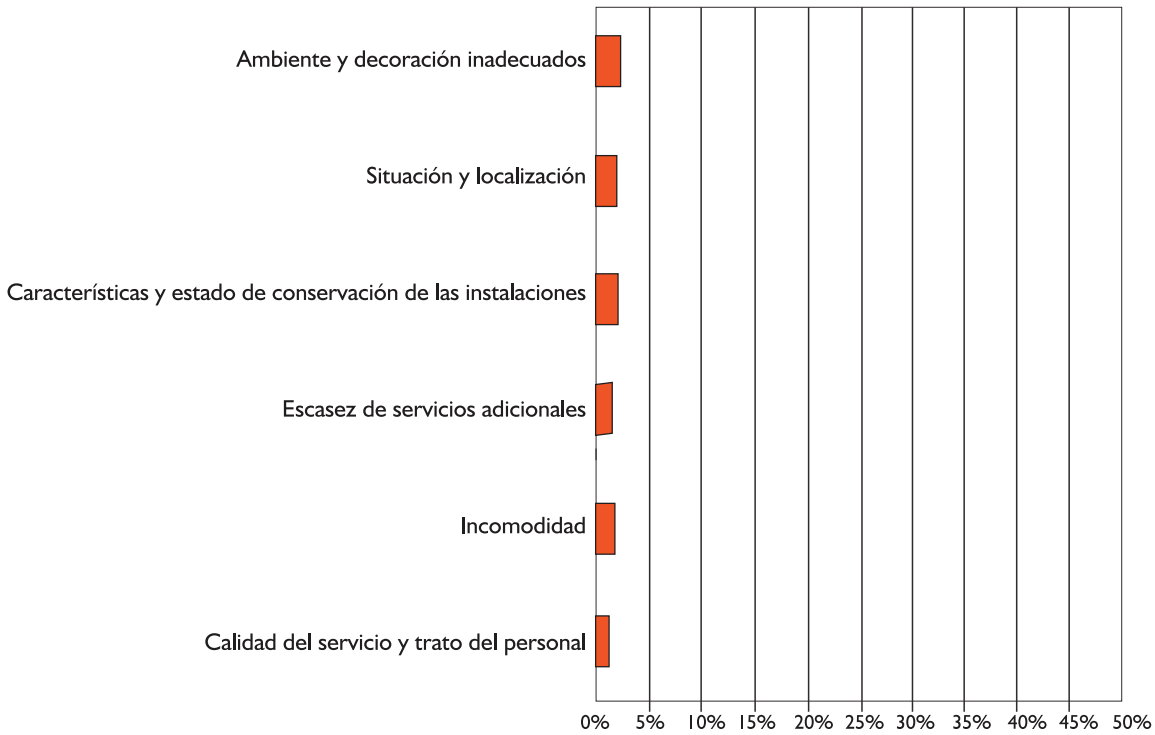
Aspectos negativos declarados por los turistas en general



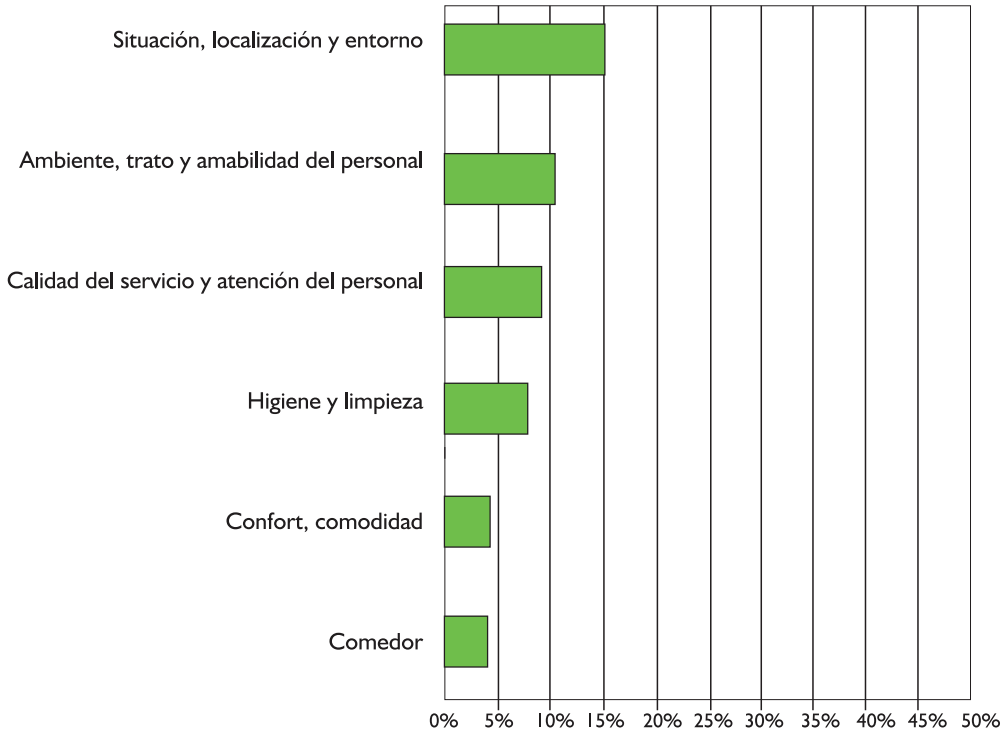
Aspectos positivos declarados por los turistas nacionales



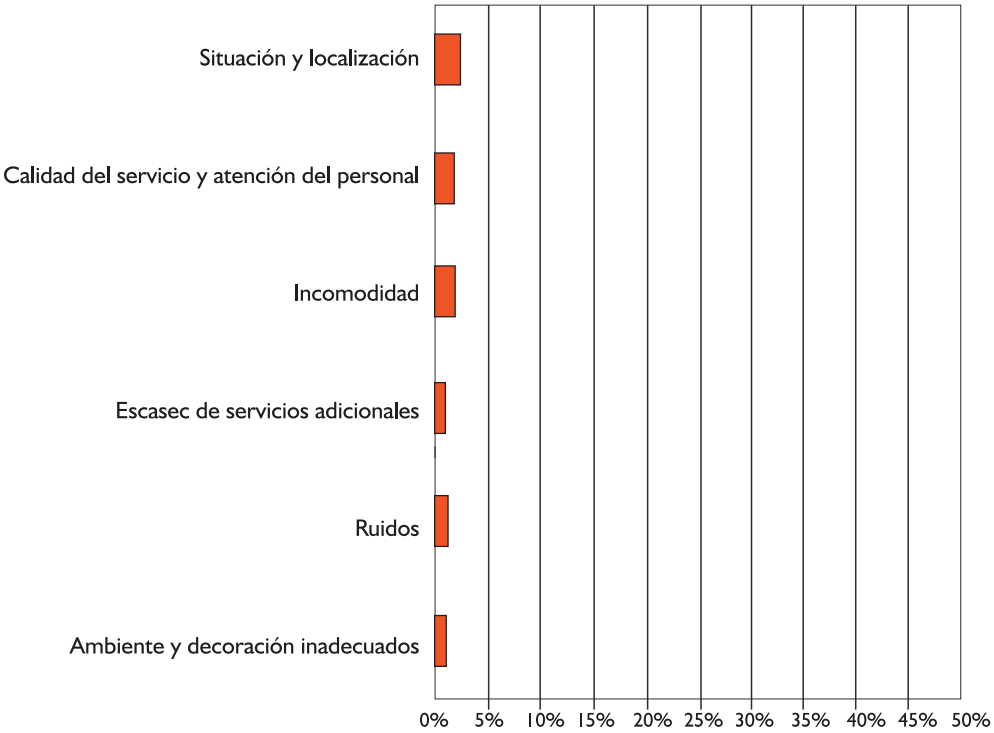
Aspectos negativos declarados por los turistas nacionales



Aspectos positivos declarados por los turistas extranjeros



Aspectos negativos declarados por los turistas extranjeros



5.10 INFORMACIÓN DURANTE EL VIAJE

5.10.1 INFORMACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN LOS QUE HA PERNOCTADO

Casi un tercio de los turistas de ferias requieren información turística en los establecimientos donde pernoctan (29%). Cuando lo hacen, esta información es percibida positivamente, de manera especial entre los turistas extranjeros, si bien existe un 4% de turistas que no recibe la información pedida.

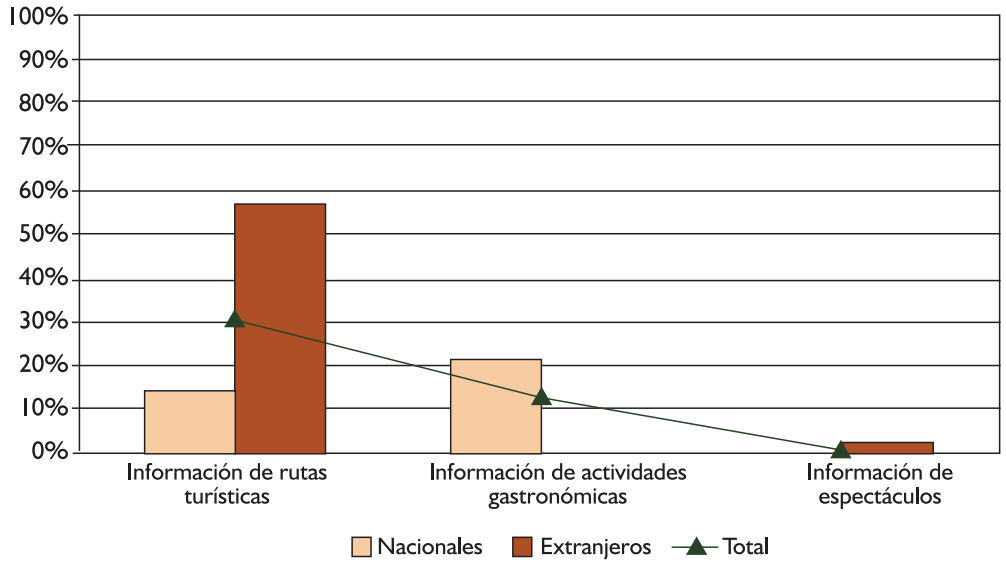
Los extranjeros se decantan claramente por la recopilación de folletos y material impreso, antes que por las recomendaciones del personal, en tanto que el turista nacional se divide entre ambas opciones. Son minoritarios en ambos colectivos los que requieren ambos tipos de información.

Información complementaria en los establecimientos de pernoctación

(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA		
	TOTAL	**Nacionales**	**Extranjeros**
Total Muestral	**453**	324	129
No contestan....	**4,6**	6,5	-
Sobre todo folletos y documentos impresos....	**13,7**	9,0	25,6
Folletos y recomendaciones/ información del personal....	**2,6**	2,5	3,1
Sobre todo recomendaciones/ información del personal....	**8,6**	9,9	5,4
No le han dado información....	**4,0**	3,7	4,7
No le interesa....	**66,4**	68,5	61,2

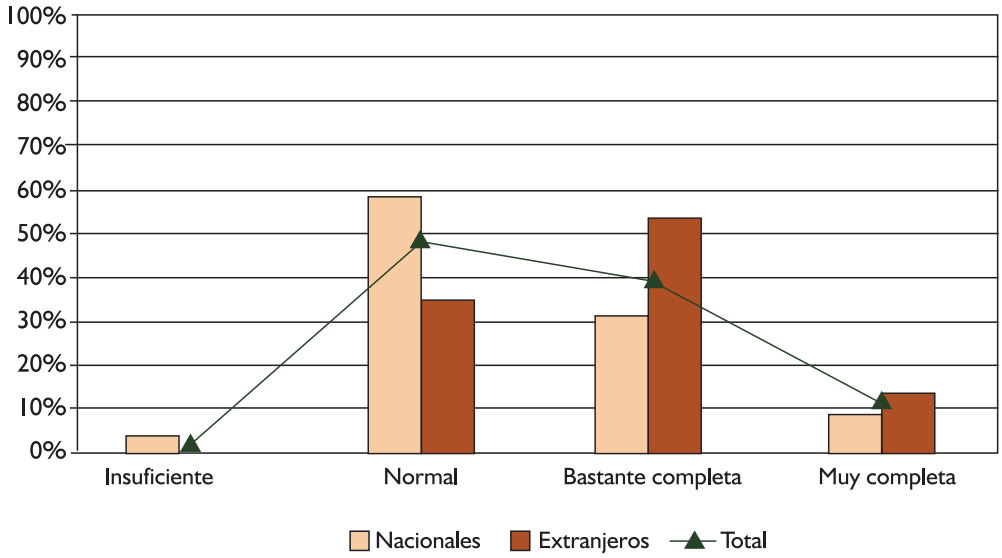
En cuanto al contenido, se pide información sobre rutas turísticas (31%), y en menor medida, también sobre gastronomía (13%). La petición de información sobre rutas turísticas es especialmente frecuente entre los extranjeros que piden información (56%).

Información turística recibida según origen del turista



El turista de ferias no hace uso de las oficinas de información turística (96%). No obstante, en los pocos casos en que esos servicios han sido requeridos, éstas no han estado disponibles (4%).

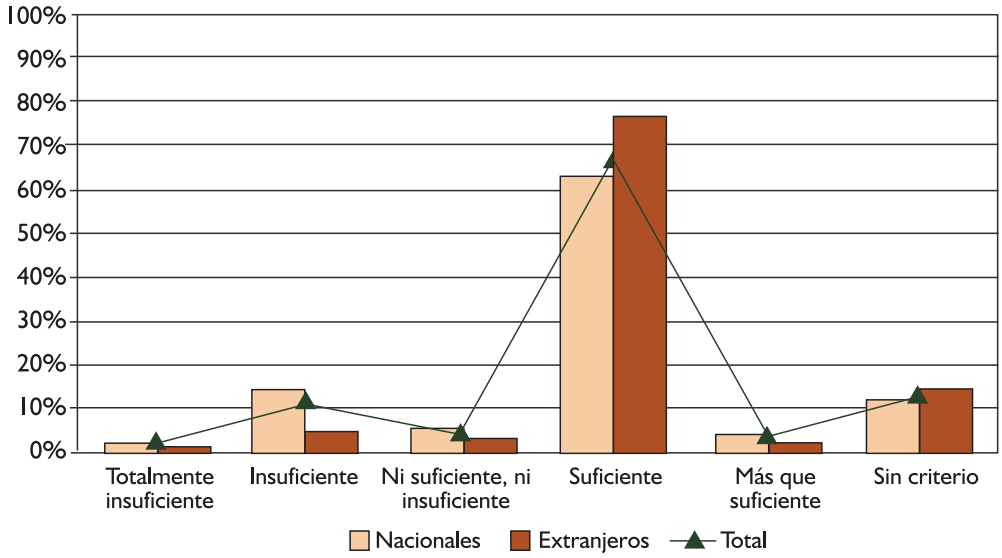
Valoración de la información turística recibida según origen del turista



5.10.2 VALORACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Aunque valorada correctamente en términos generales, se perciben algunas deficiencias de señalización turística (13%). Esta percepción mejora entre el turismo extranjero (5%), en gran parte debido a que en gran medida viajan en avión (76%), por lo que no se enfrentan a este problema.

Valoración de la señalización turística según origen del turista



5.11 VALORACIÓN DEL VIAJE POR EL PAÍS VASCO

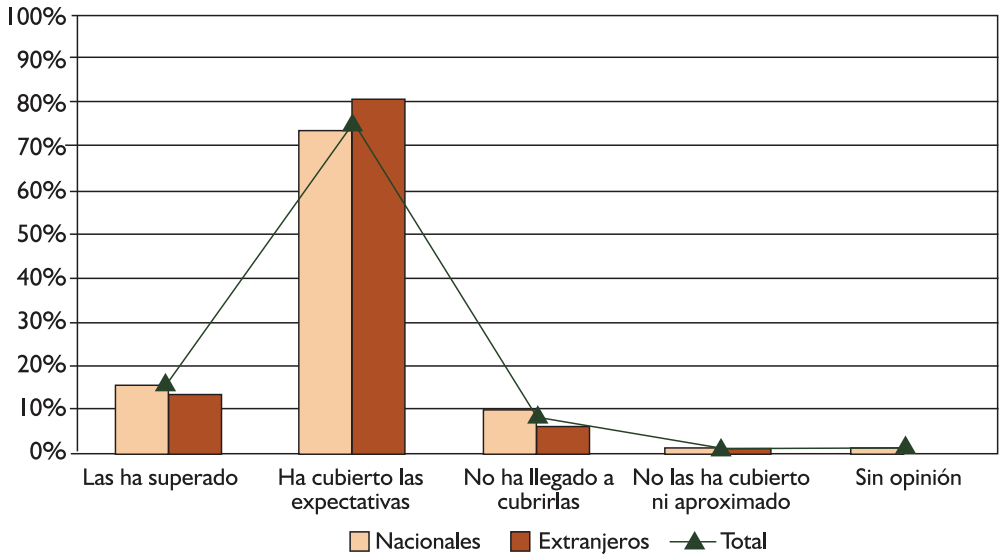
La valoración del viaje de los asistentes a ferias es positiva (75%) o muy positiva (15%).

Entre los aspectos mejor percibidos destaca la alta consideración por la calidad de servicios y productos encontrados (39%), algo superior entre los extranjeros, pero en cualquier caso generalizada.

También constituyen activos de la oferta la gastronomía, el trato personal o las características de la ciudad, que, tal como hemos contado, dada la escasa movilidad, es habitualmente Bilbao.

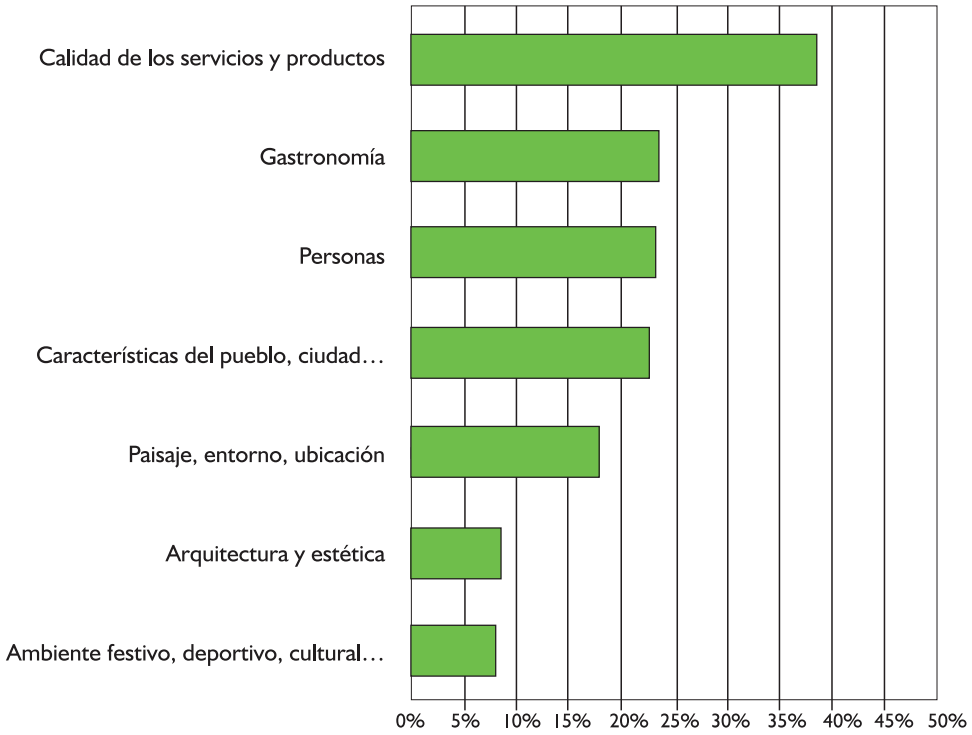
Al margen de las molestias generadas por el clima, el tráfico constituye el principal problema referido por los asistentes a ferias.

Valoración del viaje según origen del turista

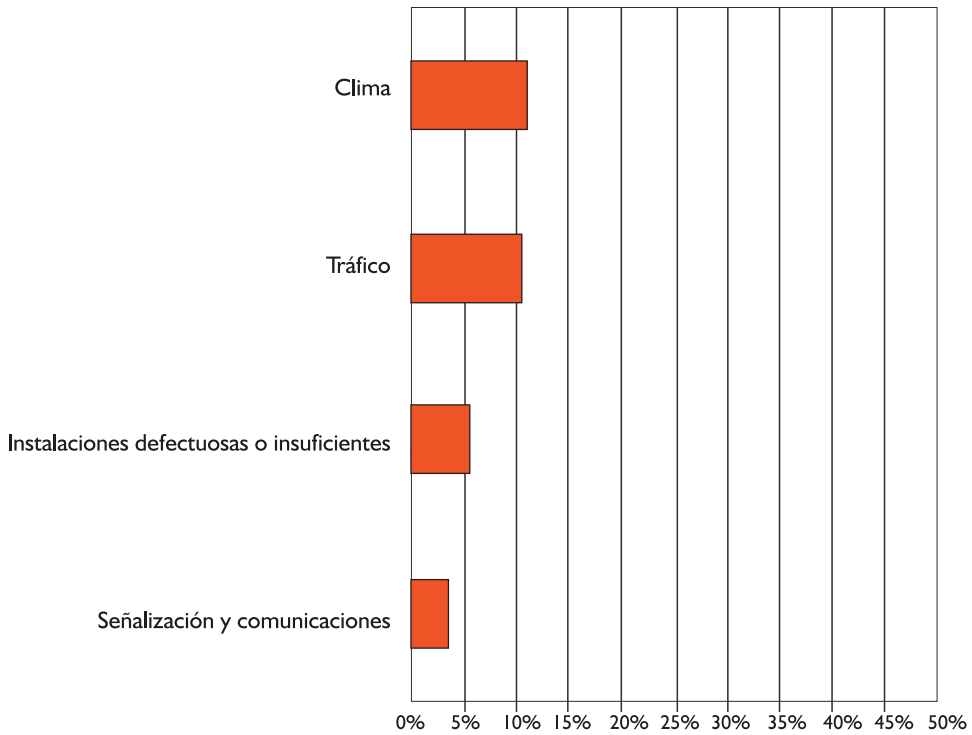


RANKING DE ASPECTOS MÁS O MENOS ATRACTIVOS DE EUSKADI SEGÚN ORIGEN DEL TURISTA

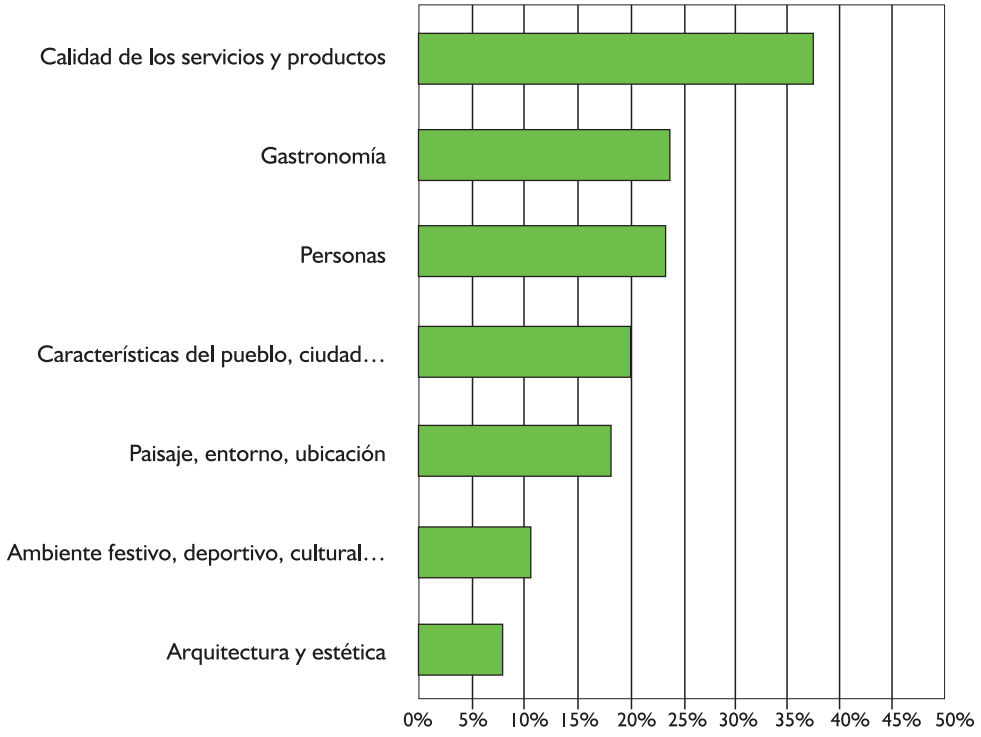
Aspectos más atractivos de Euskadi declarados por los turistas en general



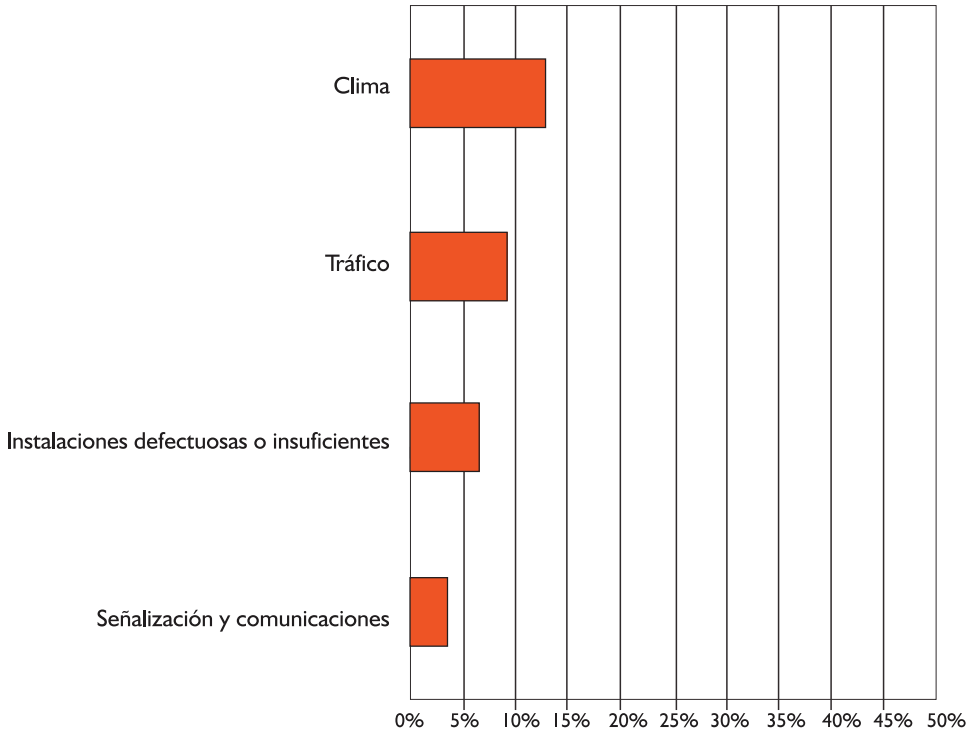
Aspectos menos atractivos de Euskadi declarados por los turistas en general



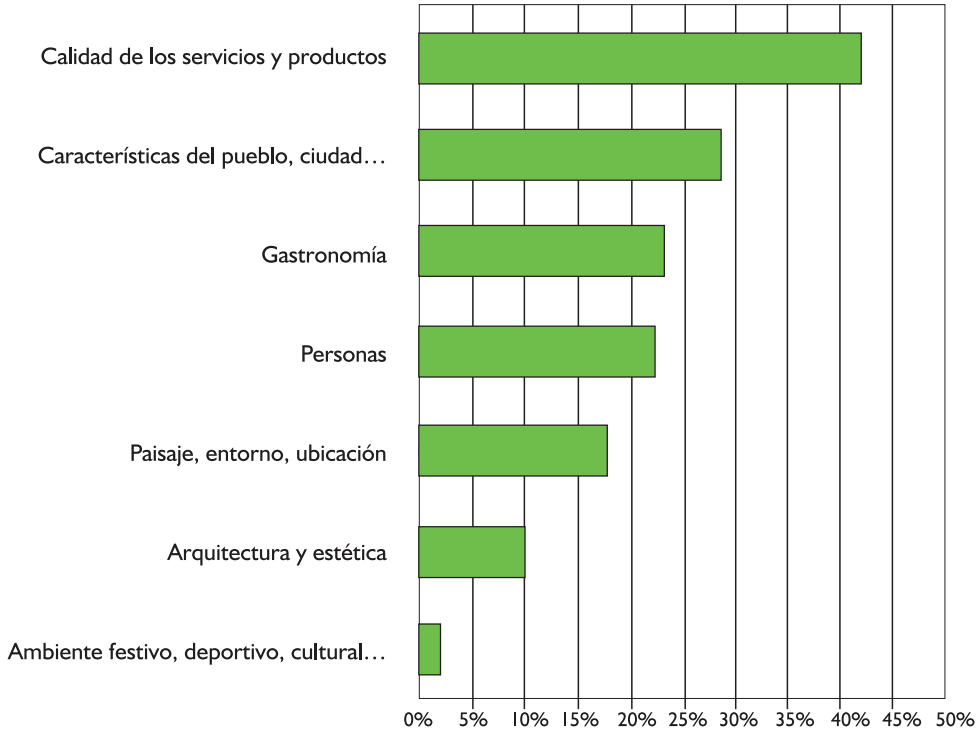
Aspectos más atractivos de Euskadi declarados por los turistas nacionales



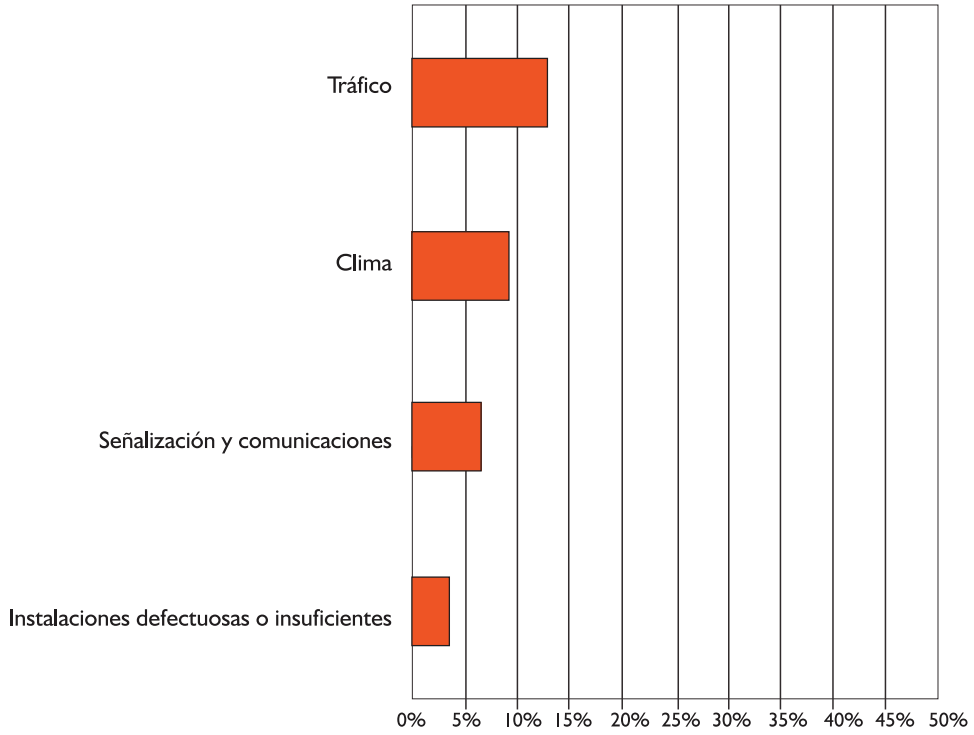
Aspectos menos atractivos de Euskadi declarados por los turistas nacionales



Aspectos más atractivos de Euskadi declarados por los turistas extranjeros



Aspectos menos atractivos de Euskadi declarados por los turistas extranjeros



5.12 DEMANDA Y VALORACIÓN DE LA RESTAURACIÓN

El 95% de los visitantes a ferias realiza comidas en establecimientos de restauración durante su estancia. Restaurantes de menú del día (67%), restaurantes a la carta (45%) y establecimientos de pintxos (42%) constituyen el grueso de la demanda gastronómica del visitante por ferias. Es destacable la poca importancia que adquieren en esta demanda los establecimientos de comida rápida.

Esta oferta, y estos rasgos, son especialmente buscados por el turismo de procedencia extranjera, para el que cobran especial relevancia los establecimientos de pintxos (55%) y los restaurantes a la carta (60%). Entre ellos, estos establecimientos prácticamente alcanzan la frecuencia de visita a restaurantes de menú del día (64%).

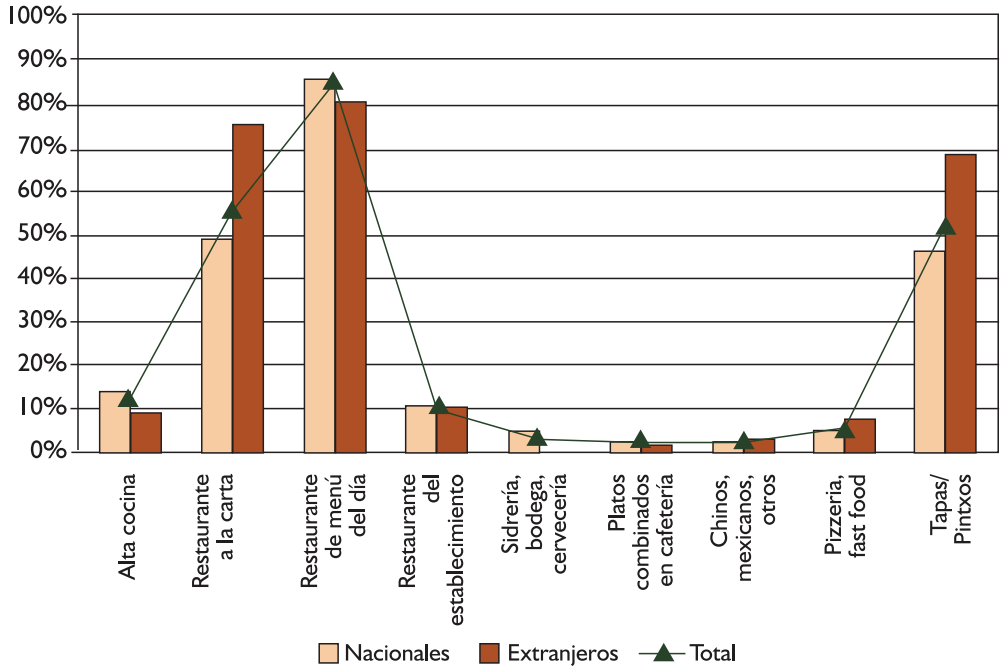
El acceso a establecimientos de alta cocina es importante. Siendo pocos, y en busca de un público más bien minoritario, es destacable el alrededor del 10% de turistas de ferias que acceden a ellos, siendo los nacionales los que recurren más a estos establecimientos de restauración.

Con un porcentaje similar, puede decirse por el contrario que los establecimientos de restauración de los hoteles de pernoctación tienen escaso éxito en la atracción del turista de ferias.

Uso de restaurantes según origen del turista

(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA		
	TOTAL	**Nacionales**	**Extranjeros**
Total Muestral	**453**	324	129
Sí....	**94,9**	95,4	93,8
No....	**5,1**	4,6	6,2

Tipos de restaurantes utilizados según origen del turista

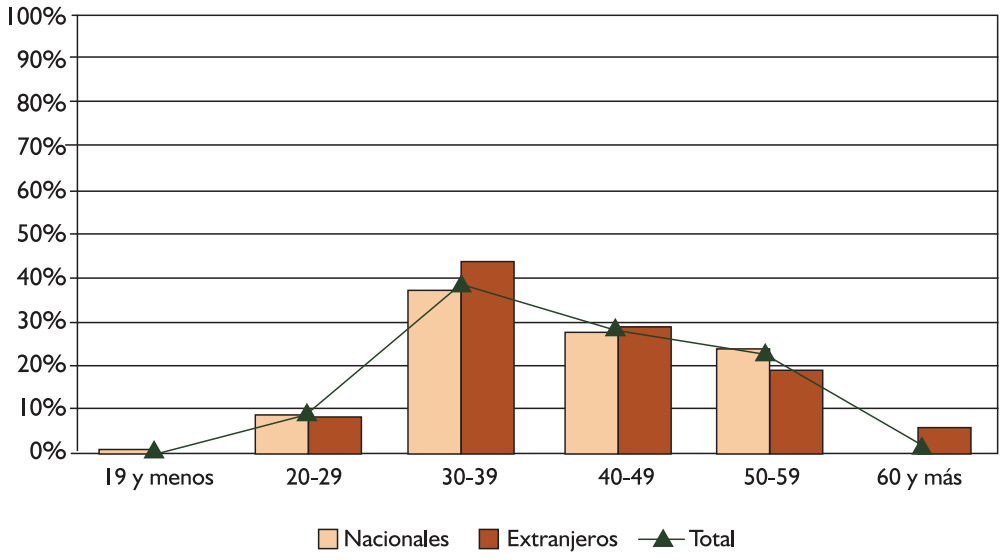


5.13 INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

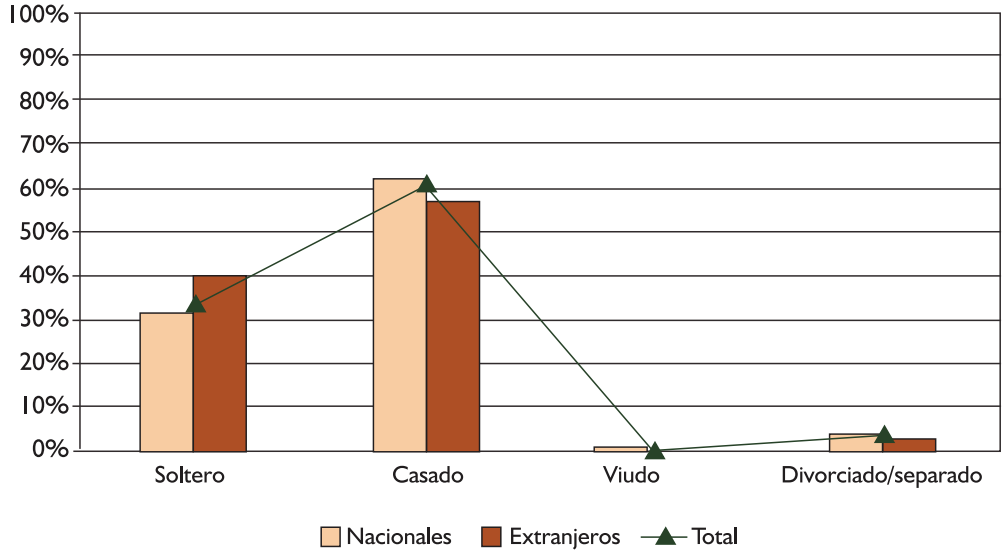
Se trata de un turismo maduro, con especial incidencia de los individuos situados entre los 30 y 40 años (40%). Dentro de este rango, el turismo extranjero resulta, de media, ligeramente más joven.

Es un colectivo predominantemente masculino (70%), especialmente entre extranjeros (77%), y en el que domina además la población casada (61%) sobre la soltera, en este caso en menor medida entre los extranjeros.

Edad del turista según origen del turista

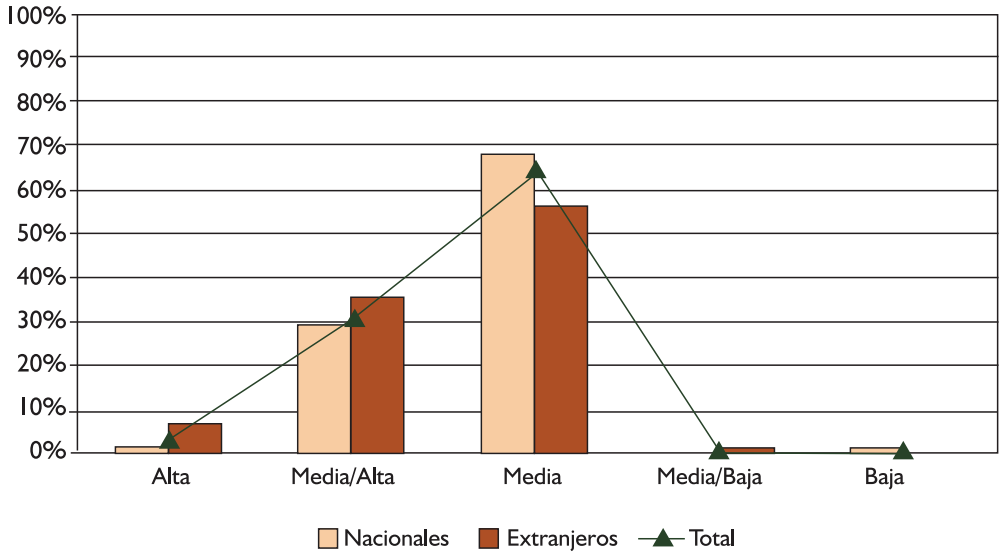


Estado civil del turista según origen del turista

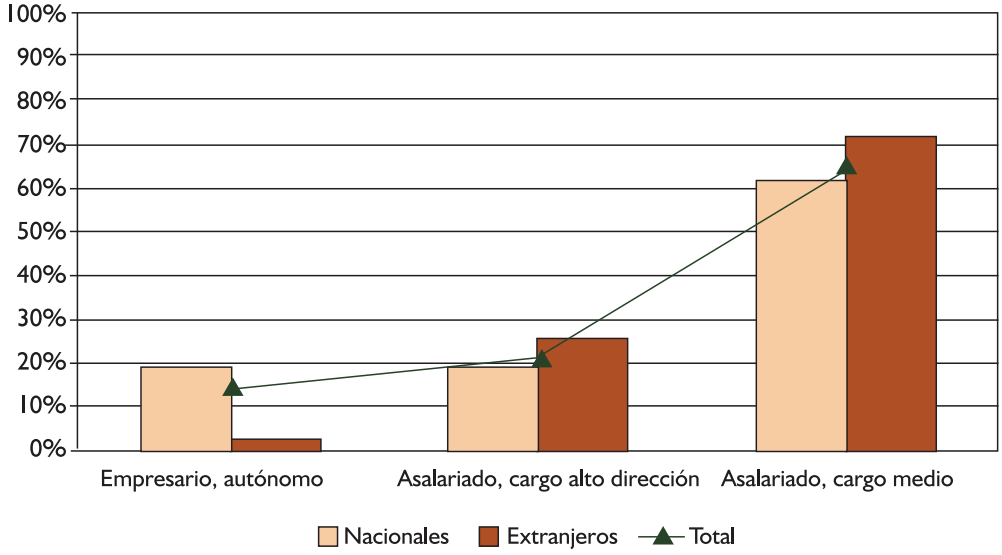


Rentas medias (65%) y media altas (31%) dominan el turismo de ferias en Euskadi. Son superiores en todo caso entre los visitantes extranjeros, en consonancia con el mayor componente de altos cargos directivos de este colectivo. Empresarios y autónomos son más habituales entre los turistas nacionales, y casi irrelevantes entre el colectivo de procedencia extranjera.

Nivel de renta autodeclarada según origen del turista



Situación profesional actual según origen del turista



6. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ASISTENTES A FERIAS

6.1. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ENCUESTADOS EN FERIAS

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 alojamiento que utilizan y las noches que pernoctan y el origen del turista (véase Cuadro 1).

Se han obtenido 3 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.
Castilla y León.
Comunidad Valenciana.
Resto de comunidades.
Francia.
Gran Bretaña.
Resto de países.

- **Forma de viajar**

Solo.
Con su pareja.
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.
Más de 50.

- **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**

Hombre.
Mujer.

- **Medio de transporte**

Avión.
Coche.
Resto.

- **Actividades**

Turismo urbano (sin especificar).
Rutas turísticas/Conocer el País Vasco.
Vida nocturna.
Actividades relacionadas con la gastronomía.

- **Número de viajes de ocio**

Ninguno.
De 1 a 5.
6 o más.

- **Trimestre de encuestación**

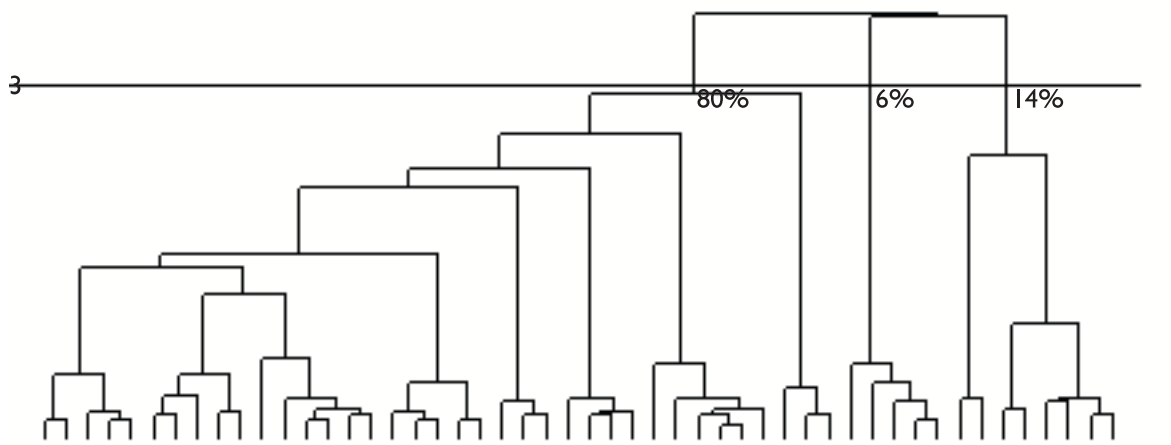
- **Número de pernoctaciones**

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 11 factores que explican un 66% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 3 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas de ferias



CLASE 1. Profesionales con duración dilatada de la estancia. (70,42%)

Esta clase es sin duda la más numerosa entre los profesionales que acuden a ferias en el País Vasco. La mayor parte de ellos pasan entre 4 y 7 días en el entorno del evento. Su forma de viajar es en grupo con otros compañeros de la empresa, quien les organiza preferentemente el viaje.

Se trata de personas muy centradas en la actividad profesional de la visita, con nulo interés en el seguimiento de alguna ruta turística o por actividades para conocer mejor el País Vasco. Aunque hay un porcentaje notable de estos turistas que han visitado Euskadi con anterioridad, casi nunca lo han hecho por otros motivos que no sean profesionales o de trabajo.

El alojamiento principal se lleva a cabo en hoteles de cuatro y cinco estrellas y la forma más acusada de reservar es en régimen de alojamiento y desayuno. Ambas notas revelan lo dependiente que es este tipo de turismo de la actividad empresarial.

El nivel de renta declarada es el de media, lo que indica que estamos ante un colectivo que lo integran perfiles de cuadros intermedios y técnicos dentro de sus organizaciones.

Aunque el porcentaje de mujeres en esta clase no es muy elevado, sí lo es más que en otras clases, lo que viene a confirmar la idea anterior, ya que es en los perfiles señalados donde mayor presencia relativa se da del sexo femenino.

Practican el turismo urbano en el entorno ciudadano de la feria, pero menos que otras clases, no tienen prácticamente actividad de vida nocturna, no muestran preferencia especial por actividades relacionadas con la gastronomía.

El perfil descrito corresponde a un turista con poca potencialidad de consumo turístico, muy focalizado en el contenido profesional del viaje, que va del hotel a la feria y de la feria al hotel. Cuya actividad se realiza en el entorno de la muestra donde fundamentalmente trabaja, no permitiéndose otra diversión que algún paseo por la ciudad, en donde su nivel de renta no le va a inducir a efectuar gastos relevantes. El valor añadido que proporciona este tipo de visitante para la economía turística es fundamentalmente el derivado de su alojamiento y el de las comidas, que no muchas veces tienen la categoría de actividad gastronómica (la mayoría accede a restaurantes con menú del día y en menor medida a comer a la carta algún día).

Otras señales que refuerzan este perfil restrictivo son:

- Nulo ejercicio de actividades turísticas, no siendo la relacionada con gastronomía.

- Ausencia significativa de visitas fuera de la ciudad.

- No recurso a la información turística complementaria, ni menciones de la información dotada a faltar, ni uso de oficinas de turismo.

- No se mencionan aspectos atractivos del País Vasco, excepto la gastronomía en algunos casos, ni tampoco los menos atractivos.

- La nota más destacada en las valoraciones es de cumplimento de expectativas.

Todo ello confirma el escaso interés turístico del viaje.

CLASE 2. Profesionales de otras comunidades cercanas al País Vasco. (7,06%)

Es la clase menos nutrida de las representadas. El perfil del turista responde a un profesional viajando por cuenta de la empresa para la que trabaja, cuya localidad de residencia hace favorable realizar el viaje mediante coche y de una forma poco organizada a priori, reservando sólo algunos servicios como alojamiento y desayuno o sólo alojamiento.

El modo de transporte facilita que el viaje no lo haga solo, se viaje con compañeros de trabajo y en no pocas ocasiones con su pareja, porque son turistas conocedores y visitantes habituales del País Vasco y aprecian el destino como para compartir la experiencia con sus allegados aunque sea en una estancia breve (pero algunos aprovechan la ocasión y de independencia de movimientos para pasar unos días extra en el entorno).

Su conocimiento del País Vasco les permite utilizar servicios de alojamiento fuera del más reglamentado ambiente de la oferta hotelera tradicional, y moverse con comodidad visitando con asiduidad el territorio histórico en que se enclave la feria, recurriendo con frecuencia a informaciones turísticas relativas a rutas.

La forma en que se produce su consumo turístico es típica del turista de movimiento: alojamiento en pequeños establecimientos y, sobre todo, gasto en el segmento de restauración, acudiendo a bares y cafeterías, pero sin desdeñar experiencias gastronómicas más exclusivas.

CLASE 3. Profesionales de alta dirección. (22.52%)

Está formado este colectivo por los profesionales que disfrutan de las rentas más altas entre los visitantes por motivos de trabajo. Se caracterizan por compaginar la actividad profesional de su visita en otras puramente de turismo y ocio, disfrutando del viaje juntamente con su pareja. Su posición dentro de la empresa responde los segmentos de media y alta dirección, y, como no podía ser menos, en su inmensa mayoría son varones. En esta clase se engloban los visitantes extranjeros, que representan la proporción más elevada inter-clases.

La forma de viajar es muy organizada, corre a cargo de la empresa, reservando con antelación.

Desde el punto de vista del valor turístico aportado, se trata indudablemente de la clase más interesante, sino quizás por su gasto total sí por la intensidad del mismo, ya que posiblemente realizan el gasto medio diario más elevado, aunque la duración del viaje no suele sobrepasar los dos días.

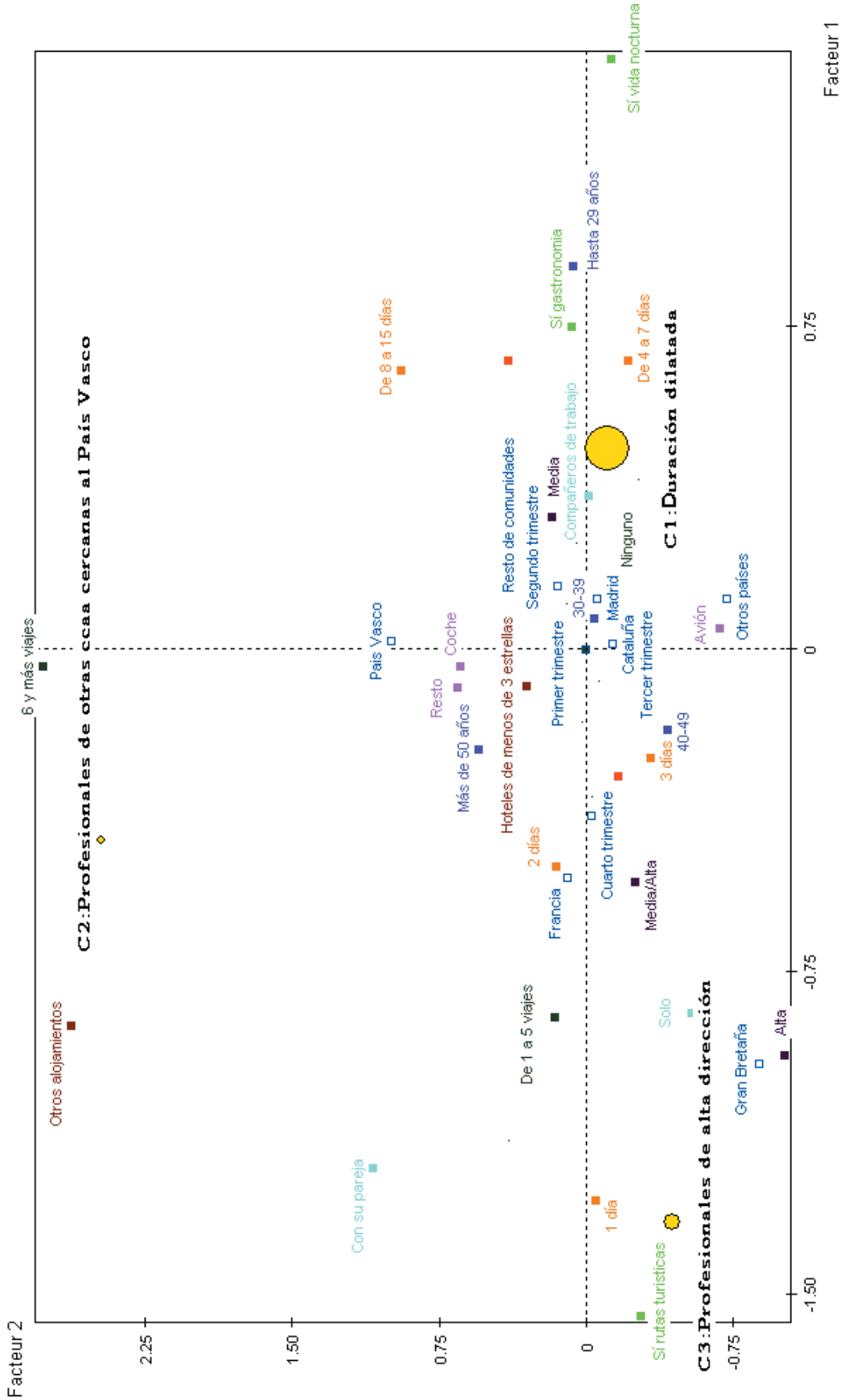
Efectivamente, se alojan siempre en establecimientos hoteleros, siendo muy relevante el segmento que lo hacen principalmente en categorías de tres estrellas, y durante el tiempo que dedican a la actividad meramente turística, que se centra más que ninguna en el entorno urbano, utilizan los servicios de restauración, preferentemente a la carta, y muy asiduamente bares y cafeterías.

Son personas que han viajado con anterioridad al País Vasco, lo conocen y lo aprecian. Utilizan en buena medida información turística complementaria, especialmente la referente a rutas turísticas, a la que otorgan una excelente valoración.

Se está ante una categoría de turistas realmente atractiva: son personas que están acostumbradas a determinada calidad de vida y saben aprovechar lo mejor que les ofrece el entorno en el que se mueven. Valoran especialmente la calidad de los productos y servicios que consumen, hay pocas cosas que les hayan disgustado del País Vasco y terminan su visita con una sensación de completa satisfacción.

6.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS DE FERIAS

Proyección de variables y tipos sobre los dos primeros ejes



Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 19% 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 66% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en azul oscuro 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.

El factor 1 está muy bien explicado por el número de pernoctaciones ya que forma una trayectoria recta de izquierda a derecha. Cuanto más a la izquierda se encuentre una modalidad, menos pernoctaciones pasará en Euskadi y van aumentando conforme uno se mueve a la derecha.

Pocas pernoctaciones están asociadas a actividades como rutas turísticas, mientras que muchas noches se asocian mejor a actividades gastronómicas o nocturnas.

La edad también se asocia bien a las pernoctaciones. Los turistas de edades más avanzadas, pero en plena actividad laboral se asocian a pocas pernoctaciones y los turistas más jóvenes presentan estancias más largas.

En el mapa factorial se han proyectado en rojo 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.

7. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ASISTENTE A FERIAS

• El asistente a ferias con pernoctación es una persona más bien asidua en sus visitas a Euskadi (85% alguna vez durante los últimos 5 años). Lo es especialmente por asistencia a ferias o congresos (42%), o, en general, por negocios (45%), antes que por ocio (26%). Resulta un mercado futuro para este tipo de estancias de ocio (12% de previsiones).

• Sólo un 40% de estos turistas buscan información previa, acudiendo en estos casos a fuentes como las agencias de viaje (32%), internet (36%) o las ferias de viaje (21%). Es, además, el único colectivo que en alguna medida significativa recurre a éstas para la obtención de información sobre su destino.

• Un 65% realiza alguna reserva, habitualmente parcial. Lo hacen bien directamente (22%), bien recurriendo a una agencia (18%) o a través de internet (13%), para contratar normalmente el alojamiento junto con el desayuno (69%).

• Utiliza igualmente el coche que el avión. Sin embargo, el origen marca importantes diferencias. Entre los extranjeros el uso del avión llega al 76%, frente a un 37% entre los nacionales.

• Las estancias más frecuentes de este colectivo tienen entre 4 y 7 pernoctaciones, si bien el 90% de ellas tienen esa o menor duración. Un 80% se aloja en hoteles de tres o más estrellas.

• El turismo de ferias en Euskadi (el BEC) se concentra en el área metropolitana de Bilbao. Se trata de un turismo muy específico en sus objetivos, que no realiza ningún tipo de etapa durante su viaje, ya por negocios o por ocio y que tan sólo realiza algunas actividades paralelas de ocio urbano en el propio destino. A pesar del traslado de la feria a Barakaldo, Bilbao y su oferta de actividades se constituyen como base tanto para el alojamiento como para la realización de estas actividades.

• Salvo una actividad de turismo urbano muy genérica y de escasa implicación, un cierto conocimiento de la ciudad de destino, Bilbao (74%), no existe una dedicación fuerte del turismo de ferias hacia ninguna actividad concreta. Tan solo las actividades gastronómicas (31%), las salidas nocturnas (11%) o las culturales (8%) son reseñables como oferta potencial para este colectivo.

• El Estado constituye el principal mercado para las ferias organizadas en el País Vasco (74%), si bien Francia (8%) proporciona un contingente muy relevante, principalmente del área de Aquitania. Dentro de España, proporcionan de modo especial turistas Madrid (21%) y Cataluña (17%). Los vascos sólo suponen el 6% de este contingente, lo que resulta lógico por la cercanía al lugar de residencia.

• El hotel de cuatro estrellas es el preferido por el asistente a ferias (37%), aunque, en términos generales, son válidos todos aquellos de tres estrellas o superior categoría (79%). Las grandes ferias generan demandas de alojamiento puntuales que la oferta de camas existente tiene problemas para asumir. Estos problemas afectan a un 10% de los asistentes a ferias.

• Tanto el establecimiento de pernoctación como el viaje en sí, se valoran en términos generales (90%) de un modo positivo. Estos usuarios tienden a destacar de ellos su localización (15%) y el ambiente, trato-amabilidad del personal (11%).

• Estas visitas son valoradas positivamente. Un 75% cree que la visita se ajusta a las expectativas generadas previamente, mientras que un 14% más piensa que las ha superado. La localización de los establecimientos, la calidad de los servicios encontrada, tanto generales (38%) como los específicos de los hoteles (8%) o la gastronomía (24%), son los activos más a menudo valorados. Por el contrario, el tráfico encontrado es el más señalado como aspecto negativo característico de la visita (10%).

• Los establecimientos de menú del día (67%), particularmente, y los de menú a la carta (45%) y de pintxos (42%) centralizan la demanda de restauración de este colectivo. Restauración a la carta (60%) y establecimientos de pintxos (55%) adquieren mayor importancia entre los asistentes a ferias con pernoctación extranjeros.