

El turismo: actividad económica en la eurociudad vasca

(Tourism: economic activity in the Basque Eurocity)

Álvarez, Ángel
Donostia-San Sebastián Convention Bureau
Reina Regente, 3
20003 Donostia-San Sebastián

BIBLID [1137-442X(2001), 11; 421-426]

El turismo de negocios puede denominarse al movimiento de personas derivado de la celebración de congresos, convenciones, ferias, etc. Es un turismo básicamente urbano que genera al día unos ingresos siete veces mayor que el turismo convencional. El desarrollo de este sector está ligado principalmente a unas buenas infraestructuras, plazas hoteleras, comunicaciones, empresas de servicios y una variada oferta de cultura y ocio. La eurociudad nos brinda la oportunidad de aunar esfuerzos de comercialización norte-sur.

Palabras Clave: Turismo de negocios. Eurociudad Bayona-San Sebastián.

Kongresuak, bilkurak, azokak, etab. egiteak dakarren pertsona mugimenduari deitzen ahal zaio negozio-turismoa. Funtsean hiriko turismoa da, egunean ohiko turismoak baino zazpi aldiz diru samera handia goa sortzen duena. Sektore horren garapenak, funtsean, alderdi jakin batzurenkin du zerikusia: azpiegitura egokiak, hotel-plazak, komunikabideak, zerbitzu enpresak eta askotariko eskaintza, kultura eta aisiatzearen alorrean. Eurohiriak iparraldearen eta hegoaldearen arteko merkaturatze ahaleginak batzeko aukera ematen digu.

Giltz-Hitzak: Negozio-turismoa. Baiona-Donostia Eurohiria.

Le tourisme d'affaires est formé par le mouvement de personnes dérivé de la célébration de congrès, conventions, foires, etc. C'est un tourisme fondamentalement urbain qui rapporte (entraîne) chaque jour des revenus sept fois plus importants que le tourisme conventionnel. Le développement de ce secteur est lié principalement à de bonnes infrastructures, places d'hôtels, communications, entreprises de services et à une offre de culture et loisir variée. L'eurocité nous offre l'occasion d'unir les efforts de commercialisation nord-sud.

Mots Clés: Tourisme d'affaires. Eurocité Bayonne-Saint-Sébastien.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de la Eurociudad Bayonne–San Sebastián tiene como objetivo crear una única ciudad a partir de las dos comunidades diferenciadas tanto política como sociológicamente.

La conurbación Bayonne–San Sebastián está compuesta por 42 municipios que albergan 600.000 habitantes en una longitud de 50 kilómetros, pudiendo alcanzar así las dimensiones de una ciudad europea de tamaño medio.

Se prioriza la potenciación del equilibrio entre lo rural y lo industrial, cuidando el medio ambiente y la calidad de los servicios y manteniendo así una alta calidad de vida tanto para el ciudadano como para el turista.

Las comunidades de la futura Eurociudad Vasca tienen una importante tradición industrial y una buena experiencia empresarial. Ambos factores son importantes para el futuro desarrollo de nuevas actividades productivas y de servicios. El futuro económico de la Eurociudad Vasca se centra en el desarrollo de proyectos de la alta investigación.

Las líneas de actuación más importantes para la construcción de la metrópolis son estructurar la metrópoli, potenciar los valores existentes y preservar el medio ambiente.

Las principales bases de construcción de la Eurociudad Vasca son:

En primer lugar: el aprovechamiento de la cultura logística en la creación de la nueva infraestructura como valor añadido al nacimiento de la metrópoli.

En segundo lugar: la potenciación como centro de la metrópolis la bahía de Txingudi y su entorno.

En tercer lugar: la creación de la “espiná verde”, metro ligero como elemento de comunicación de los principales municipios que componen la Eurociudad.

El tratamiento y la gestión de los **servicios públicos** de la Eurociudad Vasca son esenciales para la cohesión económica y social de la metrópolis. El tratamiento de los **residuos urbanos** del eje Bayonne–San Sebastián, necesitará en breve una regeneración de sus infraestructuras. La gestión del ciclo del **agua**, planificando y desarrollando infraestructuras y tratamientos conjuntos.

Otro aspecto, relacionado con la reciente liberalización de las **telecomunicaciones**, sería la posibilidad de crear una red propia de telecomunicaciones integradas.

Igualmente destacable es el papel que desempeña la **Universidad** dentro de este proyecto de cohesión transfronterizo, ya que incide en la calidad de los recursos humanos. Una forma de combatir los obstáculos actuales sería tratar de hacer de la universidad un elemento de unión, potenciando los valores lingüísticos y trabajando para la creación de titulaciones conjuntas, intercambios de profesorado y alumnado, prácticas para estudiantes y especialidades transfronterizas.

Un último aspecto importante es lograr una **red sanitaria** integrada, que nos permita poner al servicio de los ciudadanos los recursos humanos y materiales de ambos territorios.

Aspectos positivos de la creación de la Eurociudad

- El eje Bayonne–San Sebastián es un importante **centro de comunicaciones**, ya que posee una desarrollada red de carreteras y autopistas que unen todos los municipios. La línea ferroviaria conecta el norte–sur de Europa y los puertos y aeropuertos, así como el tren de alta velocidad y la “Y” vasca.
- Los dos centros turísticos de mayor importancia de la Eurociudad son San Sebastián y Biarritz con una dotación aproximada de 1572 y 891 habitaciones respectivamente.

1. TURISMO DE NEGOCIOS EN LA EUROCIUDAD BAYONA–SAN SEBASTIAN

1.1. ¿Qué es el Turismo de Negocios?

Nos referimos al movimiento de personas derivado de la celebración de congresos, convenciones, y ferias.

1.2. Características Principales

Es un turismo básicamente urbano.

Es un turismo que genera grandes ingresos

- Turismo Convencional: 6.200 ptas./ día - 37 _
- Turismo de Reuniones: 45.000 ptas./ día - 270 _

Gran competencia entre ciudades por captar el turismo congresual.

1.3. Necesidades Principales

Infraestructuras para albergar reuniones, exposiciones, presentaciones y ferias. La Eurociudad cuenta aproximadamente con un total de 12.630 plazas de reuniones repartidas en diferentes espacios:

- **Palacio de Congresos Kursaal de San Sebastián:** incluye dos auditorios, uno de 1.860 plazas y otro de 630 plazas. Diez salas polivalentes de diferentes dimensiones que pueden albergar hasta 2.400 personas y una sala de banquetes con capacidad para 1.000 comensales.
- **Parque Tecnológico de San Sebastián:** cuenta con un auditorio de 250 plazas, diferentes salas de reuniones que pueden acoger hasta 100 personas. Estos espacios están equipados con los más modernos sistemas audiovisuales y de telecomunicaciones.
- **Palacio de Miramar (San Sebastián):** dispone de diferentes salas pudiendo albergar hasta 735 personas.
- **Le Centre de Congrès et d'exposition "Le Bellevue" (Biarritz):** cuenta con un auditorio con capacidad para 480 personas y cuatro salas de diferentes dimensiones con posibilidad de acoger hasta 1.555 personas.
- **Le Centre de Congrès "Le Casino Municipal" (Biarritz):** con un auditorio de 730 plazas y un total de 1.100 plazas repartidas en cuatro salas, pudiendo una de ellas albergar hasta 630 personas.
- **Le Palais des Festivals "La Gare du Midi" (Biarritz):** cuenta con un auditorio de 1.400 plazas y tres salas polivalentes que pueden albergar hasta 390 personas.
- **El futuro recinto Ferial de Txingudi.**
- **Completa la oferta un gran número de hoteles repartidos por todo el eje transfronterizo dotados de todo tipo de instalaciones y servicios que permiten celebrar reuniones de dimensiones reducidas.**

Plazas hoteleras: básicamente de 3, 4 y 5 estrellas

Red de Empresas de Servicios: catering, audiovisuales, traducción, transporte, etc.

Oferta Cultural y de Ocio: la Eurociudad posee diferentes oficinas de turismo con el objetivo de ofrecer al visitante atractivas ofertas e información que le permiten conocer y disfrutar de las alternativas culturales y de ocio que se dan cita a lo largo del año:

- la Semana Grande de San Sebastián
- el Festival Internacional de Cine de San Sebastián
- el Salón de Anticuarios de Biarritz
- la Copa de Golf de Biarritz
- Campeonatos de Surf en Biarritz y Zarautz

- Corridas de tomos en San Sebastián y Bayonne
- Festival de cine Iberoamericano de Biarritz
- la Quincena Musical de San Sebastián
- Festivales de danza
- Museos como Chillida-Leku y los Aquariums de San Sebastián y Biarritz

El eje San Sebastián–Bayonne tiene un gran número de **recursos naturales** como playas, islas, paseos marítimos, parques naturales, sierras, montañas, paisajes rurales, etc. Los equipamientos y **opciones deportivas** de la Eurociudad que más importancia turística poseen son la hípica, el golf, los deportes náuticos, el turismo activo y las excursiones.

La **gastronomía** es otro de los grandes recursos turísticos de esta región, conocida en estos ambientes como “la Jerusalem de la gastronomía”; por el conjunto de las estrellas Michelin acumuladas.

1.4. Tendencias de los Congresos Internacionales (fuente ICCA)

- Los congresos internacionales son los más disputados por las ciudades por dos razones:
 - son lo que generan mayores ingresos
 - son los que más tiempo pernactan
- Crece el nº medio de asistentes (690 pers. en 1999)
- Aunque las reuniones tienden a ser algo más cortas pasan de 5 a 4 días. Sube la cuota de inscripción con lo que, aunque son menos días, el presupuesto es mayor. Hay una mayor posibilidad de vender los servicios más veces.
- La materia principal que genera más reuniones sigue siendo la medicina, aunque se da un aumento considerable de los temas relacionados con tecnología.

2. EL TURISMO DE NEGOCIOS EN LA EUROCIUDAD: PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

En el libro blanco sobre la Eurociudad se analizan “bazas y debilidades con las que cuenta la Eurociudad al objeto de definir una estrategia territorial común”

Analizando las necesidades de este tipo de Turismo, estrictamente a la ciudad:

- Infraestructuras: Biarritz
 San Sebastián
 Recinto Ferial de Irún
 Plazas hoteleras
 Red de Empresas
 Transporte

3. OTROS ELEMENTOS

- La Eurociudad como oportunidad
- Necesidad y posibilidad de AUNAR esfuerzos de Comercialización Norte-Sur:
 - El Norte tiene más penetración en París y Centro Europa y nosotros podemos incorporar Madrid y Cataluña.
- La posibilidad de crear una imagen de una ciudad con un gran reclamo publicitario por su cultura, por sus 3 idiomas, su gastronomía, medio ambiente, bellos paisajes, playas excelentes, etc.