

MENDI-IBILIAK, ZIKLOTURISMOA ETA BTT |
 SENDERISMO, CICLOTURISMO y BTT

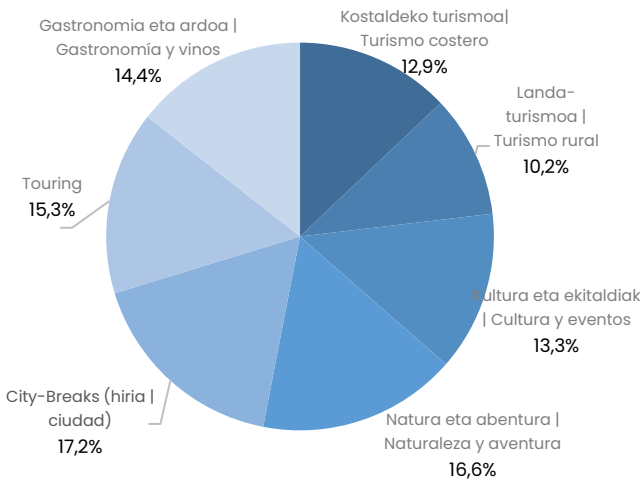
Euskadi bisitatzeko duten turisten ia %11k egiten dituzte mendi-ibiliek, zikloturismoa eta btt jarduerak. Turismo dibertsifikatua da, Euskadira ekarri duten motibazio nagusiei dagokienez, eta gehienbat hiriburuetatik kanpo hartzen du ostaturia. 2022an, 2019ko udan ez bezala, nazioarteko turismoa nagusitu zen talde horretan.

La práctica de actividades de senderismo, cicloturismo y btt es ejercida por casi un 11% de las y los turistas que visitan Euskadi. Es un turismo diversificado en cuanto a las motivaciones principales que le han traído a Euskadi y mayoritariamente se aloja fuera de las capitales. En 2022, al contrario de lo que sucedía en el verano de 2019, prevalece en este grupo el turismo internacional.

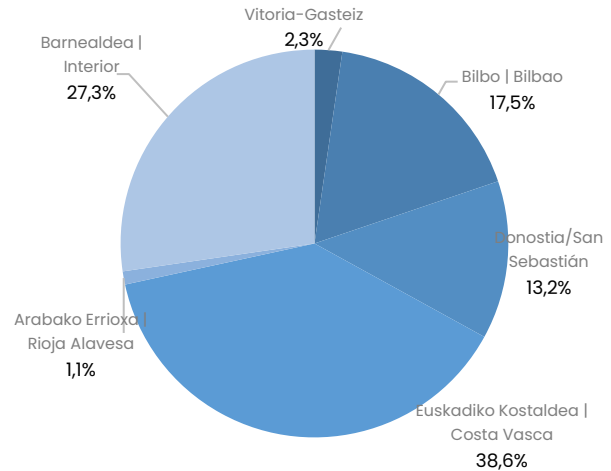
Turisten profila eta bidaiaren ezaugarri nagusiak | Perfil de las y los turistas y característica principal del viaje



Motibazio nagusiak | Motivaciones principales



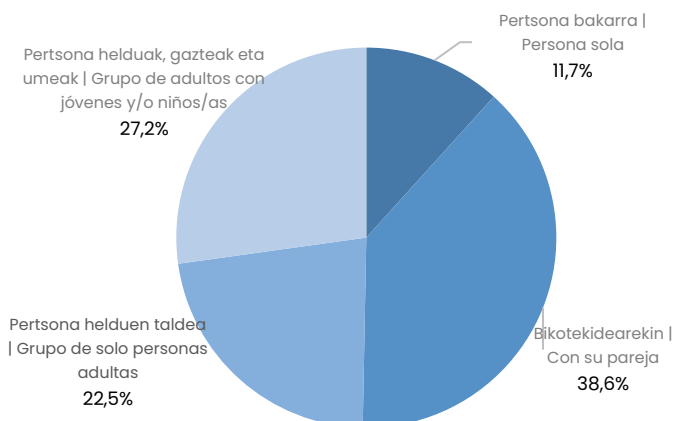
Helmuga turistiko nagusiak | Destinos turísticos principales



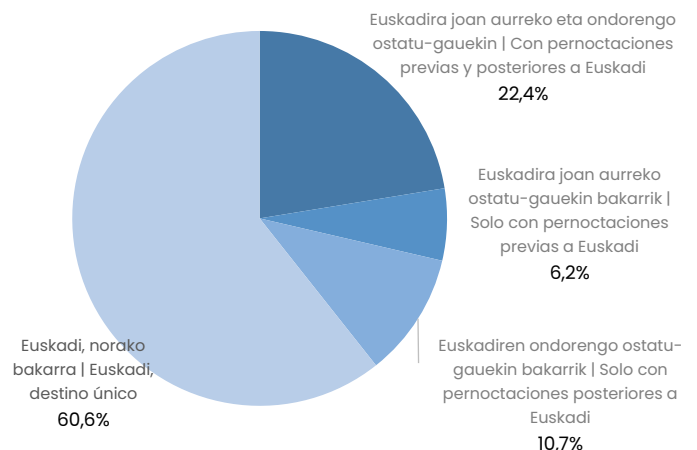
Esanguratsua da bakarrik bidaiatzen dutenak eta Euskadi bidaiaren helmuga bakarra dela.

Es significativo, quienes viajan solos así como la posición de Euskadi como destino único de su viaje.

Norekin egiten dute bidaia? | ¿Con quienes viajan?

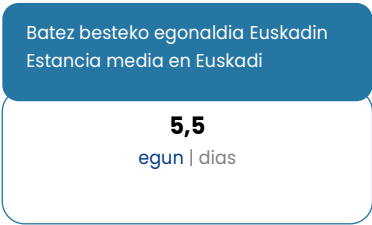
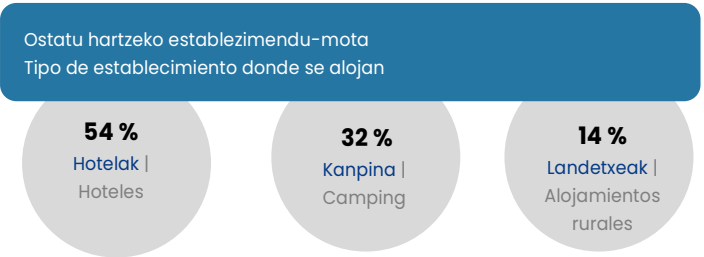
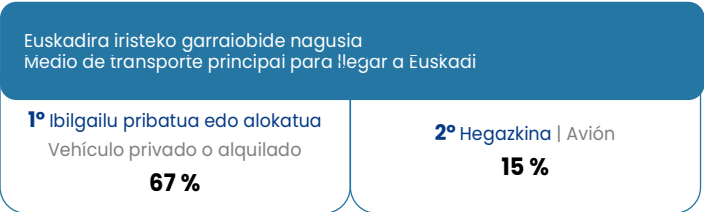


Bidaiaren zirkuitua | Circuito del viaje



Hotel-establezimenduetan ostatu hartzen duten turisten kopuruak gora egin du (%54 2019an baino (%20). Kanpineko ostatuak pisua galdu du (%32 2022an eta %65 2019an). Litekeena da aldaketa horrekin lotuta egotea kolektibo horren egonaldian izandako beherakada, ia 5 gauekoa, 2022an, 2019arekin alderatuta.

Hay que destacar el aumento de las y los turistas que se alojan en establecimientos hoteleros (54%) con respecto a la cifra alcanzada en 2019 (20%). Pierde peso el alojamiento en camping (32% en 2022 frente al 65% de 2019). Posiblemente relacionada con esta variación esté la caída de casi 5 noches experimentada en la estancia de este colectivo en 2022 en relación con 2019

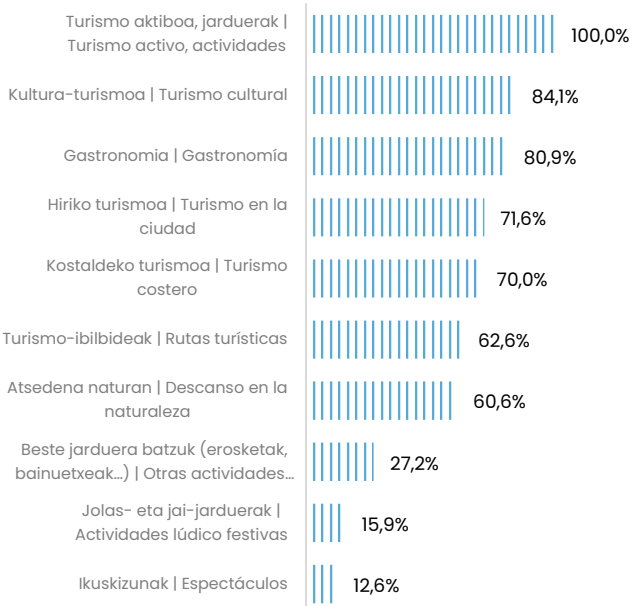


Turismo aktiboaren berezko jardueraz gain, adierazgarria da turismo kulturala egiten duten turisten proportzioa. Oro har, turista leiala da Euskadirentzat, eta oso positibotzat jotzen du helmuga turistikoa gisa.

Además de las actividades propias del turismo activo, es significativa la proporción de turistas que realizan turismo cultural. En general, se trata de un turista leal a Euskadi y que lo valora muy positivamente como destino turístico.

Egonaldian egindako jarduerak

Actividades que realizan durante su estancia



0% 20% 40% 60% 80% 100% 120%

Funtsezko adierazleak

Indicadores clave

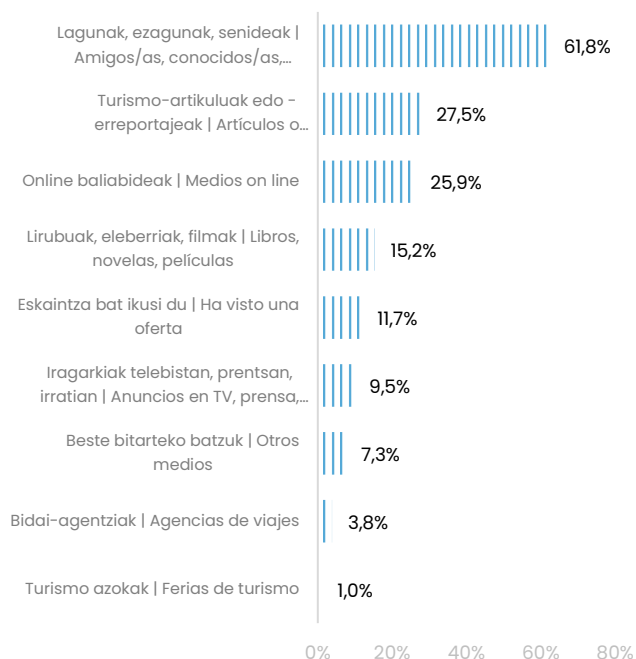
Funtsezko adierazleak Indicadores clave	Ezaugarria Característica	2022
Euskadik helmuga turistikoa gisa jaso duen balorazio orokorra Valoración general de Euskadi como destino turístico	Oso positiboa Muy positivamente	73,7%
Fidelizazio-tasa Tasa de Fidelización	Berriz bisitatu dute Euskadi Repiten visita a Euskadi	47,4%
Gomendio-tasa Tasa de Recomendación	Bai, ziur Sí, con seguridad	78,9%
Atxikipen-tasa Tasa de retención	Datozen 12 hilabeteetan itzuliko dira, ziur Volverán con seguridad en los próximos 12 meses	24,4%
Sare sozialen erabilera-tasa helmugan Tasa de uso de redes sociales en destino	Bai, sare sozialak erabili dituzte helburu turistikoekin Sí, han utilizado redes sociales con finalidad turística	47,1%
Konkurrentzia Competencia	Bai, beste helmuga batera joango zen Sí, se hubiera desplazado a otro destino	42,9%

Hurbileko pertsonen gomendioak informazio-kanal nagusi bihurtzen dira. 2019arekin alderatuta, garrantzitsua da artikulu, erreportaje gisa eta liburuxkak gehiago erabiltzen dituztela Internet baino.

Las recomendaciones de personas cercanas se convierte en el principal canal de información. Con respecto a 2019, es relevante el mayor uso que hacen de artículos, reportajes guías y folletos frente a Internet.

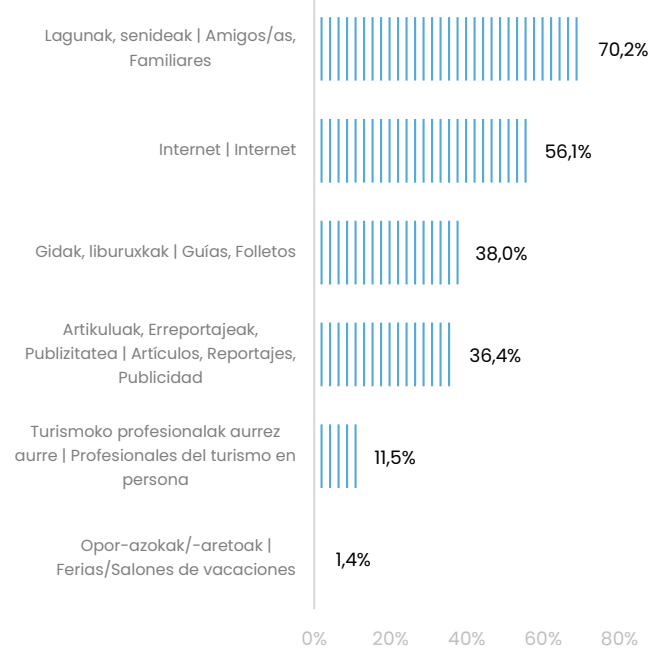
Eragina izan duten bitartekoak

Medios que han influenciado



Informazio-iturri nagusiak

Principales fuentes de información



Helmugarekiko fidelizazio-maila handia guten turistak direnez, informazio-primia txikiagoa dute Euskadira iritsitakoan. Ia laurden batek ez du alde aurretik erreserbatik egiten.

Al tratarse de turistas con un alto grado de fidelización al destino, tienen una menor necesidad de información una vez han llegado a Euskadi. Casi una cuarta parte no realiza reservas previamente.

Erreserbak eta turismo-informazioa helmugan | Reservas e información turística en destino

Alde aurretik erreserbatutako turistak
 Turistas con reserva previa

78%

Erreserba non eta nola egin zuten
 Dónde y Cómo realizaron la reserva

Ostatua bera | Propio alojamiento

47%

Internet | Internet

65%

Helmugan informazioa behar izan duten turistak
 Turistas que han necesitado información en destino

42%

Non eman den informazioa
 Dónde se han informado

Gaua igarotzeko-establezimendua
 Establecimiento de pernoctación

77%

Datu ekonomikoak | Datos económicos

Inpaktu ekonomikoa | Impacto económico

76,8

milioi € | millones €

Pertsonako gastua, guztira | Gasto total por persona

595,7 €

Pertsonako eta eguneko gastua, guztira | Gasto total por persona y día

108,8 €