BASQUETOUR S.A. • Inscrita en el Registro Mercantil de Bizkaia • Documento 1/2006/18.508,0 • Diario 293 • Asiento 740 • Tomo 4785 • Libro 0 • Folio 54 • Hoja BI-48022 • Inscrip.1 • CIF A95444501

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA QUE VISITA EUSKADI: IBILTUR Uda 2022

1.- INTRODUCCIÓN

BASQUETOUR es la sociedad pública del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, creada en 2006 para gestionar la implementación de la estrategia de competitividad del turismo vasco liderada por el Departamento, en colaboración con los entes públicos y privados que conforman la industria turística de Euskadi.

Sus objetivos son: mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo; mejorar el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos y consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores.

Para alcanzar los objetivos mencionados dentro de BASQUETOUR el Observatorio Turístico de Euskadi trabaja como agente de generación y difusión del conocimiento al sector turístico.

Desde sus inicios el Observatorio Turístico de Euskadi diseña, desarrolla y ejecuta operaciones de investigación ligadas a la demanda y la oferta de la actividad turística, con el apoyo e identificación de nuevas oportunidades a través de metodologías y técnicas novedosas.

Durante los años 2002, 2003 y 2004 se puso en marcha la operación IBILTUR con el fin de obtener información cuantitativa sobre los comportamientos de turistas y excursionistas en relación con los hitos previos, durante y posteriores a la realización de un viaje a Euskadi. IBILTUR tipificó así los diferentes segmentos de la demanda: sus motivaciones, actividades, comportamiento, valoraciones, etc. La puesta en marcha de este proyecto de investigación sirvió para profundizar en el conocimiento de la demanda turística, complementando el conjunto de las estadísticas cuantitativas facilitadas por organismos públicos como EUSTAT e INE.

La operación IBILTUR tiene una periodicidad bienal y es una de las operaciones estadísticas de obligado cumplimiento que conforman el Plan Vasco de Estadística 2019-2022 (código de la operación 132612), LEY 8/2019, de 27 de junio, del Plan Vasco de Estadística 2019-2022. El Plan de Estadística es el instrumento que ordena la actividad estadística en Euskadi y contiene las operaciones estadísticas y otras actividades de esta naturaleza. La finalidad básica y fundamental del plan es la planificación y sistematización de la actividad estadística que es competencia exclusiva de Euskadi y que será realizada por la organización estadística durante el periodo de vigencia.

Asimismo, la ejecución del proyecto IBILTUR responde al cumplimiento de la estrategia turística del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo que entre sus ejes de actuación presenta el eje 7 "Establecer un nuevo modelo de gestión y gobernanza" y entre los objetivos estratégicos "7C Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente", a través del impulso y desarrollo de líneas de investigación para la toma de decisiones por parte de las instituciones públicas y de los diferentes agentes que forman el sector turístico.

En el año 2021, el impacto de la pandemia COVID19 en la movilidad de las personas condicionaba la situación del sector turístico a nivel mundial, y por este motivo no se puso en marcha la edición de la operación de IBILTUR 2021. Tras arrastrar **varios años sin realizar recogidas de datos y con un inicio de año 2022 que muestra datos positivos de flujos de turistas en el destino Euskadi** nos encontramos en un momento adecuado para activar una **edición extraordinaria de IBILTUR 2022 focalizado en los meses de verano**. El carácter extraordinario de esta edición se debe a los siguientes motivos:

1) el **marco temporal de trabajo de campo será menor**, en concreto, en los meses de verano de julio a septiembre 2022,
2) y, se **reducen el número de líneas de investigación a ejecutar** que se limitará a la identificación del perfil del turista de ocio. **No se pondrán en marcha para esta edición extraordinaria**:
    a. **IBILTUR MICE**, perfil y comportamiento de las y los asistentes a congresos y convenciones que se celebran en Euskadi
    b. **IBILTUR Motivo Principal**, reestimación del universo de turistas que pernoctan en Euskadi según la motivación principal del viaje
    c. **IBILTUR Gasto**, perfil y comportamiento de gasto de los y las turistas que pernoctan en Euskadi por motivaciones de ocio

Por lo tanto, para la **edición extraordinaria del año 2022 del proyecto IBILTUR Uda 2022** se va a desarrollar la siguiente línea de investigación:

IBILTUR Ocio, perfil y comportamiento de los y las turistas que pernoctan Euskadi por motivaciones de ocio

Las y los turistas desarrollan su comportamiento en función de muchos factores que determinan dónde prefieren viajar, qué les motiva a viajar, cómo se organizan y buscan información, cuántas veces hacen

turismo al año, cuánto tiempo duran los viajes, etc. Además, estas conductas o comportamientos sirven para segmentar el mercado turístico y trazar perfiles turísticos o grupos de turistas (actuales o potenciales) que comparten características que los diferencian del resto de segmentos. Precisamente para la obtención de estos perfiles o segmentos, se utilizan los llamados criterios de segmentación que pueden ser muy diversos (demográficos, socioeconómicos, motivacionales, psicográficos, entre otros). Entre estos criterios se encuentran "las motivaciones", que explican el por qué los seres humanos se comportan de una determinada forma. Son el conjunto de estímulos conscientes o inconscientes, biológicos, psicológicos o sociales que impulsan a los individuos a actuar (Castaño, 2005), que, en el caso del contexto de esta investigación, consiste en "viajar".

El problema de estudiar las motivaciones es su complejidad ya que, por ejemplo, los individuos pueden viajar para descansar, para conocer otras culturas, para asistir a algún evento deportivo, entre muchos otros motivos. Sin embargo, en muchas ocasiones no tienen consciencia de la motivación por la cual se elige o se descarta un determinado destino y, en la mayoría de ellas, las motivaciones se presentan de forma conjunta, es decir, se viaja para descansar, pero, al mismo tiempo, se visitan monumentos y se asiste a algún evento deportivo, o se viaja por motivos de negocios, pero se realizan otras actividades gastronómicas, culturales, etc. (Krippendorf, 1987). No obstante, el estudio de las motivaciones permite entender mejor las expectativas, necesidades y objetivos de las y los turistas y es un elemento fundamental para diseñar estrategias promocionales y ayudar al posicionamiento y competitividad de las y los agentes implicados en la actividad turística (Pons, Morales y Díaz, 2007).

El proyecto IBILTUR Ocio se inicia en el año 2002 pero es en el año 2012 cuando se introducen modificaciones relevantes para conseguir una investigación más delimitada, centrada en el turista que visita Euskadi por motivaciones de ocio y que pernocta en alojamientos turísticos reglados fuera de su lugar de residencia habitual. Así mismo, se incorpora una perspectiva de análisis longitudinal y comparativo que proporcione información para la toma de decisiones estratégicas.

Con este mismo enfoque definido en la operación del año 2012 y que posteriormente se ha repetido hasta la última oleada realizada en el año 2019, se va a **desarrollar una edición extraordinaria del IBILTUR Ocio en los meses de verano 2022 (de julio a septiembre)** centrada en aspectos específicos que nos ayuden a recabar información sobre las motivaciones de ocio del turista, para la definición de las políticas estratégicas que se traduzcan en la consolidación y mejora del mercado existente y en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Además, la investigación proporcionará información e indicadores para la mejora y evaluación de la infraestructura actual y los servicios relacionados con el turismo.

2.- OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la prestación de los servicios de investigación SOBRE EL PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA QUE VISITA EUSKADI (**IBILTUR Uda 2022),** previendo asimismo una práctica ambientalmente respetuosa de las actividades a desarrollar, así como el fomento del euskera.

3.- CONDICIONES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El marco conceptual de referencia para la definición y desarrollo del proyecto de investigación son las definiciones que propone la Organización Mundial del Turismo (OMT), imprescindibles para un análisis comparado de los resultados de operaciones similares desarrolladas en otros ámbitos geográficos.

Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (RIET 2008) proporciona los conceptos, definiciones y clasificaciones principales para la medición del turismo. Cuenta satélite de turismo. Recomendaciones sobre el marco conceptual 2008 (CST: RMC 2008) permite la medición del turismo en términos económicos, http://statistics.unwto.org/es/content/metodologia

En el planteamiento y diseño se tendrán en cuenta las operaciones estadísticas básicas relativas al turismo ya existentes, que servirán para entroncar para su comparación algunas variables que aquí se estimen y completar su información. Estas estadísticas son las producidas por el EUSTAT, el INE y Turespaña. Asimismo, todos aquellos proyectos de investigación similares en el objeto de estudio tanto desarrollados por organismos estatales como internacionales del ámbito turístico. Por todo ello será necesario para los conceptos objeto de estudio el fijar criterios de análisis acordes a los realizados por dichos organismos con el fin de poder contrastar la información si fuera necesario.

IBILTUR Ocio 2022, perfil y comportamiento de los y las turistas que visitan Euskadi por motivaciones de ocio

i) Planteamiento y objetivos

El objetivo principal es la tipificación, caracterización y análisis del comportamiento de los y las turistas, residentes o no en Euskadi, que viajen por motivos de ocio (recreo, vacaciones…) y que pernocten en establecimientos turísticos reglados.

Los objetivos específicos de esta investigación se centran en:

- Caracterización del perfil general del turista de ocio en función de sus rasgos sociodemográficos y de las dimensiones que componen la experiencia de viaje en Euskadi (conductual/comportamental, cognitiva, emocional y motivacional).
- Cuantificación, caracterización y tipologías de los y las turistas de ocio en función de los productos turísticos demandados.
- Caracterización y tipologías de turistas de ocio en función de los Territorios Históricos de Euskadi en los cuales pernoctan (destino principal).
- Caracterización y tipologías de turistas de ocio en función de los destinos turísticos de Euskadi en los cuales pernoctan (destino principal).
- Caracterización y tipologías de turistas de ocio de los mercados de procedencia de los y las turistas.
- Caracterización y tipologías de turistas de ocio en función de la tipología de establecimientos turísticos.
- Analizar e identificar las tipologías de turistas de ocio existentes en Euskadi tomando como base sus principales orientaciones en cuanto a sus actividades y motivaciones principales en su viaje. Es decir, los modos en las que las actividades y motivaciones principales se agrupan en tipos, en su intersección con las variables básicas, como el origen, tipología de establecimiento o el destino principal de los turistas, la edad de los y las turistas, la forma social de viajar, transporte principal del viaje, con el objetivo de cuantificar, tipificar y caracterizar el turismo de ocio en Euskadi.

La operación requiere una recogida de información a lo largo de los **meses de julio a septiembre de 2022**, sin perder de vista los puentes, fines de semana y la celebración de eventos de ocio de relevancia en este periodo.

ii) Diseño de la muestra

Los puntos de muestreo son los establecimientos turísticos reglados de Euskadi donde pernoctan los y las turistas que realizan la visita por motivaciones de ocio. * *En la página web de Open Data Euskadi se puede consultar el parque de establecimientos turísticos reglados a considerar para el estudio, http://opendata.euskadi.eus/catalogo-datos/*

La propuesta de diseño muestral debe responder a los objetivos de análisis de diferentes segmentos de turistas, mercados, temporadas, tipo de alojamientos, TH y destinos turísticos, por tanto, de forma estratificada con un cruce múltiple de los distintos estratos. Para la distribución de la muestra se tomará

como base el volumen de entradas de turistas de la Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores del Eustat y de las operaciones de ocupación de establecimientos turísticos del INE de los diferentes tipos de establecimientos.

** Anexo A, listado de municipios de Euskadi categorizados en función de los destinos turísticos.*

Los datos de entradas de viajeros y viajeras en los establecimientos turísticos reglados de Euskadi a considerar para la ejecución del proyecto de investigación, en el caso de la ETR del Eustat se pueden consultar los datos de establecimientos hoteleros, pensiones y hostales (de todas las categorías), http://www.eustat.eus/estadisticas/tema_101/opt_0/temas.html#axzz45DYManFS, de alojamientos rurales, http://www.eustat.eus/estadisticas/tema_102/opt_0/temas.html#axzz45DYManFS, de apartamentos turísticos, http://www.eustat.eus/estadisticas/tema_512/opt_0/ti_Apartamentos_turisticos/temas.html#cb, y del INE los datos de campings, http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoac&file=inebase&L=0.

La muestra debe tener una representación suficiente en base a los siguientes categorías o criterios:

1) Territorios históricos
    i) Araba / Álava
    ii) Bizkaia
    iii) Gipuzkoa
2) Destinos turísticos
    i) Costa Vasca
    ii) Rioja Alavesa
    iii) Vitoria-Gasteiz
    iv) Bilbao
    v) Donostia/San Sebastián
    vi) Interior de Euskadi
3) Tipología de establecimiento
    i) Hoteles de 4 o más estrellas
    ii) Hoteles de 3 estrellas

iii) Hoteles de 2 o menos estrellas

iv) Pensiones, hostales

v) Alojamientos rurales

vi) Campings

4) Origen del turista

i) Mercado nacional

ii) Mercado internacional

Tomando en cuenta los criterios anteriores, el planteamiento de diseño de muestra debe presentar un mínimo de 400 encuestas en cada categoría o criterio para garantizar una representatividad suficiente en la explotación cruzada de las variables del modelo de cuestionario y asimismo para profundizar en las tipologías de turistas de ocio a través de técnicas de estadísticas de segmentación.

Los puentes y fines de semana también habrá que tenerlos en cuenta, pero tendrán un tratamiento de la información más genérico. Habrá que tener en cuenta las fechas de los eventos (deportivos, culturales…) más relevantes a nivel de Euskadi para obtener la información relativa a este tipo de turista. Así mismo, es necesario tomar como referencia los calendarios de festividades de cada mercado, tanto el interno, el estatal como el internacional.

La muestra debe elevarse al universo de las entradas en los establecimientos reglados, del Eustat y del INE.

iii) Instrumento de la investigación: modelo de cuestionario

A largo de las diferentes oleadas ejecutadas en años anteriores se ha utilizado un cuestionario estructurado como instrumento de medición. El modelo de cuestionario de la medición de los y las turistas de ocio persigue recoger en diferentes bloques la información clave de las áreas informativas objetivo: motivaciones – actividades, características del viaje, forma social de viajar, valoración, planificación, reservas previas, gastos, destinos alternativos, uso de servicios (restauración e información turística) y valoración del viaje, y por supuesto información sociodemográfica.

Entre las tareas a realizar será necesario actualizar y redefinir el modelo de cuestionario de la medición de los y las turistas de ocio con el objetivo de contemplar mejoras relativas a incorporar información sobre novedades que surgen con relación a la experiencia del viaje de ocio. Por supuesto, se valorarán todas aquellas propuestas de mejoras detectadas para el modelo de cuestionario basadas en otros proyectos de investigación similares, tanto a nivel internacional como estatal.

Así mismo, se revisará el conjunto de los ítems que forman el modelo de cuestionario para su mejora en función de los resultados de años anteriores. En concreto, los últimos informes de resultados se encuentran disponibles en el apartado "Estudios e informes/Perfil y comportamiento del turista" de la página web del Observatorio Turístico de Euskadi de Basquetour, https://www.euskadi.eus/perfil-y-comportamiento-del-turista-ibiltur/web01-a2behtur/es/

La propuesta de modificación y cierre del modelo de cuestionario definitivo se perfilará junto con Basquetour una vez adjudicado el contrato.

La recogida de información deberá de ser mediante encuesta presencial, salvo caso extremo o por las circunstancias propias de algún tipo de establecimiento, para cuyo caso se deberá de consultar con Basquetour previamente y obtener su conformidad.

La edición y traducción a los diferentes idiomas del modelo de cuestionario es una tarea más a realizar dentro del proyecto. Para la maquetación se emplearán plantillas oficiales de Basquetour. Las versiones en idiomas del modelo de cuestionario deben ser: euskera, castellano, francés, inglés y alemán.

**Anexo C, modelo de cuestionario de IBILTUR Ocio 2019.*

iv) Trabajo de campo y tratamiento de la información

La empresa adjudicataria será responsable de la organización y realización de todas las tareas relacionadas con el trabajo de campo y el tratamiento (preparación del material para el trabajo de campo, diseño de rutas, calendarios, elaboración de manuales de la operación tanto de recogida como informáticos, etc.).

La planificación del trabajo de campo no obstante deberá presentarse previamente a Basquetour y ser aprobada por éste. Se mantendrán reuniones periódicas entre personal técnico de Basquetour y la empresa adjudicataria con el fin de informar del desarrollo del trabajo de campo y, eventualmente, introducir modificaciones para mejorar su calidad y el ajuste a los objetivos de la investigación.

De cara a la elección del formato de la base de datos, habrá que tener en cuenta qué formatos trabajan otros organismos con los que Basquetour tiene relación directa o que sean de uso frecuente, y que su visualización sea ágil y sencilla.

Entre las tareas previstas en esta área y que habrá que realizar periódicamente a lo largo del trabajo se pueden destacar las siguientes:

- Organización y Dirección
- Recogida de información
- Codificación

- Grabación
- Validación de la información
- Inspección

La empresa adjudicataria, en cualquier caso, deberá inspeccionar todas las incidencias habidas a lo largo del proceso de recogida, realización de partes de trabajo, y el control y seguimiento en general de las tareas de campo.

Al menos el 75% del equipo de trabajo de campo deberá contar con conocimientos suficientes para realizar su tarea, además de en euskera y en castellano, en inglés, francés o alemán de acuerdo con los distintos perfiles que abarca la muestra.

Las fechas orientativas para la ejecución del trabajo de campo se comprenden entre el 1 de julio de 2022 y el 30 de septiembre de 2022.

El plan de explotación presentará con detalle las diferentes técnicas y tratamientos de análisis estadístico que se realizarán para cumplir con los objetivos del proyecto, y alcanzar una explotación exhaustiva con una identificación de las tipologías de los y las turistas que visitan Euskadi por ocio.

v) Producción y entrega de resultados

Se prevé la producción y entrega a Basquetour de los siguientes resultados para la medición de los y las turistas de ocio, que a su vez tienen periodicidades diferentes:

Durante la ejecución del proyecto de investigación:

- Actualización del modelo de cuestionario (revisión, cambios y maquetación definitiva con el modelo oficial de Basquetour) y el plan muestral (diseño, metodología y muestra)
- Resultados del trabajo de campo, que con una periodicidad mensual deben ser la base del control del trabajo y en su caso de su revisión de la planificación.
- Plan de explotación de los resultados y controles de calidad aplicados a los resultados
- Resultados provisionales en función de la demanda de Basquetour con el objetivo de dar respuesta a necesidades puntuales de información.

Al finalizar el proyecto de investigación:

- Base de datos con el conjunto de variables del estudio, tanto las variables principales que representan los ítems que se recogen en el modelo de cuestionario como las variables recategorizadas que se generan para los análisis estadísticos posteriores.

- Tablas cruzadas de variables principales con todo el resto de los ítems que forman el cuestionario, en formato excel, que contendrán como mínimo:
    - Colectivo total
    - Variable tipo de establecimiento
    - Variable Territorios Históricos
    - Variable destinos turísticos
    - Variable procedencia
    - Variable motivación principal
    - Variable forma social de viajar
    - Cruce con las variables más importantes: sociodemográficas, visita previa, nº pernoctaciones, gasto, itinerario de viaje, etc.
- Informe general IBILTUR Uda 2022, comportamiento y tipologías de los y las turistas de ocio en Euskadi, versión en euskera y en castellano.
- Informe ejecutivo IBILTUR Uda 2022, comportamiento y tipologías de los y las turistas de ocio en Euskadi, versión en euskera y en castellano.
- Informe con los resultados de los principales análisis estadísticos (análisis multivariante. correlaciones, etc…)

La empresa adjudicataria hará entrega a la Dirección del Estudio de Basquetour, con las periodicidades señaladas (realización de los partes de trabajo, las estadísticas de incidencias y el control y seguimiento general de las tareas de campo), los resultados en soporte informático y papel. Y podrá proponer además de éstos otros formatos para el seguimiento de la explotación de la operación.