

## **IBILTUR Aisia 2019.– Euskadira aisia- arrazoiengatik etortzen diren turisten profila eta portaera**

2020ko ekaina – Euskadira etortzen diren turista seniorren  
analisi konparatiboa

## **IBILTUR Ocio 2019- Conocimiento del perfil y comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio**

Junio 2020 – Análisis comparativo de las y los turistas  
sénior que visitan Euskadi

## EZAUGARRIAK

**Lanaren zuzendaritza:**

IKERTALDE aholkularitza-taldeak egindako lana

**Talde idazlaria:**

Yolanda García Díez (proiektuaren zuzendaria)  
Julio A. Jiménez Arévalo eta Kepa Salaverria  
Folgado (analisi estatistikoko aholkulariak)

**Sortze-data:**

2020ko ekaina

**Bertsioa**

1

**Iruzkinek**

## CARACTERÍSTICAS

**Dirección del trabajo:**

Trabajo realizado por IKERTALDE grupo consultor

**Equipo redactor:**

Yolanda García Díez (Directora del proyecto)  
Julio A. Jiménez Arévalo y Kepa Salaverria Folgado  
(Consultores en análisis estadístico)

**Fecha de creación:**

Junio 2020

**Versión**

1

**Comentarios**

## Aurkibidea

<b>ONDORIOAK</b> .....	<b>4</b>
<b>AISIA-TURISMORAKO ERREFERENTZIA- ESPARRUA</b> .....	<b>5</b>
<b>1.- EUSKADIRA AISIA-ARRAZOIENGATIK ETORTZEN DIREN TURISTEN PORTAERAREN GAKOAK</b> .....	<b>8</b>
1.1.- Zerk erakartzen dituen Euskadira aisia- turistak, zein den beraien Euskadiko helmuga eta non hartzen duten ostatu .....	8
1.2.- Aisia-turista seniorren profila .....	11
1.3.- Nola jasotzen duten informazioa, zer garraibide erabiltzen duten, non hartzen duten ostatu, eta zenbat eguneko egonaldia egiten duten .....	12
<b>2.- TURISTA SENIORREK EUSKADIN EGIN DITUZTEN JARDUERAK ETA BISITATU DITUZTEN LEKUAK</b> .....	<b>19</b>
2.1.- 50 eta 59 urte bitarteko turistek egiten dituzten jarduerak eta txangoak, eta bisitatzen dituzten lekuak .....	20
2.2.- 60 urteko eta gehiagoko turistek egiten dituzten jarduerak eta txangoak, eta bisitatzen dituzten lekuak .....	23
<b>3.- EUSKADIRI BURUZKO BALORAZIOAREN ADIERAZLE TURISTIKOAK ETA AURREIKUSPENAK</b> .....	<b>27</b>
3.1.- Nola baloratzen dute Euskadi? .....	27
3.2.- Itzuliko lirateke Euskadira? .....	28
3.3.- Zein helmuga dira lehiakideak? .....	29
<b>4.- EGITEN DUTEN GASTUA</b> .....	<b>31</b>
4.1.- Gastu osoa eta eragin ekonomikoa ....	31
4.2.- Euskadin egindako gastua .....	32
<b>FITXA TEKNIKOA</b> .....	<b>35</b>

## Índice

<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>4</b>
<b>MARCO DE REFERENCIA PARA EL TURISMO DE OCIO</b> .....	<b>5</b>
<b>1.- CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DE LAS Y LOS TURISTAS QUE VISITAN EUSKADI POR MOTIVACIONES DE OCIO</b> .....	<b>8</b>
1.1.- Qué atrae a las y los turistas sénior de ocio a Euskadi, cuál es el destino de su viaje en Euskadi y dónde residen .....	8
1.2.- Perfil de las y los turistas sénior de ocio .....	11
1.3.- Cómo se informan, qué medios de transporte utilizan, dónde se alojan y cuántos días dura su estancia .....	12
<b>2.- ACTIVIDADES PRACTICADAS Y LUGARES VISITADOS POR LAS Y LOS TURISTAS SÉNIOR EN EUSKADI</b> .....	<b>19</b>
2.1.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas de 50 a 59 años .....	20
2.2.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas de 60 y más años .....	23
<b>3.- INDICADORES TURÍSTICOS SOBRE LA VALORACIÓN DE EUSKADI Y EXPECTATIVAS</b> .....	<b>27</b>
3.1.- ¿Cómo valoran Euskadi? .....	27
3.2.- ¿Volverían a Euskadi? .....	28
3.3.- ¿Cuáles son los destinos competencia? .....	29
<b>4.- EL GASTO QUE REALIZAN</b> .....	<b>31</b>
4.1.- Gasto total e impacto económico .....	31
4.2.- Gasto realizado en Euskadi.....	32
<b>FICHA TÉCNICA</b> .....	<b>35</b>

## ONDORIOAK

- Askotarikoak dira turista seniorrek Euskadira etortzeko dituzten arrazoiak. **Eta, aisia-turista orokorrekin gertatzen den bezala, askotariko arrazoi nagusi horiekin batera hainbat arrazoi osagarri daude.**
- Aisialdiko turista orokorrekin alderatuta, **turista seniorrek garrantzi handiagoa ematen diete kultura-ekitaldiei eta hiriko turismoari**, eta txikiagoa, landa-inguruneari eta naturari, hau da, turismo aktiboa deritzonari. Hala ere, nahiko txikiak dira ezberdintasunak.
- Helmuga turistikoari erreparatuta, **barnealdeko eremuak dira turista seniorren helmuga nagusiak.**
- Turista horiek **ez dira sasoikoak**, eta **gutxi etortzen dira Gabonetan.**
- Horrelako turistek **bikotean** edo antzeko adineko pertsoez osatutako taldeetan bidaiatzen dute.
- Pertsona hurbilak eta onlineko iturriak erreferentzia garrantzitsuak dira haientzat bidaiatzeko erabakia hartzerakoan, baina gainerako turistentzat baino neurri txikiagoan. **Turista seniorrak izaten dituzte helburu bidaia-agentziek, turismo-azokek, eskaintza bidezko sustapenek, eta, batez ere, artikulua eta erreportaje turistikoak.**
- Turista seniorrek, batez ere 60 urtetik gorakoek, **garraio kolektiboa erabiltzeko joera handiagoa dute.** Alde batetik, nagusi izaten direlako distantzia luzeko nazioarteko turismo-merkatuan, eta bestetik, maizago erabiltzen dituztelako trena eta autobusa. Azken garraio bide horren erabilera handiagoak zerikusia du antolatutako bidaia kolektiboekin.
- Turista horiek **hotela lehenesten dute** beren egonaldietarako ostatu hartzeko. Era berean, **errepideko turismoa hobesten dute**, betiere aisialdiko turista orokorren ardatz berberetan: Frantzia, Madril edo Katalunia.
- Turisten batezbestekoak baino joera txikiagoa dute informazioa helmugan bilatzeko, batez ere onlineko bitartekoen bidez, baina baita turismo-informazioko bulego edo establezimenduen bidez ere.
- Bestalde, **eragin ekonomiko handiko turistak** dira. Honako hauek dira eragin ekonomiko handiagoaren arrazoiak, batez ere 60 urtetik gorako turisten artean: egonaldi luzeagoak eta batez besteko gastu handiagoak, bai jardueretan bai erosketetan, nahiz eta jarduerak erosten edo kontratatzen dituzten turista seniorren ehunekoa batezbestekoa baino txikiagoa izan.

## CONCLUSIONES

- Las motivaciones de las y los turistas sénior son muy diversas. **Al igual que en el caso de las y los turistas de ocio en general, la diversidad de motivaciones principales viene acompañada por una inmersión en una multiplicidad de motivaciones complementarias.**
- A diferencia del turismo de ocio en general, **el sénior pone algo de énfasis en los eventos culturales y el turismo de ciudad**, a cambio de cierta orientación hacia lo rural y hacia la naturaleza, particularmente entendida como turismo activo. Las diferencias son poco acusadas, no obstante.
- Por destinos turísticos, la principal ganancia con el **turismo sénior la reciben las zonas de interior.**
- Es una tipología de turista **poco estacionalizada, y de escasa implantación durante la Navidad.**
- Los viajes de este colectivo se dan **en pareja**, o bien en grupos de edad similar.
- Personas cercanas, y fuentes on-line son relevantes en la determinación de sus viajes, pero en menor medida que para el resto de las y los turistas. **Son objetivo claro para agencias de viaje, ferias, captaciones por oferta y, sobre todo, artículos y reportajes turísticos.**
- Los y las turistas sénior, a partir de los 60 años especialmente, están **más orientadas al transporte colectivo.** En parte por su mayor preponderancia entre el mercado internacional de larga distancia, pero también es una persona usuaria más frecuente del tren y el autobús. En este último caso, este mayor uso viene dado por los viajes colectivos organizados.
- Es una clase de turista con **orientación absoluta al hotel** como alojamiento para sus estancias. Y también ligeramente **con mayor orientación al turismo en ruta**, dentro de los mismos ejes que las y los turistas de ocio en general: Francia – Madrid o Cataluña.
- Es un grupo **menos tendente que el medio a buscar información en destino**, particularmente a través de medios on-line, pero también en el establecimiento o en las oficinas de información turística.
- Se trata de una clase de **turista de fuerte impacto económico.** Especialmente entre los de edades superior a 60 años, *la combinación entre estancias superiores, mayor gasto medio en actividades y mayor gasto medio en compras determina un impacto global superior*, aun cuando quienes compran o contratan actividades sean un porcentaje inferior al medio.

## AISIA-TURISMORAKO ERREFERENTZIA-ESPARRUA

Eskariaren ikuspegitik aztertutako Euskadiko aisia-turismoaren ezagutzan murgildu aurretik, azaldu egin beharko dugu, labur bada ere, inkestetako datuak ateratzeko erabili dugun **erreferentzia-esparrua** eratzeko prozesua.

Eta erreferentzia-esparru hori aurkeztu aurretik, laginetako informazioa biltzeko prozesua finkatzeko faktore metodologiko nagusiak azaltzea komeni da.

**Urteko sasoiaren arabera** (Gabonak, Aste Santua, uda eta urteko gainerako denbora hartu dira aintzat), eta **gaua emateko lekuren arabera** (Gasteiz, Bilbo, Donostia, Euskadiko Kostaldea, Arabako Errioxa eta Euskadiko Barnealdea bereizi dira) banatu dira laginak, batean nahiz bestean informazioa biltzeko **ostatu-mota** desberdinen arabera (hotel-establezimenduak, kategoria edozein dela ere; landa-ostatuak; kanpinak eta apartamentu turistikoak). Laginaren diseinuan ezin izan da a priori turisten **bizilekua** erabili, baina informazio hori zuzenean erabili da datuak neurtzeko, erreferentziako unibertsoaren zenbatespena oinarri hartuta.

Informazioa 2019an zehar bildu da. Aipatu bezala,aldi horretan hiru informazio-bilketa egin dira paraleloan, bakoitza helburu jakin batekin:

- **Turisten unibertsioa berriro zenbatestea (kopurua).** Asmoa: bidaia egiteko arrazoiaren arabera zenbatestea Euskadira bisitan etortzen diren turisten unibertsoa.
- **Aisialdiari buruzko inkestak.** Asmoa: Euskadira aisialdian etortzen diren turistak ezaugarritzea eta tipifikatzea.
- **Gastuari buruzko inkesta.** Asmoa: turistek bidaiaren (bidaiaren arlo guztietan) egiten duten gastua zehazteko informazioa biltzea.

Turisten kopurua zehazteko, hotel-establezimenduetan ostatu hartzen duten pertsonak zenbatu dira, bidaiaren arrazoia edozein izanda ere. Aisialdiari eta gastuari buruzko inkestei dagokienean, berriz, Euskadira honako arrazoi hauengatik etorri diren pertsonak hartu dira aintzat: aisiagatik, oporretan, arrazoi erlijiosoengatik, borondatezko osasun-tratamenduak egiteko, familiakoak eta lagunak bisitatzeko edo erosketak egiteko.<sup>1</sup>

## MARCO DE REFERENCIA PARA EL TURISMO DE OCIO

Antes de pasar a profundizar en el **conocimiento del turismo de ocio en Euskadi desde la perspectiva de la demanda**, conviene detenerse y exponer, aunque sea someramente, el proceso según el cual se ha conformado el **marco de referencia** que se ha utilizado para inferir los datos de las encuestas.

Y antes de presentar ese marco referencial es importante avanzar los principales factores metodológicos que han determinado el proceso de recogida de la información muestral:

*El diseño muestral ha repartido el número de encuestas a realizar por **periodos temporales** en el año (Navidad, Semana Santa, verano y resto del año), en cada **destino de pernoctación** (Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Donostia/San Sebastián, Costa Vasca, Rioja Alavesa, Interior) según los distintos **tipos de alojamiento** (establecimientos hoteleros de todas las categorías, alojamientos rurales, camping y apartamentos turísticos) previstos donde se han llevado a cabo la recogida de información. El **lugar de residencia** de las y los turistas no se puede utilizar a priori en el diseño muestral, pero sí ha intervenido directamente en la calibración de los datos a partir de la estimación del universo de referencia.*

*El periodo de recogida de información se ha desarrollado a lo largo del año 2019 a través de tres capturas de información en paralelo cada una con sus propios objetivos:*

- **Reestimación del universo de turistas (aforo).** Cuyo objetivo es disponer de datos con los que poder estimar el universo de turistas que visitan Euskadi según la motivación del viaje.
- **Encuestas de ocio.** Con el objeto básico de caracterizar y tipificar a las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio.
- **Encuesta de gasto.** Su objetivo es disponer de información suficiente para determinar, a diferentes niveles, el gasto que las y los turistas objetivo realizan en su viaje.

*El aforo de turistas se ha llevado a cabo entre las personas alojadas en los establecimientos independientemente del motivo de su viaje. Sin embargo, tanto la encuesta de ocio como la de gasto, sólo se ha aplicado a aquellas personas alojadas cuya motivación principal para visitar Euskadi hubiese sido: ocio, recreo, vacaciones, motivos religiosos, tratamientos voluntarios de salud, visita a familiares y amistades y compras.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Beste modu batean esanda, azterketa honetatik kanpo gelditu dira Euskadira lanagatik, negozioengatik, azoketara, kongresuetara, ikastera, erosketak egitera, zerbitzu pertsonalen bila... etortzen direnak.

<sup>2</sup> Dicho de otra forma, quedan fuera del objetivo de este estudio las y los turistas que visitan Euskadi por motivo de trabajo, negocios, asistencia a ferias, congresos, ... o por estudios (u razones académicas).

Euskadiko turismoaren berri ematen duten estatistika ofizialek ez dituzte turistak arrazoiaren arabera bereizten. Eta, adierazi dugun bezala, lan honetan ezinbestekoa da aisialdian etortzen direnak kuantifikatzea.

**EUSTATEk**, Euskal Estatistika Institutuak, Euskadin gaua ematen duten turista-kopuruari buruzko datuak argitaratzen ditu *Turismo-establezimendu hartzaileen inkestaren*<sup>3</sup> bidez. Hona hemen landa-lana egin den aldian (2019an) EUSTATEk eman duen datua:

- ✓ **3.184.900 turistak** eman dute gaua hotel-establezimenduetan.
- ✓ **167.077 turistak** eman dute gaua landetxeetan eta nekazaritza-turismoko establezimenduetan.
- ✓ **89.986 turistak** eman dute gaua apartamentu turistikoetan.

Kanpinetako okupazioari buruzko informazioa eskuratzeko, Estatistikako Institutu Nazionalera (**EIN**) jo dugu, *Kanpinetako okupazioaren estatistika* azterlanean argitaratutako datuen bila.

- ✓ **269.531 turistak** eman dute gaua kanpinetan.

Turista-bolumen hori izan da landa-lanean bildutako informazioa ebazteko hasierako erreferentzia.

Prozesu honen emaitza honakoa izan da:

Las estadísticas oficiales que informan sobre el turismo en Euskadi, al proporcionar datos sobre las y los turistas no diferencian entre quienes visitan el destino en función de sus distintas motivaciones. Y, como ya se ha adelantado, en el marco de esta operación, es necesario cuantificar quienes lo hacen por ocio.

**EUSTAT**, el Instituto Vasco de Estadística, a través de la *Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores*<sup>4</sup>, publica datos sobre el número de turistas que pernoctan en Euskadi. En concreto, en el periodo en el que queda establecido el trabajo de campo (año 2019) este dato ha sido:

- ✓ **3.184.900 turistas** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **167.077 turistas** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
- ✓ **89.986 turistas** que se alojan en apartamentos turísticos.

Para disponer de información sobre la ocupación en camping se acude al *Instituto Nacional de Estadística (INE)*, a los datos publicados sobre la *Encuesta de Ocupación en Camping*:

- ✓ **269.531 turistas** que pernoctan en camping.

Este volumen de turistas ha constituido la referencia inicial a la que elevar la información recogida en campo.

El resultado de este proceso ha sido:

EUSKADIRA ETORTZEKO ARRAZOI NAGUSIA MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE POR EUSKADI	GUZTIRA TOTAL		ESTABLEZIMENDU-MOTA TIPO DE ESTABLECIMIENTO							
			Hotelak Hoteles		Landa-ostatuak Alojamientos rurales		Kanpinak Camping		Apartamentu turistikoak Apartamentos turísticos	
<b>KOPURUA / Nº CASOS</b>	<b>3.711.494</b>	<b>100%</b>	<b>3.184.900</b>	<b>100%</b>	<b>167.077</b>	<b>100%</b>	<b>269.531</b>	<b>100%</b>	<b>89.986</b>	<b>100%</b>
<b>Lana, negozioak orokorrean</b> Trabajo, negocios en general	446.494	12,0%	419.071	13,2%	15.885	9,5%	929	0,3%	10.609	11,8%
<b>Azoketara joatea</b> Asistencia a ferias	7.282	0,2%	7.282	0,2%						
<b>Biltzar, konbentzio eta jardunaldietara joatea</b> Asistencia a congresos, convenciones, jornadas	38.123	1,0%	37.839	1,2%					284	0,3%
<b>Hezkuntza eta prestakuntza</b> Educación y formación	20.604	0,6%	19.523	0,6%	200	0,1%	160	0,1%	720	0,8%
<b>Erosketak</b> Compras	527	0,0%	527	0,0%						
<b>Senideak eta lagunak bisitatzeko</b> Visita a familiares y amistades	112.394	3,0%	99.185	3,1%	11.007	6,6%			2.202	2,4%
<b>Osasuna eta arreta medikoa</b> Salud y atención médica	28.364	0,8%	28.364	0,9%						
<b>Erlijioa, erromesaldiak</b> Religión, peregrinaciones	23.949	0,6%	23.015	0,7%	547	0,3%	143	0,1%	245	0,3%
<b>Oporrak eta aisialdia</b> Vacaciones, recreo y ocio	2.920.229	78,7%	2.439.637	76,6%	138.589	82,9%	267.474	99,2%	74.529	82,8%
<b>Zirkulazioa</b> Tránsito	97.369	2,6%	95.241	3,0%	602	0,4%	742	0,3%	783	0,9%
<b>Beste arrazoi batzuk</b> Otros motivos	16.159	0,4%	15.217	0,5%	247	0,1%	83	0,0%	613	0,7%

<sup>3</sup> Turismo-establezimendu hartzaileen inkestak hotel-establezimenduen (hotelen eta ostatuak) eta landa-ostatuak (nekazaritza-etxeen eta landetxeen) okupazioari buruzko informazio estatistikoa ematen du.

<sup>4</sup> La *Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores* ofrece información estadística relativa a la ocupación de los establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones) y de los alojamientos rurales (agroturismos y casas rurales).

Helmuga batera joaten diren turistaren motibazio nagusiak bi izan ohi dira: **aisia** (atsedena edo dibertsioa beste jarduerak batzuekin lotzen duena, esaterako, erosketak, inguruko pertsonak bisitatzeko, erlijioa edo osasuna) edo **lana** (lanarekin zerikusia duten jarduerak, azokak eta kongresuak...). Beraz, *aisia-arrazoia dira Euskadi bisitatzeko duten turistaren % 83ren motibazio nagusiak.*

Azken buruan, ondoriozta daiteke **aisialdian etorritako 3.085.463 turistak**<sup>5</sup> osatzen dutela inkestaren datuak ebatzeko erreferentzia-esparrua. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:

- ✓ **2.590.727 aisia-turistak** hotel-establezimenduetan ematen dute gaua.
- ✓ **150.142 aisia-turistak** nekazaritza-establezimenduetan eta landetxeetan ematen dute gaua.
- ✓ **267.617 aisia-turistak** kanpinetan ematen dute gaua.
- ✓ **76.977 aisia-turistak** apartamentu turistikoetan ematen dute gaua.

Turista guztien inguruko aurreko esparrura itzulita (bidaiaren arrazoia aintzat hartu gabe), ikerlan honen xede diren **turista seniorrek** bidaiatzeko dituzten arrazoia aztertzen baditugu, alderdi garrantzitsu batzuk ondorioztatuko ditugu, turista horien kolektiboa osatzen duten bi adin-tarteetan. Hala, 50 eta 59 urte bitarteko turistaren artean, lanak eragindako bidaiak guztien % 12 dira, eta 60 urteko edo gehiagoko turistaren artean % 3 besterik ez dira. Bestalde, borondatezko osasun-tratamenduek eragindako bidaiak nolabaiteko garrantzia dute 60 urtetik gorako turistaren artean, bidaiak guztien % 3 baitira, baina % 0,2 besterik ez Euskadira etortzen diren gainerako turistaren artean.

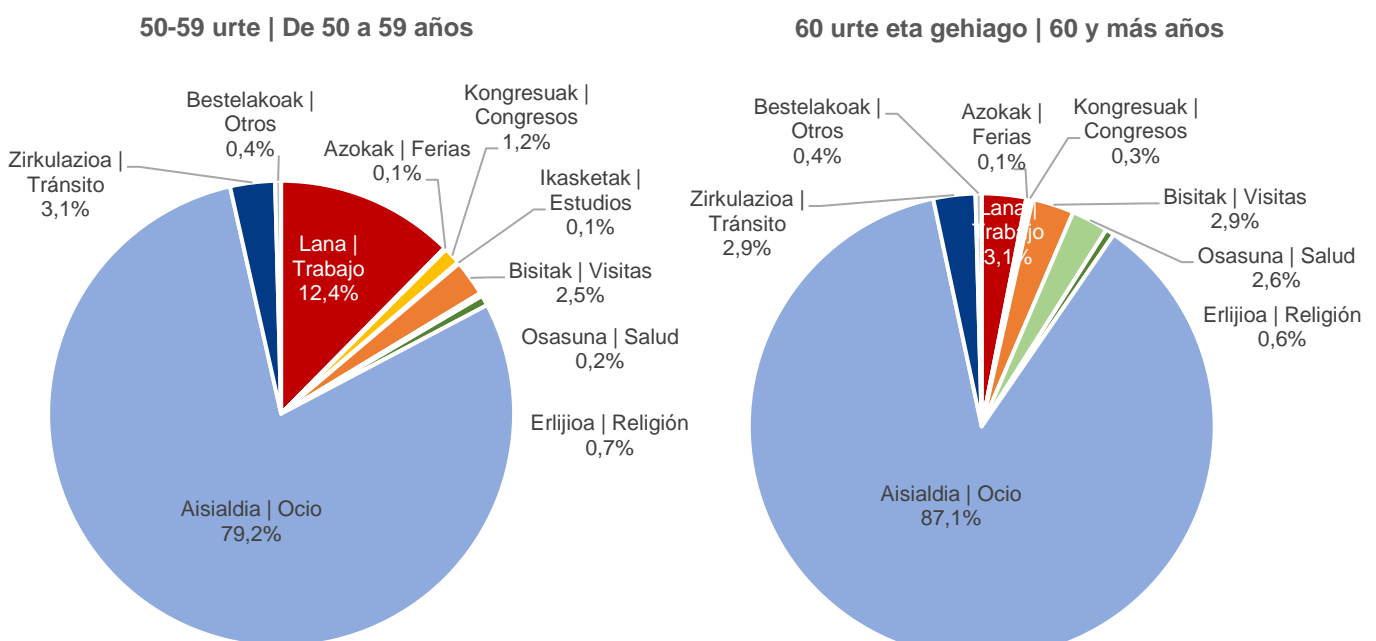
Los y las turistas que se desplazan a un destino lo hacen por dos motivaciones principales: **ocio** (que agrupa el propio descanso o diversión con otras actividades como compras, visitas a personas cercanas, religión y salud) o **trabajo** (actividades relacionadas con el trabajo, ferias y congresos...). *Las motivaciones de ocio, por tanto, suponen el 83% del total de turistas que visita Euskadi.*

En definitiva, se puede concluir que el marco de referencia del estudio al que se elevan los datos de las distintas encuestas queda establecido por **3.085.463 turistas de ocio**<sup>6</sup>, según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:

- ✓ **2.590.727 turistas de ocio** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- ✓ **150.142 turistas de ocio** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
- ✓ **267.617 turistas de ocio** que pernoctan en camping.
- ✓ **76.977 turistas de ocio** que pernoctan en apartamentos turísticos.

Volviendo al marco previo del total de turistas (independientemente del motivo del viaje), un análisis de los distintos motivos del viaje centrado en el colectivo de las y los **turistas sénior**, del que es objeto este documento, permite destacar algunos aspectos importantes, considerando los dos tramos de edad que lo conforman. Entre las personas con edades comprendidas entre los 50 y los 59 años, los viajes motivados por el trabajo representan un 12% del total, mientras que apenas superan el 3% entre quienes tienen 60 y más años. Sin embargo, los viajes motivados por tratamientos de salud voluntarios adquieren cierta relevancia entre estos últimos (3%) respecto al resto de turistas sénior que visitan Euskadi (0,2%).

0S grafikoa. Turista seniorren banaketa, Euskadira etortzeko arrazoi nagusiaren arabera (2019)  
Gráfico 0S. Distribución de las y los turistas sénior por motivo principal de la visita a Euskadi, 2019



<sup>5</sup> Aisia-turistak esan arren, bertan sartzen dira arrazoi erlijiosoen edo borondatezko osasun-tratamenduek bultzatuta etorri direnak ere.

<sup>6</sup> Aunque se denominen turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud.

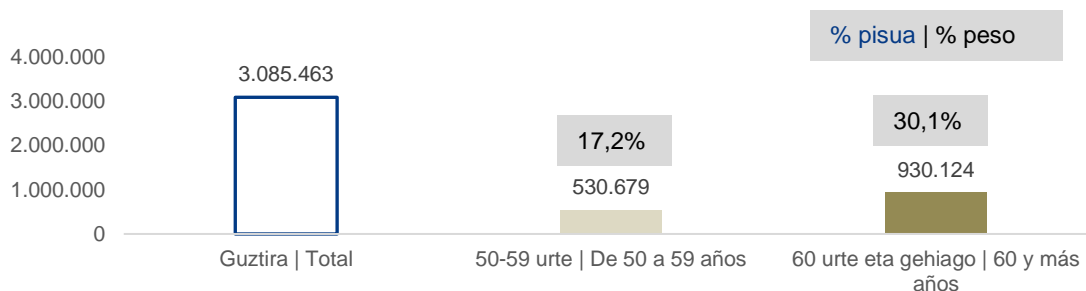
## 1.- EUSKADIRA AISIA-ARRAZOIENGATIK ETORTZEN DIREN TURISTEN PORTAERAREN GAKOAK

Aurretik esan dugunez, Euskadiko aisialdiko turismoaren eskariaren segmentazioa aztertuko dugu ikerlan honetan, turisten adinari erreparatuta eta turista seniorrak ardatz hartuta. Honako hau da helburua: Euskadira etortzen diren turistak sakonago ezagutzea, bi motatako turista senior bereizita: 50 eta 59 urte bitartekoak, batetik, eta adin horretatik gorakoak, bestetik.

Horretarako, lehenik eta behin, jakin behar dugu zenbat turista hartzen dituen merkatu horietako bakoitzak. Euskadira aisia-arrazoiengatik etortzen diren turista guztien % 47, oro har, turista seniorra da, eta horietatik % 30 inguru 59 urtetik gorako turista da.

1S grafikoa. Euskadira etortzen diren turista seniorren kopurua eta banaketa (2019)

Gráfico 1S. Número y distribución de las y los turistas sénior que visitan Euskadi, 2019



### 1.1.- Zerk erakartzen dituen Euskadira aisia-turistak, zein den beraien Euskadiko helmuga eta non hartzen duten ostatu

#### Euskadi helmuga turistiko gisa aukeratzeko arrazoiak.

Turistek bidaia bat egiteko dituzten arrazoiak eragina izaten dute haien gainerako erabakietan, hala nola helmuga turistikoa aukeratzeko erabakian. Normalean, arrazoiak ez dira bakarrik izaten, baina lotura estua duten elkarren artean, eta askotariko jokabideak erakusten dituzte, turisten adinaren arabera. Hala, Euskadira etortzen diren turisten kasuan, funtsezko arrazoiak izaten dira gastronomiarekin eta ardoarekin lotutakoak, alde batetik, eta hiri-turismoarekin lotutakoak, bestetik. Arrazoi horiek eragin handia dute bidaiaren inguruko erabaki guztietan, neurri handiagoan edo txikiagoan, adin guztietako turistentzat.

Zehaztu beharra dago, halere, 60 urtetik gorako turistek joera txikiagoa dutela landa-, natura- eta abentura-turismorako, eta interes handiagoa dutela kultura-turismoan eta touringean.

## 1.- CLAVES DEL COMPORTAMIENTO DE LAS Y LOS TURISTAS QUE VISITAN EUSKADI POR MOTIVACIONES DE OCIO

Como ya se ha dejado explícito, este documento va a analizar la segmentación de la demanda turística de ocio en Euskadi a partir de la edad de las y los turistas centrándose en su carácter o no de turista sénior. El fin no es otro que profundizar en el conocimiento de quienes visitan Euskadi distinguiendo principalmente dos tipos de turista sénior: quienes tienen edades comprendidas entre los 50 y los 59 años y quienes superan esta edad.

Para ello, es fundamental dimensionar, en primer lugar, el número de turistas que concentra cada uno de estos mercados. El turismo sénior, conjuntamente, representa el 47% del total de turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio (concretamente, el turismo sénior mayor de 59 años supone el 30%).

### 1.1.- Qué atrae a las y los turistas sénior de ocio a Euskadi, cuál es el destino de su viaje en Euskadi y dónde residen

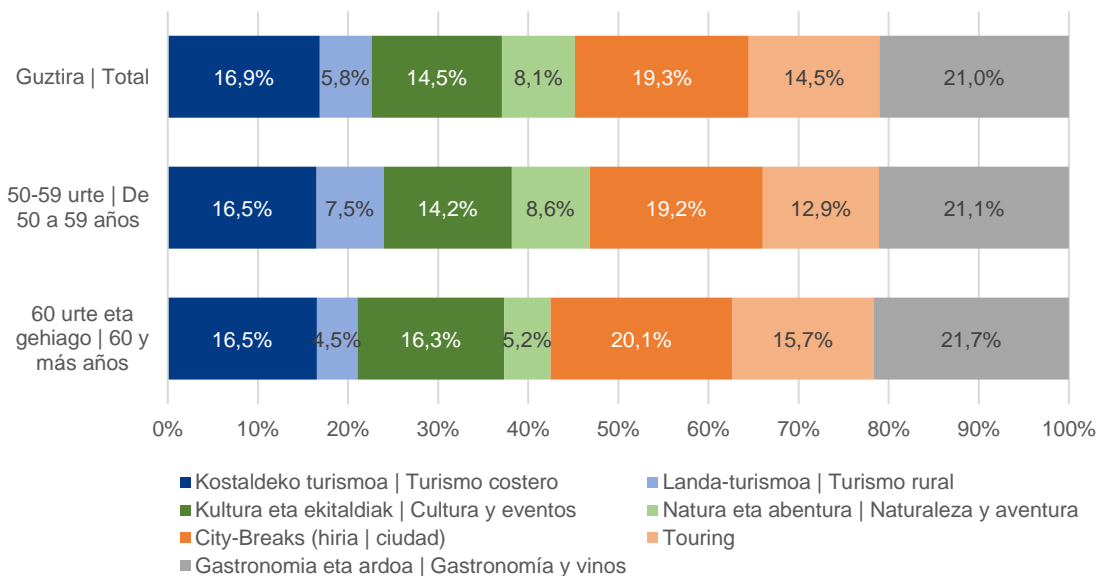
#### Motivaciones a la hora de elegir Euskadi como destino turístico

Las motivaciones que llevan a las y los turistas a realizar un viaje repercuten en sus decisiones y son las que finalmente determinan el destino turístico al que la persona acude. Normalmente, estas motivaciones no son únicas, pero sí guardan una estrecha relación entre ellas y revelan diversos comportamientos que varían en función de la edad de las y los turistas. En el caso de Euskadi, los motivos relacionados con la gastronomía y el vino y el turismo urbano son claves e influyen en todas las decisiones de viaje y afectan, en mayor o menor medida, a todas y todos los turistas independientemente de su edad.

Conviene matizar que hay una tendencia menor por parte de las y los turistas de 60 y más años a sentirse atraídos por motivaciones de turismo rural y de naturaleza y aventura frente a un mayor interés por el turismo cultural y el touring.



2S. grafikoa. Turista seniorren bidaien arrazoi nagusiak (2019)  
 Gráfico 2S. Motivo principal del viaje de las y los turistas sénior, 2019



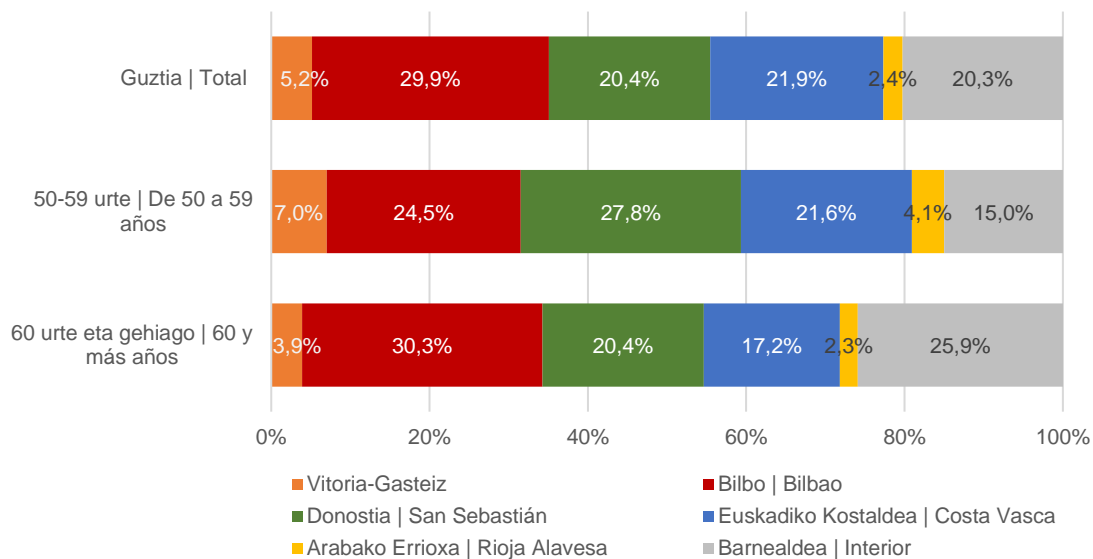
Euskadiko helmuga turistikoak

Bilbo eta Euskadiko barnealdea dira helmuga nagusiak 59 urtetik gorako turistentzat, eta Donostia nabarmentzen da 50 eta 59 urte bitarteko turistentzat.

Destinos turísticos de Euskadi

Bilbao y el interior de Euskadi son los destinos principales donde pernoctan las y los turistas mayores de 59 años; mientras que destaca Donostia / San Sebastián entre las y los turistas con edades comprendidas entre los 50 y 59 años.

3S grafikoa. Turista seniorren banaketa, helmuga turistikoaren arabera (2019)  
 Gráfico 3S. Distribución de las y los turistas sénior por destinos turísticos, 2019



## Turista seniorren jatorria

Euskadira etortzen diren turista seniorren jatorriak zenbait ñabardura ditu, ezarritako adin-tarteen arabekoak. Hala, 59 urtetik gorako turisten % 50 estatukoa da, eta beste % 50, nazioartekoa. Aldiz, 50 eta 59 urte bitarteko turisten % 57 estatukoa da. 59 urtetik gorako turista seniorren artean presentzia handiagoa dute nagusiak ez diren nazioarteko merkatuetatik datozen turistek, eta 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorren artean, berriz, estatuko merkatu ez-tradizionaletatik datozenek.

## El origen de las y los turistas sénior

La procedencia de las y los turistas sénior que visitan Euskadi, ofrece algunos matices en función de los diferentes estratos de edad establecidos. Así, quienes tienen más de 59 años se reparten equitativamente entre procedencias estatales (50%) e internacionales (50%). Quienes se agrupan entre 50 y 59 años, ofrecen un carácter más estatal (57%). Tienen mayor presencia las y los turistas procedentes de los mercados internacionales no principales entre el turismo mayor de 59 años y, casi en la misma proporción, las y los residentes en mercados estatales no tradicionales entre el turismo sénior del tramo más joven del colectivo.

### 1S taula. Turista seniorren bizilekua (2019)

Tabla 1S. Lugares de residencia de las y los turistas sénior, 2019

Jatorrizko merkatu nagusiak Mercados Principales de Origen	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Gainerako aut. erk.   Resto CC.AA.	16,0	16,4	12,3
Atzerriko gainerako herrialdeak   Resto países extranjeros	14,6	15,9	16,5
Madrilgo aut. erk.   C.A. Madrid	12,1	11,9	9,7
Euskadi	10,6	10,3	11,1
Katalunia   Cataluña	9,2	9,4	8,5
Frantzia   Francia	9,0	8,4	8,1
Aldameneko aut. Erk   CC. AA. vecinas	5,9	5,9	3,7
Alemania	4,4	5,8	4,9
Britainia Handia   Gran Bretaña	4,2	3,4	5,7
AEB   EEUU	4,0	4,4	5,6
Benelux	4,0	2,9	6,2
Andaluzia   Andalucía	3,5	3,3	4,9
Italia	2,5	1,9	2,8

## Euskadi bisitatzeko sasoiak

Euskadiko turismoaren sasoiotasuna neurtzeko xedez, urteko lau sasoi ezarri dira: Gabonak, Aste Santua, uda eta gainerako urtea.

Ildo horretan, turisten adina alde batera utzita, urte osoan zehar etortzen dira turistak Euskadira, batez ere opor-denboraldi tradizionaletatik kanpo (hau da, gainerako urtean).

Turismo seniorrari dagokionez, 59 urtetik gorako turisten % 54 opor-denboralditik kanpoko hiletan etortzen da. 50 eta 59 urte bitarteko turisten artean, berriz, % 37 udan etortzen da, eta % 12, Gabonetan; hau da, bi sasoi horiek nolabaitko nabaritasuna dute turista seniorren batezbestekoarekin alderatuta.

## Las temporadas en las que visitan Euskadi

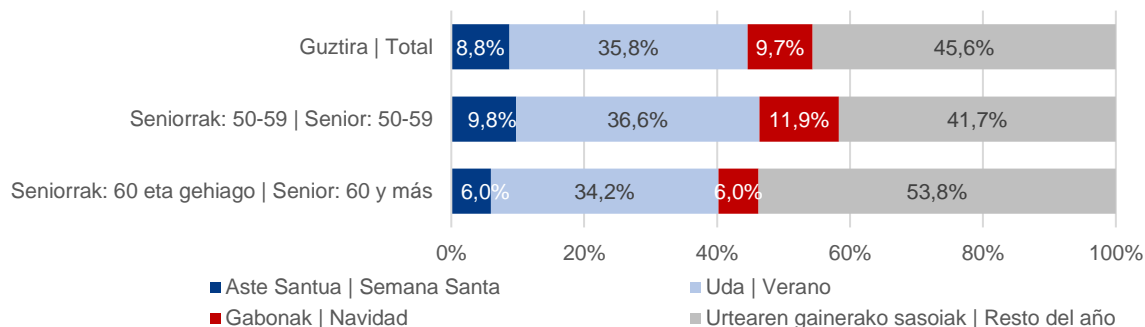
Con el objetivo de observar la estacionalidad del turismo en Euskadi, se han establecido cuatro periodos al año: Navidad, Semana Santa, verano y el resto del año.

Lo primero que hay que señalar a este respecto es que, independientemente de la edad de las y los turistas, el turismo en Euskadi está presente a lo largo de todo el año sobre todo fuera de los periodos vacacionales tradicionales (resto del año).

Ahora bien, desde la óptica del turismo sénior, casi el 54% de los más mayores se decantan por los meses fuera de las temporadas tradicionales. Y entre las personas de 50 a 59 años, tiene cierta relevancia el verano (37%) y, en cierto modo, la Navidad (12%), en comparación con la media.

### 4S grafikoa. Turista seniorrak Euskadira etortzeko sasoiak (2019)

Gráfico 4S. Temporada de la estancia en Euskadi de las y los turistas sénior, 2019



## 1.2.- Aisia-turista seniorren profila

### Nolakoak dira Euskadira etortzen diren turistak?

Turisten profil demografikoaren osagaien artean, adina da haien portaera ulertzen laguntzen diguten funtsezko ezaugarrietako bat.

Hala, 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorren batez besteko adina 54 urtekoa da, eta 59 urtetik gorakoen artean, batez besteko adina 68 urtetik gorakoa da. Horren ondorioz, lehen taldeko (50 eta 59 urte bitarteko) turisten % 89 lanean dago, eta bigarren taldeko (59 urtetik gorako) turisten % 80 erretiratu da.

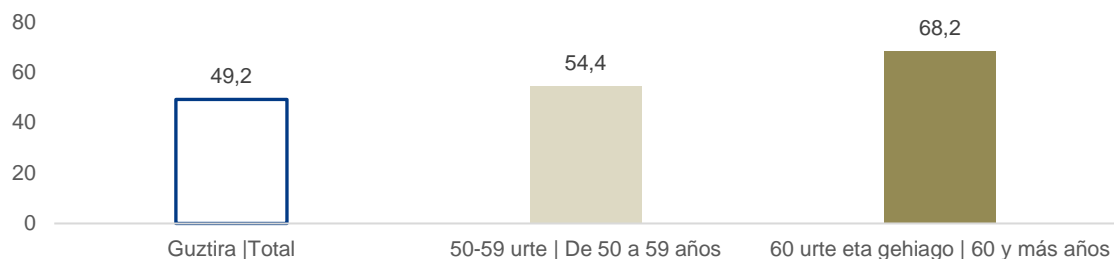
Ikuspegi subjektibo batetik, 50 eta 59 urte bitarteko turista gehienek errenta ertaineko mailan kokatzen dute beren burua; 59 urtetik gorakoen artean, berriz, ehuneko handi batek (% 23k) errenta handia duela dio bere egoera ekonomiko pertsonala adierazteko.

Bestalde, **unibertsitateko edo goi-mailako ikasketak** nagusi dira adiz gutzietako turista seniorren artean.

60 urtetik beherako turista seniorren % 8k turismo familiarra egiten du, hau da, adin txikikoekin bidaiatzen du; 59 urtetik gorakoen artean, berriz, ehuneko hori % 1 baino pixka bat handiagoa da.

5S grafikoa. Euskadira etortzen diren turista seniorren batez besteko adina (2019)

Gráfico 5S. Edad media de las y los turistas sénior que visitan Euskadi, 2019



### Norekin bidaiatzen dute?

Turistek norekin bidaiatzen duten aztertzea da haien profila, arrazoiak eta portaerak ulertzeko kontuan hartu beharreko beste adierazleetako bat.

Ildo horretan, turista seniorren erdiak baino gehiago bikotearekin etortzen dira Euskadira. Horrez gain, 59 urtetik gorakoen artean azpimarratzekoa da helduez osatutako talde-bidaien kopuru handia (% 33), eta heldu, haur eta gazteez osatutako taldeen kopuru txikia. Bidaia-taldeek batez beste 4 lagun izaten dituzte (50 eta 59 urte bitarteko turisten taldeek baino lagun bat gehiago).

## 1.2.- Perfil de las y los turistas sénior de ocio

### Como son quienes visitan Euskadi

La edad de las y los turistas es uno de los componentes del perfil demográfico determinante a la hora de entender su comportamiento.

La media de edad del turismo sénior de entre 50 y 59 años se sitúa en 54 años, en tanto que la de los y las mayores de 59 supera los 68 años. Situación que explica que más del 89% de las y los primeros se encuentren trabajando y el 80% de quienes tienen más de 59 años estén en condición de jubilación o retiro.

Las y los turistas de entre 50 y 59 años se clasifican, desde un punto de vista subjetivo, en mayor medida en un nivel de renta media, siendo destacable número de personas para las que la renta alta responde mejor a su situación económica personal entre las y los mayores de 59 años (23%).

El nivel de **estudios universitarios o superiores** es mayoritario entre las y los turistas sénior independientemente de su edad.

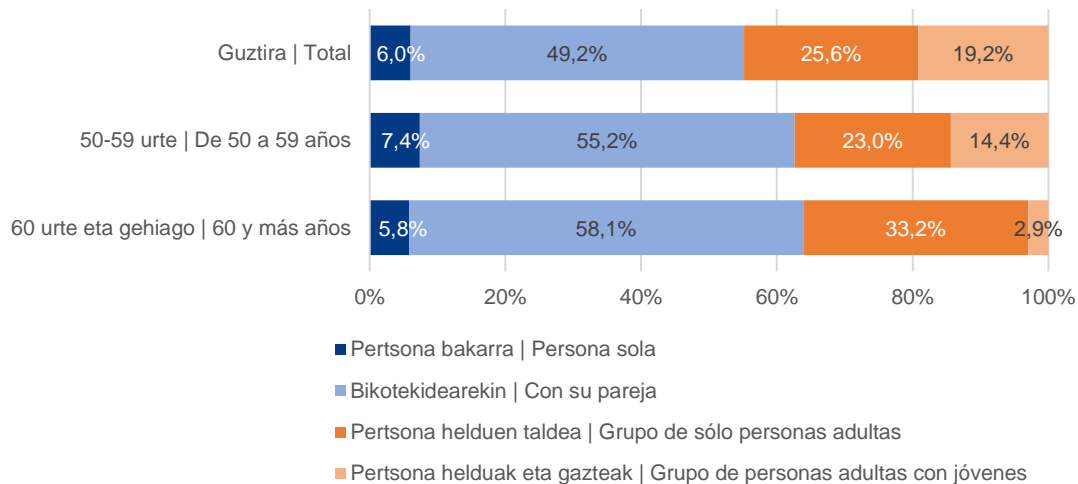
El turismo familiar, entendiendo como tal aquel en que las y los turistas viajan acompañados de menores, tiene una implantación del 8% entre los menores de 60 años y tan sólo de algo más del 1% entre quienes superan los 59 años.

### Con quien comparten su viaje

Otro de los condicionantes a la hora de analizar el perfil de las y los turistas, sus motivaciones y sus comportamientos es observar con quién comparten el viaje.

Más de la mitad de las y los turistas sénior vienen a Euskadi acompañados de su pareja. Destaca, entre los y las mayores de 59 años, el viaje en grupos compuestos exclusivamente por personas adultas (33%) y la poca presencia de grupos formados por personas adultas con niños/as y jóvenes. El número medio de componentes del grupo de viaje es de 4 personas (1 más que entre las y los turistas de entre 50 y 59 años).

9S. grafikoa. Turista seniorren bidaia-taldeetako kide-kopurua, taldekideen adinaren arabera (2019)  
 Gráfico 9S. Componentes del grupo de viaje sénior, en función de la edad de sus miembros, 2019



### 1.3.- Nola jasotzen duten informazioa, zer garraio bide erabiltzen duten, non hartzen duten ostatu, eta zenbat eguneko egonaldia egiten duten

#### Euskadira erakartzeko kanpainak eta aurreko informazioaren balioa

Turismoa sustatzeko kanpainak dira bidaiariak helmuga bat edo beste aukeratzera bultzatzen dituzten bideak.

Turistek hainbat bitartekoren bidez jasotzen dute Euskadi bisitatzera bultzatzen dituen informazioa. Bitarteko horien artean, azpimarratzekoa da ahotik ahorakoa, bai turista orokorren artean bai turista seniorren artean.

Onlineko informazio-bideak bigarren lekuan daude garrantziaren aldetik; hala ere, horien garrantzia oso ezberdina da turisten adinaren arabera: 10 puntu handiagoa da 50 eta 59 urte bitartekoaren artean (% 44) 59 urtetik gorakoaren artean baino.

Bestalde, azpimarratzekoa da 59 urtetik gorako turistek artikulu edo erreportaje turistikoaren bidez (% 28), bidaia-agentzietako langileen bidez (% 19) eta eskaintzen bidez jasotako informazioaren eragina.

### 1.3.- Cómo se informan, qué medios de transporte utilizan, dónde se alojan y cuántos días dura su estancia

#### Campañas de incitación y valor de la información previa

Las campañas de promoción turística son el medio a través del cual se incita a la persona viajera a elegir uno u otro destino.

Son varios los medios por los que las y los turistas reciben la información que les influye para visitar Euskadi, y entre ellos destaca tanto entre el total de turistas, como específicamente en el turismo sénior, el de "de boca en boca".

Los medios online ocupan el segundo lugar en importancia, aunque con distinta intensidad en función de la edad de las y los turistas que señala una diferencia de 10 puntos porcentuales a favor de las y los turistas de entre 50 y 59 años (44%).

Es notable la influencia que han recibido las y los turistas de más de 59 años a través de artículos o reportajes turísticos (28%), del personal de las agencias de viajes (19%) y de las ofertas (13%).

3S taula. Turista seniorrek Euskadi aukeratzeko izandako informazio-bideak (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 3S. Medios en los que se han inspirado las y los turistas sénior a la hora de elegir Euskadi, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Eragina duten informazio-bideak Medios que han influenciado	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Lagunak, ezagunak, senideak   Amigas/os, conocidas/os, familiares	62,1	62,1	51,2
Online hedabideak (sare sozialak, blogak, web orriak...)   Medios online (redes sociales, blogs, webs, foros...)	42,2	43,6	34,4
Artikuluak, erreportaje turistikoak   Artículos, reportajes turísticos	22,0	21,5	27,5
Liburuak, eleberririk, filmak   Libros, novelas, películas	10,0	11,8	8,2
Bidaia-agentziak   Agencias de viajes	9,6	6,7	18,8
Turismo-azokak   Ferias de turismo	7,7	6,3	10,5
Eskaintza bat ikusi du   Ha visto una oferta	7,0	4,8	13,2
Beste bide edo faktore batzuk   Otros medios o factores	4,9	3,6	4,9
Tbko, irratiko edo prentsako iragarkiak   Anuncios en tv, prensa, radio	4,4	5,4	4,9

## Bidaia antolatu eta erreserbatzeko erabilitako informazio-bideak

Turistek Euskadiko bidaia antolatzeko erabiltzen dituzten informazio-bide nagusiek zerikusi handia dute bidaia egitera bultzatzen dituzten iturriekin. Hala, berriz ere, hurbileko pertsonak eta Internet dira aisia-turista seniorren informazio-bide nagusiak. Internetek eragin handiagoa du 50 eta 59 urte bitarteko turisten artean (talde horretako % 79k eta 59 urtetik gorako % 62k aipatu dute).

Bestalde, 60 urteko eta gehiagoko turistek, informazioa nahi dutenean, neurri handiagoan jotzen dute turismoaren arloko profesionalengana eta opor-azoketara gainerako turistek baino.

## Canales de información para la organización y reserva previa al viaje

Los principales canales que utilizan las y los turistas para buscar información con la que organizar el viaje por Euskadi están profundamente ligados con los medios que les inspiraron a hacer el viaje. Así, de nuevo en esta ocasión, las personas cercanas e Internet son las principales fuentes de información de las y los turistas sénior de ocio, con mayor prevalencia de esta última entre las y los turistas de entre 50 y 59 años (79% frente al 62% de las y los mayores de 59 años).

Por otro lado, las y los turistas de 60 y más años tienden a informarse en mayor medida que el resto de las y los turistas sénior a través de profesionales del turismo y de la asistencia a ferias o salones de vacaciones.

4S taula. Turista seniorrek bidaia antolatzeko erabilitako informazio-bideak (2019) Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 4S. Medios de información utilizados por las y los turistas sénior para la organización del viaje, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Informazio-iturri nagusiak Principales Fuentes de Información	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Internet	74,3	78,7	61,8
Lagunak; senideak   Amigos/as; Familiares	67,9	70,7	56,6
Artikuluak, erreportajeak, publizitatea   Artículos, reportajes, publicidad	33,3	34,8	37,9
Gidak, liburuxkak   Guías, folletos	22,6	22,7	22,9
Turismoko profesionalak, aurrez aurre   Profesionales del Turismo, en persona	17,1	14,3	27,3
Azokak/Opor-aretoak   Ferias/Salones de Vacaciones	8,8	7,1	12,1

Turista senior gehienek zerbitzuren bat erreserbatzen dute Euskadira etorri aurretik. Gehienetan zerbitzu independenteak erreserbatzen dituzte, baina esanguratsua da bidaia osoa pakete turistiko bidez erreserbatzen duten turisten kopurua Euskadira etortzen diren 59 urtetik gorako pertsonen artean (% 29).

La gran mayoría de turistas sénior reserva anticipadamente algún tipo de servicios para venir a Euskadi. Predominantemente, reservan servicios independientes, pero es significativo el dato de turistas que reservan todo el viaje a través de un paquete turístico entre las personas mayores de 59 años que visitan Euskadi (26%).

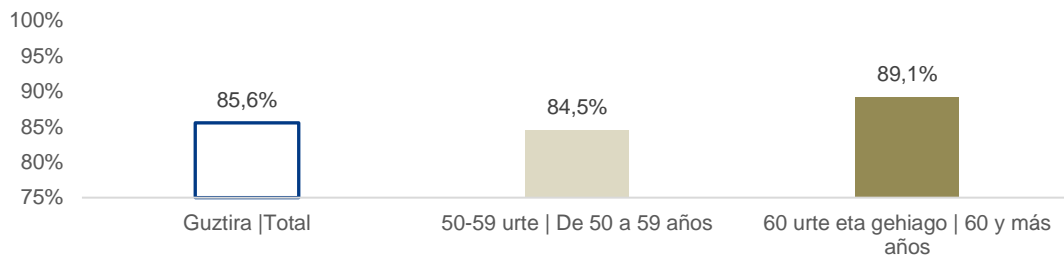
Erreserba-zentralak dira turista seniorrek erreserbak egiteko gehien erabiltzen duten bidea, dela berariazko webguneak edo aplikazioak erabiliz, dela establezimenduekin berarekin harremanetan jarrita. Dena den, alde handiak daude bi bide horien erabilerari eta turisten adin-tarteari dagokienez. Bidaia egiteko inspirazio-iturriarekin lotuta, bidaia-agentziak dira erreserba egiteko baliabide nagusiak 59 urtetik gorako turistentzat (% 26), eta aurrez-aurre egiten dituzte nagusiki erreserba horiek (% 35).

Bestalde, 59 urtetik gorako % 70ek hilabeteko edo gehiagoko aurrerapenarekin erreserbatzen du bidaia. 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorren artean, ordea, erdiek hilabetetik beherako aurrerapenarekin erreserbatzen dute bidaia, eta beste erdiek, hilabetetik bost hilabetera bitarteko aurrerapenarekin.

La reserva a través de una central de reservas, bien por web o aplicaciones específicas y mediante contacto con el propio alojamiento son los métodos más utilizados entre las y los turistas sénior, aunque con importantes diferencias porcentuales en cuanto a su uso. Probablemente asociado con el medio de inspiración del viaje, la reserva a través de agencias de viaje (26%) cobra especial importancia entre las y los turistas mayores de 59 años, así como la forma presencial de realización de esta (35%).

El 70% de las y los turistas de más de 59 años reservan con más de un mes de antelación. El turismo sénior de entre 50 y 59 años se reparte equitativamente entre quienes reservan con menos de un mes de antelación y quienes lo hacen en un plazo de entre uno y cinco meses antes de la realización del viaje.

10S grafikoa. Euskadira etortzeko aurretiko erreserbaren bat egin duten turista seniorren ehunekoa (2019)  
 Gráfico 10S. Porcentaje de turistas sénior que han realizado algún tipo de reserva previa para el viaje a Euskadi, 2019



5S taula. Turista seniorrek aurretiko erreserba egiteko erabilitako bideak (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserbaren bat egin duten turistak

Tabla 5S. Canales a través de los cuales las y los turistas sénior han realizado la reserva previa, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas que han realizado algún tipo de reserva

* Dónde	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Erreserben Zentrala (Web, APP)   Central de Reservas (Web, APP)	46,7	50,2	32,0
Ostatua bera   Propio alojamiento	32,8	33,9	28,1
Bidaia Agentzia   Agencia de viajes	16,4	13,6	26,2
Garraio konpainia   Compañía de transporte	15,3	16,1	16,5
Bidaia antolatzen duen elkartera   Asociación organizadora del viaje	5,8	3,3	15,0
Bestelakoak   Otros	0,0	0,2	

6S taula. Aurretiko erreserba egiteko moduak (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa). Oinarria: erreserbaren bat egin duten turista seniorrak

Tabla 6S. Formas de realización de la reserva previa, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas). Base: turistas sénior que han realizado algún tipo de reserva

* Cómo	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Internet	60,5	64,7	45,0
Aurrez aurre   De forma presencial	19,9	16,5	34,7
Telefonoa   Teléfono	18,9	18,0	22,4
Posta elektronikoa   Mail	7,5	9,3	6,1

## Turistek erabiltzen dituzten garraio-bideak

Autoa (privatua edo alokatua) da turista seniorrek Euskadira etortzeko gehien erabiltzen duten garraio-bidea. Horrez gain, 59 urtetik gorako turisten % 41ek garraio publikoa erabiltzen du, batez ere hegazkina (% 25ek erabiltzen du).

## Los medios de transporte utilizados por los y las turistas

El coche (privado o alquilado) es el medio de transporte principal que utilizan las y los turistas sénior para llegar a Euskadi. No obstante, hay que destacar que casi el 41% de las y los turistas mayores de 59 años utilizan el transporte público sobre todo por modo aéreo (25%).

Behin helmugara iritsitakoan, hainbat garraibide erabiltzen dituzte turista seniorrek batetik bestera joateko. Ohikoena oinez mugitzea bada ere, azpimarratzekoa da garraio publikoaren erabilera 60 urteko eta gehiagoko turisten artean.

Una vez en destino, las y los turistas sénior utilizan diferentes medios para desplazarse. Aunque el más habitual es el desplazamiento andando, cabe destacar un mayor uso del uso del transporte público por parte de las y los turistas de 60 y más años.

7S taula. Turista seniorrek Euskadira etortzeko erabilitako garraibide nagusiak (2019)

Tabla 7S. Medio de transporte principal utilizado por las y los turistas sénior para llegar a Euskadi, 2019

Euskadira iristeko garraibide nagusia Medio de Transporte Principal para llegar a Euskadi	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Ibilgailu pribatua   Vehículo privado	67,6	66,5	55,6
Hegazkina   Avión	19,8	17,1	24,9
Autobusa   Autobús	5,2	4,6	9,6
Trena   Tren	3,2	3,4	5,8
Alokatutako ibilgailua   Vehículo alquilado	2,6	4,9	2,8
Motorra   Moto	1,0	2,0	0,5
Bizikletan, oinez   Bici, a pie	0,4	1,0	0,3
Itsasontzia   Barco	0,3	0,6	0,5

8S taula. Turista seniorrek Euskadin dauden bitartean erabilitako garraibide nagusiak (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)

Tabla 8S. Medios de transporte utilizados por las y los turistas sénior durante su estancia en Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Euskadin mugitzeko garraibide nagusia Medio de Transporte Principal en Euskadi	Guztira   Total	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Oinez   Andando	77,8	72,5	76,4
Norberaren ibilgailua   Vehículo propio	56,5	58,4	46,8
Garraio publikoa (autobusa, taxia, trena)   Transporte Público (bus, taxi, tren)	38,8	34,3	44,7
Alokatutako ibilgailua   Vehículo alquilado	8,8	10,5	10,3
Bizikletan   Bici	2,7	2,5	2,6
Motorra   Moto	1,0	2,1	0,6

## Ostatu-motak

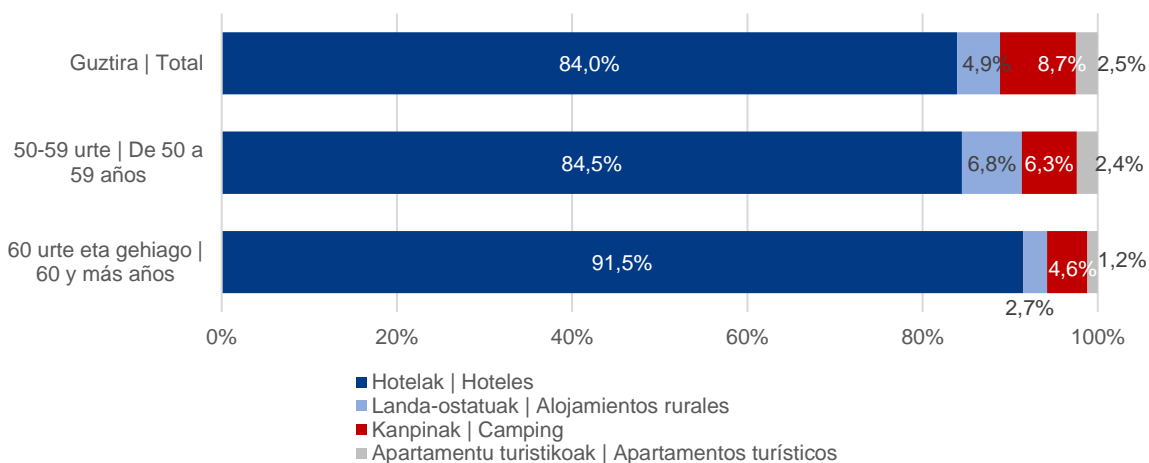
Hotelak dira turista seniorren ostatu-mota nagusiak, batez ere 59 urtetik gorakoentzat (% 92). Gainerako turismo-ostatuetan, ordea, askoz urriagoa izaten da adin horretako turisten presentzia.

## Los tipos de alojamiento

Los establecimientos hoteleros son el tipo de alojamiento predominante para el turismo sénior, sobre todo entre las y los mayores de 59 años (92%). Es escasa la presencia de esta clase de turistas en el resto de los tipos de alojamientos turísticos.

11S grafikoa. Turista seniorrek Euskadin ostatu hartzeko erabilitako establezimendu-motak (2019)

Gráfico 11S. Tipo de establecimiento donde se alojan las y los turistas sénior en Euskadi, 2019



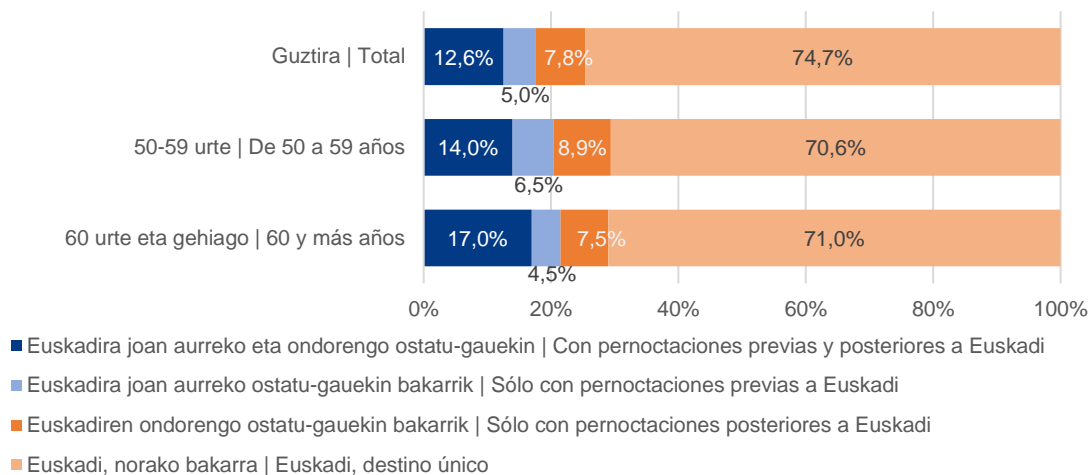
### Bidaiaren zirkuitua

Euskadi helmuga bakarra da adin guztietako turista seniorren % 71rentzat. Bidaiaren zirkuituak 6 egun irauten du 50 eta 59 urte bitarteko turistentzat eta ia 8 egun 59 urtetik gorakoentzat, Euskadira joan aurreko eta ondorengo ostatu-gauak barne hartuta.

### El circuito del viaje

Al margen de su edad, Euskadi es destino único para el 71% de las y los turistas sénior. La duración del circuito del viaje, incluyendo las pernотaciones anteriores y posteriores a la visita a Euskadi, comprende desde los 6 días de las y los turistas de 50 a 59 años, hasta los casi 8 de las y los mayores de 59.

12S grafikoa. Turista seniorrek egindako bidaiaren zirkuitua (2019)  
Gráfico 12S. Circuito del viaje realizado por las y los turistas sénior, 2019



Ondorengo tauletan, bidaiaren zirkuituak hasteko eta amaitzeko lekuak ageri dira, garrantzitsuenak nabarmenduta turista seniorren adinaren arabera. Hala, Frantzia, Madrilgo Erkidegoa eta Katalunia dira aurretiko helmuga nagusiak bi adin-taldeentzat Hurrengo etapak egiteko, berriz, Kantabria, Madril eta Frantzia aukeratzeko dituzte 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorrek. Dena dela, ñabardura txikiak daude lehenetsitako helmugan hurrenkerari eta turisten adinari dagokienez. Hala, 59 urtetik gorakoentzat, honako hauek dira lehentasunezko aukerak, hurrenez hurren: Frantzia, Kantabria eta Madril.

En las siguientes tablas se muestran los lugares donde se inician y finalizan los circuitos del viaje, resaltando los más relevantes, en función de la edad de las y los turistas sénior. Francia, la Comunidad de Madrid y Cataluña son, en similares términos, los destinos previos principales para ambos grupos de edad. Las y los turistas sénior de 50 a 59 años se decantan por Cantabria, Madrid y Francia para sus etapas posteriores. No obstante, existen ligeros matices en cuanto al orden de preferencia de los destinos y la edad de las y los turistas. Así para los mayores de 59 años sus principales opciones son por este orden: Francia, Cantabria y Madrid.

9S taula. Turista seniorrek Euskadira iritsi aurretik gaua eman duten leku nagusiak (2019). Oinarria: heldu baino lehenago ostatu-gauren bat egin duten turistak  
Tabla 9S. Principales lugares donde pernотan las y los turistas sénior previamente a su llegada a Euskadi, 2019. Base: turistas que han realizado alguna pernотación previa)

Gaua emateko lekuak Euskadira iritsi aurretik Lugares de pernотación previos a Euskadi	Guztira   Total	Seniorra ez den turismoa   Turismo no sénior	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Frantzia   Francia	27,9	26,7	27,9	29,3
Madrilgo Erkidegoa   C. Madrid	19,2	18,7	20,4	19,2
Katalunia   Cataluña	14,1	11,2	16,5	16,3
Kantabria   Cantabria	8,0	8,9	5,3	8,5
Nafarroako Foru Erkidegoa   C.F. Navarra	4,0	6,0	3,0	2,3
Gaztela eta Leon   Castilla y León	4,0	5,3	2,9	3,1
Aragoi   Aragón	3,5	3,7	2,1	4,0
Errioxa   La Rioja	2,8	3,3	4,2	1,6
Asturiasko Printzerria   Principado de Asturias	2,5	3,3	3,0	1,2
Portugal	2,3	0,7	4,4	3,0
Galizia   Galicia	2,2	1,2	4,9	2,0
Britainia Handia   Gran Bretaña	1,4	0,6	0,9	2,7
Espainia, z.g.   España, s.e.	1,4	0,8	0,4	2,6
Andaluzia   Andalucía	1,3	1,6	0,3	1,3



10S taula. Turista seniorrek Euskaditik joan ondoren gaua ematen duten leku nagusiak (2019). Oinarria: joan ondoren ostatu-gauren bat egin duten turistak

Tabla 10S. Principales lugares donde pernoctan las y los turistas sénior una vez finalizan su estancia en Euskadi, 2019. Base: turistas que han realizado alguna pernoctación posterior)

Gaua emateko lekuak Euskaditik joan ondoren Lugares de pernoctación posteriores a Euskadi	Guztira   Total	Seniorra ez den turismoa   Turismo no sénior	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
Frantzia   Francia	18,6	20,7	13,7	18,8
Kantabria   Cantabria	18,2	17,5	22,1	17,2
Madrilgo Erkidegoa   C. Madrid	12,9	11,7	17,0	12,3
Nafarroako Foru Erkidegoa   C.F. Navarra	9,4	10,2	8,2	9,1
Katalunia   Cataluña	7,2	7,5	11,1	4,8
Asturiasko Printzerria   Principado de Asturias	5,1	5,8	3,4	5,1
Errioxa   La Rioja	4,3	3,1	1,8	7,0
Gaztela eta Leon   Castilla y León	4,2	6,2	2,5	2,6
Espainia, z.g.   España, s.e.	3,8	2,9	2,5	5,5
Portugal	3,5	3,7	4,2	2,7
Andaluzia   Andalucía	3,3	2,4	4,8	3,5
Galizia   Galicia	2,4	1,9	1,4	3,5
Aragoi   Aragón	2,0	1,4	2,6	2,4
Valentziako Erkidegoa   C. Valenciana	1,1	1,3	0,5	1,1

## Bidaiako ostatu-gauak

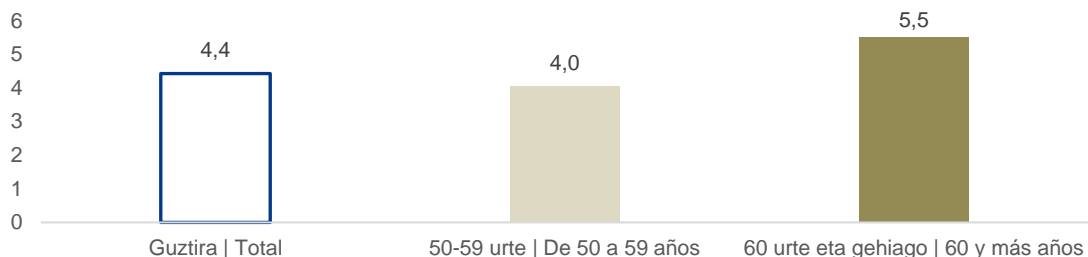
Euskadiko egonaldiaren batez besteko iraupena 4 egunekoa da 50 eta 59 urte bitarteko turistentzat, eta ia 6 egunekoa, berriz, 59 urtetik gorakoentzat.

## Las pernoctaciones del viaje

La duración media de la estancia en Euskadi para las y los turistas sénior de entre 50 y 59 años es de 4 días ascendiendo a casi 6 días para las y los mayores de 59 años.

13S. grafikoa. Turista seniorrek batez beste egindako gau-ostatuak (2019)

Gráfico 13S. Media de pernoctaciones realizadas en Euskadi por las y los turistas sénior, 2019



## Helmugako informazio-beharra eta sare sozialen erabilera

Bisitariei eskainitako informazio turistikoa da helmuga sustatzen laguntzen duen zerbitzu osagarri onenetako bat. Informazio hori emateko arduradunak eragile turistikoak dira: turismo-bulegoak, ostatuak, zerbitzu publikoetako langileak eta Internet, hain zuzen.

Informazio turistikoak helmugako baliabide, produktu eta zerbitzuen berri ematen die bisitariei, eta, argibide horien bidez, portaera jakin batzuk bidera ditzake.

Turista seniorren ia % 40k izan du informazio osagarriaren beharra Euskadin egon diren bitartean. Ehuneko hori txikiagoa da, ordea, Euskadira etorritako turista guztien batezbestekoa baino (% 44).

## Necesidad de información en destino y uso de redes sociales

Uno de los servicios complementarios de un destino que mejor contribuye a su promoción es la información turística que reciben quienes lo visitan a través de alguno de sus agentes: oficinas de turismo, alojamientos, personal de servicios públicos o internet.

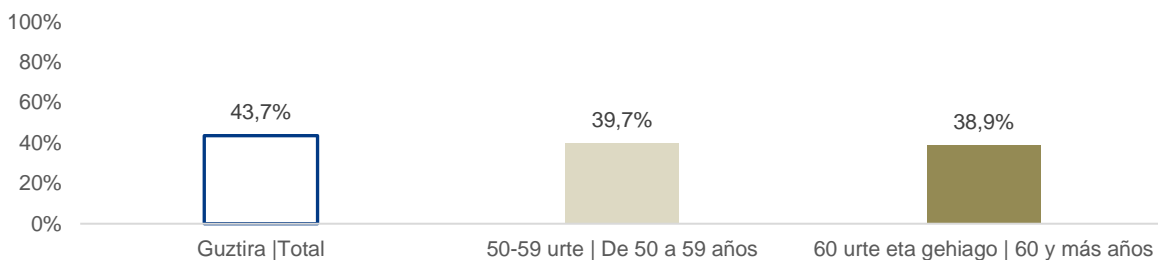
La información turística pone en conocimiento de las y los visitantes la oferta de recursos, productos y servicios que ofrece el destino y, a través de esa orientación, puede determinar ciertos comportamientos.

Por término medio, casi el 40% de las y los turistas sénior han necesitado información complementaria durante su estancia en Euskadi. Cifra que se encuentra algo por debajo de la media registrada para el total de las y los turistas que visitan Euskadi (44%).

Adin guztietako turista seniorrentzat, ostatu hartzeko establezimenduak dira informazio-iturri nagusia, bertako langileek eman ohi dituzten argibideen bidez. Hala izaten da 50 eta 59 urte bitarteko turisten % 82rentzat eta 59 urtetik gorako turisten % 84rentzat. Turismo-bulegoak eta Internet dira hurrengo informazio-iturri nagusiak, % 29k eta % 37k erabiltzen baitituzte, hurrenez hurren.

Independientemente de la edad de las y los turistas sénior, los establecimientos de pernoctación se convierten en la primera fuente de información a través de las orientaciones que ofrece su personal. Así es para el 82% de las y los turistas de entre 50 y 59 años y el 84% de quienes cuentan con más de 59 años. Le siguen en importancia las oficinas de turismo e internet utilizadas por el 29% y 37%, respectivamente.

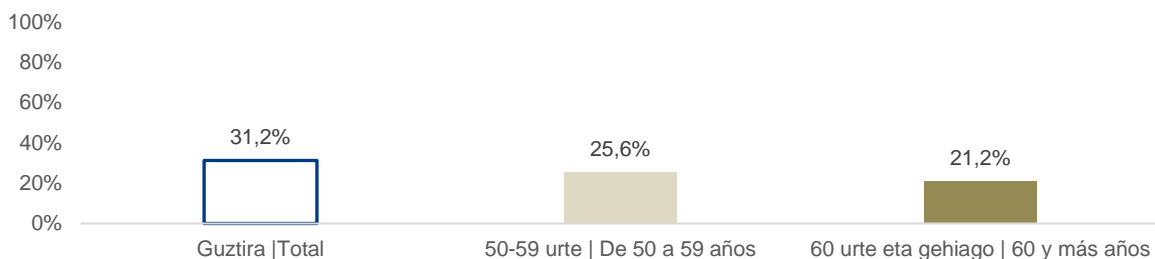
**14S grafikoa. Helmugan informazio osagarriaren beharra izan duten turista seniorren ehunekoa (2019)**  
 Gráfico 14S. Porcentaje de turistas sénior que han necesitado información complementaria en destino, 2019



Turista seniorrak, oro har, turista orokorrak baino gutxiago erabiltzen ditu sare sozialak helmugako argazkiak partekatzeko, zerbitzuak kalifikatzeko, iruzkinak argitaratzeko, informazioa bilatzeko eta abar. Turista seniorren adinak gora egin ahala, behera egiten du sare sozialen erabilerak. Facebook, Instagram eta Twitter dira, hurrenkera horretan, gehien erabiltzen diren sare sozialak. Nolanahi ere, 50 eta 59 urte bitarteko turista gehienek haietako lehena hobesten dute.

El turismo sénior en general hace un menor uso de las redes sociales con finalidades como compartir fotos del destino, calificar servicios, publicar comentarios, buscar información etc. Conforme aumenta la edad de las y los turistas sénior, el uso de redes sociales decae. Facebook, Instagram y Twitter son, en este orden, las más manejadas, aunque se observa una mayor predilección por la primera sobre todo entre las y los turistas de entre 50 y 59 años.

**15S grafikoa. Turista seniorrek Euskadin egon diren bitartean egindako sare sozialen erabilera-tasa (2019)**  
 Gráfico 15S. Tasa de uso de las redes sociales con finalidad turística durante la estancia de las y los turistas sénior en Euskadi, 2019



## 2.- TURISTA SENIORREK EUSKADIN EGIN DITUZTEN JARDUERAK ETA BISITATU DITUZTEN LEKUAK

Turista seniorrek helmuga batean dauden bitartean egiten dituzten jarduerak argi eta garbi islatzen dituzte haien bisitaren arrazoi nagusiak eta helmuga aukeratzeko zergatia.

Gastronomiari lotutako jarduerak dira, zalantzarik gabe, aisialdian Euskadiko helmuga turistikoetako edozein bisitatzen duten turistak gehien erakartzen dituztenak: pintxotara joatea, jatetxeetan jatea, produktu gastronomikoak erostea eta abar. Jarduera horiez gain, hiriko turismoa eta kulturarekin lotutakoa garrantzi handikoak dira adin guztietako turista seniorrentzat.

Bestalde, turista seniorrek ostatu hartzen duten herri eta hirietan gehien bisitatzeko dituzten lekuak eta baliabideak ez dira oso ezberdinak adin-talde batetik bestera. Hala, gaua ematen duten herri eta hirietan paseatzen dute, hiriguneak bisitatzeko dituzte, eta museoetara joaten dira. Jarduera horietan bat datoz Euskadi bisitatzeko duten gainerako turistekin.

Turista seniorrek ostatu hartzen duten lekuetatik iristen direnean, kostaldeko eta barnealdeko beste herri batzuk ezagutzera eta haietan barrena ibiltzera joaten dira. Ondarearekin eta museoeekin zerikusia duten jarduerak onarpen handiagoa dute 59 urtetik gorako turisten artean, eta naturarekin lotutako baliabideak erakargarriagoak dira 50 eta 59 urte bitartekoentzat.

## 2.- ACTIVIDADES PRACTICADAS Y LUGARES VISITADOS POR LAS Y LOS TURISTAS SÉNIOR EN EUSKADI

Las actividades que las y los turistas realizan durante su estancia en un destino turístico reflejan fielmente los motivos principales de la visita y el porqué de la elección del destino.

Indiscutiblemente las actividades que en mayor medida realizan las personas que visitan cualquiera de los destinos turísticos de Euskadi por motivos de ocio son las relacionadas con la gastronomía en todas sus vertientes: ir de pintxos, comer en restaurantes, adquirir productos gastronómicos etc. Además de estas, el turismo de ciudad y el turismo cultural están presentes, significativamente, entre las y los turistas sénior independientemente de su edad.

Los lugares y recursos más visitados por las y los turistas sénior durante su estancia en el municipio donde se alojan no presenta ningún matiz importante en función de su edad. Principalmente pasean por las localidades donde pernoctan, visitan sus cascos históricos y acuden a museos. Actividades que no les diferencia del total de turistas que visitan Euskadi.

Quando las y los turistas sénior hacen salidas fuera del lugar donde están alojados lo hacen mayoritariamente para conocer otras localidades de costa y de interior y pasear por ellas. Las actividades relacionadas con el patrimonio y los museos tienen mayor aceptación entre las y los turistas mayores de 59 años, mientras que los recursos relacionados con la naturaleza son más atractivos entre quienes tienen de 50 a 59 años.

12S taula. Turista seniorrek egindako jarduerak (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)  
 Tabla 12S. Actividades realizadas por las y los turistas sénior, 2019. Respuesta Múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

Egindako jarduerak Actividades realizadas	Guztira   Tota	Seniorrak: 50-59   Sénior: 50-59	Seniorrak: 60 eta gehiago   Sénior: 60 y más
Gastronomiari lotutako jarduerak   Actividades relacionadas con la gastronomía	87,5	90,7	89,7
Hiriko turismoa   Turismo en la ciudad	79,0	80,7	82,0
Turismo kulturala   Turismo cultural	62,9	63,6	68,8
Ibilbide turistikoak   Rutas turísticas	60,8	59,1	64,4
Kostaldeko turismoa   Turismo costero	58,9	57,6	60,9
Beste jarduera batzuk (erosketak, bainu-etxeak,...)   Otras actividades (compras, balnearios,...)	35,5	37,2	35,0
Naturan atsedena hartzeko jarduerak   Actividades de descanso en la naturaleza	23,3	21,6	24,0
Turismo aktiboa   Turismo activo, actividades	19,8	20,0	15,9
Ikuskizunak   Espectáculos	5,1	4,7	2,8
Jaiari lotutako jarduerak   Actividades lúdico festivas	2,4	1,0	2,4

Jarraian ematen diren datuak zuzen interpretatzeko, argitu beharra dago hurrengo ataletan ematen diren kopuruak turistek egindako **jarduera eta bisiten kopuruari** dagozkiola, eta ez jarduera horiek egiten dituzten turisten kopuruari.

## 2.1.- 50 eta 59 urte bitarteko turistek egiten dituzten jarduerak eta txangoak, eta bisitatzen dituzten lekuak

50 eta 59 urte bitarteko turistek gainerakoek baino neurri handiagoan egiten dituzte gastronomiarekin lotutako jarduerak (jatetxe onetan jatea, pintxotara joatea otorduetatik kanpo eta abar), eta erosten dituzte produktu tipikoak (gastronomikoak zein bestelakoak), Euskadin dauden bitartean.

Turista aktiboak dira: ia 7 jarduera egiten dituzte euren egonaldian zehar. Ostatu hartzen duten herri eta hirietan gehien bisitatu ohi dituzten lekuak honako hauek dira, besteak beste: Bilboko Zazpi Kaleak, Guggenheim museoa eta Donostiako Alde Zaharra. Gaua igaro duten herri edo hiritik irteten direnean, beste hiri batzuk bisitatzen dituzte (hala nola Getxo, Bermeo eta Portugalete), baita Donostia eta Bilbo hiriburuak ere.

Para una correcta interpretación de los datos ofrecidos a continuación, conviene señalar que las cifras presentadas en los siguientes apartados se corresponden con el **número de actividades y visitas** realizadas por las y los turistas y no con el número de turistas que las realizan.

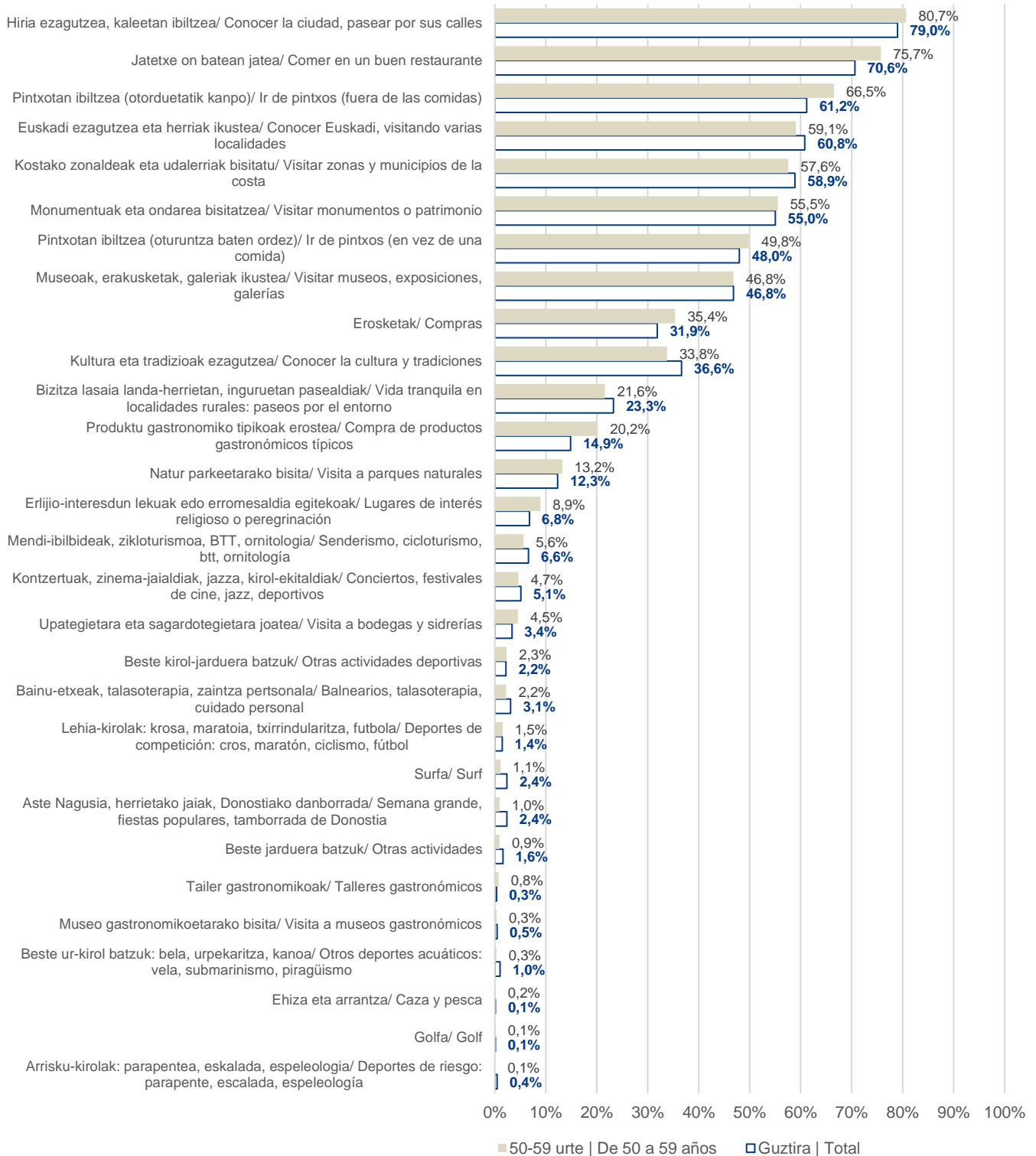
## 2.1.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas de 50 a 59 años

Las y los turistas de entre 50 y 59 años disfrutaban durante su estancia en Euskadi, en mayor medida que el resto de las y los turistas, de las actividades relacionadas con la gastronomía (comer en buenos restaurantes, ir de pintxos fuera de las comidas...) así como de la compra tanto de productos gastronómicos típicos como de otros tipos de productos.

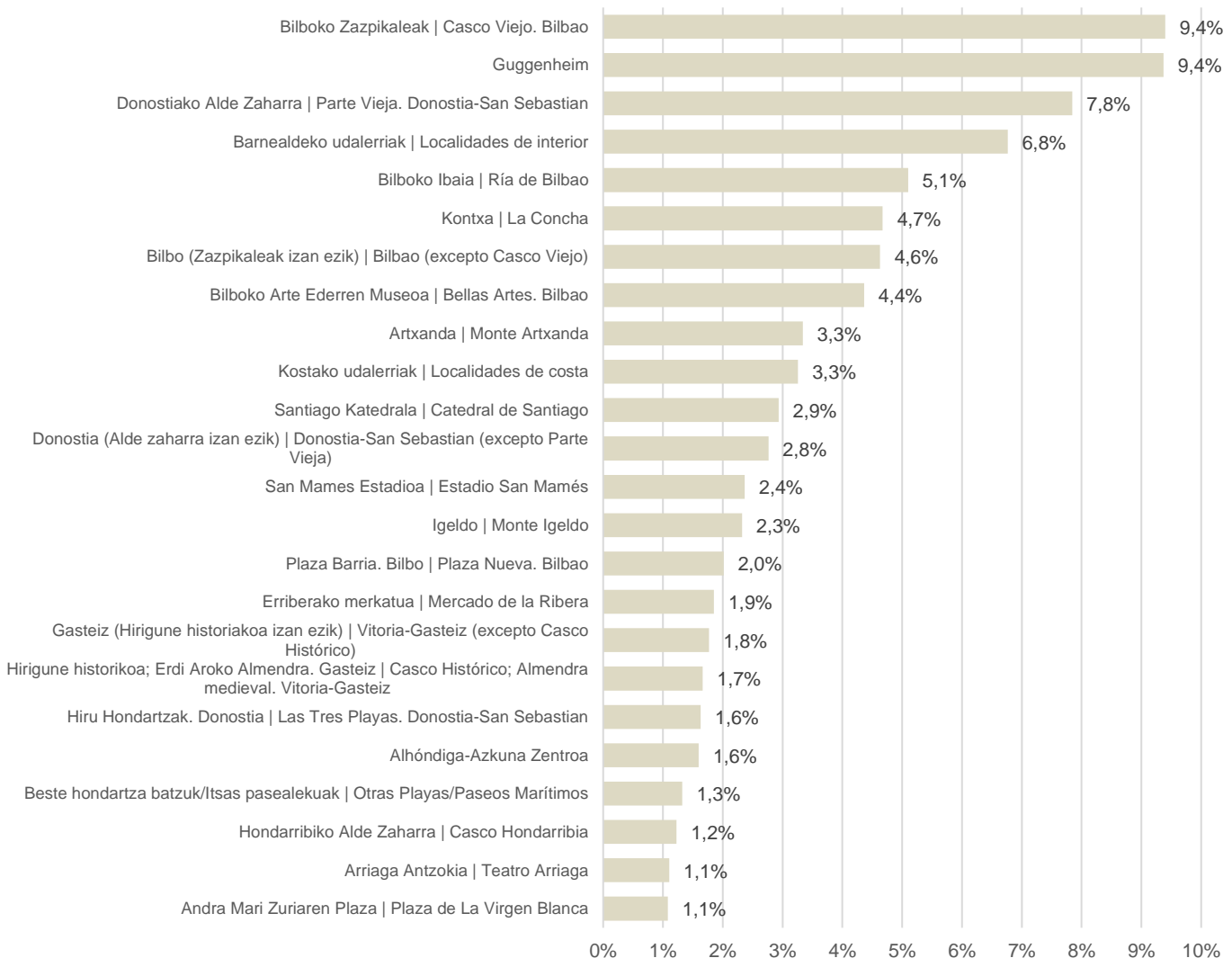
Son turistas activos, realizando hasta casi 7 actividades durante su estancia. Entre los lugares más visitados dentro de la localidad donde se alojan están: el Casco Viejo de Bilbao, el museo Guggenheim y la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián. Cuando salen de la localidad donde pernoctan lo hacen para visitar preferentemente otras ciudades (Getxo, Bermeo, Portugalete), además de visitar las capitales Donostia / San Sebastián y Bilbao.

21AS grafikoa. Euskadi bisitatzan duten 50 eta 59 urte bitarteko turistek egiten dituzten jarduerak, turista orokorren jarduerekin alderatuta (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)

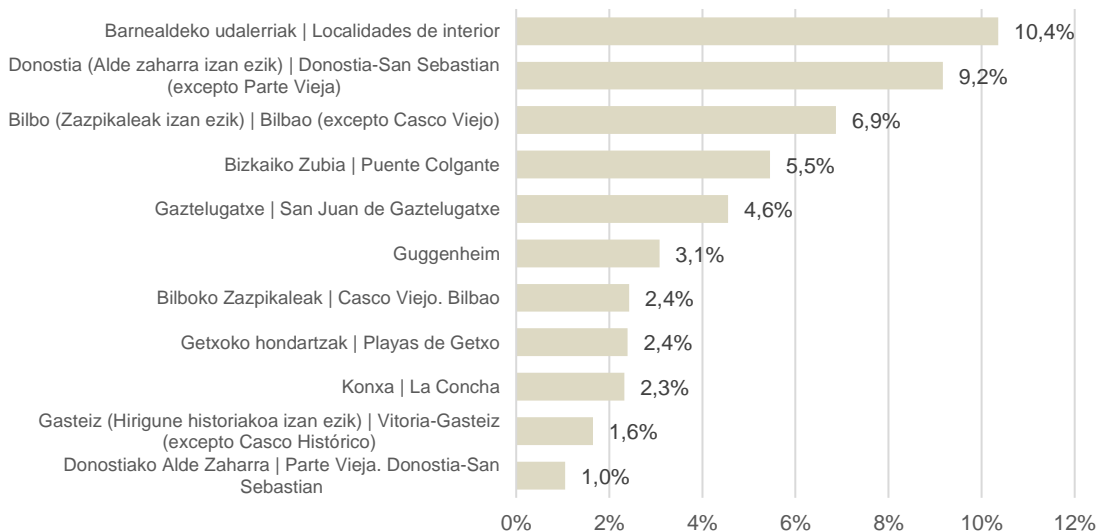
Gráfico 21AS. Actividades realizadas por las y los turistas de 50 a 59 años comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)



**21BS grafikoa. 50 eta 59 urte bitarteko turistek bisitatzen dituzten lekuak, udalerrian dauden bitartean (2019). Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak**  
 Gráfico 21BS. Lugares visitados por las y los turistas de 50 a 59 años durante su estancia en el municipio, 2019. Base: lugares visitados o a visitar



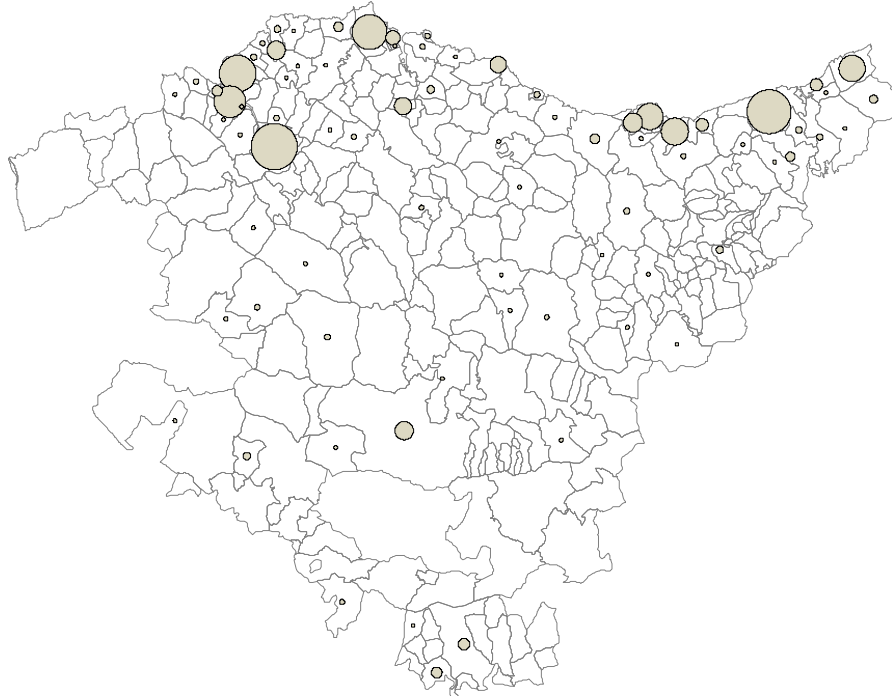
**21CS grafikoa. 50 eta 59 urte bitarteko turistek ostatu hartzen duten udalerrietatik kanpo bisitatzen dituzten baliabide turistikoak. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak**  
 Gráfico 21CS. Recursos turísticos visitados por las y los turistas de 50 a 59 años fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar



1S mapa. 50 eta 59 urte bitarteko turistek ostatu hartzen duten udalerrietatik kanpo egiten dituzten txangoak. Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 1S. Excursiones realizadas por las y los turistas de 50 a 59 años, fuera del municipio donde se alojan,, 2019.

Base: municipios visitados o a visitar



## 2.2.- 60 urteko eta gehiagoko turistek egiten dituzten jarduerak eta txangoak, eta bisitatzeko lekua

59 urtetik gorako turista seniorrak bat datoz gainerako turistekin jarduera hauek egitean: hiriko turismoa, touringa eta gastronomia (batez ere otordu baten ordeztu pintxotara joatea). Halaber, monumentuak, ondarea, museoak, erakusketak eta galeriak bisitatzeko dituzte, eta interes handiagoa dute tokian tokiko kultura eta tradizioak ezagutzeko. Era berean, jarduera minoritarioa bada ere, bainuetxe eta talasoterapietara joateko joera handiagoa dute.

Batez beste 7 jarduera egiten dituzte beren egonaldian zehar. Ostatu hartzen duten udalerriez gain, honako leku hauek bisitatzeko dituzte: Guggenheim museoa, Bilboko Zazpi Kaleak eta Donostiako Alde Zaharra.

Egiten dituzten txangoen artean, azpimarratzekoa da Gaztelugatxe, baita Bizkaiko Zubia eta barnealdeko beste herri batzuk ere.

Honako hauek dira gehien bisitatu ohi dituzten herri eta hiriak: Bilbo, Donostia, Bermeo, Getxo eta Portugalete.

## 2.2.- Actividades, lugares y excursiones realizadas por las y los turistas de 60 y más años

El turismo sénior de mayores de 59 años comparte con el resto de las y los turistas, el disfrute por las actividades de turismo en la ciudad, el touring y la gastronomía, sobre todo ir de pintxos en vez de una comida. Son también importantes las visitas a monumentos y patrimonio, museos, exposiciones y galerías; así como un mayor interés por la conocer la cultura y las tradiciones. Aunque se trata de una actividad minoritaria tienen una mayor predisposición a acudir a balnearios y/o talasoterapias.

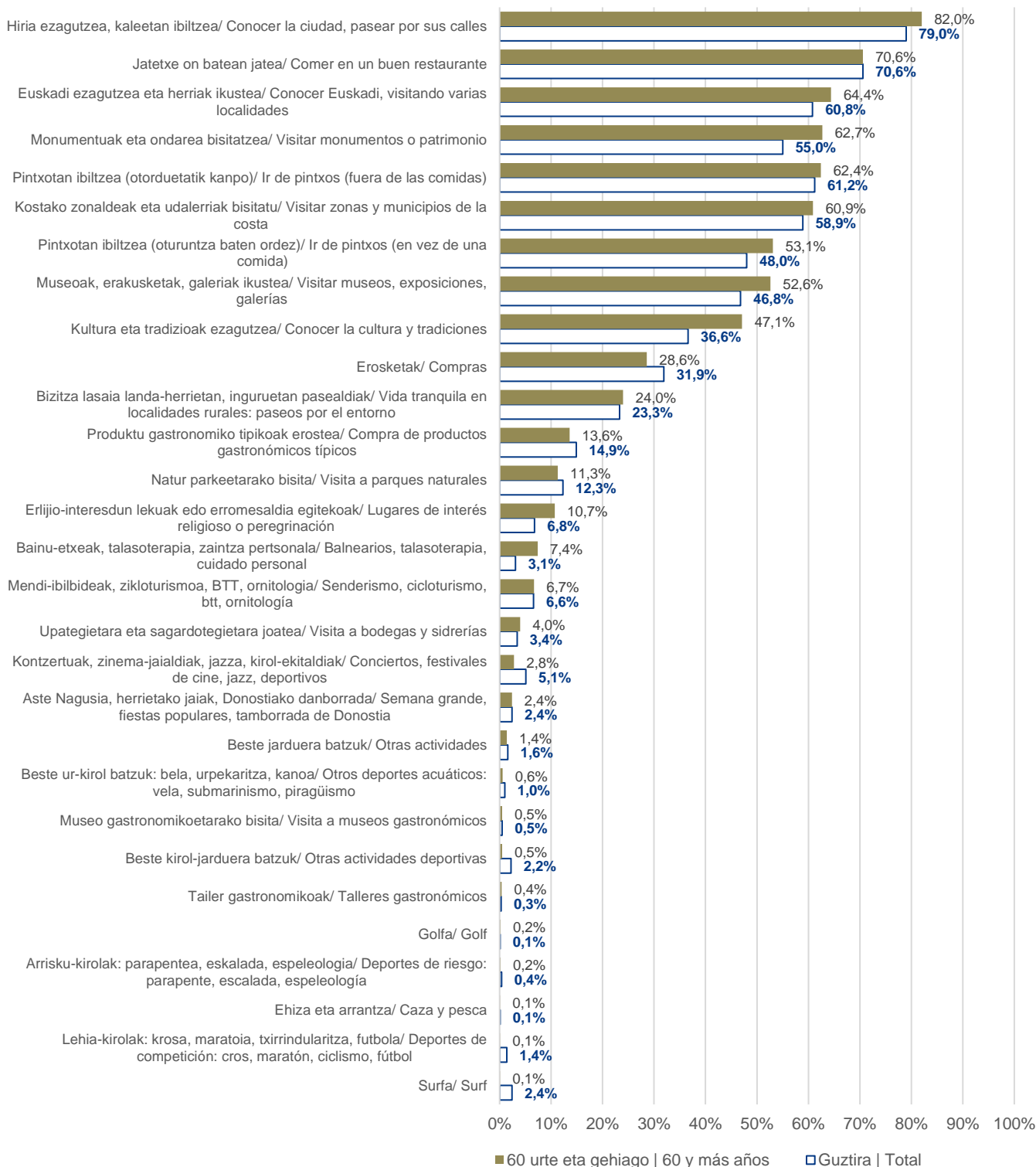
Durante su estancia realizan por término medio 7 actividades. Entre los lugares visitados, además de las localidades donde se ubican los alojamientos, se encuentra el museo Guggenheim, el Casco Viejo de Bilbao y la Parte Vieja de Donostia / San Sebastián.

San Juan de Gaztelugatxe se encuentra entre los recursos más visitados en sus excursiones además de la visita a otras localidades de interior y al Puente Bizkaia

Entre los municipios más visitados están Bilbao, Donostia / San Sebastián, Bermeo, Getxo y Portugalete.

22AS grafikoa. Euskadi bisitatzen duten 60 urteko eta gehiagoko turistek egiten dituzten jarduerak, turista orokorren jarduerekin alderatuta (2019). Erantzun anitzeko galdera (baiezko erantzunen ehunekoa)

Gráfico 22AS. Actividades realizadas por las y los turistas de 60 y más años comparadas con las realizadas por la totalidad de turistas que visitan Euskadi, 2019. Respuesta múltiple (porcentaje de respuestas afirmativas)

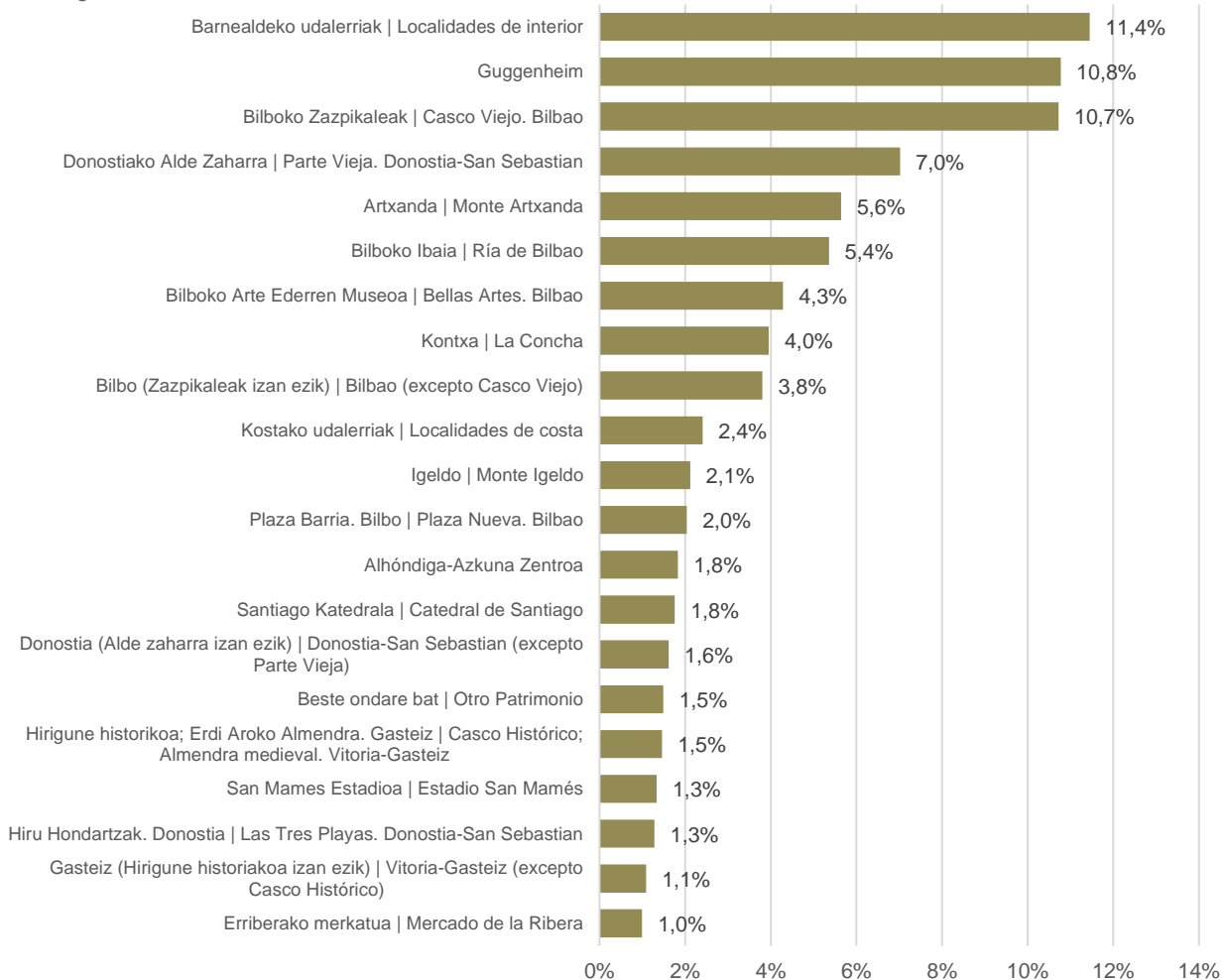




**22BS grafikoa. 60 urteko eta gehiagoko turistek bisitatzen dituzten lekuak, udalerrian dauden bitartean (2019). Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko lekuak**

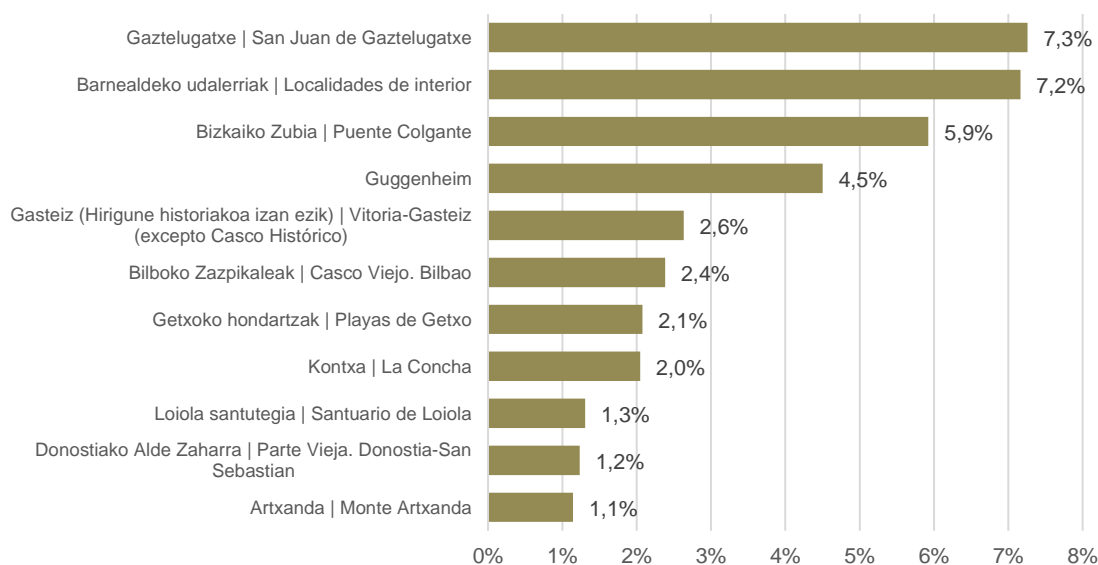
Gráfico 22BS. Lugares visitados por las y los turistas de 60 y más años durante su estancia en el municipio, 2019.

Base: lugares visitados o a visitar



**22CS grafikoa. 60 urteko eta gehiagoko turistek ostatu hartzen duten udalerrietatik kanpo bisitatzen dituzten baliabide turistikoak (2019). Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko baliabideak**

Gráfico 22CS. Recursos turísticos visitados por las y los turistas de 60 y más años fuera del municipio donde se alojan, 2019. Base: recursos visitados o a visitar

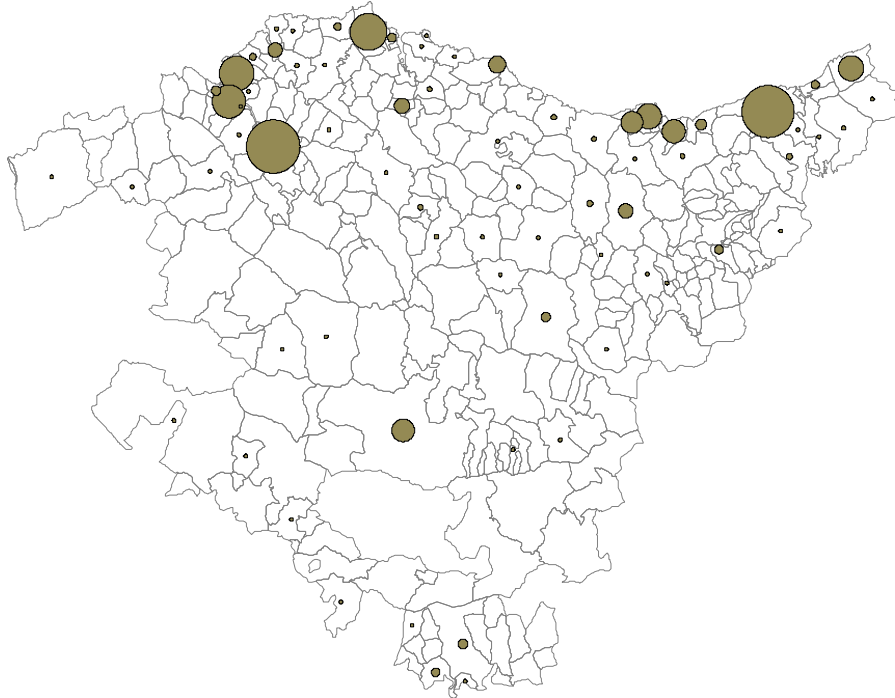


2S mapa. 60 urteko eta gehiagoko turistek ostatu hartzen duten udalerrietatik kanpo egiten dituzten txangoak (2019).

Oinarria: bisitatutako edo bisitatu beharreko udalerriak

Mapa 2S. Excursiones realizadas por las y los turistas de 60 y más años, fuera del municipio donde se alojan,, 2019.

Base: municipios visitados o a visitar



### 3.- EUSKADIRI BURUZKO BALORAZIOAREN ADIERAZLE TURISTIKOAK ETA AURREIKUSPENAK

#### 3.1.- Nola baloratzen dute Euskadi?

Turista senior gehienek balorazio oso positiboa egin dute Euskadiri buruz, helmuga turistiko gisa. Era berean, jasotako tratuak eta helmugaren kalitateak balorazio oso ona izan dute turisten artean, ezagutzen dituzten beste leku batzuekin alderatuta.

59 urtetik gorako turistek ematen dute puntuaziorik onena: % 90ek baino gehiagok oso balorazio positiboa egiten dute hiru alderdi horiei buruz.

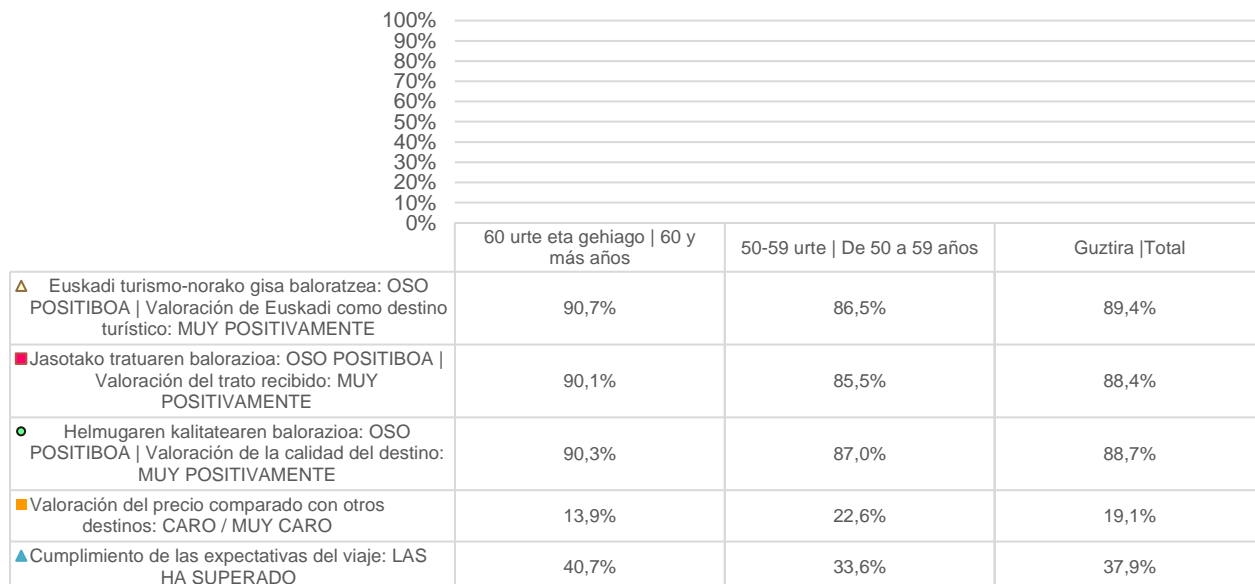
Helmuga garestia edo oso garestia dela uste du 50 eta 59 urte bitarteko turisten % 23k. Dena den, kalitate-prezio erlazioak ez du eragin kaltegarririk Euskadi gomendatzeko orduan, aurrerago ikusiko dugunez.

Turista seniorrek bidaiaren inguruan dituzten aurreikuspenei dagokienez, helmugari buruzko alde aurreko ezagutzaren arabera izaten dira, hein handi batean. Kasu gehienetan, Euskadira egindako bisitaldiak aurreikuspenak bete ditu. Bidaiaren aurreikuspenak gainditu dituela diote 59 urtetik gorako turisten % 41ek eta 50 eta 59 urte bitarteko turisten % 34k.

Adin guztietako turista seniorrentzat honako hauek dira Euskadiko bisitaldiaren hiru alderdi erakargarrienak: ingurune naturala eta paisaia; gastronomiaren eta enologiaren kalitatea, eta euskal nortasuna eta izaera (azken hori 59 urtetik gorakoen artean batez ere).

*34S grafikoa. Euskadiri buruzko balorazioa: helmuga turistikoa, jasotako tratua eta kalitatea («oso positiboa» dioten erantzunen ehunekoa); prezioa, beste helmuga batzuekin alderatuta («oso garestia» edo «garestia» dioten erantzunen ehunekoa); eta bidaiaren aurreikuspenak betetzea («aurreikuspenak gainditu» direla dioten erantzunen ehunekoa) (2019). Erantzun anitzeko galdera*

*Gráfico 34S. Valoración de Euskadi como destino turístico, del trato recibido y de la calidad ((% de respuestas “muy positivamente”), del precio comparado con otros destinos (% de respuestas “Muy caro” “caro” y cumplimiento de las expectativas del viaje (% de respuestas “ha superado las expectativas”, 2019. Respuesta múltiple*



### 3.- INDICADORES TURÍSTICOS SOBRE LA VALORACIÓN DE EUSKADI Y EXPECTATIVAS

#### 3.1.- ¿Cómo valoran Euskadi?

La valoración de Euskadi como destino turístico es muy positiva para la gran mayoría de las y los turistas sénior. Del mismo modo, valoran muy favorablemente tanto el trato recibido como la calidad del destino comparándolo con otros lugares que conocen.

Las mejores puntuaciones las otorgan las y los turistas de más de 59 años, superando el 90% de turistas que valoran muy positivamente los tres atributos.

La percepción de que es un destino caro o muy caro está más arraigada entre quienes tienen entre 50 y 59 años (23%); aunque en ninguno de estos casos la relación calidad/precio influye negativamente en la recomendación de Euskadi, como se podrá observar más adelante.

En cuanto a las expectativas que sobre el viaje tienen las y los turistas, están en gran medida relacionadas con el conocimiento previo que las personas tienen del destino. La experiencia de la visita a Euskadi ha cubierto en la mayoría de los casos la imagen que las y los turistas tenían del destino. Las cifras de superación de las expectativas del viaje son del 41% entre las y los mayores de 59 años y del 34% entre quienes tienen entre 50 y 59.

Los tres aspectos más atractivos de la visita a Euskadi según las y los turistas sénior, al margen de su edad son: el entorno natural y paisajístico, la calidad gastronómica y enológica y la personalidad y el carácter vasco (sobre todo entre las y los mayores de 59 años).

### 3.2.- Itzuliko lirateke Euskadira?

#### Fidelizazio- eta berritze-tasa

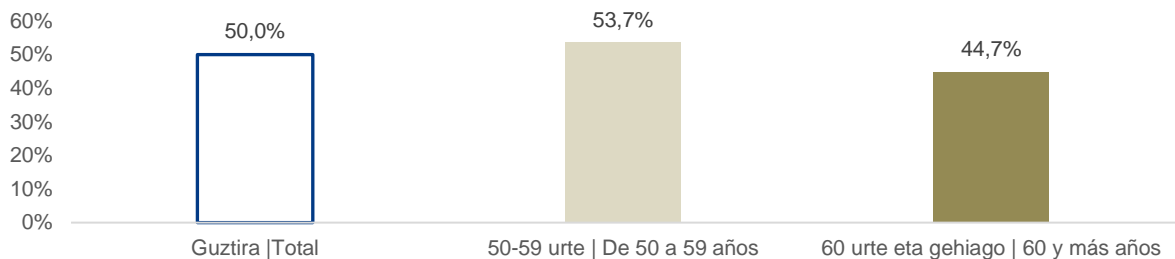
**Fidelizazio-tasa** esaten zaio Euskadi berriro bisitatzen duten turisten ehunekoari. **Berritze-tasak** lehen aldiz etortzen direnen ehunekoa adierazten du. Biak ala biak garrantzitsuak dira turisten portaeraren berri jakiteko, batez ere informazio-bilaketaren harira, erreserben harira, aurreikuspenen harira eta abar.

Fidelizazio-tasa handiagoa da 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorren artean (% 54) 59 urtetik gorakoen artean baino (% 45).

Berriro etorri diren 50 eta 59 urte bitarteko turistek ia 9 bisitaldi egin dituzte aurretik Euskadira, eta 10 bisitaldi baino gehiago egin dituzte 59 urtetik gorako turistek.

35S grafikoa. Fidelizazio-tasa, Euskadira berriro etortzen diren turista seniorren ehunekoa (2019)

Gráfico 35S. Tasa de fidelización, porcentaje de turistas sénior que repiten su visita a Euskadi, 2019



#### Gomendio-tasa eta Euskadira itzultzeko asmoa

**Gomendio-tasaren** bidez neurtzen da aisialdiko bidaiari Euskadi bisitatzen duten turistak zenbateraino bihur daitezkeen helmugaren sustatzaile.

Turista senior ia guztiek gomendatuko liekete hurbilekoei Euskadira bidaiatzea, eta turista horien % 85 eta % 87 bitarteko kopuru batek ziurtasun osoz egingo luke gomendioa.

**Atxikitze-tasak**, berriz, turistek helmugarekiko epe jakin batean duten leialtasuna neurtzen du. Hau da, zenbat turistak ziurtatzen duten hurrengo 12 hilabeteetan aisia-arrazoiengatik Euskadira itzultzeko prest daudela.

Batez beste, 50 eta 59 urte bitarteko turisten % 24k eta 59 urtetik gorako turisten % 15ek Euskadira itzultzeko asmoa dute.

### 3.2.- ¿Volverían a Euskadi?

#### Tasa de fidelización y de renovación

Se entiende por **tasa de fidelización** el porcentaje de turistas que repite su visita a Euskadi y por **tasa de renovación** el porcentaje de quienes acuden por primera vez. Es importante tener en cuenta ambas tasas a la hora de interpretar el comportamiento de las y los turistas, sobre todo en aspectos relacionados con las búsquedas de información, reservas, expectativas etc.

Entre las y los turistas sénior de entre 50 y 59 años, la tasa de fidelización (54%) es superior a la de las y los mayores de 59 años (45%).

El número de visitas previas a Euskadi, realizado entre las y los turistas que lo han visitado anteriormente, asciende a casi 9 en el caso de las y los turistas de entre 50 y 59 años y supera las 10 entre quienes tienen más de 59 años.

#### Tasa de recomendación e intención de volver a Euskadi

La **tasa de recomendación** mide el grado en que las y los turistas que visitan Euskadi por motivos de ocio pueden convertirse en promotores del destino.

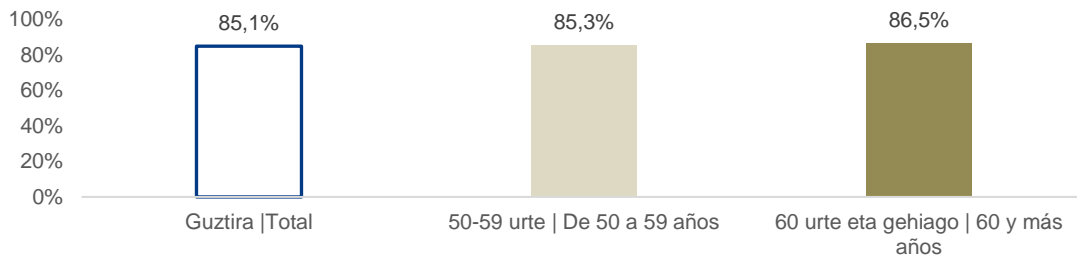
Prácticamente la totalidad de las y los turistas sénior recomendaría Euskadi a personas cercanas y, de ellos, entre el 85% y el 87% lo haría con total seguridad.

La **tasa de retención** mide la fidelidad de las y los turistas con el destino en un plazo concreto. Es decir, cuantos turistas afirman con seguridad que estarían dispuestos a volver a Euskadi en los próximos 12 meses por motivos de ocio.

Por término medio, el 24% de las y los turistas de entre 50 y 59 años tienen intención de volver y esta cifra desciende hasta el 15% en el caso de las y los turistas mayores de 59 años.

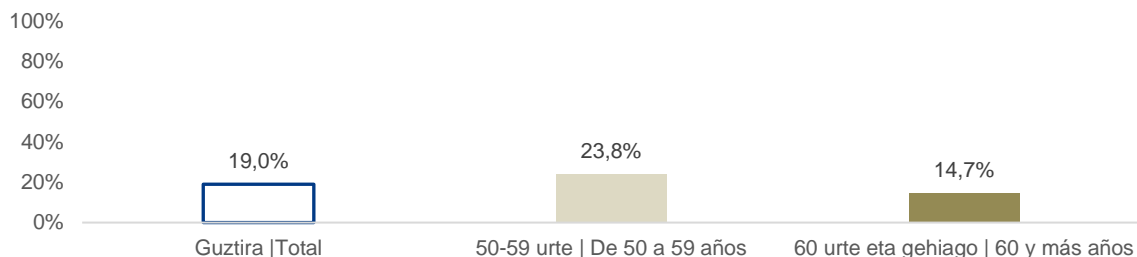
**36S grafikoa. Gomendio-tasa, senide eta lagunei inolako zalantzarik gabe Euskadira etortzea gomendatuko lieketen turista seniorren ehunekoa (2019)**

Gráfico 36S. Tasa de recomendación, porcentaje de turistas sénior que con seguridad recomendarán Euskadi a familiares y amistades, 2019



**37S grafikoa. Atxikitze-tasa, datozen 12 hilabeteetan Euskadira aisialdian itzultzeko asmoa dutela dioten turista seniorren ehunekoa (2019)**

Gráfico 37S. Tasa de retención, porcentaje de turistas sénior que afirman con seguridad que tienen intención de volver a Euskadi en los próximos 12 meses en plan de ocio, 2019



### 3.3.- Zein helmuga dira lehiakideak?

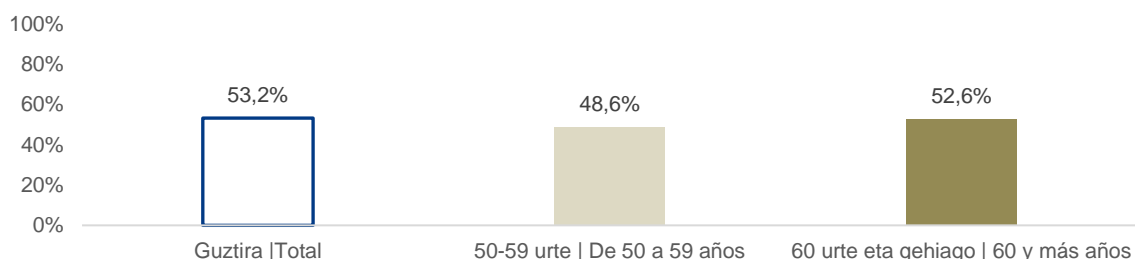
59 urtetik gorako turisten % 53k beste helmuga batzuetara jotzeko joera du, Euskadin ez badute ostaturik aurkitzen. 50 eta 59 urte bitarteko turisten kasuan, txikiagoa da kopurua: % 49k du halako joera.

### 3.3.- ¿Cuáles son los destinos competencia?

Las y los turistas mayores de 59 años son quienes muestran más tendencia a desplazarse a otros destinos en el caso de no haber encontrado plaza de alojamiento en Euskadi (53%). El turismo sénior de entre 50 y 59 años ofrece un peso relativo algo más bajo (49%).

**38S grafikoa. Euskadin ostaturik aurkitu ezean helmuga aldatuko luketen turista seniorren ehunekoa (2019)**

Gráfico 38S. Porcentaje de turistas sénior que cambiaría de destino, por ausencia de plazas en establecimientos de Euskadi, 2019



Ondorengo taulan lehiakide diren helmugak azaltzen dira. Garrantzitsuenak nabarmendu dira, Euskadira etortzen diren turista seniorren adinaren arabera. Edonola ere, Kantabria da ordezeko helmuga nagusia turista-mota horrentzat.

La siguiente tabla se muestran los destinos competencia, resaltando los más relevantes, en función de la edad de las y los turistas sénior en Euskadi. En cualquier caso, Cantabria destaca también como el destino alternativo principal de esta tipología de turistas.

13S taula. Ordezko helmuga nagusiak (2019). Oinarria: Euskadin ostaturik aurkitu ezean helmuga aldatuko luketen turista seniorrak

Tabla 13S. Principales destinos alternativos, 2019. Base: turistas sénior que cambiarían de destino por ausencia de plazas en Euskadi

Ordezko helmugak Destinos alternativos	Guztira   Total	Seniorra ez den turismoa   Turismo no sénior	50-59 urte   De 50 a 59 años	60 urte eta gehiago   60 y más años
<b>Kantabria</b>   Cantabria	<b>17,7</b>	19,3	21,4	12,9
<b>Katalunia</b>   Cataluña	<b>9,1</b>	8,0	9,4	11,1
<b>Asturiasko Printzerria</b>   Principado de Asturias	<b>8,8</b>	10,5	8,7	5,8
<b>Frantzia</b>   Francia	<b>8,6</b>	8,8	9,0	8,2
<b>Galizia</b>   Galicia	<b>7,6</b>	5,8	8,2	10,5
<b>Madrilgo Erkidegoa</b>   C. Madrid	<b>6,5</b>	6,2	7,2	6,7
<b>Nafarroako Foru Erkidegoa</b>   C.F. Navarra	<b>4,5</b>	4,7	4,4	4,3
<b>Errioxa</b>   La Rioja	<b>4,0</b>	3,5	6,3	3,8
<b>Andaluzia</b>   Andalucía	<b>2,9</b>	2,8	3,2	3,0
<b>Iparraldea. Kantauriko kostaldea. Euskadiko inguruak</b>   Norte. Costa cantábrica. Alrededores Euskadi	<b>2,7</b>	3,1	3,2	1,7
<b>Gaztela eta Leon</b>   Castilla y León	<b>2,3</b>	2,1	3,3	2,1
<b>Italia</b>	<b>2,2</b>	1,8	0,5	3,7
<b>Valentziako Erkidegoa</b>   C. Valenciana	<b>1,9</b>	2,6	1,9	0,6
<b>Portugal</b>	<b>1,6</b>	1,2	1,2	2,5
<b>Aragoi</b>   Aragón	<b>1,0</b>	1,0	1,2	1,0

## 4.- EGITEN DUTEN GASTUA

### 4.1.- Gastu osoa eta eragin ekonomikoa

Eragin ekonomikoa —hau da, turistek beren bizilekuan eta Euskadin egiten duten bidaia-gastua orotara— **281 milioi** eurokoa da 50 eta 59 urte bitarteko turisten artean, eta **607 milioi** eurokoa, 60 urteko edo gehiagoko turisten kasuan.

50 eta 59 urte bitarteko turista bakoitzak eguneko 176 € gastatzen du batez beste bidaian. Datu hori berdintsua da 59 urtetik gorako turisten kasuan: 177 €.

14S taula. Gastu osoa, pertsonako gastua, eta pertsonako eta eguneko gastua (2019)

Tabla 14S. Gasto total, gasto por persona y gasto por persona y día, 2019

	Guztizko gastua   Gasto total	Guztizko gastua pertsonako   Gasto total por persona	Guztizko gastua pertsonako/eguneko   Gasto total por persona y día
	Miloi €   Mill. €	Bataz besteko €   € de media*	Bataz besteko €   € de media*
<b>Guztira   Total</b>	<b>1.580</b>	<b>512</b>	<b>165</b>
Seniorra ez den turismoa   Turismo no sénior	692	426	156
50-59 urte   De 50 a 59 años	281	529	176
60 urte eta gehiago   60 y más años	607	653	177

Hiru partida nagusi hartu dira kontuan kontsumo-kontzeptuetan egindako gastuaren proportzioa zehazteko: ostatu- eta mantenu-gastua, garraio-gastua eta gainerako gastu-sailak. Turista seniorren kasuan, ez dago inolako ezaugarririk Euskadira etortzen diren turista guztiek egiten duten gastu orokorraren banaketatik bereizten dituenik.

## 4.- EL GASTO QUE REALIZAN

### 4.1.- Gasto total e impacto económico

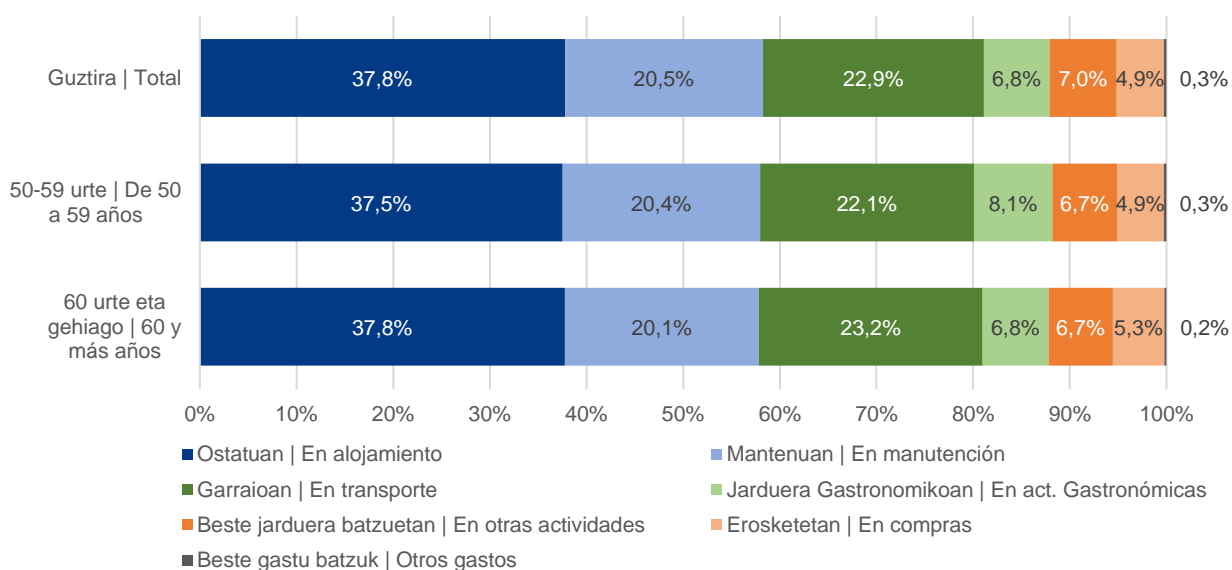
El impacto económico, entendiendo como tal el gasto total motivado por el viaje que realizan las y los turistas tanto en su lugar de residencia como en Euskadi, es de **281 millones** de euros para las y los turistas de entre 50 y 59 años; y de **607 millones** de euros para las personas de 60 o más años.

Cada turista de entre 50 y 59 años invierte en su viaje un gasto medio por jornada de estancia de 176€. Dato prácticamente idéntico que el que resulta entre las y los turistas más mayores (177€).

La proporción de gasto realizado entre los diferentes conceptos de consumo se distribuye en tres grandes partidas: el gasto en alojamiento y manutención, el gasto en transporte y el resto de las partidas de gasto. En el caso de las y los turistas sénior no existe ninguna impronta que los distinga de la distribución de gasto general realizada por el conjunto de turistas que visitan Euskadi.

39S grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko gastu-kontzeptuen banaketa (2019)

Gráfico 39S. Distribución de los conceptos de gasto, fuera del paquete turístico, 2019



## 4.2.- Euskadin egindako gastua

Aurreko atalean aztertutako bidaiari-gastu osoaren barruan sartzen dira turistek jatorrizko herrialdean bertan ordaintzen dituzten gastuak, garraioari, ostatuari eta jardueri dagozkienak. Beraz, litekeena da zenbateko batzuek datuen alderaketa distortsionatzea. Hala gertatzen da nazioarteko turisten kasuan, adibidez, Euskadira iristeko distantzia eta garraioan ordaindutako zenbatekoa direla eta. Azterketa errazte aldera, jarraian, **Euskadin ordaindutako** pertsonako gastuak zein pertsona eta eguneko gastuak hartuko dira kontuan.

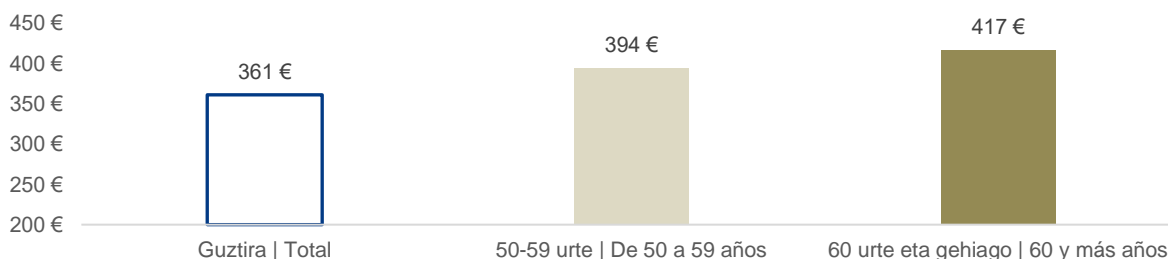
Turista seniorren artean, 59 urtetik gorakoek dute Euskadin ordaindutako gastu-aurrekonturik handiena: 417 €-koa. Kolektibo gazteagoak, berriz, gastu txikiagoa du: 394 €-koa. Dena den, egonaldiaren iraupenak eragina du pertsona bakoitzak Euskadin egindako gastu osoan, eta horrek aipatutako zifra baldintza dezake. Hortaz, Euskadiko pertsonako eta eguneko gastuak zenbateko zehatzagoak eskaintzen ditu: 136 € dira 50 eta 59 urte bitarteko turisten artean, eta 115 €, adin horretatik gorako turisten artean.

## 4.2.- Gasto realizado en Euskadi

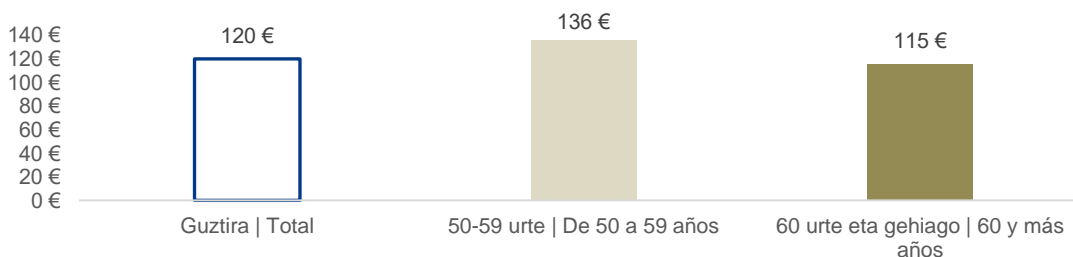
El gasto total del viaje analizado en el capítulo anterior incluye en muchos casos gastos de transporte, alojamiento y actividades abonadas en el lugar de residencia de las y los turistas. Es posible, por tanto, que algunos importes puedan distorsionar la comparabilidad de los datos: como sucede en el caso de las y los turistas internacionales con la distancia recorrida hasta llegar a Euskadi y su relación con el importe abonado por el transporte. Para facilitar este análisis, a continuación, se van a considerar los gastos por persona y los gastos por persona y día, **abonados en Euskadi**.

Entre las y los turistas sénior, el mayor presupuesto de gasto por persona abonado en Euskadi lo asumen quienes tienen más de 59 años (417€). El colectivo más joven declara una inversión algo menor (394€). No obstante, estas cifras no están exentas de la distancia que puede provocar la influencia de la duración de la estancia en el gasto total por persona realizado en Euskadi. El análisis del gasto por persona y día en Euskadi atempera esta circunstancia y ofrece unas cuantías más próximas: 136€ para quienes tienen entre 50 y 59 años, y 115€ para quienes superan esa edad.

40S grafikoa. Euskadin ordaindutako batez besteko gastua pertsonako (2019)  
 Gráfico 40S. Gasto medio por persona abonado en Euskadi, 2019



41S grafikoa. Euskadin ordaindutako batez besteko gastua pertsonako eta eguneko (2019)  
 Gráfico 41S. Gasto medio por persona y día abonado en Euskadi, 2019



## Zer jarduera-tipologiatan inbertitzen duten aurrekontuaren zati bat

Turistek ostatu hartzen duten helmugan egiten dituzten jarduerekin eta erosketekin lotutako gastuei erreparatuta, turismoak Euskadin dituen portaera-profil batzuk zehaztu daitezke.

## Tipología de actividades en las que invierten parte de su presupuesto

Los patrones de gasto, en relación con las actividades y compras llevadas a cabo en el destino donde se alojan, son capaces de identificar diferentes perfiles de comportamiento del turismo en Euskadi.



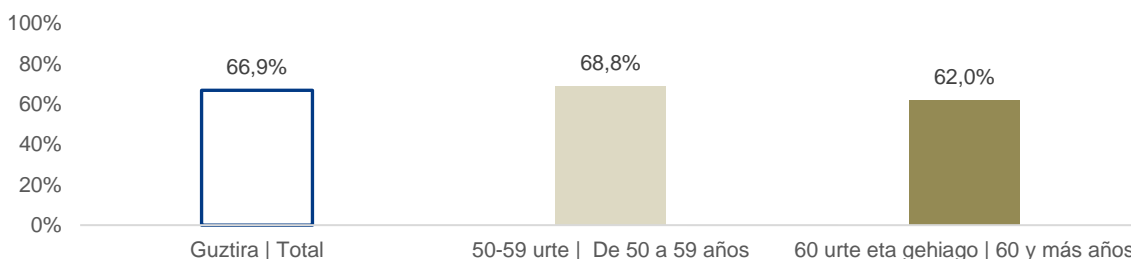
Hala, 50 eta 59 urte bitarteko turista seniorren % 69k eta 59 urtetik gorakoek % 62k gastua egiten dute pakete turistikotik kanpoko jardueretan, paketerik kontratatu badute. Gastuak egiten dituzten turista seniorren artean, 50 eta 59 urte bitartekoek batez beste 104 € gastatzen dute, eta 59 urtetik gorakoek, berriz, 111 €. Bi kasuetan, Euskadiko aisialdiko turista orokorren batezbestekoa (92 €) baino handiagoa da gastuaren zenbatekoa.

Turista seniorrek jardueretan egiten dituzten gastuen kontzeptu ohikoek ez dira aldatzen adinaren arabera: gastronomiarekin lotutako jarduerak, bisita kulturalak eta jolas-jarduerak.

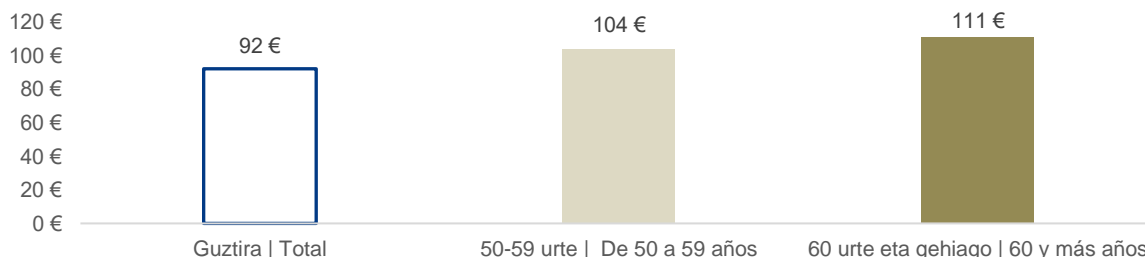
La mayor proporción de turistas sénior que realizan gastos en actividades, fuera del paquete turístico si lo tuvieran contratado, se da entre las y los turistas de 50 a 59 años (69%); y en menor medida entre las y los mayores de 59 años (62%). El importe medio del gasto, entre quienes lo realizan, fluctúa entre los 104€ de los primeros y los 111€ de los segundos. En ambos casos con cantidades superiores a la media general de las y los turistas de ocio en Euskadi (92€).

Los conceptos de gasto más frecuentes realizados en actividades no varían en función de la edad: las y los turistas que realizan gasto lo hacen en actividades gastronómicas en visitas culturales y en actividades de diversión.

42S grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko jardueretan gastatzen duten turista seniorren kopurua (2019)  
 Gráfico 42S. Porcentaje de turistas sénior que realizan gastos en actividades, fuera del paquete turístico, 2019



43S grafikoa. Pakete turistikotik kanpoko jardueretan egindako gastuaren batez besteko zenbatekoa pertsonako (2019).  
 Oinarria: Euskadin egon diren bitartean jarduerak egin dituzten turista seniorrak  
 Gráfico 43S. Importe medio del gasto por persona en actividades, fuera del paquete turístico, 2019. Base: turistas sénior que han realizado actividades durante su estancia en Euskadi



Erosketen aldetik, antzeko portaera dute turista seniorrek eta aisialdiko turistek orokorrean.

La penetración de las compras es muy similar entre las y los turistas sénior y la detectada entre las y los turistas de ocio en general.

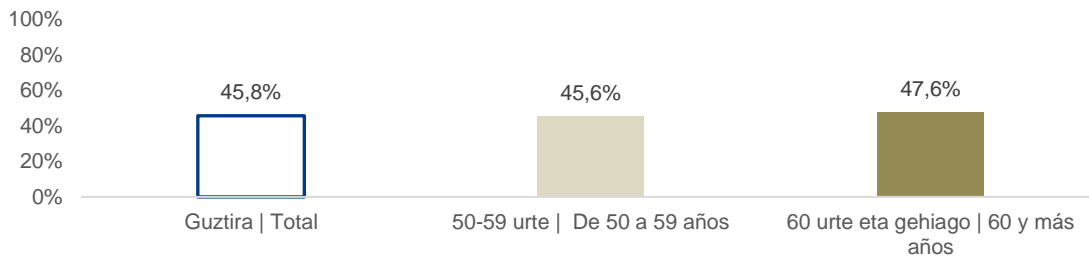
Erosten dutenen artean, pertsonako batez besteko gastuaren zenbatekoa 51 € (50 eta 59 urte bitarteko turisten artean) eta 57 € (59 urtetik gorako turisten artean) bitartekoa da.

El importe medio de gasto por persona en compras, entre quienes las realizan, oscila entre los 51€ de las y los turistas de 50 a 59 años y los 57€ de las y los mayores de 59.

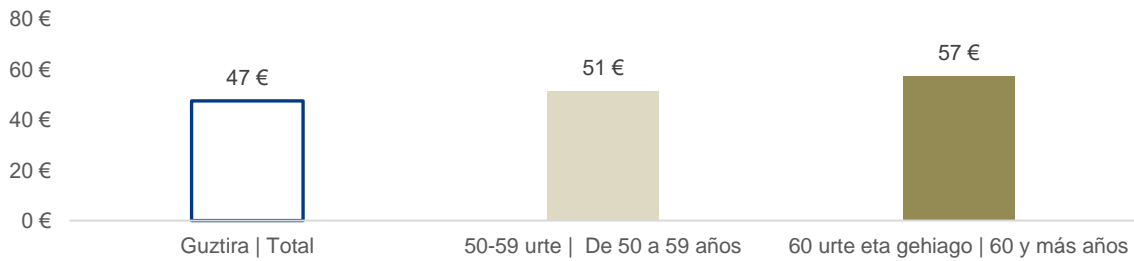
Honako hauek dira edozein adinetako turista seniorrek erosten dituzten produktu-mota nagusiak: ehun-gaiak, oinetako eta/edo osagarriak, oroigarriak eta produktu gastronomikoak.

Las tres principales categorías de productos que definen las compras de las y los turistas sénior, independientemente de su edad son: textiles, calzados y/o complementos, souvenirs y productos gastronómicos.

**44S grafikoa. Erosketetan gastatzen duten turista seniorren ehunekoa (2019)**  
Gráfico 44S. Porcentaje de turistas sénior que realizan gastos en compras, 2019



**45S grafikoa. Erosketetan egindako batez besteko gastuaren zenbatekoa pertsonako (2019). Oinarria: Euskadin egon diren bitartean erosketak egin dituzten turista seniorrak**  
Gráfico 45S. Importe medio del gasto por persona en compras, 2019. Base: turistas sénior que han realizado compras durante su estancia en Euskadi



## FITXA TEKNIKOA

**Ikerketa proiektua** osatzen duten aldi bereko hiru eragiketetarako fitxa tekniko bateratua aurkeztuko dugu, eta atal bakoitzean bereizi horietako bakoitzaren ezaugarriak. Hona txosten honetako datuak eragin dituzten lanak:

- Turisten unibertsoa berriz zenbatestea (kopurua)
- Aisialdiari buruzko inkesta
- Gastuari buruzko inkesta

### Unibertsoa

Turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko erreferentzia-esparrua hauexek osatzen dute: edozein arrazoi dela eta, Euskadiko ostatu turistiko arautuetan (hoteletan, nekazaritza-etxeetan, landetxeetan, apartamentu turistikoetan eta kanpinetan) gaua ematen duten turista guztiek, Euskadikoak izan ala ez.

Aisialdiari buruzko nahiz gastuari buruzko inkestetan, Euskadira **aisialdian etorri** eta Euskadiko turismo-ostatu arautuetan (edozein kategoriatako hoteletan, nekazaritza-etxe edo landetxeetan, apartamentu turistikoetan eta kanpinetan) gaua ematen duten turista guztiek, berdin Euskadikoak izan nahiz kanpokoak izan, osatzen dute esparru-unibertsoa.

### Laginaren diseinua

Unibertsoa egituratzen duten funtsezko hiru ardatz-aldagaian agertzen dira hiru eragiketen adierazgarritasunaren irizpideak.

#### Denbora-ardatza:

- Uda
- Aste Santua
- Gabonak
- Urtearen gainerako sasoiak

#### Helmuga-ardatza:

- Gasteiz
- Bilbo
- Donostia
- Euskadiko Kostaldea
- Arabako Errioxa
- Euskadiko Barnealdea

#### Establezimendu-mota:

- 3 izarreko edo gehiagoko hotelak hiriburuetan
- 2 izarreko edo gutxiagoko hotelak hiriburuetan
- Hiriburuetatik kanpoko hotelak
- Landa-ostatuak
- Apartamentu turistikoak
- Kanpinak

Hiru eragiketetako bakoitzerako lagin geruzatuak egin dira; hala, ardatz-aldagaiei lotutako geruzaketa anzikoitzak eta konplexuak definitzen ditu. Geruzatze horren salbuespen bakarra turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko lagin-diseinuan egin da; izan ere, ez dira kanpinak aztertu, bertan ostatu hartzen duten turisten bidaiaren arrazoi nagusia beti aisia izaten dela jota. Hiru laginak era ez-proporzionalean banatu dira, ordezkaturatuta egon beharreko geruza bakar bat ere ez dadin lagin nahikorik gabe gelditu.

## FICHA TÉCNICA

Se presenta una ficha técnica conjunta para las tres operaciones simultáneas que constituyen el **proyecto de investigación**, diferenciando en cada apartado las características propias de cada una de ellas. Las operaciones cuyos datos se han presentado a lo largo de este informe son:

- Reestimación del universo de turistas (aforo)
- Encuesta de ocio
- Encuesta de gasto

### Universo

El marco de referencia para la reestimación del universo de turistas (aforo) está constituido por el conjunto de turistas, residentes o no en Euskadi, que viajen por cualquier motivo y que pernocten en establecimientos turísticos reglados de Euskadi: hoteles, agroturismos o casas rurales, apartamentos turísticos y campings.

Tanto para la encuesta de ocio como para la de gasto, el universo marco es el conjunto de turistas residentes o no en Euskadi, **que viajen por motivos de ocio** y que pernocten en establecimientos turísticos reglados de Euskadi: hoteles, (en sus diferentes categorías), agroturismos o casas rurales, apartamentos turísticos y campings.

### Diseño muestral

Los criterios de representatividad de las tres operaciones están formulados por tres variables-eje fundamentales que estructuran el universo:

#### Eje temporal:

- Verano
- Semana Santa
- Navidad
- Resto del año

#### Eje destino:

- Vitoria-Gasteiz
- Bilbao
- Donostia/San Sebastián
- Costa Vasca
- Rioja Alavesa
- Interior

#### Eje tipo de establecimiento:

- Hoteles de 3 o más estrellas en capitales
- Hoteles de 2 o menos estrellas en capitales
- Hoteles fuera de las capitales
- Alojamientos rurales
- Apartamentos turísticos
- Camping

El diseño muestral para cada una de las tres operaciones se ha realizado de forma estratificada definiéndose por el cruce múltiple y complejo de los distintos estratos relacionados con las variables-eje. La única excepción a esta estratificación se da en el diseño muestral para la reestimación del universo de turistas (aforo), donde no se han investigado los campings al considerar que el motivo principal del viaje de las y los turistas que se alojan en este tipo de establecimientos es el ocio. La distribución de las tres muestras se ha realizado de forma no proporcional de modo que ningún estrato que debe estar representado quede sin muestra suficiente.

- Erreferentzia puntua: hiru lanak aldi berean egin ziren, 2019an zehar.
- Hautatzeko metodoa: lagin bakoitzeko geruza bakoitzeko establezimenduak ausazko zozketa bidez hautatu dira, eta inkesta egiteko baimena eskatu. Establezimendu bakoitzean, ausaz hautatu dira galdeketa egiteko informatzaileak, bertan ostatu hartu duten turisten artean.
- Azken lagin-hautaketa egiteko puntuak: laginak hartzeko 180 gune ezarri ziren hiru eragiketatarako, hoteletan, landa-ostatuetan, apartamentu turistikoetan eta kanpinetan.

## Galde-sorta

Hiru galde-sorta bereizi erabili dira informazioa biltzeko:

**Galde-sorta** berezi bat erabili da **aisiako unibertsoa (kopurua)** berriz zenbatesteko. Haren bidez honako informazio hau jaso nahi zen soil-soilik:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Informazio soziodemografikoa

**Aisialdiari** buruzko berriazko **galde-sorta**, honako informazio-alor hauetan egituratua, Euskadi bisitatzen duten turistek bidaiaren fase bakoitzean duten portaera aztertzeko:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Motibazioaren dimentsioaren azterketa
- ✓ Konpetentzia
- ✓ Bidaia-aurrekoa
  - Aurreko informazioa
  - Erreserbak
- ✓ Bidaia
  - Ostatu-gauak
  - Egindako jarduerak
  - Ikusitako lekuak
- ✓ Bidaiatzeko era soziala
- ✓ Jatetxeak
- ✓ Helmugan jasotako informazio turistikoa
- ✓ Balorazioak
- ✓ Garraioak
- ✓ Informazio soziodemografikoa

**Gastuari** buruzko berriazko **galde-sorta**, turistek Euskadira egindako bidaiaren egindako gastuak honako atal hauen arabera egituratzeko:

- ✓ Bidaiaren arrazoia
- ✓ Garraioak
- ✓ Pakete turistikoaren gastua
- ✓ Pakete turistikotik kanpoko bidaia-gastuak
- ✓ Bidaiatzeko era soziala
- ✓ Informazio soziodemografikoa

- Punto de referencia: Las tres operaciones se llevaron a cabo de manera simultánea a lo largo del año 2019.
- Método de selección: Sorteo aleatorio de establecimientos dentro de cada estrato de cada una de las muestras y solicitud de permisos de encuesta. Dentro del establecimiento, selección aleatoria, entre las y los turistas que se alojan, de las personas informantes de la encuesta.
- Puntos de muestreo finales: Se establecieron 180 puntos de muestreo diferentes para las tres operaciones entre hoteles, alojamientos rurales, apartamentos turísticos y camping.

## Cuestionario

La recogida de información se ha realizado a través de tres cuestionarios diferenciados:

Un **cuestionario** específico para la **reestimación del universo de ocio (aforo)** cuya función era recoger exclusivamente la siguiente información:

- ✓ Motivo del viaje
- ✓ Información sociodemográfica

Un **cuestionario** específico para la **encuesta de ocio** estructurado en las siguientes áreas de información, que analizan el comportamiento de las y los turistas que visitan Euskadi, en las diferentes fases del viaje:

- ✓ Motivo del viaje.
- ✓ Análisis de la dimensión motivacional
- ✓ Competencia
- ✓ Pre-viaje
  - Información previa
  - Reservas
- ✓ Viaje
  - Pernoctaciones
  - Actividades realizadas
  - Lugares visitados
- ✓ Forma social de viajar
- ✓ Restauración
- ✓ Información turística en destino
- ✓ Valoraciones
- ✓ Medios de Transporte.
- ✓ Información sociodemográfica.

Otro **cuestionario** específico de **gasto** que, como su propio nombre indica, cumple el objetivo de estructurar los gastos efectuados por las y los turistas en su viaje a Euskadi en función de los siguientes apartados:

- ✓ Motivo del viaje
- ✓ Medios de transporte
- ✓ Gasto por paquete turístico
- ✓ Gastos del viaje fuera del paquete turístico
- ✓ Forma social de viajar
- ✓ Información sociodemográfica.

### Elkarrizketaren teknika

Hiru lanak egiteko, elkarrizketa pertsonalak egin dira tabletan laguntzarekin. Izan ere, gailuei esker, landan bildutako informazioa grabatu, linean balioztatu, erregistratu eta telematika bidez bidali ahal izan da.

### Inferentzia-metodoa

- Erreferentzia-esparrua  
Dokumentuaren hasierako ataletan adierazi den bezala, **aisia-turismorako erreferentzia-esparrua 3.085.463 turistatan** ezarrita geratu da. Honako hau da banaketa ostatu-motari erreparatuta:
  - ✓ **2.590.727 aisia-turistak** eman dute gaua hotel-establezimenduetan.
  - ✓ **150.142 aisia-turistak** eman dute gaua nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan.
  - ✓ **267.617 aisia-turistak** eman dute gaua kanpinetan.
  - ✓ **76.977 aisia-turistak** eman dute gaua apartamentu turistikoetan.
- Laginaren tamaina  
**4.546** erantzun baliagarri lortu dira **gastuari buruzko inkestan**, eta **4.421** erantzun **aisialdiari buruzko inkestan**. Turisten unibertsoa (kopurua) berriz zenbatesteko, **9.933 inkesta egin ziren**.
- Laginaren errorea  
Ondoren, laginaren errore teorikoen zenbatespena eskainiko dugu, % 95,5eko konfiantza-mailarekin (hori horrela izateko aukera) eta kasurik kontrakoena % 50era eramaten duen ezaugarri dikotomikoetarako. Dena dela, datu horien erlatibotasuna ere aintzat hartu behar da, edozein aldagaitarako baliagarriak ez direnean.

### Técnica de entrevista

Para las tres operaciones se realizaron **entrevistas personales** asistidas con tabletas que permiten la grabación, validación en línea, registro y envío telemático de la información recogida en campo.

### Método de inferencia

- Marco de referencia  
Según se exponía en los capítulos iniciales del documento, el **marco de referencia para el turismo de ocio** queda establecido en **3.085.463 turistas**. Su distribución atendiendo al tipo de alojamiento es:
  - ✓ **2.590.727 turistas de ocio** que pernoctan en establecimientos hoteleros.
  - ✓ **150.142 turistas de ocio** que pernoctan en agroturismos o casas rurales.
  - ✓ **267.617 turistas de ocio** que pernoctan en camping.
  - ✓ **76.977 turistas de ocio** que pernoctan en apartamentos turísticos.
- Tamaño muestral  
Se han conseguido **4.546** respuestas válidas en la **Encuesta de gasto** y **4.421** respuestas al cuestionario de la **Encuesta de ocio**. Para la reestimación del universo de turistas (aforo) se realizaron un total de **9.933 aforos**.
- Error muestral  
Se ofrece a continuación una estimación de los errores teóricos muestrales calculados, con un nivel de confianza del 95,5% (probabilidad de que ello sea así) y para características dicotómicas que se distribuyen al caso más desfavorable del 50%. No obstante, hay que tener presente la relatividad de estos en cuanto no son válidos para cualquier variable.

		GASTUARI buruzko galde- sortan lortutako erantzunak Encuestas obtenidas en la Encuesta de GASTO	Laginaren errorea Error muestral	AISIALDIARI buruzko galde- sortan lortutako erantzunak Encuestas obtenidas en la Encuesta de OCIO	Laginaren errorea Error muestral	Turisten unibertsoa berriz zenbatesteko eskuratu diren kopuruak Aforos obtenidos para la reestimación del universo de turistas	Laginaren errorea Error muestral
<b>GUZTIRA TOTAL</b>		<b>4.546</b>	<b>±1,5%</b>	<b>4.421</b>	<b>±1,5%</b>	<b>9.933</b>	<b>±1,0%</b>
<b>HELMUGA TURISTIKOA DESTINO TURÍSTICO</b>	Vitoria-Gasteiz	468	±4,6%	430	±4,8%	1.958	±2,3%
	Bilbo   Bilbao	839	±3,5%	806	±3,5%	1.818	±2,3%
	Donostia   San Sebastián	627	±4,0%	568	±4,2%	1.914	±2,3%
	Euskadiko Kostaldea   Costa Vasca	1.286	±2,8%	1.257	±2,8%	1.610	±2,5%
	Euskadiko barnealdea   Interior	782	±3,6%	842	±3,4%	1.738	±2,4%
	Arabako Errioxa   Rioja Alavesa	544	±4,3%	518	±4,4%	895	±3,3%
<b>URTEKO SASOIA TEMPORADA</b>	Aste Santua Semana Santa	297	±5,8%	336	±5,5%	443	±4,8%
	Uda Verano	2.261	±2,1%	2.201	±2,1%	3.32	±1,7%
	Gabonak Navidad	445	±4,7%	397	±5,0%	1.467	±2,6%
	Urtearen gainerako sasoiak   Resto del año	1.543	±2,5%	1.487	±2,6%	4.702	±1,5%
<b>ESTABLE-ZIMENDU- MOTA TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	Hotelak   Hoteles	3.069	±1,8%	2.931	±1,8%	9.029	±1,1%
	Landa-ostatuak   Alojamientos rurales	429	±4,8%	460	±4,7%	446	±4,7%
	Kanpinak   Camping	582	±4,1%	597	±4,1%		
	Apartamentu turistikoak   Apartamentos turísticos	466	±4,6%	433	±4,8%	446	±4,7%

- **Haztatzailea kalkulatzea**  
EUSTATen eta INEn eskura dagoen informazioa, **turisten unibertsoa (kopurua)** berriz **zenbatesteko** galde-sortetatik ateratako informazioa eta laginetako informazioan eskura daudenen pareko geruzapen-aldagaiak (desagregazio-maila ezberdina erabiliz iturriaren arabera) oinarri hartuta, **kalibratze-metodoa** erabili eta koefiziente haztatzailea zehaztu da, laginetako datuak aisialdiko turisten helburuko erreferentzia-esparrura eramateko.

Ondoriozta daiteke **aisialdian etorritako 3.085.462 turistak osatzen dutela aisialdiari nahiz gastuari buruzko inkesten datuak ondorioztatzeko erreferentzia-esparrua**<sup>7</sup>. Honela banatzen dira establezimendu-motaren arabera:

- ✓ **Hotel-establezimenduetan** ostatu hartzen duten pertsonak: **2.590.727 aisia-turista**.

- **Cálculo del elevador**

Con la información disponible de EUSTAT e INE, la información obtenida de los cuestionarios destinados a la **reestimación del universo de turistas (aforo)** y la utilización de variables de estratificación - a diferentes niveles de desagregación según la fuente - análogas a las disponibles en la información muestral, se ha aplicado un **método de calibración** para construir el elevador que ha permitido inferir los datos muestrales al marco referencial objetivo de las y los turistas de ocio.

Se puede concluir que el marco de referencia del proyecto de investigación al que se **elevan los datos, tanto de la encuesta de ocio como de la encuesta de gasto**, queda establecido por **3.085.462 turistas de ocio**<sup>8</sup>, según la siguiente distribución por tipo de establecimiento:

- ✓ Personas que pernoctan en **establecimientos hoteleros: 2.590.727 turistas de ocio**.

<sup>7</sup> Aisia-turista izena erabili arren, multzo horretan sartzen dira arrazoi erlijiosoengatik, borondatezko osasun-tratamenduetara, familiakoak edo lagunak bisitatzerara edo erosketak egitera etorritakoak ere.

<sup>8</sup> Aunque se denominan turistas de ocio, se incluyen también a quienes visitan Euskadi por motivos religiosos o por tratamientos voluntarios de salud, visitas a familia o amigos y compras.

- ✓ Nekazaritza-etxeetan edo landetxeetan ostatu hartzen duten pertsonak: **150.142 aisia-turista.**
  - ✓ Kanpinetan ostatu hartzen duten pertsonak: **267.617 aisia-turista.**
  - ✓ Apartamentu turistikoetan ostatu hartzen duten pertsonak: **76.977 aisia-turista.**
- ✓ Personas que pernoctan en agroturismos o casas rurales: **150.142 turistas de ocio.**
  - ✓ Personas que pernoctan en camping: **267.617 turistas de ocio.**
  - ✓ Personas que pernoctan en apartamentos turísticos: **76.977 turistas de ocio.**

<b>AISIA-JARDUEREN KATEGORIAK</b> <b>CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO</b>	<b>Jarduerak</b> <b>Actividades</b>
<b>Kostaldeko turismoa</b> Turismo costero	Kostaldeko zonaldeak eta udalerrriak bisitatzea Visitar zonas y municipios de la costa
<b>Naturan atsedena hartzeko jarduerak</b> Actividades de descanso en la naturaleza	Bizitza lasaia landa-herrietan: ibilaldiak inguruan Vida tranquila en localidades rurales: paseos por el entorno
<b>Turismo kulturala</b> Turismo cultural	<b>Museoak, erakusketak, galeriak... bisitatzea</b> Visitar museos, exposiciones, galerías <b>Monumentuak edo ondarea bisitatzea</b> Visitar monumentos o patrimonio <b>Kultura eta tradizioak ezagutzea</b> Conocer la cultura y tradiciones <b>Erlijio-intereseko edo erromes-helburuko lekuak</b> Lugares de interés religioso o peregrinación
<b>Turismo aktiboa</b> Turismo activo	<b>Parke naturaletarako bisita</b> Visita a parques naturales <b>Mendi-ibilbideak, zikloturismoa, BTT, ornitologia</b> Senderismo, cicloturismo, BTT, ornitología <b>Surfa</b> Surf <b>Beste ur-kirol batzuk: bela, urpekaritza, kanoa...</b> Otros deportes acuáticos: vela, submarinismo, piragüismo <b>Arriskuko kirolak: parapentea, eskalada, espeleologia</b> Deportes de riesgo: parapente, escalada, espeleología <b>Lehiako kirolak: krosa, maratoia, txirindularitza, futbola</b> Deportes de competición: Cros, maratón, ciclismo, fútbol <b>Ehiza eta arrantza</b> Caza y pesca <b>Golfa</b> Golf <b>Beste kirol-jarduera batzuk</b> Otras actividades deportivas
<b>Hiriko turismoa</b> Turismo en la ciudad	<b>Turismoa ezagutzea, kaleetan ibiltzea</b> Conocer la ciudad, pasear por sus calles
<b>Ibilbide turistikoak</b> Rutas turísticas	<b>Euskadi ezagutzea, udalerrriak ikustea</b> Conocer Euskadi, visitando varias localidades
<b>Ikuskizunak</b> Espectáculos	<b>Kontzertuak, zinema-jaialdiak, jazza, kirol-ikuskizunak</b> Conciertos, festivales de cine, jazz, espectáculos deportivos
<b>Jaiari lotutako jarduerak</b> Actividades lúdico festivas	<b>Herrietako jaiak: Aste Nagusia, Donostiako Danborrada, etab.</b> Fiestas populares: Semana Grande, Tamborrada de Donostia, etc.
<b>Gastronomiari lotutako jarduerak</b> Actividades relacionadas con la gastronomía	<b>Upategietara eta sagardotegietara joatea</b> Visita a bodegas y sidrerías <b>Jatetxe on batean jatea</b> Comer en un buen restaurante <b>Pintxotan ibiltzea (eguneko oturuntzetako bat egin beharrean)</b> Ir de pintxos (en vez de una de las comidas del día) <b>Pintxotan ibiltzea (otorduetatik kanpo)</b> Ir de pintxos (fuera de las comidas) <b>Gastronomia-produktu tipikoak erostea</b> Compra de productos gastronómicos típicos <b>Gastronomia-lantegiak</b> Talleres gastronómicos <b>Museo gastronomikoetarako bisita</b> Visita a museos gastronómicos
<b>Beste jarduera batzuk</b> Otras actividades	<b>Bainu-etxeak, talasoterapia, zaintza pertsonala, erosketak eta beste arrazoi batzuk</b> Balnearios, Talasoterapia, cuidado personal, compras y otros motivos



# **BASQUE TOUR**

*turismoaren euskal agentzia*  
*agencia vasca de turismo*