

Los viajes profesionales y el turismo (informe-resumen)

Los datos que se van a exponer en este informe se refieren a un período de tiempo anual en el que la recogida de información se ha realizado en cuatro tomas que han correspondido a los siguientes períodos:

- 15 de junio a 15 de septiembre (1.ª Ola).
- 15 de septiembre a 15 de diciembre (2.ª Ola).
- 15 de diciembre a 15 de marzo (3.ª Ola).
- 15 de marzo a 15 de junio (4.ª Ola).

Este resumen recoge los datos estadísticos acumulados, es decir, se ha tomado como población de referencia la totalidad de sujetos que han rellenado el cuestionario a lo largo de los cuatro momentos establecidos.

1. FICHA TECNICA

El estudio de cuyas cuatro fases se exponen seguidamente los resultados se ha desarrollado de acuerdo a las siguientes características metodológicas:

Universo

Viajeros alojados en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas de las provincias que se incluyen en el Cuadro 1.

Dicho universo se subdividió en dos segmentos en los que se aplicaron cuestionarios diferentes:

- Viajeros por motivos de ocio.
- Viajeros por motivos profesionales o de negocios.

Muestra

Dada la metodología de aplicación del estudio, la muestra (en términos de número de cuestionario a obtener) no se fijó a priori, sino sólo la nómina de establecimientos participantes (hoteles a los que se solicitó colaboración) y el período de recogida (fechas de inicio y cierre de cada ola, entre las que se mantuvo el estudio en realización constante).

La muestra teórica de establecimientos totaliza un total de 182 hoteles, distribuidos por categorías, provincias y tipos de hábitat dentro de cada provincia, según se describe en el Cuadro 1.

CUADRO 1

Distribución de la muestra de hoteles por categoría, provincia y habitat

PROVINCIA	HABITAT	ESTRELLAS			TOTAL
		5	4	3	
<i>Madrid</i>	Capital	13	20	10	43
	Sub-Total	13	20	10	43
<i>Barcelona</i>	Capital	6	10	8	24
	Industrial	—	1	2	3
	Costa	—	2	4	6
	Interior	—	1	2	3
	Sub-Total	6	14	16	36
<i>Vizcaya</i>	Capital	1	2	1	4
	Sub-Total	1	2	1	4
<i>Valencia</i>	Capital	1	3	3	7
	Industrial	—	1	1	2
	Costa	—	1	3	4
	Interior	1	—	—	1
	Sub-Total	2	5	7	14
<i>Alicante</i>	Capital	1	2	2	5
	Industrial	—	1	1	2
	Costa	1	5	12	18
	Sub-Total	2	8	15	25
<i>Sevilla</i>	Capital	1	5	3	9
	Industrial	—	1	—	1
	Sub-Total	1	6	3	10
<i>Cádiz</i>	Capital	—	—	1	1
	Industrial	1	2	4	7
	Costa	1	—	2	3
	Sub-Total	2	2	7	11
<i>Huelva</i>	Capital	—	1	—	1
	Costa	—	—	2	2
	Sub-Total	—	1	2	3
<i>Valladolid</i>	Capital	—	2	—	2
	Interior	—	—	1	1
	Sub-Total	—	2	1	3
<i>Pontevedra</i>	Capital (Vigo/Pontevedra)	—	2	1	3
	Industrial	—	—	1	1
	Costa	1	2	2	5
	Sub-Total	1	4	4	9
<i>Asturias</i>	Capital (Oviedo/Gijón/ Avilés)	1	4	2	7
	Costa	—	1	2	3
	Sub-Total	1	5	4	10
<i>Navarra</i>	Capital	1	—	1	2
	Industrial	—	—	2	2
	Sub-Total	1	—	3	4
<i>Zaragoza</i>	Capital	3	2	2	7
	Industrial	—	1	—	1
	Interior	—	—	2	2
	Sub-Total	3	3	4	10
TOTALES		33	72	77	182

El criterio rector para la definición de esta muestra ha sido la proporcionalidad al número de hoteles de cada categoría existente en cada provincia y tipo de hábitat, para alcanzar las siguientes relaciones:

- 5 estrellas: 100% del universo.
- 4 estrellas: 60% del universo.
- 3 estrellas: 30% del universo.

Dentro de cada segmento de categoría/provincia/hábitat, la selección de establecimientos ha sido aleatoria, previéndose las necesarias sustituciones para suplir las negativas y otras dificultades específicas de incorporación a la muestra. Naturalmente, esto no afectó a los hoteles de 5 estrellas, puesto que en este caso la cobertura buscada era la totalidad del universo.

Método de aplicación

Los cuestionarios fueron distribuidos a los establecimientos seleccionados, en forma aproximadamente simultánea (a lo largo de una semana), para su entrega a la totalidad de los viajeros adultos que se hospedaran en el mismo, desde el momento de la recepción de los mismos hasta la fecha de su recogida, que se realizó en forma igualmente simultánea. Durante ese período, se les solicitó que:

- Los distribuyeran a *todos* los viajeros, en forma personal.
- Reclamaran su devolución antes de que el viajero abandonara definitivamente el hotel.

El cuestionario está redactado en cuatro idiomas, para facilitar su cumplimentación por huéspedes extranjeros. Naturalmente, el mecanismo de autoadministración conlleva limitaciones y diferencias de comprensión de algunos ítems, que no pueden evitarse, así como la facultad del viajero de *negarse* a responder ya que no es posible ejercer ningún mecanismo de presión sobre él.

Trabajo de campo

La entrega de cuestionarios a los hoteles se ha iniciado durante la primera semana de cada período anteriormente considerado. La recogida se ha llevado a cabo al finalizar cada uno de estos períodos, totalizando un plazo de tiempo aproximado de una semana.

Entre ambas operaciones, participaron entrevistadores especializados de la red de campo, actuando como contactadores frente a los hoteles. Durante todo el período de desarrollo del trabajo se mantuvo contacto telefónico con los hoteles participantes, con frecuencia semanal.

Trabajo de Gabinete

Los cuestionarios fueron sometidos a un proceso de codificación de preguntas abiertas y depuración de inconsistencias. Este proceso es particularmente delicado en este tipo de estudios autoadministrados, puesto que permite subsanar errores de comprensión del respondente, eliminar inconsistencias lógicas, etc. Se realizó siguiendo un plan de depuración y codificación especialmente preparado por el departamento técnico.

Posteriormente, se realizó la grabación informática y el tratamiento estadístico, aplicando un plan de explotación igualmente diseñado por el departamento técnico. En ese proceso, se realizó una nueva depuración de inconsistencias, a través de ordenador, de modo de asegurar la total coherencia lógica de la información obtenida.

2. MOTIVACION DE DESPLAZAMIENTO: RELACION DE VIAJES PROFESIONALES/DE OCIO

Como cuestión preliminar a la descripción del perfil del viajero profesional, así como de sus principales conductas en tanto viajero, se tratará en este primer capítulo de las dimensiones cuantitativas básicas de la muestra, entre las que se concede una especial atención a la relación entre viajeros de ocio y viajeros de negocio sobre el volumen total de desplazamientos captados a través del cuestionario aplicado en los establecimientos hoteleros seleccionados como puntos de muestreo.

Tomando como criterio diferenciador la motivación de desplazamiento, los aspectos sobre los que se tratará aquí son los siguientes:

- Cálculo del número total de viajeros, bien sea por ocio o negocio.
- Estimación del número de personas que acompañan al entrevistado en el viaje.
- Procedencia o lugar de residencia de los viajeros.

Número de viajeros que han respondido al cuestionario

Los datos referidos a la relación ocio/negocio registrados a lo largo del año en que se ha desarrollado la investigación se incluyen en el Cuadro 2.

CUADRO 2
Proporción de viajeros profesionales y de ocio

	TOTAL
	(9.050)
— Viajeros profesionales	55,7
— Viajeros de ocio	44,3

Cerca del 36% de los viajeros que han cumplimentado el cuestionario han resultado ser viajeros profesionales, mientras un 44% manifestó desplazarse por motivos de ocio.

Desde otra perspectiva, la relación entre estos dos grupos es igualmente cambiante según las tres variables estructurales en las que se ha trabajado: las provincias, la categoría del hotel y el tipo de localidad en que está situado. En el Cuadro 3, se reflejan estas informaciones tomando como población de referencia la totalidad de los viajeros que han cumplimentado el cuestionario a lo largo del año (9.050) a fin de contar con una base estadística suficiente en el recorrido de estas variables.

CUADRO 3

Proporción de viajeros profesionales y de ocio según provincia, categoría del hotel y tipo de localidad en que se encuentra el mismo (en número de cuestionarios cumplimentados)

	(Base)	Profesionales	Ocio
PROVINCIA			
— Madrid	(2.069)	68,2	31,8
— Barcelona	(1.725)	47,8	52,2
— Vizcaya	(499)	96,6	3,4
— Valencia	(663)	55,5	44,5
— Alicante	(1.160)	10,1	89,9
— Sevilla	(357)	40,3	59,7
— Cádiz	(317)	57,4	42,6
— Huelva	(136)	49,3	50,7
— Valladolid	(298)	63,4	36,6
— Pontevedra	(406)	48,0	52,0
— Asturias	(362)	76,0	24,0
— Navarra	(370)	55,4	44,6
— Zaragoza	(688)	84,6	15,4
CATEGORIA HOTEL			
— 3 estrellas	(3.620)	42,8	57,2
— 4 estrellas	(3.988)	60,2	39,8
— 5 estrellas	(1.442)	75,8	24,2
TIPO DE LOCALIDAD			
— Capital	(6.237)	69,7	30,3
— Industrial	(817)	44,7	55,3
— Costa	(1.729)	13,8	86,2
— Interior	(267)	33,7	66,3
TOTAL	(9.050)	55,7	44,3

Las provincias de Vizcaya, Zaragoza y Asturias quedan, netamente caracterizadas como puntos de atracción de viajeros profesionales. Por el contrario, son las provincias de Sevilla y Alicante las que se definen por presentar una composición en la que predominan los de ocio.

En lo que respecta a la categoría del hotel, se observa el aumento de la presencia de los viajeros profesionales conforme mejora la categoría del establecimiento hotelero.

Finalmente, según el tipo de localidad, los núcleos capitalinos se caracterizan por una mayor gravitación de los viajeros profesionales, siendo, por otra parte, su presencia mínima en las áreas costeras.

Entre los motivos que han originado los desplazamientos de los viajeros laborales, están los siguientes:

CUADRO 4

Motivos del viaje. Viajeros profesionales (Respuesta múltiple)

	(5.043)
— Negocios (compra o venta de bienes o servicios)	37,0
— Profesionales (congresos, exposiciones, cursos, etc.)	32,5
— Gestiones o trámites burocráticos	8,3
— Tareas vinculadas con asuntos políticos o de la administración	1,5
— Asuntos internos de su empresa o entidad	24,6
— Otros motivos	5,0

Número de acompañantes de los respondientes al cuestionario

Pasamos a continuación a efectuar la estimación del número de acompañantes que se desplazan con los viajeros que han respondido al cuestionario. El cálculo de esta magnitud se establece a partir de la presunción de que se ha rellenado un único cuestionario por grupo viajero.

De esta forma, el cuestionario incorporaba una pregunta indagando sobre el número de acompañantes que viajan con el respondente, bien sean familiares o ajenos a su familia. El interés se desplaza, entonces, hacia tres colectivos concretos:

- En primer lugar, *viajeros de ocio*, donde se incluyen respondientes más acompañantes.
- Viajeros de negocio.
- Acompañantes de los viajeros de negocio que, en principio, cabe considerar ajenos a su actividad profesional, lo que permite su clasificación como viajeros de ocio.

En el siguiente Cuadro (Cuadro 5) se contienen las informaciones referidas a este aspecto concreto de la investigación.

CUADRO 5

Viajeros que han respondido al cuestionario y sus acompañantes (Base: Total muestra)

	ABSOLUTOS	%
VIAJEROS DE OCIO		
Que han rellenado el cuestionario	4.007	24,3
Que acompañan:		
● Familiares	4.882	29,7
● No familiares	1.265	7,7
● Total acompañantes	6.147	37,3
Total viajeros ocio	10.154	61,7
VIAJEROS DE NEGOCIO		
Acompañantes de viajeros de negocio:	5.043	30,6
● Familiares	571	3,5
● No familiares	696	4,2
● Total acompañantes	1.267	7,7
TOTAL VIAJEROS:		
— De Ocio	10.154	61,7
— De negocio	5.043	30,6
— Acompañantes negocio	1.267	7,7
Total	16.464	100,0

Si se consideran los datos globales, se observa que los acompañantes de los viajeros de ocio suponen un 37% sobre el volumen total de viajeros concernidos en la muestra, mientras que los acompañantes de viajeros de negocio representan tal sólo el 7,7%.

Ello se deriva de dos factores fundamentales. En primer lugar, es más frecuente viajar acompañado cuando el desplazamiento obedece a motivos estrictamente turísticos.

Cruzando estas tres situaciones por las variables con que habitualmente se viene trabajando, provincias, categoría del hotel y tipo de localidad, se obtiene el Cuadro 6.

Así, sólo quedan caracterizadas como puntos de atracción eminentemente profesional, las provincias de Vizcaya y Zaragoza, mientras en el resto existe un mayor predominio, en una medida variable, de los viajeros de ocio, Madrid y Asturias se encuentran, a este respecto, en una situación intermedia. El comportamiento de las otras dos variables no añade ningún dato novedoso a lo que se ha comentado con anterioridad.

CUADRO 6

Distribución de viajeros de ocio, de negocio y acompañantes de estos últimos (ajenos a su trabajo) según provincia, categoría del hotel y tipo de localidad en porcentajes sobre el total de viajeros concernidos en los cuestionarios (% horizontal)

	(Base)	Ocio (cuestionarios + acompañantes)	Negocio (cuestionarios)	Acompañantes de viajeros de negocio
PROVINCIAS				
— Madrid	(3.393)	45,7	41,6	12,7
— Barcelona	(3.266)	67,9	25,3	7,6
— Vizcaya	(637)	8,5	75,7	15,8
— Valencia	(1.153)	60,6	31,9	7,5
— Alicante	(2.717)	95,1	4,3	0,6
— Sevilla	(805)	74,8	17,9	7,3
— Cádiz	(558)	61,3	32,6	6,1
— Huelva	(285)	71,2	23,5	5,2
— Valladolid	(506)	56,5	37,4	5,9
— Pontevedra	(786)	67,0	24,8	8,2
— Asturias	(615)	47,8	44,7	7,5
— Navarra	(801)	68,9	25,6	5,5
— Zaragoza	(942)	28,5	61,8	9,7
CATEGORIA HOTEL				
— 3 estrellas	(7.273)	74,4	21,3	4,3
— 4 estrellas	(6.947)	56,7	34,5	8,8
— 5 estrellas	(2.244)	36,3	48,7	15,4
TIPO LOCALIDAD				
— Capital	(10.177)	46,4	42,7	10,9
— Industrial	(1.755)	75,2	20,8	4,0
— Costa	(3.983)	92,3	6,0	1,7
— Interior	(549)	80,2	16,4	3,4
TOTAL MUESTRA	(16.464)	61,7	30,6	7,7

El atractivo turístico de una zona está, en gran medida, definido por la mayor o menor presencia de acompañantes en los viajes profesionales. De esta forma, según podemos observar en el Cuadro 7, la tendencia a hacerse acompañar es más elevada cuando el viaje tiene como destino algún punto de la costa; algo más de la quinta parte de los viajeros profesionales en este tipo de localidades declara estar acompañado.

Origen de los viajes

Se finaliza este recorrido por las dimensiones cuantitativas más relevantes de la muestra, con el estudio del origen o lugar de residencia de los viajeros que han cumplimentado el cuestionario a lo largo del año. De estos 9.038 viajeros, 5.302 son españoles o tienen fijada su residencia en el país, mientras los 3.736 restantes manifiestan residir

CUADRO 7

Porcentaje de viajeros profesionales acompañados por una o más personas ajenas a su actividad, según el tipo de localidad en que han hecho el cuestionario (Base: cuestionarios de viajeros profesionales)

	(Base)	Total
		%
— Capital	(4.349)	15,6
— Industrial	(365)	14,2
— Costa	(239)	21,8
— Interior	(90)	14,4
— TOTAL	(5.043)	15,8

permanentemente en el exterior. En términos porcentuales, cerca del 60% de los entrevistados residen en España y el 40% lo hace fuera de ella. Para los acompañantes no se dispone de información, ya que el cuestionario, no indagaba sobre este colectivo. No obstante, se ha convenido en asignarles la misma nacionalidad que a los respondentes. Una vez realizado el cálculo, se obtiene que de un total de 16.425 viajeros captados por el cuestionario, 9.031 —es decir, el 55%— son viajeros residentes en España, y 7.394, que representan el 45% declaran vivir en otros países.

Esta relación difiere sustancialmente cuando se incorpora al análisis la variable «motivo del viaje». En el Cuadro 8 se muestran los resultados referidos a este tema.

Entre los viajeros de ocio, donde se incluyen respondentes y acompañantes, se constata cierto predominio de la población extranjera.

CUADRO 8

Origen (lugar de residencia habitual) de los viajeros y sus acompañantes según motivos del viaje

	TOTAL
	(16.425)
VIAJEROS OCIO	
— España	46,9
— Extranjero	53,1
VIAJES NEGOCIO	
— España	70,0
— Extranjero	30,0
ACOMPANANTES NEGOCIO	
— España	59,6
— Extranjero	40,4
TOTAL	
— España	55,0
— Extranjero	45,0

* Bases referidas al total muestra (respondentes + acompañantes).

Por el contrario, entre los viajeros de negocio, la población autóctona es claramente mayoritaria. Como consecuencia directa de ello, tenemos el mayor número de acompañantes de negocio aportados por los viajeros profesionales nativos, aunque la tendencia a viajar acompañados parece estar más extendida entre el colectivo de viajeros profesionales

extranjeros. Esto que acabamos de decir aparece claramente corroborado por el contenido del Cuadro 9.

En efecto, si algo más de la quinta parte de los viajeros profesionales residentes en el exterior ha declarado viajar acompañados, tan sólo un 13,4% de los nativos manifiesta encontrarse en la misma situación.

CUADRO 9

Porcentaje de viajeros de negocio acompañados, según lugar de residencia habitual

— España (3.528)	13,4
— Extranjero (1.515)	21,2
TOTAL NEGOCIO (5.043)	15,8

Igualmente, la relación extranjero/autóctono está sometida a fuertes variaciones en función de las provincias, categoría del hotel y tipo de localidad, según se desprende de los datos que se muestran en el Cuadro 10. Detectamos una mayor presencia de los extranjeros en los siguientes puntos:

- Madrid, Barcelona y Sevilla son las provincias con mayor número de extranjeros.
- Según el tipo de localidad, las áreas costeras y las ciudades del interior.
- Finalmente, la presencia de extranjeros aumenta en los hoteles de mayor rango.

CUADRO 10

Porcentaje de respondentes residentes en España y extranjero según motivo del viaje, por provincias, tipo de localidad y categoría del hotel (Base: Total respondentes)

	Viajeros negocio			Viajeros ocio			Isial cuestionarios		
	(Base)	España	Exterior	(Base)	España	Exterior	(Base)	España	Exterior
PROVINCIAS									
— Madrid	(1.412)	52,5	47,5	(657)	26,9	73,1	(2.069)	44,4	55,0
— Barcelona	(825)	55,1	44,9	(898)	25,4	74,6	(1.723)	39,6	60,4
— Vizcaya	(482)	68,0	32,0	(17)	35,3	54,7	(2.199)	66,9	33,1
— Valencia	(368)	75,3	24,7	(294)	58,5	41,5	(662)	66,3	33,7
— Alicante	(117)	85,5	14,5	(1.043)	53,4	46,6	(1.160)	56,6	43,4
— Sevilla	(144)	81,7	18,8	(210)	12,4	87,6	(354)	40,4	59,6
— Cádiz	(182)	85,7	14,3	(132)	50,7	49,3	(314)	71,0	29,0
— Huelva	(67)	79,1	20,9	(69)	92,8	7,2	(136)	86,0	24,0
— Valladolid	(189)	87,3	12,7	(109)	35,8	64,2	(298)	68,5	31,5
— Pontevedra	(195)	90,8	9,2	(208)	73,1	25,9	(403)	81,6	18,4
— Asturias	(275)	91,3	8,7	(87)	78,2	21,8	(302)	88,1	11,9
— Navarra	(205)	88,8	11,2	(165)	78,8	21,2	(370)	84,3	15,7
— Zaragoza	(582)	90,2	9,8	(106)	83,0	17,0	(688)	89,5	10,9
TIPO DE LOCALIDAD									
— Capital	(4.349)	69,1	30,9	(1.884)	35,8	54,2	(6.288)	59,1	40,9
— Industrial	(365)	78,0	22,0	(450)	46,0	54,0	(815)	60,4	39,5
— Costa	(239)	72,4	27,6	(1.484)	54,3	45,7	(1.723)	56,8	43,2
— Interior	(90)	71,1	28,9	(177)	48,6	51,4	(267)	56,2	43,8
CATEGORIA HOTEL									
— 3 estrellas	(1.551)	84,5	15,5	(2.054)	50,1	49,9	(3.615)	64,9	35,1
— 4 estrellas	(2.399)	68,6	31,4	(1.582)	36,8	68,2	(3.981)	55,9	44,1
— 5 estrellas	(1.093)	52,3	47,7	(349)	45,0	55,0	(1.442)	50,1	49,9
TOTAL MUESTRA	(5.043)	70,0	30,0	(3.995)	44,4	55,6	(9.038)	58,7	41,3

Ahora bien, si se discriminan estos resultados por el motivo del viaje, se tiene que algunas ciudades no representan ningún atractivo para los viajeros de ocio extranjeros y otras acentúan ese atractivo. En esta situación estarían Madrid, Barcelona y Sevilla, mientras que con una escasa presencia de extranjeros quedarían Huelva, Zaragoza, Navarra y Asturias.

3. CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS DE LOS VIAJEROS PROFESIONALES

Se abordará a partir de aquí el estudio de las características y conductas más significativas del colectivo de viajeros profesionales, una vez definidas las magnitudes esenciales de la muestra. La población de referencia será la totalidad de los viajeros que han cumplimentado el cuestionario en los cuatro momentos.

Sexo y edad

Se inicia este capítulo con la presentación de los resultados obtenidos para dos de las variables sociodemográficas básicas, cuales son el sexo y la edad. Más del 90% de los viajeros profesionales entrevistados son varones. La presencia femenina parece algo más acentuada entre los extranjeros que entre los españoles. Según el tipo de localidad no existen diferencias apreciables, a este respecto, en cada uno de los ámbitos que conforman esta variable (ver Cuadro 11).

CUADRO 11

Viajeros profesionales: distribución por sexos según nacionalidad y tipo de localidad

	Total	Tipo de localidad			Nacionalidad		
		Capital	Indus-trial	Costa	Interior	Espa-ñoles	Extran-jeros
	(5.043) %	(4.349) %	(365) %	(230) %	(90) %	(3.528) %	(1.515) %
— Varones	91,6	91,4	93,4	92,5	93,3	92,5	89,5
— Mujeres	8,4	8,6	6,6	7,5	6,7	7,5	10,5

En cuanto a la edad, ya se ha señalado que los viajeros de negocio presentan una pirámide poblacional caracterizada por su relativa juventud.

Dos son los datos que lo confirman:

- Más del 30% se encuentran en edades inferiores a los 35 años.
- Solamente un 8,9% de estos viajeros superan el umbral de los 55 años.

Si se someten estas informaciones al control de las variables de categoría de hotel y nacionalidad, se pueden hacer algunas observaciones de interés. La primera de ellas y quizá más evidente, es el envejecimiento de la población conforme aumenta el rango del establecimiento

hotelero, se cree que la abultada proporción de personas con edades inferiores a los 35 años en los hoteles de menos categoría es suficiente elocuente.

La comparación de las estructuras de edades entre nativos y extranjeros informa sobre la mayor juventud de los primeros. Cerca del 35% de los residentes en España no sobrepasa los 35 años mientras que esta proporción es en los extranjeros tan sólo del 23,5% (ver Cuadro 12).

CUADRO 12

Viajeros profesionales. Distribución por edades según nacionalidad y categoría del hotel

	Total	Categoría hotel			Nacionalidad	
		3 est.	4 est.	5 est.	Españoles	Extranjeros
	(5.043)	(1.551)	(2.399)	(1.093)	(3.528)	(1.515)
— Menos de 30 años	16,7	22,3	15,6	11,2	19,5	10,2
— De 30 a 34 años	14,8	15,5	14,6	14,1	15,4	13,3
— De 35 a 39 años	17,3	17,2	17,4	17,3	17,7	16,2
— De 40 a 44 años	19,9	18,6	20,3	21,0	19,9	20,0
— De 45 a 49 años	12,9	10,4	13,8	14,4	11,8	15,4
— De 50 a 54 años	9,7	9,1	9,4	11,3	8,7	11,9
— De 55 a 59 años	4,9	4,3	5,1	5,2	4,1	6,7
— De 60 a 64 años	2,9	2,1	3,0	4,0	2,2	4,7
— De 65 y + años	1,0	0,6	0,9	1,6	0,7	1,6

Status ocupacional: profesión, cargo y capacidad de decisión

Uno de los mayores inconvenientes que se ha encontrado en el curso de la investigación es, precisamente, la definición de la variable de status ocupacional de los viajeros profesionales.

Por ello se ha intentado indagar en el perfil ocupacional de los viajeros profesionales a través de la interrelación de tres dimensiones estrechamente conectadas:

- En primer lugar, el interés se ha centrado en el cargo o puesto que desempeña el respondente dentro de la empresa u organización en que presta sus servicios. La clasificación utilizada para encuadrar a los viajeros responde al clásico esquema empresarial.
- El segundo indicador contemplado en la conformación del status ocupacional, ha sido la cualificación profesional, ajustándose al carácter estrictamente académico.
- Para completar esta aproximación al nivel ocupacional de los viajeros, se dispone de una tercera perspectiva desde la que se trata de indagar en la capacidad de decisión dentro de la organización en la que están encuadrados. Así, se incorporó una pregunta destinada a conocer la identidad de la persona que había decidido el desplazamiento, si había sido él mismo o un superior. Este indicador por su contrastación con los dos anteriores puede resultar bastante esclarecedor.

Se empieza con la exposición y comentario de los resultados obtenidos para el primero de estos indicadores: el cargo ejercido en la

empresa, que se contiene en el Cuadro 13, cruzado por la categoría del hotel y lugar de residencia de los viajeros.

Las funciones o cargos que han aparecido con más frecuencia en los cuatro períodos considerados son, en primer lugar, los técnicos o cuadros medios que representan algo más de la tercera parte de los viajeros profesionales que han rellenado el cuestionario. A continuación les sigue el grupo de directivos y altos cuadros que suponen aproximadamente el 25%. Por último, tenemos al personal dedicado a tareas de venta, desde distintos niveles (desde vendedores por cuenta ajena a jefes de ventas) que reúne al 26,7%.

El resto de los viajeros se emplean en otro tipo de labores, bien sean intelectuales o manuales, mientras queda un 4,6% que no ha conseguido posicionarse en la clasificación ofrecida.

CUADRO 13

Viajeros profesionales. Cargo dentro de su Organización o Empresa, según nacionalidad y categoría del hotel

	Total	Categoría hotel			Nacionalidad	
		3 est.	4 est.	5 est.	Españoles	Extranjeros
	(5.043)	(1.551)	(2.399)	(1.093)	(3.528)	(1.515)
— Trabajador manual	1,7	3,5	1,0	0,8	1,8	1,5
— Encargado, capataz	1,4	1,9	1,4	0,9	0,7	3,2
— Administrativo	2,9	2,3	3,6	2,3	2,7	3,5
— Vendedor cuenta ajena	5,8	10,1	4,3	2,7	7,4	1,9
— Vendedor cuenta propia	3,0	3,5	2,8	2,5	3,5	1,7
— Jefe de equipo, coordinador ...	6,5	6,9	7,1	4,8	5,6	8,7
— Delegado de zona, Jefe de ventas	11,4	16,8	10,1	7,0	14,9	3,4
— Jefe de compras	1,7	1,7	1,9	1,5	1,6	2,0
— Técnico, cuadro medio	36,0	30,8	37,6	39,7	37,6	32,1
— Directivo, alto cargo	24,9	17,0	26,1	33,5	20,0	36,4
— Sin datos	4,6	5,5	4,1	4,4	7,2	5,7

En lo que atañe al grupo de directivos y altos cargos, se identifica un comportamiento significativo de las variables categoría del hotel y nacionalidad. Su presencia se acentúa en los establecimientos hoteleros de mayor rango y entre los viajeros con residencia fuera de España.

En el Cuadro 14 quedan recogidos los datos concernientes al segundo de los indicadores establecidos para la medición del status ocupacional: la cualificación profesional o académica de los viajeros de negocio.

La información sobre la profesión revela la importante presencia de viajeros profesionales con titulación académica, prácticamente un 40% así lo han manifestado (32% correspondiente a titulados superiores y 7,8% para los titulados medios o técnicos). Por otra parte, si dentro de esta alta cualificación se incluyen a los grupos de altos cuadros de empresa o administración y consultores, a los que, en general cabe atribuir titulación de rango superior, la proporción de titulados universitarios se aproxima al 60% sobre el flujo total de viajeros profesionales.

Por último, se comentan los resultados obtenidos para la tercera faceta contemplada en la confección del status ocupacional de los viaje-

CUADRO 14**Viajeros profesionales. Profesión autodeclarada**

	(5.043)
— Titulados superiores	32,0
— Empresarios, comerciantes	2,8
— Altos cuadros de empresa	13,5
— Altos cuadros Administración	2,0
— Consultores	3,0
— Artistas/Deportistas	2,1
— Técnicos, grado medio	7,8
— Personal auxiliar turístico	2,6
— Personal de ventas	15,7
— Personal administrativo	4,0
— Trabajadores manuales	1,3
— Personal de seguridad	0,4
— Personal de servicio	0,7
— NS/NC	10,5

ros de negocio, la capacidad de decisión medida a través de la identidad de la persona que autorizó el viaje (ver Cuadro 15).

Algo más del 60% de los viajeros profesionales que han colaborado a lo largo del año, no ha necesitado el permiso o autorización de un superior para efectuar su desplazamiento. Sin olvidar que se trata de una información muy limitada sobre un concepto tan complejo como es la capacidad de decisión, se considera que estos datos muestran un alto grado de congruencia con las conclusiones aportadas por los otros dos indicadores con que se ha operado. No hay duda que la interrelación de estas tres dimensiones revela con claridad el perfil socio-profesional de los viajeros caracterizado por su ubicación en los peldaños superiores de la pirámide de prestigio social.

CUADRO 15**Viajeros profesionales. Persona que ha decidido el viaje**

	(5.043)
— El propio viajero	62,1
— Un superior	35,4
— Sin datos	2,5

Actividad de la organización en la que trabajan los viajeros

Se completa esta aproximación al nivel ocupacional de los viajeros profesionales con un breve comentario acerca del tipo de actividad o sector productivo en el que se localizan las empresas u organizaciones en que trabajan. El Cuadro 16 ofrece los datos referidos a los sectores de actividad más representativos, desglosando la información por la nacionalidad de los entrevistados.

Nuevamente se confirma la escasa incidencia en el tráfico general de viajeros dedicados a las tareas agrícolas o extractivas, dándose el claro predominio del personal encuadrado en empresas vinculadas a actividades industriales, comerciales y/o de servicios, como serían:

- La industria metalúrgica (10%).
- Otras industrias (17,8%).
- Comercio y Hostelería (9,4%).
- Instituciones financieras (11,1%).
- Otros servicios (27,8%).

CUADRO 16

**Viajeros profesionales.
Actividad de la empresa en que trabajan, según nacionalidad**

	Total	Españoles	Extranjeros
	(5.043)	(3.528)	(1.515)
— Agricultura, ganadería ...	3,5	3,3	3,9
— Energía y agua	4,3	4,1	4,8
— Extracción de minerales ...	1,6	1,6	1,7
— Metalurgia	10,0	9,2	11,7
— Otras industrias	17,8	17,0	19,7
— Construcción	4,1	4,1	4,3
— Comercio/Hostelería	9,4	11,7	4,2
— Transportes	6,6	5,5	9,2
— Finanzas	11,1	12,7	7,3
— Otros servicios	27,8	27,5	28,4
— Sin datos	3,7	3,3	4,6

4. COMPORTAMIENTO DE LOS VIAJEROS PROFESIONALES

El tema central de este capítulo, se refiere a las conductas y actitudes más significativas desarrolladas por los entrevistados en tanto viajeros.

Los bloques temáticos son los siguientes:

- Distribución del tiempo y de los gastos de viaje entre actividades lúdicas y estrictamente laborales.
- Duración de la estancia en la localidad de encuestamiento, proyecto de viaje cuando se marche de ella y frecuencia anual con que suele realizar este tipo de viajes.
- Empleo de medios de transporte y uso de servicios turísticos disponibles en la ciudad en que se encuentra.
- Régimen de gastos que mantiene en la organización en la que desempeña su cargo.

Distribución del tiempo y de los gastos de viaje

La estimación de esta variable se ha hecho en función de separar por días completos los dedicados a tareas profesionales y los que se dedican a actividades de carácter lúdico, tomando como unidad de cómputo la jornada. Esta solución proporciona elementos de cálculo que permiten la expresión en términos porcentuales del tiempo dedicado a una u otra actividad y favorece la respuesta de los entrevistados en la medida que establece una clara delimitación entre el ocio y el negocio.

Los resultados concernientes a este tema de la investigación aparecen reflejados, discriminados por tipo de localidad, categoría de hotel y nacionalidad en el siguiente Cuadro 17.

CUADRO 17

Viajeros de negocio. Proporción del tiempo total de viaje destinado a actividades profesionales, según tipo de localidad, categoría del hotel y nacionalidad

	Total	Tipo de localidad				Categoría hotel			Nacionalidad	
		Capital	Industrial	Costa	Interior	3 est.	4 est.	5 est.	Español	Extranjero
	(5.043)	(4.349)	(365)	(239)	(90)	(1.551)	(2.399)	(1.093)	(3.928)	(1.515)
— Menos de 50%	3,3	2,8	6,0	7,5	5,6	2,8	3,1	4,6	1,8	6,9
— 50%	4,0	4,2	1,9	4,2	3,3	3,9	3,5	5,0	3,3	5,7
— 51 a 65%	3,6	3,8	1,9	2,9	2,2	3,2	3,7	3,8	2,5	6,1
— 66% (2/3)	4,4	4,5	3,6	5,0	3,3	3,3	4,6	5,5	4,1	5,1
— 67 a 74%	3,1	3,0	3,6	4,2	2,2	2,6	3,1	3,8	2,4	4,8
— 75%	3,9	4,0	3,0	4,2	1,1	3,2	4,3	4,2	3,3	5,3
— 76 a 79%	1,3	1,4	1,4	0,8	1,1	1,4	1,3	1,3	1,2	1,8
— 80%	3,7	3,7	3,6	2,5	4,4	3,4	3,6	4,2	3,2	4,8
— 81 a 90%	7,7	7,7	7,4	8,8	6,7	7,1	7,7	8,5	6,2	11,2
— 91 a 99%	1,0	1,0	0,8	0,8	2,2	1,0	0,8	1,3	0,8	1,5
— 100%	62,2	62,6	63,6	53,6	64,4	65,4	62,9	56,4	69,8	44,7
— Sin datos	1,8	1,4	3,3	5,4	3,3	2,7	1,4	1,4	1,6	2,2
% MEDIO	85,6	85,7	87,4	81,0	85,1	87,8	85,1	83,5	88,1	79,8
X DIAS TRABAJO	16,1	15,9	18,8	17,4	11,2	17,3	15,7	15,3	16,6	14,8
X DIAS OCIO	2,7	2,6	2,7	4,1	1,9	2,4	2,7	3,0	2,2	3,8

Aglutinando a todos los viajeros que han respondido al cuestionario a lo largo del período anual fijado, se tiene que algo más del 60% han declarado invertir todo su tiempo en sus intereses profesionales. En la situación opuesta se encuentra el 3,3% que manifiesta dedicar a actividades laborales menos del 50% de su tiempo.

El porcentaje medio de tiempo consumido en la solución de los asuntos profesionales, se sitúa en torno al 85%. Esta media sufre descensos significativos en dos colectivos de viajeros concretos:

- Aquellos que residen en el exterior (79,8%).
- Los que se encuentran desplazados en puntos de la costa (81%).

También se identifica cierta relación con la categoría del hotel: los viajeros alojados en los hoteles de más rango parecen disfrutar de más tiempo de ocio.

En el apartado de gastos se ha optado por un instrumento de medición que puede permitir un cálculo aproximado y orientativo. Han sido los propios entrevistados los que han realizado la estimación en valores porcentuales.

En el siguiente Cuadro 18, se contienen los datos resumidos en lo que respecta a la distribución del gasto, teniendo en cuenta el tipo de localidad y la nacionalidad de los viajeros.

Según la información suministrada por los viajeros, se observa que el 82,2% del presupuesto, como media global, ha sido destinado a actividades laborales. Atendiendo a la distribución, aproximadamente un 10% de los entrevistados declara dirigir a asuntos profesionales menos de la mitad de su dinero disponible, mientras casi un 30% destina la totalidad de su presupuesto al mismo fin. La actitud más común continúa siendo dedicar a actividades lúdicas la cuarta parte del gasto del viaje, comportamiento seguido por el 55% de los respondentes.

Atendiendo al tipo de localidad y nacionalidad, los resultados recogidos

CUADRO 18

Viajeros profesionales. Porcentaje de gastos destinado a actividades laborales, según tipo de localidad y nacionalidad

	Total	Tipo de localidad			Nacionalidad		
		Capital	Indust.	Costa	Inter.	Español	Extranj.
	(5.043)	(4.349)	(365)	(239)	(90)	(3.528)	(1.515)
— Menos de 25%	1,6	1,5	1,7	3,7	1,1	1,4	2,2
— De 25 a 49%	2,3	2,1	3,2	5,0	3,3	1,7	4,0
— 50%	6,8	6,7	7,1	8,8	2,2	5,8	8,9
— 51 a 74%	3,5	3,5	2,5	3,8	3,3	2,9	4,7
— 75%	21,1	21,3	20,5	19,2	17,8	21,7	19,5
— 76 a 99%	34,2	35,5	28,8	25,1	21,1	34,7	33,1
— 100%	28,1	27,5	31,0	27,2	45,6	29,3	25,1
— Sin datos	2,5	1,9	5,2	7,1	5,6	2,4	2,6
% MEDIO	82,2	82,3	82,1	77,6	86,3	83,3	79,5

dos indican que los extranjeros y los desplazados en la costa son los viajeros que dirigen mayor parte de sus gastos a actividades ociosas.

Movilidad: tiempo de permanencia en la localidad de captación, destino proyectado y frecuencia del viaje

Los comportamientos más relevantes que presenta el colectivo de viajeros de negocio y que tienen que ver, fundamentalmente, con la propia naturaleza del viaje, se van a describir a continuación.

Los aspectos que constituyen el foco de atención son:

- Tiempo de permanencia en la ciudad en la que se ha cumplimentado el cuestionario.
- Destino proyectado tras concluir la actividad que ha motivado el desplazamiento.
- Periodicidad anual con que suele realizar este tipo de viaje.

Para el primero de los puntos citados: duración de la estancia en la ciudad de encuestamiento, el siguiente Cuadro 19, nos proporciona la información.

Cruzando la duración media de la estancia en la localidad de encuestamiento por las variables habituales, se obtiene el siguiente Cuadro 20.

Lo más significativo de estos datos es la relación entre la variable «categoría del hotel» y la duración de la estancia. El tiempo de residencia disminuye conforme mayor es el rango del establecimiento hotelero, revelando la tendencia a elegir hoteles de menor categoría cuanto más prolongada es la estancia, con el fin de abaratar los costes que el viaje comporta. Finalmente, la estancia de los viajeros extranjeros resulta ligeramente más prolongada que la de los autóctonos.

La información obtenida sobre el destino a seguir por los viajeros, tras el abandono de la localidad de encuestamiento se resume en el siguiente Cuadro 21.

Prácticamente el 70% de los viajeros profesionales captados en el curso del año, tenía proyectado su regreso al domicilio habitual tras

concluir sus gestiones. Por otra parte, un 27,4% ha declarado continuar su itinerario a otros lugares, bien sea por motivos laborales o vacacionales. No obstante, conviene destacar la disparidad de comportamiento observado entre los colectivos nacional y extranjero.

CUADRO 19

Viajeros profesionales, duración comparada del viaje total y de la estancia en la localidad de encuestamiento

	Duración estancia en localidad encuesta
	(5.043)
— 1 día	15,7
— 2 días	24,6
— 3 días	16,9
— 4 días	10,9
— 5 días	10,3
— 6-7 días	6,9
— 8-10 días	3,8
— 11-21 días	4,4
— 22-30 días	2,2
— + de 30 días	2,1
— Sin datos	2,1
X días de permanencia	5,7
Total pernoctaciones previstas	28.098

CUADRO 20

Viajeros profesionales. Duración media de la estancia en la localidad de encuestamiento, del total del viaje y proporción entre una y otra; según provincia de encuestamiento, categoría del hotel y nacionalidad

	(Base)	Media duración estancia localidad
PROVINCIAS		
— Madrid	(1.412)	5,7
— Barcelona	(825)	6,7
— Vizcaya	(482)	5,3
— Valencia	(368)	5,4
— Alicante	(117)	5,9
— Sevilla	(144)	4,4
— Cádiz	(182)	8,8
— Huelva	(67)	7,3
— Valladolid	(189)	7,5
— Pontevedra	(195)	4,4
— Asturias	(275)	5,7
— Navarra	(205)	4,4
— Zaragoza	(582)	4,3
CATEGORIA HOTEL		
— 3 estrellas	(1.551)	7,1
— 4 estrellas	(2.399)	5,4
— 5 estrellas	(1.093)	4,4
NACIONALIDAD		
— Españoles	(3.528)	5,4
— Extranjeros	(1.515)	6,4
TOTAL MUESTRA	(5.043)	5,7

CUADRO 21

Viajeros profesionales. Proyectos al finalizar su actividad laboral en la localidad en que se encuentra según nacionalidad

	Total	Españoles	Extranjeros
	(5.043)	(3.528)	(1.515)
— Regresar a su domicilio	69,3	74,5	57,3
— Seguir a otro lugar por trabajo	23,9	22,1	28,1
— Quedarse en el mismo lugar por turismo .	2,3	1,3	4,7
— Ir a otro lugar por turismo	3,5	1,6	7,5
— Sin datos	1,2	0,6	2,4
— Subtotal piensan seguir a otro lugar	27,4	23,7	35,6
— Subtotal piensan destinar tiempo al turismo	5,8	2,9	12,2

Cerca de tres de cada cuatro residentes en España ha manifestado su intención de volver al hogar, mientras que esto sólo ocurre para un 57% de los extranjeros. De forma complementaria, el colectivo extranjero se muestra más dispuesto a continuar hacia otra localidad (35,6% frente a 23,7%). Por último, los resultados muestran la baja proporción de individuos que prolongaron su viaje por razones vacacionales, siendo mucho más frecuente esta actitud en los viajeros extranjeros.

Entre los puntos de destino más frecuentemente citados por los entrevistados que manifestaron su intención de trasladarse a otra ciudad destacan:

- Madrid: 9,8%.
- Barcelona: 8,3%.

Si agrupamos los datos por comunidades autónomas, Cataluña y Andalucía, con una importancia similar (10,5% y 10,6%, respectivamente), son los ámbitos regionales que más se mencionan como próximo lugar de destino, sin olvidar el conglomerado País Vasco/Navarra, con un 8,7%. Una proporción importante, el 17%, tiene proyectado seguir su itinerario por el exterior.

Los datos concernientes a la frecuencia anual con que se suelen efectuar los desplazamientos laborales se exponen en el siguiente Cuadro 22.

El número medio de viajes anuales computados para la muestra total se eleva a 20,6. De esta cifra global, 16 se realizan por el territorio español, mientras sólo un 4,6 se efectuarían en países extranjeros. Esta relación se invierte para los viajeros residentes fuera de España, entre los cuales los viajes por el exterior son predominantes. También es significativa la diferencia entre ambos colectivos, nacional y extranjero, en el número medio de viajes, a causa de la mayor presencia del personal de ventas entre los españoles.

Por otra parte, hay un elevado porcentaje (más del 50%) de viajeros profesionales españoles que no realizan ningún tipo de viaje por países extranjeros.

Utilización de medios de transporte y servicios turísticos en la localidad de encuestamiento

Entre los medios de transporte más frecuentemente utilizados por los respondentes para llegar y salir de la localidad de captación destacan claramente el avión y el vehículo particular. También aquí las dife-

CUADRO 22

Viajeros profesionales: número de viajes que suele realizar al año, según nacionalidad

	Total (5.043)		Españoles (3.528)		Extranjeros (1.515)	
	Por España	Por el exterior	Por España	Por el exterior	Por España	Por el exterior
— 0	—	41,1	—	54,1	—	—
— 1	12,8	6,9	4,4	6,9	32,5	17,9
— 2	9,2	9,7	5,8	9,9	17,2	9,4
— 3	5,8	5,7	4,5	5,0	8,8	7,3
— 4	6,1	15,0	5,2	4,0	8,4	7,4
— 5	4,1	3,7	3,8	3,1	4,8	4,9
— 6	4,3	2,8	4,4	1,9	4,3	4,9
— 7 a 9	4,0	2,8	4,6	1,6	2,6	5,7
— 10	5,9	4,7	7,0	2,8	3,4	9,2
— 11 a 15	10,2	3,8	12,5	1,8	5,1	8,6
— 16 a 20	6,5	2,2	8,8	0,9	1,1	5,3
— 21 a 30	10,3	2,0	13,7	0,5	2,2	5,4
— + de 30	15,0	2,1	19,7	0,5	0,8	5,9
— Sin datos	9,1	7,4	5,6	7,0	9,0	8,1
X viajes/año	16,0	4,6	21,0	2,2	4,3	10,3
X general viajes/año ..	20,6		23,2		14,6	

rencias entre los viajeros autóctonos y extranjeros son notables. Los primeros hacen un mayor uso del vehículo propio, los extranjeros se inclinan de forma unánime por el avión, si bien el empleo que recibe este medio por parte del colectivo español no es desdeñable. El resto de los medios de transporte contemplados en la relación poseen una importancia marginal. Conviene destacar la paridad existente entre los medios utilizados para llegar y salir de la ciudad.

En el siguiente Cuadro 23 se exponen los datos que acaban de comentarse.

CUADRO 23

Viajeros profesionales: medio de acceso y salida de la localidad de encuestamiento, según nacionalidad (respuesta múltiple)

	Total (5.043)		Españoles (3.528)		Extranjeros (1.515)	
	Llegada	Salida	Llegada	Salida	Llegada	Salida
— Vehículo propio	41,7	41,4	54,7	54,5	11,4	10,9
— Vehículo alquiler	6,2	5,8	4,6	4,4	9,8	9,2
— Avión	48,9	48,7	34,1	33,9	83,2	83,2
— Tren	8,3	8,0	10,3	9,9	3,7	3,5
— Barco	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6
— Autocar línea	1,4	1,1	1,6	1,4	0,8	0,4
— Autocar servicio discrecional	1,1	1,0	0,8	0,8	1,7	1,4
— Otro	1,6	1,5	1,6	1,5	1,7	1,7
— Sin datos	1,0	1,1	0,6	0,7	1,8	1,8

Otras variables que se han mostrado discriminantes al respecto han sido el tipo de localidad y la categoría del hotel. El avión es mucho más utilizado por los que llegan a las ciudades capitalinas y por los que se alojan en los hoteles de máxima categoría. El vehículo propio recibe su mayor uso por parte de la población alojada en los establecimientos hoteleros de tres estrellas (ver Cuadro 24).

CUADRO 24

Viajeros profesionales. Medio de llegada a la ciudad de encuestamiento, según tipo de localidad y categoría del hotel (respuesta múltiple)

	Tipo localidad				Categoría hotel		
	Capital	Ind.	Costa	Int.	3 est.	4 est.	5 est.
	(4.349)	(365)	(239)	(90)	(1.551)	(2.399)	(1.093)
— Vehículo propio	38,9	62,2	56,1	54,4	58,0	38,5	25,7
— Vehículo alquiler	5,2	11,5	13,4	14,4	5,8	6,5	6,1
— Avión	51,3	29,9	37,7	38,9	29,8	52,0	69,1
— Tren	9,1	3,0	3,8	5,6	11,0	8,2	4,9
— Barco	0,4	1,1	0,4	—	0,5	0,5	0,3
— Autocar línea	1,5	0,8	1,3	—	2,5	1,0	0,7
— Autocar discrecional	1,2	—	—	1,1	1,0	1,2	0,9
— Otro	1,4	3,8	2,1	3,1	1,8	1,8	1,0
— Sin datos	0,6	2,7	3,3	3,3	1,0	1,1	0,6

Por lo que respecta a la utilización de los servicios turísticos locales ofertados, los restaurantes y después las cafeterías son, con mucho, los más frecuentados por los viajeros profesionales. Otros servicios citados, aunque ya secundariamente, son los mesones y tascas y el transporte público urbano.

La nacionalidad se muestra discriminante, revelando la mayor inclinación de los residentes en España por las cafeterías y discotecas, a la vez que los extranjeros se decantan por el alquiler de vehículos y la oferta cultural y artística de la ciudad (ver Cuadro 25).

CUADRO 25

Viajeros profesionales. Servicios turísticos de la localidad de encuestamiento utilizados o que se piensa utilizar, aparte de los del hotel, según nacionalidad (Respuesta múltiple)

	Total	Españoles	Extranjeros
	(5.043)	(3.528)	(1.515)
— Restaurantes	91,2	91,8	90,0
— Cafeterías	64,0	67,5	55,9
— Mesones, tascas	29,1	29,5	28,2
— Discotecas	15,9	17,3	12,6
— Espectáculos	17,2	18,3	14,9
— Night clubs	7,2	6,7	8,4
— Alquiler vehículos	13,0	9,6	20,9
— Transporte público urbano	20,9	19,9	23,2
— Transporte público interurbano	5,8	4,4	9,1
— Museos, galerías de arte	18,5	11,8	33,9
— Otros	10,9	9,9	13,4
— Sin datos	3,5	3,2	4,0

Régimen de gastos y limitaciones impuestas a los mismos

Otra característica de los viajes profesionales es el régimen de gastos que el viajero mantiene con su empresa u organización. El siguiente cuadro 26 especifica estos datos.

Tal como se desprende del contenido del cuadro 26, el régimen más extendido consiste en gastos a justificar mediante facturas, sistema mantenido por seis de cada diez entrevistados. La otra situación con-

CUADRO 26

Viajeros profesionales. Régimen de gastos de viaje según nacionalidad y categoría del hotel

	Total	Categoría hotel			Nacionalidad	
		3 est.	4 est.	5 est.	Español	Extranj.
	(5.043)	(1.551)	(2.339)	(1.093)	(3.528)	(1.515)
— Dietas preestablecidas	33,1	36,2	32,8	29,5	35,7	27,1
— Gastos a justificar con facturas	60,9	57,3	60,9	65,9	58,3	66,8
— Sin datos	6,0	6,6	6,3	4,7	6,0	6,1

templada, el viaje con dietas preestablecidas, resulta menos habitual, siendo practicado por aproximadamente la tercera parte de los viajeros.

El régimen de gastos a justificar con facturas es mucho más frecuente entre los viajeros extranjeros y entre aquellos que se hospedan en los hoteles de mayor categoría.

Sin embargo, la ausencia de dietas prefijadas no supone que no haya limitaciones para los gastos que provoca el viaje. En el Cuadro 27 se observan cuáles son estas limitaciones.

CUADRO 27

Viajeros profesionales. Limitaciones de gastos de viaje (Base: Total muestra)

	%
— Dietas preestablecidas	33,1
— Categoría de hoteles	19,5
— Tope de dinero por comida	10,4
— Clase de billetes de avión	15,9
— Categoría de vehículos de alquiler	7,3
— Clase de billetes en ferrocarril	2,4
— Tope de dinero en gastos de cafetería	5,5
— Topes para gastos de representación	5,0
— Otras limitaciones	14,8
— No tiene limitaciones	14,0
	(5.043)

Un 19,5% de los entrevistados declara estar limitado en cuanto a la categoría del hotel al que puede acceder.

Un 15,9% en la clase de billete de avión que puede adquirir.

Un 10,4% ve limitada la cifra que puede gastar en una comida.

Un 7,3% no puede alquilar cualquier tipo de vehículo.

Un 5,5% tiene tope para sus gastos de cafetería y similares.

Sólo un 14% de todos los respondentes declara no sufrir ningún tipo de limitación explícita en sus gastos de viaje.

Las limitaciones y controles efectuados sobre los gastos adquieren un carácter diferencial según se trate de españoles o extranjeros. La fiscalización ejercida sobre estos últimos se centra en los medios de transporte, sobre todo en la clase de billetes de avión. Los residentes en España manifiestan un mayor control en lo que respecta a la categoría del hotel (ver Cuadro 28).

CUADRO 28

Viajeros profesionales. Limitaciones impuestas por la empresa en sus gastos de viaje, según nacionalidad y categoría del hotel
(Base: viajan con gastos a justificar)

	Categoría hotel			Nacionalidad	
	3 est.	4 est.	5 est.	Español	Extranjero
	(888)	(1.462)	(720)	(2.058)	(1.012)
— Categoría de hoteles	38,2	32,5	23,3	33,8	28,3
— Tope de dinero por comida	20,3	16,9	13,5	16,6	18,1
— Clase de billetes de avión	16,8	28,1	33,5	18,1	42,3
— Categoría de coches de alquiler	9,3	13,2	13,3	9,4	17,7
— Clase ferrocarril	3,3	4,2	4,4	3,4	5,2
— Tope de dinero en gastos de cafetería	9,8	9,3	7,5	8,2	10,7
— Topes en gastos de representación	9,9	7,9	6,5	7,7	9,1
— Otros	23,2	22,5	29,4	27,3	18,3
— Sin limitaciones	22,9	24,4	20,4	24,1	20,9

5. MOTIVACIONES Y VALORACIONES DE LOS VIAJEROS PROFESIONALES

En este capítulo se recogen las actividades y valoraciones expresadas por los viajeros profesionales sobre los servicios más representativos que conforman la oferta turística de la ciudad en que se encuentran en el momento de la encuesta. Dos son los contenidos que aquí se tratan:

- Motivos que han condicionado la elección del hotel en que se han alojado.
- Valoración general de la red de servicios utilizados en dicha localidad.

Motivación de la elección del hotel

El conocimiento previo del establecimiento constituye el factor más importante en el proceso de elección del hotel de todos los aducidos por el entrevistado; así lo señala el 37,4% de los que han respondido a este planteamiento. Alrededor de una tercera parte declara no haber intervenido en la selección, puesto que, o bien el hotel tiene un convenio preestablecido con la empresa (19,7%) o bien fue elegido por la institución organizadora del evento que ha motivado su desplazamiento (12,7%). Un 20,5% manifiesta que su elección está condicionada por la ubicación del hotel. El asesoramiento de las agencias de viaje no presenta gran importancia. El resto de las motivaciones consignadas desempeñan un papel marginal, como se observa en el Cuadro 29.

Como se desprende en estos datos, las diferencias entre españoles y extranjeros al respecto son bastante elocuentes. En aquellos la «experiencia previa» resulta ser un elemento determinante en la elección del hotel, mientras que los residentes en el extranjero manifiestan una menor intervención. Desde otro punto de vista es llamativo el alto porcentaje de individuos alojados en hoteles de cinco estrellas, cuya empresa tiene un convenio prefijado con el hotel.

CUADRO 29

Motivos de elección del hotel según categoría del mismo y nacionalidad

	Total	Categoría			Nacionalidad	
		3 est.	4 est.	5 est.	Español	Extranjero
	(5.043)	(1.551)	(2.399)	(1.093)	(3.528)	(1.515)
— Tiene convenio pre-establecido con su empresa	19,7	11,9	18,8	32,7	18,9	21,5
— Lo escogió la organización de la actividad por la que ha venido .	12,7	9,7	15,1	11,7	10,2	18,6
— Se lo recomendo su agencia de viajes ...	7,3	6,6	7,3	8,3	5,8	10,8
— Le resulta adecuado por su ubicación ...	20,5	24,7	20,1	15,4	20,5	20,4
— Lo conoce de antes y le gusta	37,4	38,6	38,2	33,9	42,8	24,7
— No consiguió otro ..	3,1	4,0	2,9	2,1	3,4	2,2
— Lo escogió al azar, sin motivos particulares	4,3	6,7	3,8	2,2	4,5	3,9
— Otros motivos	6,0	5,8	5,4	7,5	4,7	9,0
— Sin datos	1,8	2,1	1,8	1,4	1,4	2,7

Valoración de la oferta turística de la ciudad en que se haya el respondente

Para la medición de las actitudes y valoraciones de la población viajera respecto de los servicios turísticos de la ciudad se ha proporcionado una amplia relación con los más representativos, solicitando su opinión en base a cuatro aspectos fundamentales:

- Calidad del servicio.
- Trato.
- Comodidad de sus instalaciones.
- Precios.

El mecanismo aplicado para recoger estas valoraciones consiste en una escala de 10 posiciones en la que el entrevistado posiciona el servicio en cada una de las dimensiones consideradas.

El Cuadro 30 presenta la información al respecto.

Los hoteles son el servicio valorado más favorablemente en cualquiera de los aspectos, excepción hecha de los precios, donde son superados por los lugares de interés cultural y artístico. Precisamente éstos, junto a los restaurantes, alcanzan en conjunto puntuaciones también positivas. En el extremo opuesto figuran el transporte interurbano especialmente criticado en el ítem «Comodidad de sus instalaciones» y los night-clubs, servicios en los que la valoración es más desfavorable.

Centrándonos más en detalle sobre la valoración efectuada para los hoteles, se ve que, en conjunto, los que reciben una valoración más positiva son los de cinco estrellas, mientras que son los de menos cate-

CUADRO 30

Viajeros profesionales. Valoración de servicios de la ciudad donde se encuentran, por factores (Medias en escala 1/10)

	Calidad del servicio		Trato		Comodidad de instalaciones		Precios	
	(Base)	\bar{X}	(Base)	\bar{X}	(Base)	\bar{X}	(Base)	\bar{X}
— Restaurantes	(4.225)	7,40	(3.995)	7,52	(3.896)	7,15	(3.831)	6,56
— Cafeterías	(2.933)	6,99	(2.723)	6,95	(2.695)	6,75	(2.658)	6,56
— Mesones, tascas	(1.414)	6,86	(1.292)	7,11	(1.281)	6,06	(1.271)	6,71
— Discotecas, pubs	(731)	6,44	(672)	6,40	(670)	6,36	(672)	5,87
— Espectáculos	(751)	6,97	(651)	6,83	(672)	6,69	(666)	6,43
— Lugares interés cultural	(941)	7,45	(811)	7,02	(768)	6,94	(747)	7,43
— Nights clubs	(345)	6,32	(319)	6,40	(315)	6,09	(316)	5,47
— Alquiler vehículos	(614)	7,06	(557)	7,26	(483)	6,83	(520)	6,03
— Transporte urbano	(976)	6,42	(875)	6,34	(878)	5,86	(887)	6,90
— Transporte interurbano	(340)	6,07	(292)	6,00	(293)	5,60	(293)	6,40
— Hotel donde se hospeda	(4.345)	7,76	(4.087)	7,92	(4.081)	7,58	(3.939)	7,14

goría los más criticados, sobre todo en la «Comodidad de sus instalaciones».

Estos datos se presentan en el siguiente cuadro 31.

Con el fin de obtener una idea aproximada de la valoración de la oferta turística de las provincias incluidas en la muestra se ha confeccionado un indicador que reúne las puntuaciones medias de los tres servicios más valorados: hoteles, restaurantes y cafeterías.

CUADRO 31

Valoración del hotel donde se hospeda el viajero, por factores según categoría (Medias en escala 1/10)

	3 estrellas		4 estrellas		5 estrellas	
	(Base)	\bar{X}	(Base)	\bar{X}	(Base)	\bar{X}
— Calidad servicio	(1.340)	7,52	(2.079)	7,81	(926)	7,99
— Trato	(1.267)	7,71	(1.946)	8,00	(874)	8,03
— Comodidad instalaciones	(1.263)	7,29	(1.947)	7,61	(871)	7,94
— Precios	(1.229)	7,09	(1.870)	7,18	(840)	7,14

CUADRO 32

Viajeros profesionales: valoración media general por provincias (Obtenida en base a la calificación de: restaurantes, cafeterías y hoteles)

— Madrid	7,08
— Barcelona	7,03
— Vizcaya	7,19
— Valencia	7,03
— Alicante	7,13
— Sevilla	6,91
— Cádiz	7,31
— Huelva	7,03
— Valladolid	7,43
— Pontevedra	7,07
— Asturias	7,00
— Navarra	7,34
— Zaragoza	7,42

Las diferencias interprovinciales son escasamente significativas y van desde el mínimo registrado por Sevilla (6,91) hasta el valor máximo localizado en Valladolid (7,43), puntuaciones que demuestran cierto grado de satisfacción en los servicios ofertados.

Esto aparece reflejado en el Cuadro 32.