

2. TIPOLOGÍAS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

2.1. TIPOLOGÍAS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DONDE SE ALOJAN LOS TURISTAS QUE ACUDEN A LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EUSKADI

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, la categoría del hotel donde se alojan, la zona y las noches que pernoctan y el origen del turista (véase Cuadro 1).

Se han obtenido 4 clases de turismo hotelero que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

Variables para el análisis de tipificación

<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de renta 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio de transporte
Alta.	Avión.
Media/Alta.	Coche.
Media.	Autobús.
Media/ baja.	Resto.
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de viajar 	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría de los hoteles
Solo.	Hoteles de 5 estrellas.
Con su pareja.	Hoteles de 4 estrellas.
Con su familia.	Hoteles de 3 estrellas.
Con sus amigos.	Hoteles de 2 estrellas.
Con su familia y/o amigos.	Hotel de 1 estrella.
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de reserva 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de encuestación
No prepararon el viaje.	
No realizan reserva.	
Por una agencia de viajes.	
Directamente (teléfono).	
Internet.	
Otros.	
<ul style="list-style-type: none"> • Motivo principal del viaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización del viaje
Trabajo o negocios.	Una asociación (cultural).
Asistencia a ferias.	La empresa donde trabaja.
Visita a familiares.	Otros.
Turismo cultural.	Viaje no organizado.
Turismo urbano.	
Otros motivos de ocio.	
Otros motivos.	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de pernoctaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Edad
1 día.	29 y menos.
2 días.	30-39.
3 días.	40-49.
De 4 a 7 días.	50-59.
De 8 a 15 días.	Más de 60.
Más de 16 días.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Origen del turista
	Castilla-León.
	Cataluña.
	Madrid.
	País Vasco.
	Resto de comunidades.
	Alemania
	Francia.
	Italia
	Gran Bretaña.
	Otros países.

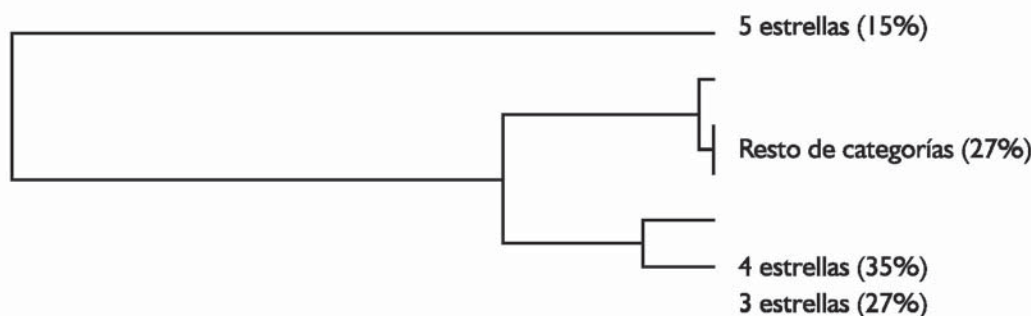
2. Tipologías de establecimientos hoteleros

Las frecuencias de estas variables se encuentran en **Frecuencias de variables para Establecimientos Hoteleros**.

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 2 factores que explican un 80% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 4 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para establecimientos hoteleros



• CLASE I. Hoteles de 5 estrellas (14,7%)

Más de la mitad de los turistas que se hospedan en esta clase de hoteles realiza el viaje por motivos de trabajo, principalmente para realizar una tarea concreta o por razones internas de la empresa. Pero también el motivo de ocio agrupa a un 40% de estos turistas, específicamente el turismo urbano y cultural. Las actividades que llevan a cabo concuerdan absolutamente con los propósitos señalados.

Bizkaia, y típicamente Bilbao, es el destino más característico; Donostia se sitúa bastante por debajo de éste. La forma más común de viajar es junto con amigos o compañeros de trabajo, y es también frecuente con la pareja. La organización del viaje corre a cuenta de la empresa para la que se trabaja, los viajes de ocio no se organizan. El avión es el modo de transporte más utilizado y muy significativo de esta clase. La duración más frecuente de la estancia es de 4 a 7 días, pero el 65% de los viajes se concentran en los tramos de 1 a 3 días, señalándose especialmente los de 2 días.

Cerca de la mitad de estos turistas preparan el viaje, siendo las agencias de viaje la principal fuente de información, Internet y libros y guías son bastante más subsidiarios. Las reservas de servicios se realizan destacadamente a través de agencia o directamente por teléfono; se reserva sobre todo hotel, en régimen de alojamiento y desayuno, y medio de transporte.

En esta clase, Madrid y Barcelona son los orígenes más destacados de los turistas, pero el turismo extranjero es muy significativo, cercano al 40% del total.

Un 40% de los turistas solicita información complementaria en el establecimiento donde se alojan, en forma de documentos impresos o recomendaciones del personal, principalmente sobre rutas turísticas y actividades gastronómicas. La valoración que hacen de ella es muy buena, la mejor entre clases.

La valoración del hotel es muy buena, en un 35% (la nota más alta entre clases) se han superado las expectativas. La calidad es calificada sobre todo de buena y en más de un 40% de muy buena. El precio se considera normal, aunque un 21% opina que es caro. Los aspectos positivos más citados son la ambientación y

decoración y la localización y entorno. Los aspectos negativos son mucho menos pronunciados, en esta clase se destaca el ruido.

Los turistas alojados en esta clase de hoteles utilizan sobre todo los restaurantes a la carta, siendo los establecimientos de tapas y pintxos los siguientes en orden de preferencia. Pero sobre todo se destacan porque es la clase que acude con mayor frecuencia a los restaurantes de alta cocina. La mayoría de los que frecuentan el restaurante del hotel lo califican de muy bueno o bueno.

Los tramos de edad principales de estos turistas son de 40 a 49 años, y de 30 a 39 años. Es la clase con mayor representación del tramo entre 50 y 59 años. El nivel de renta predominante es de media, y, aunque reducido, es la clase con el mayor componente de rentas altas.

• CLASE 2. Hoteles de 4 estrellas (35,2%)

El colectivo de turistas usuario de esta clase de hoteles se distribuye de forma pareja entre los motivos de trabajo y los de ocio, con una ligera predominancia de los primeros. Los turistas por motivos de ocio y vacaciones son de tipo esencialmente urbano, las actividades ciudadanas, culturales y relacionadas con la gastronomía son las que realizan más señaladamente.

La mayor cantidad de viajes se llevan a cabo de forma no organizada, típica de los visitantes por ocio, mientras que los que viajan por trabajo se organizan el viaje a través de la empresa en que prestan sus servicios. Estos lo hacen junto con compañeros de trabajo o solos, mientras que entre los turistas de ocio la compañía de la pareja está más destacada. El coche es el medio de transporte más utilizado, pero el avión presenta como frecuencia elevada, característica de esta clase. Las estancias más representativas son las que duran de 4 a 7 días y las de dos días, marcando también los tipos correspondientes a ocio y trabajo, respectivamente, la de un día es igualmente muy utilizada y significativa de esta clase.

Cerca de la mitad de los viajeros preparan el viaje, las agencias son la fuente de información más empleada, con un importante porcentaje que utiliza Internet. La reserva de servicios se hace bien directamente por teléfono o por agencias de viaje, con frecuencias muy similares, y se decanta mayoritariamente por la forma de alojamiento y desayuno y, en menor cuantía por sólo alojamiento. Bizkaia y Gipuzkoa son los territorios que contribuyen el destino principal de la mayor parte de los turistas, y dentro de ellos Bilbao y Donostia las ciudades más relevantes. Madrid es el origen nacional más significativo como suministrador de turistas de esta clase, Cataluña y el propio País Vasco le siguen en orden de importancia. El turismo extranjero representa un 27% del total de la clase.

Los folletos y documentos impresos son el tipo de información turística complementaria que más se solicita en los hoteles donde se alojan los turistas, las recomendaciones del personal tienen menos entidad, y el contenido más buscado corresponde a información sobre rutas turísticas. La valoración que hacen de la información recibida es normal, pero hasta un 40% la juzgan de bastante o muy completa.

La valoración del establecimiento hotelero es buena como calificación más general, una cuarta parte de los turistas lo califica de muy buena, superando sus expectativas. El precio se encuentra normal, sólo en un 12% de las ocasiones se cita como caro. La localización y entorno y la calidad del servicio y atención del personal son los aspectos del alojamiento más positivos. No se resalta en especial ningún factor negativo.

Los restaurantes a la carta son, con diferencia, los locales de restauración más utilizados, los bares de tapas y los restaurantes de menú del día figuran a continuación. Los restaurantes de alta cocina están muy representados en esta clase con relación a otros. El restaurante de hotel se utiliza poco y se valora generalmente como bueno, como muy bueno por el 30% de los que a él acceden.

2. Tipologías de establecimientos hoteleros

El tramo de 30 a 39 años es el más significativo de la distribución de edades de los turistas de esta clase, es de 40 a 49 años es el siguiente más nutrido. Cerca del 60% se encuentra en el nivel de renta media, y un 37%, el porcentaje más elevado entre clases, corresponde al nivel medio alto.

• CLASE 3. Resto de categorías (27,2%)

El porcentaje más significativo de turistas utilizadores de esta clase de establecimientos corresponde a aquellas que realizan el viaje por motivos de ocio y vacaciones; no obstante un tercio del colectivo lo hacen por razones de trabajo, se trata fundamentalmente de cuadros intermedios de las empresas que viajan para ejecutar una tarea concreta o una instalación. Entre los turistas de ocio, predominan los propósitos urbanos y culturales, pero con niveles más bajos, viajan para seguir rutas turísticas, disfrutar del sol y la playa o estar en contacto con la naturaleza.

Es la clase donde menos se recurre a organizar el viaje con antelación, los que lo hacen son los que viajan por cuenta de su empresa y es ésta la que se lo organiza. Las dos formas de viajar más representativas son en compañía de la pareja o junto con compañeros de trabajo, el viaje en solitario también tiene una participación elevada. El medio de transporte más común es el coche, pero en esta clase el autobús está muy significado respecto a las otras. El período de 4 a 7 días constituye la estancia más frecuente y representativa, siendo de 2 días bastante utilizada, también es la clase con mayor frecuencia de las estancias superiores a 15 días, aunque en un nivel muy minoritario.

Las tres capitales de los territorios históricos acogen los flujos de turistas más elevados, en especial Donostia; pero es Vitoria la más representativa de este colectivo, con la mayor participación entre clases, y asimismo la costa de Bizkaia y el interior de Araba. Los residentes en el País Vasco son los nacionales más característicos de esta clase, en la que también se pronuncian los de Castilla y León a menor nivel; es la clase con menor participación del turismo extranjero, en cambio los franceses se significan notablemente.

La obtención de información para preparar el viaje se hace en esta clase con menor intensidad en el resto. Cobra especial relevancia las recomendaciones de amigos y familiares, seguida de Internet, como fuente de referencia. Es también la clase en la que la reserva directa telefónica es más característica.

Algo más del 40% de los turistas solicita información complementaria al viaje en los establecimientos que les alojan, principalmente en forma de documentos impresos; es la clase que más acusa la falta de información. Los que la reciben la valoran de normal o bastante completa.

La valoración de la calidad del establecimiento es generalmente buena, siendo la clase que más recurre a una calificación de normal. También es esta última con la que valoran el precio, pero hasta un 15% de los turistas lo encuentran caro. La localización y entorno y el trato y amabilidad del personal son los factores que valoran con mayor intensidad. El aspecto negativo más citado es el relativo a altos precios, siempre dentro del bajo nivel de respuesta a las posibles quejas.

Esta clase se destaca frente a otras en el uso particularmente elevado que hace de los restaurantes de menú del día y de los establecimientos de restauración más informales, como los de platos combinados, los de comida rápida y los de bares de tapas. La valoración de la calidad es buena y el precio es calificado de regular.

La edad de los turistas está contenida principalmente en los tramos de 30 a 39 años y de 40 a 49, aunque es el grupo más joven entre 20 y 29 años el que caracteriza con mayor precisión a esta clase. La mayoría de los viajeros se encuadra en el nivel de renta media, sin embargo es la clase donde las rentas medio-bajas están más representadas.

• CLASE 4. Hoteles de 3 estrellas (22,9%)

El motivo de ocio y vacaciones es el más significativo de los turistas que se alojan en hoteles de esta clase. Aunque con un porcentaje muy reducido, a esta clase también pertenecen los turistas que viajan por un tratamiento de salud voluntario. En conjunto, son turistas de perfil urbano y cultural, pero también los motivos de realización de rutas turísticas y el disfrute de sol y playa tienen una participación señalable, y las actividades que realizan se ven así reflejadas.

En general se trata de viajes no organizados, solamente una parte de los viajeros por motivos de trabajo incluidos en esta clase organizan su viaje en la empresa donde trabajan. La forma más representada de hacer el viaje es en compañía de la pareja, pero también el viaje en solitario es muy característico de la clase. El coche es el medio de transporte por excelencia, con un porcentaje significativo de los usuarios de autobús. La estancia de 4 a 7 días es la más frecuente, pero la que abarca de 8 a 15 días es muy característica con la mayor participación entre clases.

Gipuzkoa es el territorio turístico que concentra el mayor flujo de turistas, hasta un 70%. Dentro del mismo, la costa, sin Donostia, y el interior, esta muy especialmente, se configura como los destinos principales. Los mismos residentes en el País Vasco son el grupo nacional de turistas más importante de la clase. El turismo extranjero participa en un 30%, significativamente de Francia y Reino Unido.

Casi el 70% de los turistas prepara el viaje, siendo ésta la clase con el mayor porcentaje. Las agencias de viaje e Internet son las fuentes más consultadas, subsidiariamente se recurre a amigos o familiares. La reserva de servicios directamente por teléfono es la más frecuente, con las agencias de viaje en segundo lugar. Aunque la mayor parte de las veces se reserva alojamiento y desayuno, esta clase se distribuye en el volumen más elevado de reservas en régimen de alojamiento con pensión completa.

Sólo una tercera parte de los turistas se interesa en solicitar información complementaria en los hoteles donde pernoctan, y de ellos la mayoría prefiere los folletos y documentos impresos, muy dirigidos a informar sobre rutas turísticas. La información que reciben la califican principalmente de normal, cerca del 30% lo hacen como bastante completa.

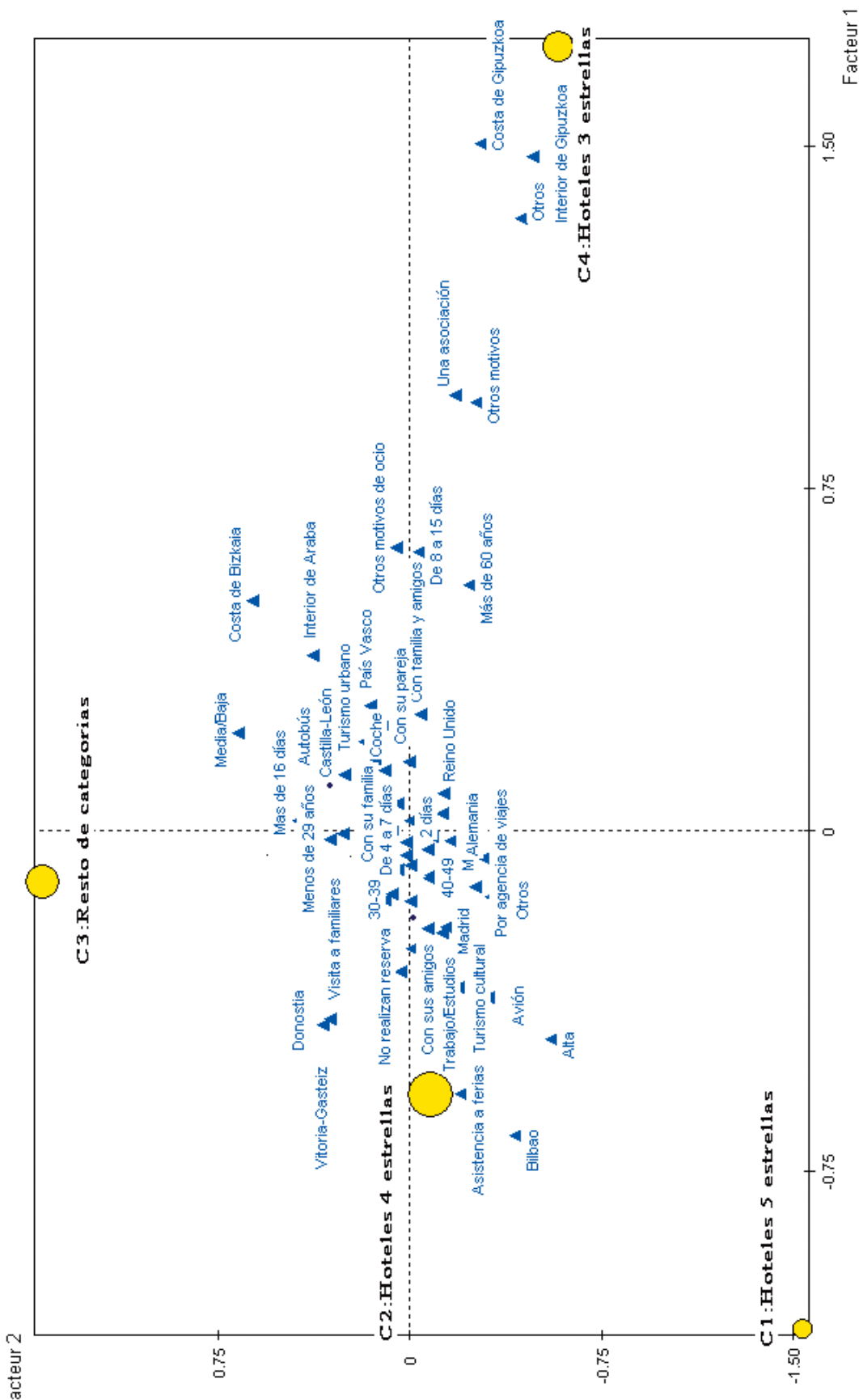
Las tres cuartas partes de los turistas valoran como buena la calidad del establecimiento donde se han alojado, y un 12% lo califican de muy bueno. El precio es encontrado normal por la gran mayoría, los que lo ven caro no llegan a representar el 9%. La calidad del servicio y atención del personal es el aspecto positivo más citado, siendo también de destacar el trato y amabilidad y la localización y entorno. No se destacan especialmente aspectos negativos.

Los restaurantes a la carta son los establecimientos de restauración más utilizados, pero esta clase se caracteriza sobre todo por el uso elevado que hace de los restaurantes de hotel (consecuentemente con la forma de alojamiento con pensión completa). La valoración que se hace de los mismos es generalmente de buena, y en un 25% de las ocasiones de muy buena.

En relación con la edad de los turistas, el grupo mayor de 60 años es el más representado y constituye una característica de esta clase frente a las demás. Asimismo es la clase donde se integra el grupo más significativo de personas jubiladas. Un 60% de los turistas se sitúa en niveles de renta media y un 35% en los de media-alta.

2.2. MAPA FACTORIAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Proyección de variables y tipos sobre los dos primeros ejes



Anexo: Interpretación de un mapa factorial.

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 80% de la información original, por lo que el plano tiene gran potencial descriptivo.

En el mapa factorial, se han proyectado en azul las modalidades de las variables activas y los círculos amarillos representan las clases obtenidas.

La parte izquierda del mapa está altamente asociada al motivo trabajo, mientras que el lado opuesto está relacionado mejor con los viajes vacacionales. Luego, los hoteles de 3 estrellas principalmente están asociados al turismo de ocio, los hoteles de 4 y 5 estrellas reciben turistas por motivos laborales y en el resto de las categorías existe una mezcla de todo tipo de motivación.

En el mapa también se observa que los hoteles de categorías altas se concentran sobre todo en las capitales vascas mientras que los hoteles de 3 estrellas se asocian mejor a la costa y al interior guipuzcoano.

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- La demanda de turismo hotelero en Euskadi presenta una querencia importante por los establecimientos de categoría superior, bien de cinco estrellas (15%), cuatro estrellas (36%), principal preferencia, y tres estrellas (23%). El conjunto de establecimientos inferiores a las tres estrellas solo agrupa un 27% de la demanda. La propia estructura de la oferta mediatiza sin duda esta distribución.
- El turismo hotelero se dirige principalmente a las capitales territoriales. Esta tendencia se da especialmente en Bizkaia y Álava (70% en ambos casos), y en una medida menor en Gipuzkoa (54%),
- Dominan los motivos de ocio (53%) sobre los de negocio (41%). Sin embargo, ello es cierto en los establecimientos de tres o menos estrellas, pero no así en los de cuatro o cinco estrellas con mayor presencia de negocios (50,2% y 54,1%) respectivamente. Estas dos categorías alojan el 61% de todo el turismo de trabajo y el 77% del de congresos y ferias. Los hoteles de 5 estrellas tienen el mayor porcentaje de turistas de ferias y congresos (5%) seguidos de los de 4 estrellas (3,4%), en su estructura de clientes. Por zonas, el turismo de ocio domina en todo Gipuzkoa, particularmente en la costa (89%), mientras que en el resto, y especialmente en Bilbao (52%) y Vitoria-Gasteiz (73%) los negocios generan más visitas.
- Tanto Bilbao (36%) como Donostia (30%) son los referentes principales del turismo por ocio.
- Euskadi es destino franco para el turista que accede a esta comunidad. Se trata de un turismo para el que no se plantean apenas alternativas previas, salvo algunas (4%) para los alojados en hoteles de tres estrellas, por motivos de turismo de naturaleza y con Navarra como principal referencia para ello.
- El turista hotelero registra niveles de fidelidad importantes en su relación con el País Vasco. Un 31% de los visitantes que acoge ha estado entre una y cinco ocasiones anteriormente en Euskadi por cualquier motivo, a lo que se añade un 21% más que ha realizado más de cinco visitas durante los cinco años anteriores a su última estancia.
- Los establecimientos de cinco y cuatro estrellas resultan los más adecuados para la fidelización del cliente cuando los motivos son por negocio. Por su parte, los de tres, dos y una estrella son propicios para la generación de fidelidades por motivos de ocio. Las pensiones y hostales son los que menos fidelidad generan entre sus clientes, pudiendo ser en todo caso tanto de ocio como de negocio. En cualquier caso, las fidelizaciones son superiores entre los clientes de hoteles de categorías superiores. Concretamente, las grandes frecuencias —por encima de las cinco visitas— son las que marcan las diferencias entre la capacidad de fidelización de las categorías elevadas (26% en cinco estrellas, 22% en cuatro estrellas) y las más bajas (16% en una estrella, 12% en pensión). Ello es debido en parte con la diferente asociación de estos establecimientos con el turismo de negocios.
- El 80% de los turistas circunscribe su estancia al País Vasco. Cuando se dan combinaciones, la cornisa cantábrica, o incluso la costa francesa aledaña, constituyen la continuidad lógica de los viajes.
- El turista hotelero suele realizar habitualmente (54%) una preparación previa para su viaje, para lo que recurre a las agencias de viaje (32%), internet (29%) y, en menor medida, a las oficinas de turismo (19%), las amistades (15%) o las guías de viaje (13%). El uso de agencias de viaje destaca en los hoteles de cinco y cuatro estrellas (48% y 40% respectivamente), mientras que el acceso a internet se da entre los usuarios de hostales (40,5%) en mayor medida que en otros colectivos.
- Estas mismas tendencias se observan en las realizaciones de reservas, habituales en la mayor parte de los turistas (91%). En todo caso, domina la modalidad de reserva directa (42%) sobre el recurso a la agencia (31%) o a internet (12%). La reserva más contratada es el alojamiento con desayuno (55%), seguida del alojamiento sin complementos (24%). Este modelo se da preferentemente en las categorías más elevadas, mientras que en los de inferior categoría es menos común la contratación del desayuno.

3. Principales conclusiones

- El turismo hotelero es de pareja (35%), entre amigos o compañeros de trabajo (28,5%) o se realiza en solitario (22%). No abunda el familiar (11%).
- El turismo de procedencia estatal (54%) es dominante en el sistema hotelero sobre el extranjero (29%) y el vasco (16%). Este dominio es constante para cualquier establecimiento, dándose especialmente en los hostales (62%), hoteles de dos estrellas (59%) y hoteles de cuatro estrellas (52%), y por el contrario, en menor medida en los hoteles de una estrella (41%). El turismo de procedencia extranjera destaca en los establecimientos de mayor categoría. De hecho, el 76% de éste acude a establecimientos de tres o más estrellas.
- Algunos mercados importantes registran variaciones importantes en su peso en función de las categorías de alojamiento. Así, los vascos tienen un peso importante en las categorías centrales, principalmente en los hoteles de entre una y tres estrellas, en los que se sitúa entre el 20% y el 30% de visitas, frente a aproximadamente un 10% en el resto. La tendencia de otro de los mercados esenciales, Madrid, es a los establecimientos de categoría superior, por encima de las cuatro estrellas, en los que supera el 20% de visitas. En cualquier caso, tienen un peso también considerable en cualquier otro establecimiento, entre un 10% y un 14%. Al contrario, castellano leoneses y franceses cuentan con sus pesos más importantes en los establecimientos de categoría inferior, si bien en el caso francés no en los hostales. Así, los primeros son un 8% de los usuarios de pensiones, mientras que los segundos llegan al 11% de los alojados en hoteles de una estrella.
- Bilbao (37,5%) y Donostia-San Sebastián (36%) constituyen los grandes hitos para la realización de actividades del visitante del sistema hotelero vasco. Más allá de ellas, cualquier zona recibe una cierta proporción, constante, de entre un 10% y un 15% de turistas, con la excepción del interior alavés (6%).
- Cuando el alojamiento está en una capital, las visitas se centralizan mucho en ella. Ello sucede especialmente cuando se da en pensiones u hoteles de las categorías superiores. Esta tendencia se da menos si la visita es a Donostia, en cuyo caso aparece una cierta querencia por la visita a localidades costeras del entorno, Hondarribia y Zarautz principalmente.
- Cuando el alojamiento está en la costa o en el interior las capitales, las del territorio de alojamiento principalmente, siempre se muestran como referencia para la actividad y la visita.
- Bilbao y Donostia-San Sebastián, especialmente Bilbao en función de sus especificidades y atractivos alrededor de su oferta de negocios y de su oferta cultural, son los únicos puntos que presentan atractivos importantes para turistas alojados fuera de sus territorios correspondientes. Esta tendencia es importante para los alojados en Álava, para los que Bilbao reúne entre un 11% (de la capital alavesa) y un 14% de visitas (del interior).
- El turismo del sistema hotelero presenta una propensión hacia el turismo urbano (75%), común para cualquier motivación inicial del viaje, una considerable actividad de negocios (39%), común a todos quienes visitan Euskadi por motivos de negocios, así como una habitual actividad gastronómica (39%) y cultural (29%). La actividad cultural y gastronómica es algo más habitual entre los alojados en hoteles de tres o más estrellas.
- Entre las actividades más secundarias, destaca la dedicación de los alojados en las pensiones a actividades de sol y playa (15%), y la de los alojados en hoteles de dos (9%) y tres estrellas (7%) por las actividades en entornos de naturaleza.
- Por zonas, Vitoria-Gasteiz destaca por su actividad laboral (72%), desarrollada además con escasa imbricación de ocio, Bilbao por su actividad laboral (51%) y por su importante dedicación cultural (43%, tam-

bién en este caso el interior alavés aunque los volúmenes son muy inferiores), mientras que en Donostia (65%), y en general en toda Gipuzkoa, es particularmente destacable la actividad gastronómica.

- Un 5% del turismo hotelero que recalca en Euskadi topa con problemas para encontrar alojamiento. Estos problemas son importantes entre los usuarios de pensiones y hostales (16%).
- El 61% de las estancias hoteleras en Euskadi tiene un máximo de tres jornadas de pernoctación. También son importantes las situadas entre las 4 y 7 jornadas (27%). Las estancias de hasta tres jornadas son muy importantes en los establecimientos de cinco, cuatro, dos y una estrella (alrededor del 65% de ellas), y más escasas, aunque aún dominantes, entre los de tres (52%) y en las pensiones y hostales (41%).
- Los hoteles vascos son considerados positivamente por un 71% de sus usuarios, a lo que se añade un 34% más para los que supera las expectativas iniciales. Tan solo en un 5% de las estancias se dan problemas para cubrir las necesidades y preferencias de los usuarios. Sus principales activos son su localización (15%), la calidad del servicio (11%) y el trato al personal (10%). Solo en los establecimientos situados en Bilbao destaca el nivel de quejas, relacionadas con los ruidos (6%).
- El 39% de los visitantes recaba alguna información en los establecimientos. Normalmente a través de folletos, solos (17%) o en combinación con consultas al personal (9%). Suele ser información sobre rutas turísticas (24%), muy habitual en hoteles de tres y dos estrellas, o información gastronómica (9%), más destacable en las pensiones.
- Solo un 14% de los turistas hace uso de las oficinas de información turística. Un 5% más, quiere información de ellas pero no la consigue por problemas ya de horarios ya de localización.
- Los viajes al País Vasco son valorados positivamente en un 83% de los casos, y en un 9% más muy positivamente. A ello contribuye la generalizada apreciación positiva de las localidades visitadas (30%), del entorno (30%), de la gastronomía (27%) y, en menor medida, de las personas (19%) y de la calidad de los servicios (14%). Es muy destacable la valoración del museo Guggenheim entre los alojados en hoteles de cinco estrellas (15%) o los que visitan Bilbao (20%), y de las personas entre los usuarios de pensiones y hostales (35%). El clima (10%), especialmente en los establecimientos extremos en categoría, y la señalización y comunicaciones (9%), especialmente en los de tres estrellas, son los aspectos asociados a la oferta más comúnmente percibidos de un modo negativo.
- Los establecimientos a la carta (54%), especialmente, así como los del menú del día (34%) y los de pinxos (31%) constituyen el grueso de la oferta utilizada por los turistas alojados en hotel. Los restaurantes del hotel donde se pernocta (20%) y los de alta cocina (9%) cuentan también con una demanda relevante. Sin embargo, establecimientos de comida rápida, combinados o bodegas cuentan con demandas escasas o muy localizadas en determinados usuarios. De hecho, solo cuentan con una incidencia importante, algo superior al 10% en cada caso, entre los alojados en pensiones u hostales.
- La alta cocina tiene su principal clientela en los alojados en establecimientos de cinco (17%) y cuatro estrellas (12%).
- Los rangos de edad dominantes en el turismo hotelero son los de entre 30 y 39 años (24%) y 40 y 49 años (24%). En las pensiones es destacable el peso de los jóvenes menores de 30 años (29%).
- Es un turismo de renta media (62%) o media alta (31,5%). Estas últimas se dan más en los establecimientos de tres o más estrellas que en los de inferior categoría. Es un turismo ocupado (82%), si bien la presencia de jubilados es considerable en los hoteles de tres estrellas (20,5%), debido a la inserción prioritaria de los establecimientos balnearios en esta categoría.

3. Principales conclusiones

- En cuanto a la situación ocupacional de estos visitantes, son en un 56% cargos medios, en un 22% cargos directivos y en un 20% empresarios y autónomos. Salvo en las pensiones no hay asalariados sin cualificación. La mayor diferencia en cuanto a los establecimientos de tres o más estrellas y los de categoría inferior se sitúa en la atracción de cargos directivos, importante en los primeros y escasa entre los segundos.
- Las categorías extremas representan así mismo perfiles tipo muy separados. Las pensiones y hostales presentan un perfil joven, muy activo, capitalino, urbano, cultural, pero también con playa, con elevado uso de internet tanto para la búsqueda de información como para la formalización de reservas. Los de cinco y, en menor medida, cuatro estrellas, responden a un perfil más clásico, con búsqueda de información y reserva a través de agencias de viaje, edad media o madura, querencia hacia los negocios y, en este caso también, actividad cultural. La actividad cultural es precisamente el rasgo que une, separando del resto en alguna medida, ambos modelos.

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 éstos 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.

