

7. SÍNTESIS Y CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

7.1. INTRODUCCIÓN

Un sector importante y en crecimiento a escala mundial

- El sector turístico se ha convertido a nivel mundial en un sector clave por sus cifras de facturación y de empleo. Con 740 millones de turistas internacionales en el mundo en 2004 (de los que 53,6 millones con destino España) y un crecimiento anual medio del 3,5% desde 1990, sustenta más de 67 millones de empleos directos (2,6% del empleo mundial) y constituye, además, una de las primeras actividades exportadoras, cuyos ingresos equivalían en 2001 al 9% de las exportaciones totales por bienes y servicios (un importe similar al de la exportación total del sector de automoción).
- El turismo depende de una serie de activos o factores de atracción (recursos naturales, patrimonio, eventos, condiciones de vida...), que afectan a distintas motivaciones (para el disfrute del ocio, la gestión del negocio, etc.), y una infraestructura de equipamientos y servicios adecuados (alojamiento, recreo, restauración, aprendizaje, comunicaciones...) para generar una experiencia satisfactoria.
- Resulta difícil medir su peso total, ya que se trata de un sector difuso, de carácter transversal, integrado por empresas pertenecientes a distintas ramas de actividad que producen bienes y servicios consumidos en el proceso turístico, así como otros bienes que no tienen que ver con la actividad turística. La hostelería (alojamiento y restauración) supone el mayor porcentaje del gasto realizado por los turistas. A su vez, la actividad de alojamiento es la que se identifica más fácilmente con el turismo, por lo que se recurre a los datos de alojamiento y pernoctaciones como indicador de su evolución.

El sector turístico en la CAPV: un nuevo escenario

- En el País Vasco los datos de 2004 atestiguan el mejor momento de la historia del turismo vasco. La evolución seguida desde 1997 muestra *cambios radicales*, tanto en dimensión como en motivación, por lo que resulta necesario realizar una *gestión diferente a la realizada anteriormente*.
- Entre 1997 y 2004 se distinguen dos fases bien diferenciadas:
 - En el periodo 1997-1999 la CAPV en su conjunto, pero fundamentalmente Bizkaia y más concretamente Bilbao y su entorno metropolitano, asiste a un *rápido crecimiento* en el número de entradas de turistas y de pernoctaciones, que afecta también, aunque de forma más dilatada en el tiempo, a Gipuzkoa y Álava,
 - A este crecimiento rápido sigue una *fase de consolidación* en la que se estabiliza el crecimiento del número de entradas y pernoctaciones, con un nuevo arranque en 2004.
- Este cambio de tendencia respecto a la etapa precedente revela igualmente un cambio progresivo en la tipología del turista, que responde cada vez más a la motivación de ocio frente a la del trabajo.
- El fuerte crecimiento de la entrada de turistas ha dado lugar, a su vez, a un importante incremento en la oferta de plazas de alojamiento (31,8% en el periodo 1999-2004) debido a las expectativas generadas, muy superior al de las pernoctaciones (17,7% en las entradas en hoteles en el mismo periodo, sin variaciones relevantes en la estancia media). En consecuencia el grado de ocupación ha caído.
- La adecuación del sistema a las necesidades de esta nueva tipología de demanda constituye un importante reto desde el punto de vista de la gestión turística. La articulación de recursos y la creación de productos ad hoc para su comercialización en función de los diferentes segmentos de la demanda pueden ser algunas de las respuestas al mismo.

7.2. RASGOS PRINCIPALES DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA CAPV

Principales magnitudes

- No resulta fácil delimitar el número total de *visitantes* de la CAPV. Un primer grupo, perfectamente delimitado, es el formado por los *turistas que se alojan* en establecimientos públicos de alojamiento (establecimientos hoteleros, alojamientos de turismo rural y campings), que en 2004 ha rebasado los 2 millones de personas (1,8 millones en 2003). Es la cifra de referencia para evaluar la marcha del sector.
- Sin embargo, hay otros colectivos muy numerosos que también resultan importantes y cuyos datos se obtienen de diferentes encuestas: Por un lado, quienes se alojan más de tres noches seguidas en *segundas viviendas* (viviendas propias o en alquiler, de familiares o de amigos), y otro tipo de alojamientos, que en 2003 sumaban 1,1 millones de personas. Junto con los primeros son los *turistas propiamente dichos*.
- Un tercer grupo realiza estancias cortas en segundas residencias propias (inferiores a las 4 noches seguidas), que suma 2,1 millones de personas, y que no se consideran turistas a efectos estadísticos. En total, por tanto, el número de viajeros que pernoctan en la CAPV se puede cifrar en algo más de 5 millones de personas.
- Finalmente a estas cifras es necesario añadir los *excursionistas*, viajeros que no pernoctan en la CAPV y que sólo están bien medidos cuando proceden del extranjero: 7.211.909 en 2004. Junto con los procedentes de otras regiones del Estado, aún no bien medidos, son un fenómeno económicamente importante.
- Por lo tanto, a pesar de que en el resto del documento se utiliza predominantemente el indicador de estancias en alojamientos públicos, no debe olvidarse que el fenómeno del turismo es sensiblemente más amplio.

Entradas de turistas y excursionistas en la CAPV por tipo de alojamiento y procedencia (2003-2004)

	CAPV	Resto del Estado	Extranjeros	TOTAL
Establecimientos hoteleros	283.332	966.039	501.063	1.750.434
Turismo rural	38.275	41.441	8.360	88.076
Campings	76.414		89.349	165.763
Total entradas establecimientos públicos de alojamiento (2004)				2.004.273
2. ^a residencia	607.151		224.521	831.672
Otros*	24.687		212.168	236.855
Total entradas otros alojamientos (2003)				1.068.527
TOTAL TURISTAS	2.037.339		1.035.461	3.072.800
Estancias cortas 2. ^a residencia (2003)	2.116.724		N.d.	2.116.724
Excursionistas (2003-2004)	11.344.064	1.467.248	7.211.909	20.023.221
TOTAL ENTRADAS	16.965.375		8.247.370	25.212.745

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eustat, INE, Frontur y Familitur.

Los datos relativos al excursionismo estatal y vasco proceden de Familitur, y pueden no ser muy fiables.

* Otros: viviendas de familiares, amigos, etc.

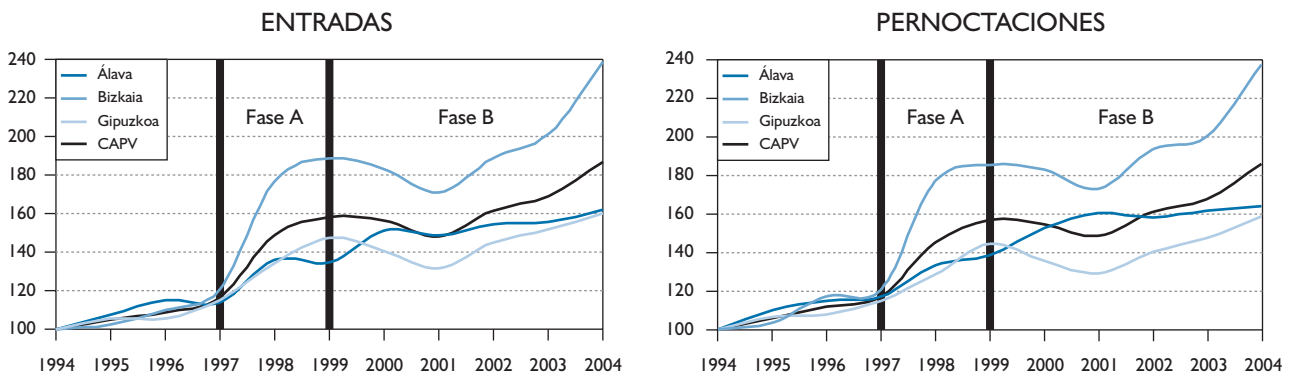
El dato de turismo extranjero corresponde a 2004.

- Según datos de la Cuenta Satélite del turismo de EUSTAT, el peso del PIB se sitúa en el 5,2% en 2004 y la facturación agregada en 2.786 millones de euros en 2004. Estos datos están, lógicamente, muy por debajo del peso del turismo del conjunto del Estado (11% del PIB en 2004, con un máximo de 12,1% en 2001), cuyo componente principal es el turismo de sol y playa. La factura turística vasca se sitúa en torno al 2,5% del total español.

La demanda turística en la CAPV

- La evolución en términos cuantitativos es a todas luces *positiva*. Como refrendo de esta afirmación cabe destacar:
 - Las tasas altas de *crecimiento* en la entrada de turistas registrados en establecimientos hoteleros en el periodo 1997-2004: 60%, con un incremento ligeramente inferior del número de pernoctaciones (58%). El crecimiento anual medio se sitúa en el 10,4%.
 - Es, además, un crecimiento *sostenido*: los incrementos conseguidos en 2004 están por encima del citado crecimiento medio del período (salvo en Álava), tanto en entradas como en número de pernoctaciones.

Evolución en la entrada de turistas y pernoctaciones en la CAPV y por TT.HH. en establecimientos hoteleros (1994-2004) (1994 = 100)



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

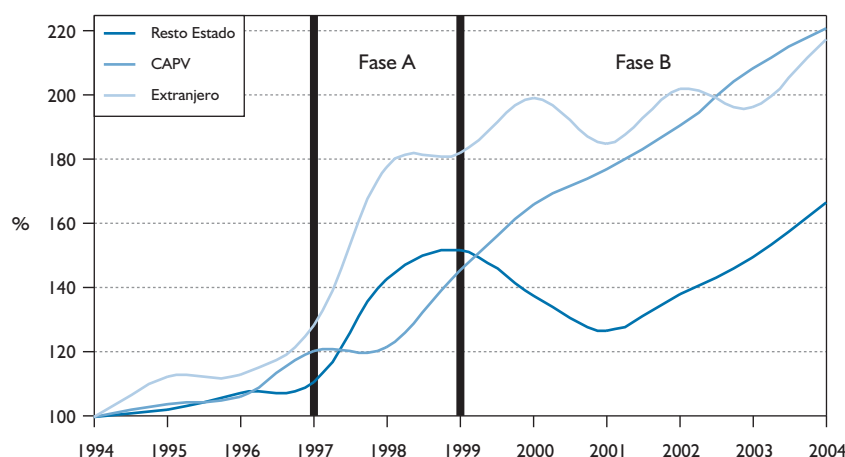
- El crecimiento más rápido del *turismo extranjero* (69%), que en 2004 representa el 28,6% del número de turistas alojados en establecimientos públicos, con una presencia algo mayor en las capitales que en el interior.
- Parte de esta demanda se dirige a nuevas formas de alojamiento, como son las instalaciones de *agroturismo* (preferidas por el 4,4% de los turistas en 2004). Por su parte, los *campings* atrajeron a otro 8,3%. En términos de pernoctaciones ambos tipos de turistas representan el 20,78% de las pernoctaciones (en 2004). Al igual que ha sucedido con los establecimientos hoteleros, es destacable el fuerte incremento porcentual de entradas que se ha producido en estas otras tipologías de turismo rural (55,7% entre 1998 y 2004) y campings (87,7% entre 1997 y 2004).
- Como se ha resaltado en la introducción de este documento, la evolución del turismo vasco durante los últimos años ha experimentado *dos etapas* bien diferenciadas, según se deduce de la evolución tanto de las entradas como de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de la CAPV:
 - *Fase A*: Periodo 1997-1999, donde se observa un gran crecimiento de visitantes y pernoctaciones (35,8% y 33,9% respectivamente).

– Fase B: Periodo 1999-2004, dividido a su vez en dos subperíodos, con un retroceso inicial y una clara recuperación posterior:

- Descenso de entradas y pernoctaciones en Euskadi entre 1999 y 2001:
 - 1999-2000: (–1,3 y –1,8 respectivamente).
 - 2000-2001: (–5,5% y –3,5%).
- Recuperación y tendencia al alza en Euskadi entre 2001 y 2004:
 - 2001-2002: (+9% y +8%).
 - 2002-2004: (+15,7% y +15,5%).

Aunque la actividad hotelera crece en todos los ámbitos territoriales (capitales, costa, interior), el crecimiento es mayor en Bizkaia, que por primera vez se coloca a la cabeza del número de turistas registrados en hoteles en 2004, como consecuencia de la atracción generada por *Bilbao* sobre un nuevo turista de ocio.

Entrada de turistas en establecimientos hoteleros por lugar de procedencia (1994-2004) (1994=100)



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

Entrada de turistas en la CAPV según tipo de alojamiento (1997-2004)

	1997	1998	1999	2003	2004	Var. % 97-99	Var. % 99-04	Var. % 97-04
Hoteles	1.095.002	1.393.140	1.486.844	1.585.221	1.750.434	35,8	17,7	59,9
Turismo rural*	N.d.	56.561	57.831	84.691	88.076	—	52,3	55,7
Campings	88.323	112.273	140.226	169.346	165.763	58,8	18,2	87,7
Total	1.183.325	1.561.974	1.684.901	1.839.258	2.004.273	42,4	19,0	69,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT e INE.

* La Var. 97-04 para alojamientos de turismo rural corresponde al período 98-04.

**Pernoctaciones de turistas en la CAPV según tipo de alojamiento
(1997-2004)**

	1997	1998	1999	2003	2004	Var. % 97-99	Var. % 99-04	Var. % 97-04
Hoteles	2.076.679	2.571.605	2.636.110	2.963.193	3.289.658	26,9	24,8	58,4
Turismo rural*	N.d.	134.788	157.946	225.249	261.906	—	65,8	94,3
Campings	253.628	283.864	420.400	453.904	451.624	65,8	7,4	78,1
Total	2.330.307	2.990.257	3.214.456	3.642.346	4.003.188	37,9	24,5	71,8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT e INE.

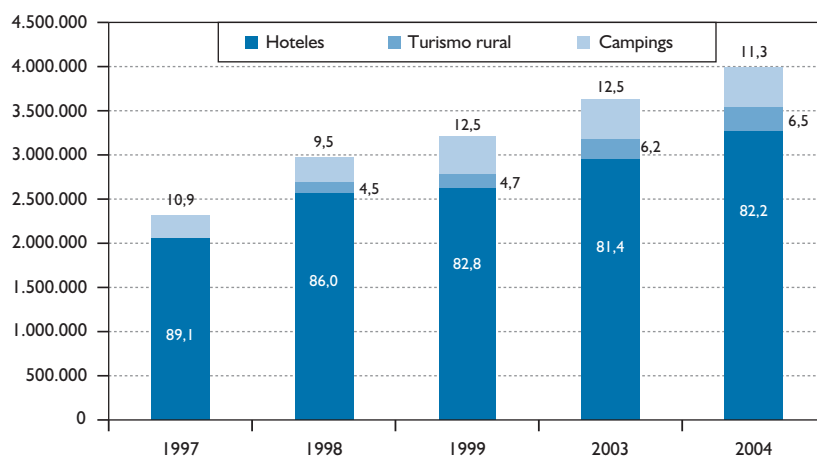
* La Var. 97-04 para alojamientos de turismo rural corresponde al período 98-04.

**Entradas y pernoctaciones de turistas en establecimientos hoteleros
(1997-2004)**

	1997	1999	2004	Var. (97-99)	Var. (99-04)	Var. (97-04)	Cuota 2004 (%)	Aport. crecim. dda. (%)
Entradas								
Álava	202.556	239.765	288.945	18,4	20,5	42,6	16,5	13,2
Bizkaia	375.460	584.207	739.685	55,6	26,6	97,0	42,3	55,6
Gipuzkoa	516.986	662.912	721.804	28,2	8,9	39,6	41,2	31,2
CAPV	1.095.002	1.486.884	1.750.434	35,8	17,7	59,9	100,0	100,0
Pernoctaciones								
Álava	351.784	415.652	493.110	18,2	18,6	40,2	15,0	11,7
Bizkaia	708.013	1.086.852	1.392.439	53,5	28,1	96,7	42,3	56,4
Gipuzkoa	1.016.882	1.277.931	1.404.109	25,7	9,9	38,1	42,7	31,9
CAPV	2.076.679	2.780.435	3.289.658	33,9	18,3	58,4	100,0	100,0

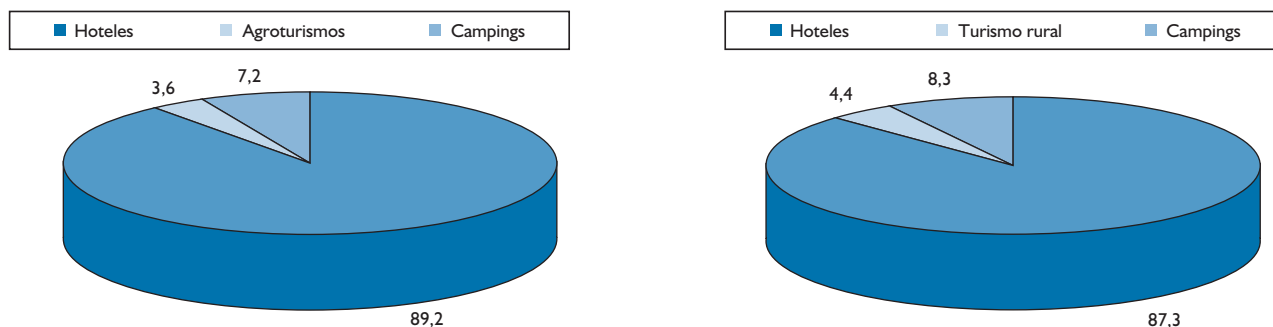
Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

**Pernoctaciones en la CAPV según tipo de alojamiento (%)
(1997-2004)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT e INE.

Entrada de turistas en la CAPV según tipo de alojamiento (%) (1998-2004)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eustat e INE.

- En efecto, desde el punto de vista territorial, esta evolución ha experimentado *comportamientos diferenciados*: en el periodo 1997-1999 fundamentalmente Bizkaia y más concretamente Bilbao y su entorno metropolitano asisten a un rápido crecimiento tanto en el número de entradas de turistas como de pernoctaciones, pasando a una fase de consolidación a partir de 2000, con oscilaciones, y un nuevo incremento importante en 2004.
- En realidad la actividad turística *crece en todos los ámbitos geográficos*, pero no con el mismo ímpetu: De hecho, Bilbao, Vitoria y los municipios del interior aumentan su cuota porcentual en la demanda turística (que se sitúa en 29,6%, 11,6% y 24,8% respectivamente en 2004), mientras que cae la de Donostia (22,9%) y los municipios costeros (11,1%). Se produce, por tanto, una *redistribución geográfica* de la actividad.

Entrada de turistas en establecimientos hoteleros por estratos (%) (1997-2004)

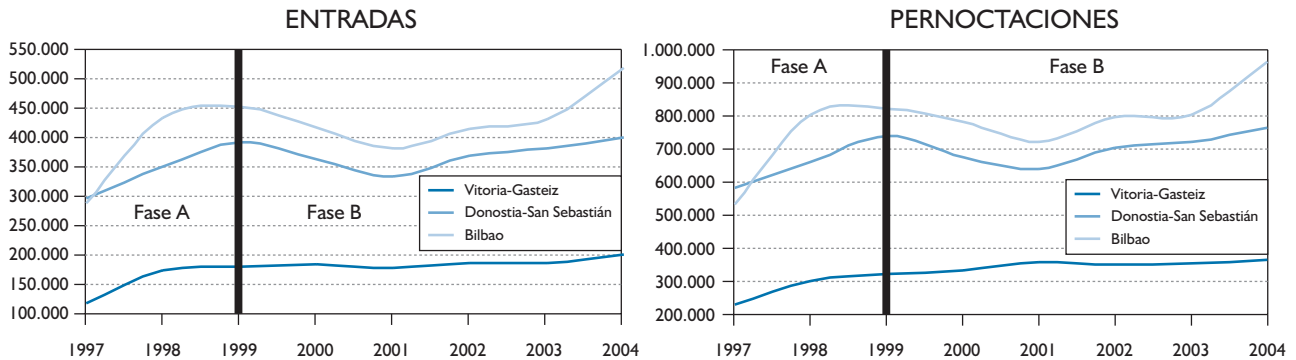
		1997	2004	1997 (s/total)	2004 (s/total)
Álava	Vitoria-Gasteiz	117.802	202.581	10,8	11,6
	Interior	84.754	86.364	7,7	4,9
Gipuzkoa	Donostia-San Sebastián	296.317	400.811	27,1	22,9
	Litoral	102.374	121.690	9,3	7,0
	Interior	118.295	199.303	10,8	11,4
Bizkaia	Bilbao	288.884	518.294	26,4	29,6
	Litoral	43.168	73.403	3,9	4,2
	Interior	43.408	147.988	4,0	8,5
Total Capital		703.003	1.121.686	64,2	64,1
Total Litoral		145.542	195.093	13,3	11,1
Total Interior		246.457	433.655	22,5	24,8

Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

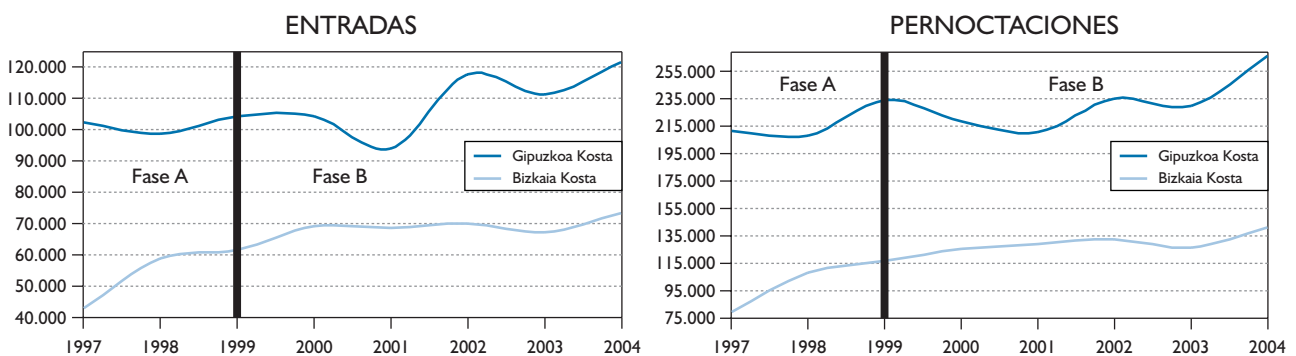
- *El crecimiento de los estratos costa e interior tampoco ha sido homogéneo*. Así, la costa guipuzcoana registra una evolución cíclica, con aumentos y retrocesos, mientras la costa vizcaína ha experimentado un crecimiento más uniforme. Por su parte, el crecimiento en el interior se ha dado en

Gipuzkoa y Bizkaia (muy relacionado con el entorno metropolitano en el segundo caso), mientras en Álava los municipios del interior han sufrido un declive primero y una ligera recuperación después.

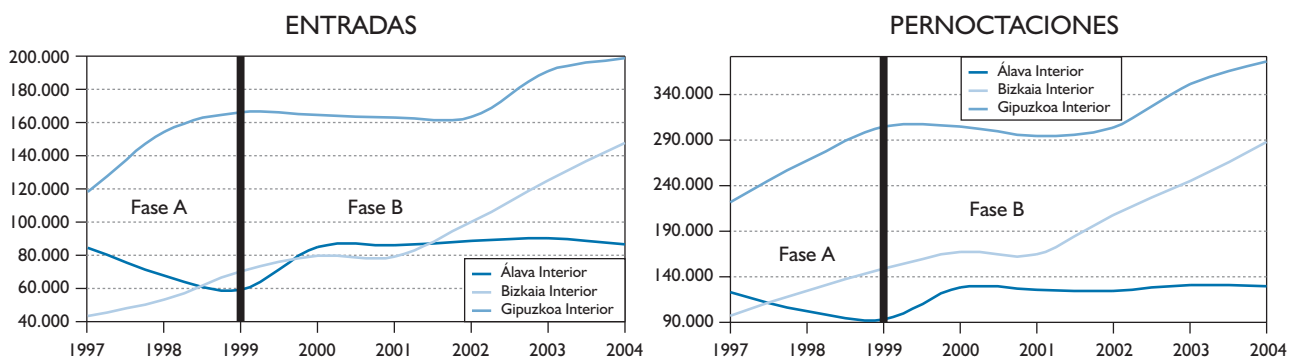
Entrada de turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Capitales (1997-2004)



Entrada de turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Costa (1997-2004)



Entrada de turistas y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Interior (1997-2004)



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

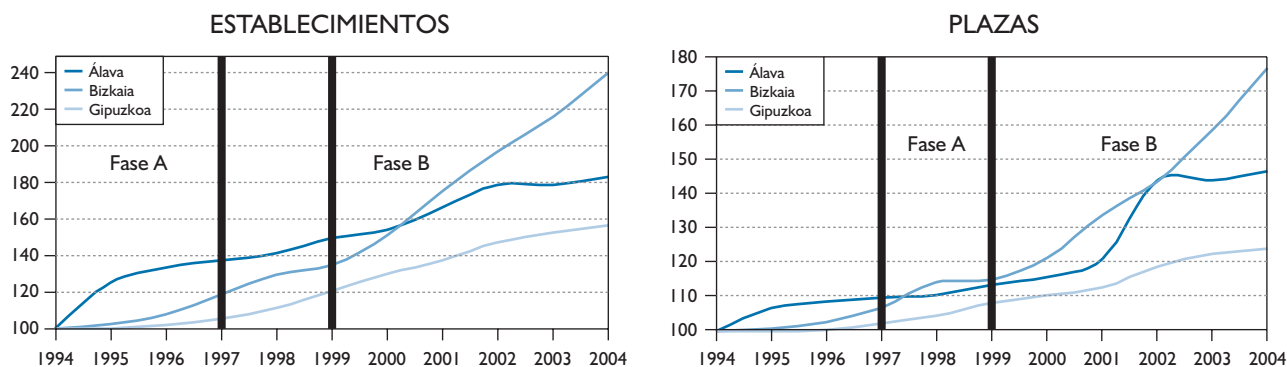
- Esta evolución supone un cambio radical de escenario con relación al periodo anterior, tanto en términos cuantitativos como en términos cualitativos (características y motivación), hecho que implica a futuro un reto para la gestión turística basado en la adecuación del sistema turístico actual a la nueva tipología de demanda.

- Sin embargo, el crecimiento de los flujos turísticos no es una exclusiva del País Vasco: A lo largo de los años noventa el turismo internacional ha experimentado un crecimiento sostenido a tasas algo por encima del 4% medio anual, frenadas en los primeros años 2000 por el cambio de coyuntura económica y el aumento de la conflictividad internacional. Es interesante comprobar que, dentro de su reducida dimensión, se ha ganado cuota en el mercado internacional ya que el turismo internacional alojado en establecimientos hosteleros del País Vasco ha aumentado a un ritmo medio anual del 7,3%.
- En comparación con los datos registrados por el INE en el conjunto de Comunidades Autónomas, la positiva evolución del País Vasco tanto en entradas de turistas como en pernoctaciones, no resulta tan notable en la medida en que nos sitúan en el puesto 9 de las comunidades con mayores incrementos de entradas de turistas y en el puesto número 6 de incremento de pernoctaciones en el periodo 1997-2004. No obstante, la diferente tipología de oferta y la falta de fiabilidad de los datos anteriores a 1999 resta utilidad a la comparación. En cualquier caso, conviene tener presente que las Comunidades del Cantábrico han experimentado crecimientos muy altos ligados a una oferta que incide en el turismo de naturaleza y las vacaciones familiares.

Oferta: establecimientos y plazas de alojamiento

- En el periodo analizado 1997-2004 se ha producido un gran incremento de la oferta hotelera (más de un tercio —37%— de nuevas plazas en el período 1997-2004), muy por encima de las previsiones del PIPE 2000-2004. Buena parte de este incremento se ha concentrado en Bilbao (22%), en respuesta al posicionamiento de la demanda. El incremento es aún mayor si se considera el Bilbao metropolitano. En el sector de agroturismo, que representa ya el 8% del total de alojamientos en establecimiento público, la oferta de plazas se ha doblado (114% de incremento), mientras que en campings, que suponen el 27% del total, el incremento ha sido mucho más comedido (16%).
- Los mayores incrementos de la oferta hotelera se han dado en el nicho de 5 estrellas, cuya oferta, muy limitada en 1997, casi se triplica (156% de incremento) y en el de 1 estrella, que casi se multiplica por dos (95%).
- Desde un punto de vista más agregado, son los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas (Grupo 1) los que mayor crecimiento han experimentado en el número de plazas, suponiendo en 2004 el 34,6% del total de plazas ofertadas en establecimientos hosteleros.

Evolución de los establecimientos y plazas de alojamientos hoteleros por TT.HH.
(1994-2004) (1994 = 100)



Fuente: Dirección de Administración Turística. G.V.

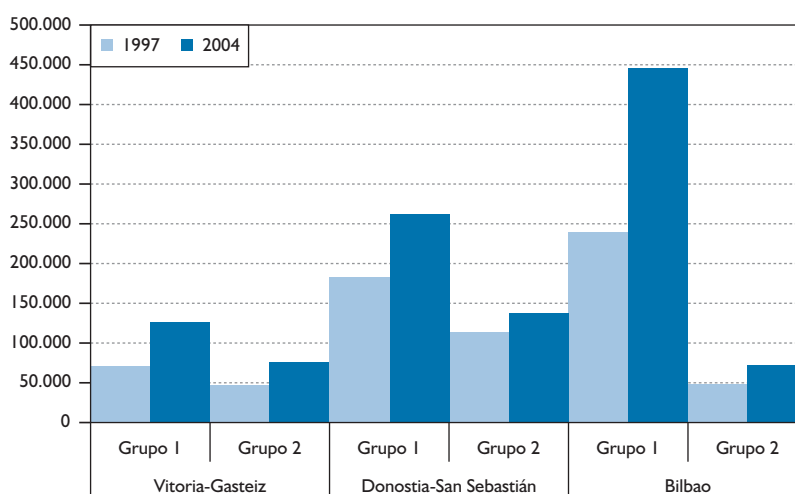
**Plazas de alojamiento en establecimientos hoteleros la CAPV por tipología
(1997-2004)**

Plazas	1997	2004	Var. 97-04	Cuota 2004 (%)	Aport. crecim. oferta (%)
Hoteles	12.219	17.120	40,1	48,8	52,9
5 estrellas	613	1.571	156,3	4,5	10,3
4 estrellas	4.624	5.864	26,8	16,7	13,4
3 estrellas	3.751	4.707	25,5	13,4	10,3
2 estrellas	2.024	2.620	29,4	7,5	6,4
1 estrella	1.207	2.358	95,4	6,7	12,4
Hostales	432	432	0,0	1,2	0,0
Hostal residencia	333	333	0,0	0,9	0,0
Pensión	3.008	4.155	38,1	11,8	12,4
Fonda	56	56	0,0	0,2	0,0
Casa huéspedes	253	253	0,0	0,7	0,0
Total aloj. hoteleros	16.301	22.349	37,1	63,7	65,3

Fuente: Dirección de Administración Turística. G.V.

La cuota y la aportación al crecimiento restantes se deben a la oferta rural, los campings y las viviendas particulares.

**Variación en las entradas de turistas en establecimientos hoteleros según categoría.
Capitales (1997-2004)**



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

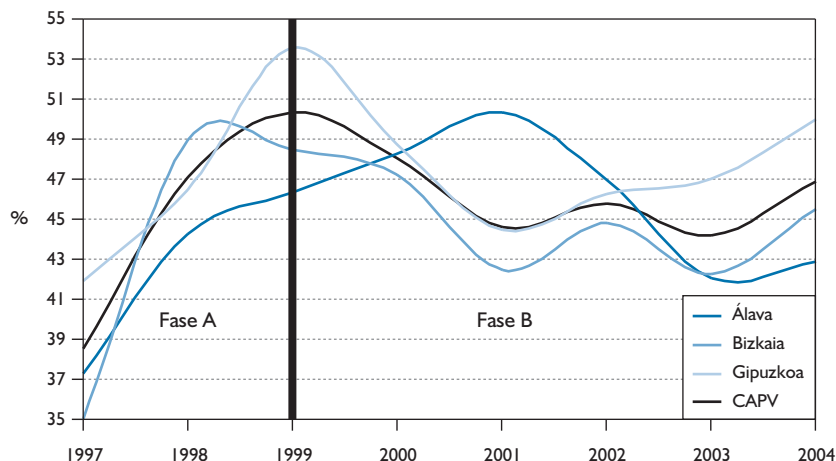
Grupo 1: 3 o más estrellas; Grupo 2: 2 o menos estrellas.

Grado de ocupación

- Como consecuencia del incremento de la oferta de plazas, en 2004 el grado de ocupación (46,9%) en establecimientos hoteleros se ha mantenido al nivel de 1998 frente al objetivo, sin duda desmesurado, del 57% marcado en el PIPE 2000-2004.
- El PIPE preveía un crecimiento de las plazas hoteleras del 9% en el período 1998-2003. En ese intervalo las plazas ofertadas han aumentado un 22%.

- En la medida en que el crecimiento de la oferta hotelera se ha producido sobre todo en el bienio 2002-2003 y que existe un cierto desfase temporal entre el incremento de la oferta y la captación de la demanda (los nuevos hoteles deben generar sus propias clientelas) no resulta sorprendente tal caída. Vistos los datos de otros entornos comparables, la tasa objetivo de ocupación media debería situarse en el entorno del 50%.

Evolución del grado de ocupación en establecimientos hoteleros por Territorios (1997-2004)



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

Duración de la estancia y estancia media

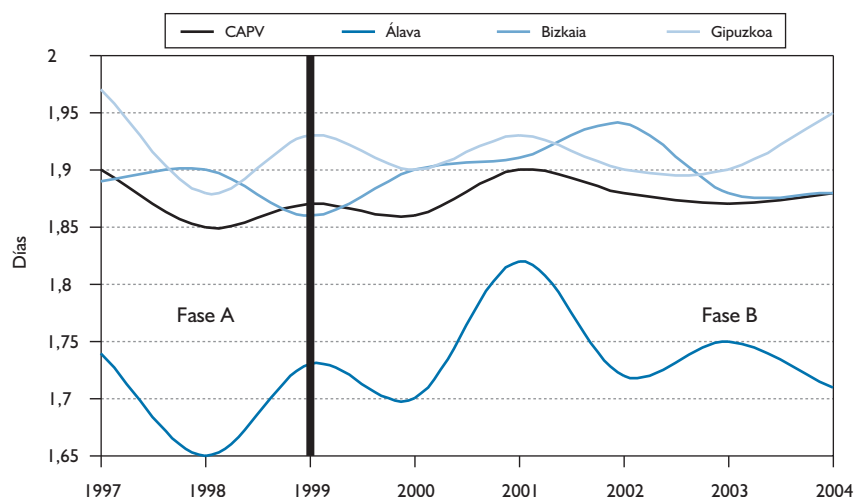
- Por otro lado hay que resaltar el hecho de que el turismo en el País Vasco sea mayoritariamente *un fenómeno de estancias cortas*: el 50% no supera las dos noches y sólo un 7% prolonga su estancia más de tres semanas (tanto en el caso del turismo interior —7,8%— como de los turistas extranjeros —7,0%). Tomando en cuenta únicamente los datos de alojamientos en establecimientos públicos, la estancia media se limita a *1,9 días*, sin variación relevante en el período, por debajo del objetivo marcado en el PIPE (2,0):
 - Los alojamientos de turismo rural y los camping arrojan estancias medias mayores (3,0 y 2,7 respectivamente en 2004), al igual que los hoteles más económicos (Grupo 2) con relación a los de nivel superior (Grupo 1).
 - En el conjunto de España las estancias son más largas allí donde predomina el turismo de sol y playa (Baleares, Canarias, costa mediterránea), pero también en el resto de la cornisa cantábrica.

Evolución de la estancia media en establecimientos hoteleros, de turismo rural y camping en la CAPV (1997-2004)

	Hoteles	Turismo rural	Campings
1997	1,90	N.d.	2,87
1998	1,85	2,38	2,53
1999	1,87	2,73	2,93
2000	1,86	2,52	3,00
2001	1,90	2,62	3,00
2002	1,88	2,60	2,98
2003	1,87	2,66	2,78
2004	1,88	2,97	2,72

Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores e INE.

Evolución de la estancia media en establecimientos hoteleros en la CAPV y por TT.HH. (1994-2004)



Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

Estancia media en establecimientos hoteleros (1997-2004)

Estancia media	1997	1998	1999	2003	2004	Var. % (97-99)	Var. % (99-04)	Var. % (97-04)
TOTAL	4,01	3,90	3,93	3,65	3,52	-1,9	-10,6	-12,2
Andalucía	3,28	3,26	3,11	3,10	3,09	-5,3	-0,7	-6,0
Aragón	2,04	2,09	2,15	2,09	2,09	5,3	-2,9	2,2
Asturias	2,16	2,12	2,08	2,27	2,27	-3,7	9,3	5,2
Baleares	8,99	8,21	8,32	7,25	6,99	-7,4	-16,0	-22,2
Canarias	8,07	8,02	7,98	7,84	7,57	-1,0	-5,2	-6,2
Cantabria	2,49	2,47	2,39	2,38	2,45	-4,1	2,5	-1,7
Castilla y León	1,53	1,55	1,63	1,72	1,67	6,5	2,7	9,3
Castilla-La Mancha	1,57	1,51	1,53	1,68	1,69	-2,4	10,7	8,1
Cataluña	3,76	3,74	3,59	3,43	3,30	-4,7	-8,0	-12,4
Valencia	4,97	4,92	4,48	3,82	3,75	-9,8	-16,4	-24,6
Extremadura	1,57	1,56	1,55	1,73	1,75	-1,8	13,1	11,1
Galicia	2,23	2,24	2,30	2,12	2,14	3,1	-6,8	-3,9
Madrid	1,94	1,96	2,15	2,13	2,08	11,1	-3,7	7,0
Murcia	3,58	3,59	3,31	3,01	2,82	-7,5	-15,0	-21,4
Navarra	1,82	1,84	1,71	1,97	1,96	-6,1	14,6	7,7
Euskadi	1,86	1,83	1,89	1,92	1,90	1,8	0,7	2,5
La Rioja	1,84	1,83	1,79	1,84	1,85	-2,6	3,8	1,1
Ceuta y Melilla	2,03	2,15	2,97	2,16	2,27	46,3	-23,6	11,8

Fuente: INE. Encuesta de Ocupación Hotelera.

- La prolongación de la estancia media resulta difícil, vistos los segmentos turísticos en los que se está produciendo el crecimiento: El turismo cultural y urbano, y el turismo de negocios (la estancia media del turismo congresual se sitúa en 2,46 días en 2004). Sin perjuicio de que se siga traba-

jando para *mejorar e integrar la oferta turística* a fin de prolongar la estada, se trata de un *objetivo más a medio-largo plazo*, frente al objetivo de ampliar la captación de turistas y la tasa de ocupación hotelera.

- Una gestión y una infraestructura de alojamiento más económica (paquetes familiares, aumento de la oferta en el grupo 2, alojamientos para jóvenes...) facilitaría sin duda la prolongación de la estada. El turismo vacacional familiar es un segmento descuidado en Euskadi.

Procedencia de los turistas

- Los principales *mercados emisores* para el País Vasco (entradas de turistas en establecimientos hoteleros) son, por este orden, Madrid (16,7%), Cataluña (13,1%), Francia (6,3%), Gran Bretaña (4,8%) y Castilla y León (4,1%). Generan el 45% de los registros hoteleros en 2004. Les siguen en cuota de mercados emisores Valencia (3,1%) y Alemania (2,8%).
- Los cinco primeros mercados son también los principales responsables del aumento de flujos turísticos en el período 1997-2004 (44,3% del aumento de turistas alojados en establecimientos hoteleros). Les siguen en importancia Italia (3,5%) y EEUU-Canadá (2,5%).
- El turismo *interno*, con todo, es igualmente un mercado muy importante, ya que 16,2% de los turistas alojados proceden de la propia CAPV. Además es el segmento que más ha crecido en el período 1997-2004 (83,1%), frente al turismo estatal (50,1%) o extranjero (69%). En términos absolutos, sin embargo, el incremento de turistas procede sobre todo del resto del Estado (49,2%), después del extranjero (31,2%) y finalmente, de la propia CAPV (19,6%).

Evolución de las principales procedencias de los viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros. CAPV (1997-2004)

	1997	1999	2004	Var. 97-04	Cuota 2004 (%)	Aport. crecim. dda. (%)
Total entradas	1.095.002	1.486.884	1.750.434	59,9	100,0	100,0
Euskadi	154.714	186.891	283.332	83,1	16,2	19,6
Resto del Estado	643.807	879.770	966.039	50,1	55,2	49,2
Castilla y León	43.063	44.399	71.906	67,0	4,1	4,4
Cataluña	159.384	241.381	228.677	43,5	13,1	10,6
Valencia	42.160	50.672	54.793	30,0	3,1	1,9
Galicia	32.283	36.486	45.708	41,6	2,6	2,0
Madrid	189.877	265.625	292.370	54,0	16,7	15,6
Extranjero	296.481	420.223	501.063	69,0	28,6	31,2
Alemania	38.625	46.521	49.781	28,9	2,8	1,7
Francia	61.519	80.819	110.058	78,9	6,3	7,4
Italia	23.276	36.411	46.469	99,6	2,7	3,5
Reino Unido	42.307	61.245	83.795	98,1	4,8	6,3
Usa-Canadá	26.012	53.034	42.096	61,8	2,4	2,5

Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

- Las preferencias del *turismo internacional* no difieren significativamente de las pautas globales de evolución ya indicadas. Así, si bien *Gipuzkoa* ha sido el *destino tradicional* de la mayoría de los turistas extranjeros en 2004 es *Bizkaia* por primera vez el territorio con mayor cuota internacional. Así, los crecimientos mucho mayores del destino Bizkaia (en realidad, Bilbao) durante los últimos años han producido una *convergencia entre los dos territorios*: 42,1% de los destinos extranjeros apuntaban a Gipuzkoa frente a 45,6% a Bizkaia en 2004. Pero 6 años antes los porcentajes eran de 54% y 29% respectivamente. Álava se descuelga de este proceso y el turismo extranjero pierde peso relativo dentro de su mercado.
- Resulta evidente que *no hay difusión* del fenómeno entre Territorios, ya que sólo 15% de turistas que acuden al País Vasco visitan más de un Territorio Histórico.

Evolución de las principales procedencias de los viajeros que se alojan en establecimientos hoteleros por Territorios CAPV (1997-2004)

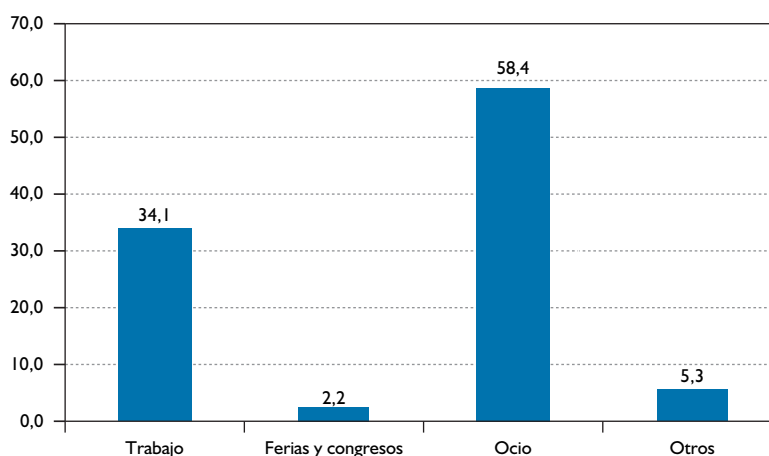
	1997			2004			Var % 97-04			Cuota 2004 (%)			Aport. crecim. dda. (%)		
	CAPV	Rest. Estado	Extranjero	CAPV	Rest. Estado	Extranjero	CAPV	Rest. Estado	Extranjero	CAPV	Rest. Estado	Extranjero	CAPV	Rest. Estado	Extranjero
Álava	43.329	108.814	50.413	64.566	162.835	61.544	49,0	49,6	22,1	22,8	16,9	12,3	16,5	16,8	5,4
Bizkaia	48.551	240.955	85.954	114.856	396.164	228.665	136,6	64,4	166,0	40,5	41,0	45,6	51,6	48,2	69,8
Gipuzkoa	62.834	294.038	160.114	103.910	407.040	210.854	65,4	38,4	31,7	36,7	42,1	42,1	31,9	35,1	24,8

Fuente: EUSTAT, Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores.

Motivación y comportamiento del turista

- Durante los últimos años se observa un cambio en la *motivación* y en el *tipo* de turista que acude a la CAPV. En el conjunto de la Comunidad Autónoma Vasca, el cliente de establecimientos públicos de alojamiento responde mayoritariamente a una motivación de *ocio* (58,4%), mientras que el trabajo y otras motivaciones (visitas a familiares, tratamiento de salud, etc.) justifica al 41,6% restante.

Motivo principal del viaje a la CAPV (%). (2004)



Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

(Base: Turistas que pernoctan en establecimientos públicos de alojamiento).

**Motivo principal del viaje a la CAPV (%).
Datos detallados (2004)**

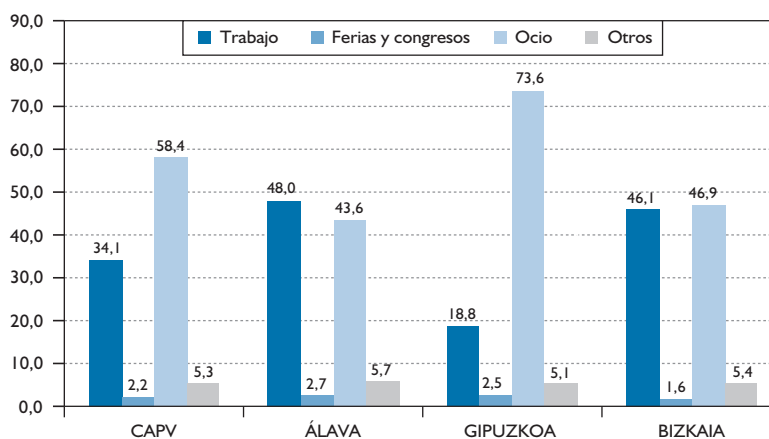
	TOTAL
Trabajo o negocios en general	34,1
Asistencia a ferias	0,6
Asistencia a congresos, convenciones...	1,6
Estudios y otras razones academicas	0,7
Compras y servicios personales	0,1
Visita a familiares y amigos	3,2
Tratamiento de salud voluntario	0,8
Motivos religiosos, peregrinaciones	0,2
Ocio, recreo, vacaciones	58,4
Otros motivos	0,3

Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas.

(Base: Turistas que pernoctan en establecimientos públicos).

- El motivo ocio resulta el más importante (58,4%) para el conjunto de turistas que se alojan en establecimientos públicos de alojamiento, y junto a un menor peso de la motivación de negocio (34,1%) aparecen motivos tales como las visitas a familiares y amigos o tratamientos de salud u otros. Este tercer conjunto de motivos crece en importancia en el caso de los turistas con origen en la CAPV o el Estado, y casi se iguala al factor ocio (49% en 2003), relegando al factor negocio a un mero 5%. Resulta claro, pues, que las relaciones personales y familiares son un factor de atracción importante, aún cuando en este caso no se recurra al alojamiento hotelero sino a la vivienda propia, alquilada o cedida.
- En el caso concreto de los establecimientos hoteleros, las diferencias geográficas son, sin embargo, importantes:
 - El ocio es la motivación dominante en el interior de Álava (79,8%), en todos los ámbitos de Gipuzkoa: en Donostia-San Sebastián (69,0%), en los municipios costeros (89,3%) y en el interior (55,7%) así como en la costa bizkaína (57,6%).
 - Los asuntos de negocio son, por el contrario, dominantes en Vitoria-Gasteiz (69,9%) en Bilbao (51,7%) y en los municipios interiores de Bizkaia (51,7%).

Motivo principal del viaje a la CAPV y por TT.HH. (%) 2004



Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

(Base: Turistas que pernoctan en establecimientos públicos de alojamiento).

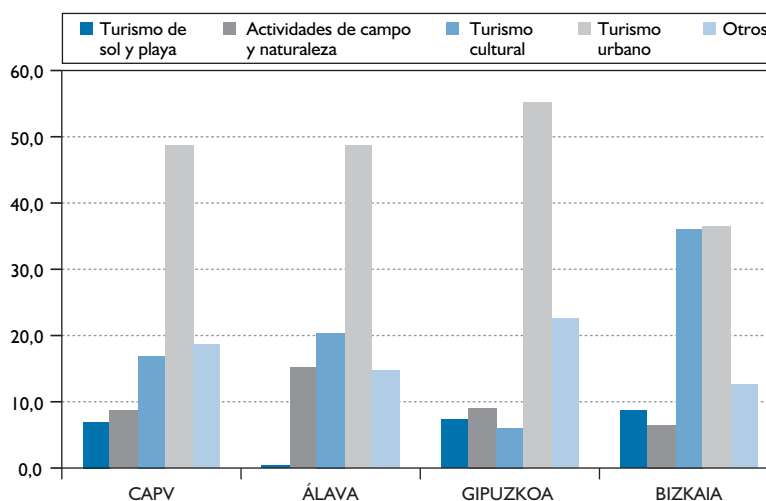
Motivo principales del viaje a la CAPV por TT.HH. (%)
(establecimientos hoteleros)

2004	CAPV				ÁLAVA			GIPUZKOA				BIZKAIA			
	Total	Capital	Costa	Interior	Total	Capital	Interior	Total	Capital	Costa	Interior	Total	Capital	Costa	Interior
Trabajo	38,7	43,2	18,8	37,4	51,8	69,9	13,9	22,4	20,2	8,8	36,6	50,2	51,7	35,7	53,5
Ferías y congresos	2,5	2,9	0,2	2,5	2,9	3,3	1,8	3,0	5,3	0,3	0,3	1,8	0,7		5,8
Ocio	53,3	48,4	77,5	53,3	39,3	20,0	79,8	69,3	69,0	89,3	55,7	42,4	42,7	57,6	33,3
Otros	5,5	5,5	3,5	6,7	6,0	6,8	4,4	5,3	5,5	1,6	7,4	5,6	4,8	6,7	7,4

Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

- El motivo ocio se identifica sobre todo con «turismo urbano» y «turismo cultural». El *mar* sigue siendo un componente importante en la zona costera. Las actividades de *naturaleza* son importantes para el turismo rural, aunque también para éste el turismo urbano es el motivo principal. El turismo de naturaleza es el segundo en importancia para el turismo rural y el primero para los turistas alojados en campings, pero tiene un peso reducido comparativamente con los recursos existentes en este segmento.
- El redescubrimiento de Euskadi como destino turístico ha tenido un icono excepcional en el museo Guggenheim, pero no se limita a él. La radical novedad de este Museo ha permitido descubrir otros atractivos más difusos de la ciudad de manera que al efecto *Guggenheim* le sustituye el efecto *Bilbao*, concretado en el atractivo de una ciudad que atraviesa un potente proceso de renovación urbana.

Agregación resumen del motivo principal en viajes de ocio (%). 2004



	TOTAL	Estab. hoteleros	Turismo rural	Campings
Turismo de sol y playa	6,9	2,9	9,0	28,4
Actividades de campo y naturaleza	8,9	2,4	33,1	34,6
Turismo cultural	17,0	20,2	5,1	4,5
Turismo urbano	48,6	53,9	38,9	23,0
Otros	18,6	20,5	13,9	9,5

Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

(Base: Turistas que pernoctan en establecimientos públicos).

- Los *aeropuertos* son una vía de acceso importante (frente al coche) para el *turista extranjero*, excepto en el caso de los turistas franceses, máxime considerando el auge de los *vuelos de bajo coste* que conectan Bilbao, sobre todo con destinos británicos y alemanes (70% del millón de viajeros que realizaron vuelos internacionales a o desde Loiu). Lo es también, para otro colectivo de turistas, el *acceso marítimo* que en 2004 aportó 12.180 turistas extranjeros en 21 *cruceros*, repartidos casi por mitades entre estadounidenses y británicos.
- No parece que el hecho de estar situados en uno de las dos rutas de *comunicación terrestre* entre la Península y el Continente esté permitiendo captar flujos relevantes de turismo de paso. Es también evidente que no hay ningún dispositivo específico orientado a esta captación (señalización, oficinas de turismo local, red de alojamientos).
- La *fidelización* es relativamente alta: Casi *uno de cada cinco* turistas hospedados en alojamientos públicos ha efectuado 6 o más viajes al País Vasco en los últimos cinco años. Esta «insistencia» se debe sobre todo a causas de trabajo, pero no sólo a eso: casi el 38% de estos repetidores lo hace regularmente *por motivo de ocio* (y el resto, *por trabajo*).
- Obviamente, la ampliación del número de turistas implica en buena parte que se está captando *nuevos turistas*. De hecho, el 40% de los hospedados en 2004 visitaban Euskadi por primera vez. El resto había efectuado ya algún viaje con anterioridad, bien por motivo de trabajo, bien por ocio, a partes aproximadamente iguales.

Total de viajes realizados a la CAPV en los últimos 5 años (%). 2004

	TOTAL	Estab. hoteleros	Turismo rural	Campings
Ninguno	40,4	39,7	37,3	48,5
De 1 a 5 viajes	39,1	38,8	44,7	38,5
6 y más viajes	19,1	20,8	17,6	12,6
Sin especificar	0,6	0,6	0,4	0,4

Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

- Otros elementos que caracterizan a la tipología de turistas que acuden a la CAPV son:
 - Los turistas que acuden a la CAPV, y que *preparan el viaje* (realización de reservas, recoger información, etc.) y los que no, se reparten casi a partes iguales.
 - Concretamente son las *agencias de viaje e Internet* los instrumentos más utilizados para informarse sobre el destino Euskadi. Por lo que respecta a la formalización de la reserva, el teléfono resulta la forma más usual de establecer la reserva (43%), seguida por la mediación de las Agencias de Viajes (29,3%).
 - Los turistas que acuden a la CAPV viajan *mayoritariamente acompañados* (80,9%), situación que varía según el tipo de alojamiento utilizado: Disminuye entre los que se hospedan en hoteles (la motivación laboral es más alta) y aumenta en el alojamiento rural y campings (96% y 98,4% respectivamente).
 - En este sentido, *la pareja* (34,4%) y *los amigos* (29,3%) suelen ser los acompañantes principales durante el viaje, en el cual participan dos personas en la mitad de los casos.

Forma social de viajar (%). 2004

	Total	Estab. hoteleros	Turismo rural	Campings
Solo	19,1	21,5	4,0	1,6
Con su pareja	34,4	34,6	37,9	30,3
Con su familia	12,6	11,1	15,4	26,7
Con sus amigos	29,3	28,5	30,9	36,4
Con su familia y amigos	4,6	4,2	11,8	5,0

Fuente: IBILTUR. Encuesta de Comportamientos y Tipologías Turísticas. Viceconsejería de Turismo.

(Base: Turistas que pernoctan en establecimientos públicos).

- La CAPV como destino turístico *cumple las expectativas* del 83,2% de los viajeros en su visita al País Vasco. Si excluimos a aquellos que no tienen opinión, sólo un 5,1% de los visitantes se sienten frustrados en su visita.
- Finalmente, tal y como recoge la Encuesta de Comportamientos y Tipologías de Visitantes, correspondiente al año 2004, el turista predominante en la CAPV pernocta en establecimientos hoteleros o en viviendas de familiares o amigos, reside en el País Vasco o alguna comunidad del Estado, especialmente Madrid o Barcelona, tiene entre 30 y 49 años, estudios superiores, un nivel de renta media o media alta y viaja con su pareja.

7.3. PERSPECTIVAS GLOBALES A MEDIO PLAZO

- La Organización Mundial de Turismo (OMT) resalta diversas *tendencias* a medio plazo y cambios en el comportamiento de los turistas que condicionan el volumen y tipología del turismo internacional:
 - Crece la demanda de *seguridad*, lo que propicia los viajes intrarregionales más que los interregionales.
 - Los viajeros son cada vez más maduros y experimentados. La población envejece por lo que los segmentos más voluminosos serán los correspondientes a los rangos de edad media-alta (45-60 años), es decir, con hábitos y «cultura turística» de los actuales estratos de edad medias-joven (35-45 años).
 - El incremento de precios y el mayor conocimiento de las ofertas aumenta la presión sobre el valor percibido, con un turista más *exigente*. Por ello resulta necesario realizar inversiones que mejoren la *calidad* de la oferta de manera permanente.
 - Pero no bastará con tener buenas infraestructuras: se trata de tener *buenas experiencias*. La mayor *exigencia* del turista cubre todos los aspectos:
 - Calidad de los productos turísticos considerando las instalaciones y servicios de la zona.
 - Calidad en el «entorno».
 - Acceso a *información* fiable, veraz y de calidad.
 - El turismo sostenible adquiere una importancia creciente, con una mayor sensibilidad hacia los aspectos *medioambientales* del lugar de destino.
 - La incorporación de nuevas tecnologías a la gestión turística es un factor de competitividad ineludible, así como las alianzas y la colaboración estrecha entre el sector privado y los entes públicos.

- Se *multiplican y acortan* los períodos de vacaciones, que son *diferentes* a lo largo del año. Aumenta la tendencia a realizar actividades en los lugares de destino.
- Hay una tendencia creciente a la *auto-organización* de los viajes mediante uso de *Internet* y el uso de medios de transporte y alojamiento de bajo costo, frente a la opción del viaje organizado. Las decisiones se dejan «al último momento» y muchas veces por impulsos ante la información conseguida.
 - El *mercado turístico on line*, que según el Centre for Regional and Tourism Research ya factura en torno al 4,4% del montante total de la industria turística europea, tiene grandes perspectivas de crecimiento (6,9% en 2006). Aunque las ventas en España suponen un mínimo porcentaje, su expansión es fuerte en Gran Bretaña, Alemania y Francia, importantes mercados emisores del País Vasco. Las compañías aéreas de bajo coste realizan por Internet hasta un 90% de sus ventas. El siguiente paso será el *desarrollo de plataformas conjuntas de distribución entre líneas aéreas de bajo coste y el sector hotelero*.
 - La personalización de los viajes se acompaña con una tendencia a viajar en *coche* (en destino) para disponer de autonomía de movimientos con una mayor presencia de mujeres independientes, parejas sin hijos, y un aumento de las familias «tardías» es decir, parejas mayores con hijos pequeños.
 - Se diversifican también las modalidades de *alojamiento*, en fórmulas *diferentes* a los hoteles tradicionales.
- En el entorno europeo se resaltan además algunos *retos* para la sostenibilidad del turismo europeo:
 - Falta de *mano de obra* cualificada para determinados puestos de trabajo.
 - La evolución de los *transportes* y su incidencia en los flujos de tráfico.
 - Las repercusiones del desarrollo turístico en las *condiciones de vida local* (aumento de precios, riesgo de diluir y disolver la cultura local, pérdida de la autenticidad de las expresiones socioculturales...).
 - Deficiente utilización de recursos patrimoniales y necesidad de *proteger el entorno*.
 - *Cambios posibles en los destinos* como consecuencia de grandes tendencias de consumo.
 - Posible tendencia a la *concentración* reforzando la integración vertical de los servicios *turísticos*.
 - Adopción e integración de las *nuevas tecnologías* como factor de competitividad.
- Estos cambios se perciben igualmente en el mercado español, que, a pesar de los temores de los últimos años se mantiene en la senda de crecimiento. Mercado maduro, centrado sobre todo en el segmento de sol y playa, sus mercados emisores principales siguen siendo el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Benelux por este orden, y muestra las tendencias indicadas en la reducción de los viajes organizados.
- Las *previsiones de evolución* del turismo internacional para las dos primeras décadas de este siglo se mantienen, a pesar de las fluctuaciones coyunturales de estos cuatro últimos años, en los mismos niveles de la década anterior, si bien, por grandes regiones son los destinos exóticos y menos desarrollados los que crecerán más rápidamente. Para Europa se prevé un crecimiento medio del 3% *anual*. Los gastos tienden, sin embargo, a contraerse en función de la coyuntura económica. Sin embargo, el turismo internacional es sólo una parte, y no la más numerosa, de los flujos totales de turismo.
- Por otro lado, junto al turismo de sol y playa, que tiende a desplazarse a mercados de costes menores, se están desarrollando formas alternativas y complementarias de turismo con tasas más altas que la media: *el turismo de naturaleza o ecoturismo* podría crecer a una tasa promedio anual de entre 12% y 17%, *el turismo cultural* entre 7% y 12%, y *el turismo de aventura* entre 10% y 15%.
- Finalmente hay que resaltar la aparición de *nuevos mercados emisores* de gran dimensión, que se desarrollarán a medio y largo plazo: China, en particular, sobre los que conviene ir tomando posiciones.

7.4. EL ESCENARIO MARCO PREVISIBLE EN LA CAPV

- Las nuevas pautas del turismo resultan favorables para el País Vasco, que cuenta con una oferta amplia y compleja, aún no suficientemente articulada ni fácilmente accesible, y que en conjunto se centran en el atractivo de una específica calidad de vida, con una exposición directa y próxima tanto a la cultura tradicional como a la innovación y la tecnología avanzada, y donde el atractivo urbano combina con una naturaleza reconfortante. No todos estos elementos están debidamente aprovechados como elementos consumibles o productos turísticos.
- Las tendencias demográficas apuntan a un colectivo de turistas entre los que la población madura va adquiriendo un peso creciente, lo cual favorece también la evolución ya indicada hacia una pluralidad de vacaciones cortas en las que más que descansar se pretende conocer, experimentar y disfrutar.
- Euskadi cuenta con la ventaja de situarse a corta distancia de los principales países emisores de turistas, que son sus mercados de oportunidad (Alemania, Gran Bretaña, Francia...) y en uno de las dos puertas de entrada de la Península. Por tanto, además de los factores de atracción propios cuenta con la ventaja de poder aprovecharse con facilidad de los flujos turísticos que ya existen hacia otros destinos peninsulares, tanto tradicionales de sol y playa como culturales (v.g., el Camino de Santiago). Finalmente, la contigüidad a zonas de veraneo como Iparralde o Cantabria genera un flujo de excursionistas (turistas que no pernoctan) con un importante impacto económico. La información, la señalización turística y las infraestructuras de acogida son claves para la captación de esos flujos en muchos casos recurrentes. Junto a estos mercados tradicionales, conviene ir tomando posiciones de cara a otros mercados emisores importantes como el japonés o los que se van a desarrollar a medio plazo, como el chino.
- Las ciudades costeras del País Vasco cuentan con una tradición y una imagen de destino tradicional y selecto para el veraneo —en especial, pero no sólo Donostia, Hondarribia y Zarautz—, sin llegar a las cotas de notoriedad de la vecina Biarritz. Aunque el mar sigue jugando un papel relevante en la atracción, los cambios en las pautas vacacionales han comprimido la duración de las vacaciones estivales. En compensación, ha aparecido un mercado creciente de vacaciones de fin de semana y otros periodos cortos a lo largo del año, que no se basan sólo en ese factor.
- La multiplicación de las *vacaciones cortas* resulta interesante porque contribuye a desestacionalizar el impacto de la actividad turística. En este caso, la base de la atracción del País Vasco para el turista de fin de semana radica por un lado en la existencia de recursos singulares de gran magnetismo (el Guggenheim, el dinamismo urbano de Bilbao, etc.) y, por otro, en una combinación de elementos más difusos pero que forman un conjunto diferenciable: recursos de naturaleza y urbanos; de innovación y modernidad y de tradición; de los placeres de una alta calidad de vida (gastroonomía, urbanismo, eventos, cultura...), etc. Dentro de este apartado se inscribe también el turismo rural, vinculado al turismo de naturaleza si bien, para un reducido segmento de los usuarios de los alojamientos de turismo rural (9,3%), este no es sino una modalidad más de alojamiento en la medida en que su motivación principal no está relacionada directamente con la naturaleza. La estrategia para el nuevo periodo considera el desarrollo del turismo de naturaleza en la medida en que Euskadi cuenta con una alta potencialidad para la generación de productos turísticos relacionados con este segmento.
- Junto al turismo de veraneo y de ocio, el País Vasco ha contado tradicionalmente con un *turismo de negocio* basado en su actividad industrial y de servicios y su potente base empresarial. Sobre ella se ha desarrollado en los años recientes una actividad de *turismo de reuniones* (Feria de muestras y más recientemente, Congresos y convenciones) respaldada por fuertes inversiones en equipamientos para estos eventos.

- Un aspecto *positivo* es que se trata de actividades que, en cierto modo, se pueden complementar: la participación satisfactoria en la modalidad de congresos y reuniones constituye una excelente puerta de entrada para la captación de futuros turistas de ocio (sin negar la posibilidad de ampliar estancias combinando ambas modalidades, seguramente limitado a una minoría). Por otro lado, los factores de atracción resultan más *gestionables*: la organización de *grandes eventos* (musicales, artísticos, deportivos, religiosos, etc.) contribuye a la renovación del poder de atracción de la ciudad y su entorno.
- Un aspecto *negativo* es, sin duda, la *creciente competencia de otras ciudades* que están entrando en este terreno del turismo cultural y urbano realizando fuertes inversiones en elementos de atracción (v.g., Zaragoza 2008), lo que requiere mantener una tensión permanente para preservar el diferencial competitivo.
- Las altas tasas de crecimiento conseguido en el período cubierto por el PIPE 2000-2004 no deben ocultar que en otros ámbitos los resultados han quedado muy cortos en relación con los objetivos planteados, bien por falta de iniciativas, bien por falta de tiempo para que maduren las medidas y actuaciones puestas en marcha. Por ello, resultará necesario seguir abordándolos en los próximos años:
 - La *formación y capacitación profesional*, un ámbito en el que los agentes del sector, pese a ser un tema de suma importancia para la competitividad del sector, reconocen las carencias existentes, y donde parece necesario aumentar las instancias de colaboración entre el sector público y privado.
 - La profundización en la implantación efectiva de las *tecnologías de la información* y de la comunicación, uno de cuyos hitos habrá de ser la extensión de las centrales de reserva (superando la fase informativa para entrar en una fase que posibilite las transacciones). Se trata de un instrumento llamado a tener una importancia creciente al hilo de las tendencias hacia la autoorganización de los viajes y el aprovechamiento de las ofertas de última hora.
 - Otras mejoras sobre las que se ha trabajado en el período pero que no han tenido aún tiempo para cristalizar en resultados tangibles, es la operativa de la *red de oficinas de turismo Itourbask*. De su consolidación cabe esperar que el proceso de descubrimiento se facilite y difunda al resto del territorio, un objetivo muy claro para conseguir la necesitada prolongación de la estancia.
 - La consolidación de la *red territorial de entes de cooperación turística* y los procesos de planificación a nivel local y comarcal.
 - La formación de redes de colaboración entre empresas así como una mayor *coordinación y cooperación entre los distintos agentes* públicos-privados, públicos-públicos.
- Como factores que juegan contra el País Vasco en esta competición puede indicarse unos *precios* más altos y una infraestructura menos orientada hacia la recepción del turismo familiar, de estancias más largas. De hecho, Euskadi registra tasas muy altas de turistas de día, o excursionistas, que no pernoctan en sus hoteles. Por razones obvias, este turismo, que tiene un impacto económico muy importante, se produce en los territorio frontera, esto es, en Hondarribia y Donostia, que atraen a un contingente importante de excursionistas franceses o que vacacionan en Francia, y en Bilbao, desde Cantabria. Sin duda, y en relación con el turismo procedente del resto del Estado la imagen percibida de conflictividad política puede ser igualmente un factor desincentivador.