

## **2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO DE TRABAJO**



### INTRODUCCIÓN

El turismo de negocios, objeto de este informe, incluye los segmentos de Turismo de Trabajo, Turismo de Ferias y Turismo de Congresos. En este apartado analizamos el llamado Turismo de Trabajo que resulta, entre ellos, el segmento más importante en cuanto a visitantes turísticos. Este segmento aporta entre otras características un fuerte componente de desestacionalización al sector, ya que las estancias por motivo de trabajo tienden a distribuirse homogéneamente a lo largo del año, reduciéndose sólo en periodos vacacionales y en fines de semana.

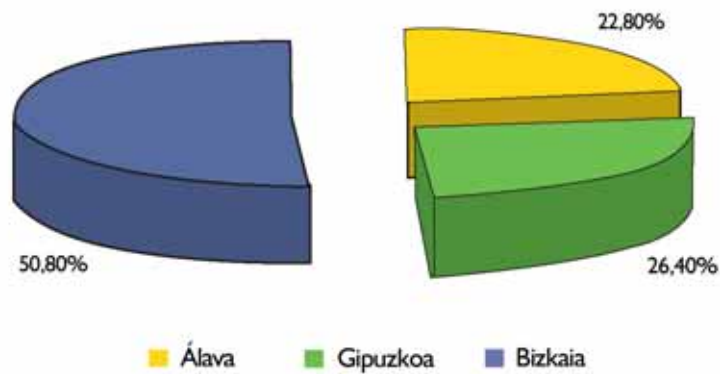
Los datos para este apartado del informe se han tomado de las encuestas realizadas en establecimientos públicos (establecimientos hoteleros, turismo rural y camping), dentro de la operación IBILTUR, por lo que sus resultados, al poder ser elevados, pueden cuantificarse. Hay que tener en cuenta que el peso de los turistas de negocio que se alojan en establecimientos de turismo rural y camping sólo ronda en torno al 1,2% y 0,2% respectivamente.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### 2.1 MOTIVO DEL VIAJE

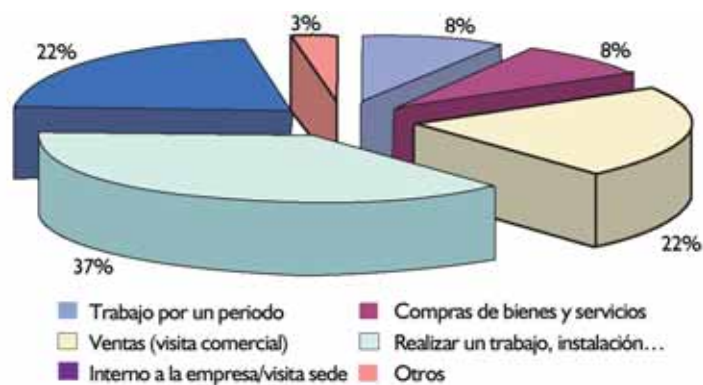
El turismo por trabajo en Euskadi supone un volumen medio anual de 674.848 entradas en el intervalo situado entre 2002 y 2004. Bizkaia recoge la mitad de este volumen de este turismo, y presenta además la caracterización más diversa y completa de este turismo. El resto de los viajes de trabajo se reparten entre Gipuzkoa y Álava, adquiriendo en cada uno de estos territorios algunas especificidades caracterizadoras.

#### Distribución territorial de los turistas alojados en establecimientos hoteleros por motivo de trabajo



#### 2.1.1 CLASIFICACIÓN DEL MOTIVO DE TRABAJO

Euskadi recibe visitas por trabajo centradas principalmente en la realización de un trabajo a cliente (37%), en relaciones de carácter comercial (22%), y por visitas a sedes propias de la empresa (22%).



### Motivo de trabajo según territorio histórico

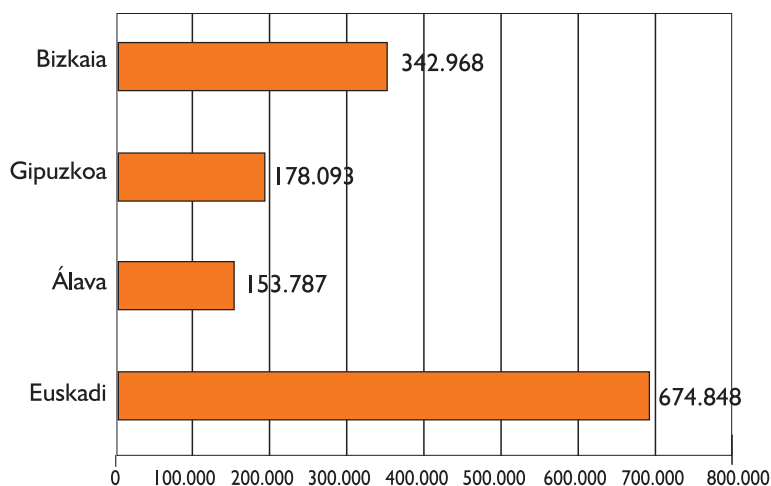
(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1.303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Trabajo estacional (temporero)....	8,40	3,00	0,90	14,30
Compras de bienes y servicios....	8,30	3,80	2,40	13,10
Ventas (visita comercial)....	21,90	11,70	30,50	22,30
Realizar un trabajo, instalación.....	36,90	51,00	48,60	25,10
Interno a la empresa/visita sede....	21,80	27,20	14,20	23,10
Otros (especificar)....	2,70	3,40	3,40	2,10

No obstante, las diferencias por territorio histórico son muy acusadas. Así, Bizkaia cuenta con una distribución muy amplia de acuerdo a los motivos de trabajo, siendo importantes también, además de los motivos señalados, aunque en menor medida, otros como el trabajo por periodos(14%) o las compras de bienes o servicios (13%).

Esta gama de motivos no se da en Gipuzkoa y Álava, muy centrados en la realización de trabajos para clientes ambos y con cierto escoramiento hacia las visitas de empresa internas en el caso alavés y hacia los motivos comerciales en Gipuzkoa.

De hecho, Bizkaia atrae casi en exclusiva algunas formas concretas de turismo de trabajo, por ejemplo cuando las motivaciones de la visita son las compras de equipos o el trabajo por contrataciones temporales (82% y 89% respectivamente se desarrollan en este territorio).

### Valores absolutos de entradas por motivo de trabajo según territorio histórico

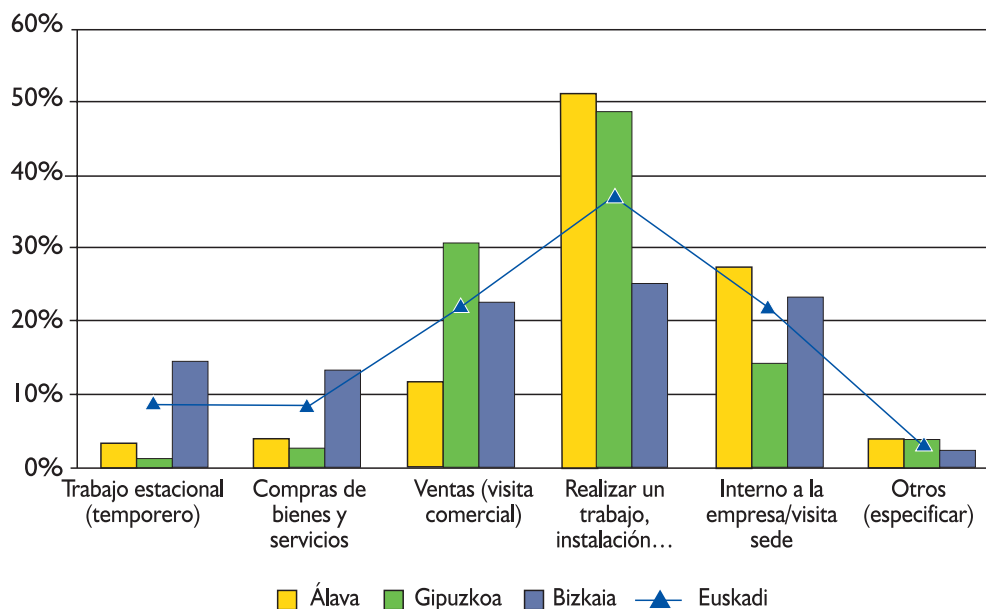


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Valores absolutos de entradas por motivo de trabajo según zonas para cada territorio histórico

(Valores absolutos)	Total Muestral	Media anual datos elevados
<b>TOTAL EUSKADI</b>	<b>2.981</b>	<b>674.848</b>
Capital	2.009	463.480
Costa	201	40.021
Interior	771	171.347
<b>TERRITORIO HISTÓRICO</b>		
<b>Álava</b>		
Total	1.002	153.787
Capital	871	139.154
Interior	131	14.632
<b>Gipuzkoa</b>		
Total	676	178.093
Capital	391	97.239
Costa	67	12.596
Interior	218	68.258
<b>Bizkaia</b>		
Total	1.303	342.968
Capital	747	227.087
Costa	134	27.425
Interior	422	88.456

### Motivo principal que le ha traído a Euskadi en viajes de trabajo por territorio histórico



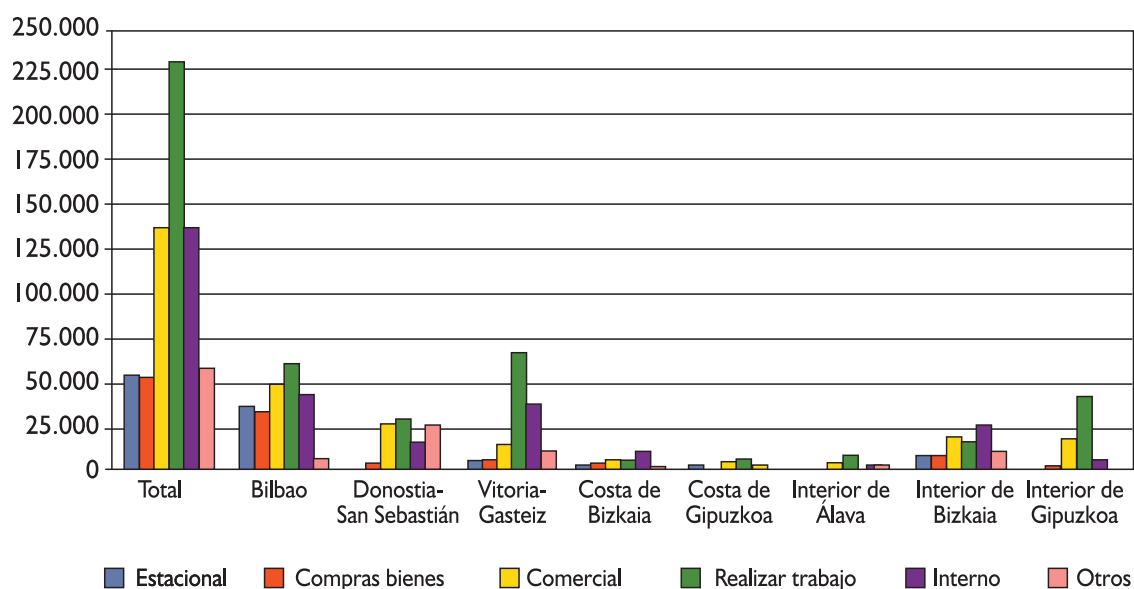
Las capitales resultan una buena muestra de estas tendencias, en tanto que además recogen los volúmenes más importantes de visitas por trabajo. Bilbao recoge la máxima distribución de motivaciones, siempre prevaleciendo la realización de trabajos para cliente y, en un segundo orden, las visitas comerciales y las internas. Esta diversidad de motivos, junto con los volúmenes de turistas que atrae, lo convierten en el principal receptor cualquiera que sea la motivación generadora de la visita y hacen de Bilbao el punto más dinámico y principal referencia de turismo por trabajo.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

Frente a esta diversidad de la capital, en el resto del territorio vizcaíno prevalece el viaje por trabajo interno, probablemente por el tamaño de sus empresas y sus mayores sedes de redes y sucursales.

Fuera de Bizkaia y de las capitales, la orientación de los viajeros hacia las tres principales motivaciones es masiva, aunque dándose en este caso una clara primacía de la visita comercial sobre la visita de carácter interna.

### Especificación del motivo trabajo según las diferentes zonas



## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

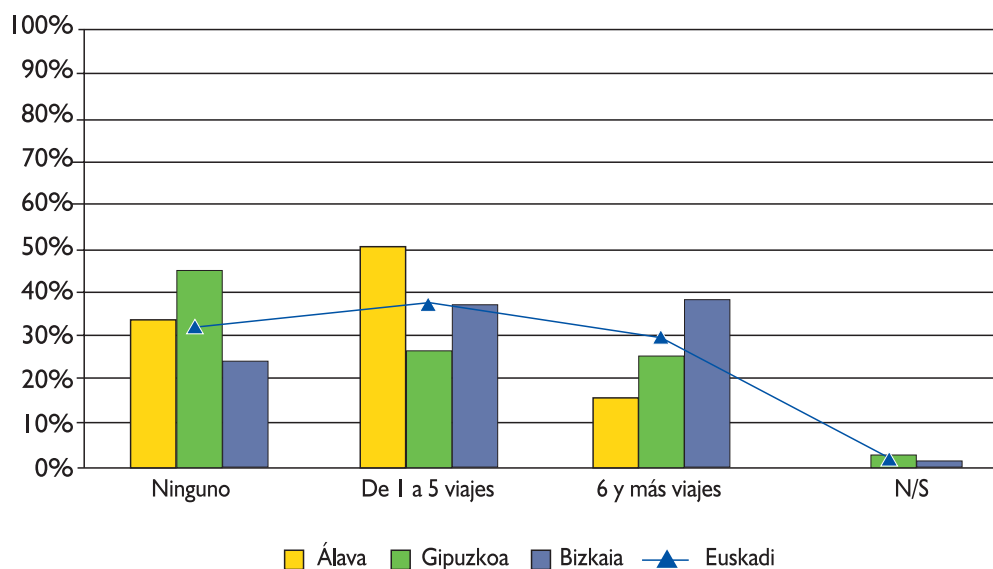
### 2.2 FRECUENCIA DE VIAJES AL PAÍS VASCO

Las redes de negocio en las que se inserta la empresa vasca generan un importante volumen de visitas reiterativas (68% en periodos de 5 años) respondiendo a necesidades de trabajo.

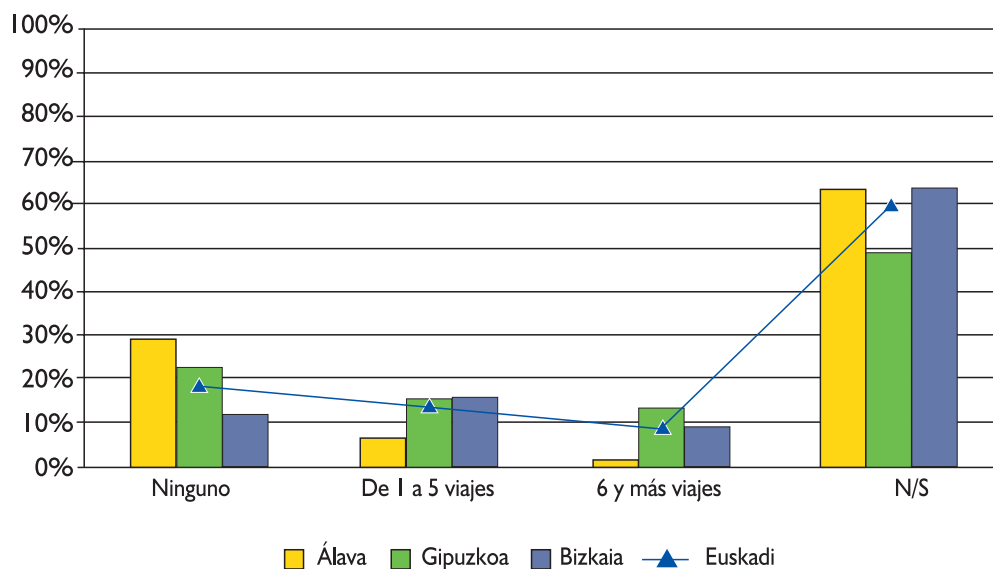
Esta fortaleza de las conexiones de negocio, generadoras de estancias con pernoctación en el marco laboral, es especialmente fuerte en Bizkaia, territorio en el que alrededor del 75% de los turistas de negocio han estado anteriormente por este motivo en alguna ocasión. Menos asiduidad presentan, sin embargo, los viajeros con destino en Álava (66%) y menos aún aquellos con destino en Gipuzkoa (54%), aún siendo mayoría también entre ellos los que ya han visitado Euskadi con anterioridad.

Sin embargo es Gipuzkoa el territorio que presenta tasas de intención de regreso por trabajo superiores (28%). Éstas son en cualquier caso más bajas para cualquier territorio (25% en Bizkaia y 8% en Álava).

#### Número de viajes realizados a Euskadi por trabajo en los últimos 5 años según territorio histórico



#### Número de viajes que realizará a Euskadi por trabajo en los próximos 5 años según territorio histórico





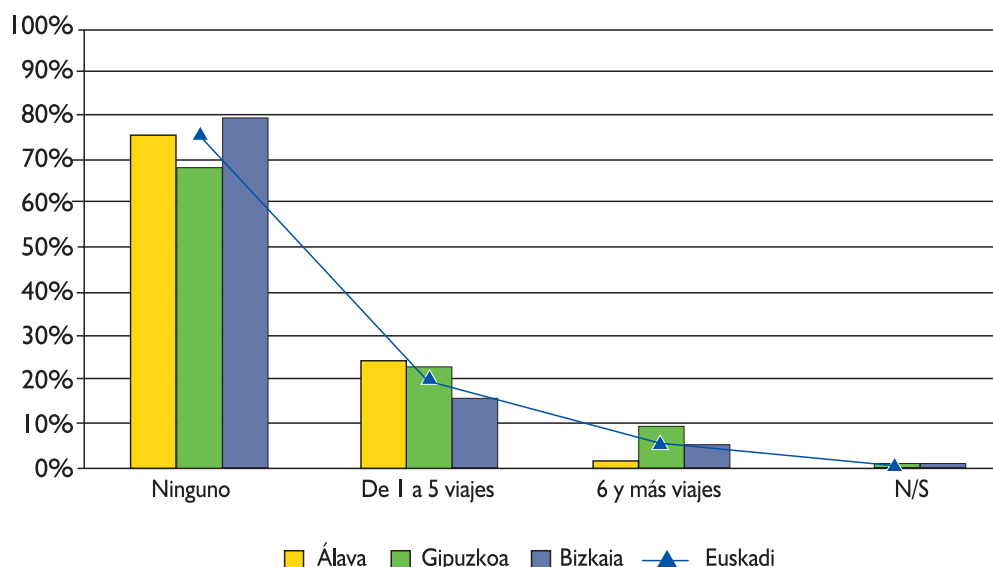
## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

Normalmente, el viaje de negocio no viene acompañado de una secuencia posterior de viajes de ocio, aún cuando hasta un 25% de los viajeros por negocio han estado en alguna ocasión por ocio en Euskadi a lo largo de los años anteriores a esta visita. La tasa de visita por ocio esperada es aún más escasa (9%). Son mucho más importantes las reiteraciones esperadas debidas a las conexiones comerciales o empresariales (22%) que aquellas privadas derivadas de un conocimiento previo originado en un viaje de negocios.

En todo caso, Gipuzkoa es el territorio con más capacidad para originar tales viajes (18%), cifra que, aún sin desprenderse demasiado de las tendencias generales al respecto, se acerca ya a la de visitas previstas por negocios.

Por orígenes, los extranjeros presentan tasas de retorno por ocio superiores al resto. Esta querencia es además especialmente destacable para aquellos países que aportan fuertes contingentes de visitantes por negocio por carretera: Francia (22%) y Portugal (21%). No sucede igual para aquellos orígenes que realizan aportes importantes pero que utilizan mayoritariamente el avión, como Alemania (4%) o Gran Bretaña (10%). Dentro de España, madrileños (9%) y catalanes (10%) presentan tasas de intención de regreso para viajes de ocio ligeramente superiores a la media.

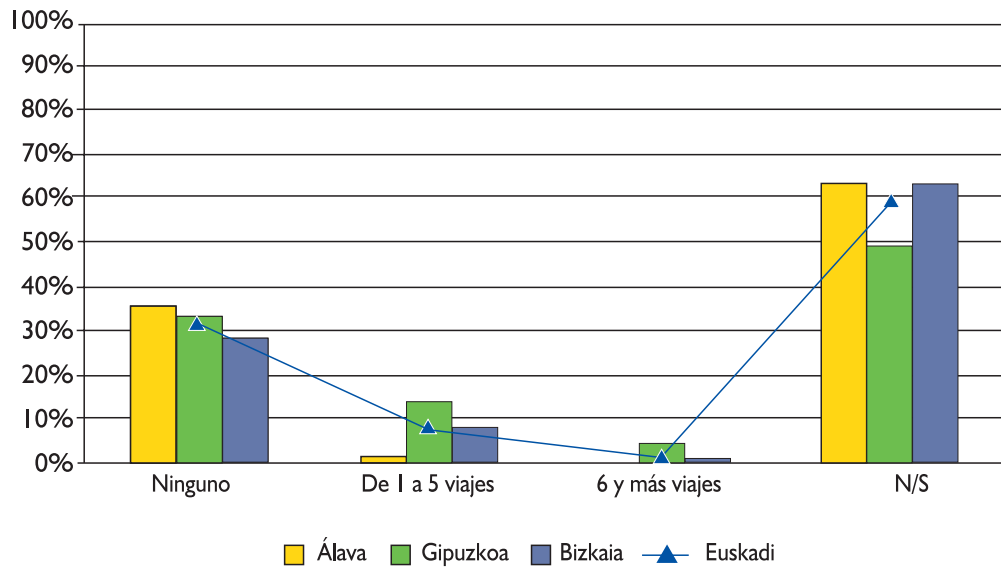
### Número de viajes realizados a Euskadi por ocio en los últimos 5 años según territorio histórico



Por motivos de trabajo, viajes por realización de trabajos para cliente (14%) o internos (11%) son los que generan viajes futuros por ocio, pero no así los motivados por intercambios comerciales.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

Número de viajes que realizará a Euskadi por ocio en los próximos 5 años según territorio histórico



### 2.3 DESTINO PRINCIPAL DEL VIAJE EN RELACIÓN CON SUS ETAPAS

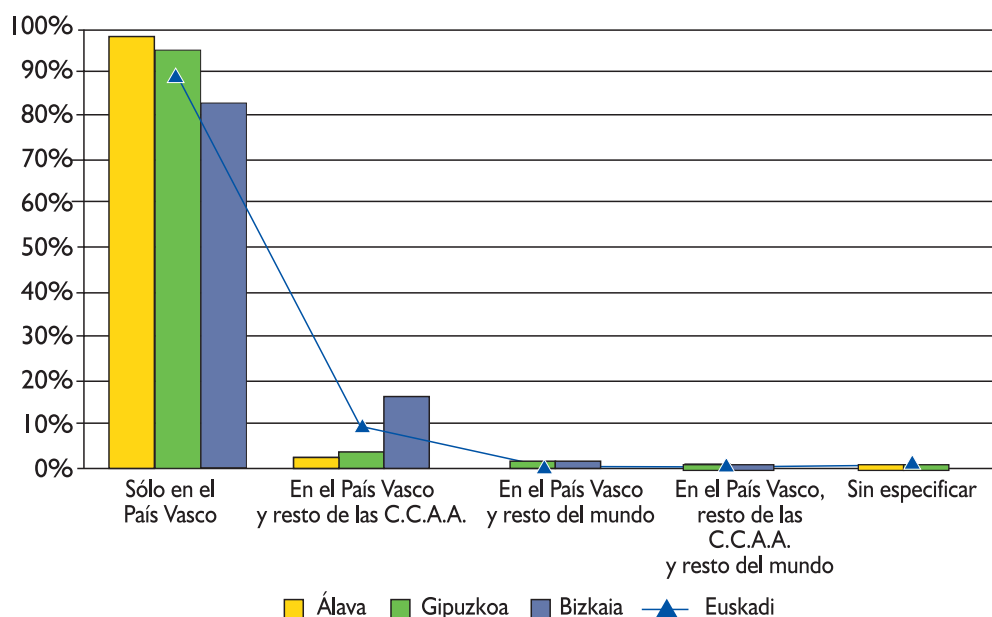
Los viajes por trabajo son de destino específico (87%). No conllevan prácticamente etapas diferentes, y en los pocos casos en que es así, estas etapas se circunscriben específicamente a territorio español (10%). Más específicamente, rompen la tendencia general algunos recorridos de corta distancia, ya por la Comunidad Autónoma Vasca, o ya, en menos casos aún, otros que alcanzan Madrid, Castilla y León, Cataluña, Asturias o Cantabria.

Los viajes de trabajo que acompañan etapas se concentran principalmente en Bizkaia. La causa principal de ello es que Bizkaia recoge buena parte de los trabajos comerciales (53%) y, especialmente, los de compras de bienes (82%), que son los principales generadores de turismo de negocios por etapas.

#### Porcentaje de comunidades autónomas que reciben etapas entre los turistas de trabajo en el País Vasco



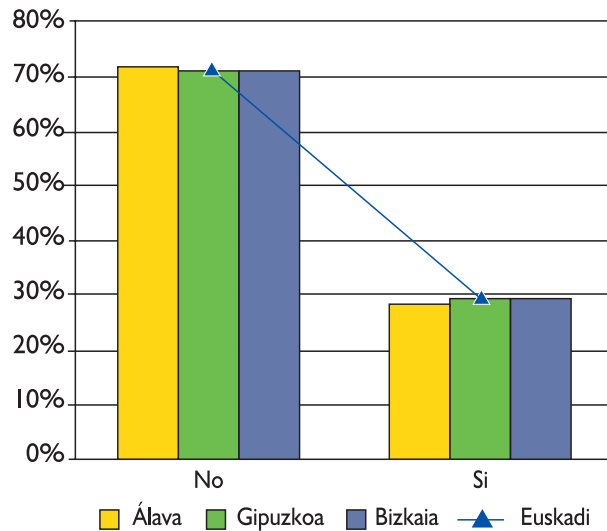
#### Tipo de viaje realizado por el turista teniendo en cuenta todas sus etapas según territorio histórico



### 2.4 PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

Son preponderantes aquellos que no preparan su viaje (71%) frente aquellos que sí lo hacen. La especificidad de los viajes de trabajo, y la asiduidad en el viaje de negocios a Euskadi, son factores causantes de ello.

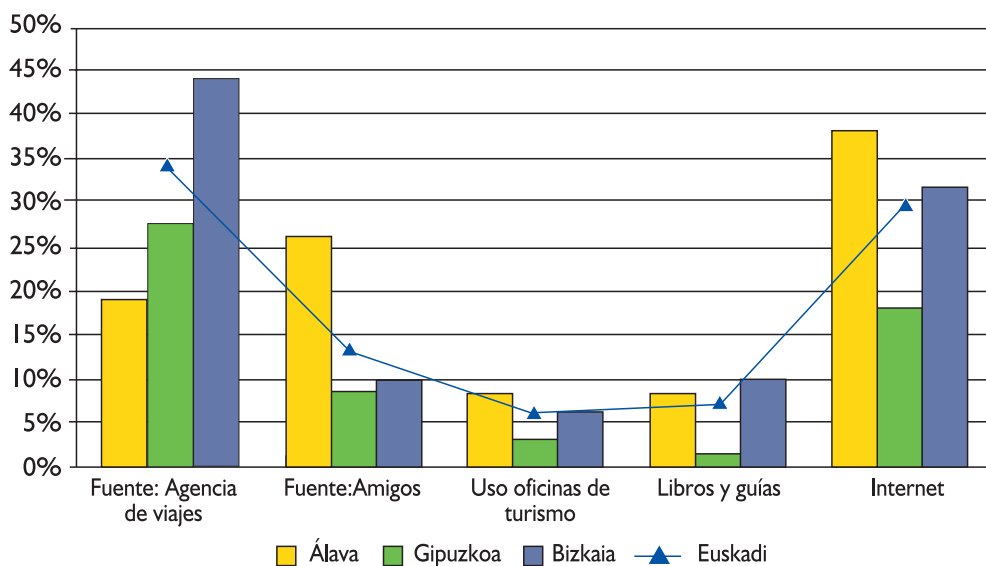
#### Preparación del viaje según territorio histórico



Cuando existe esta preparación previa, es característico de este colectivo el recurso a agencias de viajes. La agencia es importante tanto para la preparación (34%) como para la realización de la reserva (31%). El uso de internet es ya importante como fuente de información (29%), pero alejado de la agencia para la realización de la reserva (8%). A este respecto, es incluso menor que el registrado por los viajeros por ocio (13%).

Bizkaia representa mejor que cualquier otro territorio estas tendencias. Entre los viajeros en Álava internet prepondera especialmente, con los compañeros como segunda fuente principal, mientras que los turistas de Gipuzkoa siguen mejor las tendencias globales.

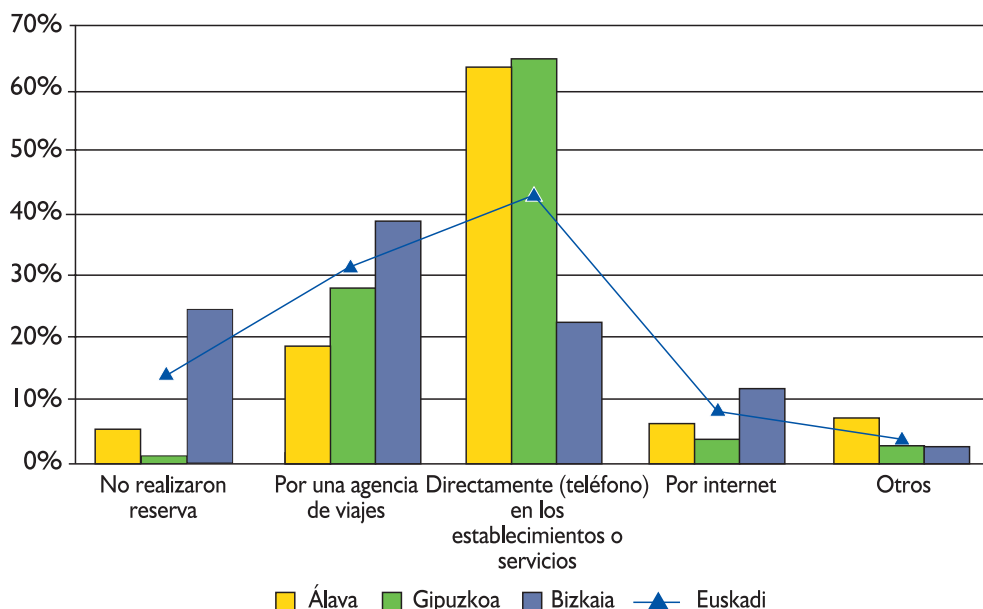
#### Principales fuentes de información del viaje según territorio histórico



(Base: turistas que preparan el viaje)

De cualquier forma, el modo preponderante de realización de la reserva sigue siendo el contacto telefónico directo (43%), si bien ello responde más a las características de los viajeros con destino en Álava y Gipuzkoa. La reserva a través de internet va creciendo, y entra principalmente en los territorios alavés y vizcaíno.

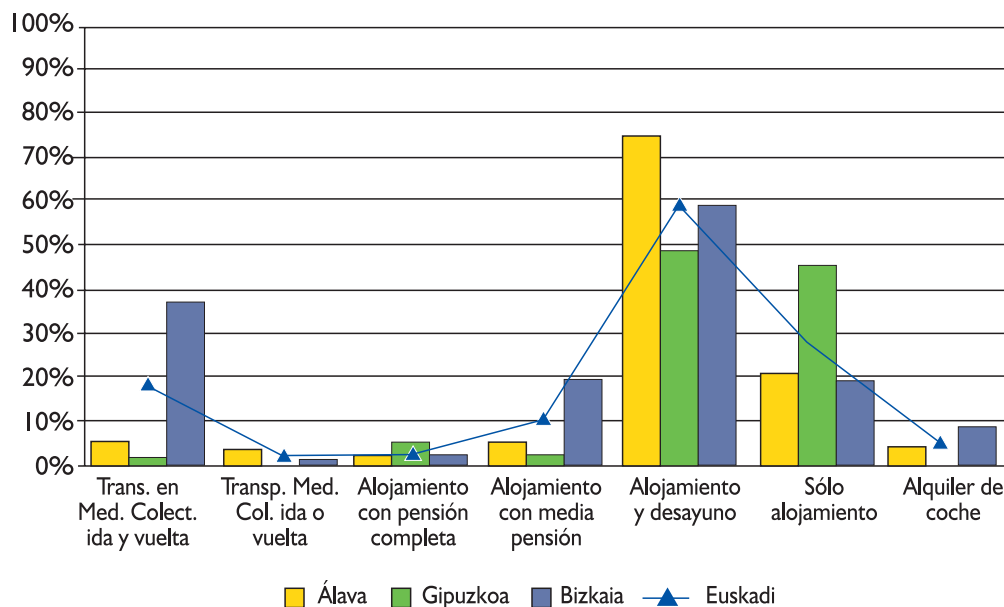
### Forma de reserva del viaje según territorio histórico



También son muy importantes las diferencias respecto a los servicios reservados. En Álava es común y mayoritario la reserva de alojamiento con desayuno (74%), mientras en Gipuzkoa esta opción comparte importancia con la reserva única del alojamiento (48% y 45% respectivamente).

Por el contrario, los viajeros con destino en Bizkaia presentan una diversidad muy superior de servicios reservados. Domina la reserva del alojamiento junto con desayuno (59%) y, en menor medida, del alojamiento únicamente (19%), pero el alojamiento en media pensión tiene aquí un éxito importante (19%) y sobre todo, resulta relevante la reserva del medio de transporte (36%). Ello se debe al considerable uso del avión como medio entre los viajeros de negocios con este destino.

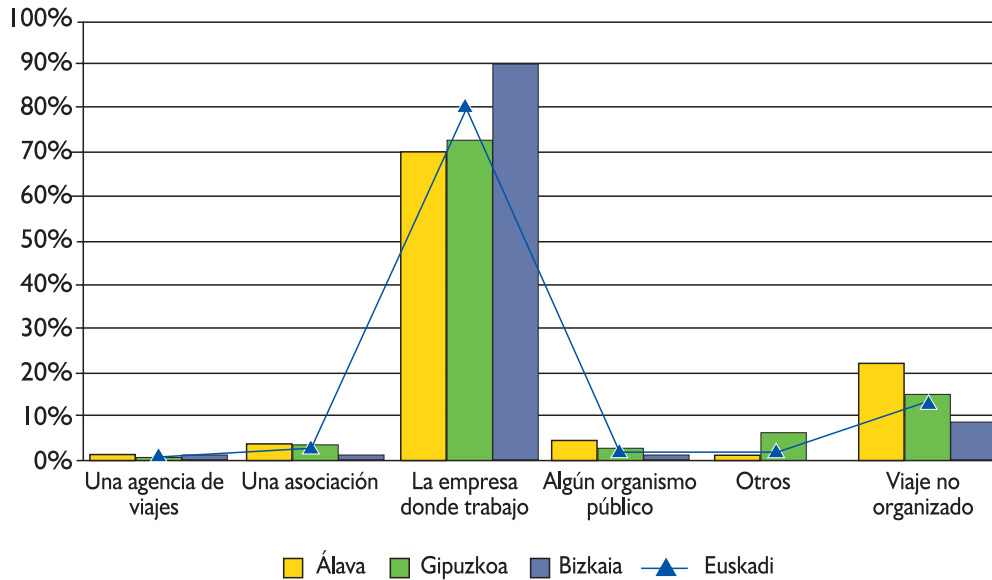
### Servicios que incluía la reserva según territorio histórico para los que han realizado reservas



### 2.5 FORMA SOCIAL DE VIAJAR

La organización de los viajes de trabajo corre a cargo de la propia empresa del trabajador (81%). Más en Bizkaia, donde se da la mayor tasa de organización del viaje.

#### Organización del viaje del turista según territorio histórico

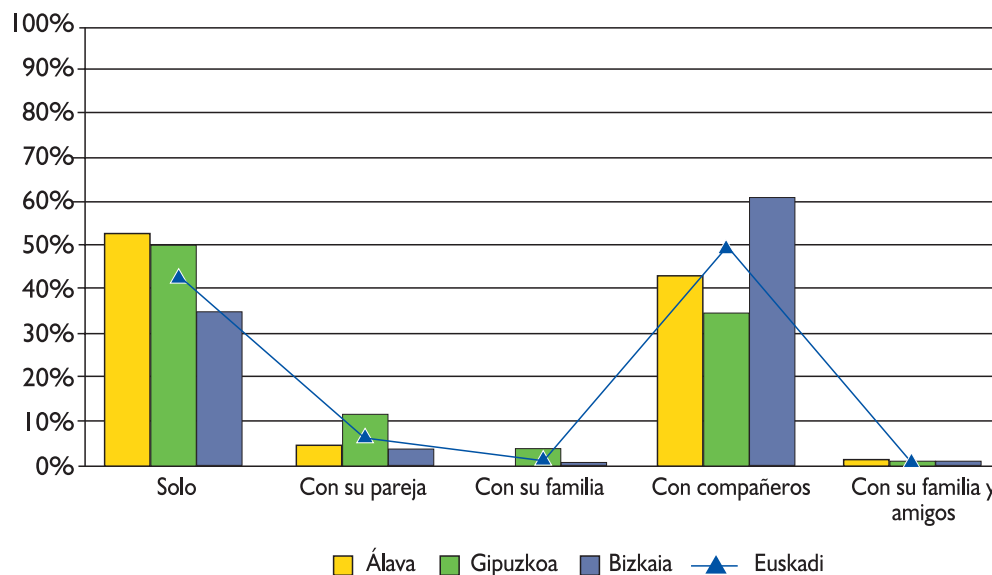


Son, por otra parte, estancias que se desarrollan bien en solitario (43%), bien en compañía de compañeros de trabajo (50%). En Bizkaia son más habituales las estancia en compañía, mientras que en Álava y Gipuzkoa éstas son, manteniendo una tasa elevada, minoritarias respecto a los viajes realizados en solitario.

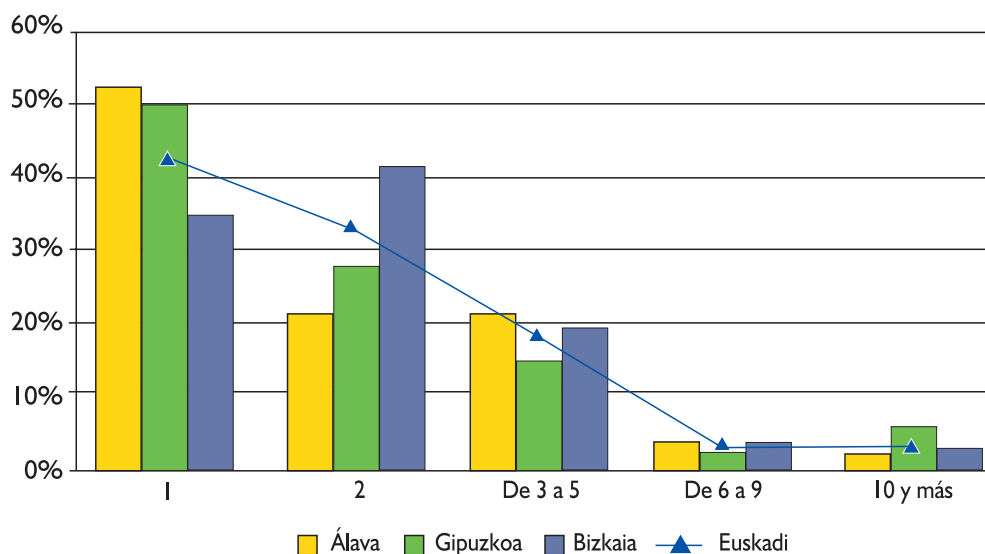
La compañía de la pareja o de la familia cobra cierta relevancia en Gipuzkoa, territorio en el que las estancias por trabajo contienen más componentes asociados al ocio.

Esta compañía no suele ser amplia. Dos personas (31%), especialmente en Bizkaia (41%), y grupos de hasta cinco personas (18%), son los dominantes. Los grandes grupos, de 10 o más personas, tienen cierta relevancia porcentual en Gipuzkoa (5%).

#### Forma de viajar del turista según territorio histórico



**Número de miembros con los que viaja el turista según territorio histórico**



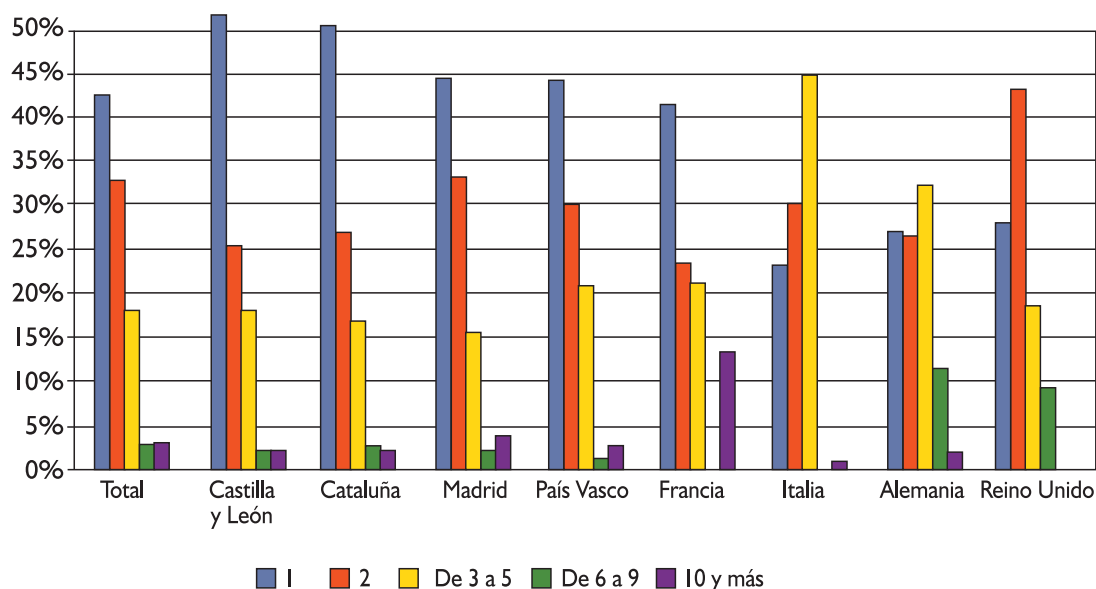
El tamaño de los grupos conformados difiere ampliamente según se trate de viajeros estatales o extranjeros. Ambos colectivos presentan perfiles internos con cierta homogeneidad, razón por la cual la tabla presenta una muestra de aquellos orígenes que presentan bien tendencias importantes por el volumen de viajeros que aportan, bien porque presentan un perfil que se diferencia, como, por ejemplo, el caso italiano.

Los viajeros estatales presentan una configuración de viajeros en solitario y una superior incidencia de grupos de dos personas sobre cualquier tamaño superior.

Al contrario, la procedencia extranjera genera más grupos de tamaño superior. Así, por ejemplo, Francia presenta una tasa de grandes grupos muy elevada, en tanto que Italia genera una distribución en la que, contrariamente a las tendencias generales, dominan los grupos de entre 3 y 5 individuos.

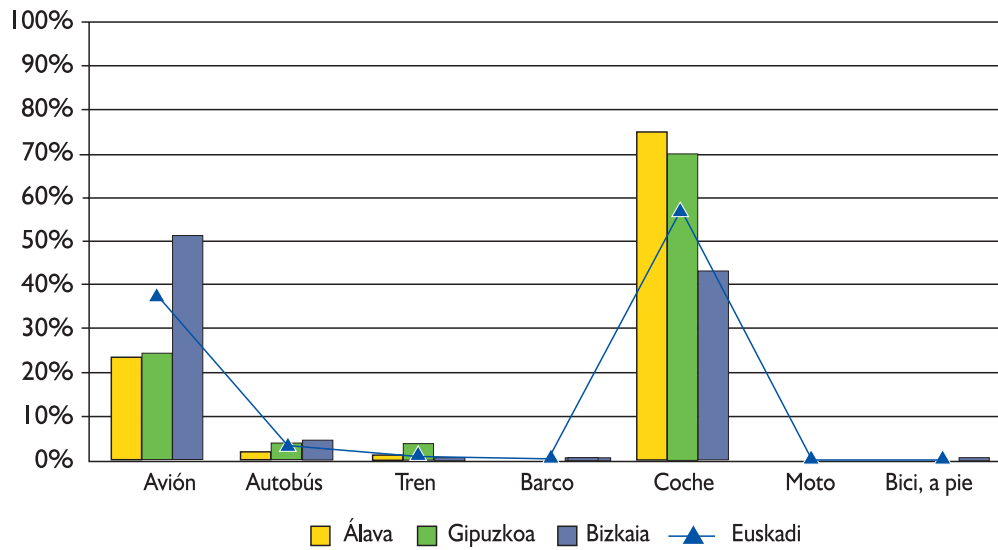
Los grandes grupos, de 10 o más personas, además de Francia, proceden del País Vasco.

**Número de miembros con los que viaja el turista según lugar de residencia**



## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Medio de transporte utilizado según territorio histórico



A pesar de que el vehículo propio es el principal medio de transporte del viajero por trabajo (57%) , no es nada desdeñable la importancia del avión (37%). De hecho, el avión supera en importancia al coche para el transporte de los viajeros con destino en Bizkaia (51%).

El viajero de negocios es muy proclive al uso de este transporte, siempre en función de las conexiones aeroportuarias existentes. Este aspecto lo separa fuertemente del resto de turistas en Euskadi, incluso los extranjeros por ocio.

El resto de transporte público puede casi considerarse irrelevante entre los turistas de trabajo.

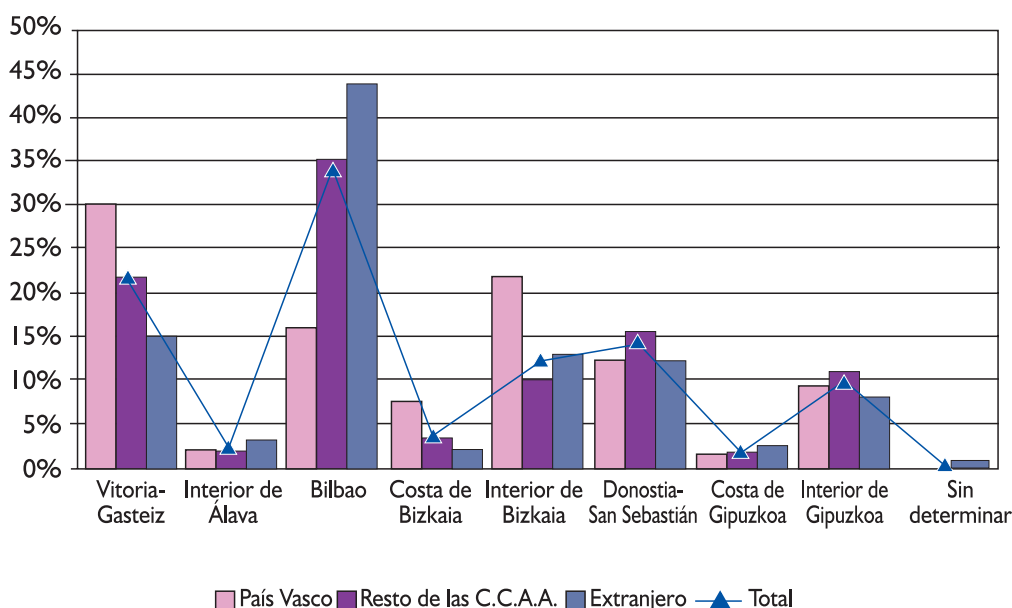


## 2.6 DESTINO PRINCIPAL DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

El turismo de trabajo se dirige principalmente a las capitales vascas. El grupo principal de viajes por trabajo se encuentra en Bilbao (35%), seguido por Vitoria-Gasteiz (21%) y Donostia-San Sebastián (14%). Esta tendencia hacia Bilbao se extrema entre el turista de origen extranjero (44%), aunque la misma tendencia, con rasgos algo menos acusados la presentan los viajeros procedentes de las comunidades españolas (35%).

La pernoctación de trabajo de los turistas vascos se da preferentemente en Vitoria-Gasteiz (39%) o en el interior de Bizkaia (22%), Ello se debe al origen de este turismo interno, que en su mayor parte no necesita de la pernoctación para la realización de estas labores.

### Zonas de destino principal del viaje según origen del turista

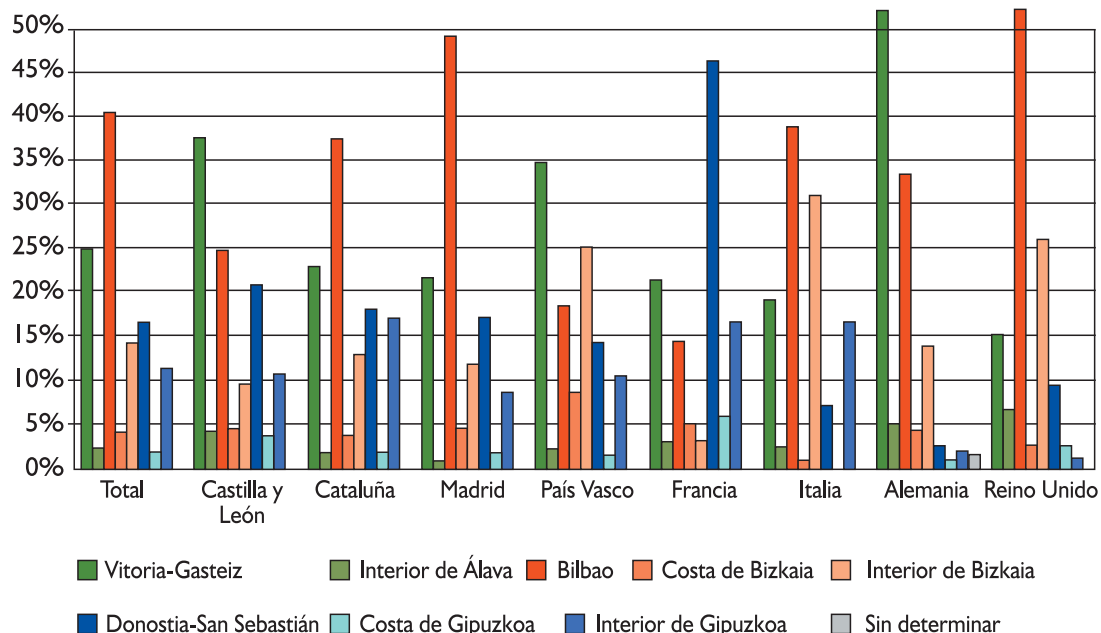


Así, como regla general, los viajeros de corta distancia, considerando como tales a los procedentes de Euskadi o de las comunidades aledañas, pernoctan principalmente en Vitoria-Gasteiz. Estas comunidades aledañas aportan también importantes contingentes a Bilbao y al interior guipuzcoano, pero no así a Donostia-San Sebastián.

Cataluña y, sobre todo, Madrid, principales fuentes de turismo de trabajo, centran su aporte de manera especial en Bilbao, aunque con tendencia a una distribución homogénea que alcanza a Vitoria-Gasteiz y, en menor medida a los interiores vizcaíno y guipuzcoano. También el turismo extranjero se centra en Bilbao. Esta tendencia es extrema entre viajeros no europeos y entre franceses, y algo menos acusada entre alemanes o entre los procedentes de otras comunidades.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Principales diferencias en cuanto a los lugares de origen según destino principal del viaje.

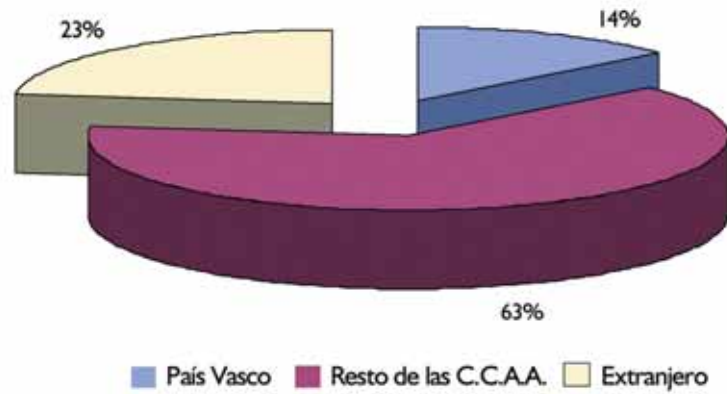


Las etapas en los viajes de trabajo dentro de Euskadi son mínimas (3%). Sólo tienen cierta, escasa, incidencia, las combinaciones Bilbao – Vitoria-Gasteiz (1,6%) y Bilbao - Donostia-San Sebastián (1,2%), así como los que incluyen capital e interior en los casos guipuzcoano y vizcaíno.

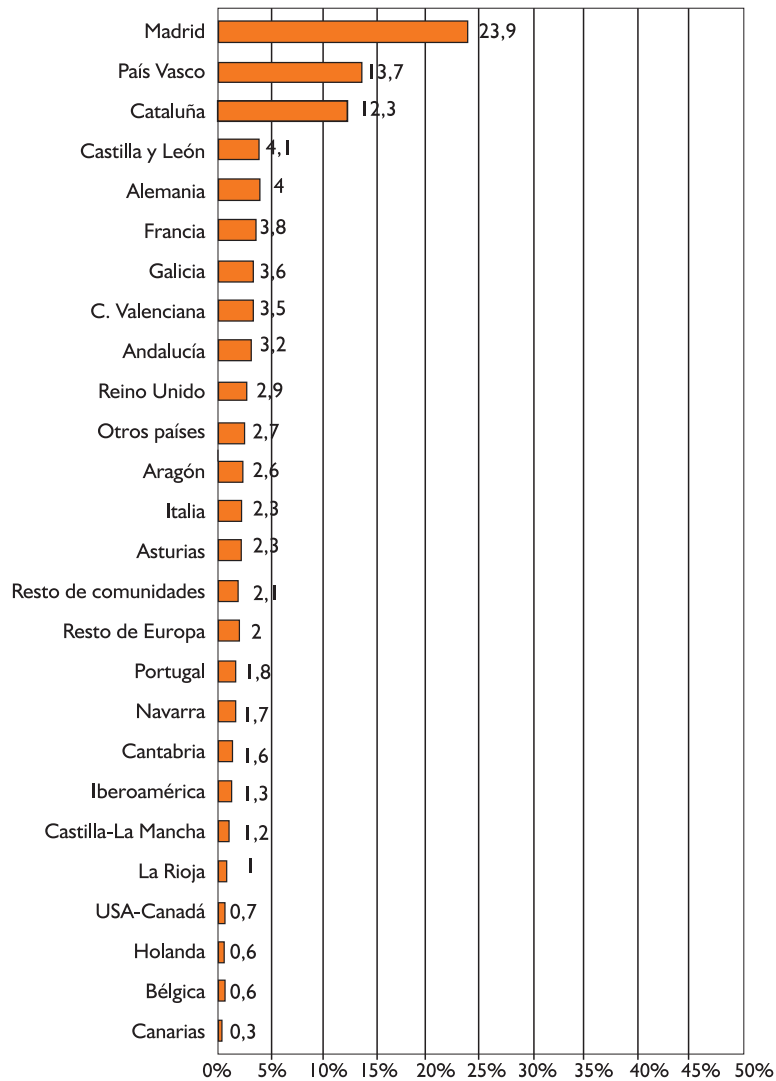
### Tipo de viaje en relación a las etapas del viaje dentro de los territorios históricos del País Vasco

(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1002	676	1303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Sólo Vitoria-Gasteiz....	19,9	86,1	,5	,3
Sólo Bilbao....	33,3	1,5	64,7	-
Sólo Donostia-San Sebastián....	14,1	-	52,3	,6
Vitoria-Gasteiz y Bilbao....	1,6	2,8	,1	1,9
Vitoria-Gasteiz y Donostia-San Sebastián....	,2	,7	,1	,1
Bilbao y Donostia-San Sebastián....	1,2	-	2,3	1,1
En todas....	,6	,9	,3	,5
En ninguna o no especifica....	29,1	9,5	42,9	30,8

2.7 PRINCIPALES LUGARES DE RESIDENCIA



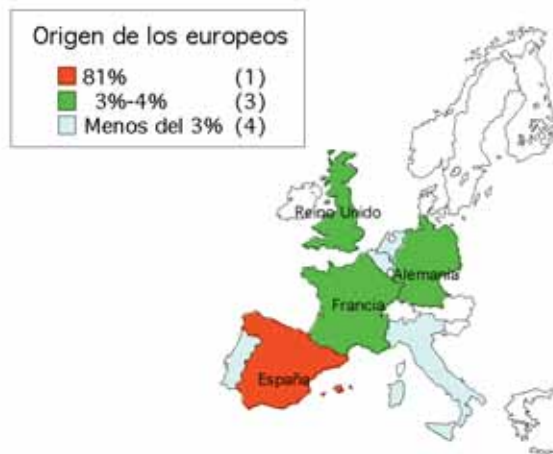
Ranking de la distribución de los orígenes nacionales y extranjeros



## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

El turismo de trabajo es fundamentalmente estatal (77%): la Comunidad de Madrid se configura como contingente central (24% del total), acompañando a los también importantes colectivos conformados por el turismo interno, con origen en Euskadi (14%), y del procedente de Cataluña (12%). Sólo Francia (4%), Alemania (4%) y Gran Bretaña (3%) aportan volúmenes destacables de turistas por trabajo entre los países extranjeros.

### Origen de los turistas europeos (distribución porcentual de los datos muestrales)



### Origen de los turistas españoles por comunidades autónomas

(Base: Turistas del Estado)

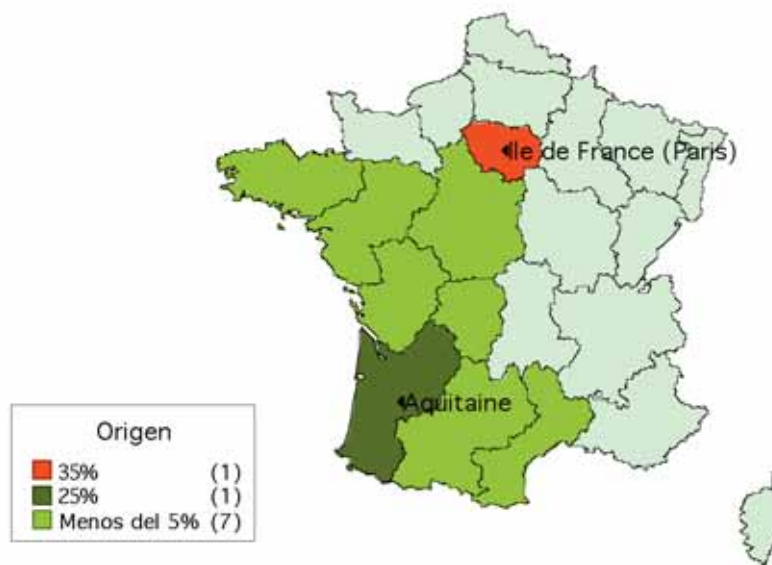


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

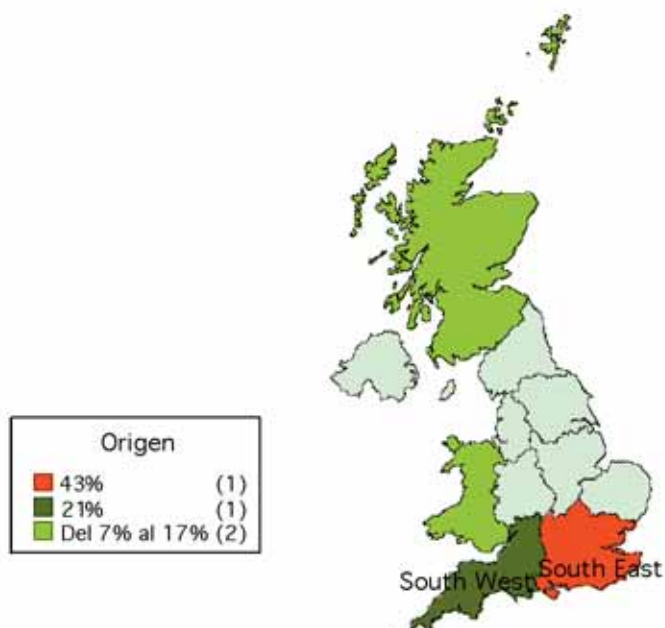
Es de destacar la escasa incidencia del intercambio turístico con pernoctación por negocios con las comunidades aledañas a Euskadi, determinada tanto por la cercanía como por la calidad de las comunicaciones, que permiten el viaje de jornada única.

París (35% del francés) y la región aquitana (25%) aportan la mayor parte de los contingentes de turistas franceses, en tanto que los restantes se distribuyen en función de la lejanía y la calidad de las comunicaciones. Londres y su extensión al sur de Inglaterra en Gran Bretaña, cualquier región industrial del sur alemán, con el añadido de Berlín y, sobre todo, Hamburgo, y el norte industrial italiano, son las regiones que, en Europa, aportan en mayor medida turistas de trabajo a Euskadi.

### Origen de los franceses por departamentos de residencia



### Origen de los británicos por regiones de residencia

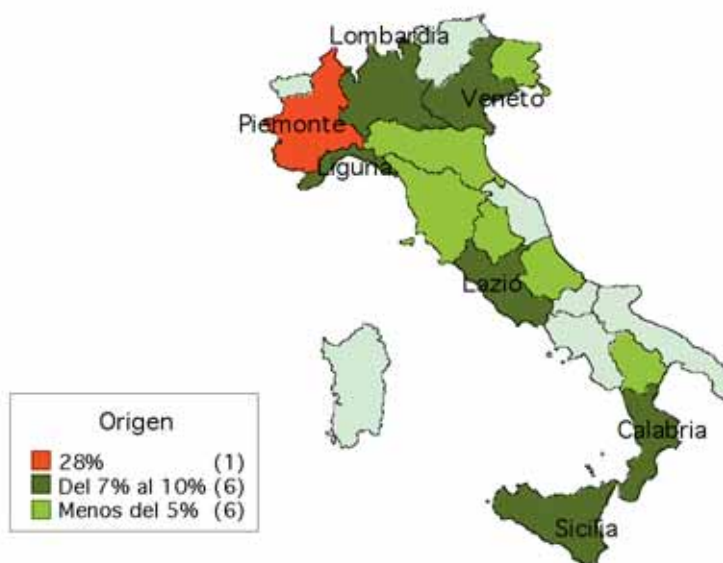


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Origen de los alemanes por lander de residencia



### Origen de los italianos por regiones de residencia

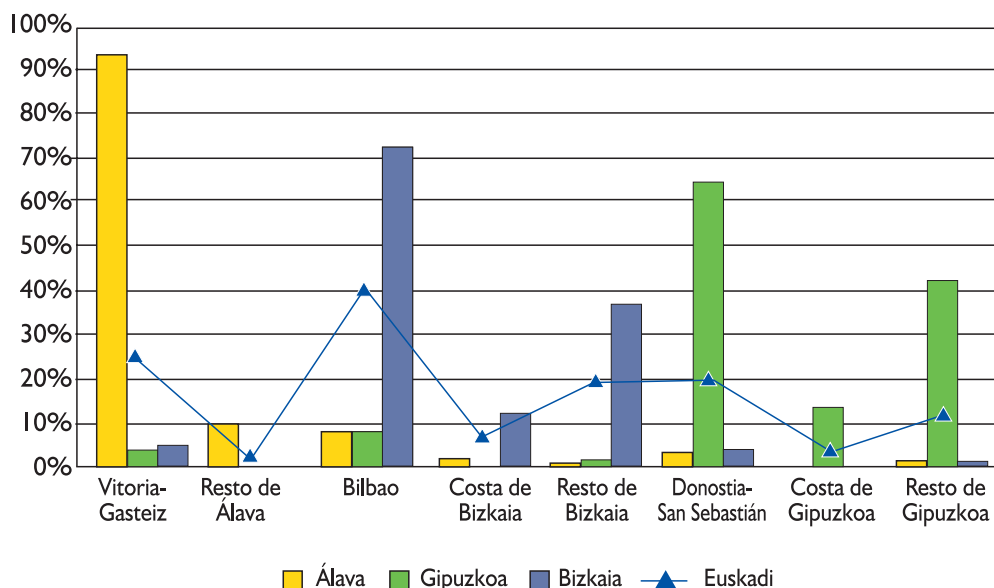


## 2.8 LUGARES VISITADOS EN EL PAÍS VASCO DURANTE EL VIAJE PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES

### Itinerarios más importantes realizados en el País Vasco

(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Sólo Vitoria-Gasteiz....	18,1	79,6	-	-
Sólo interior de Álava...	1,3	5,7	-	,0
Vitoria-Gasteiz e interior de Álava ....	,7	2,9	-	-
Sólo Bilbao....	25,6	-	,0	50,3
Sólo costa Bizkaia....	2,9	-	-	5,7
Sólo interior Bizkaia....	8,7	-	-	17,0
Bilbao y costa Bizkaia....	1,3	-	-	2,6
Bilbao y resto Bizkaia....	,8	-	-	1,6
Sólo Bizkaia sin Bilbao....	,7	-	-	1,5
Bilbao e interior Bizkaia....	6,1	-	-	11,9
Sólo Donostia-San Sebastián....	12,0	-	45,4	-
Sólo costa Gipuzkoa....	1,2	-	4,7	-
Sólo interior Gipuzkoa....	6,7	-	25,5	-
Donostia-San Sebastián y costa Gipuzkoa....	,8	-	3,0	-
Donostia-San Sebastián e interior Gipuzkoa....	1,7	-	6,4	-
Donostia-San Sebastián y resto Gipuzkoa....	,7	-	2,8	-
Sólo Gipuzkoa sin Donostia-San Sebastián....	,5	-	1,9	-
Vitoria-Gasteiz, Bilbao....	1,5	4,5	-	,9
Vitoria-Gasteiz, Donostia-San Sebastián....	,3	1,0	,4	-
Bilbao, Vitoria-Gasteiz, Donostia-San Sebastián....	1,1	1,7	,8	,9
Bilbao, Donostia-San Sebastián....	1,2	-	2,1	1,3
Resto itinerarios en Euskadi....	6,0	4,5	6,9	6,3
Sin Especificar....	,0	-	,1	-

### Lugares del País Vasco donde se han realizado las actividades, según territorio de destino principal



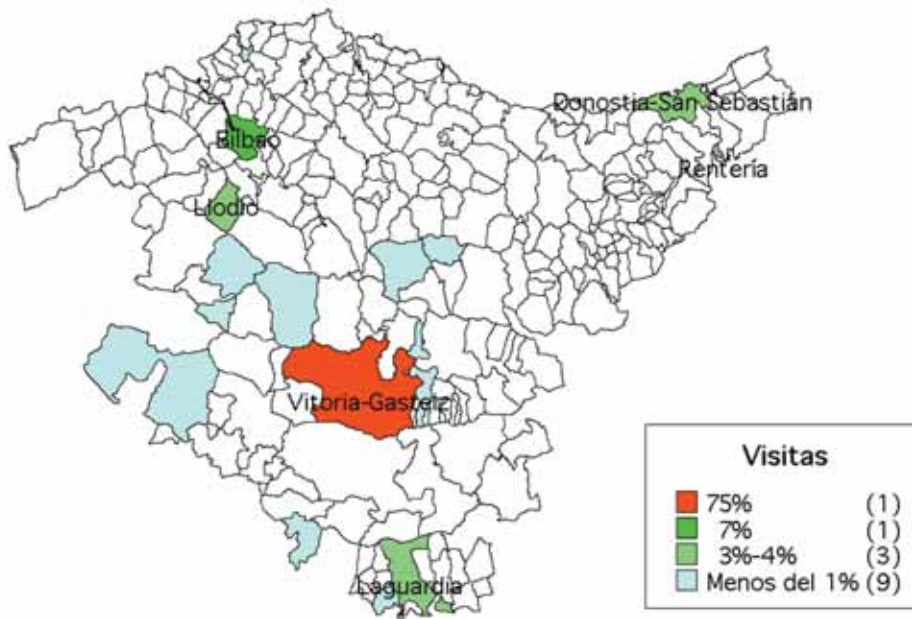
## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

Los territorios históricos que conforman la Comunidad Autónoma Vasca resultan relativamente estancos entre ellos. El turista por trabajo no realiza prácticamente etapas. Al contrario, realiza viajes de destino único, sin extensiones ni fuera ni dentro de la comunidad.

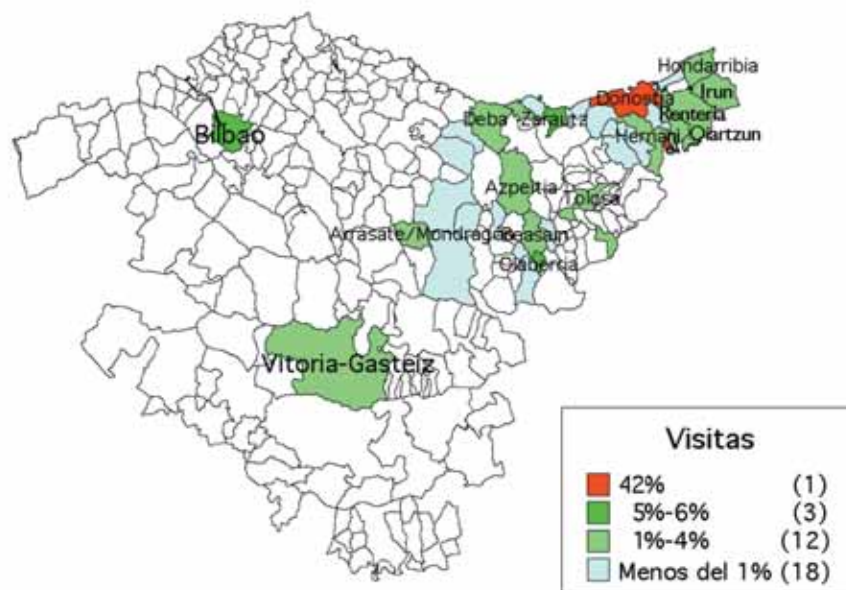
Así, Vitoria-Gasteiz resume la mayor parte de las visitas de los turistas que se dirigen a Álava, Donostia-San Sebastián y su área metropolitana la mayoría de aquellas de los que se dirigen a Gipuzkoa y Bilbao y su área circundante reúnen casi la totalidad de visitas de aquellos que por su labor se dirigen a Bizkaia.

Tan solo las capitales tienen algún atractivo para la realización de una visita entre los turistas que se dirigen por su motivo principal a otro territorio.

### Municipios visitados<sup>(\*)</sup> en Euskadi por los turistas encuestados en Álava



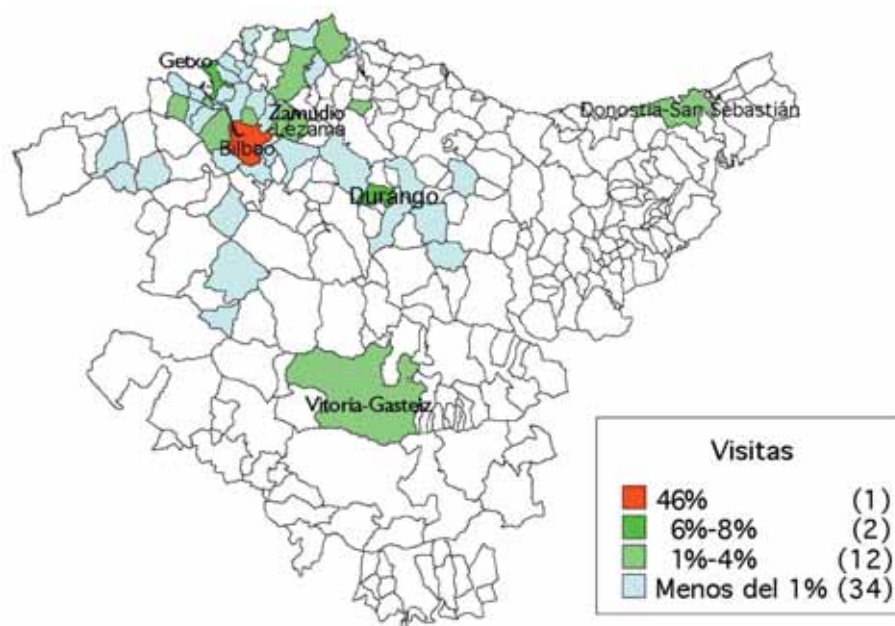
### Municipios visitados en Euskadi por los turistas encuestados en Gipuzkoa



<sup>(\*)</sup> Es necesario tener en cuenta que un viajero puede realizar varias visitas a lo largo de su estancia, por lo cual no se pueden comparar los datos porcentuales de viajeros con los de visitas.



### Municipios visitados en Euskadi por los turistas encuestados en Bizkaia



### VISITAS REALIZADAS A LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS VASCO SEGÚN EL ORIGEN

Las visitas de los turistas por trabajo se centran mayoritariamente en el destino principal. Son escasas las visitas de carácter secundario, especialmente las realizadas sin pernoctación en terceros municipios y las que se realizan por ocio.

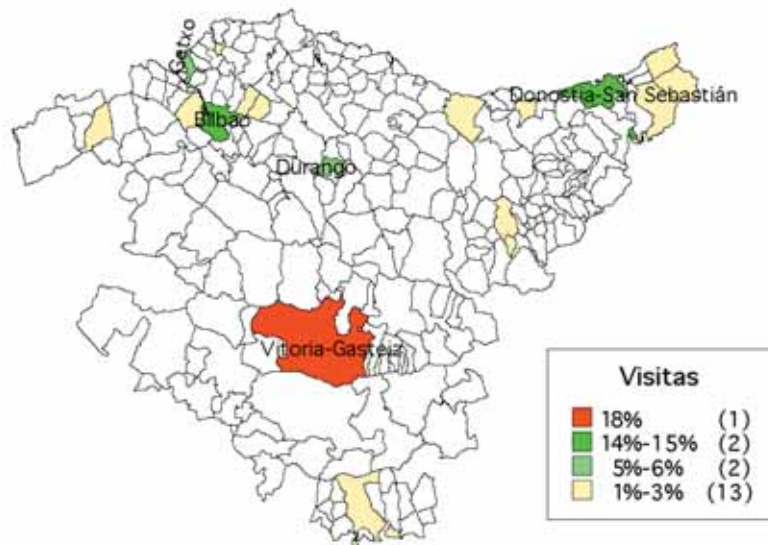
Vitoria-Gasteiz (18%) protagoniza las visitas de turismo interno, vasco, en tanto que Bilbao capitaliza el resto (24% para turistas españoles y 29% entre extranjeros). Ello no se debe a que Vitoria-Gasteiz recoja la mayoría de los movimientos motivados por trabajo dentro del País Vasco, sino a que la mayor parte de éstos responden a orígenes y destinos locales cercanos o bien comunicados, y por tanto se expresan como excursionistas al no necesitar de pernoctación.

Entre los residentes de comunidades españolas se hacen notar, junto con Bilbao (24%) y Vitoria-Gasteiz (21%), los centros industriales del interior guipuzcoano y vizcaíno. Así, son núcleos activos de recepción de turistas localidades como Llodio, Durango, Zamudio, Barakaldo, Getxo, Arrasate, Zarautz, Hondarribia, Irún u Olaberria, entre otras.

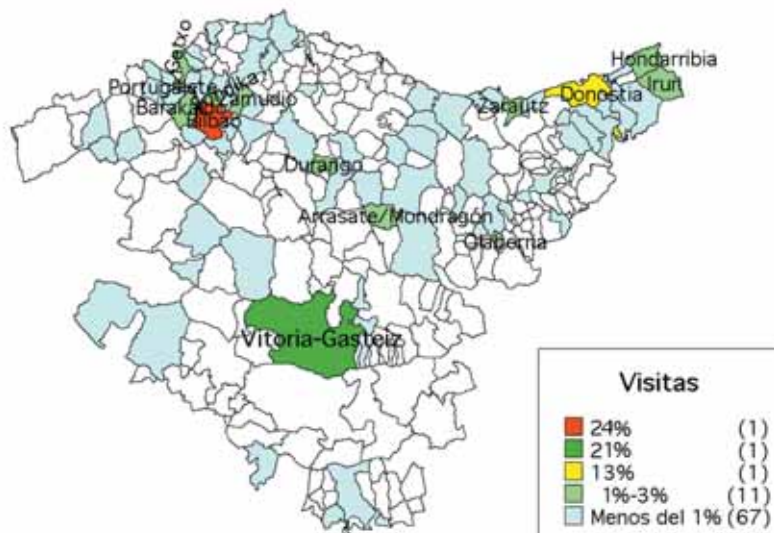
Los visitantes extranjeros presentan una orientación importante hacia las capitales vascas. Entre ellas, Bilbao es la principal receptora (29%), con Vitoria-Gasteiz cerca (24%), y Donostia-San Sebastián en tercer lugar (11%).

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

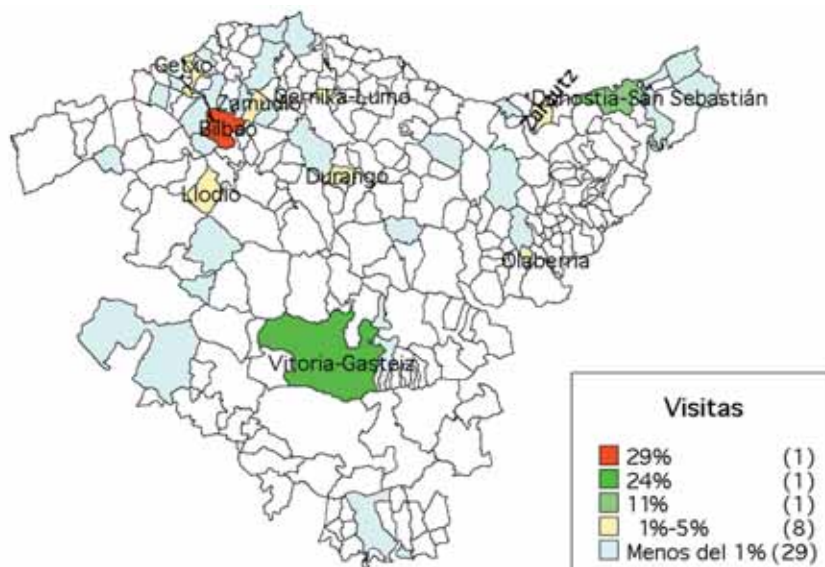
### Municipios visitados por los residentes en el País Vasco



### Municipios visitados por los residentes en el resto de C.C.A.A.



### Municipios visitados por los residentes en el extranjero



## 2.9 PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN EUSKADI

Desde cualquier punto de vista de la industria turística, existe un interés manifiesto por conocer en qué emplea el tiempo libre el turista de trabajo.

A pesar de que casi 2/3 de ellos realiza alguna actividad paralela, el análisis de éstas muestra que las actividades paralelas de ocio específicas entre el turismo de trabajo en Euskadi son, en general, escasas, y casi nunca diversas o variadas. Destaca la realización de algunas actividades urbanas, de tipo genérico, como los paseos (9%), el conocer la ciudad (9%), que se dan en Vitoria-Gasteiz y en Donostia-San Sebastián, o la realización de salidas nocturnas (8%), en Bilbao especialmente (12%). Sólo la gastronomía se configura como actividad asociada a las visitas laborales (31%).

No obstante, existen dos nichos en los que se potencia tanto el incremento de actividades como la intensidad, en términos de integración, de su realización (véase actividad cultural, conocimiento de la ciudad, vida nocturna...), siempre dentro del ámbito de una oferta puramente urbana.

El destino en Gipuzkoa es uno de ellos. Este destino va aparejado a un claro incremento del porcentaje de individuos que desarrollan actividades paralelas de ocio. La demanda en este territorio incluye bastante más callejeo por la ciudad (20%), algo de turismo cultural (6%), o un pequeño contingente de compras (5%), muy específico de este territorio además. Pero sobre todo, este destino se destaca y diferencia con su oferta gastronómica (67%), por sí misma definidora de la actividad extralaboral en este territorio.

### Realización de actividades aparte de las propias de trabajo según territorio de encuestación

(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO DE ENCUESTACIÓN			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1.303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
No....	36,6	49,2	15,4	42,0
Sí....	63,4	50,8	84,6	58,0

El origen alejado se constituye como el segundo hito en el incremento de participación en el destino del viaje. En términos generales, cualquier origen externo lleva implícita una mayor integración. Pero son sobre todo los turistas extranjeros los que tienden a una mayor realización de actividades al tiempo que a una mayor especialización de éstas. La orientación hacia la actividad cultural es una de las que en mayor medida destaca el extranjero sobre el turista español.

### Realización de actividades aparte de las propias de trabajo según origen del turista

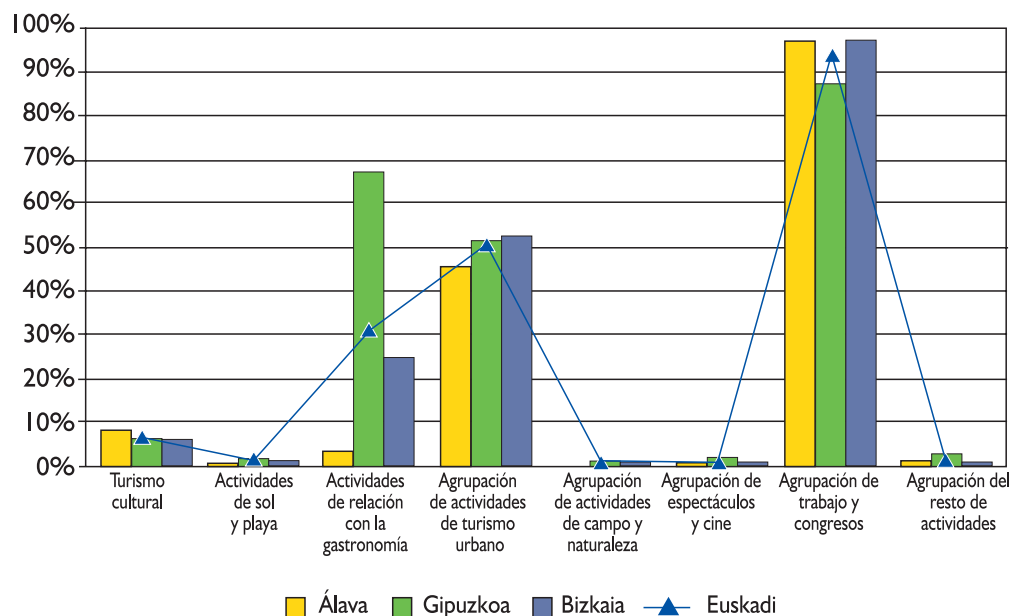
(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL			
	TOTAL	País Vasco	Resto de las C.C.A.A.	Extranjero
Total Muestral	2.981	180	2.069	732
Media anual datos elevados	674.848	92.291	428.209	154.348
No....	36,6	44,3	39,6	23,6
Sí ....	63,4	55,7	60,4	76,4

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

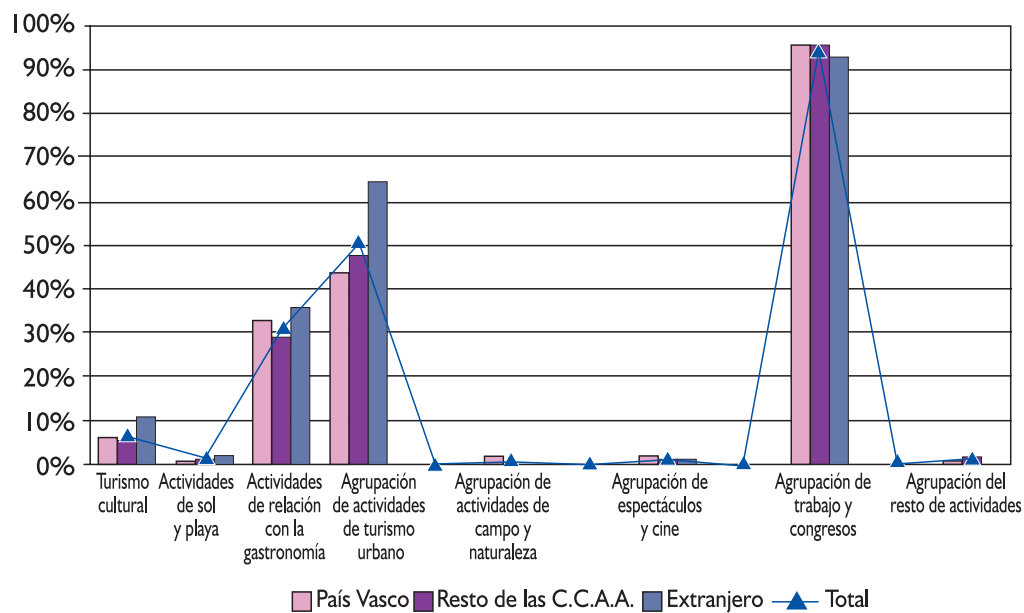
### Principales actividades realizadas en Euskadi según territorio histórico

(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Conocer la ciudad....	9,1	17,1	2,0	9,1
Vida nocturna....	7,7	1,7	3,8	12,4
Pasear por las calles....	9,5	,9	20,1	7,8
Turismo cultural....	6,6	8,0	6,4	6,1
Actividades relacionadas con la gastronomía....	31,0	3,2	67,3	24,7
Compras y servicios personales....	2,3	,3	5,7	1,4
<b>PRINCIPALES COMBINATORIAS DE ACTIVIDADES</b>				
Sólo Turismo urbano....	2,0	,4	5,6	,9
Turismo urbano y cultural....	,6	,8	,3	,6
Turismo urbano y trabajo....	21,6	37,9	5,0	22,9
Turismo urbano y campo o playa....	,5	-	,1	,8
Turismo urbano, cultural y gastronomía....	,1	,5	-	-
Sólo turismo cultura....	,2	,2	,6	,0
Sólo actividades de campo o de playa....	,1	,1	,5	-
Sólo trabajo....	36,6	49,2	15,4	42,0
Sólo otras actividades (compras, espectáculos...)....	,0	,0	,0	-
Resto de combinatorias....	38,2	10,8	72,2	32,8
Sin especificar....	,1	-	,2	-

### Principales actividades según territorio histórico



Principales actividades según origen

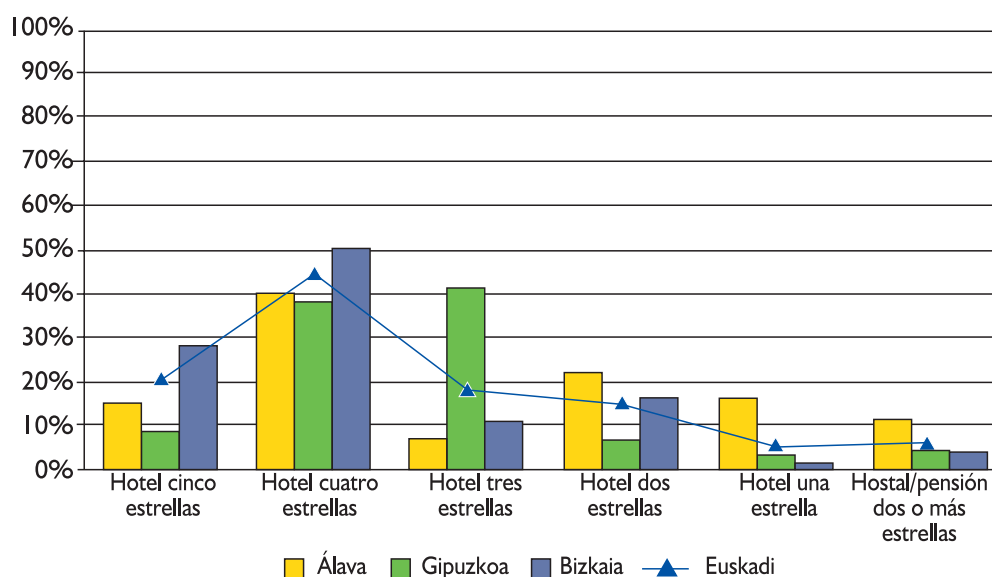


### 2.10 ALOJAMIENTO DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

Debido al bajo porcentaje de individuos que se alojan en establecimientos de turismo rural y camping por motivo de trabajo y a fin de poder realizar una mayor desagregación de los datos, se ha dedicado este capítulo exclusivamente a los turistas que se han alojado en establecimientos hoteleros.

El hotel de cuatro estrellas es el alojamiento preferido del turista de trabajo (44%). Éste resulta el valor central de la demanda de alojamiento, siendo importante también el interés por los establecimientos hoteleros de cinco estrellas (20%) y los de tres estrellas (18%).

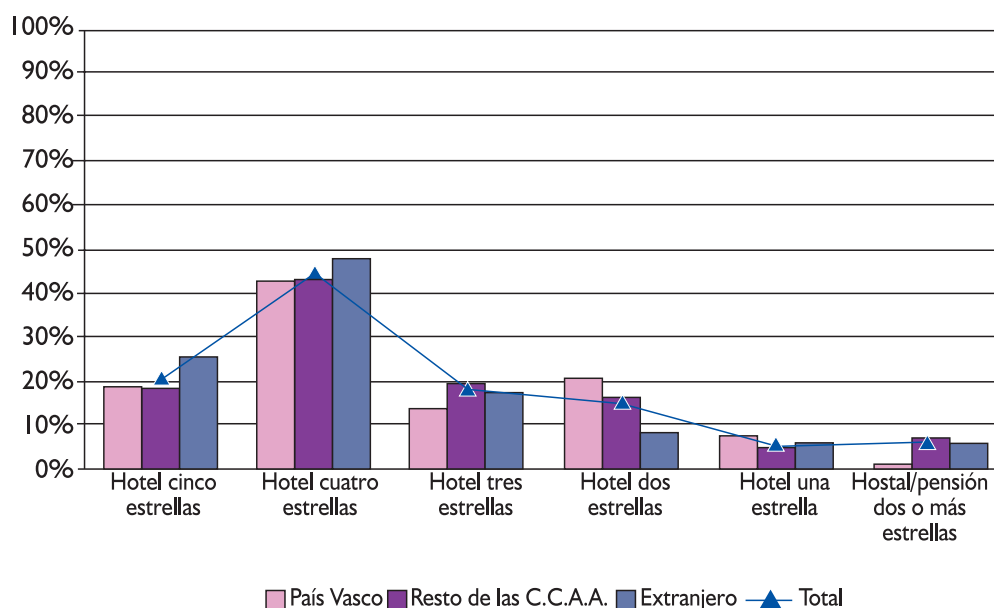
#### Alojamientos utilizados durante su viaje al País Vasco según territorio histórico



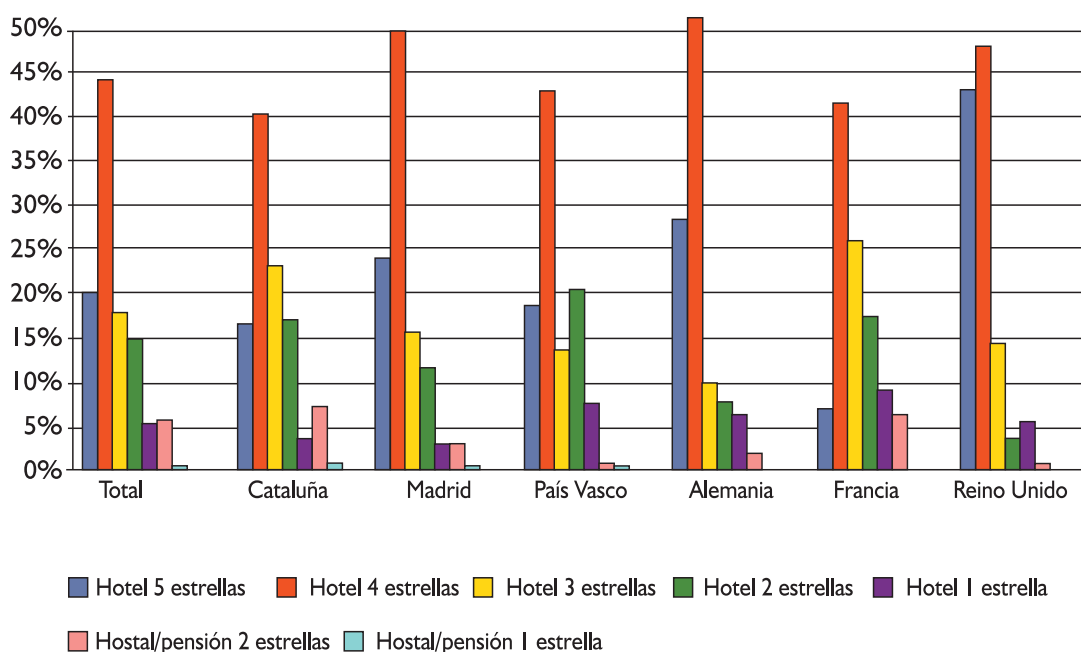
Por territorios, Álava acoge una demanda de alojamiento de menor calidad que Gipuzkoa y Bizkaia, indicador, entre otros, de turismo de ligero menor nivel sociolaboral, pero también de una oferta general de menos estrellas.

Si bien manteniendo la tendencia general de alojamiento en hoteles de cuatro estrellas (40%), la demanda de hoteles de baja categoría, dos o menos estrellas, cobra una importancia muy superior a la existente en el resto de territorios (49%).

**Alojamientos utilizados durante su viaje al País Vasco según lugar de residencia**



**Categoría del establecimiento donde pernoctaron según lugar de residencia**



Por orígenes, las máximas preferencias por establecimientos de calidad se dan de modo paralelo a los mayores aportes. Así, ésta es especialmente fuerte entre los turistas procedentes de Madrid, pero también siguen esta tendencia los catalanes, o alemanes y franceses, entre los extranjeros..

Las comunidades aledañas, como Castilla y León se sitúan en el polo opuesto, siendo común entre ellos la demanda de establecimientos de menos de tres estrellas.

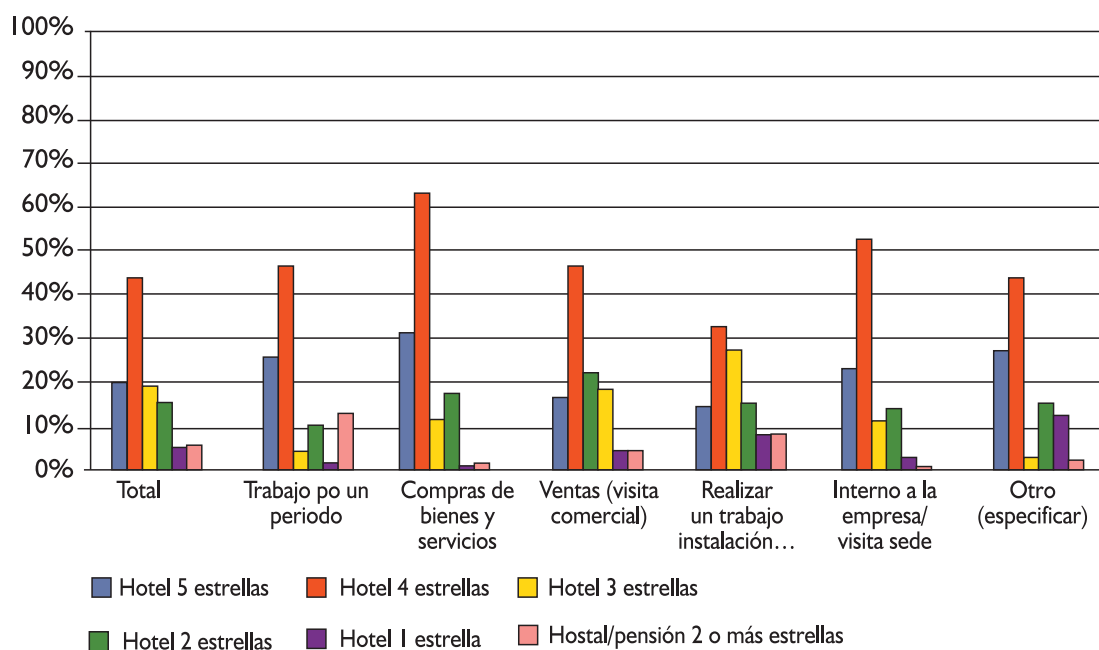
Los diferentes motivos de trabajo de los turistas son también buenos discriminantes de la demanda de establecimientos hoteleros. Las diferencias no son radicales, pero sí existen algunas de consideración. Lógicamente, las motivaciones de trabajo genéricas son las que distribuyen en mayor medida a los turistas,

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

reflejando las tendencias generales con un aumento del alojamiento de tres estrellas a costa del de cuatro. Por el contrario, la visita por compra de bienes y servicios enfatiza el uso de las categorías de establecimiento superior.

En el otro lado, las visitas de trabajo por contrato temporal dividen a los visitantes en dos grupos muy diferenciados. Por un lado son los que más orientan a los turistas hacia pensiones y otros establecimientos de categoría menor. Pero otro grupo entre ellos se dirige manifiestamente hacia los hoteles de cuatro e, incluso, cinco estrellas. Ello es reflejo de la existencia de tipologías de trabajo por contrato temporal altamente diferenciadas en su contenido.

### Tipo de establecimientos utilizado según el motivo de trabajo





## 2.1.1 DURACIÓN DEL CONJUNTO DEL VIAJE EN EL PAÍS VASCO

## Problemas de alojamiento

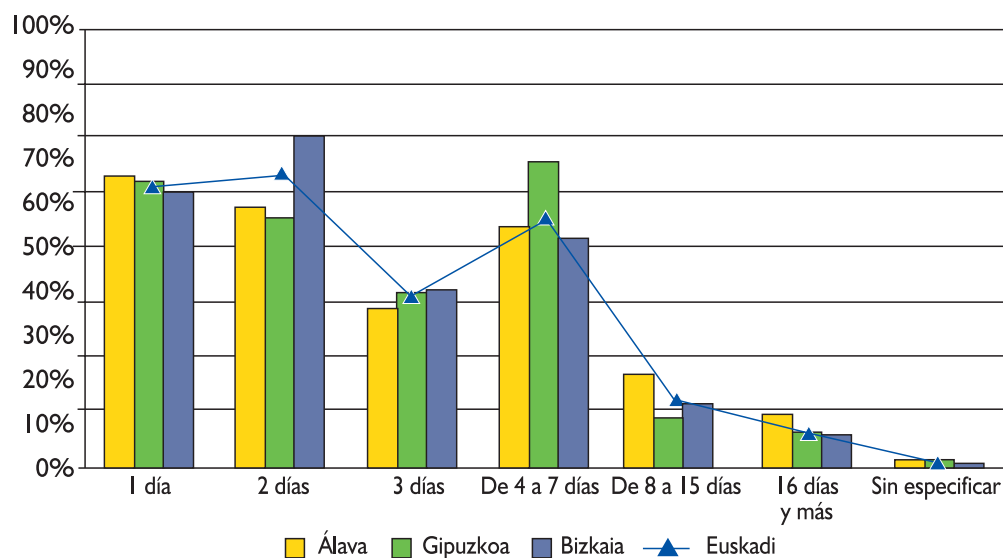
(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2,981	1,002	676	1303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
No....	97,7	97,9	97,5	97,6
Sí....	2,3	2,1	2,5	2,4

La oferta hotelera vasca presenta una importante experiencia al respecto de las necesidades de alojamiento del turista de trabajo. Esta adaptación se traduce en una ausencia de problemas para encontrar alojamiento (2%).

La adaptación a esta demanda requiere la atención a necesidades de un visitante de corta duración. El 50% de ellos no supera las dos pernoctaciones, y el 90% no supera la estancia de una semana. De hecho, la media de pernoctaciones por viaje del turista de trabajo es de 4 noches

Todos los territorios muestran medias de pernoctación similares, cercanas a los tres días, con una cierta dispersión superior de duraciones en Álava y menor en Bizkaia, donde las estancias de dos días son las que tienen más importancia.

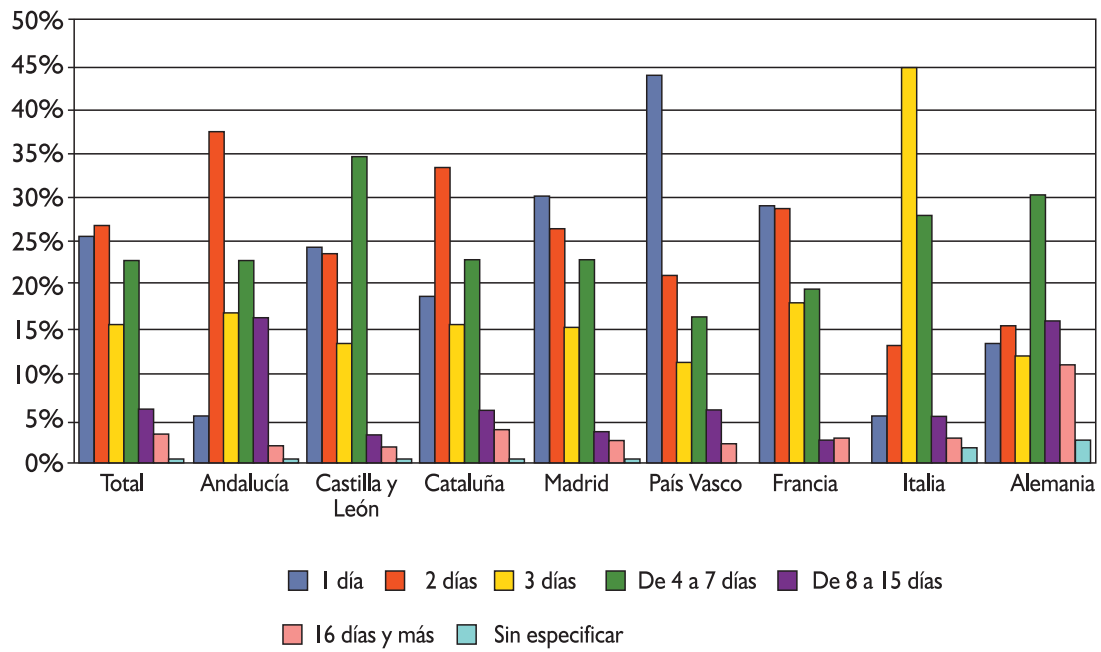
## Número de pernoctaciones de los turistas según territorio histórico



La lejanía del origen del turista tiene mucho que ver con el número de jornadas de su estancia. Las de más corta duración corresponden, lógicamente, al turismo interno, frente a las extranjeras, a menudo superiores a los cuatro días. Entre las comunidades españolas, destaca que Madrid, primer mercado, proporciona estancias de más larga duración que Cataluña, segundo mercado en importancia.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

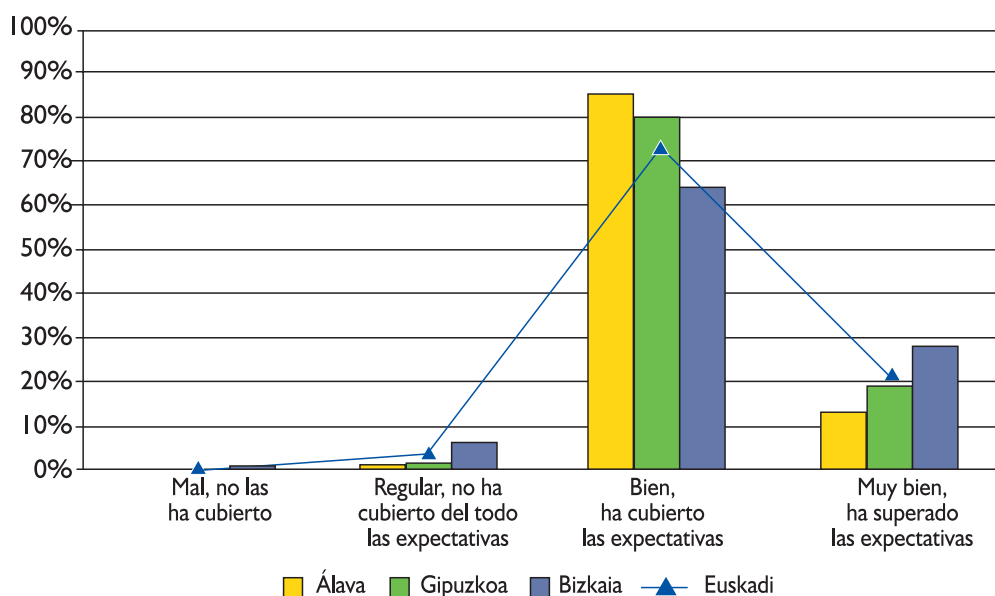
### Número de pernoctaciones según orígenes más diferenciadores del turista.



### 2.12 VALORACIÓN DEL ÚLTIMO ESTABLECIMIENTO PÚBLICO DONDE HA PERNOCTADO

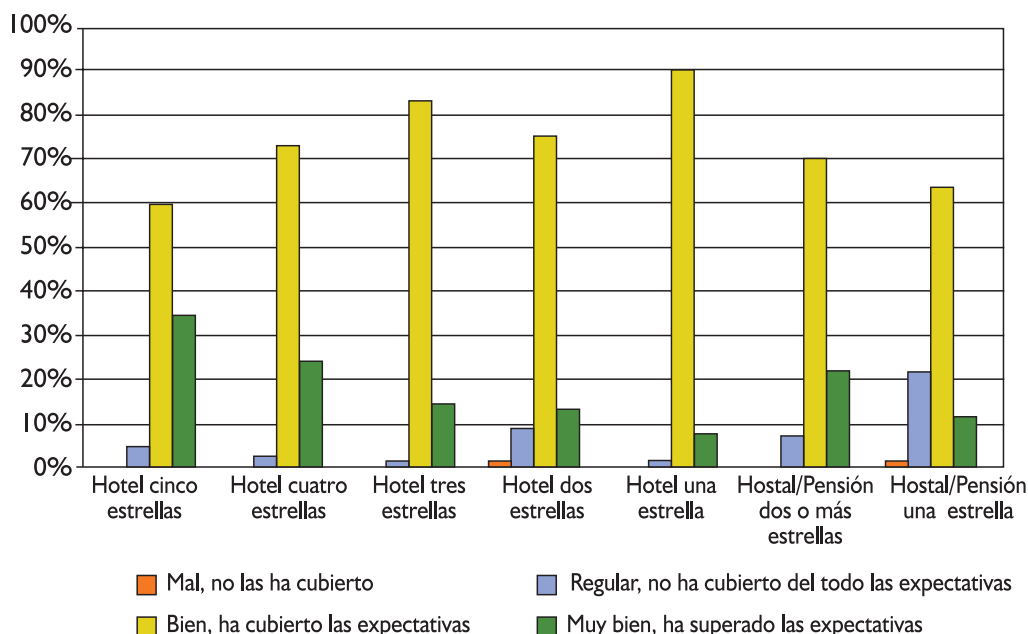
La valoración de los establecimientos por parte de los visitantes por trabajo puede considerarse positiva (73%) o muy positiva (22%), especialmente en Bizkaia, donde casi un 30% encuentra que supera las expectativas previas creadas.

#### Valoración del último establecimiento donde ha pernoctado según territorio histórico



En términos generales, la categoría del establecimiento de pernoctación se asocia con la valoración del mismo, con algunas excepciones. La mejores valoraciones proceden de los usuarios de hoteles de cinco y cuatro estrellas. En el otro lado de la gama, también abundan las opiniones positivas entre los usuarios de pensiones de dos estrellas. Por el contrario, las valoraciones negativas son recurrentes entre el segmento de pernoctación de pensiones de una estrella y, en menor medida, del resto de establecimientos de menor categoría.

#### Valoración del establecimiento según la categoría del mismo



## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

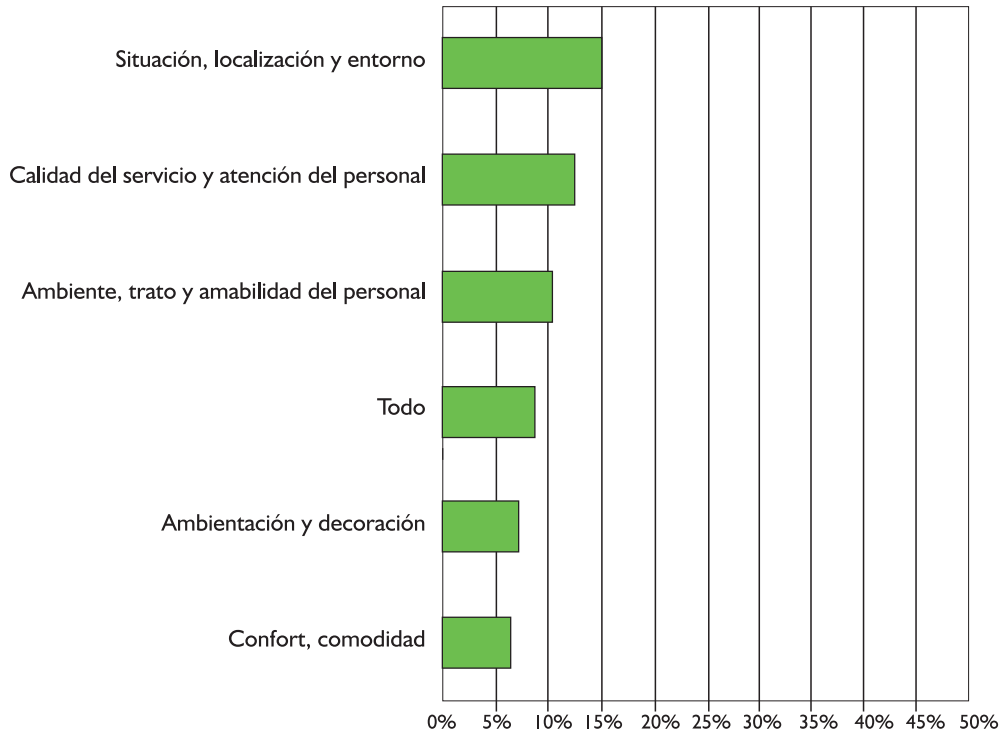
---

Tres son los aspectos que ayudan a esta valoración: la situación y localización del establecimiento, la calidad del servicio, y el ambiente y trato. La amabilidad es el primer valor en Álava, en tanto que Gipuzkoa destaca por la calidad de sus servicios y Bizkaia por la localización de estos establecimientos. Localización y trato personal son paradójicamente valorados, de manera especial, en los establecimientos de menor categoría.

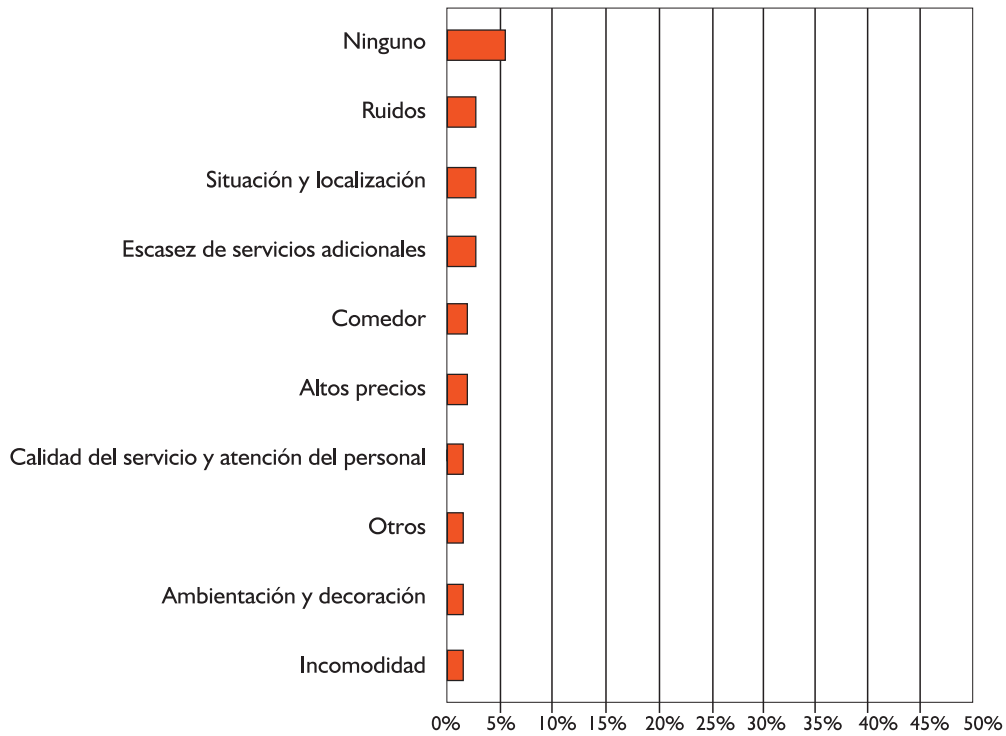
No existen déficits reseñables en estos establecimientos. En todo caso, siendo la localización un aspecto de vital importancia en la elección en términos generales, es también uno de los inconvenientes registrados. No se refiere a la generalidad de los establecimientos, sino a algunos en particular. En todo caso, el aspecto a superar más importante, aunque también parece afectar a una minoría muy reducida de los establecimientos vascos, es el ruido.

**RANKING ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL ÚLTIMO ESTABLECIMIENTO DONDE HA PERNOCTADO**

**Aspectos positivos declarados por los turistas encuestados en Euskadi**

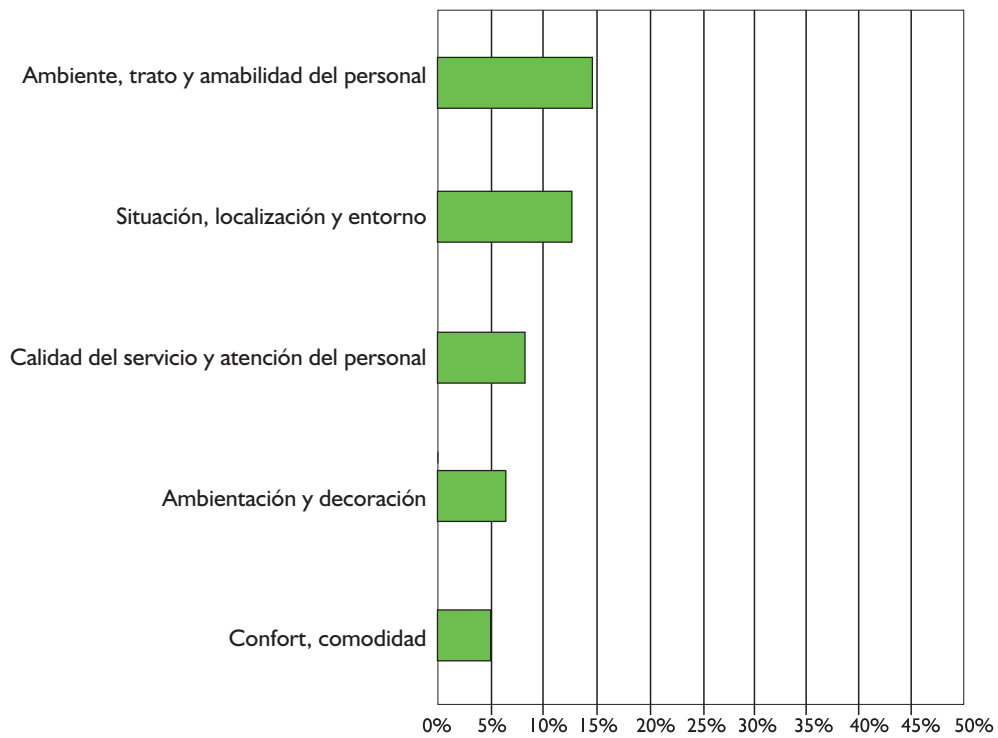


**Aspectos negativos declarados por los turistas encuestados en Euskadi**

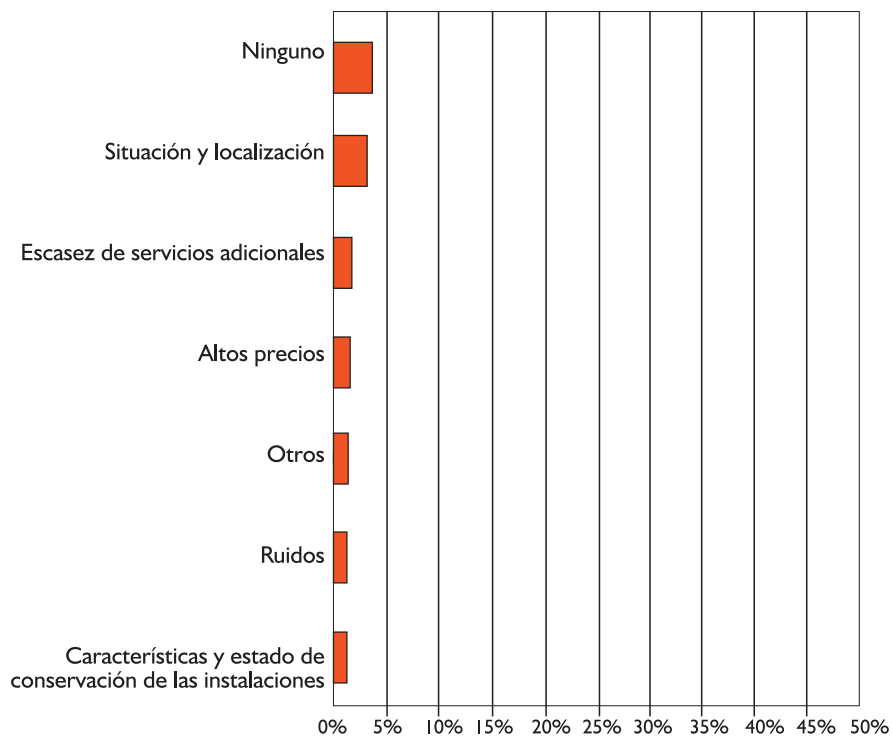


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

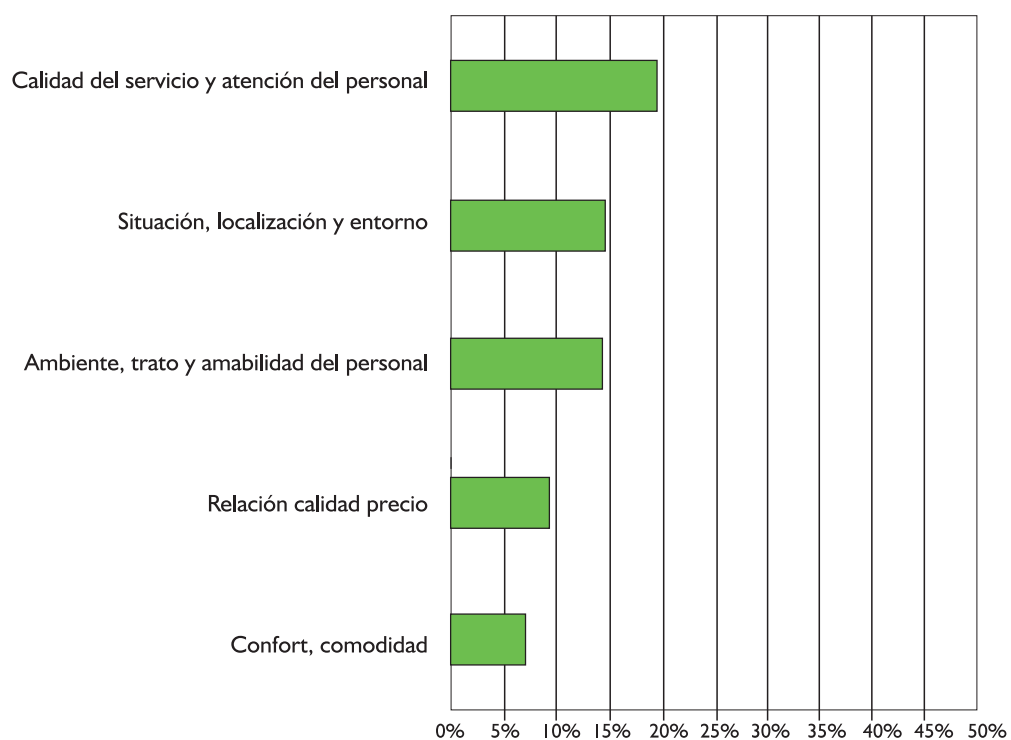
### Aspectos positivos declarados por los turistas encuestados en Álava



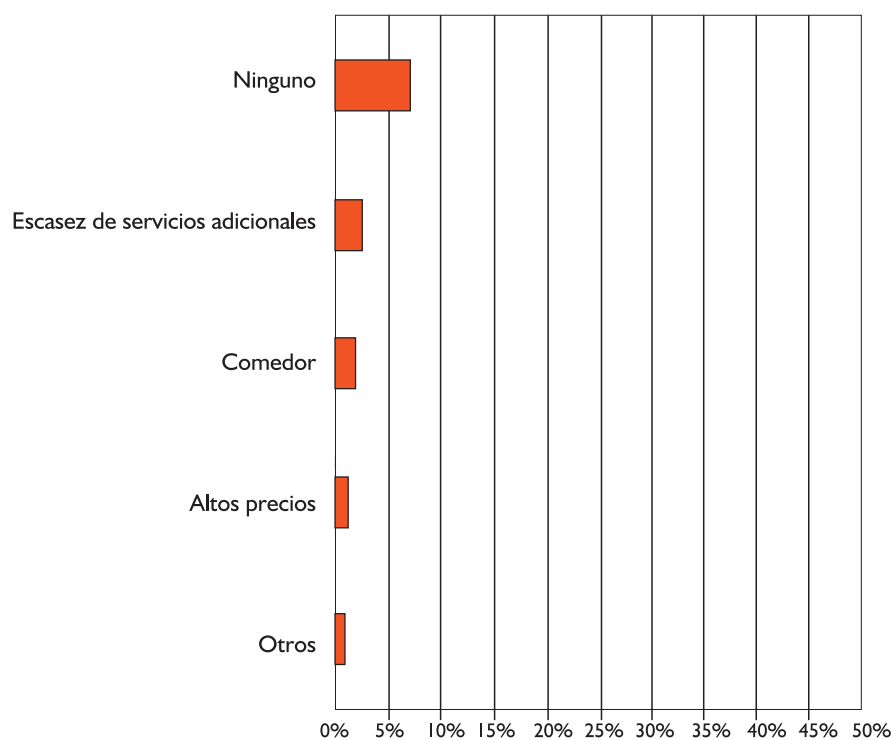
### Aspectos negativos declarados por los turistas encuestados en Álava



### Aspectos positivos declarados por los turistas encuestados en Gipuzkoa

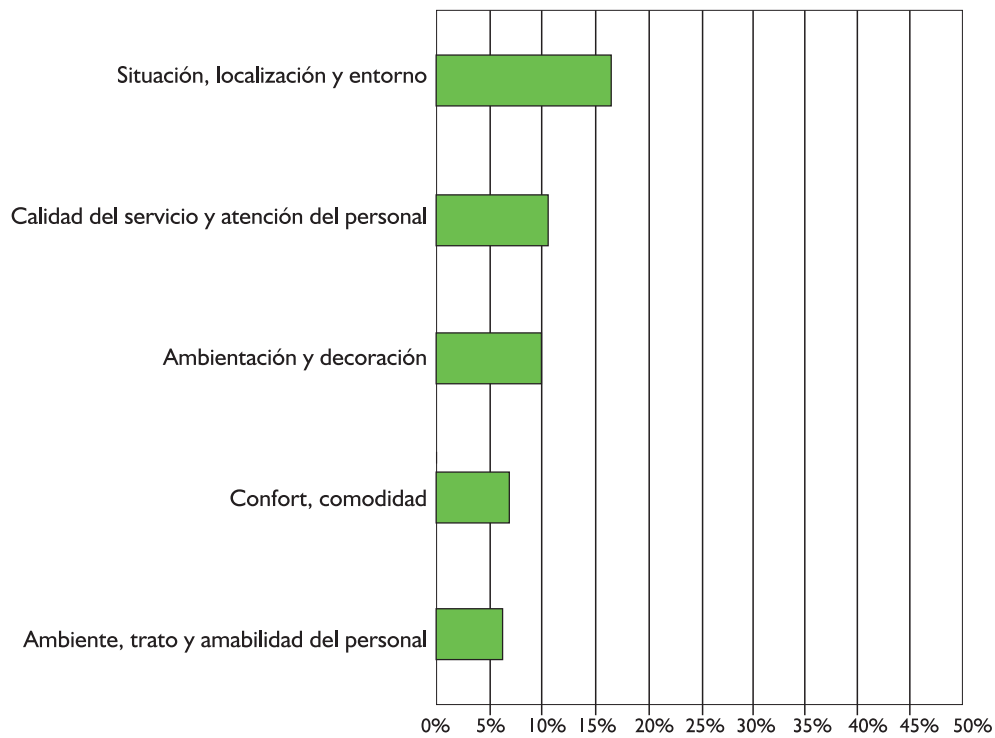


### Aspectos negativos declarados por los turistas encuestados en Gipuzkoa

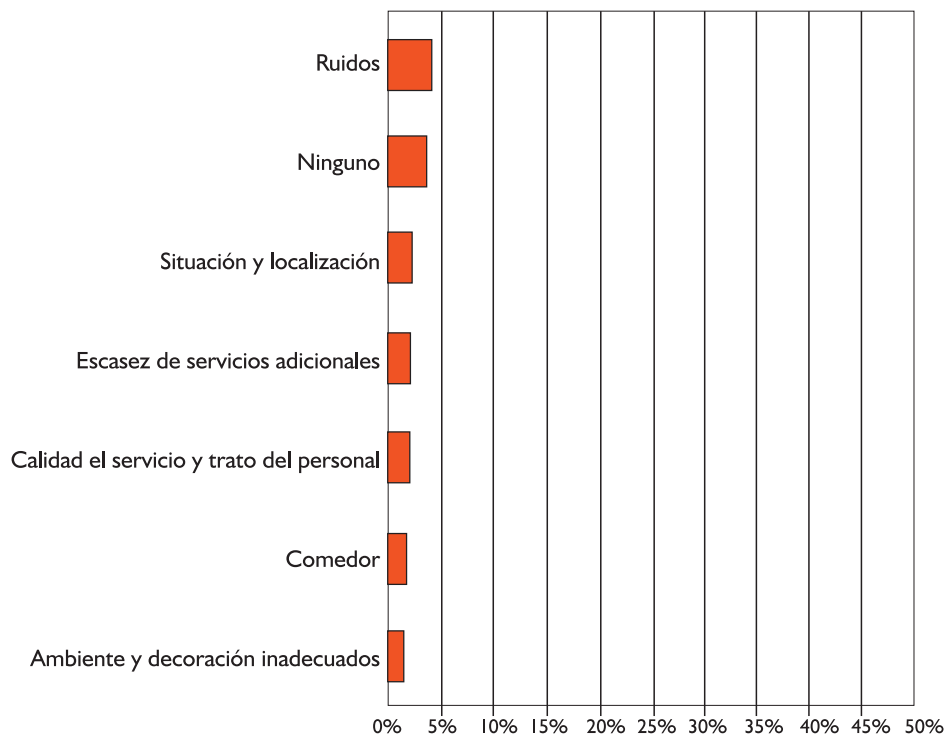


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Aspectos positivos declarados por los turistas encuestados en Bizkaia



### Aspectos negativos declarados por los turistas encuestados en Bizkaia





**Categoría del establecimiento según aspectos positivos declarados por los turistas**

	Total Muestral	Media anual datos elev.	Hig. y limpieza	Situac. y entor.	Comd.	Calidad. serv. y att. del pers.		Ambient. trato y amabil. y decor. pers.		Confort, comod.	Cuidado estado de conser.	Sevic. Emple-sariales	Relación calidad precio	Tranqui-lidad	Parking	Servic. Adicional	No infor.	Ning.	Todo	Otros
						serv. y att. del pers.	amb. y decor. pers.													
<b>TOTAL</b>	<b>2.981</b>	<b>674.848</b>	<b>1,90</b>	<b>15,10</b>	<b>2,40</b>	<b>12,40</b>	<b>7,10</b>	<b>10,20</b>	<b>6,30</b>	<b>2,30</b>	<b>0,10</b>	<b>3,00</b>	<b>1,80</b>	<b>0,40</b>	<b>0,80</b>	<b>26,50</b>	<b>0,60</b>	<b>8,60</b>	<b>0,20</b>	
HOTEL CINCO ESTRELLAS	341	135.575	0,10	12,10	2,20	8,60	14,80	3,50	9,20	3,60	-	0,70	1,70	0,00	0,60	31,30	0,10	11,50	-	
HOTEL CUATRO ESTRELLAS	1.006	299.135	2,00	17,60	2,60	13,60	5,90	6,70	6,30	2,70	-	2,30	0,90	0,40	0,40	29,20	1,20	8,10	0,10	
HOTEL TRES ESTRELLAS	452	120.963	0,90	13,00	1,60	15,90	6,00	15,70	4,90	2,20	0,10	6,40	2,60	0,10	1,60	18,90	0,30	9,30	0,40	
HOTEL DOS ESTRELLAS	688	100.927	2,80	11,90	2,70	12,60	5,20	14,30	5,60	1,30	0,30	3,30	3,00	2,40	1,80	26,20	0,90	4,90	0,50	
HOTEL UNA ESTRELLA	251	36.065	3,80	20,40	4,20	7,70	3,30	18,80	4,80	1,50	-	2,00	0,50	0,10	0,60	23,40	-	8,80	-	
HOSTAL/PENSIÓN																				
DOS O MAS ESTRELLAS	327	38.878	7,10	21,50	0,40	8,40	3,80	17,30	4,30	0,10	0,40	4,70	4,30	0,10	0,90	17,10	-	4,40	0,30	
HOSTAL/PENSIÓN																				
UNA ESTRELLA	29	3.018	4,50	18,10	-	4,90	-	25,80	-	-	-	7,00	-	-	-	38,30	-	1,40	-	

**Categoría del establecimiento según aspectos negativos declarados por los turistas**

<b>(Porcentaje horizontal)</b>																
<b>ASPECTOS NEGATIVOS DEL ÚLTIMO ESTABLECIMIENTO EN EL QUE HA PERNOCTADO</b>																
Total Muestral	Media anual datos elev.	Altos precios	Probi. de hig. y limpieza		Ambient. y decor. y adec. de instal.		Caract. y Calidad estado de del serv. y trato pers.		Ruidos Comedor	Escasez de servicio adicional	Deficiencia señaliz.	Situac. y localización	Falta de información	No infor.	Otros	
			Incomd.	Inadec.	conservac.	de instal.	pers.	adiciona								señaliz.
<b>2.981</b>	<b>674.848</b>	<b>1,60</b>	<b>0,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,90</b>	<b>1,20</b>	<b>2,60</b>	<b>1,70</b>	<b>2,40</b>	<b>0,30</b>	<b>2,50</b>	<b>0,00</b>	<b>0,10</b>	<b>78,30</b>	<b>5,40</b>	<b>1,10</b>
341	135.575	2,30	-	0,10	0,60	1,00	6,50	0,20	0,20	0,30	3,50	-	-	80,80	2,90	0,30
1.006	299.135	1,80	-	0,70	1,50	2,00	2,00	2,20	1,80	0,10	0,80	-	0,00	76,60	8,50	1,20
452	120.963	1,20	0,10	0,50	0,30	0,80	1,50	2,50	3,60	0,30	0,50	0,10	-	84,20	3,10	0,80
688	100.927	1,80	0,10	3,20	1,40	0,40	1,10	1,30	5,10	0,70	3,20	-	0,30	72,60	4,70	1,40
251	36.065	2,00	-	3,30	0,90	0,30	0,60	2,10	3,40	0,20	3,20	-	-	75,40	7,00	0,90
HOSTAL/PENSIÓN DOS O																
327	38.878	0,40	-	1,90	2,00	1,10	1,30	0,90	1,10	0,30	12,10	-	0,20	72,70	3,10	0,40
29	3.018	-	-	-	1,40	-	7,10	-	-	-	-	-	-	89,90	-	1,60

## 2.13 INFORMACIÓN DURANTE EL VIAJE

### 2.13.1 INFORMACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN LOS QUE HA PERNOCTADO

#### Tipo de información según territorio histórico

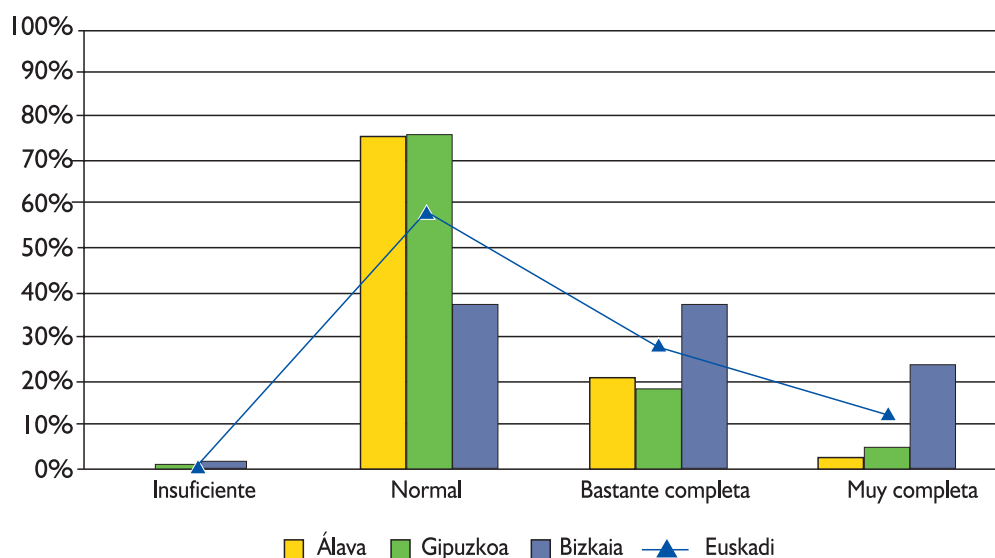
(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1.303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Sobre todo folletos y documentos impresos...	8,5	5,6	11,0	8,5
Folletos y recomendaciones/información del personal...	8,0	24,3	,5	4,6
Sobre todo recomendaciones/información del personal...	5,2	7,2	1,3	6,2
No le han dado información...	6,2	2,0	9,6	6,4
No le interesa....	72,1	60,9	77,6	74,3

El 72% de turistas por trabajo en Euskadi no recoge información turística en los establecimientos de pernoctación, más por falta de interés que por un déficit en la oferta.

El turista en Álava es el que más información recaba (39%), normalmente una combinación de folletos escritos y de información requerida al personal del establecimiento.

Las mejores valoraciones respecto a estas informaciones, con diferencia, proceden del propio turismo vasco. Se trata de turistas que acuden en gran medida a Álava, y que cuentan ya con información previa.

#### Valoración de la información turística recibida según territorio histórico



## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

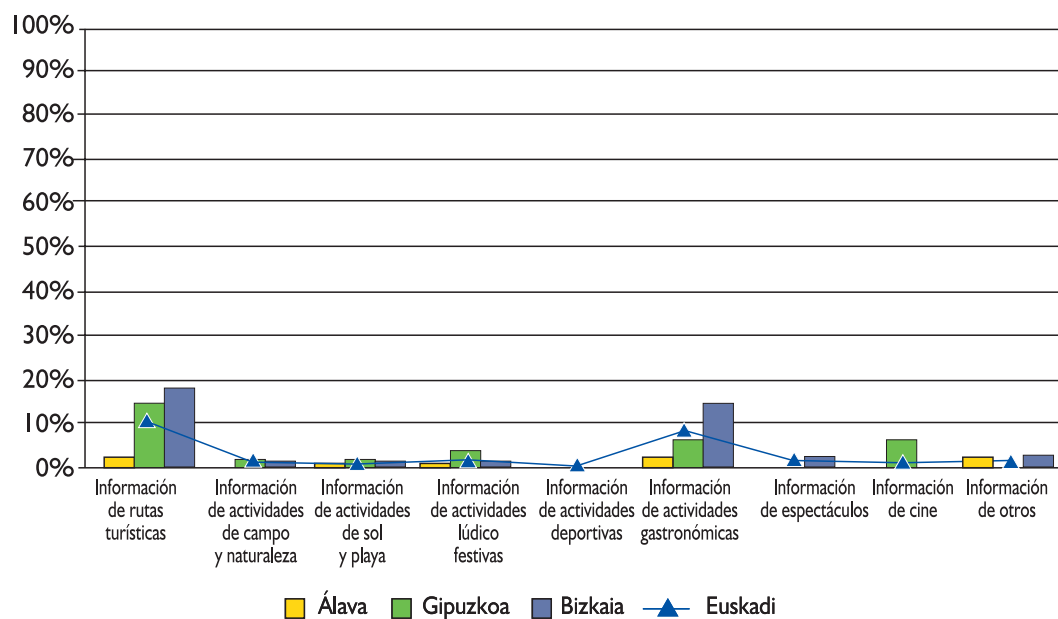
### Valoración de la información según el origen del viajero

(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL			
	TOTAL	País Vasco	Resto de las C.C.A.A.	Extranjero
Total Muestral	757	28	453	276
Media anual datos elevados	14.6038	18.678	88.204	39.156
Insuficiente....	,9	-	1,	-
Normal....	58,9	28,2	64,4	61,3
Bastante completa....	27,6	54,2	21,9	27,9
Muy completa....	12,5	17,6	12,2	10,8

El visitante por negocio pide escasa información en los establecimientos de pernoctación. Poco más del 10% pide información sobre rutas turísticas y algo menos sobre gastronomía.

Bizkaia es el territorio donde más información se pide, al contrario que Álava, donde las peticiones son casi inexistentes. En Gipuzkoa destaca la petición de algunas informaciones sobre cartelera cinematográfica.

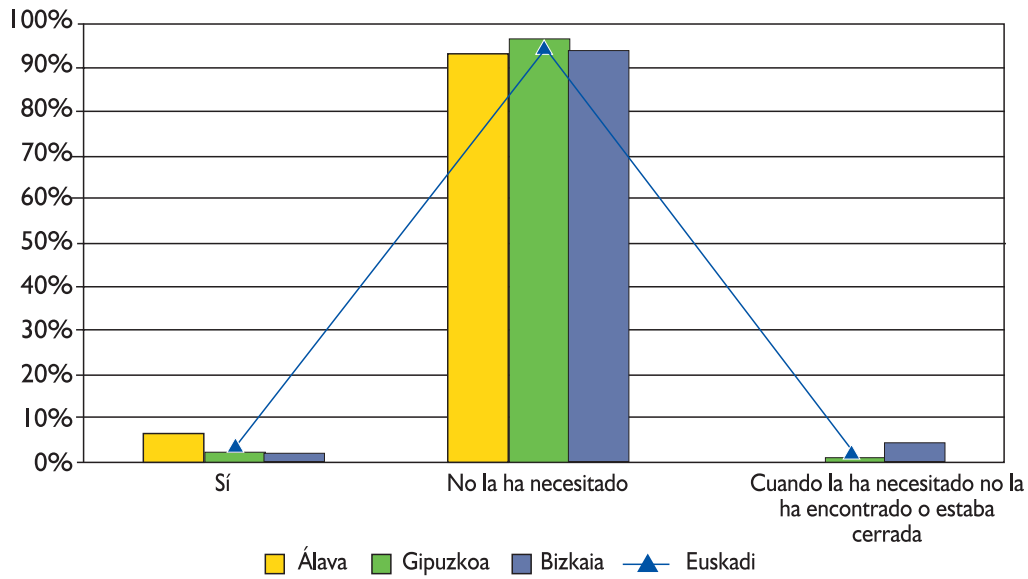
### Tipo de información recibida en los establecimientos en relación con las actividades según territorio histórico



#### 2.13.2 USO DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

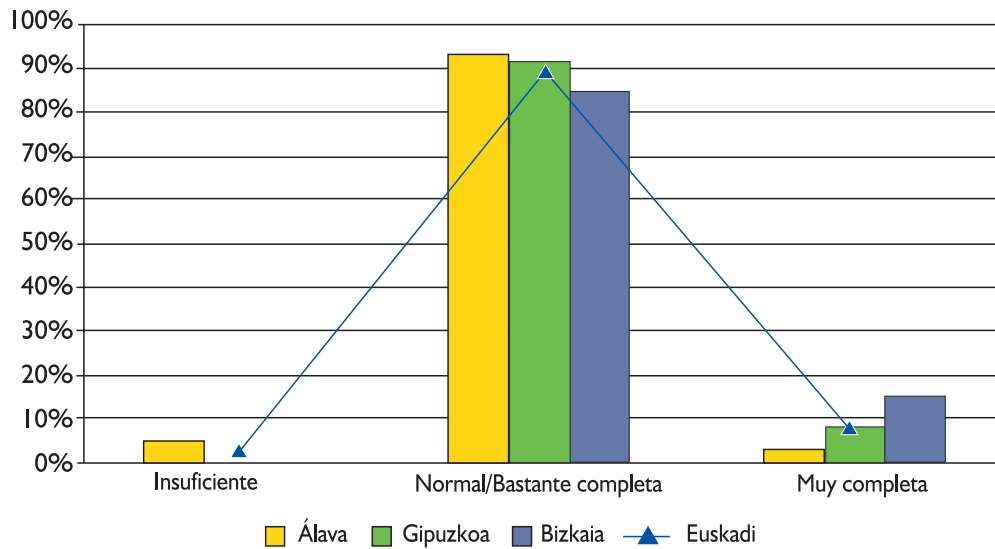
Tampoco existe en la práctica una demanda de oficinas de turismo entre el turismo por motivos de trabajo. La utilización de éstas es mínima (3%), e incluso, cuando se intenta, este intento puede quedar descartado por la deslocalización de éstas respecto a los recorridos de este tipo de visitante. Esto sucede en pocas ocasiones, y normalmente en Bizkaia.

**Uso de oficinas de información turística según territorio histórico**



En las escasas ocasiones en que se utiliza, más en Álava, la valoración es positiva.

**Valoración de las oficinas de turismo según territorio histórico**

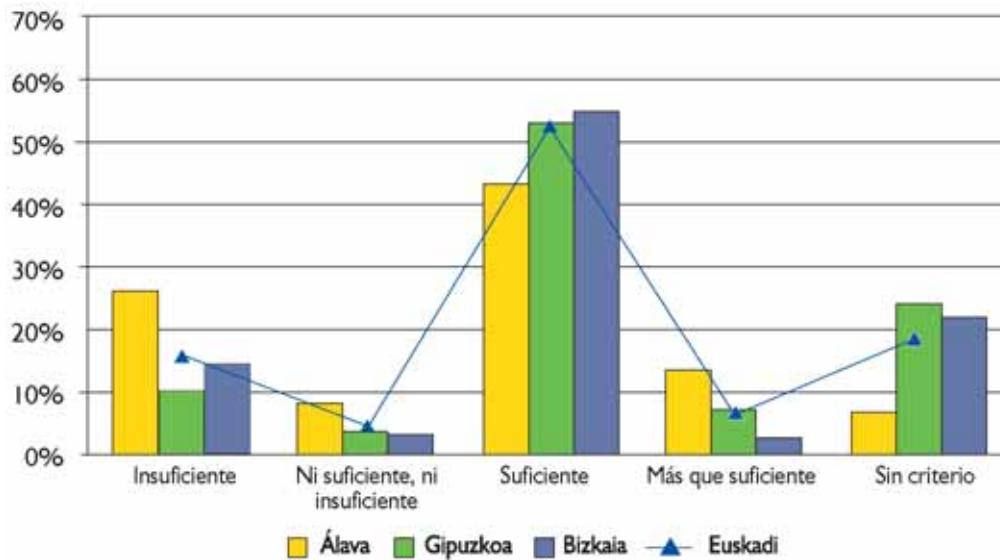


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### 2.13.3 VALORACIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

No sucede lo mismo con la señalización turística. El turista por trabajo la encuentra normalmente correcta (63%), pero un significativo conjunto de ellos (17%), de manera especial en el territorio alavés (27%), la considera insuficiente.

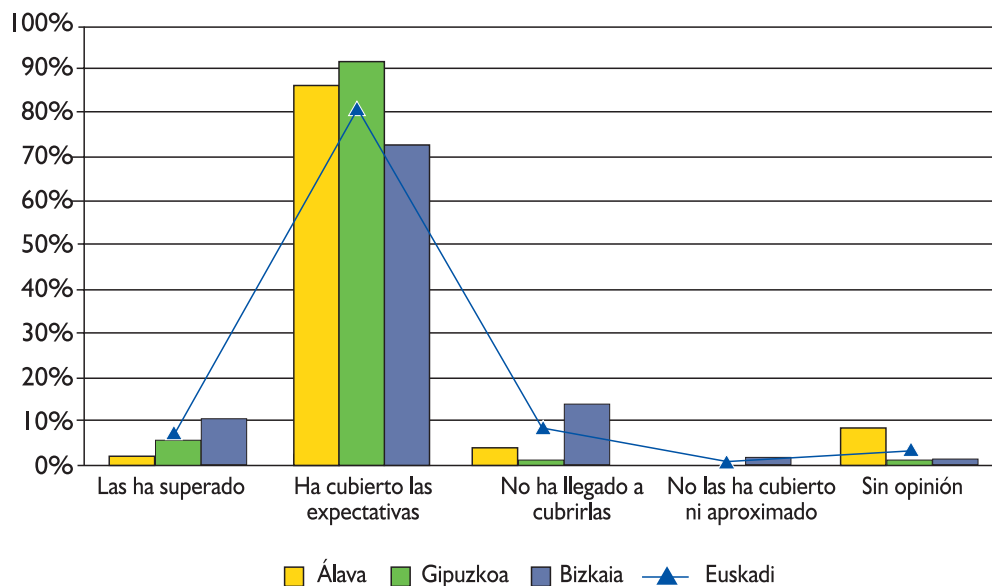
#### Valoración de la señalización turística según territorio histórico



### 2.14 VALORACIÓN DEL VIAJE POR EL PAÍS VASCO

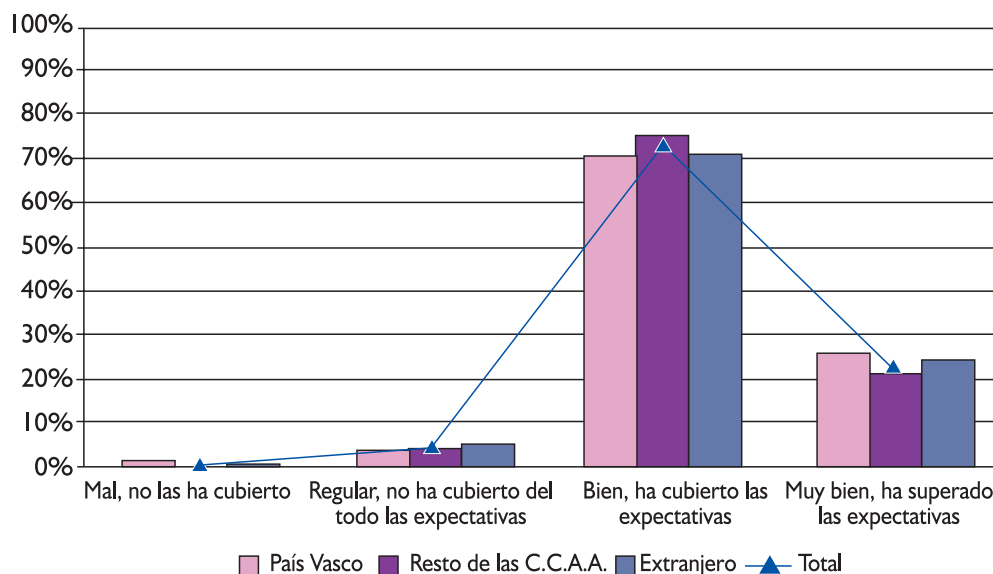
Las estancias por trabajo en Euskadi son consideradas positivamente por el 95% de los visitantes que pernoctan. Sólo en Bizkaia se da una tasa a considerar de insatisfacción (15%), si bien al tiempo compensada por las mayores tasas de gran satisfacción (10%).

#### Expectativas del viaje según territorio histórico



Las valoraciones del viaje son muy similares independientemente del origen del turista. Sólo se registra una tendencia muy suave hacia una mejor valoración entre los turistas vascos y los extranjeros.

#### Valoración de las expectativas del viaje según origen del turista



Gastronomía (28%), entorno físico y natural (27%) y calidad de las localidades visitadas (25%) y, en menor medida ya, relaciones personales desarrolladas (18%), constituyen los hitos generadores de satisfacción para el turista de trabajo.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

---

Estos aspectos más valorados varían dependiendo del territorio de estancia. Es común la valoración de la gastronomía como activo importante, pero esta consideración es muy superior en Gipuzkoa (46%). Activo específico de Gipuzkoa es la calidad de los servicios y productos encontrados, sólo rebajado por la consideración paralela en este territorio de la carestía de estos mismos productos. En general, Gipuzkoa es el territorio con más variados y más extendidos activos, si bien se trata a menudo de activos colaterales a las motivaciones principales del viaje.

La visita en Álava y Bizkaia genera valoraciones al respecto de las localidades visitadas y del paisaje y entorno general.

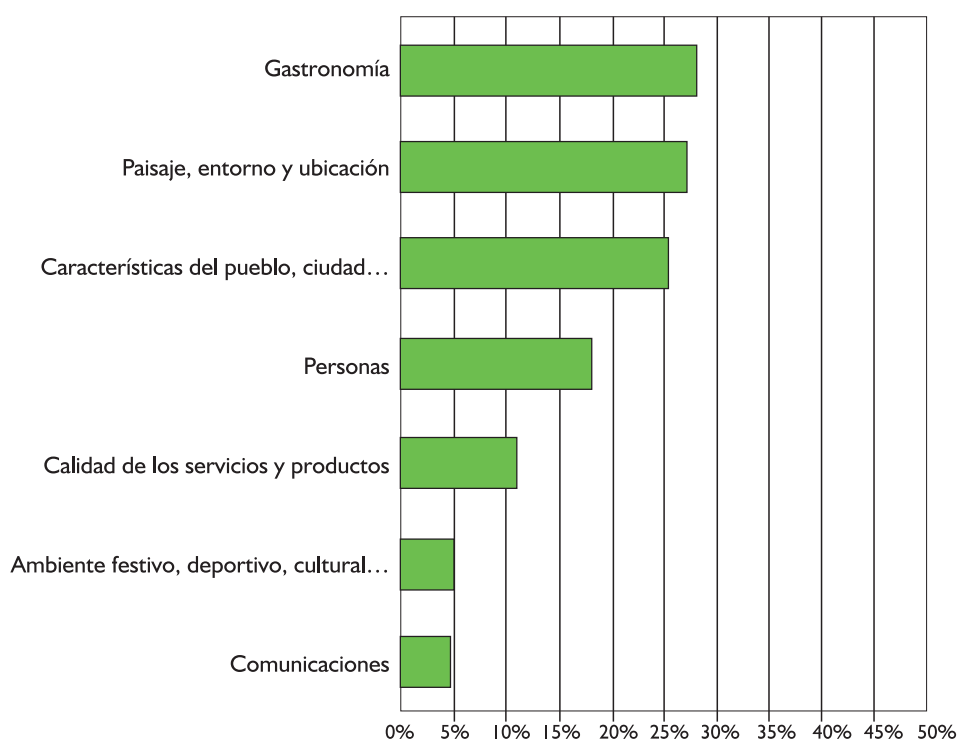
En cuanto a los aspectos negativos, aparte de la molestia generada por el clima, curiosamente mayor en Álava que en Gipuzkoa, los mayores déficits se encuentran en la señalización y comunicaciones, en Gipuzkoa, y en el tráfico y la contaminación, en Bizkaia. Común a todos los territorios, pero siempre en un segundo orden, es la valoración generada por el clima de carácter político.

Las valoraciones positivas superan ampliamente a las consideraciones negativas.

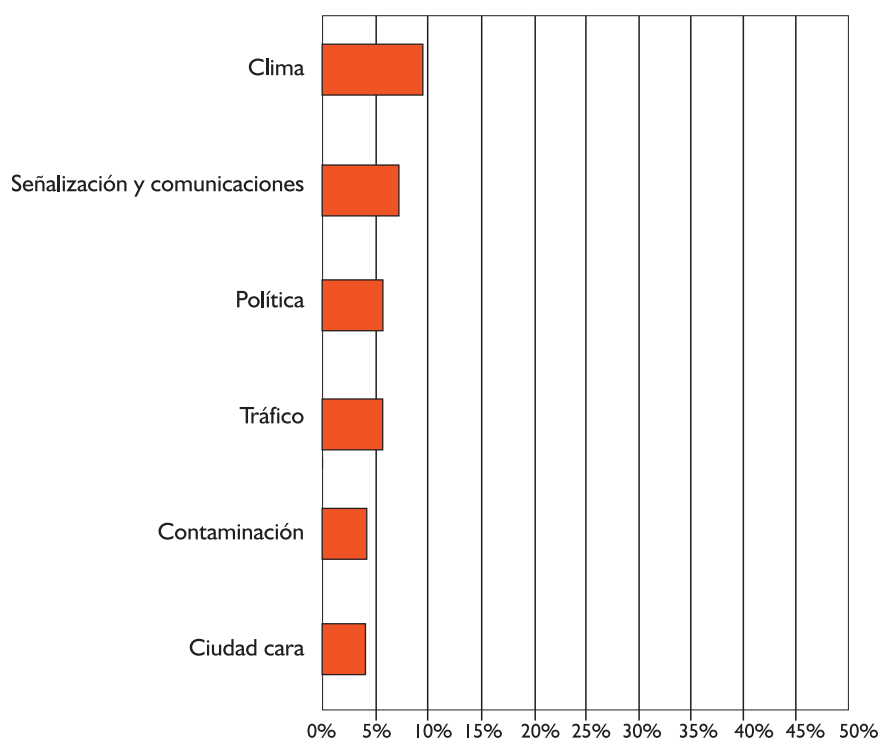


### RANKING DE ASPECTOS MÁS O MENOS ATRACTIVOS DE EUSKADI

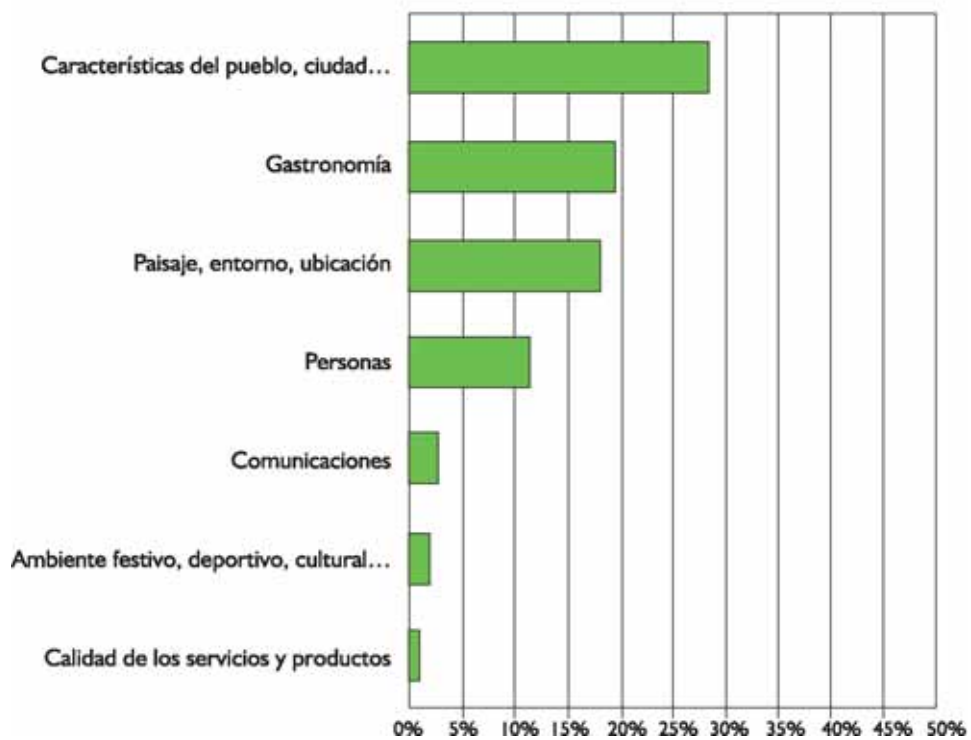
#### Aspectos más atractivos declarados por los turistas en Euskadi



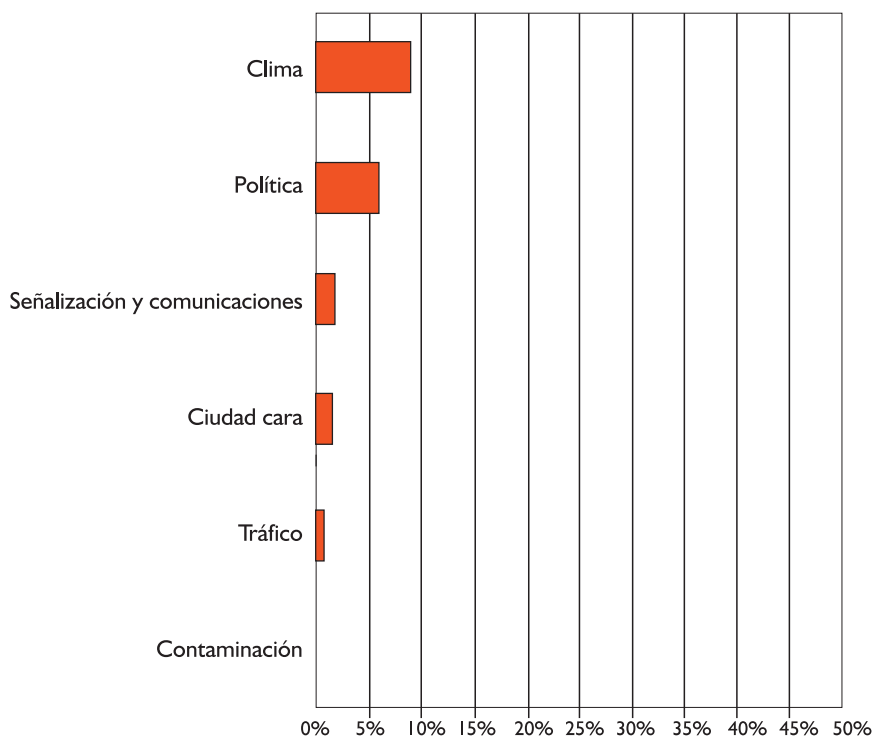
#### Aspectos menos atractivos declarados por los turistas en Euskadi



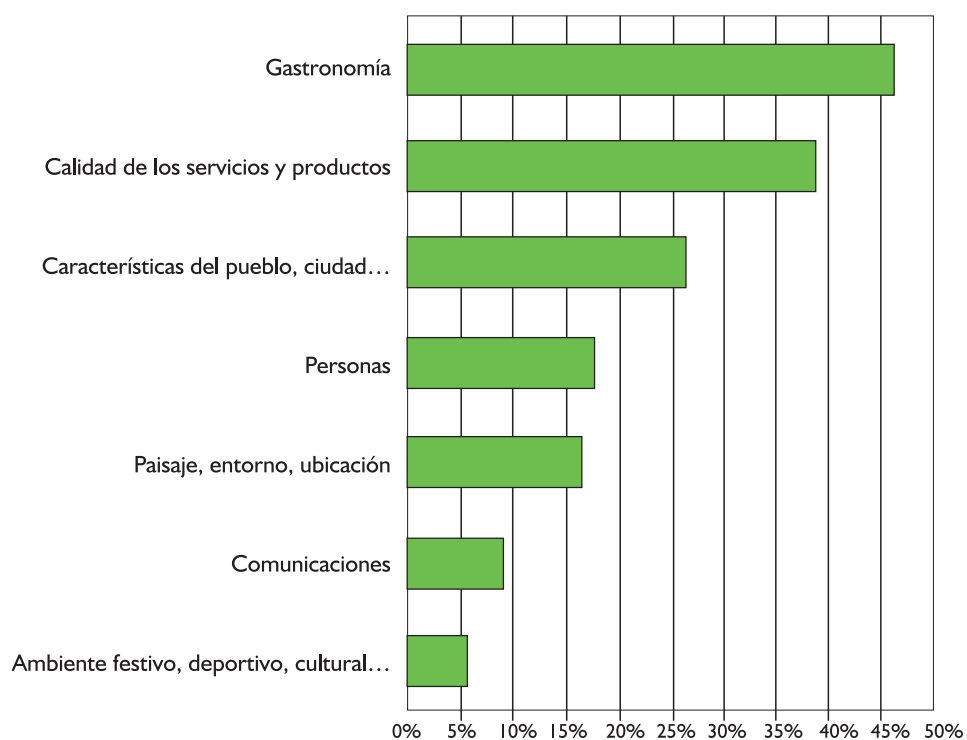
### Aspectos más atractivos declarados por los encuestados en Álava



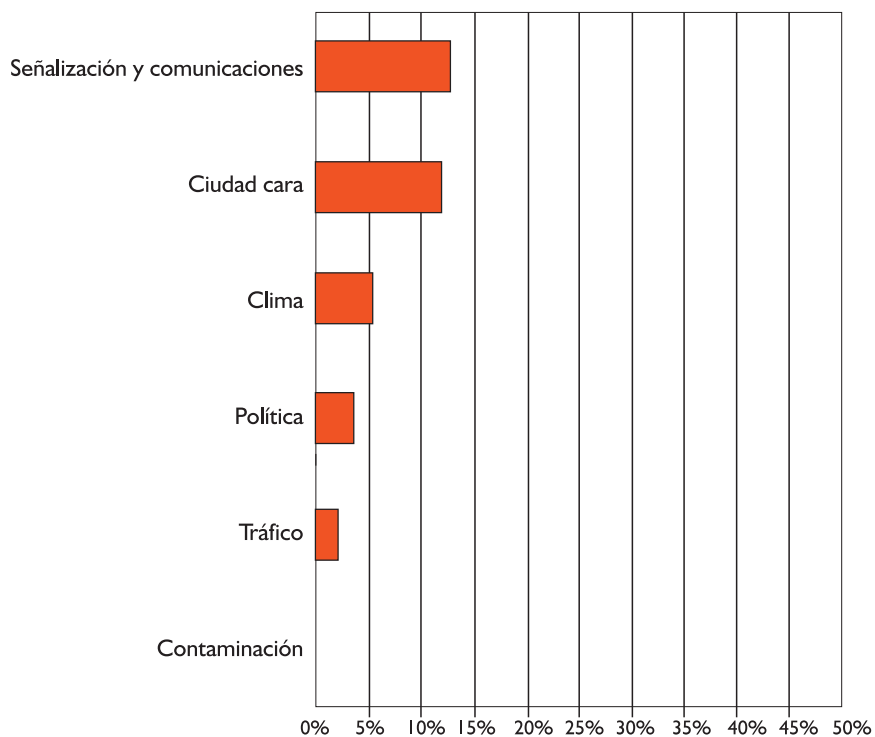
### Aspectos menos atractivos declarados por los encuestados en Álava



### Aspectos más atractivos declarados por los encuestados en Gipuzkoa

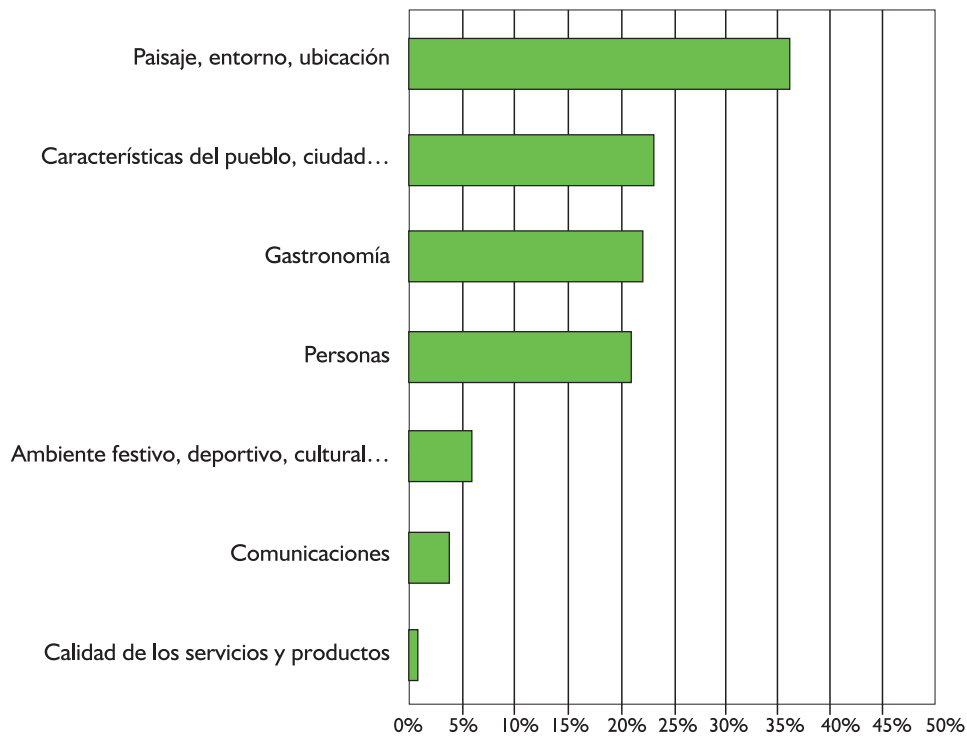


### Aspectos menos atractivos declarados por los encuestados en Gipuzkoa

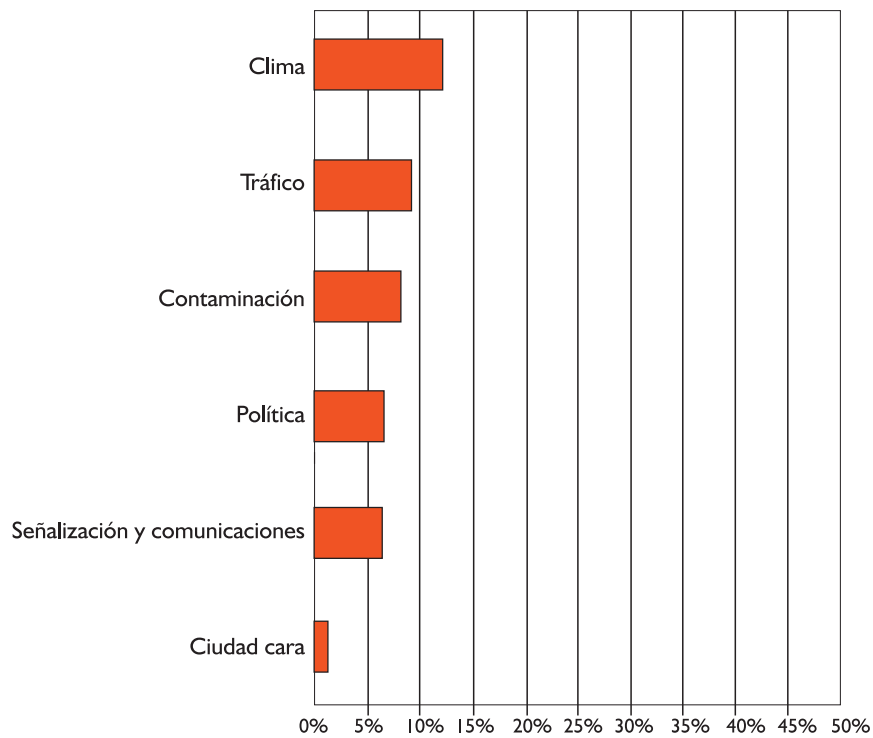


## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Aspectos más atractivos declarados por los encuestados en Bizkaia



### Aspectos menos atractivos declarados por los encuestados en Bizkaia



## 2.15 DEMANDA Y VALORACION DE LA RESTAURACIÓN

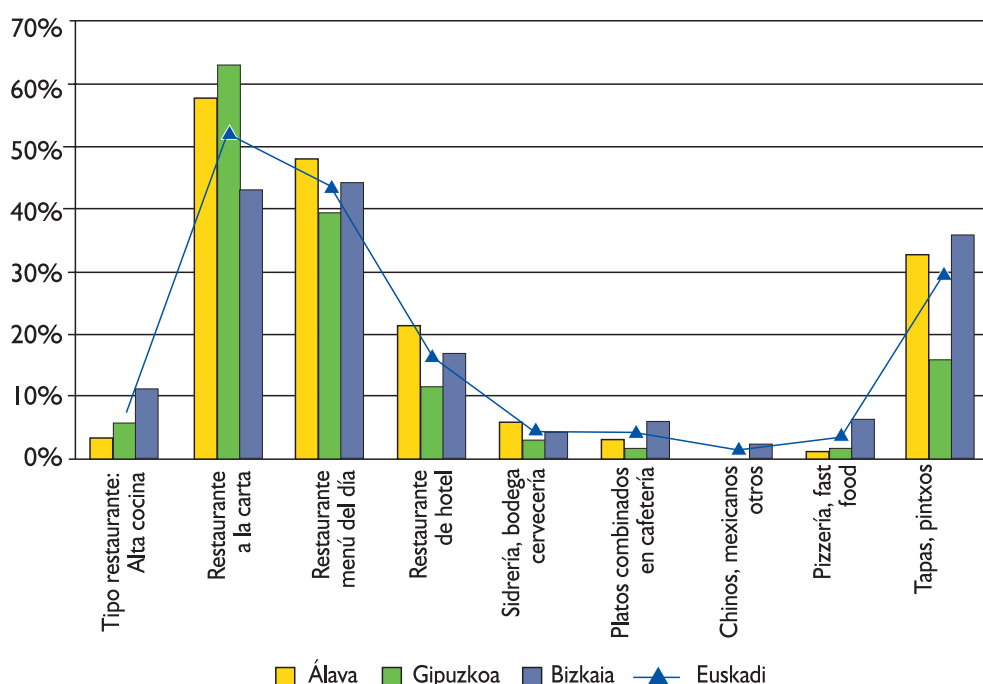
## Uso de restaurantes según territorio histórico

(Porcentaje vertical)	TERRITORIO HISTÓRICO			
	TOTAL	Álava	Gipuzkoa	Bizkaia
Total Muestral	2.981	1.002	676	1.303
Media anual datos elevados	674.848	153.787	178.093	342.968
Sí....	94,0	98,7	98,3	89,7
No....	6,0	1,3	1,7	10,3

Prácticamente la totalidad de los turistas por trabajo en la Comunidad Autónoma Vasca hace uso de los establecimientos de restauración (94%). Comedores de empresa, compras de comida propia o visitas a familiares o amigos generan en algunos casos una ausencia de esta necesidad, que se da especialmente en Bizkaia (10%).

La oferta gastronómica vasca, uno de sus principales activos entre el turismo de trabajo, se expresa masivamente en el acceso a restaurantes de carta (52%), de menú del día (44%) y de establecimientos de pintxos (30%). Menos comunes son el recurso al establecimiento del hotel o de alta cocina. Estos últimos encuentran su mayor mercado entre los turistas en Bizkaia.

## Tipos de restaurantes utilizados según territorio histórico



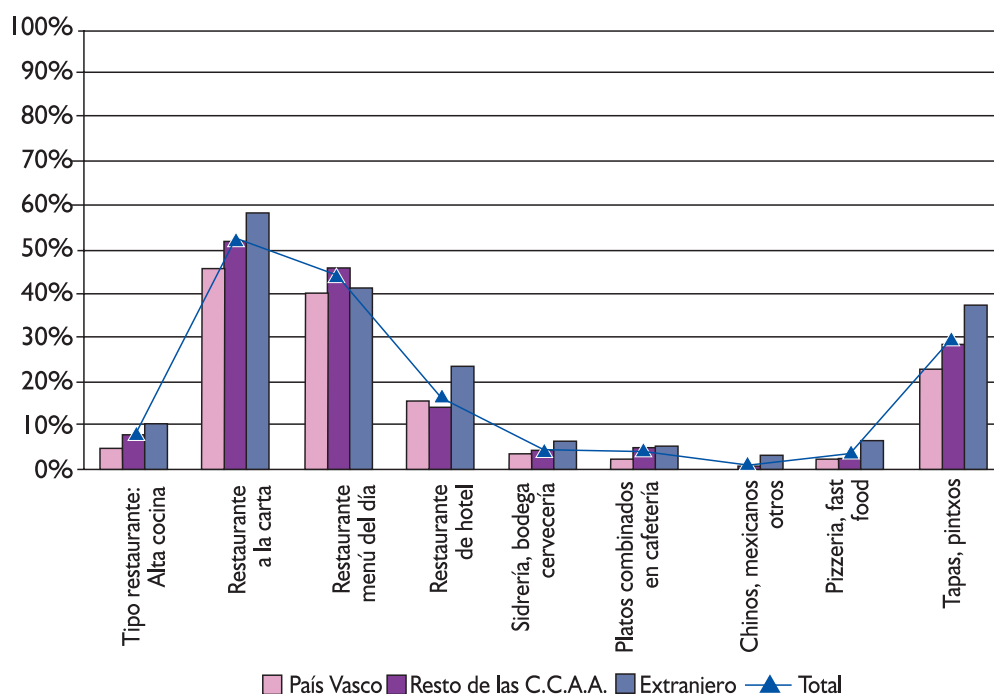
## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

### Uso de restaurantes según origen del turista

(Porcentaje vertical)	LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL			
	TOTAL	País Vasco	Resto de las C.C.A.A	Extranjero
Total Muestral	<b>2.981</b>	180	2.069	732
Media anual datos elevados	<b>674.848</b>	92.291	428.209	154.348
Sí....	<b>94,0</b>	92,1	93,8	95,7
No....	<b>6,0</b>	7,9	6,2	4,3

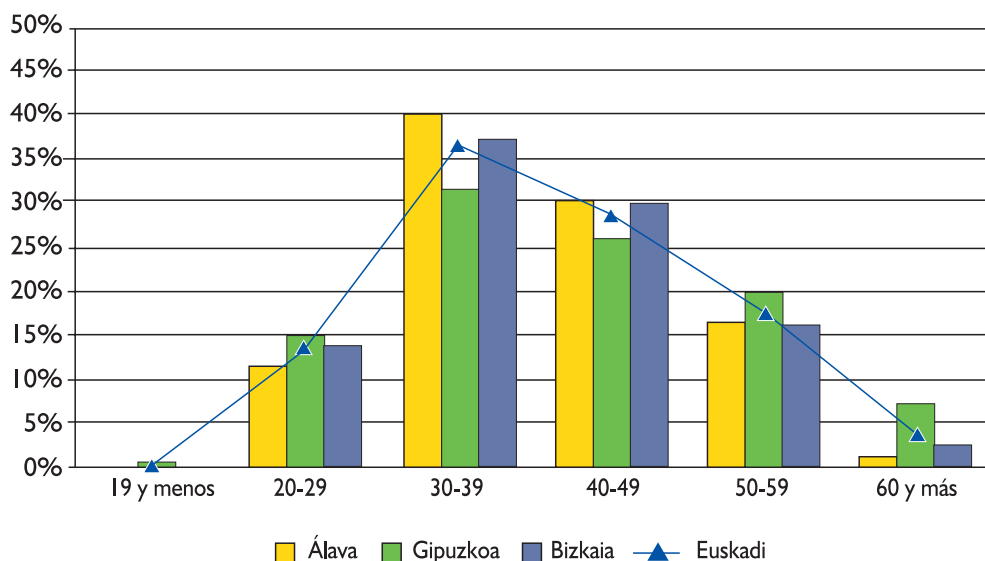
Mayor calidad, mayor especialización en la comida autóctona y mayor combinación de las diferentes posibilidades de la oferta, siempre que vengan definidas por los dos rasgos anteriores, vienen a definir la demanda gastronómica del turista extranjero.

### Tipos de restaurantes utilizados según origen del turista



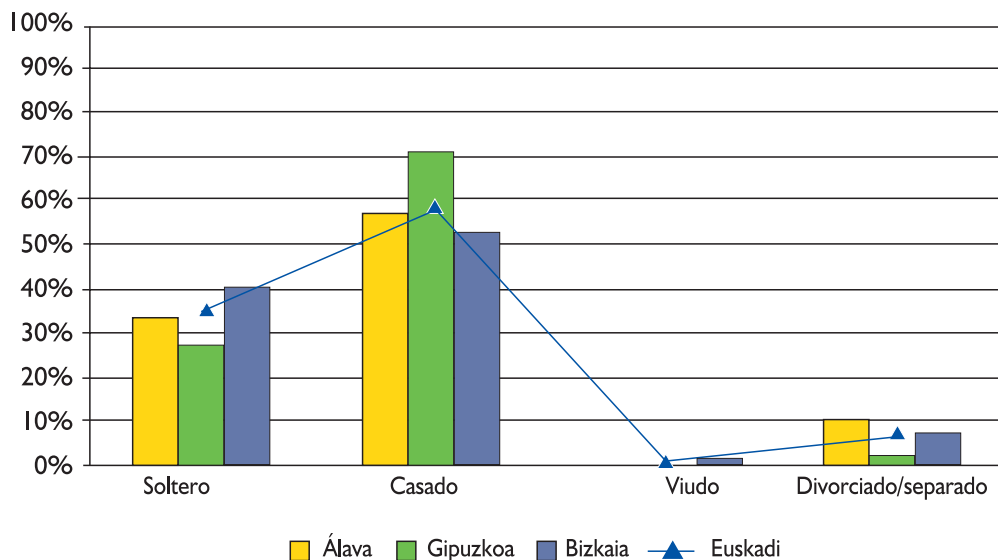
## 2.16 INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

### Edad del turista según territorio histórico



El turismo de trabajo se distribuye por todas las edades de población activa, con especial incidencia de las edades intermedias. El 60% del colectivo se encuentra entre los 30 y los 50 años. Dominan casados sobre solteros.

### Estado civil del turista según territorio histórico

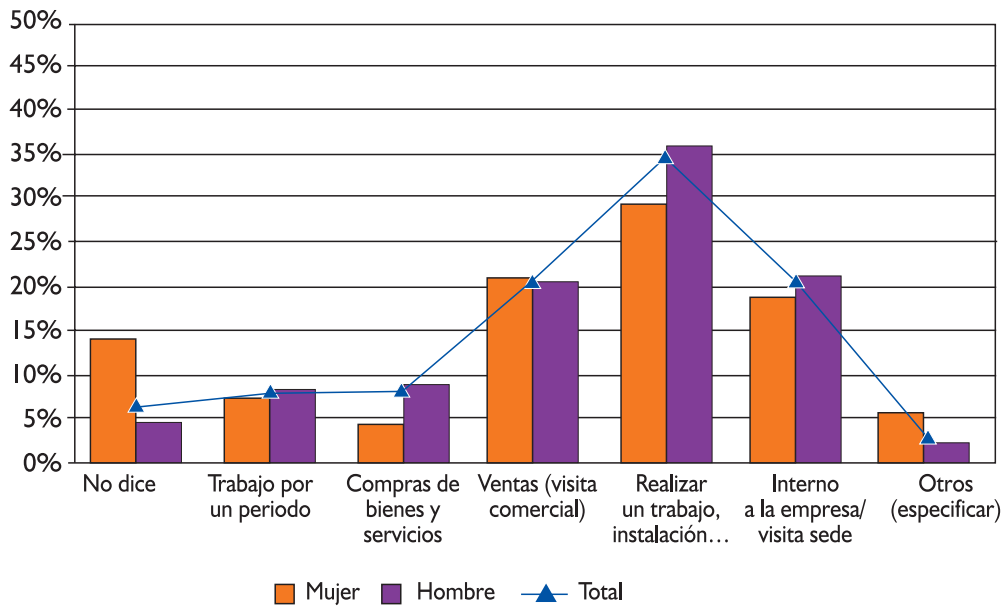


El turismo de trabajo es fundamentalmente masculino (81%). Este dominio se mantiene cualquiera que sea el motivo específico de la visita, con cierto énfasis si se trata de compras de bienes o servicios (90%).

La estructura de motivos específicos de trabajo de la visita masculina y femenina es muy similar. Domina en ambos conjuntos la realización de trabajos genéricos como causa de la visita, por encima de las visitas a sedes de la empresa de trabajo de estos individuos o las labores comerciales. El colectivo de mujeres sólo se diferencia algo en su menor dedicación proporcional hacia las labores de compras de bienes o servicios para su empresa.

## 2. Análisis descriptivo del comportamiento del turismo de trabajo

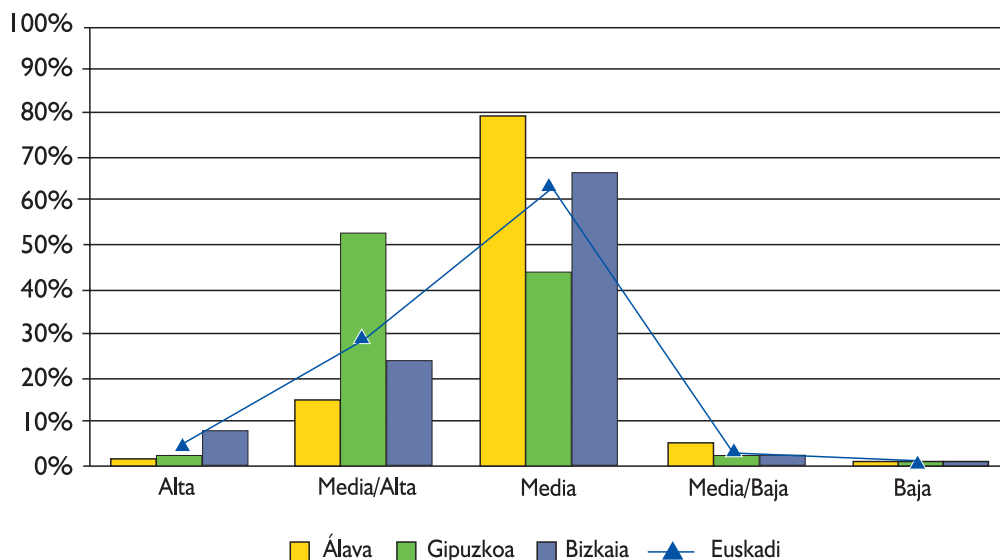
### Tipo de trabajo según sexo



Las rentas medias son las dominantes en Álava y Bizkaia, mientras que Gipuzkoa presenta un perfil de renta algo superior. Sin embargo las rentas altas son específicas de los visitantes del territorio vizcaíno.

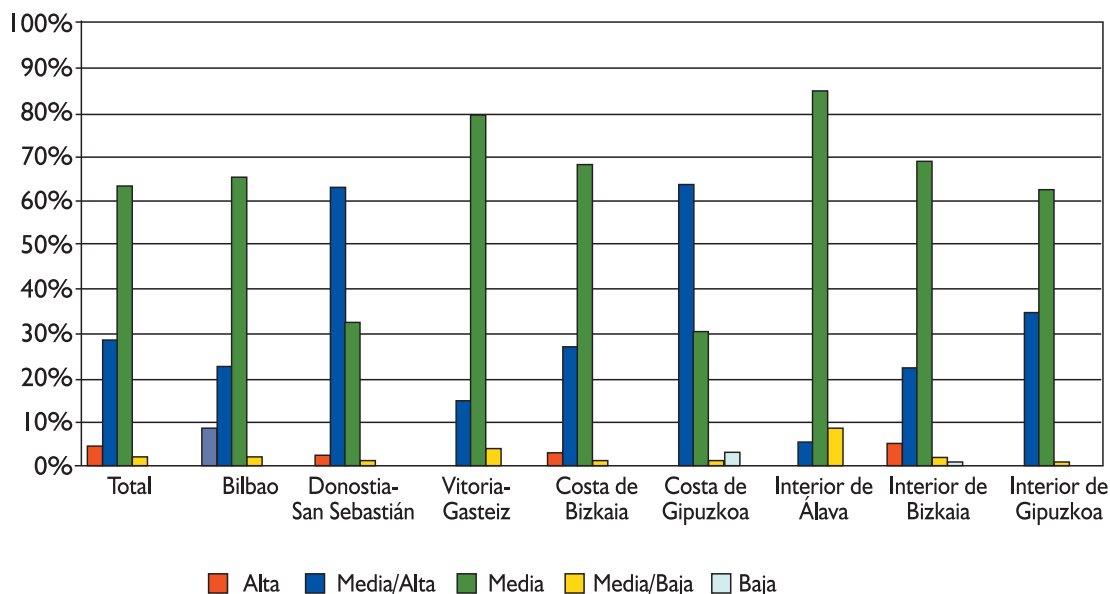
La costa guipuzcoana, a pesar de contar con un perfil de renta superior a la media, cuenta también con el mayor contingente de rentas bajas, asociado en buena parte a su disposición a la absorción de trabajadores por periodos temporales.

### Nivel de renta autodeclarada según territorio histórico





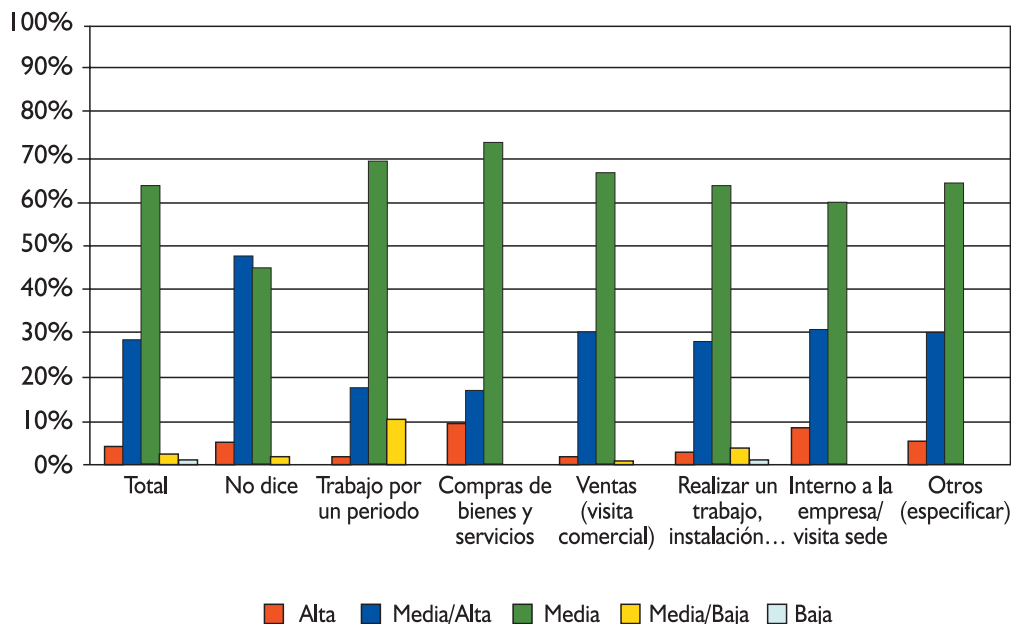
**Nivel de renta según las diferentes zonas de los territorios**



Las rentas más altas forman parte de la estructura motivada por la compra de bienes, especialmente, y por las visitas a sedes propias de la empresa en que trabaja el individuo.

Respecto a las rentas más bajas, sólo se diferencia de un modo significativo el trabajo por periodos, que agrupa la mayor parte de conjunto.

**Motivo de trabajo según nivel de renta**



En paralelo a la capacidad de renta, el turista con destino en Gipuzkoa presenta un perfil sociolaboral superior al de los otros dos territorios históricos, con casi el mismo número de cargos de alta dirección que de cargos medios. En este sentido, se diferencia mucho del resto.

