

3. TURISMOA NAZIOARTEKO EREMUAN: JOERAK ETA ERRONKA HANDIAK

3.1. IKUSPEGI OROKORRA

3.1.1. Munduko turismoaren dimentsioa eta bolumena

Turismoaren Munduko Erakundearen (TME) urteko txostenek («Tourism Highlights») «helmuga jakin batera iristen diren turistak» hartzen dituzte kontuan eta, txosten horietan argitaratutako datuen arabera, *laurogeita hamarrek hamarkadan* nazioarteko turismoak *hazkunde jarraitua eta etengabea* izan zuela egiazta daiteke. Tasek urteko batez besteko %4 gainditu zuten, eta hazkunde handiagoko aldiak ere izan ziren (1995., 1996. eta 2000. urteetan).

Aitzitik, *egungo hamarkadan* bilakaera *gorabeheratsua* izaten ari da, nazioarteko egoera korapilatsuen ondorioz. Adibidez, 2001. urtean atzerakada txiki bat izan zen, 2002an konpentsatu zena, helmuga ziren herrialde gehienak suspertu zirenean. Ondoren, 691 milioi turistara jaitsi zen 2003an (Irakeko gerraren, oïlaskoaren sukarrak eragindako beldurraren eta geldialdi ekonomikoaren ondorioz) eta suspertze handia gertatu zen 2004an (763 milioi turistara igo zen kopurua). Termino absolutuetan, nazioarteko turisten kopurua 73 milioitan gehitu zen 2004an. Kopuru hori nazioarteko turistei dagokienez munduko helmuga nagusia den Frantziaren tamainako helmuga berri baten parekoa izango litzateke.

Edonola ere, Irakeko gerrak, SRASak eta ahultasun ekonomikoak eraginda 2003an lortu ziren zifra urrien aurrean izandako erreakzio gisa ulertu behar da 2004ko hazkundea.

Nazioarteko turismoaren ondoriozko diru-sarrerek ere gora egin zuten 2004an, nazioarteko turista kopuruak baino erritmo txikixeagoan bada ere. Zifra absolutuetan, nazioarteko turismoaren ondoriozko munduko diru-sarrerek zifra historikoa lortu zuten 2004an (Estatu Batuetako 623.000 milioi dolar).

Bilakaera hori honako taula honetan islatuta dago:

**Nazioarteko turisten kopuruaren bilakaera (milioi pertsona)
(1990-2004)**

	Nazioarteko turisten kopurua (milioi pertsona)							Merkatu-kuota (%) 2004	Aldakuntza %	
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004		2003-2002	2004-2003
Mundu osoa	441	538	681	680	700	690	763	100	-1,5	10,3
Amerika (I eta H)	92,8	109,0	128,2	122,1	116,6	113,1	125,8	16,5	-3,0	11,2
Asia eta Pazifikoa	57,7	85,0	114,9	120,7	131,1	119,3	152,5	20,0	-9,0	27,9
EUROPA	264,8	309,3	384,1	383,8	394,0	396,6	416,4	54,5	0,6	5,0
Afrika	15,2	20,4	28,2	28,9	29,5	30,8	33,2	4,4	4,3	8,0
Ekialde Ertaina	10,0	14,3	25,2	25,0	29,2	30,0	35,4	4,6	2,9	18,0

Iturria: TME, Tourism Highlights 2005.

Datu horien arabera, *Europa da munduko turismoaren helmuga nagusia* (munduko helmugetara iritsi diren turista guztien %54,5).

Europako eremuan helmuga gogokoenak zein eta zer proportziotan diren aztertuta, egoera honako hau da:

Zenbatutako diru-sarreraren bilakaera, herrialde bakoitzeko nazioarteko turista kopuruaren arabera

	Nazioarteko turistaren kopurua (milioi pertsona)						Nazioarteko turismoak sortutako diru sarrerak (AEBetako milioi dolar)					
	2002	2003	2004	Kuota (%) 2004	Aldakuntza (%)		M\$ AEB 2002	M\$ AEB 2003	M\$ AEB 2004	Kuota (%) 2004	Aldakuntza (%)	
					2003- 2002	2004- 2003					2003- 2002	2004- 2003
Austria	18,611	19,078	19,373	4,7	2,5	1,5	11,237	13,954	15,351	4,7	24,2	10,0
Frantzia	77,012	75,048	75,121	18,0	-2,6	0,1	32,329	36,593	40,842	12,5	13,2	11,6
Alemania	17,969	18,392	20,137	4,8	2,4	9,5	19,158	23,106	27,657	8,5	20,1	19,7
Italia	39,799	39,604	37,071	8,9	0,5	6,4	26,915	31,245	35,656	10,9	17,1	14,1
Herbehereak	9,595	9,181	9,646	2,3	-4,3	5,1	7,706	9,160	10,260	3,1	18,9	12,0
Errusia	7,943	8,521	9,164	2,2	7,3	7,5	4,188	4,501	5,226	1,6	8,0	16,1
Espainia	51,748	51,830	53,599	12,9	-0,9	3,4	33,609	39,645	45,248	13,9	24,9	14,1
Erresuma Batua	24,180	24,715	27,755	6,7	2,2	12,3	17,591	22,656	27,299	8,4	11,2	20,5

Iturria: TME, Tourism Highlights 2005.

Bi mailen inguruko datuak ikusita, Europan dauden turismo-sistemen errendimenduari buruzko zenbait ondorio islatzen ditu TMEk:

- Turista kopuruari dagokionez, 10 turismo-helmuga nagusietan 363 milioiko zifra lortu zen, hau da, nazioarteko turistaren erdiak. Honako hauek dira, ordenan: Frantzia, Espainia, Estatu Batuak, txina, Italia, Erresuma Batua, Hong Kong, Mexiko, Alemania eta Austria.
- *Helmuga diren herrialdeen zerrenda egonkorra* da, oso aldaketa txikiak izan dira azken urteetan. *2004an*, Frantzia izan da berriz herrialde buru, 75,1 milioi turistarekin (munduko guztizkoaren %9,8). Ondoren, Espainia eta AEBak daude (53,6 milioi eta %7, eta 46,1 milioi eta %6,0, hurrenez hurren). Atzetik txina (%5,5) eta Italia (%4,9) ditugu eta, urrutiko samar, Erresuma Batua, Hong Kong, Mexiko, Alemania eta Austria (munduko guztizkoaren %3 baino gutxiago).
- Hala ere, herrialdeetan zenbatutako diru-sarrerak kontuan hartuta, zerrenda oso bestelakoa da: parametro horretan, mundu osoan Estatu Batuak daude buruan (guztizko diru-sarreraren %12), eta, atzetik, Espainia, Frantzia eta Italia daude (%7,3, %6,6 eta %5,7, hurrenez hurren). Herrialde «bisitarien» zerrendako gainerako herrialdeek ez dute %4,4ko ehuneko gaitzen. Honako hauek dira: Alemania, Erresuma Batua, txina, Estatu Batuak, Turkia, Austria eta Australia (azken hiruretan, ehunekoak %2,1etik %2,6ra bitarte dira).
- Bi zerrendak (hots, bisitarien eta diru-sarreraren bolumenak) konparatuz gero, Estatu Batuek mundu mailan duten nagusitasuna ondorioztatu daiteke (1.616 US\$ bisitari bakoitzeko). Turista kopuru handia duten gainerako herrialdeak, berriz, ez dira bisitari bakoitzeko 1.000 US\$-ra iristen. Europako herrialdeei dagokionez, errentagarritasun handiena lortu duena Alemania da (bisitari bakoitzeko 1.378 US\$), turista kopuru handiko herrialdea ez bada ere. Frantziaren kasua oso deigarria da, bisitari bakoitzeko 634 US\$-ra baino ez baita iristen.
- *Iturri beretan jasotako turistaren jatorrizko eskualdeari* dagokionez, Europa da garrantzitsua, eta alde handiarekin gainera, merkatu igorlearen guztizkoaren %56,5 biltzen baitu. Azpimarratzekoak dira, halaber, Alemania, Erresuma Batua eta Frantzia. Amerikak munduko merkatu igorlearen %16,7 biltzen du. Nolanahi ere, Estatu Batuetan Amerikako merkatuaren %50 baino gehiago biltzen da.

- Egindako eta aitortutako turismo-gastuari dagokionez, 2003an Alemaniak lehen postua kendu zien AEBei, eta zerrendako burua da, atzetik AEBak dituela. Erresuma Batua erdiko postu batean dago. Gastu txikiak biltzen dutenak, berriz, txina, Errusia, Kanada eta Herbehereak dira.
- Nazioarteko turismoak sortutako gastuaren ikuspuntutik puntakoak diren hiru herrialdeek (Alemaniak, AEBek eta Erresuma Batuak) buruan jarraitzen dutela egiazta daiteke. Dena dela, herrialde horien urtearteko hazkundea egoera ekonomikoak zein egoera politikoak baldintzatzen dute. Oso deigarriak dira Japonian izandako hazkundea eta hainbat herrialderen jarraitutasuna, hala nola Errusiarena (%10etik gorako urtearteko hazkundea duena).

Lehen herrialdeak, nazioarteko turismo-gastuari dagokionez

	Nazioarteko turismo-gastua (M\$ AEB)		Aldakuntza (%)		Kuota (%)	Biztauleria 2004	Per capita gastuak
	2003	2004	2003-2002	2004-2003	2004	(milioiak)	\$AEB
Mundua	524,0	623,0	0,2	12,7	100,0	6.373	98
Alemania	64,7	71,0	3,0	-0,2	11,4	82	861
Estatu Batuak	57,4	65,6	-2,2	14,3	10,5	293	224
Erresuma Batua	47,9	55,9	6,0	4,1	9,0	60	928
Japonia	28,8	38,1	0,5	23,5	6,1	127	299
Frantzia	23,4	28,6	0,6	11,1	4,6	60	474
Italia	20,6	20,5	2,4	-9,4	3,3	58	354
Herbehereak	14,6	16,5	-5,5	3,0	2,7	16	1.014
Kanada	13,4	16,0	2,6	10,8	2,6	33	493
Errusia	12,9	15,7	11,7	14,7	2,5	144	109
Txina	15,2	—	-1,4	—	—	1.299	12

Iturria: TME, Tourism Highlights 2005.

Horrela, beraz, bisitari kopuruaren hazkundea etengabea eta erregularra izan da, baina turismoak sortutako diru-sarreraren profila desberdina da. 1990-2000 aldian, mundu mailan 207 M€-tik 512 M€-ra bitarteko hazkundea izan zen. Hortaz, urteko batez besteko igoera %10 inguru izan zen. 2001ean, berriz, zifra 513 M€-tan geratu zen, eta 502 M€-ra jaitsi zen 2002an (%-2,1). 2003an eta 2004an, turismoak sortutako diru-sarrerek gora egin zuten berriz, eta 524 eta 623 M€-ra iritsi ziren, hurrenez hurren.

3.1.2. Munduko turismoaren eragin ekonomikoa

2001. urtean, nazioarteko turismoak eta nazioarteko bidaiak sortutako diru-sarrerak munduan ondasunen eta zerbitzuen esportazioek sortutako diru-sarreraren gutzitza %9 izan ziren, hau da, automobilgintza-sektorean esportazioek sortutako diru-sarrerak baino txikixeagoak (%-0,7). 2004an, nazioarteko turismoaren ondoriozko munduko diru-sarrerek zifra historikoa lortu zuten (Estatu Batuetako 623.000 milioi dolar).

Munduko herrialdeen %83 diru-sarreraren sorkuntzan garrantzitsuenak diren 5 kategorietako batean kokatuta dago.

Zifra horiek turismoa munduko produkzio-sektore nagusietako bat izatea justifikatzen dute.

Gainera, turismoak enplegua sortzen du zerbitzu eta sektore ekonomiko ugariaren bitartez. Horien artean, turismo-jarduerei lotuta daudenak (bidaia-agentziak, operadoreak, hotelak eta abar) zein jarduerak

horiei lotu gabekoak (garraio-zerbitzuak, kirol-gaiak, argazki-industria, artistak, orkestrak, portu-enpresak, merkataritza, tailer mekanikoak eta abar) daude. Kalkulatu denaren arabera, sektoreak 67,4 milioi enplegu zuzen sortzen ditu munduan, hau da, munduko enpleguen %2,6. Sektoreak sortutako zeharkako enpleguak gaineratuz gero, zifra hori 194,6 milioi enplegura iristen da, hau da, munduko enplegu guztien %7,6ra.

Jardueraren izaera nahasi hori eta *ad hoc kontabilizazio-sistema homogeneorik ez izatea* dela-eta, herrialde gehienek ez dute informazio zehatzik turistek jardueretan, enpresetan eta enpleguan duten azken eraginari buruz. Horren ondorioz, turismoaren benetako eragina kontabilizatzeko sistemak garatu nahi dituzte nazioarteko erakundeek (TME barne).

3.2. ESKARIAREN JOERAK

3.2.1. Mundu mailan

MTEren etorkizuneko hainbat azterlanetan, egungo egoera deskribatzeaz gain espero den bilakaera kalkulatzeko ahalegina egin da. Zailtasunak zailtasun, iragarpen errealistenen honako joera hauek aipatzen dituzte:

- *Epe laburrean, neurriko baikortasuneko* egoera espero du MTEak, eta 2004ko emaitzek berretsi egiten dute hori:
 - Dirudienez, aurreikusitako hazkunde-tasak lortu egin dira eta ildo berean jarrai dezakete.
 - Nolabaiteko hobekuntza espero da hazkunderan, baina *bilakaera ekonomikoaren arabera erabat*.
 - Etorkizunerako aukerak *bertako eta eskualde barruko turismorako eskualde arteko turismorako baino askoz hobeak dira*.
 - *Kostuaren inguruko kontzientziak eta gastu-euspenak* berdin jarraituko dute, epe ertainera bederen.
 - *Azken orduko erabakiek eta prezioen gaineko presioak* berdin jarraituko dute.
 - Turismoak bere errentagarritasuna hobetu dezake, luzaroan oraindik.

Dirudienez, duela gutxi gertatutako hondamen naturalek —hala nola Indiako Ozeanoko tsunamiak— ez dute eragin esanguratsurik izango munduko jarraibideetan.

Eurozonan, nolana ere, monetaren neurritz kanpoko balioztatzea eta beste eskualde eta eremu bartzuetako turismoa erakartzeko zailtasuna direla-eta, *Europaz kanpoko helmugetara jotzeko* arrisku handia dago.

- *Epe ertainera*, hazkundeak eutsi egingo diola, baina zenbait aldaketa gertatuko direla kalkulatu da. Turismoaren etorkizuneko bolumena baldintzatuko duten 10 joera ikusi dira:
 - Segurtasunaren eskaria igo egingo da.
 - *Bidaiariak* gero eta *helduagoak dira*, eta gero eta *esperientzia handiagoa dute*.
 - Biztanleria zahartzen ari da. Hori dela-eta, segmentu handienak *adin ertain/altukoak* izango dira (45-60 urte), egungo adin ertain/baxukoak (34-45 urte) ohiturekin eta «turismo-kulturarekin».
 - *Helmugen dibertsifikazio orokorrerako* eta berariazko turismo-sorta zabala eskaintzeko joera dago.
 - *Prezioen maila gora* egiten ari denez gero, *jasotako balioaren gaineko presioa* handiagoa izango da.
 - *Azpiegituren inguruko etorkizuneko aukerak errepikatu beharreko esperientziak balioestera bidertuko dira*.
 - *Eskaintzaren kalitateari lotutako inbertsioen etengabeko beharra* izango da.
 - *Turismo iraunkorraren garrantzia areagotu egingo da*.

- *Teknologia berriak erabiliko dira.*
- *Itunak eta lankidetzak estua sektore pribatuaren eta erakunde publikoen artean.*
- Epe luzeagora, aldaketa horien ondorioak erantsita 2020rako espero den turismoaren eta garapenaren ikuspegi bat osatu ahal izan da, 1995. urtea oinarritzat hartuta. Prospektiba horren emaitzak (MTE, Tourism 2020 vision) aurreko hamarkadakoaren antzeko hazkundea izango dela erakusten du: *urteko 4,1 inguru batez beste; turistak 969 milioi izango dira 2010ean, eta 1.448 milioi inguru 2020an.*

Hazkundea desberdina izango da eskualdeen arabera; hazkundea herrialde garatuenetan helmuga exotikoetan baino txikiagoa izango dela pentsa daiteke. *Europa helmugak %3ko hazkundea izan dezake, baina Asiako Ekialdean hazkundea bikoitza izango da. Hortaz, %60tik %40ra jaitsiko da Europak munduko merkatu hartzailean duen kuota.*

Nazioarteko turismoaren etorkizunerako aukerak, helmuga diren herrialdeen arabera eta milioitan

Eskualdeak	Oinarrizko urtea	Aurreikuspenak		Urteko batez besteko bazkundea (%)	Kuota (%)	
	1995	2010	2020	1995-2000	1995	2020
GUZTIRA	565,4	1.006,4	1.561,1	4,1	100,0	100,0
Afrika	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Amerika (I eta H)	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Ekialdeko Asia	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
EUROPA	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9

Iturria: MTE, Tourism 2020 Visión, 2001.

Gaur egun, MTEak bere aurreikuspenei eusten die, eta uste du epe laburrerako desbiderapenak epe luzera konpentsatuko direla.

MTEak helmugan eskariari dagokionez jasotako joera handiez gain, *Exceltur* erakundeak sustatutako azterlanetan turistak Espainiara igortzen dituzten herrialdeen nazioarteko turismo-operadoreen iritziaren inguruko prospekzioa agertzen da (Espainia munduko turismo-potentzia nagusietako bat baita), etorkizuneko segmentuak zehaztuta.

Iritzi gehienek ustez, Kultura, Abentura eta Ekoturismo edo Naturaren segmentuek azken urteetako batez besteko zifrek erakusten dutena baino askoz hazkunde handiagoa izango dute. Zehazkiago, *Naturako turismoa edo ekoturismoa urteko %12tik %17ra bitarte hazi daiteke datorren hamarkadan, kultura-turismoa %7tik eta %12 bitarte, eta abenturako turismoa %10etik %15era bitarte.*

3.2.2. Herrialde igorleetan

MTEaren arabera, *Alemania* izango da *merkatu igorleen artean burua 2010ean (munduko turismoaren %10)..* Lehen 10 herrialde igorleen artean, 6 Europakoak izango dira (*Alemania, Erresuma Batua, Frantzia, Errusia, Benelux eta Italia*) eta *munduko turismoaren %25 sortuko dute.* Zifra horietan, ezin da bereizi turista potentzial bakoitzak bidaia urtean behin edo gehiagotan egingo duen, ezta haren helmuga gogokoena zein izan daitekeen.

Txinaren kasua bereziki deigarria da. MTEaren aurreikuspenen arabera, laugarren herrialde igozle bihurtuko da txina 2020rako, 100 milioi turistarekin, epe laburragoetan ibiltzen badira ere. Helmugatzat Europa aukeratzen dutenei dagokienez, txinako 10 milioi turista potentzial ditugu 2012rako, EBren eta txinaren arteko zirkulazio-askatasunari lotutako akordioak ezartzeko baliagarria izan den egoerari jarraiki.

Merkatu-kuota, herrialdeen arabera

Herrialdea	Merkatu-kuota (527 milioi bidaiariren %)
Alemania	10
Japonia	9
AEB	8
Txina	6
Erresuma Batua	6
Frantzia	2
Benelux	2
Kanada	2
Errusia	2
Italia	2

Iturria: TME, turismo igorlea.

Ondorioa:

Egoeraren araberako geldotzeak gorabehera, turismo-eskaria finkatu egingo da Europako herrialdeetan, eta herrialde horiek buruan jarraituko dute. Aldi berean, garatzeko bidean dauden eta epe ertainera kontuan hartu behar diren zenbait herrialde daude. Horrela, beraz, etorkizuneko sustapen-jardunak eta erakartze-jardunak zuzentzeko merkatu-egoera bat ezarri da.

3.3. ALDAKETAK TURISMO-ESKARIAREN PORTAERAN

Aurreko atalean, nazioarteko turismo-mugimenduetan espero den bilakaera ikusi dugu. Hala ere, prospekzio horietan kontuan izan behar da herrialde igozle guztietan barneko turismoa dela nagusi. Europako herrialdeen kasuan, Estatutik irteten diren turistak %32,5 inguru dira; muturreko kasuak Britainia Handia eta Frantzia dira (%46,3 eta %23,6, hurrenez hurren. Barneko turismoaren nagusitasun hori AEBetan eta Kandan ere gertatzen da. Desoreka are handiagoa da Japonian eta, batez ere, indarra hartzen hasi diren herrialdeetan, hala nola Errusiar Federazioan eta txinan.

Hori dela-eta, helmuga bat erabakitzera bultzatzen duten elementuak zein diren eta aukeratzeko motibazioen eta errealitatean gertatzen ari diren eta aurreikusten diren aldaketen artean nolako lotura dagoen aztertzeko ahaleginak egin dira. Era horretan, igozleek helmuga nola aukeratzeko jakiteko eta horren arabera jokatzeko aukera izan daiteke.

Orain arte, helmugak erabakitzerakoan kontuan hartu izan diren faktoreak honako hauek dira: helmugaren irudia, irisgarritasuna (jatorrizko merkatutik), bidaia egiteko denbora (bidaia laburrak/luzeak) eta jatorriaren eta helmugaren arteko bitartekotzaren garapen-maila. 2002. urteak mundu mailan ekarri zuen geldotzea kontuan hartuta, faktore horiek epe ertainera aldaketarik izango duten eta adierazitako herrialde igozleetan helmuga aukeratzeko faktore berriak zein izan daitezkeen jakin nahi izan dute hainbat organismo.

Horren inguruko lan nagusiak Bidaiei eta Turismoari buruzko Munduko Kontseiluak (WTTC) bultzatu ditu. Europako herrialde igorleen portaerari eta etorkizunerako aukerei dagokienez, adostasun handia dago turista potentzialengan espero den portaeran gertatzen hasi diren aldaketak indartzen amaitzeko:

- *Turismo aktibotik* hurbilago dauden jarrerak dituzten turista taldeen finkatzea; turismo hori etxetik hurbil dago, eta familiako edo harremanetarako helmugetara zuzenduta.
- «Ikusi eta itxaron» jarreraren nagusitasuna; erabakiak *azken unean* eta, askotan, lortutako informazioak bat batean bultzatuta hartzen dira.
- *Prezioarekiko sentsibilitate* handia azpiegituren erabilerari dagokionez, eta ez hainbeste jarduerak gozatzeari dagokionez.
- Negozio-bidaiaik murrizteko (kopuruan eta prezioan) eta gozatzeko bidaiaik gehitzeko joera.
- Bidaiaik indibidualki *autoantolatze*ko joera, «do it yourself» deitutakoan oinarritzen diren formulekin, *Internet* eta garraio bide eta alojamendu merkeak erabiliz.
- Emakume independente, seme-alabarik gabeko bikote eta pertsona independente gehiago, eta familia «berantiarren» gehikuntza, hau da, seme-alaba txikiak dituzten bikote helduena.
- Bidaiaren pertsonifikazioa eta *autoan* (helmugan) bidaiatzeko joera, mugitzeko autonomia izateko.
- *Alojamendua* hotel tradizionalerik bestelako lekuetan.
- Turistaren *exijentzia* handiagoa alderdi guztietan:
 - Informazio fidagarria, egiazkoa eta kalitatekoa lortzeko aukera.
 - Produktu turistikoaren kalitatea, inguruko instalazioak eta zerbitzuak kontuan izanik.
 - Kalitatea *ingurunean*.
- *Motibazioaren dibertsifikazioa* eta jarrera aktiboa helmugako lekuetan.
- Helmugako *ingurumen*-alderdiekiko sentsibilizazioa.

Hala ere, jarraitu beharreko portaera baldintzatzen duen funtsezko faktorea helmugetara bidaiatzeko denbora izatea da. Orain arte, oporraldia bakarra, sasoi jakinekoko eta iraupen luzekoa zen. Kalkulatu eta egiaztatuenez, urteko oporraldia zatikatzeak ez du bueltarik, eta horrek aldaketak eragiten ditu turismo-helmuga aukeratzeko portaeran. Ildo horretan, turismo-mugimenduei buruzko estatistikak egiteaz arduratutako bulego nazionalak agerian uzten dute faktore horrek Europako herrialdeetan duen eragina:

«Opor-aniztasunaren» indizea —oporretako urteko aldien kopurua— *handitzen ari da herrialde gehienetan*, ezaugarri desberdinekin bada ere. Muturreko bi kasu ditugu:

- *Italia*: opor-aniztasuna turistaren %35,1-%36,4ren ezaugarria da, eta joera egonkortu egin da azken urteotan. Udan, helmuga hurbileko bidaiaik dira nagusi; atsedenean eta naturan oinarritutako opor-lasaiak eta merkeak dira. Batez besteko iraupena 15 egun da.
- *Erresuma Batua*: Oporrak oraindik maiatzetik urrira bitarte egiten dira batez ere, baina argi eta garbi ikusten da opor-eredua aldatzen ari dela. Aldien banaketa hirietarako *hegaldi merkeen* eskaintza handian oinarrituta dago (Bilbo 4. helmuga da Espainian). %50,5en batez besteko egonaldia 4/7 egun da. Egonaldi luzeak (8/15 egun) %35,8tan geratu dira, eta egonaldi laburrak (2/3 gau) gora egiten ari dira azken urteotan (%6,8 dira gaur egun).

Ondorioz, *turismo tematikoaren gorakada bat dagoela esan daiteke. Erresuma Batuan, Alemanian eta Beneluxen, short-break monotematikoak %15ek erabiltzen ditu batez beste urte osoan.*

Ondorioa:

Turismo-mugimenduetan espero den hazkundearen barruan, helmugak aukeratzeko oinarri diren faktoreetan aldaketak gertatzea aurreikusten da eta, beraz, eskaintza egokitu beharko da zenbait alderditan, hala nola eskuragarritasunean (denboran eta modalitatean), erabakia hartzeko unean turistari hurbiltzeko metodoetan eta helmuga diren merkatuetako eskaintzaren banaketan, turista potentzialengan indarra hartzen hasten diren aukera berrien arabera.

3.4. TURISMOA EUOPAR BATASUNEAN: EUROPAKO TURISMOAREN IRAUNKORTASUNA

3.4.1. EBko turismo-politika

Europar ez dago turismo-politika komunik. Hala ere, Batzordea 2001. urtean hasi zen gai horren inguruan kezkatzen. Horren ondorioz, Komunikazio bat atera zuen Kontseiluarentzat, Europako Parlamentuarentzat, Europako Ekonomia eta Gizarte Lantaldearentzat eta Eskualdeetako Lantaldearentzat: «Europako turismoaren iraunkortasunerako oinarriko orientabideak» (2003ko abendua). Komunikazio horren ikuspegia honako elementu hauek ditu ardatz.

Europako turismoaren ahalmena eta profila ezagutzea

Gaur egun, barneko turismoa da nagusi Europar Batasunean: jardueraren %13 baino ez dagokie beste herrialde batzuetako bisitariari. Eta, bestalde, EBko herritarren %78 Autonomia Erkidegoan geratu da azken urteetan:

- Europako turismoaren 4/5 inguru *aisia-turismoa* da; hortaz, helmugaren aukeraketa neurri batean diskrezionala da. Gainerako turistek beste arrazoi batzuk izaten dituzte eta, oro har, ez dute aukerarik izaten beste helmuga batera joateko.
- Egungo Europako Batasunean, jarduera horrek guztiak 7,7 milioi laguni lana ematen dieten 2 milioi turismo-enpresa baino gehiago hartzen ditu eraginpean. Aurreikusitakoaren arabera, enpleguari buruzko zifra horrek %15 inguruko gehikuntza izango du datozen hamar urteetan.
- 2001ean, turismo-industriak EBko BPGaren %5 inguru sortu zuen, eta ehuneko hori %12tik gora da, turismoaren ekonomia bere zentzurik zabalenean kontuan hartuz gero.
- Turismo-enpresen %99inguru ETEak dira, eta enpresa gutxi batzuek baino ez dute negozio-bolumen handirik sortzen, nazioartean batez ere.

Etorkizunerako aukeak ezagutzea

Europako turismoaren zifrak oso handiak dira eta nabarmen igotzea espero da, baina sortutako errendimendua problematikoa da, azken urteetan bereziki. Etorkizuneko egoerari dagokionez, zenbait zalantza agertzen dira honako faktore hauen inguruan:

- Segurtasun-zirkunstantziak, erreakzio nahasiak alarmen aurrean, hazkunde ekonomikoaren geldialdia edo helmuga jakin batzuetara joateko aukera baztertea (arrazoi politikoengatik). «Etxetik hurbilago geratzera» bultzatzen du horrek.
- Aldaketa demografikoak eta sozialak epe luzera. Urtearen barruan bizitzeko atsegintzat hartutako helmugetan gero eta denbora gehiago ematen duten edota iraunkortasun handiagoarekin edo txikiagoarekin bizilekuz aldatzen duten 60 urtetik gorako pertsonen kopurua handitu egingo da. Horrekin batera, produktu-eskari berria sortzen duten talde txikiak hazi egingo dira.
- Gero eta jende gehiagok hartzen du bere burua «gaztetzat» (nahiz eta hogeita hamar urteak beteta izan), eta lan-eredu malguagoak ditu. Horren ondorioz, oporrak laburrak izango dira, gero eta neurri handiagoan. Kalitateko zerbitzuen eskariak gora egin du. Zirkulazio-askatasunak eta bizitza osoko ikaskuntzaren kulturak bidaiatzeko eta esperientzia berriak izateko nahia sustatzen dute, aisia-turismo hutsera mugatu gabe.
- Aldaketak jarrera politikoetan, eta presio ekonomikoen areagotzea. Izan ere, gobernuak turismorako ematen duen laguntza murriztea eta ingurumenarekiko sentsibilizazioa handiagotzea dago aurreikusita (arau berriak egingo dira eta zergak igoko dira presio horiek kontrolatzeko).
- Aldaketak garraio-sektorean, tarifa merkeko aire-konpainien etengabeko hazkundearen eta eskualde-aireportuen erabileraren ondorioz. Konpainiek aukeratzen dituzten eta aireportu txikiak dituzten helmugan onerako izango da eta opor laburren gorakada bultzatuko da.
- Merkatu elektronikoak erreserben portaera aldatuko du, eta kontsumitzaileak berak sortutako produktu «ez-estandarrik» sustatuko ditu, turismo-paketeen kaltetan.
- Ez dirudi helmugako turismo indibidualaren errepide bidezko garraioaren egungo mailari eutsi ahal izango zaionik. Hiri-helmuga garrantzitsuetako azpiegituren harrera-ahalmen mugatua dela-eta, bali-teke kudeaketa-eredu murriztaileak aplikatzea, Londresko eta beste hiri batzuetako esperientziari jarraiki.

Turismoaren garrantzia ezagutzea

Europako Batzordeak *turismoa munduko ekonomiaren eta, bereziki, EBko ekonomiaren sektore garrantzitsuenetako bat dela eta hedatzen ari dela aitortzen du*. Gainera, hazkunde ekonomikoaren eta enplegu-hazkundearen maila altuei eta egonkorrei eusteko eta, aldi berean, baliabide naturalak zuhur erabiltzeko helburuak lortzen lagundu dezake. Hau da, onartuta dagoen Europako Garapen Iraunkorrerako Estrategia komunaren barruan sartuta daude Batzordearen orientabideak hasieratik.

Batzordearen arabera, «Europako turismoaren aniztasuna, subsidiarotasun-printzipioa eta eremu horretarako berariazko eskumenik eza direla-eta, Erkidegoak berak eta Estatu kideek jarduera osagarriak egiteko eta aldeak neurri politiko generikoak praktikan jartzera bultzatzeko aukera baino ez dute».

Hori dela-eta, *Europako turismoaren iraunkortasuna* lortzeko metodo egokia egungo jardun-esparrua sendotzea eta ahalik eta ongien erabiltzea delakoan dago: Erkidegoko politiken eta neurrien ondorio positiboak baliatzea eta hobetzea, eta Erkidegoko beste arduradun batzuek eremu horretan turismoaren iraunkortasunaren alde egindako ekimenetan oinarritzea. Ikuspegi hori gabezia jakin batzuei erantzuteko berariazko zenbait neurriekin osa liteke.

Europako etorkizuneko turismo-politika

Batzordeak Europan bertan *eskarira bideratutako ikuspegia* bultzatu nahi du, eta helmugan eskaintza eta garapena hobetzeko xedez, honako esparru hauek bereizi nahi ditu:

- Eskarira bideratutako sentsibilizazioa.
- Alderdi interesdun guztien elkarrekin eta sareak.
- Politikaren integrazioa eta gobernantza maila bakoitzean.
- Interesdunen gaitasunak, praktika onak eta konpromisoa garatzea, tokiko turismo-sistemaren iraunkortasunerako.
- Alderdi interesdun guztien ikuskapen- eta informazio-sistemak.

Beste politika batzuekiko erlazioa

Horretarako, Erkidegoak turismoaren iraunkortasuna aplikatzeko egin beharreko ekarpenak zehaztuko dituzten hainbat xedapen aurreikusten ditu. Puntu horretan, azpimarratu beharra dago gazteen prestakuntzari eta kulturari buruzko programa orokorrek dutela loturarik handiena turista talde potentzialekin eta zehatzekin, eta turismo-helmuga bereizien eraketarekin. Bi programa horiek 2008ra bitarteko iraupena dute eta aitzindariak izan daitezke Erkidegoko politikak turismoaren sektorean duten eragina areagotzeko zereginetan.

Epe ertainerako lan-ardatzak

Batzordeak sektoreko agenteen arteko eta, bereziki, TMEarekiko sinergiak eta lankidetzak sustatzea, turismoaren iraunkortasunerako sektoreko agente taldeak sortzea eta turismoaren kontsumoari eta produktioari lotutako eredu iraunkorrak sustatzea planteatzen du. Gainera, agenteei hobeto eta lekuan bertan helarazi behar zaizkie ikuspegiak, ekimenak, tresnak eta praktika onak.

Dena dela, Batzordea urrutirago doa, «gainerako alderdi interesdunek egin lezaketen» sartzan baitu:

- *Europako herritarrak eta turistak*: iraunkortasunarekin konprometitutako turista arduratsu bihurtu; sektoreko profesionalek babestu egin behar dute iraunkortasuna.
- *Sektore pribatuko enpresak eta gizarte-solaskideak*: bilakatzen ari diren merkatu berriei, iraunkortasunaren aldeko merkataritza-mezuei eta horren inguruan gero eta handiagoa den exijentziari erantzun dieten produktuak garatu.
- *Turismo-helmugak eta agintari publikoak*: merkatu-tresnen garapenean, sustapenean eta erabileran parte hartzean, kalitatea eta harrera-ahalmena kontuan hartu.

Azkenik, Europako turismoaren iraunkortasunerako *erronkak* **identifikatzen** ditu:

- *Lanpostu jakin batzuetarako eskulan kualifikaturik eza*.
- *Garraioen* bilakaera eta trafiko-mugimenduetan duen eragina.
- Turismoaren garapenak *tokiko bizi-baldintzetan* dituen ondorioak (prezioen igoera, tokiko kultura galtzeko arriskua, adierazpen soziokulturalen benetakotasunaren galera eta abar).

- Ondare-baliabideen erabilera okerra eta *ingurunea babesteko beharra*.
- Aldaketak helmugetan, kontsumo-joera handien eta kanpoko faktoreen (hala nola muturreko klimabaldintzen) ondorioz.
- *Kontzentrazio* eta turismo-zerbitzuen integrazio bertikala sendotzeko joera.
- *Teknologia berrien* erabilera eta integrazioa, lehiakortasun-faktore gisa.

3.4.2. MTEren Europarako turismo-sustapena

MTEaren Europarako Batzordeak hainbat lehentasun estrategiko ezarri ditu «2006-2007rako Lan Programa Orokorrean»:

- Turismo iraunkorrerako politikak nazioko eta eskualdeko turismoaren garapen-planak kudeatzeko prozesuetan txertatu behar dira.
- Toki-agintarien eta helmugak kudeatzeko erakundeen ahalmena hobetzea eta, horretarako, garapen iraunkorrerako eta berariazko helmugetan turismoa kudeatzeko metodologiak eta know-how deitutakoa aplikatzea.
- Turismoaren plangintza egiteko eta ondoren kudeatzeko prozesuetan, agintari nazionalak eta tokikoak eta helmuga-kudeatzaileek *turismo iraunkorraren* adierazleak erabiltzeko modua bateratzea.
- Turismoaren *Estatistika Sistema* eta *Turismoaren Kontu Satelitei lotutako proiektuak* garatzea.
- Turismo-administrazio nazionalak turismo-estatistiken erabiltzaile eta produktore gisa dituzten ahalmenak hobetzea.
- Politika nazionaletan eta turismoaren garapenari eta kudeaketari lotutako enpresetan eta entitateetan *egiaztatze*ko sistemen erabilera bateratzea eta zabaltzea eta, horretarako, egiaztapenak eskualde eta nazioarte mailalara egokitzea.
- Turismo-merkatuetan jakintza eta egiten jakiteko ahalmena finkatzea. Marketing-ekintzetarako eta, bereziki, sustapen-ekintzetarako tekniken eta tresnen jakintza sartzea.
- Osasun eta segurtasun artistikoaren arloko zerbitzuak eta gardentasuna hobetzea.
- Turismoari lotutako hezkuntzaren, prestakuntzaren eta jakintzaren arloan MTEko kideen eta bazkideen lehiakortasuna hobetzea.

3.5. ON-LINE BIDAIEN INDUSTRIA

On line bidaien industria B2Caren eragile nagusia da Europan zein AEBetan. *Partikularrei egindako salmenta guztien %30-40 biltzen du.*

Centre for Regional and Tourism Research erakundearen datuen arabera, on-line turismo-merkatuak 9.700 M€ inguru fakturatzen du, hau da, Europako turismo-industriaren guztizko zenbatekoaren % 4,4 inguru. Espero denez, 2006an on-line turismoak 16.400 M€-ko salmenta-balioa sortuko du (merkatuaren guztizkoaren % 6,9).

Salmenten banaketa geografikoa desberdina da Europan. Herrialde garatuena Britainia Handia (%35), Alemania (%22) eta Frantzia (%12) dira. Espainiako salmenten ehunekoa oso txikia da. Izan ere, hegoaldeko gainerako herrialdeekin (Italiarekin, Portugalekin eta Greziarekin) batera, guztizkoaren %9ra baino ez da iristen. Burua Britainia Handia izatearen arrazoietakoa bat herrialde horretan kostu txikiko aire-konpainiak ugaltzea da. Salmenten %90 egiten dute Internet bidez (%50 AEBetan).

On-line salmenten produktu nagusia hegazkin-txartela da (%62); atzetik, hotelak (%12), turismo-paketeak (%12), tren-txartelak (%9) eta autoen alokairua (%2) daude.

Salmenten %64 konpainietan egin ziren zuzenean; gainerako %36, berriz, bitartekoen bitartez.

Etorkizunari begira:

- Banaketa-eredu horrekin onurarik handiena lor dezaketenak hotelak dira, eskaintza berriak sor baititzakete pakete propioak sortu nahi dituzten bezeroentzat. Kostu txikiko aire-lineek eta hotel-kateek helburu bera dute internet banaketa-bidea sustatzean, zuzeneko banaketa onuragarria baita haien-tzat.
- Kostu txikiko aire-lineen eta hotel-sektorearen arteko lankidetzan egingo den hurrengo urratsa banaketa-plataforma bateratuen garapena da. Hala ere, gaur egun kostu txikiko aire-lineen eta hotel-kateen artean aliantzak egiteko aukerak muga batzuk ditu, *aire-lineak beldur baitaude bezeroak pake-tearen balioa tarifa-igoeratzat hartuko ez ote duen.*

Nolanahi ere, *zuzeneko merkaturatzea, bidaiari norberak antolatzea eta horretarako internet erabiltzea mundu osoan gora egiten ari den joera da, eta kontuan hartu beharko da politika eta estrategia berriak formulatzean, herrialdeen artean desberdintasun txiki batzuk badirela ahaztu gabe.*

Euskadirentzat garrantzitsuak diren merkatu igorletzat hartutako herrialdeetan turistak duen portaeraren zenbait ezaugarri ikusiko ditugu orain:

- *Italia (Istituto Nazionale de la Ricerce Turistiche):*
 - %35 erreserba pertsonalak (%4-6 Internet bidez).
 - %20-23 agentzietan egindako erreserbak.
 - %20-23 last minute.
 - %16 «ateratzen dena».
- *Erresuma Batua (MQ6 Overseas Tourism&Travel):*
 - Touroperadore handiak (4) edukierak murrizten ari dira (%8) *on-line erreserbetarako atarien alde.*
 - Joera *on-line merkaturatzea sendotzekoa da* (oporrak norberak antolatzea, sarearen bitartez).
 - «Dynamic packaging» izenekoa nagusitzen ari da.
 - Internet «erakusleihu» gisa erabiltzen da, eta gero eta onartuago dago banaketa-bide gisa.
 - Gaur egun, *sektoreko transakzioen %10 biltzen du eta, kalkulaturakoaren arabera, hazteko joerarekin transakzioen %30era iritsi ahal izango da 2010. urtean.*
- *Frantzia (Comptes Provisaires du Tourisme Nielsen-Sofres):*
 - Atzerrirako bidaiari antolatzeako, pakete baten (pakete osoaren edo alojamenduaren) erosketari erabiltzen da batez ere (kasuen %77tan). *Autoantolaketa, berriz, kasuen %27tan erabiltzen da.*
 - Informazio-iturri nagusia bidaiari-agentzia da (%29), baina azpimarratu beharrekoak dira, halaber, liburuxkak (%22) eta lagunen eta senitartekoen erreferentziak (%24).

- Interneten erabilera %6ra iristen da atzerrirako bidaien kasuan, eta ia %80ra barneko turismoaren kasuan.
- **Alemania:**
 - Erabakia jakintzan (%29 lehenago etorria da «beste arrazoi batzuegatik») eta «ahoz ahoko» informazioan oinarrituta dago (%25). %26k turismo-gidaria erabiltzen du, eta %10ek baino ez du erabakitzen erakunde zuzeneko sustapeneko ekintzak (aretoetan eta ferietan egiten den publizitatea barne) kontuan hartuta.
 - Interneten erabilera handia da (%10-11), eta joera neurrian gora egitekoa da. Ildo horretan, 2010erako turismo-transakzioen kuota guztizkoaren %15era iristea espero da.
- **Benelux:**
 - Aldez aurreko erreserbak %22k baino ez ditu egiten. %64k helmugan planteatzen du gai hori.
 - Hala ere, bidaia-agentzietara eta zerbitzu-mailegatzailleengana jotzen dute (%40k eta %22k, hurrenez hurren).

3.6. ESPAINIAKO TURISMOAREN BILAKAERA

2004an, joan den hamarkadan izan zen joerari eutsi zaio, neurri batean bada ere. Kontsumitzaileen konfiantzaren geldotzea eta 2001ean eta 2002an zabalduko beldur-faktoreak gorabehera, ez dute atzerritarren sarreran eraginik izan. Era berean, lan-merkatuaren ahultzeak ere ez du eragin handiegirik izan. Are gehiago, estatu barruko mugimenduen tasak %6,7ko igoera izan du 2002. urtearen aldean (Exceltur-en 2004ko azaroko txostena).

3.6.1. Magnitude orokor batzuk

Merkatu igoerle nagusiak Erresuma Batua, Alemania, Frantzia, Italia eta Benelux dira oraindik, ordena horretan. Libera esterlinak euroaren aldean duen postu indartsuak eragindako zalantza gorabehera, Erresuma Batuko turista-kopuruari eutsi egin zaio. Horri eta Alemaniako eta Italiako mugimenduen dinamismo berrituari esker, Frantziako turisten kopuruan izandako beharakada handia (%–10) konpentsatu ahal izan da. Frantziako turisten portaera horren arrazoiak ez daude oso garbi. Gaur egun, suspertzen ari den ekonomia da Frantziakoa, eta Alemaniaren egoera oso bestelakoa da. Arrazoiak honako hauek izan daitezke: merkatu lehiakideak hedatu izana, lehiakortasuna galdu izana benetako inflazioaren ondorioz (Frantziakoarekin konparatuta), edota Frantziako turisten ohituretan gertatutako aldaketak (gogoratu beharra dago barneko turismoa egiten duen herrialde nagusia dela).

Desberdintasun horien arrazoia argitzeko funtsezko erreferentzia-faktoreetako bat *costu txikiko aire-konpainien hedapen* handia da. Konpainia horien gune nagusia mundu anglosaxoniarra eta alemaniarra da. Horri esker, tradizionala baino ahalmen ekonomiko txikiagoko jatorriko eskariari aurre egin ahal izan zaio. Frantzian, turismoaren zatirik handiena errepidetik egiten da, eta baliteke mugikortasuna garestitu izanaren eraginak garrantzi handia izatea horretan. Antzeko zerbait gertatzen da turismo tradizionaletan alojamentuak izan duen garestitzearekin. Hotelaz bestelako alojamentu bat erabiltzen duten turistek, berriz, ez dute hainbeste nabaritu inflazioaren eragina.

Azken batean, merkatu helduenei —Alemaniari eta Erresuma Batuari— eta nagusiak ez izanik ere zabaltzen ari diren beste batzuei esker eutsi ahal izan zaio Espainiara joandako turisten kopuruari. Bitarteko merkatuetan —Frantzian, Italian eta abar— Espainiako turismo-produktuarekin zuzenean lehiatzen duten eskaintza erakargarriagoak daude. Bidaia egiteko aukerak parekatu egin dira merkatu igoerle nagusien eta nagusiak ez direnen artean.

Kanpotik eta *turismo-paketerik gabe* datozen turisten kopurua urtearteko %6,7ko erritmoan hazten ari da, eta dinamismo handia erakusten du horrek. Turismo-paketearekin datozenen kopurua, berriz, %5,4 jaitsi da. Termino absolutuetan, atzerriko turisten %57k turismo-paketerik gabe egin zituen bidaiak 2004. urtearen erdialdean. Turismo-egonaldiaaren autokudeaketa ohikoa da gaur egun (autokudeaketa garraioaren, alojamenduaren eta jarduera osagarrien bilaketa gisa ulertuta).

Aurrekoa *alojamendu-modalitateen bilakaeran islatuta dago*. Udako hilabeteetan hazkunde esanguratsua izan duen bakarra doako etxebizitza izan da (%10,9ko urtearteko igoera). Atzerritarrak beren, senitartekoan edo adiskideen etxebizitzara joaten dira, eta ez dituzte erabiltzen turismo-zerbitzuak kontratatzeko bide tradizionalak.

Bestalde, hoteletako alojamendua ere gora egiten da, neurri txikian bada ere (%1,4ko urtearteko igoera). «Ihesaldi» laburrak egiteko aukera merkatu izanaren ondorioa izan daiteke, horietan hotelak erabiltzen baitira. Hala ere, adierazi beharra dago britainiarrek eta frantsesek hotelak aukeratzen dituztela oraindik. Horrek orekatu egin du Alemaniako eta Holandako turisten alojamenduak izan duen beherakada.

Barneko turistari (Estatukoari) dagokionez, aurreko hirurtekoko joera positiboak eta bizkorrak bere horretan jarraitzen duela esan daiteke. Hotel Okupazioari buruzko Inkestaren (HOI) datuen arabera, Espainiako bidaiarien kopuruak %11,4ko gehikuntza izan zuen 2004an. Zehazkiago, gaualdien kopuruak %9,6ko gehikuntza izan zuen. Turismo-sektorea ez da ahuldu eskari nazionalaren segmentuan, prezioei eusteko politika bat aplikatu delako eta egungo eskaintzaren aurrean espainiar askok bigarren bizilekurako bidaiak egin ordez hoteletara jo dutelako.

Dena dela, hotel-alojamenduaren erabilerak gora egiteko joera badu ere (barneko bidaiak gehitu direlako), batez besteko egonaldia gero eta laburragoa da. Atzerritarren kasuan, batez besteko egonaldia 5,5 egun da, Britainia Handiko eta Alemaniako turisten kopuruak beherakada handia izan ondoren (ia egun 1 eta 0,3 egun, hurrenez hurren). Espainiako turistei dagokionez, batez besteko egonaldia 3,1 egun da eta, beraz, 0,1 eguneko jaitsiera izan du aurreko hirurtekoko batez bestekoarekin konparatuta. Portaera horren arrazoi nagusia (onartuena behintzat) oporrak aldi gehiagotan banatzeko joera da.

Azkenik, Espainiako merkatuaren egungo ezaugarri nagusia *eskaintza osagarria euroaren eremuko batez bestekoa baino neurri handiagoan garestitzea da, elikaduraren adarrean bereziki (alojamenduen prezioei eusteko testuinguru batean)*. Ondasun eta zerbitzu horien prezioen igoera handiak aukeratzeko arazo garrantzitsua planteatu die turistei. Garai batean, Espainiako merkaturak oso erakargarria zen bere prezioengatik, baina egoera aldatzen ari da eta merkatu igorle nagusien prezioekin parekatzen ari da nabarmen. Elikaduran eta antzekoetan gertatutako prezio-igoera are nabariagoa da barneko eskualdeetan. Izan ere, eskaintza gastronomikoa eskaintza berezizat hartu izan direnekin parekatzen ari da.

3.6.2. Sektorearen etorkizunerako aukerak

Espainiako eskaintzari dagokionez, enpresen portaera eta joerak aztertuz gero EAEren kasurako interesgarriak izan daitezkeen zenbait ondorio atera daitezke. Exceltur-en Enpresaren arloko Turismo Giroari buruzko Inkestaren datuen arabera, 2004. urtearen amaierako egoerak hainbat «argilun» ditu.

Hotel-alojamendua

- Hiri-alojamenduak (barnekoak) kostaldeko alojamenduak baino emaitza, etekin eta aukera hobekak ditu.

- Eskaintzen eta deskontuen politikak baldintzatutako oporretako helmugan kasuan, kontsultatutako %40,2k prezioek behera egin dutela uste du oraindik ere. Hiri-alojamenduen kasuan, aldiz, perzeptzio hori bera dago udari dagokionez, baina ez da hori gertatzen udazkenari dagokionez.
- Atzerriko turismoaren ahultasuna eskari nazionalaren dinamismo handiarekin orekatzen da. Hala ere, batez besteko egonaldia laburragoa denez gero (3,1 egun), ez dago orekatzerik atzeritarren gualdien batez besteko kopuruak izan duen etengabeko beherakada.
- Hotel-eskaintzak %4,1eko hazkundera izan zuen, baina, batez besteko egonaldiak behera egin zuenez gero, okupazio-mailak %1,3ko beherakada izan zuen 2003. urtearekin konparatuta. Ildo horretan, 1999-2004ko bilakaerak erakusten duenez, aldi horretan %18ko hazkundera izan zen plaza kopuruan eta hotel-edukieran, baina okupazio-maila %60,3tik egungo %53,0ra jaitsi da.
- Goi-mailako establezimenduetan egindako inbertsio berriak bi digituko hazkunde-tasetan jarraitu zuen (%11,2), eta kontuan izan behar dugu 2003an ere ahalegin handia egin zela. Hazkunde-erritmo hori, nolahi ere, eskariarena baino askoz handiagoa izan da. Horren ondorioz, lehiakortasuna areagotu egin da eta horrek presioa egin du prezioak jaiste aldera. 2004an, urrira bitarteko gualdien kopuruak (goi-mailako alojamenduetan) %11,1eko gehikuntza izan zuen batez beste, maila ertaineko eta behe-mailako hoteletan izandako beherakadaren ondorioz (%6-7).
- Hotel-okupazioen indizeak (gela bakoitzeko okupazioen kopuruak) gora egin zuen kategoria guztietan (%3,4), goi-mailako establezimenduetan bereziki.
- Gualdien kopuruak Galizian egin zuen gora bereziki (Done Jakueren urtearen ondorioz), baita Kantaurialdeko Autonomia Erkidegoetan ere (Asturiasen %7,7, Euskadin %7,0 eta Kantabrian %5,2). Barnealdean, bi Gaztelek izan zuten igoerarik handiena (%5,9 bi kasuetan). Hala ere, horrek ez zuen orekatu atzerriko turismoaren beherakada Katalunian eta Uharteetan. Bestalde, datozen urteetan negozioaren bilakaera positiboa izango dela uste dute hazkundera izan duten Autonomia Erkidegoetan.
- Hotel-negozioen errentagarritasunak beherakada handia izan du Madrilen, Errioxan eta Katalunian. Helmuga horietako enpresaburuak uste dutenez, epe ertainerako egoera txarra da (iritzien %68,1). Arrazoi gisa, alojamenduen gehiegizko eskaintza eta okupazio-maila txikia aipatzen dituzte.

Beste alojamendu mota batzuk

- Apartamentuen eta kanpalekuen jarduerari dagokionez, atzerriko eskaria behera egiten ari da oraindik. Beherakada bidaiarien eta gualdien kopuruan gertatzen ari da (%5,3 batez beste). Aitzitik, landa-turismoko establezimenduetan hazkunde-tasa handiak izan dira udaldian (%18), eta garrantzitsuak urte osoan (%6).
- Landa-establezimenduetan eta nekazaritza-turismokoetan, udako gualdien kopuru handiena Katalunian eta Asturiasen lortu da (%40-45). Euskadin, %17ko hazkundera izan da, hau da, batez bestekoaren ingurukoa, Aragoikoa eta Kantabriakoa baino handixeagoa (%16). Azpimarratu beharra dago Nafarroan izandako beherakada (%-8,5), eremu horretan Nafarroa erreferentziatza hartuta dagoela kontuan hartuta. Merkatu igorleei dagokienez, nagusia Alemaniakoa da oraindik; atzetik, Britainia Handikoa (uztailean baino ez) eta Frantziakoa daude.

Garraioa

- Eskariak udan izan duen bilakaera onak zerbitzu horren alde egitera bultzatu ditu enpresaburuak, nahiz eta testuingurua kontrakoa izan, kostuei eta errentagarritasunari dagokienez. Salmentak joan den

hamarkadakoaren antzeko erritmoan ari dira gora egiten, baina prezioak jaitsi egin dira nabarmen. Joera horrek iraun egingo du.

- Negozioaren errentagarritasuna negatibo bihurtzen ari da. Joera hori koiunturala eta, kasu askotan, estrukturala ere bada. Hala ere, ez dago bereizterik barneko turistekin barneko mugimenduak eta kanporako bidaiak edo itundutako paketearekin iristen den kanpoko turismokoak.
- Aire-garraioaren kasuan, Madriletik iparraldera kokatutako ezein aireportuk ez du eraginik merkataritza-trafikoaren sailkapenean. Kostu txikiko konpainiek Alemaniako eta Erresuma Batuko turistekin egiten dute lan funtsean (aire-garraioaren guttizkoaren %67,8ra iristen dira udan). Kostu txikiko konpainien artean, honako hauek dira garrantzitsuenak: Easyjet Airlines eta Air Berlin (ia parean daude, eta Espainiara doazen 1,8 milioi erabiltzaile dituzte), Ryanair (1,1 milioi) eta Monarch Airlines (milioi 1). Gainerakoen zifrak apalagoak dira.
- Ibilgailuen alokairuaren azpisektoreak balioespen positiboa izan du 2003. urtean. Fakturazio-mailan gora egin du eta hurrengo ekitaldietarako ikuspegia baikor samarra da. Hala ere, errentagarritasun-marjinak behera egiteko arriskua dago oraindik, horniduretan izan diren igoerak azken preziora eramanezin izatearen ondorioz.

Aisia

«Museo eta monumentuetako, golf-zelaietako eta aisia-parkeetako» arduradunen iritziei erreparatuta, barneko turismoaren dinamismoari esker etorkizunerako aukerak hobetzeko («museoei eta monumentuei» dagokienez bereziki) baikortasun-giroa orokorra dela esan daiteke.

3.6.3. Estatuan egindako bidaiak

Turismo Azterlanen Institutuak egin duen eta turismo-alojamenduez gain alojamendu mota oro kontuan hartzen duen Espainiarren Turismo Mugimenduei buruzko estatistika (Familitur) aztertuta, honako alderdi hauek azpimarratu behar ditugu 2004. urteari dagokionez:

- Espainian bizi direnek Espainia barruko bidaiak atzerrirako bidaiak baino nahiago dituzte, neurri handi batean espainiarren bigarren bizileku gehienak Estatu barruan daudelako.
- 2004an, penintsulako itsasbazter mediterraneoan izan zen helmuga nagusia: Andaluzia, Valentziako Erkidegoa eta Katalunia. Turismo-helmuga gisa, Euskadik Estatu barruan egindako bidaien %2,6 baino ez zuen jaso 2004an, eta gaudien %2 baino ez. Zifra absolutuetan, 3,3 milioi bidaiak eta 12 milioi gaudi dira.
- Azpimarratu beharra dago 2004an, Familitur-en arabera, Espainiako turistek Euskadira egindako bidaien %70 bigarren bizilekurako bidaiak laburra izan dela eta jasotako bidaiak guztien %66 euskal herritarrek egin dutela. Atzetik, honako hauek ditugu: Nafarroakoak (%8,5), Madrilgoak (%7), Aragoikoak (%4) eta Gaztela eta Leongoak (%3,4). Hurrengo kapituluetan, turismo-alojamenduak baino aipatzen ez ditugunean proportzio horiek aldatu egiten direla ikusiko dugu.
- Halaber, Familitur-en arabera, Euskadira etortzeko arrazoi nagusiak senitartekoei eta adiskideei bisita egitea eta aisia-oporrak izan dira 2004an (%45 eta %44, hurrenez hurren). Profil hori ez dator guztiz bat Espainian bizi direnek urte horretan bertan egindako barneko turismo-bidaien profilarekin.

Azken kasu horretan, arrazoi nagusiak honako hauek dira: aisia-oporrak (%68,1), senitartekoei edo adiskideei bisita egitea (%22,4) eta lana edo negozioa (%4,8).

- Euskadiren kasuan, aisia-turismoaren gorakada nabaria izan da azken urteetan, baina ez dugu ahaztu behar, Eusko Jaurlaritzaren Turismo Sailburuordetzak landutako Ibiltur-en estatistikek islatzen duten bezala (estatistika horiek hurrengo kapituluan ikusiko ditugu), motibazio profesionaleko bidaiak oraindik oso garrantzitsuak direla euskal turismorako.
- Negozio-turismo izeneko turismo mota horri eta gehienetan Euskadiko edo Nafarroako herritarrek egiten dituzten bigarren bizilekurako bidaiak laburrei esker, Euskadin urtarorearen eragina ez da Estatu-turismo-helmuga gehienetan bezain handia.
- Euskadira egindako turismo-bidaietan, euskal herritarrak bezero nagusiak badira ere (%29), Madrilgo, Kataluniako, Andaluziako eta Gaztela eta Leongo turisten indarra gero eta handiagoa da. Euskadira etorritako turisten %79 itzuli egiten da. Izan ere, aspalditik Euskadira itzultzen diren urtaroko turista asko dago. Gehienak Madrilgoak eta Kataluniakoak dira.
- Espainian bizi diren turisten kasuan, barneko helmugak (edo «eguzkia eta hondartza» ereduaz beste-lakoak) aukeratzeko joera zabaltzen ari da. Autonomia Erkidegoak barneko turismo hori erakartzen saiatu dira eta azken hiru urteetan lehiakortasun handia sortu da, gastronomiaren, ondare historiko-kulturalaren eta naturaren inguruko eskaintzan oinarritua. Lehiakortasun-merkatu horretan (Euskadi barnean hartuta), barneko helmugei dagokienez Autonomia Erkidego nagusia Gaztela eta Leon izan da 2004an Espainiako herritarrentzat. Bidaien %9,2 jaso du (Madrilek %6,6).
- Espainian bizi diren turistek Euskadin egindako eguneko batez besteko gastua 47,6 eurora iritsi da 2004an (turismo-bidaien kasuan). Zenbateko hori hurbil dago espainiarrek Espainia barruan egindako turismo-bidaietan gastatutako eguneko batez besteko 47,9 euroetatik, baina oso urrun espainiarrek atzerrira egindako turismo-bidaietan batez beste gastatutako kopurutik (107,6 euro eguneko).
- Gehien erabilitako alojamendu mota senitartekoen edo ezagunen etxebizitza da (%57), eta hurrengo hotela (%25).
- Bestalde, 2004. urtean, Espainiako turistek autoa erabili dute Espainia barruan egindako turismo-bidaiak gehienetan (%78k). Beste garraibide batzuek askoz indar txikiagoa izan dute, hala nola autobusak edo hegazkinak (turisten %8k eta %7,4k erabili du, hurrenez hurren).

3.7. EUSKADIREN LEHIAKIDEAK

Zaila da lehian dauden helmugez hitz egitea, oporrak pasatzeko leku bat aukeratzeko erabakia oso konplexua baita.

Hala ere, Espainiako barneko turismoari, EAEk duen kokapen geografikoari (erpin estrategikoa penintsularako, Britainia Handirako eta Frantzia/Beneluxerako) eta turismo selektiboaren hazkundeari buruzko ondorioak kontuan hartuta, konparazioa egin daiteke EAEkoaren antzeko turismo-eskaintza duten eta oso hurbil dauden eskualdeekin. Horien artean, honako hauek aipatu behar ditugu: Aragoi, Nafarroa, Kantabria, Errioxa eta Asturias alde batetik, eta Akitania bestetik. Horietan guztietan, bizi-kalitatea eta ingurumen-kalitatea Euskadikoen antzeko samarrak dira.

Akitaniako kasua alokairuan hartutako edo betiko erroldatuta ez dauden herritarren jabetzako bizilekuen eskaintza zabalak baldintzatzen du. Irudi hori oso neurri txikian garatu da EAEn, eta ikaragarri handi-

tzen du lurraldearen karga-ahalmena eta bertatik mugitzeko aukera. Horren ondorioz, penintsulan jasotako zenbait adierazle desitxuratuta ageri dira. Batez besteko balioak aztertzean, Dordogneko eskualdeak eta eskualde barruko ondareak duten indarra oso garrantzitsuak da. Ahal izan den kasuetan, benetako lehiakidea den Pirinio Atlantikoen Departamenduari buruzko datuak azpimarratu dira.

Estatuko erkidegoen kasuan, turismo-sistemen errendimenduari buruzko datuekin egin daiteke konparazioa, ondorengo taulan jasotako adierazle batzuetan oinarrituta:

Penintsulako Iparraldea

2004ko adierazleak	Eskualdeak Exceltur-en arabera					
	Asturias	Kantabria	Euskadi	Nafarroa	Errioxa	Aragoi
Azalera (km ²)	6.700	5.500	9.700	10.100	4.500	54.000
Biztanleak	1.076.635	562.309	2.124.846	593.472	301.084	1.269.027
BEG (2003)	11.418.584	6.456.129	32.947.404	8.996.417	3.867.593	16.145.186
BEG-Zerbitzuak (2003)	7.315.292	4.296.488	19.975.687	5.053.167	2.142.706	10.203.132
Alojatutako bidaiariak	1.557.233	1.408.350	1.993.554	853.024	539.692	2.330.961
Hotelak eta hostalak	1.181.225	941.560	1.734.021	627.516	437.946	1.918.452
Kanpalekuak	246.260	269.537	165.004	135.355	80.995	276.850
Apartamenduak	37.895	53.554	6.508	23.402	3.851	38.891
Landa-turismoa	91.853	143.699	88.021	66.751	16.900	96.768
Gaualdiak alojamenduetan	4.040.979	3.984.407	4.022.386	1.904.341	1.120.688	5.360.518
Hotelak eta hostalak	2.674.330	2.310.763	3.302.034	1.228.126	812.344	3.977.374
Kanpalekuak	789.811	1.005.846	442.983	342.044	255.140	867.125
Apartamenduak	178.434	270.536	34.250	80.813	9.775	159.030
Landa-turismoa	398.404	397.262	243.119	253.358	43.429	356.989
Batez besteko okupazioaren maila (%)	33,61	39,30	46,63	37,18	40,41	37,46
Batez besteko egonaldia (egunak)	2,26	2,45	1,90	1,96	1,85	2,07
Hoteletako langileak	2.277	1.803	3.221	1.032	776	3.381

Iturria: Egileak landua, INEren datuetan oinarrituta.

Datu horietatik, zenbait ondorio atera daitezke:

- Euskadiko asetze-maila (bisitarien eta azalera/biztanleria binomioaren arteko erlazioa) txikia da eta, oro har, hazteko aukera handiak eskaintzen ditu. Aragoiko zifra handiak Pirinioetako negu-turismoaren ondorioa dira; gainerako lekuetan, berriz, turismoa hasiberria da.
- Gizarte-eragina (BEG/biztanle) onargarria da. Nafarroak eta Aragoik baino ez dute gaintzen, BEG-Zerbitzuen kasuan. Kantaurialdeko erkidegoetan, dagoen turista kopuru handirako BEG txikia azpimarratu behar da. Udan, senitartekoen ingurunean edo itsasbazterreko etxebizitzetan egiten den turismoa nagusi delako gertatzen da hori agian. Oro har, EAEko turismoa segmentu ertain-altukoa eta gastatzeko ahalmen handi samarrekoa dela esan daiteke.
- Euskadin, oso deigarria da hoteletan ostatu hartzen duten atzerriko turisten kopuru handia (gainerako Autonomia Erkidegoetakoa baino askoz handiagoa).

- Nafarroa nekazaritza-turismoaren arloan buruan zegoen lehen, baina atzera egin du sailkapenean, Kantaurialdeko erkidegoen alde. EA Eren kasuan, landa-eremuan eskuragarri dagoen azalera urria kontuan hartuta, aprobetxamendua (hau da, km² bakoitzeko turisten dentsitatea azalera osoan) ez da txikia, gainetik dagoen bakarria Kantabria da.
- Europako beste eskualde batzuen aldean txikia bada ere, okupazio-indizea handia da. Epe ertainera, eskualde horien lehiakortasuna sustatuko du horrek (Errioxarena izan ezik), datu hori eztena izan baitaiteke bertan turismoa sustatzeko.
- Batez besteko egonaldia txikiagoa da, Kantaurialdeko gainerako erkidegoetan (Asturiasen eta Kantabrian) udako turismoaren kuota handiagoa baita.
- Azkenik, Euskadiko hotel-errendimendua (hau da, enplegu bakoitzeko bisitarien kopurua —milaioak—) txikiagoa da, hotel-jardueraren urtarokotasuna txikiagoa delako eta, horren ondorioz, urte osoan enplegu-beharra handiagoa delako ziur aski.

Akitaniako eskualdea (INSEE erakundearen datuak)¹

2003. urtea zaila izan zen. Atzerriko turismoak %2,6ko beherakada izan zuen Frantzia osoan. Akitaniaren kasuan, bisitari kopuruaren jaitsiera %9,5 izan zen. Edonola ere, Akitaniak 6.856.000 bisitari izan zituen, hau da, Frantziako merkatuaren %6,9 (lehen tokian Provence-Kosta Urdina dago oraindik, Frantziako guztizkoaren %10,9rekin). Guztizko horretatik, %25,3ren (1,8 milioi bisitarien) lehentasunezko helmuga Pirinio Atlantikoen Departamendua izan da (Ipar Euskal Herria+Biarno). Bertako biztanle kopurua 485.000 da).

- Bisitarien jatorria: %14,1 eskualde berekoa, %53,2 Frantziaren gainerako lurraldekoa eta %32,7 atzerritarra. Azken horien artean, gehienak Beneluxkoak (%24,5), Britainia Handikoak (%20,6) eta Alemaniakoak (%16,7) dira. Horiez gain, penintsulatik joandako bisitariak %10,4 dira, eta Ipar Amerikatik joandakoak %5.
- Turismoa urtarokoa da, eta udan (eskualde osoan) zein neguan (Pirinioetan bakarrik) biltzen da. Udan, batez besteko egonaldia 6,9 egun da (6,8 egun frantsesen kasuan eta 7,2 egun atzerritarren kasuan). Ipar Euskal Herrian, berriz, indize hori 5,3 egun da (5,7 frantsesen kasuan eta 3,4 atzerritarren kasuan). Horrek adierazten duenez, hobeto banatuta dago urte osoan, eta iragaitzazko leku edo azken helmuga gisa kokatuta dago, Frantzian zehar ibiltzen diren turisten arabera.
- Udako batez besteko okupazio-tasa %61,6 da; behe-denboraldian, berriz, %32 baino gutxiagora jaisten da. Ipar Euskal Herriaren kasuan, Lapurdiko kostaldeko okupazio-indizea %75 da, baina barnealdean %48ra baino ez da iristen. Biarnon, batez bestekoa oso uniforme da, %60,8 inguru.
- Alojamentu-edukierari dagokionez, 326.600 ohe daude hotel-establezimenduetan (hiri-eremukoe-tan eta landa-eremuetan), eta 328.000 alokairuan jarritako apartamentuetan. Gîtes-France inguruko landa-establezimenduetan, 6.300 alojamentu-plaza baino ez dira eskaintzen. Alojamentu-aukera nagusia kanpinek eskaintzen dute (250.000 plaza inguru).
- Alokairuan jarritako apartamentuez bestelako alojamentu-modalitateen erabilerari dagokionez, nagusia kanpina da (urteko egonaldien %63). Atzetik, hotel-alojamendua eta, nabarmen atzerago, nekazaritza-turismoko alojamendua daude (%31,3 eta %2,6, hurrenez hurren).

¹ 2004ko datuak ez daude eskuragarri dokumentu hau lantzen ari den unean.

- Enplegua adierazitako egoeraren isla da. 8.266 langile daude hotel-alojamenduetan, eta 3.048 beste establezimendu mota batzuetan. Ostalaritzak (jattetxeek eta kafetegiek) 17.100 laguni ematen die lana udan, eta 4.870 laguni behe-denboraldietan.
- Internet eskualdera egindako bidaiak guztien %13tan erabiltzen da. Alojamen-erreserbei dagokionez, %11 urrutitik eta zuzenean egiten da.

Sektoreak etorkizunaz duen pertzepzioa ezkor samarra da (iritzia eman dutenen %38rentzat). Honako alderdi hauek hartzen dira kontuan: gehiegizko eskaintza-ahalmena, beste eskaintza batzuek erakarrirako bisitarien segmentuetan gertatutako aldaketak eragin duen zalantza eta kultura-jarduera eta aisia-jarduera berri-tzailerik ez izatea. («Gure ondareak dagoeneko ez du saltzen»).

Ondorioa:

EAE helmuga erakargarria da oraindik penintsulako turistentzat. Hori dela-eta, lehiakortasunari dagokionez, buruan dago Kantaurialdean. Atzerriko turistentzat, aldiz, ez da hain erakargarria. Inguruetara hurbiltzen dira eta Frantziako hego-mendebaldean oso zabaldua dagoen eskaintza balioesten dute. Euskadiko barneko turismoa ez da beste eskualde batzuetako garapen-mailara iristen.

3.8. EPE ERTAINERAKO AUKERAK ETA MEHATXUAK

Euskal turismo-sisteman azken urteotan izandako bilakaera positiboa izan da, eta bat dator kopuruaren aldetik gure inguruko herrialdeetan gertatu denarekin. Turismo-eskarian hasi diren eta sakontzeko bidean dauden aldatetek oraindik ez dute eragin handirik izan euskal turismo-sisteman, beti turismo selektiboaren esparruan mugitu delako ziur aski.

Euskal turismo-sistema finkatzeko Europatik ikusten diren aukera nagusiak eta Europatik bertatik aurre egin beharreko mehatxuak ikusiko ditugu orain:

Aukerak:

- Europako turismoaren finkapena eta hazkundera kulturari, ekoturismoari eta opor aktiboari lotutako jarduera sorta handi batean.
- Europako erakundeen jarrera irmoa turismo iraunkorraren alde.
- Turista modernoaren segmentuei kultura-bidaia egiteko aukera errazten dieten Europako programak. Programa horietan txertatzeko aukera duten Europako hirien, egoitzen eta askotariko kultura-jarduerari lotutako zentroen sarean finkapena.
- Europako merkatu igorle garrantzitsuekiko hurbiltasuna; bertako turistek autoz bidaiatzen dute, Euskadira iristen edo bertatik igarotzen dira, eta Euskadin dagoenaren antzeko eskaintza batera ohituta daude. Informazioa, seinalea eta harrera-azpiegiturak funtsezkoak dira askotan errepikatzen diren mugimendu horiek erakartzeko. Segmentu horiek asko exijitzen dute kalitateari dagokionez, prezio handiagoan izan arren.
- Turistaren turismo aktiborako gero eta joera handiagoa (egin, ikusi, ezagutu) eta esperientzia egiazkoagoen eta ez hain artifizialen bilaketa. Turismo mota horrentzat, ez da nahikoa azpiegiturak edukitzea, eta Euskadiren «polizentrismoan» (Euskal Hiria) oinarritutako eskaintza bat egin daiteke ekitaldi handien helmuga gisa, hainbat turismo-mota konbinatuz (publiko bera, produktuen bezero potentzial berak).
- Bidaiaren autoantolaketaren eta bitartekoentzat mehatxua den zuzeneko merkaturatzearen gero eta garrantzi handiagoa, batez ere Internet erabiliz. Autoantolaketa horretan, gero eta indar handiagoa hartzen ari da barne-mugikortasunari eta kalitateko informazio pertsonalizatua lortzeko aukerari lotutako arazo konponketa.
- Terrorismo-gatazkaren konponketa eta Euskadik duen segurtasun-irudiaren eta bizi-kalitatearen (klimateko) baliabeko hobekuntza.
- Turismoak lurraldeko marketing-tresna gisa duen baliagarritasunaren aitorpena eta mundura zabalduta dagoen herrialdea erakusteko bokazioa.
- Oporretarako eta lan/jakintzarako aldi berriak ezartzeko joera. Horrek honako ondorio hauek ditu: bidaien errotazio handiagoa, eskariaren dibertsifikazioa eta kultura-jardueren, kongresu-jardueren eta kirol-jardueren finkapena.
- Barneko turismoaren hazkundera Espainian eta Portugalen (booma aurreikusten da epe laburrean), eta kultura-jakintzari eta klima-ingurumenei eta ingurumenari emandako lehentasuna.
- Udaz kanpoko ekitaldi eta jarduera laburren kasuan bizkor bidaiatzeko era berrien finkapena.

Mehatxuak:

- Antzeko eskaintza duten helmuga hurbilen lehiakortasun handiagoa, informazioaren eta jakintzaren gizar-tearen eta globalizazioaren ondorioz eta, batez ere, Europako eskualdeek merkatu igorleetan egindako barne-sustapenaren ondorioz.
- Hiriek eta egoitzek kultura-helmuga edo kongresu-helmuga gisa elkarren artean duten lehia handiagoa, Estatu-eremuan batez ere. Horrek eragina du turistak oporrei buruzko erabakia hartzeko duen jakintzan.
- Aisiarako eta oporretarako eskuragarri dagoen gastuaren gero eta kontrol handiagoa, alojamendua, mantenua eta jarduera orekatzen saiatzeko (jardueraren onurarako).
- Atzeraldi ekonomikoa herrialde igorleetan, epe ertainera bederen. Horrek barneko turismoa eta erabakitzeko parametro desberdinak sustatzen ditu.
- Arrazoi soziopolitikoak direla-eta, Euskadiko irudiaren hondatzea barneko turismoari eta, ziur aski, Europako turismoaren zati bati dagokienez.
- Turismo-mugimenduen desbideratzea Erdialdeko eta Ekialdeko Europarantz, eta Euskadiko barneko turismoaren garapen urria.
- Jasotako balioaren gaineko presio handiagoa, prezioen mailak gora egitearen ondorioz.
- Turismoa sustatzen egindako ahaleginak lurralde-orekaren «alde» galtzeko arriskua eta barne-lehia handiegia Euskadi barruan. Horri guztiari azpisektore guztiak bateratuko dituen euskal turismo-sistema finkatu ez izana gaineratu dakioko.
- Terrorismoaren eta herritarren segurtasunik ezaren itzulera, edo gatazka politikoaren gelditzea.
- Ikuspegi eta jardun lokalisten iraupena, eta turismo-bizipenaren garapen urria herritarrengan. Horri guztiari Europako Batzordea publikoaren eta pribatuaren arteko hurbilketa eremuan finkatzen ari den lan-programarekin bat egin ez izana gaineratu dakioko.