

2. ANÁLISIS DE TIPIFICACIÓN DEL TERRITORIO HISTÓRICO DE BIZKAIA

2.1. TIPOLOGÍAS DE ZONAS DEL TERRITORIO HISTÓRICO DE BIZKAIA

El análisis de tipificación del presente informe pretende una búsqueda de similitudes y diferencias que puedan presentar las principales zonas del territorio vizcaíno en función de sus rasgos de atracción preferentes y de sus rasgos de atracción turística diferenciados.

En el análisis de tipificación de estas zonas se han considerado rasgos turísticos significativos como el origen de los turistas que acuden a ellos, contando para ello con los más relevantes tanto españoles como extranjeros, el motivo del viaje, el tipo de alojamiento utilizado, el número de pernoctaciones, el modo y compañía en la realización del viaje y cierta información sociodemográfica, como la edad, el nivel de renta y ocupación preferente del viajero de estos territorios. A través de este análisis, esta información inicial termina por conformar los modelos prioritarios para cada uno de ellos.

Variables para el análisis de tipificación

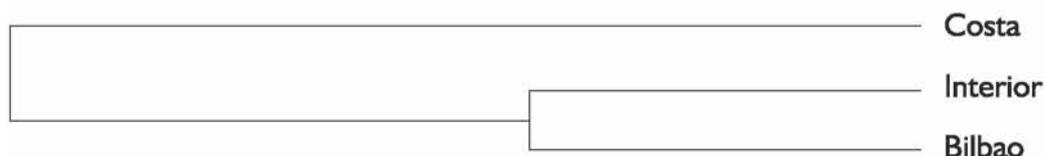
| | | |
|--|--|--|
| <p>• Origen del turista</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Castilla y León Cataluña Madrid País Vasco Resto de comunidades Alemania Francia Italia Gran Bretaña Resto de países | <p>• Actividades del viaje</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Rutas turísticas Lugares de interés histórico Turismo urbano Conocer la ciudad Vida nocturna Paseos callejeros Turismo cultural Sol y playa Actividades festivas Gastronomía Compras Naturaleza Espectáculos Negocios | <p>• Nivel de renta</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Alta / Media alta Media/Alta Baja / Media baja |
| <p>• Alojamiento principal del viaje</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Hoteles de 5 y 4 estrellas Hoteles de 3 estrellas Hoteles de menos de 3 estrellas Turismo rural Balneario Camping Otros alojamientos | <p>• Medio de transporte</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Avión Coche Autobús Tren Resto | <p>• Edad</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Hasta 29 30-39 40-49 50-59 Más de 60 |
| | | <p>• Situación ocupacional</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Empresario Cargo alta dirección Cargo medio Sin cualificación No ocupado |
| | | <p>• Forma de viajar</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> Solo. Con su pareja Con su familia Con sus amigos Con su familia y/o amigos |
| | <p>• Número de pernoctaciones</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> 1 día 2 días 3 días De 4 a 7 días De 8 a 15 días Más de 16 días | |

Se han obtenido 3 clases de territorios que se han proyectado sobre los dos únicos ejes factoriales obtenidos. Estas clases se corresponden con la capital, Bilbao, con el conjunto de la zona costera y con el conjunto de localidades del interior vizcaíno, respectivamente.

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los 2 factores únicos que explican un 100% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 2 o 3 clases, habiéndose elegido finalmente un modelo de 3 que aporta una información tanto de las similitudes como de las diferencias entre los dos territorios más cercanos en sus modos de atracción turística preferentes, y entre estos y el más alejado, la zona de costa.

Dendograma de zonas turísticas de Bizkaia



CLASE I. BILBAO

Bilbao se caracteriza por la atracción de turistas de dos modelos a menudo entrelazados. Se trata de un modelo de negocios y de un modelo de turismo de ciudad diseñada con gran prevalencia de la actividad de carácter cultural.

La mezcla de ambos se da por la marcada tendencia de los que acceden a esta ciudad por motivos de negocio a complementar su estancia con estas actividades de carácter cultural así como, a veces, con otras también propias del turismo urbano, como la actividad nocturna o la realización de compras. Particularmente, la actividad museística y un turismo urbano de baja intensidad tienen una incidencia importante en los modelos de negocio de esta ciudad.

Bilbao ofrece especialmente para esta demanda una infraestructura hotelera de cuatro y cinco estrellas. Recoge por otra parte un turista que llega fundamentalmente en avión y que, bajo este modelo, puede llegar en solitario o con la compañía de compañeros de negocios. Concretamente, la visita en solitario es propia en Bizkaia de Bilbao y bajo modelos de negocio. Así mismo, bajo este modelo las estancias tienden a ser más bien cortas, de una, dos o tres jornadas de pernoctación.

Modelo propio de Bilbao es así mismo el turismo de ciudad con carácter fuertemente cultural, a menudo bajo la influencia del conjunto de museos de esta ciudad y, particularmente, del museo Guggenheim. Esta infraestructura genera una estancia bien de tres jornadas, bien de entre cuatro y una semana de duración.

Además de la visita cultural y concretamente museística, es habitual de este modelo el interés por conocer la ciudad y una fuerte dedicación por el turismo urbano. No incluye prácticamente, sin embargo, la visita a lugares de interés histórico.

Rasgos de este modelo son así mismo, aunque no se extienden de manera homogénea ni global, la actividad nocturna, la realización de compras o, incluso, aunque ya solo en ocasiones, la visualización de espectáculos.

También la gastronomía se configura como activo de este modelo, sin excesiva dedicación ni intensidad, y no en mayor medida de lo que se da en cualquier otra zona de Bizkaia. Esta demanda se configura alrededor de los restaurantes a la carta, de menú del día y de pintxos.

El modelo de turismo cultural y de ciudad tiende a realizarse en compañía de la pareja, aunque tampoco es rara la visita en compañía familiar o en compañía de amigos. El uso del autobús como medio de transporte es específico de este modelo, dado el atractivo de la oferta museística para las visitas grupales. En todo caso, se mantiene muy por debajo del acceso a través del avión o del vehículo propio.

En general, el bilbaíno es un turista maduro, por encima de los 40 años, a menudo empresario o asalariado directivo y con procedencia bien en Madrid o Cataluña, entre los orígenes estatales, bien del Reino Unido, principalmente, o de Alemania, entre los extranjeros. De todos ellos recoge además la mayor parte de la demanda que llega a Bizkaia.

CLASE 2. INTERIOR DE BIZKAIA

El interior vizcaíno que incluye al Gran Bilbao está ante todo especializado en la absorción de un turismo por negocios. Las diferentes áreas industriales fuera de Bilbao, algunas relativamente alejadas de esta capital territorial, motivan la absorción de esta clase de turistas. A diferencia de Bilbao, en el interior de Bizkaia, el turismo de negocios carece de una imbricación turística por ocio. Particularmente importante es la ausencia de dedicación cultural y urbana.

Aunque minoritarios, el interior de Bizkaia es receptor de dos modelos de ocio muy específicos de esta zona, no solo a nivel de Territorio vizcaíno sino incluso de Euskadi. El principal de ellos por volumen es la visita de turistas que realizan rutas turísticas. Se trata de un turismo que puede combinar un interés hacia lugares de interés histórico o cultural, cierta actividad urbana a veces dirigida a conocer localidades, e incluso alguna actividad museística, aunque no necesariamente todas al tiempo.

El segundo de los modelos específicos del interior vizcaíno es el de turismo de naturaleza, a menudo realizado sobre la base del establecimiento rural. Este turismo tiene poca incidencia y ni siquiera ocupa, en absoluto, de modo generalizado a los alojados en estos establecimientos, más orientados normalmente a modelos de turismo urbano de corta duración centrado en la visita de localidades de comarcas rurales. Esta actividad en la naturaleza puede ser tanto activa (senderismo, montañismo, bicicleta de montaña...) como una visita a lugares de interés paisajístico singular.

Además de estos establecimientos es propio de la visita al interior de Bizkaia el uso de establecimientos hoteleros de tres estrellas. Se trata en todos los casos de estancias de corta duración, muy a menudo de una o dos jornadas únicamente, de turistas que tienen como origen mayoritario bien el propio País vasco, bien la Comunidad de Madrid. También cuenta con cierta predisposición a recoger turismo castellano leonés, aunque en términos absolutos éste no es excesivamente importante.

Esta carencia de turismo extranjero, así como su composición masiva de cargos medios, se manifiesta en un uso masivo del coche y escaso del avión, aún preponderando el modelo de negocio sobre los otros dos.

CLASE 3. COSTA DE BIZKAIA

La costa vizcaína esta orientada a la recepción de un turismo de sol y playa que se acompaña de actividades urbanas y de turismo de naturaleza, que, en ocasiones, pueden alcanzar un carácter central en la visita. Se trata de un modelo vacacional de temporada, en el que el mes de agosto es protagonista, pero en cualquier caso válido para cualquier periodo entre abril y octubre.

Es un turismo de descanso activo, que combina muchas y diversas actividades. Fácilmente puede incluir cierta actividad, nunca principal, en las localidades cercanas a su alojamiento, de orden cultural, especialmente a través de la visita a lugares de interés histórico, pero también dedicado a conocer las localidades del entorno, aún de una manera poco intensa, y frecuentemente puede incluir tanto actividad nocturna como festiva en esas localidades, o desarrollar en ocasiones al tiempo cierta actividad en la naturaleza, tanto activa como reducida a la visita de lugares de interés paisajístico.

La costa vizcaína puede acoger además un turismo de marcado carácter deportivo acuático, como el surf, actividad en la cual está especializada frente a otras áreas vascas y, desde luego, vizcaínas.

Las compras también pueden formar parte de la actividad a realizar en estas zonas, si bien tienen poca incidencia, y desde luego menor que la que tienen en Bilbao.

El camping, especialmente, y el establecimiento hotelero de tres estrellas, constituyen la oferta de alojamiento mejor asociada al turismo recibido por las áreas de costa. En cualquier caso, aunque no son específicos del turista de esta zona, los establecimientos de menos de tres estrellas tienen también aquí una incidencia importante.

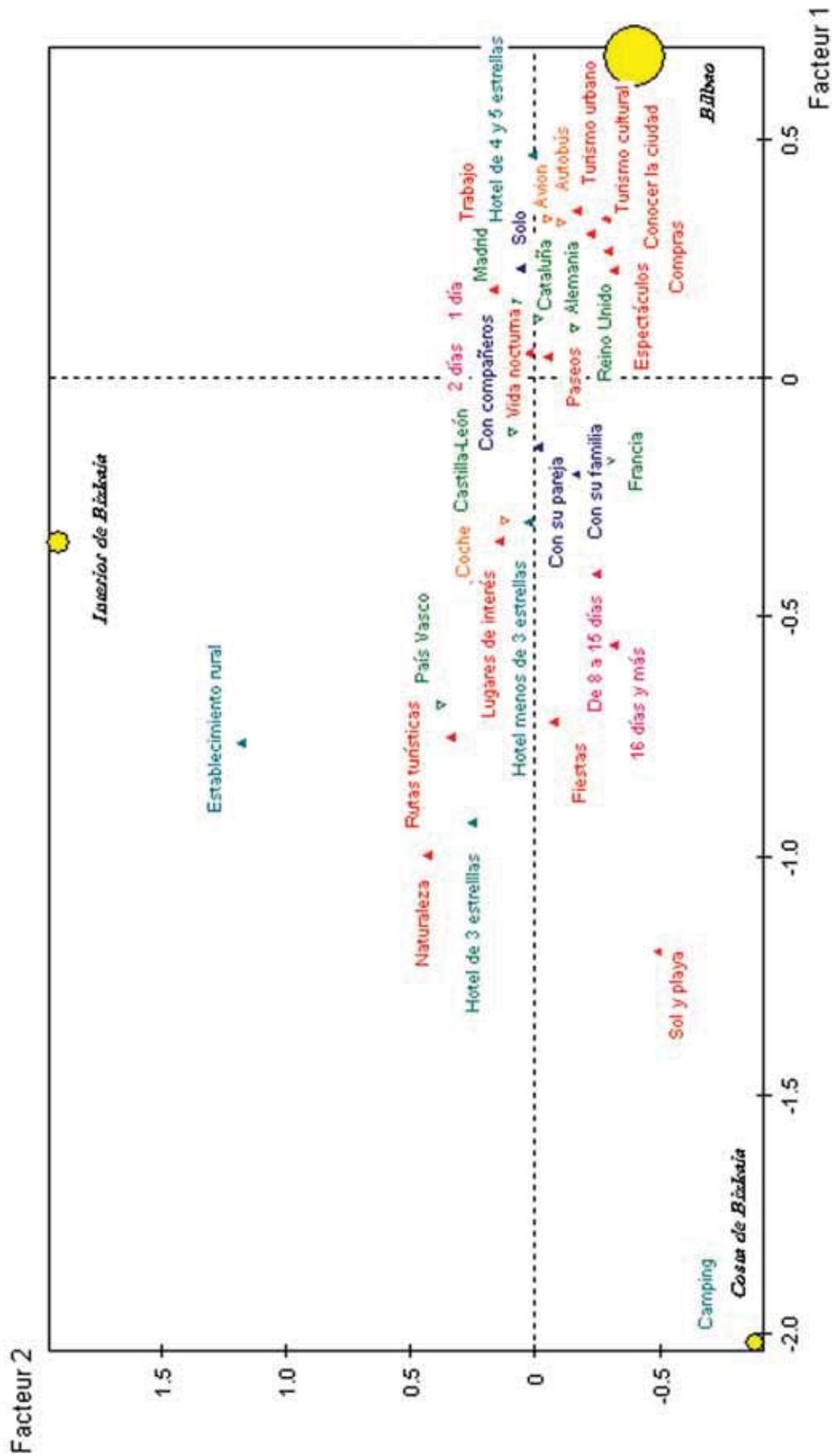
2. Análisis de tipificación del territorio histórico de Bizkaia

Las pernoctaciones en esta zona, bajo el modelo de sol y playa, son notablemente superiores a las del resto de zonas de Bizkaia. Son habituales las situadas entre las cuatro y las siete noches, pero también abundan las que superan la semana y pueden llegar hasta las dos semanas. Sin embargo, tampoco escasean las pernoctaciones más cortas, habitualmente asociadas a las visitas por estancias de fin de semana, bien de 2 o de 3 jornadas.

La principal fuente de turistas para la costa, con más de un tercio de las visitas de este origen, es el País Vasco. Entre los extranjeros, destaca la presencia de franceses que acuden en vehículo propio.

La costa de Bizkaia es muy propicia para la realización de rutas turísticas, que pueden combinar al tiempo localidades de interior como de ésta zona.

2.2. MAPA FACTORIAL DE ZONAS TURÍSTICAS DE BIZKAIA



Anexo. Interpretación de un mapa factorial.

2. Análisis de tipificación del territorio histórico de Bizkaia

Las similitudes entre los modelos de capital y de interior vizcaínos tienen que ver con la gran importancia que en ambos ocupan los modelos de negocio. No obstante, entre ambos modelos de negocio las diferencias son también notables, dado que en Bilbao adquiere algunas connotaciones de turismo urbano e incluso una inclinación hacia la actividad museística, de la que carece cuando se da en el interior de Bizkaia.

En Bizkaia, las visitas por negocio tienden a realizarse en hoteles de cuatro y cinco estrellas, principalmente cuando se realizan en Bilbao. En cambio, las visitas por ocio tienden más a establecimientos más baratos o a campings, así como en establecimientos rurales. Los establecimientos de tres estrellas comparten todas las tendencias.

El alojamiento en establecimiento rural no define necesariamente un turismo de naturaleza. Tiende a hacerlo en el interior, pero no así en la costa, donde sirve como plataforma para el modelo de visita mayoritario de sol y playa, en su definición diversa propia del turismo de costa vasco, quizás con algunas connotaciones mayores hacia la actividad urbana y hacia la actividad en la naturaleza.

Orientación de los territorios respecto a la actividad

Bilbao soporta una clara demanda de turismo de ciudad con fuertes componentes culturales que alcanza incluso, en alguna medida, al visitante por negocios. Es muy habitual la dedicación museística y la actividad urbana inespecífica, y en menor medida, la vida nocturna o la realización de compras. También la gastronomía resulta factor importante de este turismo. Además, la escasa asistencia a espectáculos que se da en Bizkaia tiende a concentrarse en esta ciudad.

No es común sin embargo la búsqueda de lugares de interés, salvo aquellos que tienen que ver con algunas de las actividades de ocio urbano señaladas, y menos aún cualquier dedicación de sol o playa, o de naturaleza. Tampoco las fiestas generan una atracción turística.

El interior vizcaíno, además de soportar una demanda pura de visitante de negocio, que no desarrolla prácticamente actividad paralela, recoge visitantes en ruta turística, que pueden desarrollar cualquier actividad de tipo urbano o cultural pero no necesariamente todas o varias de ellas al tiempo, y una cierta demanda de turismo de naturaleza dividida entre una actividad montañera o senderista, y una de carácter más inespecífica, como visita a lugares de interés paisajístico que puede compaginarse con la estancia en establecimientos rurales, y un carácter más familiar, de pareja e incluso urbano.

La costa presenta un modelo de visita con gran complejidad y variedad al respecto de la actividad. Además de la actividad central de descanso playero, presenta una cierta tendencia simultánea hacia diversas formas de actividad urbana, como callejeos, conocimiento de localidades, visitas museísticas y, especialmente, a lugares de interés.

También presenta un índice de realización de compras importante, a pesar de ser minoritario y menos que el de Bilbao. Así mismo, es propicia para las visitas y actividades en la naturaleza, tanto las paisajísticas como las activas. Esta actividad deportiva se extiende, con carácter propio, a los deportes acuáticos.

Bajo estos marcos, la costa vizcaína también es propicia para la realización de rutas turísticas.

La actividad nocturna es lugar común en las visitas a todo el territorio vizcaíno, aún cuando en ninguna zona es excesivamente abundante entre los turistas. Sin embargo, la actividad festiva se asocia específicamente con la costa vizcaína. De hecho, la combinación entre festividades populares locales y playa parece un buen motor de generación de visitantes.

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

3. Principales conclusiones

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA DEMANDA EN BIZKAIA

- Las visitas de negocios (48%) dominan en Bizkaia sobre las de ocio (47%). Esta tendencia es válida para la capital vizcaína (52% de negocios) y el interior (55%), mientras que, por el contrario, en la costa vizcaína la visita de ocio cuenta con un peso mayor (73%) al de las visitas por negocio (22%).
- Cuando la visita es por ocio dominan los motivos de turismo urbano (54%) y cultural (49%). También destaca el turismo por realización de rutas turísticas (22%). La visita de ocio a la capital es completamente urbana (83%) y cultural (77%), en tanto que en la costa vienen configuradas como turismo de sol y playa (50%), de ruta (33%) y de naturaleza (20%). En el interior predominan las rutas turísticas (56,5%), de naturaleza (23%) y de ciudad (21%).
- Las visitas por realización de un trabajo a terceras empresas (25%), internas a sedes de la empresa (23%) y las comerciales (22%) son las dominantes en Bizkaia. En Bilbao ganan cierto peso las realizadas por realización de trabajos a terceras empresas, mientras que en la costa y en el interior tienden a dominar las realizadas a una sede de la empresa del visitante.
- La asiduidad en las visitas (visitas en los 5 años anteriores) por ocio alcanza a un 34% de visitantes, siendo considerablemente superior en la costa vizcaína (52%). Por motivos de negocios, sin embargo, la reiteración en la visita es superior (38%), si bien solo es elevada en Bilbao y en el interior.
- El turista en Bizkaia realiza un viaje relativamente centrado en la Comunidad Autónoma Vasca (78%). Las combinaciones con otras zonas incluyen solamente otras áreas del estado (16%). Principalmente suelen incluir la cornisa cantábrica (7%), Madrid (3%) y Barcelona (2%).
- Existe una preparación previa abundante entre los viajeros (53,5%), algo más intensa si se alojan en el interior (62%). Las agencias de viaje (33%), Internet (34), las amistades (20%) y las oficinas de turismo (19%) constituyen los recursos principales de quienes buscan información sobre su visita en Bizkaia. La visita a Bilbao potencia el acceso a las agencias de viaje (43%), mientras que para la costa y el interior crece el uso de internet (37%).
- Las reservas se realizan a través de una relación telefónica directa (31%) o por mediación de una agencia de viaje (31%). Internet tiene también un uso también considerable (14%). Se trata fundamentalmente de una reserva de alojamiento con desayuno (54%), pero también abunda la reserva del alojamiento sin complementos (24%) y el régimen de media pensión (18%). La reserva del transporte es muy importante (30%), principalmente entre las visitas realizadas a Bilbao.
- Los viajes en Bizkaia tienden a carecer de una organización o mediación externa (53,5%). En todo caso, el turismo de negocios genera un 43% de visitas con mediación de la empresa, que crece hasta el 49% en Bilbao.
- El origen estatal es primordial entre el turismo que recalca en Bizkaia (52%), por delante del extranjero (30%) y del vasco (18%). Contribuyen principalmente a ello comunidades como Madrid (18%), especialmente, y Cataluña (11,5%). La afluencia de extranjeros es mucho más importante en la capital (36%) y en la costa (27%) que en el interior (19%). Entre estos orígenes destacan el Reino Unido (6%), Francia (5%) y Alemania e Italia, ya por debajo del 4% de visitas.
- Las actividades de turismo urbano (callejeo, paseos, interés por las localidades (73%), gastronómicas (28%), culturales (31%) y de negocios (47%) constituyen el grueso de la dedicación en el territorio de Bizkaia. El turismo de naturaleza (5%), el de sol y playa (10%) tiene cierta demanda, aunque principalmente en la costa. En el interior también tiene cierta presencia el turismo de naturaleza.

- Las actividades desarrolladas muestran dos polos turísticos altamente diferenciados. Uno, la costa, atrae una demanda de sol y playa, naturaleza y ocio de camping. En Bilbao y el interior, los negocios determinan buena parte de las visitas, siempre con gran carácter urbano y cultural, especialmente en Bilbao. El interior es apropiado para turismo en ruta y para turismo de naturaleza.
- Excepto para el turismo de sol y playa, o del minoritario de naturaleza, Bilbao es el referente principal para la mayor parte de las actividades. Lo es para el turismo urbano (64% de esta actividad), la de negocios (65%), la gastronómica (61,5%) o, especialmente, la cultural (83%).
- En Bizkaia destaca el alojamiento en hotel de cuatro estrellas (38%) y cinco estrellas (25%). También resultan muy demandados los establecimientos hoteleros de tres (14%) y dos estrellas (17%).
- La visita a Bilbao orienta el alojamiento hacia las categorías elevadas, tanto hoteles de cuatro estrellas (44%), como de cinco estrellas (41%). Como alojamiento barato más significativo figura el hotel de dos estrellas (12%).
- En la costa el alojamiento de dos estrellas (41%) y el camping (33%) resumen la mayor parte de la demanda, mientras que en el interior lo hace el hotel de cuatro estrellas (48%). En el interior destaca además la presencia de una demanda agroturista significativa (13%).
- La valoración sobre estos establecimientos es buena (62%) o muy buena (30%). Los aspectos más considerados son la localización y entorno del establecimiento (19%), y, en una medida inferior, la calidad del servicio (9%) y la ambientación (9%). No existen prácticamente menciones negativas.
- La tendencia principal del turista es a la realización de visitas de 2 jornadas (29%) y de 4 y 7 jornadas (6%). El 65% de las estancias tiene una duración de 3 o menos jornadas..
- La visita cubre las expectativas del 74% de los visitantes, a los que puede añadirse un 14,5% más para los que supera las expectativas iniciales. Esta valoración positiva tiene su mayor fundamento en el paisaje y entorno (36%), las localidades visitadas (27%), la gastronomía (20%), las personas encontradas (20%) y el museo Guggenheim (13%). En cambio, como aspectos negativos, son muy reseñables el clima (13%), la señalización y comunicaciones (9%), y el tráfico (7%).
- En Bizkaia el turista recurre a los establecimientos de restauración de menú a la carta (42%), de menú del día (43%) y a los establecimientos de pintxos (44%). En un orden más secundario, también son significativos los restaurantes de alta cocina (13%), los de los establecimientos de pernoctación (17%). Uno de los aspectos en que se diferencia Bizkaia de otras zonas del País Vasco es, por fin, el hecho de acoger una demanda para los establecimientos de comida rápida (9%), de platos combinados (9%) o bodegas (8%).
- La visita a Bilbao enfatiza la restauración de plato, particularmente la alta cocina. La costa es apropiada para los establecimientos de comida rápida o informal, mientras que en el interior, además de los restaurantes de carta y menú, son importantes los restaurantes de los establecimientos hoteleros de pernoctación. En todas las zonas es común la afluencia a establecimientos de pintxos,
- Bizkaia recoge una población turística madura (59% entre los 39 y 49 años), de rentas medias (69%) y ocupada (85%). Bilbao recoge una proporción de rentas altas (7%) superior a la que se da en cualquier otra zona tanto de Bizkaia como del conjunto de Euskadi.

ANEXO. INTERPRETACIÓN DE UN MAPA FACTORIAL

El mapa factorial es una representación gráfica muy visual y sintética en el que se utilizan las primeras coordenadas factoriales para representar la información inicial, las variables y sus modalidades, junto con las clases o conjunto de individuos con similitudes al respecto de ese conjunto de variables y sus modalidades.

Estas coordenadas constituyen un resumen de la información inicial, del conjunto de variables y sus modalidades, en función de las asociaciones que se crean entre ellas. Esta búsqueda de asociaciones se da entre un conjunto de variables a las que se va a denominar activas. Se proyectan los estados de las variables que intervienen en el estudio, pero también se pueden proyectar las clases obtenidas en el Análisis de Clasificación.

Dado que cada eje supone un vector de, en nuestro caso, actividad turística, la situación de cada clase (conjunto de individuos) y de las modalidades de las variables con respecto a ellos, nos da una idea de las asociaciones principales. De tal modo, puede identificarse la orientación de cada clase en función de las modalidades de variables que se encuentran en sus proximidades, y en función de su situación con respecto a estos ejes. La información sobre estos también puede obtenerse de la situación de las variables y sus modalidades con respecto a ellos.

Cuando los estados se encuentran cerca del origen de coordenadas, no se pueden interpretar fácilmente. Cuanto más alejadas del centro se encuentren las modalidades puede afirmarse que los turistas, las clases de éstos, se encuentran más caracterizados por esas modalidades. Del mismo modo, la posición contrapuesta de las clases en los extremos de los ejes indica su orientación a modelos turísticos contrapuestos.

En definitiva, las clases (en amarillo) representan conjuntos de individuos que comparten fuertes similitudes en muchas modalidades de variables y respecto a los ejes que resumen éstas, y que, al tiempo, se diferencian fuertemente de otros conjuntos en función de esas mismas características.

Las modalidades que se encuentran en color azul y rojo se refieren a las variables activas, es decir, las variables que se utilizan para la creación de las clases y para dar cuerpo a la conformación del modelo turístico que éstas representan.

El resto de las modalidades se agrupan por variables en diferentes colores. Estas modalidades son variables ilustrativas que no se consideran para la creación de las clases y del modelo de actividad turística, pero que pueden revelar asociaciones importantes con él y ayudan a la configuración global de este modelo.

