

# **ANÁLISE DO PERFIL DO TURISTA DE CONGRESOS**

Turismo de Galicia desenvolve no marco das actividades de investigación da súa competencia diversos estudos e traballos tendentes a coñecer con certo detalle algúns dos produtos e segmentos turísticos máis relevantes en Galicia. Neste sentido iniciou en 2010 unha liña de investigación enfocada ao turismo de reunións co obxectivo de tentar medir a dimensión real deste segmento e as súas principais características tanto do lado da oferta como da demanda.

Foron varios os traballos que se desenvolveron neste contexto destacando un deles como pioneiro na comunidade: o estudo do perfil do turista –características xerais, comportamento no destino, nivel de satisfacción, perfil sociodemográfico-. Neste sentido intentouse abordar a análise do segmento de reunións desde o punto de vista da demanda, do turista que visita Galicia tendo como motivo principal a asistencia a unha reunión sexa congreso, convención ou xornada.

Neste informe abórdanse con carácter xeral as principais características do turista de congresos –un dos segmentos incluídos no ámbito do turismo de reunións-. A análise ofrece unha panorámica xeral e aborda os principais aspectos do perfil do turista de congresos seguindo o esquema do cuestionario elaborado para o efecto cos seguintes epígrafes: organización e características da viaxe, comportamento no destino, valoración e satisfacción e perfil sociodemográfico.

## **OBXETIVO XERAL**

O obxectivo xeral do estudo é, por tanto, caracterizar o perfil do segmento do turismo de congresos en Galicia desde o lado da demanda.

### **Obxetivos específicos:**

- Caracterizar o perfil e comportamento da demanda do turismo de congresos en Galicia desde o punto de vista dos participantes das mesmas.
- Analizar o proceso de toma de decisión (motivacións, preferencias, expectativas,...).
- Coñecer e valorar o nivel de satisfacción do participante tanto en relación co evento como co destino do mesmo.

## MARCO CONCEPTUAL

Para poder caracterizar o turista de congresos na comunidade autónoma é preciso definir o marco conceptual e metodolóxico no que se fundamenta o mesmo, e delimitar como é o segmento do turismo de reunións en Galicia.

A nivel estatal existen dous organismos que impulsan e desenvolven estudos de medición do turismo de reunións en España. Son o Spain Convention Bureau, e Turespaña a través do sistema METURE (Sistema de Medición Estatística do Turismo de Reunións en España), que se encarga de definir o turismo de reunións e as súas variantes.

Enténdese por turismo de reunións “as actividades económicas asociadas á realización de congresos, convencións, viaxes de incentivo e outras reunións asimilables a estas (xornadas, seminarios, simposios...), organizadas por motivos profesionais ou asociativos”.

Considérase como turismo de reunións as seguintes modalidades:

### **1. Congresos**

Reunión promovida por entidades de carácter asociativo ou institucional (pública ou privada), de carácter aberto, non orientada ao negocio senón ao intercambio de ideas, debate e divulgación en diferentes campos (médico-sanitario, científico, cultural, académico, económico, educativo,...). Ten xeralmente unha frecuencia fixa e carácter rotativo. A entidade promotora decide a celebración do mesmo e a súa organización. O congreso debe ter un mínimo de 50 participantes e unha duración mínima de 2 días (1 noite).

### **2. Convencións**

Reunión promovida por unha empresa ou grupo empresarial, de carácter restrinxida e privada, e orientada ao negocio. Por norma xeral non teñen periodicidade fixa. Os participantes son membros da empresa ou grupo, aínda que tamén se contemplan persoas vinculadas á mesma (clientes, provedores, concesionarios,...). A entidade promotora decide os aspectos da organización e o programa de actividades, e asume ademais os gastos da convención. Os requisitos mínimos son tamén de 50 participantes e 2 días de duración (1 noite).

### 3. Viaxes de Incentivo

Viaxes colectivas promovidas principalmente por empresas ou grupos empresariais, que teñen un carácter principalmente lúdico ou de ocio (aínda que ás veces se complementa con actividades de formación e motivación). Os participantes son tamén membros da empresa ou grupo, e persoas vinculadas á mesma. A lóxica de decisión segue o mesmo esquema que a convención aínda que neste caso a motivación é distinta. Os requisitos mínimos son de 20 participantes e 2 días de duración (1 noite).

### 4. Xornadas, seminarios, simposios, cursos...

Neste apartado inclúense todas as reunións que non respondan aos criterios mínimos establecidos para congreso ou convención. Son, por tanto, outras modalidades como seminarios, xornadas, simposios, cursos e outras tipoloxías afíns.

O Spain Convention Bureau define esta tipoloxía como “reunións especializadas de natureza técnica e académica, que teñen como obxectivo analizar ou estudar en profundidade determinadas materias”. Poden ter unha vocación pública ou privada. Os requisitos mínimos establecidos son 50 participantes e 6 horas de duración (non se esixe, por tanto, pasar unha noite).

O volume e magnitude deste tipo de reunións é moi elevado, e ademais presenta maiores dificultades para a súa observación e medición (pola ampla diversidade de tipoloxías que presenta, por un maior número de posibles sedes,...).

Neste estudio centrarémonos, por tanto, no perfil do turista de congresos, debido a que o número de convencións e xornadas non é suficiente como para obter una mostra relevante.

## ÁMBITO TERRITORIAL

O ámbito territorial é a comunidade autónoma de Galicia. Para a análise global tivéronse en conta dúas áreas de estudo:

**Análise cuantitativa**  
(medición e cuantificación)

Toma de datos en toda Galicia

**Análise cualitativa**

(perfil e comportamento da demanda)

Catro áreas de estudo:

- Cidade de Coruña
- Cidade de Santiago de Compostela
- Vigo-Baiona- Mondariz
- A Toxa

Os **lugares de estudo** e de recollida de datos foron as sedes onde se celebraron os congresos, convencións e viaxes de incentivo. Son, por un lado, os hoteis de 3, 4 e 5 estrelas que dispoñen de salas para a celebración das reunións e, por outro lado, outras sedes como pazos de congresos, recintos feriais, auditorios, universidade e demais lugares que poidan acoller igualmente este tipo de reunións.

Para o estudo do perfil do turista de congresos teremos en conta a análise cualitativa, é dicir, as catro áreas onde se levaron a cabo os congresos.

**METODOLOXÍA DO ESTUDO GLOBAL**

O turismo de negocios, e entre el o de congresos, reporta uns beneficios cuantiosos para todos aqueles lugares que acollan este tipo de actividade. Trátase dunha modalidade turística moi rendible que ademais axuda a desestacionalizar o sector, concentrándose unha maior actividade no outono e na primavera.

Esta modalidade ten unha gran acollida nas cidades de entre 200.000 e 500.000 habitantes, posto que dispoñen non só dos equipamentos e servizos necesarios para este produto senón tamén dunha oferta de recursos de ocio para acoller esta iniciativa. Destacan a nivel estatal Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla ou Bilbao, e no caso de Galicia son A Coruña, Santiago e Vigo as cidades que rexistran un maior número de congresos.

En relación coa área temática do congreso destacan por número aqueles que teñen como obxecto o estudo de temas relacionados co ámbito sanitario, económico e comercial, ademais de académico, científico e cultural.

As sedes utilizadas para levar a cabo este tipo de reunións son os pazos de congresos, os auditorios, as universidades e as salas de hoteis principalmente.

A metodoloxía deste estudo contempla a realización dunha enquisa dirixida ao participante de congresos que cumpra os requisitos establecidos na definición anterior. A enquisa realizouse de forma presencial, na sede do evento e no momento de descanso co permiso dos organizadores do mesmo. A selección dos eventos foi aleatoria tentando abranguer á maior variedade dos mesmos –por sede e por temática- se ben o resultado final está moi condicionado pola dispoñibilidade de poder realizar as enquisas nos lugares seleccionados.

Tal como se comentou anteriormente a enquisa realizouse de forma presencial seguindo un cuestionario de diversas preguntas agrupadas en cinco epígrafes:

- Perfil sociodemográfico.
- Organización e características da viaxe.
- Comportamento no destino (antes, durante e despois da reunión)
- Gasto realizado.
- Valoración final e grao de satisfacción.

## ANÁLISE DO PERFIL DO TURISTA DE CONGRESOS

O resultado do traballo de campo deriva na obtención da seguinte mostra a partir da cal se elabora toda a análise do perfil do turista.

*Fig 1. Mostra turismo de congresos.*



A continuación, a través de unha serie de táboas presentaremos datos cuantitativos relativos á sede, ámbito, sector e localidade de realización das enquisas, isto é, unha desagregación da mostra total. Desta maneira poderemos entender e interpretar mellor os resultados finais do estudo.

Atendendo ao tipo de sede de realización do congreso obsérvase que:

*Tab 1. Número de congresos segundo a sede.*

TIPO DE SEDE	NÚMERO	PORCENTAXE
Hotel	148	7,9%
Pazo de Congresos	997	53,3%
Recinto Ferial	50	2,7%
Universidade	528	28,2%
Outras	147	7,9%
TOTAL	1.870	100,0%

O maior número de enquisas realizouse en pazos de congresos, sede de moitos dos grandes congresos da comunidade. De feito as propias características dos mesmos –

son en esencia equipamentos destinados a este segmento turístico- fan que acollan a un volume importantes de congresos e, sobre todo, a aqueles de maior número de participantes.

Se temos en conta o ámbito do congreso observamos que segundo o número de participantes se rexistran os seguintes datos :

*Tab 2. Número de congresos segundo o ámbito.*

ÁMBITO	NÚMERO	PORCENTAXE
Internacional	810	43,3%
Nacional	1.060	56,7%
TOTAL	1.870	100,0%

Máis da metade dos participantes asisten a congresos de ámbito nacional se ben unha cifra non pouco importante –o 43%- asiste a congresos que teñen unha dimensión internacional.

*Tab 3. Número de congresos segundo o sector.*

SECTOR	DATOS	PORCENTAXE
Académico- Científico	107	5,7%
Académico- Universitario	354	18,9%
Científico-Tecnolóxico	141	7,5%
Cultural	101	5,4%
Legal	50	2,7%
Médico-sanitario	874	46,7%
Outros	243	13,0%
TOTAL	1.870	100,0%

Con referencia ao sector do congreso podemos observar que o maior número de enquisas –o 47% en particular- realizouse en congresos do ámbito médico e sanitario, circunstancia que pode condicionar en boa medida os resultados finais. O 32% da



mostra global corresponde a congresos dun ámbito máis xenérico correspondente ao académico, científico e tecnolóxico.

Respecto a localidade de celebración do congreso:

*Tab 4. Número de congresos segundo a localidade.*

LOCALIDADE	DATOS	PORCENTAXE
A Coruña	739	39,5%
Baiona	41	2,2%
Santiago de Compostela	938	50,2%
Vigo	152	8,1%
TOTAL	1.870	100,0%

A metade das enquisas realizáronse en congresos con sede na cidade de Santiago de Compostela. Xunto con A Coruña –que absorbe neste caso a case o 40% do total– representan os dous grandes polos de celebración de congresos en Galicia. Tal circunstancia está en relación coa orientación de ambas cidades cara este segmento turístico medida, por exemplo, pola presenza de infraestruturas e equipamentos destinados ao mesmo –hoteis, pazos de congresos, OPC’s, condicións de boa accesibilidade,...- así como dunha excelente oferta complementaria.

Para coñecer o perfil do turista de congresos empregamos o cuestionario elaborado para os participantes que consta de 27 preguntas agrupadas nos 5 bloques que citamos con anterioridade.

#### 1.- Lugar de residencia

Para analizar o perfil sociodemográfico a primeira variable que teremos en conta é o lugar de residencia, segundo o cal obtemos as seguintes cifras:

Tab 5. Lugar de residencia dos participantes.

PROCEDENCIA	%
Galicia	24,0%
Resto de España	59,9%
Estranxeiro	16,2%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

O segmento de congresos ten unha forte compoñente nacional. Non en vano o 84% dos turistas son españois, porcentaxe que inclúe tanto aos residentes en Galicia – representan o 24% do total- como sobre a aqueles que proceden do resto do Estado – segmento maioritario que representa neste caso a case o 60%-.

O 16% dos turistas de congresos son estranxeiros.

Se facemos fincapé na procedencia dos turistas da península vemos que a maior parte proveñen de Madrid (31%), Cataluña (20,1%), Andalucía (11,3%), C. Valenciana (6,9%) e Castela e León (6,8%). No ámbito internacional os principais focos son Portugal (15,7%), Italia (13,8%), México (11,5%), Brasil (10,4%) e Estados Unidos (7,1%).

## 2.- Idade

Se nos fixamos na idade podemos comprobar a seguinte información.

Existen tres grupos de idade nos que se agrupan as porcentaxes mais altas, estes son a franxa que vai dende os 25 ós 34 (34,5%), dos 35 ós 44 (31,6%), sendo a marxe de diferenza entre os dous grupos moi pequena, e por último dos 45 ós 54 cunha porcentaxe relativamente inferior (21,2%).

Segundo a procedencia no caso dos residentes en Galicia o tramo de maior peso é o de 25 a 34 anos –sitúanse aquí o 40% dos turistas da comunidade- A idade media dos mesmos sitúase en 36 anos. No caso dos españois de fóra de Galicia hai dous

segmentos con notable peso –un 34% sitúase entre 25 e 34 anos e un 31% entre 35 e 44 anos-. A idade media ascende neste caso a 41 anos.

*Tab 6. Idade dos participantes.*

IDADE DOS PARTICIPANTES	%
Menos de 25 anos	3,7%
De 25 a 34 anos	34,5%
De 35 a 44 anos	31,6%
De 45 a 54 anos	21,2%
De 55 a 64 anos	7,3%
Máis de 64 anos	1,7%
TOTAL	100,0%

O turista estranxeiro presenta neste caso un perfil diferente por canto o 42% dos mesmos sitúase no tramo de 35 a 44 anos –cunha idade media tamén de 41 anos-.

Se atendemos á idade dos participantes e o sector, establecendo a diferenza entre médico e non médico -debido a que case a metade dos congresos celebrados se centran nesta materia- acadamos os seguintes datos:

*Tab 7. Idade dos participantes segundo o sector.*

IDADE	MÉDICO (%)	NON MÉDICO (%)
Menos de 25 anos	0,5%	6,5%
De 25 a 34 anos	35,6%	33,6%
De 35 a 44 anos	36,8%	27,1%
De 45 a 54 anos	19,9%	22,3%
De 55 a 64 anos	6,0%	8,4%
Mais de 64 anos	1,1%	2,2%
TOTAL	100,0%	100,0%

Como podemos advertir repítense as mesas franxas de idade que no caso xeral, correspondendo a porcentaxe mais elevada de asistencia a congresos relacionados con medicina o ratio que vai dende os 35 ós 44 anos (36,8%). A idade media do turista é similar en ambos tipos de congresos.

Cando cruzamos a idade e o ámbito do congreso as cifras acadadas son as mostradas a continuación:

*Tab 8. Idade dos participantes segundo o ámbito do congreso.*

IDADE	NACIONAL (%)	INTERNACIONAL (%)
Menos de 25 anos	3,4%	4,1%
De 25 a 34 anos	33,8%	35,4%
De 35 a 44 anos	25,6%	38,1%
De 45 a 54 anos	25,3%	16,7%
De 54 a 64 anos	9,4%	4,9%
Mais de 64 anos	2,5%	0,8%
TOTAL	100,0%	100,0%

Nos congresos de ámbito nacional a franxa de idade na que se acada unha maior porcentaxe é de 25 a 34 anos (33,8%), mentres que a nivel internacional é o rango de idade que vai de 35 a 44 anos(38,1%). En ambos casos cabe destacar a franxa de idade de 45 a 54 anos (25,3% e 16,7%) respectivamente.

### 3.- Xénero

Como podemos advertir a porcentaxe de homes que acode aos congresos é lixeiramente superior á de mulleres. Comportamento que se repite cando analizamos o lugar de residencia se temos en conta o ámbito nacional e internacional, mentres que se unicamente atendemos a Comunidade Autónoma invértense os datos, e hai mais mulleres que homes. O mesmo acontece se o congreso é de índole médico-sanitario.

Tab 9. Xénero dos participantes segundo a procedencia e o tipo de congreso.

SEXO	%	LUGAR DE RESIDENCIA			TIPO	
		GALICA	ESPAÑA	ESTRANXEIRO	MÉDICO-SANITARIO	OUTROS
HOME	53,1%	46,8%	56,2%	51,2%	46,7%	58,5%
MULLER	45,2%	51,9%	42,5%	45,4%	52,8%	38,8%

#### 4.- Ocupación

Se nos fixamos na táboa, podemos observar que existe unha porcentaxe moi alta (40,5%) que sinala a opción “Outros” para marcar o posto ou a ocupación concreta. Boa parte dos mesmos son, por exemplo, médicos ou profesionais da rama sanitaria. Son os traballadores cualificados o segundo grupo mais numeroso cun 24%. O terceiro segmento de maior peso son os estudantes -cun 10,8%-, debido esencialmente ao seu interese académico, por encima de empresarios, persoal directivo e técnicos ou mandos intermedios.

Tab 10. Ocupación profesional dos participantes.

OCUPACIÓN PROFESIONAL	PORCENTAXE
Empresario/Autónomo	7,2%
Persoal directivo	4,9%
Técnico/Mando intermedio	9,0%
Outros traballadores cualificados	24,0%
Desempregado	2,1%
Estudante	10,8%
Xubilado	1,6%
Outros	40,5%

5. - Motivo principal

Tab 11. Motivacións para acudir aos congresos.

MOTIVACIÓN ASISTENCIA	PORCENTAXE
Interese profesional	65,5%
Interese académico/ Formación	21,6%
Interese comercial	2,0%
Outros	10,8%
TOTAL	100,0%

O interese profesional, que representa o 65,5%, é a principal motivación que leva aos asistentes a acudir a este tipo de reunións. Existe unha porcentaxe tamén importante, o 21,6%, que sinala ter máis ben interese académico e de formación. Son dous segmentos aparentemente dispares aínda que probablemente teñan elementos en común por canto unha mellor formación redonda nunha mellora da capacidade profesional. En calquera caso como motivo principal é destacable que a porcentaxe maioritaria avoga por un interese profesional máis que académico ou doutra índole.

Existe tamén unha pequena porcentaxe que se decanta polo interese comercial (2%). Dentro do apartado de “Outros motivos” podemos destacar como razóns o turismo e mailo ocio, asistir como acompañante ou por afección.

Os tres grandes segmentos de mercado segundo a procedencia amosan maioritariamente interese profesional fronte ás outras alternativas. Así o manifestan a metade dos residentes en Galicia e o 70% tanto dos españois procedentes doutras comunidades coma os estranxeiros.

Nos congresos médicos o interese profesional é o principal motivo de máis do 80% dos participantes, cifra que fica no 53% no caso daqueles que asisten a congresos non médicos, doutros ámbitos máis académicos ou científicos.

## 6.- Aspectos de maior influencia na decisión de asistir ao congreso

Como complemento á pregunta anterior, e co ánimo de coñecer con certo detalle as motivacións e o interese dos participantes nos congresos, formúlase a cuestión de cales son os aspectos que maior influencia teñen á hora de decidir a asistencia ao congreso.

Tal como se pode comprobar na seguinte táboa na que aparecen ordenados correlativamente os aspectos que mais inflúen a hora de asistir a un congreso, vemos que o encontro con compañeiros e colegas é o principal argumento sinalado, e que inclusive ten máis peso na decisión que o propio programa científico que aparece en segunda orde. Tamén é importante a cidade ou o destino, sen embargo a sede é o aspecto que menos relevancia ten para os asistentes.

Os diferentes argumentos están valorados nunha escala de 1 (ningunha influencia) a 5 (moita influencia).

*Tab 12. Aspectos de maior influencia na toma de decisión.*

ASPECTOS DE MAIOR INFLUENCIA	MEDIA	ORDE
Encontro con compañeiros/colegas	4,19	1
Programa científico	4,17	2
Cidade/ Destino sede da reunión	3,85	3
Programa social	3,59	4
Sede da reunión	3,55	5

Aínda que con carácter xeral non se aprecian grandes diferenzas no pequeno matiz si se observa que o encontro con compañeiros e colegas é o aspecto máis importante para o turista español que vén de fóra de Galicia. Para o residente na comunidade e para o estranxeiro o principal argumento reside no programa científico do congreso.

## 7.- Medios de información consultados

Tab 13. Medios de información consultados.

MEDIOS CONSULTADOS	PORCENTAXE
Internet: outras Webs, foros...	48,1%
A través da organización	20,6%
Axencias de viaxe	3,5%
Familiares/amigos	3,3%
Web Turgalicia	3,2%
Outros	4,3%

Dentro do epígrafe dedicado ás características da viaxe o primeiro aspecto a analizar é o medio ou medios de información consultados para precisamente organizar a visita e asistencia ao congreso.

Existe en primeiro lugar unha porcentaxe do 20,5% que afirma que non buscou ningún tipo de información co obxecto de asistir aos congresos. Infírese que un 80% dos participantes si o fixo e por diferentes medios. Neste sentido é Internet, con case un 48% do total, o medio máis utilizado –epígrafe que inclúe todas as webs, foros e demais portais que tivesen relación co congreso ou co destino do mesmo-.

Un 21% obtivo información a través da organización do congreso, quedando o resto diluído en diferentes medios: un 3,5% a través de axencias de viaxe ou un 3,3% a través de familiares e/ou amigos.

O uso de internet para a consulta de información é un aspecto propio do turista de fóra de Galicia –así o manifestan o 53% dos españois procedentes doutras comunidades autónomas e o 73% dos estranxeiros-. Os residentes en Galicia, en cambio, sinalan nunha porcentaxe importante –de pouco máis do 50%- que non buscaron información de ningún tipo para organizar a viaxe e asistencia ao congreso.



## 8.- Reserva

Dous son os aspectos imprescindibles á hora de falar dunha viaxe e, por tanto, de xestionar a mesma: son o transporte e o aloxamento. Segundo os datos acadados nas enquisas unha porcentaxe importante dos turistas realiza algunha reserva previa ben do transporte –así o sinala o 85,4%- ou ben do aloxamento –así o manifesta o 84,6% neste caso-. De feito o 81% realiza ambas xestións en conxunto.

A reserva a través de internet é a opción maioritaria tanto para o caso do transporte –o 37%- como para o aloxamento –o 39%-. Outras alternativas sinaladas son a reserva a través da organización do evento -21% para o transporte e 26% no caso do aloxamento- ou directamente por parte do propio participante -21% no caso do transporte e 14% no caso do aloxamento-.

Neste ámbito concreto a reserva atinxe basicamente aos turistas residentes fóra de Galicia. Tanto para aqueles que proceden do resto do Estado como para os estranxeiros as porcentaxes de reserva de transporte e aloxamento igualan ou superan o 95% dos casos, sen diferenzas notables entre eles.

## 9.- Medio de transporte a Galicia (só non residentes)

O avión é, con diferenza, o medio de transporte mais empregado para chegar a Galicia representando casi un 80% da porcentaxe total. En boa medida a comodidade e rapidez que supón empregar este medio ademais do abaratamento dos voos grazas ao incremento da oferta e as compañías de baixo custo son factores importantes que explican esta notable uso.

Un 15% dos turistas emprega, en cambio, o vehículo privado –sendo o segundo medio máis utilizado-. Os outros transportes utilizados polos asistentes cunhas cifras moi baixas son o tren cun 3,2% e o autobús cun 2,6%.

Tab 14. Medios de transporte para chegar a Galicia

MEDIO DE TRANSPORTE	PORCENTAXE
Avión	79,1%
Vehículo privado	14,7%
Tren	3,2%
Autobús	2,6%
NS/NC	0,4%
TOTAL	100,0%

Unha vez no destino os medios de transporte máis utilizados son o taxi -cunha porcentaxe do 30,6%- e o vehículo privado -cun 30,2%-. Tamén podemos destacar o uso do autobús cunha porcentaxe do 10,1%.

#### 10.- Compañía da viaxe

O 65,7% dos turistas de congresos viaxan e asisten aos mesmos en solitario mentres que o 31,6% acudiron acompañados dalgunha persoa. Neste último caso a maior parte dos participantes asiste acompañado dunha soa persoa –algo máis da metade dos mesmos- mentres que o resto vén acompañado de máis dunha persoa.

Tab 15. Número de acompañantes na viaxe.

COMPAÑÍA DA VIAXE	PORCENTAXE
Viaxa só	65,7%
Viaxa en compañía dunha persoa	16,5%
Viaxa en compañía de 2 persoas	8,3%
Viaxa en compañía de máis de 2 persoas	6,9%
NS/NC	2,7%
TOTAL	100,0%

O tipo de viaxe realizado segundo a compañía non varía moito nos diferentes segmentos analizados tanto pola procedencia dos participantes como polo tipo de congreso ou sede do mesmo.

## 11.- Frecuencia

O 41% dos turistas de congresos residentes fóra de Galicia visitan a nosa comunidade por vez primeira aproveitando a asistencia ao mesmo mentres que o 59% repite a súa visita a comunidade, isto é, xa estivera nalgunha ocasión anterior. Percíbese por tanto a existencia dunha porcentaxe bastante alta de xente que repite a súa visita á nosa comunidade coa asistencia ao congreso. O que descoñecemos e se repite a visita por motivos unicamente profesionais, ou por ocio e vacacións.

Aqueles que repiten visita presentan unha frecuencia variable en relación ao número de veces que estivo na nosa comunidade anteriormente.

*Tab 16. Frecuencia da viaxe*

FRECUENCIA	PORCENTAXE
Primeira visita	40,6%
Estivo anteriormente 1-2 veces	14,7%
Estivo anteriormente 3-5 veces	21,9%
Estivo máis de 5 veces	22,2%
NS/NC	0,6%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

Unha porcentaxe importante de turistas amosa unha elevada frecuencia da visita por canto estivo en Galicia máis de dúas veces anteriormente –así o manifestan o 44% do total, porcentaxe que inclúe a un 22% que xa visitou a nosa comunidade en máis de cinco ocasións con anterioridade-. Encaixa isto con un perfil de congresista profesional que de forma periódica asiste aos congresos do seu ramo.

O grao de repetición da visita a Galicia é notablemente superior no caso dos españois residentes fóra de comunidade en relación aos estranxeiros. Un terzo dos primeiros visita Galicia por vez primeira nesta viaxe –en consecuencia dous de cada tres turistas nacionais xa estivera nalgunha ocasión anteriormente- mentres que no caso dos estranxeiros a porcentaxe de primeira visita ascende ao 71% -un 28% dos mesmos xa estivera con anterioridade-.

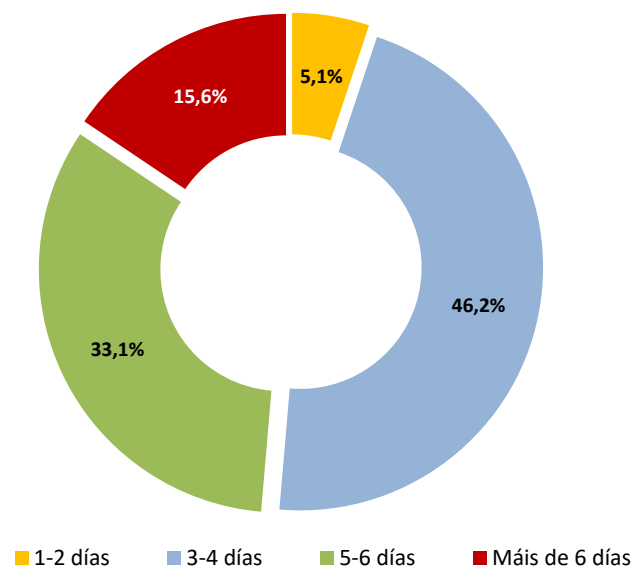
Ademais de repetir máis veces viaxe a Galicia a frecuencia é tamén superior no caso dos españois en relación aos estranxeiros.

## 12.- Estadía

Unha primeira cuestión relativa ao comportamento do turista no destino é coñecer a duración da súa viaxe, isto é, canto tempo pasa ou vai pasar no seu destino dentro de Galicia. Unha primeira análise global ofrece que a maior parte dos turistas fican entre tres e catro días –concretamente o 46% do total, case a metade dos mesmos-. Un terzo do total fica entre cinco e seis días. Só un 5% dos turistas consultados afirma ficar entre un e dous días, a duración mínima dunha noite.

Son, por tanto, cifras importantes sobre todo en relación a outros perfíle de demanda turística que fican na nosa comunidade xeralmente entre unha e dúas noites.

*Fig 2. Duración da estadía*



En termos globais estímase que a estadía media do turista de congresos en Galicia é de 4,7 días. No gráfico anterior aparecen representados o número de días –en

intervalos- que os participantes asisten aos congresos coas súas respectivas porcentaxes. Os valores mais altos acádanse, como se pode observar, naquelas estadias que se prolongan entre tres e catro días –así o sinalan o 46% do total dos participantes-. Un terzo dos turistas consultados afirma que fica en Galicia entre cinco e seis días.

A comparación con outros perfiles de demanda denota que os asistentes aproveitan a viaxe, que ten na maioría dos casos un carácter profesional, para facer visitas turísticas de ocio. As dúas dimensións do turismo conviven neste segmento.

Tal circunstancia acredítase na comparación da duración da viaxe coa duración do evento ou congreso. Neste sentido, en base aos datos recollidos relativos á caracterización das reunións obtense que a duración media dos congresos en Galicia é de 3,5 días –un 42% dos mesmos son de tres días e un 38% de catro días-. Infírese que de media o turista de congresos fica un día adicional en Galicia descontando o período de asistencia ao evento.

A estadía media do turista español procedente de fóra de Galicia sitúase en 4,5 días mentres que o estranxeiro fica na nosa comunidade 5,4 días de media, cifras importantes que tamén inclúen a duración do congreso máis algún tempo adicional de visita turística.

En función do tipo de congreso non se observan diferenzas importantes ficando a estadía media do participante de congresos médicos en 4,4 días e do participante en congresos doutra índole en 5,0 días.

### 13.- Tipo de aloxamento

Seguidamente podemos comprobar o tipo de aloxamento empregado polos congresistas durante a súa viaxe e estadía en Galicia. Destaca singularmente por encima de calquera outra modalidade de aloxamento o hotel, tipoloxía utilizada por máis do 70% dos turistas consultados. Dentro dos mesmos é maioritario o uso de dous

segmentos concretos: o hotel de catro estrelas –modalidade apuntada por un 36% dos turistas- e o hotel de tres estrelas –opción elixida por un 24% do total-. Apenas un 6% opta polo segmento de alta categoría, hoteis de cinco estrelas.

Estes datos confirman unha realidade neste sector en Galicia. O oferta de aloxamento no segmento de hoteis de tres e catro estrelas é moi elevada nos principais destinos de reunións, principalmente nas grandes cidades de Galicia –A Coruña e Santiago esencialmente aínda que tamén Vigo-. Esta modalidade enfócase claramente ao sector de reunións e congresos –polos equipamentos e servizos prestados- e, por tanto, atraen a unha boa parte dos turistas deste segmento.

Tab. 17 Tipo de aloxamento

ALOXAMENTO	PORCENTAXE
Hotel 5 estrelas	5,6%
Hotel 4 estrelas	35,8%
Hotel 3 estrelas	23,7%
Hotel 1-2 estrelas	6,3%
Casa de familiares/amigos	4,0%
Domicilio habitual	14,7%
Outros	5,4%
NS /NC	4,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

En relación coa procedencia do turistas si se observan notables diferenzas en canto ao tipo de aloxamento utilizado. En boa lóxica, o participante residente en Galicia pasa a noite principalmente no seu domicilio habitual durante o congreso –así o sinalan un 60% dos mesmos- mais existe unha porcentaxe próxima ao 24% que dorme fóra da casa, ben nun hotel –o 13%- o ben en casa de familiares/amigos –o 11% neste caso-.

O turista español de fóra de Galicia utiliza en boa medida o hotel como modalidade de aloxamento –así o manifesta o 91% dos mesmos- destacando o segmento de catro estrelas –nesta tipoloxía dorme case a metade do total considerado-. Un 28% opta por hoteis de tres estrelas mentres que o 8% utiliza o hotel de cinco estrelas.

O turista estranxeiro opta tamén de forma maioritaria polo hotel –o 84% do total- mais neste caso obsérvase un maior uso daquel de tres estrelas –o 39% dos mesmos- fronte ao de catro estrelas –o 34%- e outras categorías.

Nos congresos do ámbito médico-sanitario o uso do hotel como modalidade de aloxamento ascende ao 76% dos casos sendo claramente maioritaria a opción do segmento de catro estrelas –o 51% dos turistas de congresos médicos optan por esta tipoloxía-. Nos congresos doutros ámbitos fóra do médico tamén se opta principalmente polo hotel –o 67,5% dos casos- se ben aquí os participantes elixen en semellante proporción os de tres estrelas –o 26%- e os de catro estrelas –o 23% neste caso-.

#### 14.- Actividades que realiza

Entre as actividades mais frecuentes está degustar da gastronomía de Galicia –comer e cear nalgún restaurante cun 87%- dado que este é un dos principais atractivos da comunidade. En segundo lugar, con porcentaxes tamén importantes, sinalan como actividade pasear pola cidade/entorno –así o manifesta o 77%- e visitar lugares de interese turístico –o 63% neste caso-. Normalmente, como vimos con anterioridade os congresos celébranse nas cidades e destinos urbanos, principalmente A Coruña, Santiago e Vigo, polo que a oferta tanto en restauración, como en servizos e monumentos é moi abundante e interesante, e supón un gran atractivo para os participantes de congresos.

Unha cuarta parte dos turistas consultados sinala que durante a súa estadía en Galicia aproveita para ir de compras –concretamente o 26% do total- e saír pola noite –ocio nocturno, cun 27% dos casos-. En menor medida sinalan a asistencia a algún espectáculo cultural –neste caso o 12% elixe esta opción-.

Tab. 18 Actividades que realiza durante a estada

ACTIVIDADES	PORCENTAXE
Comer/ cenar en algún restaurante	87,2%
Paseo pola cidade/ entorno	77,4%
Visita lugares de interese	62,6%
Ocio nocturno	27,1%
Ir de compras	25,6%
Asistir a algún espectáculo cultural	11,9%
Outras actividades	1,6%

É o turista español residente fóra de Galicia o que presenta un perfil máis “turístico” en relación aos outros dous segmentos por canto realizar en maior medida cada unha das actividades sinaladas no cadro anterior. Así máis do 90% dos mesmos come ou cea nalgún restaurante e pasea pola cidade e o contorno máis inmediato realizando diferentes visitas turísticas. Un terzo aproveita ademais para ir de compras e realizar ocio nocturno.

O turista estranxeiro opta en maior medida que o residente en España por visitar lugares de especial interese turístico e asistir a algún espectáculo de tipo cultural, amosando tamén boas cifras nos restantes epígrafes.

Neste caso, e por razóns obvias asociadas á proximidade ao lugar de celebración do evento, o turista residente en Galicia presenta un perfil menos “turístico” por canto participa menos das actividades relacionadas anteriormente. Entre elas destaca singularmente a parte máis gastronómica por canto un 70% sinala que come ou cea nalgún restaurante. Un 42% pasea pola cidade e o seu contorno aínda que tan só o 18% visita lugares de especial interese turístico.



### 15.- Viaxa por outros lugares de Galicia

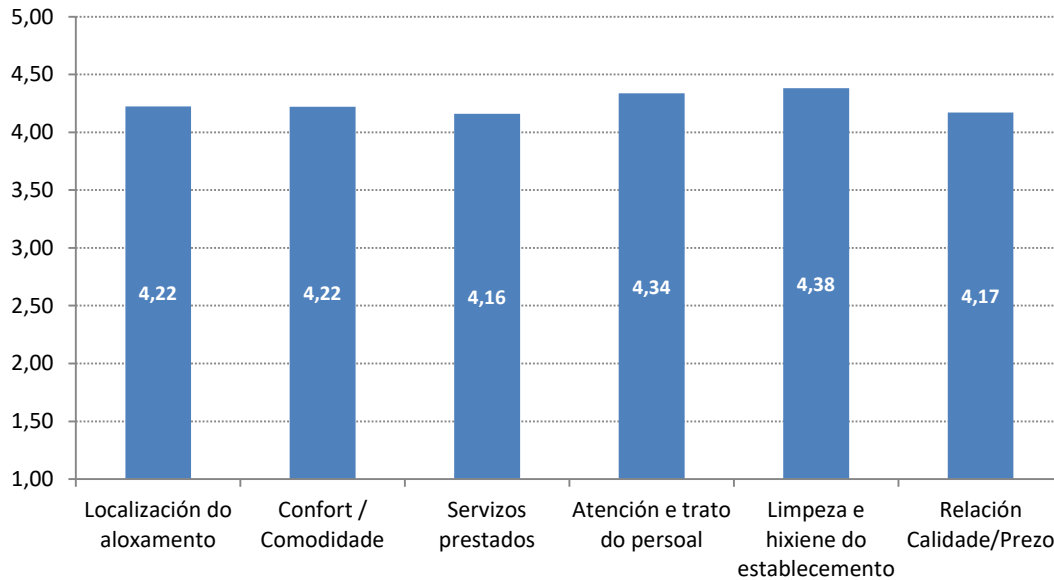
Preguntados por este tema, e dentro do epígrafe relativo ao comportamento no destino, un 13% dos turistas consultados afirma que visita outros lugares de Galicia durante a súa viaxe á nosa comunidade, antes ou despois do congreso. Xeralmente esta pequena visita a outros destinos de Galicia ten unha compoñente vacacional ou de ocio –así o manifestan case o 80% dos mesmos- cunha duración media de 1,7 días. Apenas un 4% faino por traballo ou negocios –aproveitando desta maneira a asistencia ao congreso- e un 3,5% por outros motivos diferentes.

Encaixa dalgunha maneira este dato coas cifras comentadas anteriormente que poñían en relación a duración do congreso co número medio de días de estada en Galicia e cuxa diferenza facía intuír o que agora se confirma: que o turista de congresos aproveita a viaxe a Galicia e a asistencia ao mesmo para realizar “visitas turísticas” de ocio pola nosa comunidade máis alá dos propios días do evento. Xérase, por tanto, unha actividade complementaria de notable importancia para o sector non só en termos cuantitativos senón tamén polo efecto repetición que pode ter para os participantes.

### 16.- Valoración

Co obxecto de coñecer o nivel de satisfacción acadado polos participantes nos congresos, pedíuselles que valoraran nunha escala do un ao cinco distintos aspectos relacionados co aloxamento utilizado así como coa sede da reunión, a organización da reunión e a cidade de destino da mesma, correspondéndose o 1 coa puntuación mais baixa e o 5 coa mais alta.

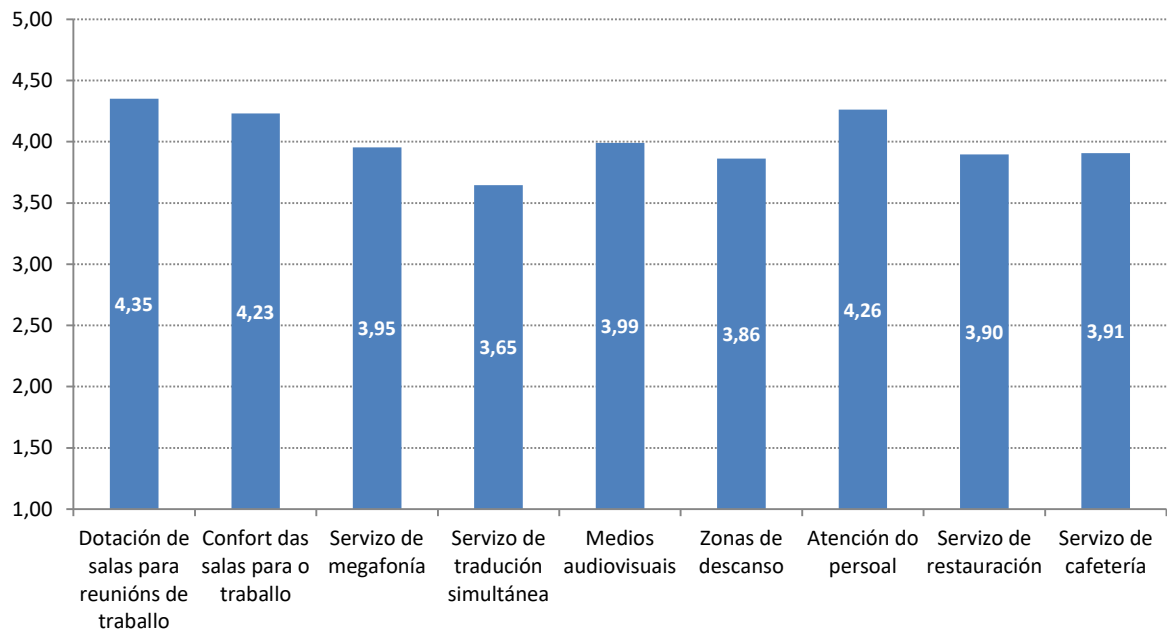
Nunha primeira análise global obsérvase que boa parte dos ítems valorados teñen unha puntuación superior ao catro, sobre todo aqueles relacionados co aloxamento e co destino da reunión. Infírese, por tanto, un nivel de satisfacción global elevado nos grandes epígrafes citados anteriormente.

*Fig 3. Puntuación obtida en relación ao aloxamento*

En relación ao aloxamento utilizado durante a estadía en Galicia obsérvase que os ítems máis valorados son a limpeza e hixiene do establecemento e a atención e trato do persoal –ambos cunha puntuación media por encima de 4,3-. Os restantes ítems obteñen tamén unha valoración importante, do contorno do 4,2 de media. En xeral, o aloxamento utilizado obtén unha puntuación notable e destacada.

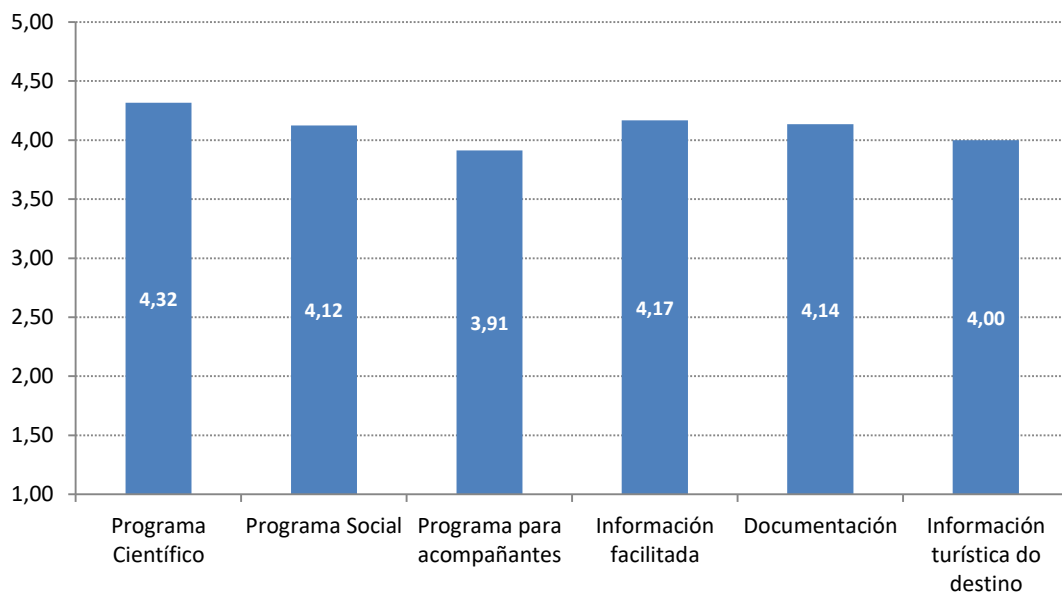
En relación coa sede da reunión obsérvanse certas diferenzas nas valoracións asignadas aos ítems correspondentes. Dunha banda obteñen unha puntuación por encima dos catro puntos tres elementos concretos: a dotación de salas e espazos para reunións de traballo, o confort e a comodidade das salas para o traballo así como a atención do persoal. Son tres ítems concretos que se relacionan cos equipamentos e co servizo prestado polas sedes das reunións.

Fig 4. Puntuación obtida en relación á sede da reunión



Os restantes ítems teñen unha puntuación menor –numericamente sitúanse por debaixo do catro- sendo o elemento peor valorado o servizo de tradución simultánea – con pouco máis dun 3,6 sobre 5-.

Fig 5. Puntuación obtida en relación á organización da reunión

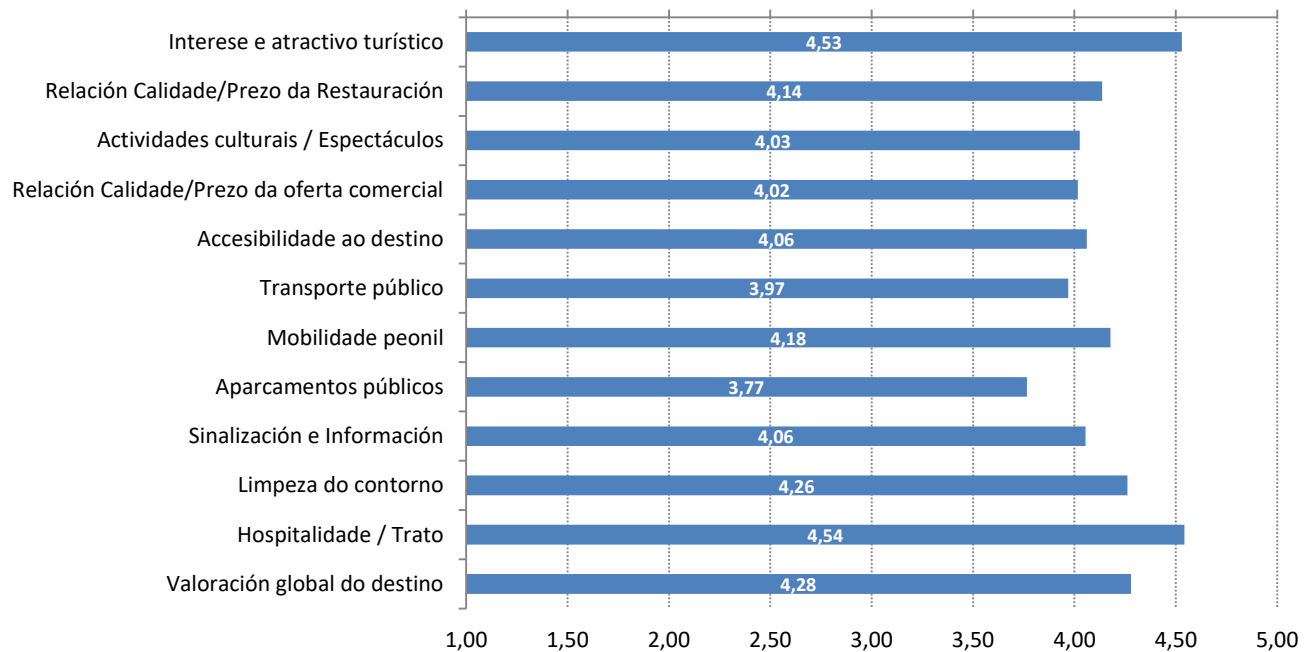


O programa científico do congreso é o aspecto mellor valorado dentro do epígrafe referido á organización do evento, cunha puntuación por encima do 4,3 de media. Todos os demais ítems asociados obteñen tamén unha valoración importante, por encima dos catro puntos de media, quedando como o aspecto peor valorado neste caso o programa para os acompañantes –cunha media de 3,9 puntos-.

O último epígrafe deste grande apartado relacionado co nivel de satisfacción do participante ten que ver coa cidade ou o destino onde se celebra a reunión. Son aspectos que non están directamente relacionados co congreso na súa parte organizativa mais teñen unha importancia notable desde o punto de vista turístico pois algunhas das cidades e destinos considerados teñen unha clara vocación cara este segmento de mercado.

En xeral as valoracións asignadas son elevadas e notables, estando practicamente todos os ítems por encima do catro sobre cinco. Só dous elementos se sitúan por debaixo desa media: o transporte público e, sobre todo, os aparcamentos públicos. Son, en particular, dous aspectos relacionados coa accesibilidade e mobilidade dentro do destino considerado.

Dous elementos son os mellor valorados dentro do destino: o seu interese e atractivo turístico e a hospitalidade e trato da xente. Ambos ítems teñen unha puntuación media por encima dos 4,5 puntos, a máxima valoración obtida en todos os aspectos analizados. Acada tamén unha puntuación importante a limpeza do contorno cunha media próxima aos 4,3 puntos.

*Fig 6. Puntuación obtida en relación a cidade de destino*

É importante destacar neste apartado a importancia que teñen os elementos intanxibles no grao de satisfacción do turista nesta viaxe. Tanto a hospitalidade e o trato da xente en xeral como a atención do persoal no aloxamento e na sede da reunión son os aspectos mellor valorados dentro de cada epígrafe.

En termos xerais, a valoración global do destino é notable e sitúase en 4,3 puntos sobre cinco.

## CONCLUSIÓNS

O turismo de congresos e reunións xera en España moi boas posibilidades de negocio, posto que é unha das modalidades turísticas de maior rendemento. Proporciona ademais importantes beneficios directos e indirectos ao conxunto do tecido turístico da localidade na que se celebra, e a outros sectores económicos relacionados como por exemplo restauración, ocio, comercio, transporte,...

Configúrase tamén como un dos subsectores turísticos máis importantes desde o punto de vista da sostibilidade e o respecto da capacidade de carga dun destino. Trátase ademais dun turismo con actividade ao longo de todo o ano se ben concentra a maior parte dos eventos na temporada media –de abril a xuño e de outubro a novembro-, que pode dinamizar todos aqueles axentes implicados no seu desenvolvemento.

Durante o ano 2015 medrou en España un 15% con respecto ao ano anterior, sendo o noso país unha potencia a nivel mundial e no que aínda cabe marxe de crecemento. Non obstante, para afianzar e mellorar esta posición de liderazgo compre coidar e se cabe aumentar a calidade da oferta de servizos, brindar propostas innovadoras, e mellorar as infraestruturas, xa que tal e como se observa nas valoracións, aínda que as puntuacións obtidas foron moi boas, onde se obtiveron as cifras mais baixas foi en todo o relativo ás instalacións ou servizos, mentres que no tocante á atención e trato do persoal, así como a hospitalidade as valoracións son excelentes.

Galicia conta cun gran potencial como receptora de turismo de congresos. As comunicacións son fluídas, e contar con tres aeroportos neste caso configúrase como unha vantaxe competitiva. As posibilidades de aloxamento son moi variadas, segundo datos do IGE para 2015, conta con 15.856 prazas repartidas en 95 establecementos hoteleiras de 5 e 4 estrelas, e 9.663 prazas en 105 establecementos hoteleiras de 3 estrelas.

Ademais das instalacións propias para acoller este tipo de actividade como son os pazos de congresos nas principais cidades da comunidade (A Coruña, Santiago e Vigo), dispón doutra infraestrutura con capacidade para acoller todo tipo de reunión, simposios e congresos no resto das cidades e principais destinos da comunidade.

Isto complementábase cun gran potencial turístico, que converte a Galicia nun destino ideal para a celebración desta actividade.