



# Observatorio Turismo en Bizkaia 2018

Presentación de resultados



## Presentación

Se puede afirmar que 2018 ha sido un año especial para Bizkaia por el número y tipo de eventos que se han celebrado en el territorio. Desde la gala The World's 50 Best Restaurants, las Finales de Rugby Champions Cup y Challenge Cup o la MTV Music Week entre los que más repercusión internacional han tenido.

En este año, las estadísticas oficiales de la evolución del turismo en Bizkaia muestran un mantenimiento de crecimiento sostenido en relación al número de entradas totales (establecimientos hoteleros + alojamientos rurales+ apartamentos turísticos) que superan el 1.500.000, representando un incremento de un 3,3% respecto a 2017<sup>1</sup>.

Presentando resultados que consolidan a Bilbao-Bizkaia como destino turístico que va teniendo más presencia tanto en el mercado estatal como extranjero:

- Crecen las pernoctaciones, vienen más turistas y se quedan más tiempo, un 6,2%.
- La estancia media se sitúa en 2 noches.
- Se recupera el mercado estatal y sigue creciendo.
- Y, aumenta de forma significativa el mercado extranjero (6,6%).

Desde el Observatorio de Turismo de la Dirección de Promoción Exterior y Turismo de Diputación Foral de Bizkaia se hace una monitorización y análisis de todos estos datos que se unen a la recogida de información directa de las personas viajeras que vienen a Bizkaia (demanda) durante todo el año.

Al igual que en años anteriores, en 2018 se han recogido unas muestras diferenciadas y previamente definidas de turistas en destino basándose en dos variables clave: origen (estatal-extranjero) y el tipo de establecimiento que han elegido para pernoctar en el territorio.

Para esta muestra, el número total de entrevistas realizadas ha sido de 1.013 encuestas, repartidas entre turistas estatales y extranjeras que se alojan tanto en establecimientos tradicionales (hotel, pensión, alojamiento rural) como en establecimientos alternativos (hostel-ciudad, aparcamientos auto caravanas, residencias universitarias, campings, apartamentos turísticos y pisos turísticos).

---

<sup>1</sup> Previsión en base a los datos relativos a los publicados por Eustat en la Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores (ETR) 2018 a falta de los datos de diciembre.

Por otro lado, independientemente de las encuestas realizadas, y para poder obtener una fotografía real del tipo de establecimiento elegido por las turistas que pernoctan en Bizkaia, se ha llevado a cabo un muestreo aleatorio de 5.150 personas viajeras en puntos turísticos clave (entornos de oficinas de turismo, museos, centros de interés turístico...)<sup>2</sup>

En 2018, el objeto del Observatorio se ha centrado en:

- El perfil de la demanda en destino: origen, sexo, edad, nivel socio-económico, estado civil, situación profesional.
- Bilbao-Bizkaia como destino: notoriedad y atributos asociados (imagen)
- Bilbao-Bizkaia como destino de eventos.
- Planificación del viaje: especialmente centrado en las fuentes de información y compra utilizadas.
- La experiencia del turista en destino, que incluye desde el propósito del viaje, las actividades realizadas, pueblos/lugares visitados, transporte utilizado, forma social de viajar, gasto, etc.
- Valoración y prescripción de Bizkaia como destino turístico.
- Prospección de retorno a Bizkaia.
- Mercados emisores preferentes 2018.

---

<sup>2</sup> Se adjunta Ficha Técnica de la metodología realizada al final de este informe como anexo.

# Índice

<b>1. Tipo de alojamiento .....</b>	<b>5</b>
1.1. Tipo de alojamiento.....	5
1.2. Causas de elección del tipo de alojamiento.....	10
<b>2. Bilbao-Bizkaia como destino turístico.....</b>	<b>12</b>
2.1. Notoriedad de Bizkaia .....	12
2.2. Atractivo de Bizkaia como destino turístico.....	14
2.3. Bizkaia destino de eventos .....	18
<b>3. Experiencia en destino Bizkaia .....</b>	<b>20</b>
3.1. Organización del viaje.....	20
3.2. El viaje (pre): decisión de venir a Bizkaia .....	22
3.3. El viaje (durante): estancia en Bizkaia .....	24
<b>4. Gasto medio durante estancia en Bizkaia.....</b>	<b>37</b>
4.1. Gasto medio total viaje.....	37
4.2. Gasto medio total viaje desglosado .....	41
<b>5. Valoración y prescripción de Bizkaia como destino turístico.....</b>	<b>42</b>
5.1. Valoración de Bizkaia como destino turístico.....	42
5.2. Prescripción y prospección de retorno.....	47
<b>6. Indicadores 2018: mercados emisores preferentes .....</b>	<b>51</b>
<b>7. Índice de experiencia de destino Bizkaia .....</b>	<b>53</b>

Anexo: Ficha técnica

# 1. Tipo de alojamiento

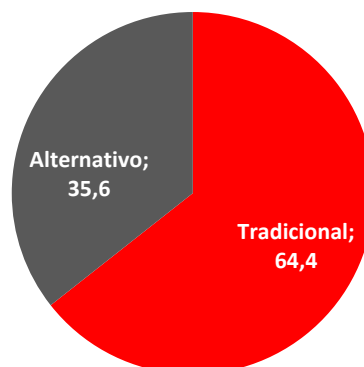
EL ALOJAMIENTO ALTERNATIVO SE ESTABILIZA EN BIZKAIA

35,6%

## 1.1. Tipo de alojamiento

Donde se alojan las personas viajeras que vienen a Bizkaia, es un dato importante a la hora de analizar el tipo de demanda turística en destino. En 2018, el alojamiento tradicional<sup>3</sup> representa un 64,4%. En el caso del alojamiento alternativo este ha sido una opción para un 35,6%.

Gráfico 1: Tipo de alojamiento escogido durante su estancia en Bizkaia (%)

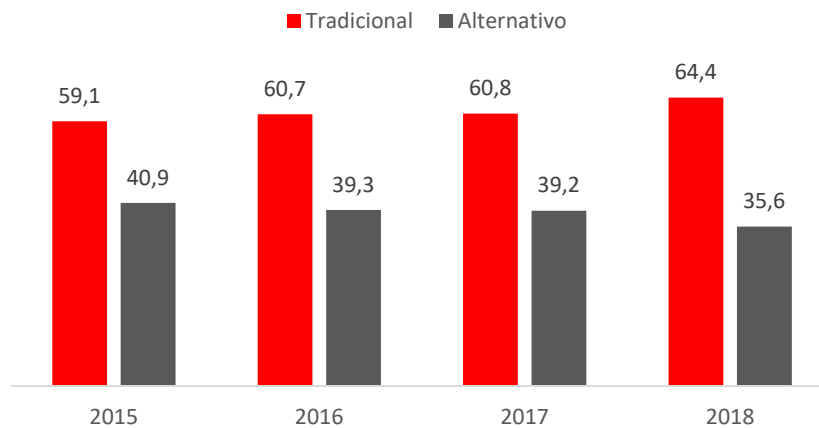


Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Se observa que en 2018 se estabiliza la ocupación en los establecimientos denominados alternativos (hostel-ciudad, aparcamientos autocaravanas, residencias universitarias, campings, apartamentos turísticos y pisos turísticos) mientras que se incrementa ligeramente la ocupación en los establecimientos tradicionales respecto a 2017 y años anteriores.

<sup>3</sup> La clasificación del tipo de alojamiento por tradicional o alternativo es propia de este Observatorio. Dentro del alojamiento tradicional se encuentran: hotel, pensión, alojamiento rural y en alojamiento alternativo: hostel-ciudad, aparcamientos autocaravanas, residencias universitarias, campings, apartamentos turísticos y pisos turísticos.

Gráfico 2: Tipo de alojamiento escogido durante su estancia en Bizkaia. Comparativa 2015-2018 (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al profundizar en el tipo de establecimiento donde se han alojado durante su estancia en Bizkaia, es significativa la distribución de las opciones de alojamiento. En el caso de los hoteles, un 43,9% ha pernoctado en este tipo de establecimiento, siendo el que mayor porcentaje de ocupación presenta (disminuye 5 puntos respecto a 2017).

La demanda de apartamentos turísticos (6,5%) y pisos turísticos (14,3%) se sitúa como la segunda opción preferida en 2018, incrementándose este tipo de alojamiento respecto a 2017 en 5,5 puntos y 3,2 respectivamente.

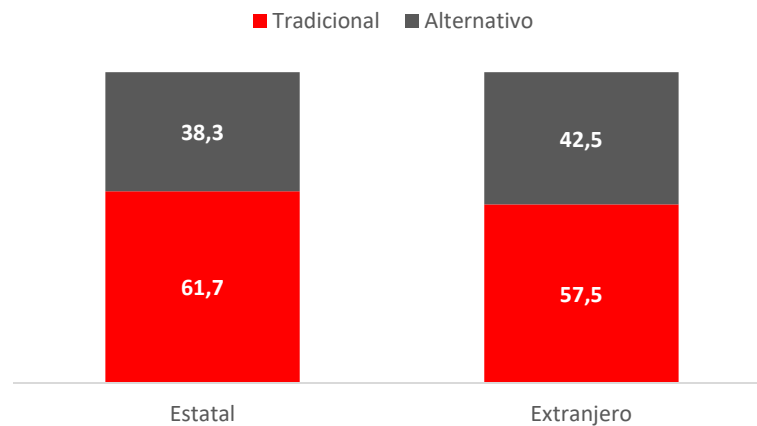
Tabla 1: Tipología de establecimiento (%)

Especificar tipo de establecimiento		
Establecimiento	n	%
Hotel	445	43,9
Pensión	116	11,5
Alojamiento rural	47	4,6
Hostel ciudad (albergue)	125	12,3
Apartamento turístico	66	6,5
Parking autocaravanas	17	1,7
Residencia jóvenes/universitaria	4	0,4
Camping	48	4,7
Piso turístico	145	14,3
<b>Total</b>	<b>1.013</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Segmentando la muestra por origen, en ambos casos el alojamiento tradicional presenta porcentajes superiores al alternativo. Aunque se puede señalar como las personas viajeras extranjeras presentan un porcentaje superior a las estatales en cuanto al uso de alojamientos alternativos, un 42,5% frente a un 38,3%.

Gráfico 3: Tipo de alojamiento por origen (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

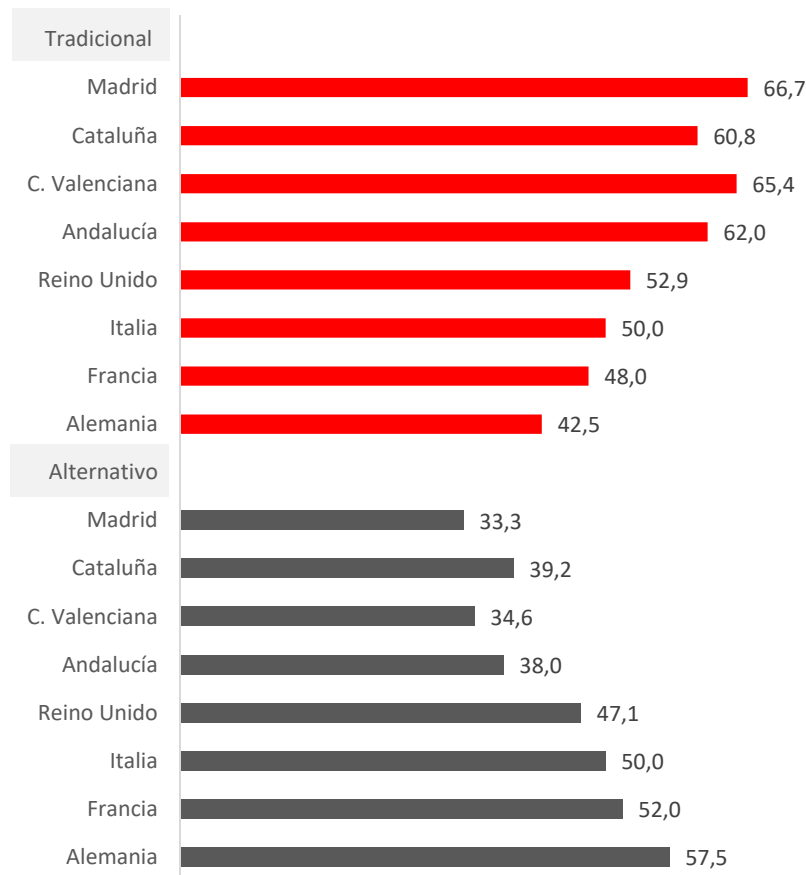
Por mercado emisor principal, se observan diferencias entre las diferentes viajeras procedentes tanto de territorios del resto del Estado como de otros países.

En el caso de las personas extranjeras procedentes de los mercados emisores principales, la opción de los alojamientos alternativos presenta porcentajes más altos en general que entre las estatales. Destacando las ocupaciones de alemanas y francesas en este tipo de establecimientos.

Entre las estatales, las procedentes de Madrid y Comunidad Valenciana son las que optan en mayor porcentaje por el alojamiento tradicional. Madrileñas un 66,7% y valencianas un 65,4%.

Dentro de las estatales, las catalanas son las que más se han alojado en establecimientos alternativos (39,2%).

Gráfico 4: Tipo de alojamiento por mercado emisor principal (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

La elección del establecimiento donde se alojan durante su estancia en Bizkaia es importante ya que un 95,1% de las turistas pernocta en el mismo alojamiento mientras realiza su visita.

Tabla 2: Número de alojamientos durante su estancia en Bizkaia (%)

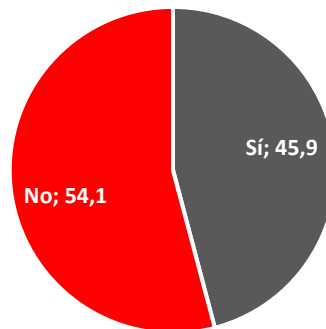
Durante la estancia en Bizkaia mismo alojamiento o no		
Mismo alojamiento	n	%
Sí, me alojo en el mismo	963	95,1
No, estoy en más de uno	50	4,9
<b>Total</b>	<b>1.013</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Es significativo también analizar respecto a la elección del alojamiento, como entre las personas que repiten su visita a Bizkaia un 54,1% no elige el mismo tipo de establecimiento para pernoctar.



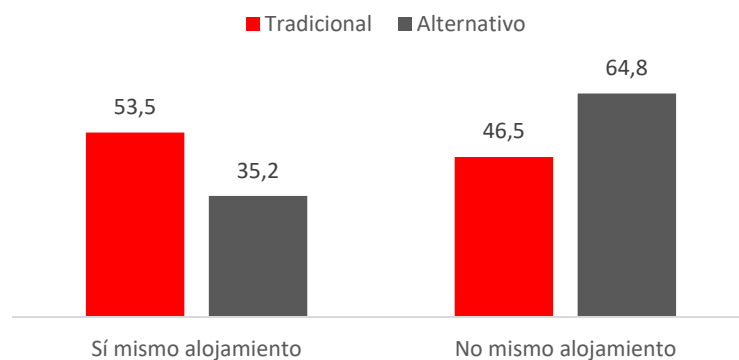
Gráfico 5: Elegir mismo establecimiento o no en otra/s visita/s a Bizkaia (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Entre las que no repiten alojamiento, especialmente en su segunda visita a Bizkaia, son las que se han alojado en establecimientos alternativos las que presentan porcentualmente mayor movilidad. Las que se alojan en establecimientos tradicionales presentan un porcentaje mayor de fidelidad, un 53,5% repite tipo de alojamiento.

Gráfico 6: Alojarse en el mismo establecimiento o no en otra/s visita/s a Bizkaia por tipo de alojamiento (%)

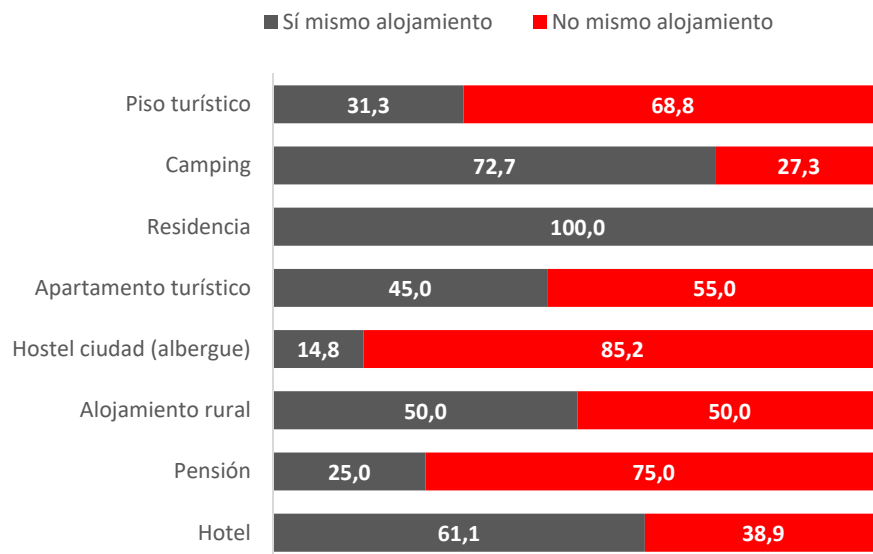


Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Esta movilidad en cuanto al tipo de alojamiento es especialmente significativo en las que se han alojado en 2018 en hostel ciudad (85,2%), pensión (75,0%) y piso turístico (68,8%).

Por otro lado, son los campings (72,7%) y hoteles (61,1%) los que presentan mayor grado de repetición en la elección del tipo de establecimiento.

Gráfico 7: Alojarse en el mismo establecimiento o no en otra/s visita/s a Bizkaia por tipo de establecimiento (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

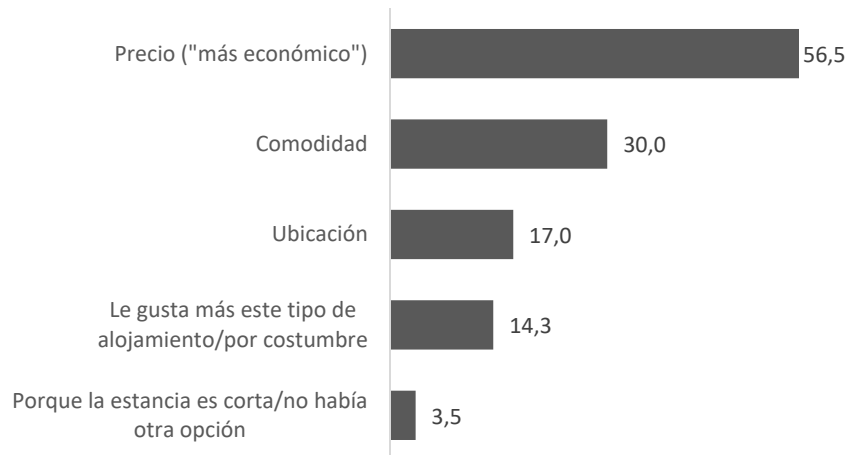
## 1.2. Causas de elección del tipo de alojamiento

En 2018 se observa que el tipo de establecimiento que eligen las personas que visitan Bizkaia se estabiliza con respecto al comportamiento de años anteriores. La diversificación de la oferta entre alojamientos tradicionales y alternativos y el peso de la demanda en cada uno de ellos se mantienen con respecto al año anterior. Se refuerza la demanda del alojamiento alternativo pero también el del tradicional. Los hoteles continúan alojando a 4 de cada 10 visitantes, aunque descienden. Y crece la demanda del modelo de apartamento y piso turístico.

Las causas de la elección de un tipo de alojamiento u otro ayudan a entender por qué las turistas demandan un establecimiento determinado. En el caso de los alternativos prima el precio (56,5%) (“más económico”, “más barato”, “ahorro”), considerando otros elementos como la comodidad o ser más prácticos (30,0%). La ubicación de estos establecimientos también es una causa para un 17,0%.

Los cambios de hábitos o la costumbre llevan también a un 14,3% a elegir este tipo de alojamiento.

Gráfico 8: Causas elección alojamiento alternativo (% sobre total) (respuesta espontánea)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Respecto a la demanda de alojamientos tradicionales se observan tres factores principales para su elección: comodidad (35,9%), buen precio (28,9%) y ubicación (27,3%).

Es significativo resaltar que un 9,9% dice que es el alojamiento establecido por el viaje contratado.

Gráfico 9: Causas elección alojamiento tradicional (% sobre total) (respuesta espontánea)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 2. Bizkaia como destino turístico

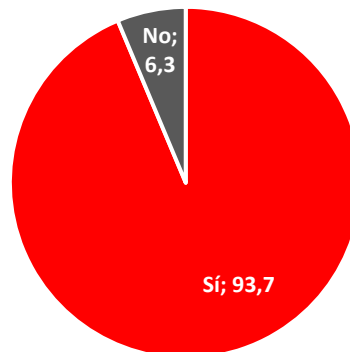
BIZKAIA SE POSICIONA COMO DESTINO TURÍSTICO

**93,7%**

### 2.1. Notoriedad de Bizkaia

En 2018 la notoriedad de Bizkaia como territorio, como destino turístico presenta un grado muy alto de notoriedad. Un 93,7% de las personas visitantes dice haber oído hablar de Bizkaia antes de venir. Esta repercusión del territorio es significativa en este año por los diferentes eventos que han tenido lugar. Esta notoriedad supone una variación de 14,4% respecto a 2017.

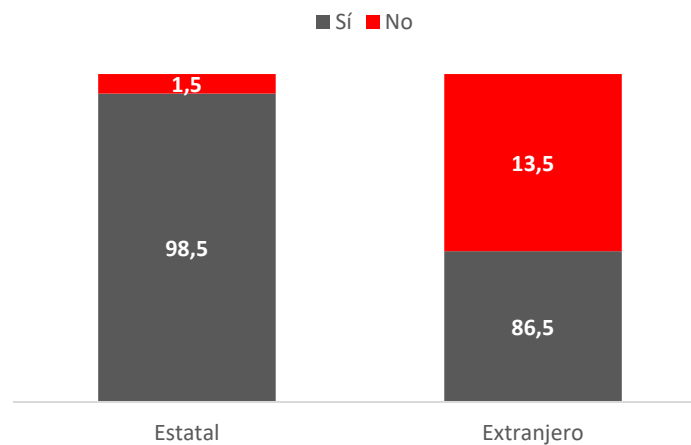
Gráfico 10: Conocer o no conocer Bizkaia antes de venir a visitarlo (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al cruzar por origen, se observa que el porcentaje de visitantes que no sabía nada o no había escuchado nada de Bizkaia es superior entre las extranjeras (un 13,5%) que entre las estatales (1,5%). Siendo destacable que un 86,5% de extranjeras ya habían oído hablar de Bizkaia antes de venir.

Gráfico 11: Conocer o no conocer Bizkaia antes de venir a visitarlo por origen (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Bizkaia cada vez es más conocida como destino turístico. El aspecto que más se asocia con nuestro territorio es la Gastronomía (un 27,1%), una gastronomía propia, de calidad, con grandes chefs, los pintxos, los productos, etc.

Junto a esto la imagen de Bizkaia como una zona rica, desarrollada, industrializada, moderna y con una buena calidad de vida es también asociada por un 25,7% de las personas viajeras que nos han visitado.

El carácter y la imagen de pueblo acogedor son también significativos ya que suponen un 22,5%.

El Museo Guggenheim mantiene su impacto en la imagen exterior de Bizkaia (17,0%)

Señalar como se identifica por primera vez este año como algunas de las personas viajeras asocian Bizkaia con un destino de moda, de desarrollo turístico (4,2%).

Tabla 3: Imagen que asocia a Bizkaia (% sobre el total) (respuesta espontánea/múltiple)

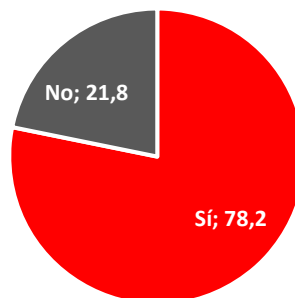
Imagen asocia Bizkaia		
Conocía antes venir	n	% sobre el total
Gastronomía propia, de calidad	260	27,1
Zona rica, desarrollada, industrializada, moderna, calidad de vida	247	25,7
Buena gente, amable, carácter, trabajadora	216	22,5
Paisajes: mar (costa/playas) y montaña	167	17,4
Museo Guggenheim	163	17,0
Cultura e idioma propio e historia (vasca)	141	14,7
Athletic de Bilbao (equipo de fútbol)	96	10,0
Naturaleza	78	8,1
Verde	76	7,9
Clima lluvioso	62	6,5
Arte y cultura	57	5,9
El fin del terrorismo (ahora en paz)	46	4,8
Zona de moda, desarrollo turístico	40	4,2
Norte de España	38	4,0

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 2.2. Atractivo de Bizkaia como destino turístico

Un 78,2% de las personas que nos han visitado en 2018 son nuevas visitantes, es decir, han venido a Bizkaia por primera vez.

Gráfico 12: Primera visita a Bizkaia (%)

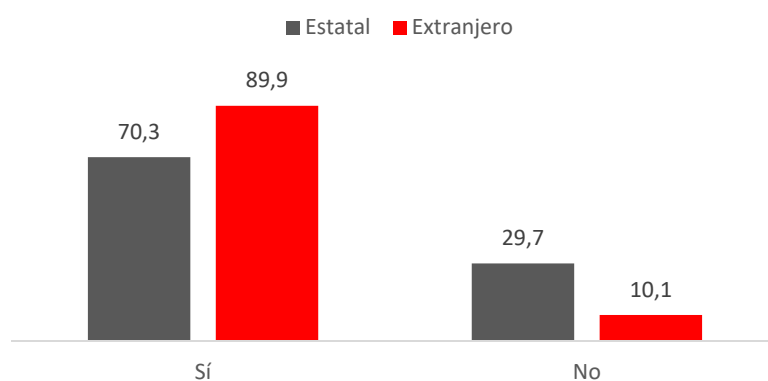


Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Sí encontramos que un 21,8% repiten visita. Un 58,8% ha visitado Bizkaia por segunda vez y un 27,1% varias veces (3-5 veces).

Segmentando por origen, se observa como entre las personas viajeras que vienen por primera vez a Bizkaia un 89,9% son extranjeras. El grado de repetición de visita es superior entre las estatales, un 29,7%.

Gráfico 13: Primera visita a Bizkaia por origen (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

A la hora de elegir Bizkaia, dos son las principales fuentes de información. Un 83,4% se ha informado a través de otras personas que se lo han prescrito. Y, destaca también Internet, un 65,9%, como medio para informarse sobre Bizkaia o conocer que ofrece como destino de viaje.

En 2018, destaca como dato significativo que un 47,6% de las personas mencionen como fuentes de información los mass media. Adquiriendo estas vías un peso importante respecto a años anteriores.

Así mismo, un 12,3% valora Bizkaia como destino por haber sido sede de diferentes eventos internacionales.

Tabla 4: Medios de información para elegir Bizkaia como destino (respuesta múltiple) (% sobre el total)

<b>Medios de información propiciaron visita a Bizkaia</b>		
<b>Medios de información</b>	<b>n</b>	<b>% sobre el total</b>
Consejo de amigos/as, conocidos/as o familiares	845	83,4
Internet (páginas Web destino, Redes sociales, etc...)	668	65,9
Prensa/ Revistas/Vallas publicitarias/noticia/tv/radio	482	47,6
Guías de viaje/Folleto turístico	221	21,8
Por ser sede de diferentes eventos internacionales este año	125	12,3
Agencia de viajes	85	8,4
Ferías	80	7,9
Deportes (fútbol, baloncesto, montaña, surf)	29	2,9
Camino de Santiago	15	1,5
Laboral	11	1,1

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

A la hora de tomar la decisión para realizar su viaje a Bizkaia, el medio que más importancia tiene es el consejo del entorno, la prescripción del destino. Que se iguala en grado de importancia este año con ser sede de eventos internacionales. Las agencias de viajes también superan en 2018 a Internet que pasa a un cuarto lugar.

Tabla 5: Grado de importancia en la decisión de elegir Bizkaia como destino (media) (escala 1 a 10)

<b>Medios de información propiciaron visita a Bizkaia</b>	
<b>Grado de importancia</b>	<b>Media</b>
Consejo de amigos/as, conocidos/as o familiares	8,3
Por ser sede de diferentes eventos internacionales este año	8,3
Agencia de viajes	8,0
Internet (páginas Web destino, Redes sociales, etc...)	7,5
Guías de viaje/Folleto turístico	7,0
Ferías	6,6
Prensa/ Revistas/Vallas publicitarias/noticia/tv/radio	6,5
Otro medio	6,0

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018



La decisión final de elegir Bilbao-Bizkaia como destino turístico viene determinada en 2018 por tres elementos:

- “He oído hablar mucho de Bilbao-Bizkaia y tengo ganas de conocerlo” (27,2%). El índice de notoriedad en 2018 del territorio es alto y esto lleva a las personas a plantearse como un destino donde viajar. Se habla de Bilbao-Bizkaia en los medios, las personas que han estado lo recomiendan o en internet (6,8%).
- También esto va unido al segundo insight, el considerar Bilbao-Bizkaia como un buen destino donde pasar las vacaciones de verano, una escapada o un puente (16,6%)
- Y, un tercer motivo, para un 10,4%, es porque han encontrado un pack de viaje adecuado o una oferta.

Los eventos celebrados este año en Bilbao-Bizkaia suponen una razón principal para venir para un 6,4%.

Tabla 6: Principales *insights* para elegir Bizkaia como destino (respuesta espontánea/múltiple) (% sobre el total)

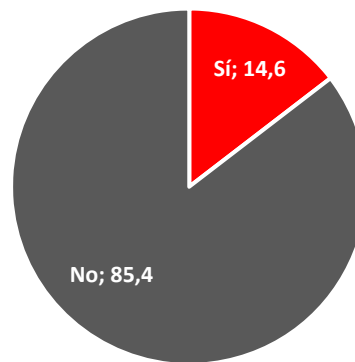
Principal <i>insight</i> elección Bizkaia		
Insights	n	% sobre total
Ganas de conocer Bilbao- Bizkaia ("en general")	274	27,2
Vacaciones (buen destino para vacaciones verano/puente/escapada)	167	16,6
Porque era una buena oferta (pack/precio) de viaje	105	10,4
Visita a amistades/familia	87	8,6
Buenas recomendaciones de personas que han visitado/conocen Bizkaia/internet	69	6,8
Eventos (festivales, conciertos, deporte, MTV, ferias, congresos,...)	65	6,4
Está dentro de la ruta que están haciendo por el Norte de España/Sur Francia	56	5,6
Ruta Camino de Santiago	40	4,0
Recomendación y pack/oferta de la agencia de viajes	35	3,5
Por motivos laborales/negocios	32	3,2
Volver, porque le gusta mucho	24	2,4
Visitar el Museo Guggenheim	19	1,9
Cercanía al lugar de residencia/otros destinos	19	1,9
Celebraciones/quedadas	14	1,4
Gastronomía	11	1,1

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 2.3. Bizkaia destino de eventos

2018 ha sido un año especial en cuanto a reconocimientos y celebración de distintos eventos con repercusión internacional. Esto se ha reflejado en la encuesta realizada a las personas viajeras que han visitado Bizkaia a lo largo del año preguntando por si este contexto ha influido en su decisión a la hora de elegir como destino Bilbao-Bizkaia. Un 14,6% de las visitantes ha contestado que sí les ha influido en su decisión.

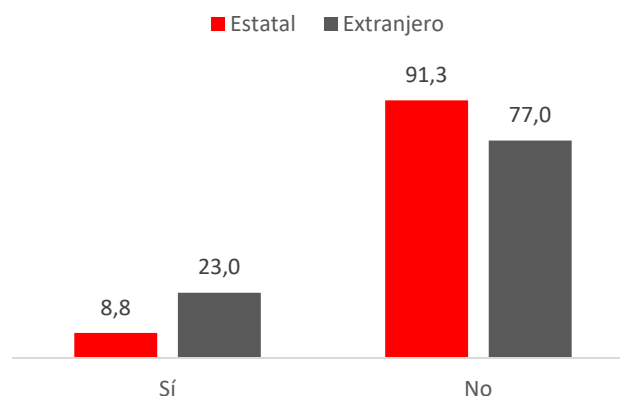
Gráfico 14: Influencia de la celebración de eventos internacionales en Bilbao-Bizkaia para elegir destino (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

El grado de influencia es superior entre las personas viajeras extranjeras (23,0%) que entre las estatales (8,8%).

Gráfico 15: Influencia de la celebración de eventos internacionales en Bilbao-Bizkaia para elegir destino por origen (%)



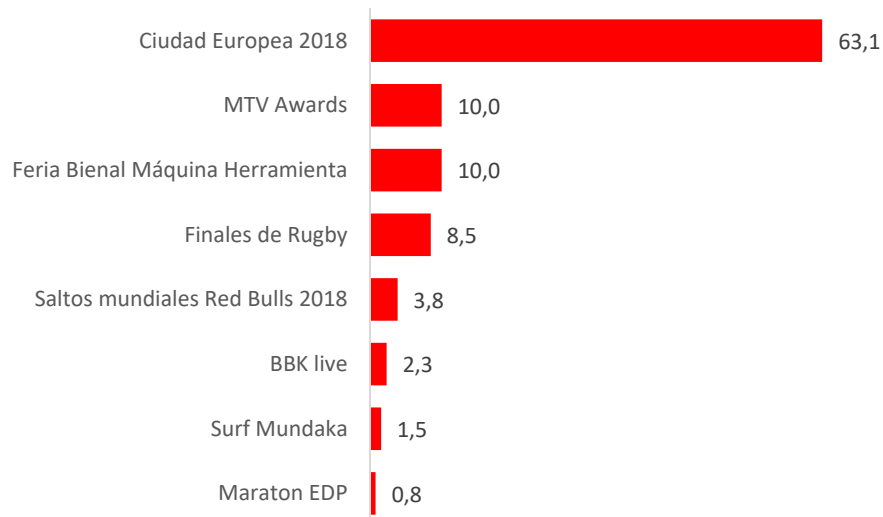
Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Dentro de los reconocimientos y eventos celebrados, destaca con una notoriedad alta, un 63,1%, el premio a Bilbao como la “Mejor Ciudad Europea 2018”.

Seguido de eventos como los MTV Awards (10,0%) o la Feria Bienal Máquina Herramienta (10,0%).

Las finales de Rugby también las han mencionado un 8,5%.

Gráfico 16: Qué tipo de eventos (respuesta espontánea/ múltiple) (% sobre el total)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 3. Experiencia en destino

INTERNET PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA ORGANIZAR EL VIAJE

84%

### 3.1. Organización del viaje

Un 83,7% de las personas visitantes que han venido a Bizkaia, ha reservado su viaje a través de Internet.

Tabla 7: Medios de información utilizados para la organización del viaje (respuesta múltiple) (% sobre el total)

Donde reserva viaje		
Sitios de reserva	n	% sobre el total
Internet	848	83,7
Directamente por teléfono/correo electrónico	218	21,5
Agencia de viajes	109	10,8
Otro medio	42	4,1

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

En Internet se han reservado principalmente dos conceptos: el alojamiento (un 97,8% de los casos) y el transporte (un 41,7%).

Tabla 8: Internet como herramienta para la organización del viaje (% sobre el total)

Conceptos reservados por Internet		
Sitios de reserva	n	% sobre el total
Alojamiento	829	97,8
Transporte	354	41,7
Entradas museos, teatros, conciertos, etc.	138	16,3
Actividades	67	7,9

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Siendo las Webs de búsqueda de viajes como Booking o Edreams las que más se han utilizado (76,3%). Junto a estas un 50,4% ha reservado su alojamiento a través de las propias páginas Webs de los establecimientos.

En el caso del transporte, un 44,1% lo ha hecho a través de Webs específicas de las propias compañías, bien aéreas, de tren o autobús.

Las Webs oficiales de Bilbao-Bizkaia han sido utilizadas por un 26,1%. Y, las específicas de museos, teatros, etc. un 22,1%. También se utilizan las Páginas Webs de las Agencias de viaje en menor porcentaje (un 8,4%).

Tabla 9: Páginas de Internet consultadas para la organización del viaje a Bilbao-Bizkaia (%)

Webs		
Webs	n	% sobre el total
Webs de búsqueda de viajes (edreams, booking, airbnb, etc.)	647	76,3
Webs de los propios alojamientos	427	50,4
Webs específicas de compañías aéreas/tren/autobús	374	44,1
Webs oficiales Bilbao-Bizkaia	221	26,1
Webs específicas de museos, teatros, conciertos, etc.	187	22,1
Webs de Agencias de viajes	71	8,4
Otras Webs	5	0,6

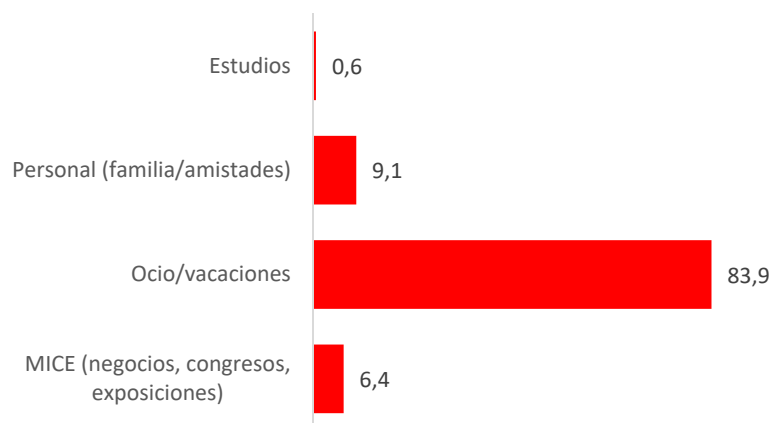
Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

A la hora de comprar el billete del transporte, fundamentalmente aéreo, las páginas son variadas, tanto las propias compañías aéreas como especializadas en reservas. Destacan, por número, Vueling (37,5%), Iberia (12,0%) o Easyjet (8,2%). Un 10,6% ha utilizado para reservar los vuelos la página Skyscanner.

### 3.2. El viaje (pre): decisión de venir a Bizkaia

El principal motivo de visita a Bizkaia ha sido de ocio o vacaciones (83,9%). Un 9,1% lo ha hecho por motivos personales (visitar a la familia o amistades) y un 6,4% son personas visitantes MICE.

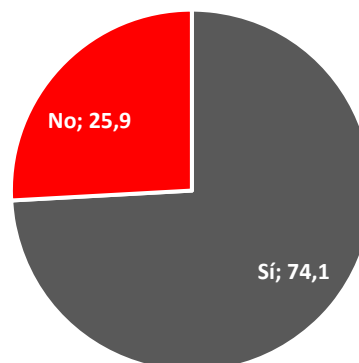
Gráfico 17: Principal motivo para visitar Bizkaia (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Bilbao-Bizkaia es el destino principal de su viaje para un 74,1% de las personas. Un 25,9% indica que no es su principal destino formando en la mayoría de los casos parte de una ruta por España, Norte de España o procedentes de algún otro punto del estado o sur de Europa.

Gráfico 18: Bizkaia destino principal o no (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Un 16,8% tienen como destino principal Donostia-San Sebastián. También es significativo los que tienen Galicia (15,6%) o Camino de Santiago (13,1%) como destinos principales.

Tabla 10: Destino principal de su viaje (%) (respuesta espontánea)

<b>Si es no, ¿cuál es?</b>		
<b>Destino principal</b>	<b>n</b>	<b>% sobre total</b>
Donostia-San Sebastián	44	16,8
Galicia	41	15,6
Camino de Santiago	36	13,7
España	25	9,5
Euskadi (en general)	23	8,8
Norte España	19	7,3
Aquitania	18	6,9
Madrid	17	6,5
Asturias	17	6,5
Gipuzkoa	12	4,6
Cantabria	11	4,2
Europa	7	2,7
Barcelona	3	1,1

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Las personas que nos han visitado durante 2018 han venido mayoritariamente acompañadas, bien por su pareja, en familia o amistades. Así un 34,2% ha viajado a Bizkaia con su pareja, un 28,0% con su familia y un 25,9% con amistades. Señalan un 6,7% que está realizando su viaje solo y un 4,1% en grupo (señalando que esta forma de viaje se ha incrementado 3,2% respecto a 2017)

Tabla 11: Con quién ha viajado (%)

<b>Con quien ha viajado</b>		
<b>Ha viajado con...</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Solo/a	68	6,7
Con mi pareja	346	34,2
Con mi familia	284	28,0
Con amigos/as	262	25,9
En grupo	42	4,1
Otros	11	1,1
<b>Total</b>	<b>1.013</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

El medio de transporte que ha utilizado para llegar a Bizkaia es fundamentalmente a través del: coche particular (un 52,4%) y avión (un 30,9%). Destacar dentro de los medios de transporte terrestres: el autobús (13,9%), el tren como opción para un 7,3% y coche alquilado (6,3%).

Tabla 12: Medio de transporte utilizado (%) (respuesta múltiple)

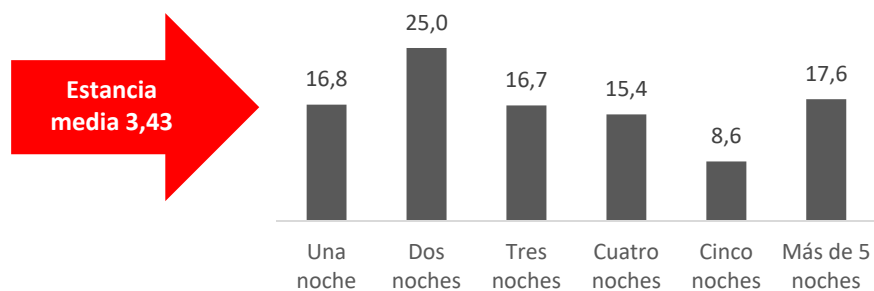
Medio de transporte utilizado		
Medio de transporte	n	% sobre total
Coche particular	531	52,4
Coche alquilado	64	6,3
Autobús	141	13,9
Autobús privado	6	0,6
Avión	313	30,9
Tren	74	7,3
Bicicleta	32	3,2
A pie	48	4,7
Barco/ferry	14	1,4
Autocaravana	9	0,9

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

### 3.3. El viaje (durante): estancia en Bizkaia

Otro aspecto significativo del viaje es conocer el tiempo que las personas viajeras han estado en Bizkaia. Al explorar con las propias turistas su estancia media (es decir el número de noches que han permanecido en Bizkaia) se sitúa en 3,43 (noches/media).

Gráfico 19: Estancia media (noches/media/%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018



Se observan diferencias entre la estancia media de las visitantes estatales (3,27 noches/media) y extranjeras (3,65 noches/media). El tipo de alojamiento también presenta estancias medias distintas, siendo superior en alojamientos alternativos.

Tabla 13: Estancia media por general/origen/tipo de alojamiento (noches/media)

<b>Estancia media visita Bizkaia</b>		
Estancia media	Media	Desv. Típ.
General	3,43	2,03
Estatal	3,27	1,76
Extranjero	3,65	2,36
Alojamiento tradicional	3,36	2,10
Alojamiento alternativo	3,52	1,92

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

A la hora de segmentar la estancia media por tipo de establecimiento se observan diferencias. Entre las personas que se han alojado en el camping o alojamiento rural la estancia media es mayor. En el caso de los hoteles la estancia se sitúa en 3,24.

Tabla 14: Estancia media por tipo de establecimiento (noches/media)

<b>Estancia media visita Bizkaia</b>		
Estancia media	Media	Desv. Típ.
Hotel	3,24	2,13
Pensión	3,36	1,97
Alojamiento rural	4,47	1,78
Hostel ciudad (albergue)	2,77	1,62
Apartamento turístico	3,30	1,66
Parking autocaravanas	3,88	2,18
Residencia jóvenes/universitaria	1,25	0,50
Camping	5,13	1,52
Piso turístico	3,77	1,98

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Durante su estancia en Bilbao-Bizkaia, las personas viajeras han realizado diferentes actividades destacando los paseos callejeros (87,8%) y las actividades gastronómicas (79,8%). Las actividades de carácter cultural son también las que mayores niveles de demanda presentan: visitas a museos (72,7%) y visitas a patrimonio histórico (70,8%). La asistencia a espectáculos culturales supone un 35,5% y las visitas culturales un 39,8%. Las compras se reconocen como una actividad realizada por un 27,8%. Al analizar aquellas actividades relacionadas con la naturaleza, el deporte o la playa, los porcentajes son menores que en las actividades gastronómicas o culturales pero crecen con respecto a 2017, llegando en el caso de sol y playa a un 34,0% o la visita a parques naturales un 18,3%.

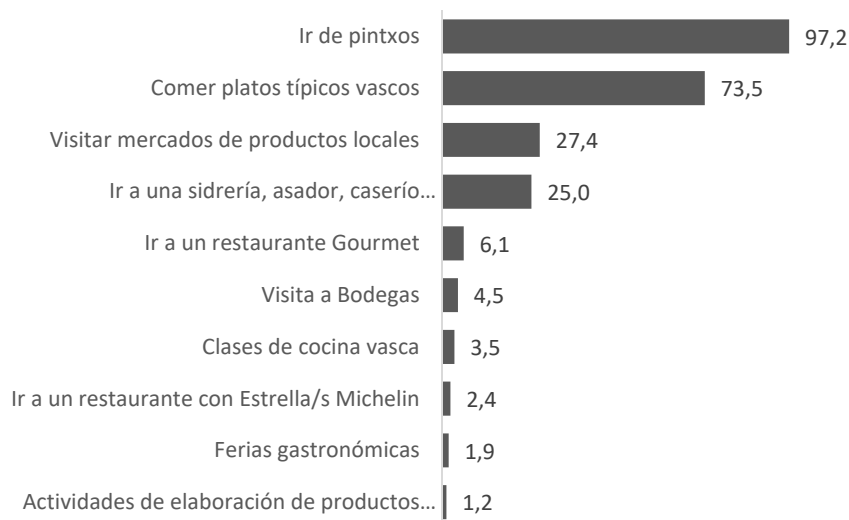
Tabla 15: Actividades realizadas durante su estancia en Bizkaia (% sobre el total)

<b>Actividades realizado durante estancia</b>		
<b>Actividades</b>	<b>n</b>	<b>% sobre el total</b>
Asistencia espectáculos culturales	360	35,5
Visitas a museos-salas de exposiciones	736	72,7
Visitas a Patrimonio Histórico	717	70,8
Visitas culturales	403	39,8
Otras actividades culturales	166	16,4
Actividades de diversión, discotecas, clubes...	296	29,2
Caza/Pesca	3	0,3
Deporte aventura	15	1,5
Deportes náuticos	21	2,1
Deportes acuáticos	56	5,5
Golf	0	0,0
Senderismo, montañismo	135	13,3
Otros deportes	69	6,8
Actividades gastronómicas	808	79,8
Asistencia a espectáculos deportivos	140	13,8
Servicios tipo balneario, talasoterapia...	11	1,1
Visita a parques temáticos	16	1,6
Visitas a familiares/amistades	242	23,9
Visitas a parques naturales, reservas	185	18,3
Ferias, congresos, jornadas	58	5,7
Sol y playa	344	34,0
Paseos callejeros	889	87,8
Compras	282	27,8

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

La oferta gastronómica y cultural de Bizkaia es uno de los atractivos de la visita, esto se refleja en los datos de las actividades realizadas durante su estancia en nuestro destino. Entre las actividades gastronómicas destacan el “ir de pintxos” (97,2%) junto a “comer platos típicos vascos” (73,5%). También el ir de sidrería, asador, caserío un 25,0%. Probar lo local como principal actividad gastronómica.

Gráfico 20: Actividades gastronómicas realizadas en Bizkaia durante su estancia (%) (respuesta múltiple)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

En el caso de las actividades culturales, un 76,9% han sido visitas a museos. Concentrándose estas visitas en el Museo Guggenheim y Bellas Artes de Bilbao.

Un 71,9% ha visitado diferentes recursos de patrimonio como el Puente Colgante, Iglesias, Edificios institucionales o lugares como San Juan de Gaztelugatxe. Que junto al 56,1% que ha visitado monumentos históricos son las actividades más realizadas.

Conocer la cultura vasca es otro de los atractivos del destino que ha sido hecha por un 42,4%. La asistencia a espectáculos también supone un 24,1%.

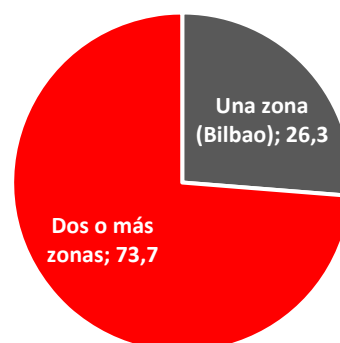
Gráfico 21: Actividades culturales realizadas en Bizkaia durante su estancia (%) (respuesta múltiple)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

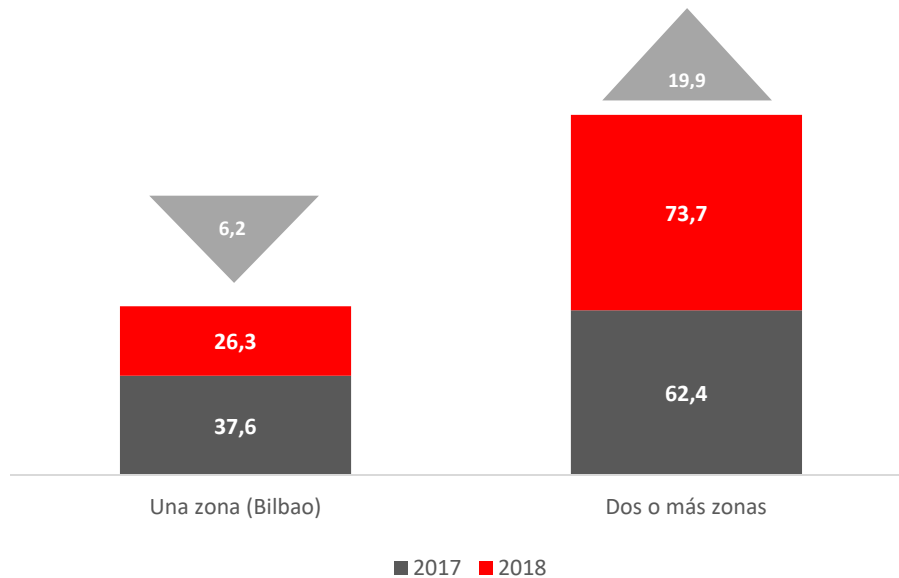
La distribución de las personas viajeras durante su estancia en Bizkaia entre las diferentes comarcas del territorio es uno de los objetivos marcados desde la Dirección. En este aspecto en 2018 se observa cómo se produce un crecimiento del porcentaje de turistas que han visitado diferentes zonas del territorio. Un 73,7% de las visitantes ha ido a conocer dos o más zonas de Bizkaia, 7 de cada 10 turistas han recorrido distintos puntos del territorio durante su estancia (esto supone un incremento del 19,9% respecto a 2017).

Gráfico 22: Número de zonas/comarcas que ha visitado durante su estancia en Bizkaia (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

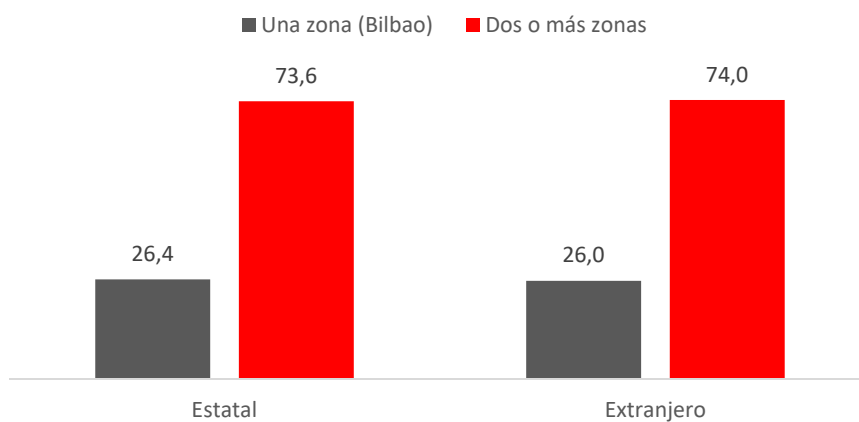
Gráfico 23: Comparativa 2017-2018 de distribución de las turistas durante su visita a Bizkaia



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al comparar estos datos por origen, la diferencia no es significativa entre estatales y extranjeras. Es decir, independientemente del origen, el comportamiento de las turistas que han visitado Bizkaia en 2018 ha sido ampliar su radio de interés yendo a recorrer otras zonas además de Bilbao.

Gráfico 24: Número de zonas/comarcas que ha visitado durante su estancia en Bizkaia por procedencia (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Este incremento de distribución del flujo de turistas entre las diferentes zonas del territorio en 2018, se refleja en el peso que tienen las visitas en cada una de las comarcas y el incremento que se produce respecto a 2017. Profundizando en qué comarcas han recorrido durante su estancia, se puede ver como en mayor o menor medida se ha visitado todas. En el caso de Bilbao, un 98,4% afirma haber estado. Bilbao continúa siendo la zona más visitada del territorio y que concentra el mayor porcentaje de la oferta de alojamiento.

Otras zonas que destacan son Ezkerraldea (64,5%), Eskuinaldea (50,6%) y Busturialdea-Urdaibai (40,4%), siendo las que presentan mayor número de visitas.

Presenta también un porcentaje significativo Uribe Kosta (33,4%) y Lea- Artibai (22,8%)

Otras comarcas como Durangaldea (11,1%), Arratia-Nerbioi (8,2%) y Enkarterri (3,5%) presentan porcentajes más pequeños pero crecen respecto a 2017 en visitas.

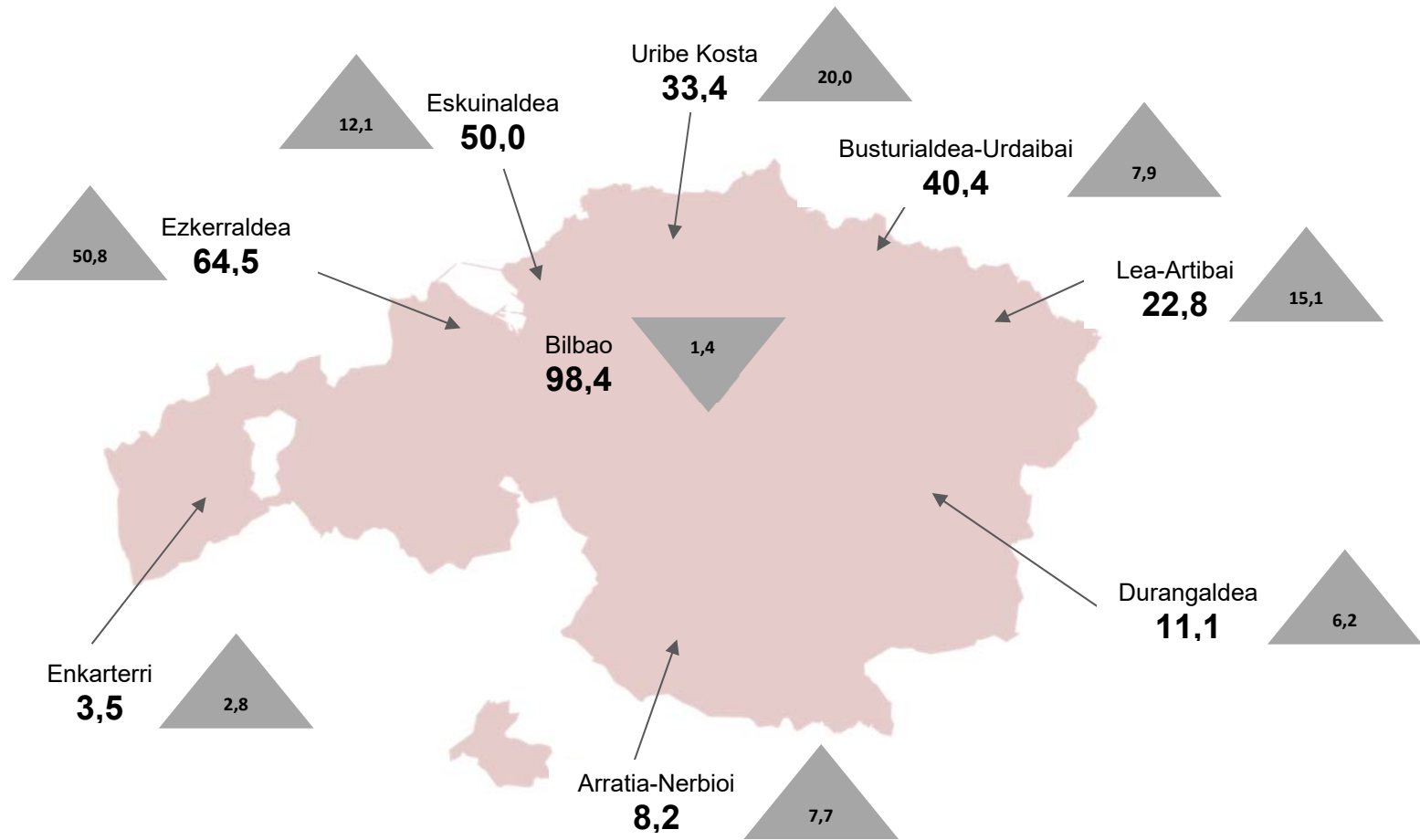
Tabla 16: Comarcas visitadas (% sobre el total) (respuesta múltiple)

<b>Lugares de interés de Bizkaia ha visitado</b>			
<b>Comarcas/Pueblos</b>	<b>n</b>	<b>% sobre total</b>	<b>Variación 2018-2017 (%)</b>
Bilbao	997	98,4	-1,4
Enkarterri	35	3,5	2,8
Busturialdea-Urdaibai	409	40,4	7,9
Uribe Kosta	338	33,4	20,0
Ezkerraldea	653	64,5	50,8
Eskuinaldea	513	50,6	12,1
Lea-Artibai	231	22,8	15,1
Durangaldea	112	11,1	6,2
Arratia-Nerbioi	83	8,2	7,7

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Si estos datos los plasmamos en un mapa de Bizkaia, se puede observar la intensidad de los flujos turísticos por comarca en función de los datos recogidos.

Cuadro 1: Comarcas por % de visitas (%sobre el total) (% variación 2018-2017)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

En 2018 se observa como las personas viajeras visitan en mayor porcentaje las diferentes comarcas de Bizkaia. Esto se refleja en la distribución del flujo de las personas visitantes y en las visitas realizadas a los distintos puntos turísticos que oferta Bizkaia.

Dentro de Bilbao, el Casco Viejo es el punto que mayor interés despierta y el que más se visita de la capital (95,0%), seguido del Paseo por la Ría (82,0%). El museo Guggenheim ha sido visitado por un 73,8%.

Otros lugares como el Mercado de la Ribera (53,6%), el Estadio de San Mames (51,1%) o el Funicular de Artxanda (35,3%) se sitúan como lugares de interés turístico.

Tabla 17: Lugares de interés turístico visitados en Bilbao (% sobre el total) (respuesta múltiple/espontánea)

<b>Lugares de interés de Bizkaia ha visitado</b>		
<b>Lugares de interés visitados Bilbao</b>	<b>n</b>	<b>% sobre total</b>
Casco Viejo de Bilbao	962	95,0
Paseo por la Ría de Bilbao	831	82,0
Museo Guggenheim de Bilbao	748	73,8
Mercado de la Ribera	543	53,6
Estadio de San Mames	518	51,1
Funicular de Artxanda	358	35,3
Museo de Bellas Artes de Bilbao	258	25,5
Azkuna Zentroa	11	1,1

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

\*\*Pregunta abierta donde las personas viajeras han respondido de forma espontánea.

Fuera de Bilbao, la visita se distribuye entre diferentes puntos de interés turístico tanto en la costa como en el interior del territorio.

Destacan dos: Puente Colgante de Bizkaia (59,0%) y San Juan de Gaztelugatxe (44,4%).



También dentro del área metropolitana, se visita el Puerto Viejo de Getxo (32,6%) o el Puerto de Santurtzi (6,6%).

Hacia las zonas de costa destacan los diferentes pueblos y sus puertos pesqueros así como la Reserva de Urdaibai (26,0%).

Gernika, y la Casa de Juntas, ha sido visitada por un 31,4%.

Tabla 18: Lugares de interés turístico visitados (% sobre el total) (respuesta múltiple/ espontánea)

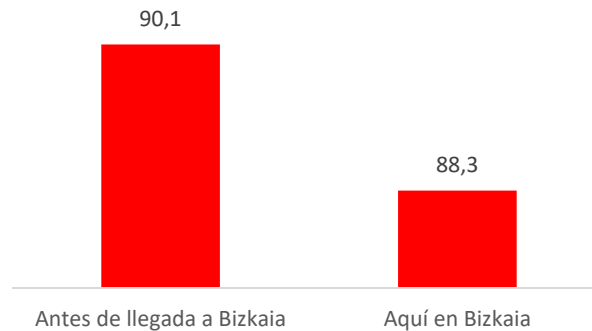
<b>Lugares de interés de Bizkaia ha visitado</b>		
<b>Lugares de interés visitados Bizkaia (no Bilbao)</b>	<b>n</b>	<b>% sobre total</b>
Puente Colgante de Bizkaia	598	59,0
San Juan de Gaztelugatxe	450	44,4
Puerto Viejo de Getxo	330	32,6
Casa de Juntas de Gernika	318	31,4
Reserva Urdaibai	263	26,0
Puerto Pesquero de Lekeitio	230	22,7
Bosque de Oma	111	11,0
Puerto Pesquero de Bermeo	106	10,5
Parque Natural del Gorbea	75	7,4
Puerto de Santurtzi	67	6,6
Casco Antiguo Elorrio	56	5,5
La Arboleda	31	3,1
Cuevas de Pozalagua	10	1,0
BEC	9	0,9
Ferrería del Pobal	5	0,5

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

\*\*Pregunta abierta donde las personas viajeras han respondido de forma espontánea.

Un 90,1% de las personas visitantes que han venido a Bizkaia en 2018 se han informado sobre qué ofrece Bizkaia, dónde ir, qué visitar. De hecho, también una vez llegados al territorio un 88,3% se han informado.

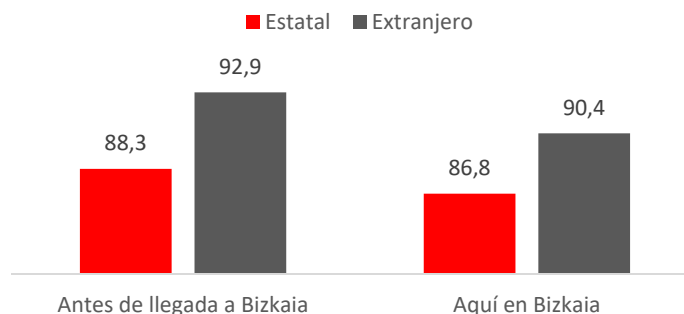
Gráfico 25: Momento de informarse sobre lugares de interés a visitar en Bizkaia (% sobre el total)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al diferenciar por origen, se observa que en ambos casos son las visitantes extranjeras las que se informan, tanto antes de la llegada como después, en mayor porcentaje que las estatales.

Gráfico 26: Momento de informarse sobre lugares de interés a visitar en Bizkaia por origen (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Diferenciando por el momento de su viaje a Bizkaia, las fuentes de información que utilizan varían. Antes de la llegada Internet es la principal vía para un 85,9% que junto a la página Web de Bilbao-Bizkaia turismo (52,8%) predominan sobre el resto de medios de información sobre el destino. También señalar que un 31,2% utiliza las redes sociales y un 21,4% los foros en Internet.

Cuando ya se encuentran en Bizkaia, la principal referencia son los puntos de información turística (64,0%). Situándose Internet en segundo puesto (62,3%).

Es significativo como un 44,9% pregunta a otras personas que han visitado Bizkaia antes de venir. Durante su estancia esta información más de “persona a persona” se ubica en la calle (55,0%) y en el propio alojamiento (53,7%). Un 40,4% visita la página Web de Bilbao-Bizkaia turismo. Y en menor medida siguen las redes sociales (27,2%) y los foros de Internet (13,1%).

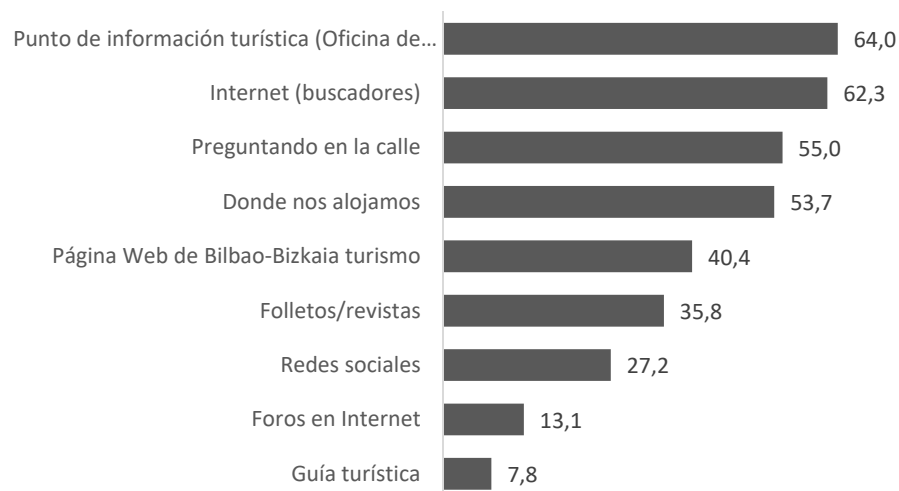
La visita al punto de información conlleva no sólo la prescripción de las personas que atienden sino también el poder consultar guías o folletos, un 35,8% opta por esta vía también.

Gráfico 27: Fuentes de información utilizadas antes y durante su estancia en Bizkaia (%) (respuesta múltiple)

#### Antes de su llegada



#### Durante su estancia

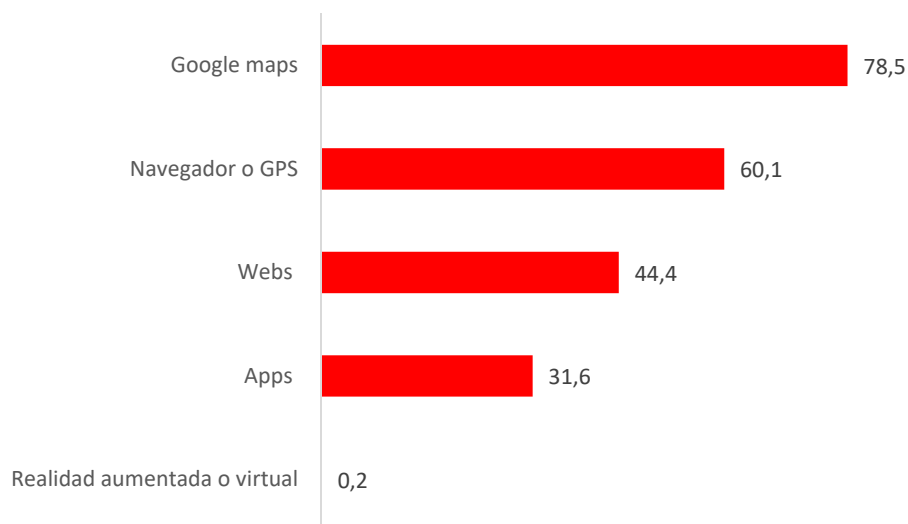


Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Se observa como Internet es una herramienta muy utilizada por las personas viajeras para la búsqueda de información. Al explorar con ellas qué tipo de tecnologías de la información están utilizando durante su visita a Bizkaia se sitúan en primer lugar herramientas de mapas como Google maps (78,5%) o los Navegadores o GPS (60,1%).

También se utilizan diferentes Webs (44,4%) de búsqueda o información como: Google, Tripadvisor, Booking o páginas Web oficiales del destino. Y un 31,6% funciona con Apps (Redes Sociales, WhatsApp, de Banca, Spotify, Airbnb, Citymaps, De pago (bizum), Packpoint, Skyscanner, Yumping, Hopper, Kayak, Trivago,..). Se observa un incremento del uso de estas tecnologías de la información por parte de las turistas.

Gráfico 28: Tecnologías de la información utilizadas durante su estancia en Bizkaia (%) (respuesta múltiple)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

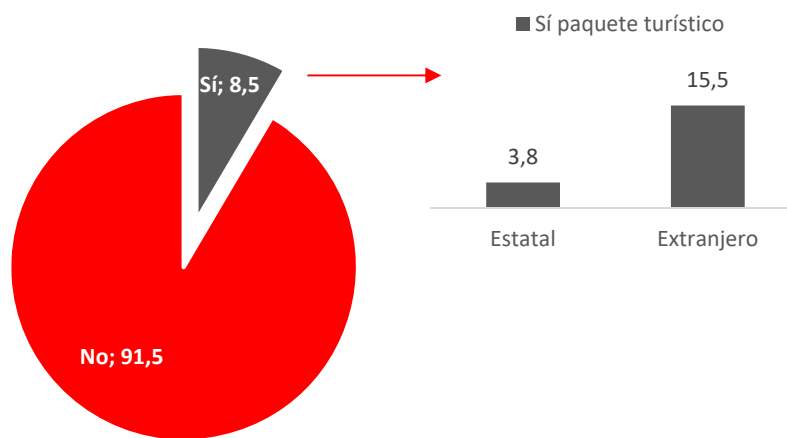
## 4. Gasto medio durante estancia en Bizkaia

EN 2018 SE INCREMENTA EL GASTO MEDIO DEL MERCADO ESTATAL  
**15,1%**

### 4.1. Gasto medio total viaje

A la hora de viajar a Bizkaia un 8,5% de las personas han contratado un paquete turístico. En el caso de las procedentes de otros países el porcentaje llega al 15,5% frente a un 3,8% de las estatales.

Gráfico 29: Contratación de paquete turístico por origen (%)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Dentro del paquete turístico que contratan, un 59,3% viene con transporte y alojamiento. Un 20,9% le añade al paquete las comidas y un 8,1% contrata transporte y vehículo de alquiler.

Tabla 19: Tipo de paquete turístico contratado (%)

<b>Paquete turístico</b>		
<b>Tipo paquete turístico</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Transporte + alojamiento	51	59,3
Transporte + alojamiento+ comidas	18	20,9
Transporte+vehículo de alquiler	7	8,1
Otro	10	11,6
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

En relación al gasto realizado durante su estancia en Bizkaia, en 2018 el gasto total medio de se sitúa en 491,45 euros. Esto supone un 2,1% menos que en 2017.

Al excluir el gasto realizado en transporte para llegar a Bizkaia, este se sitúa en 370,77 euros. En este caso, en 2018 se produce un incremento del 13,2% respecto a 2017 del gasto total durante su estancia. Es decir, aumenta significativamente el gasto realizado por las turistas en destino, en Bizkaia.

Tabla 20: Gasto medio estancia (total y sin transporte de llegada) (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia</b>		
<b>Tipo de gasto medio (€)</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>
Gasto total medio/estancia	491,45	478,90
Gasto total medio/estancia sin transporte de llegada a Bizkaia	370,77	261,09

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Teniendo en cuenta la variable origen y realizando el cruce por el gasto total estancia, se puede apreciar como la turista extranjera tiene un gasto total medio (608,24 euros) superior al estatal que ha gastado de media 413,02 euros. Al quitar el concepto de gasto de transporte para llegar a Bizkaia, la media entre las extranjeras se mantiene superior al estatal.

Es también significativo destacar, como el gasto medio de las personas estatales se incrementa en 2018 un 15,1% respecto a 2017.

Tabla 21: Gasto medio por origen (total y sin transporte de llegada) (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia por origen</b>				
Tipo de gasto medio (€)	Estatal		Extranjero	
	Media	Desv. Típ.	Media	Desv. Típ.
Gasto total medio/estancia	413,02	388,95	608,24	568,66
Gasto total medio/estancia sin transporte de llegada a Bizkaia	352,85	348,31	395,86	247,71

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al profundizar en el gasto medio total de las personas viajeras de diferentes mercados emisores, tanto estatales como extranjeras, también se observan diferencias.

Entre los mercados estatales, el andaluz es el que mayor gasto medio total presenta, 470,76 euros. Y entre las extranjeras destacan las procedentes de Italia con un gasto medio total de 513,33 euros.

Tabla 22: Gasto medio estancia principales mercados emisores (total) (€)

<b>Gasto medio total estancia en Bizkaia</b>		
Gasto medio estancia (€)	Media	Desv. Típ.
Gasto total medio/estancia	<b>491,45</b>	<b>478,90</b>
<b>Estatal</b>		
Andalucía	470,76	264,60
Cataluña	364,97	181,22
C. Valenciana	418,92	206,55
Madrid	377,14	224,89
<b>Extranjero</b>		
Alemania	312,40	215,63
Francia	385,97	232,69
Italia	513,33	357,13
Reino Unido	477,50	284,41

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al excluir el gasto realizado en el transporte de llegada a Bizkaia, es decir, del gasto realizado en destino, se observa que son las personas italianas y británicas las que mayor gasto medio total realizan. En el caso de las estatales destacan las andaluzas.

Tabla 23: Gasto medio estancia por principales mercados emisores (total sin transporte de llegada a Bizkaia) (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia sin transporte llegada</b>		
Gasto medio estancia (€)	Media	Desv. Típ.
<b>Estatad</b>		
Andalucía	394,22	219,11
Cataluña	297,02	146,10
C. Valenciana	349,80	159,05
Madrid	324,70	195,77
<b>Extranjero</b>		
Alemania	241,37	159,82
Francia	326,87	194,36
Italia	379,93	241,22
Reino Unido	358,23	196,52

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

La variable tipo de alojamiento también influye en el gasto medio total de su visita a Bizkaia, siendo superior entre las personas viajeras que se alojan en establecimientos tradicionales (556,03 euros) (siendo las personas que se alojan en hotel las que mayor gasto medio realizan durante su estancia en Bizkaia) que entre los alternativos (394,51 euros).

Tabla 24: Gasto medio total estancia por tipo de alojamiento (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia</b>		
Gasto medio estancia (€)	Media	Desv. Típ.
Tradicional	556,03	498,37
Hotel	590,48	800,49
Pensión	462,56	268,20
Alojamiento rural	460,57	558,36
Alternativo	394,51	300,59
Hostel ciudad (albergue)	266,75	247,22
Apartamento turístico	511,35	274,74
Parking autocaravanas	330,82	160,86
Residencia jóvenes/universitaria	163,75	51,86
Camping	506,50	336,74
Piso turístico	428,22	314,87

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018



## 4.2. Gasto medio total viaje desglosado

A la hora de desglosar por concepto de gasto, destaca en 2018 como el principal gasto se realiza en el concepto de alojamiento (163,22 euros). Otros gastos como los restaurantes y otros suponen de media 111,95 euros.

Tabla 25: Gasto medio total desglosado (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia</b>		
<b>Tipo de gasto medio (€)</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>
Gasto total medio/estancia	<b>491,45</b>	<b>478,90</b>
Transporte llegada Bizkaia	120,68	217,81
Transporte en Bizkaia	19,89	24,50
Alojamiento	163,22	140,72
Restaurantes y otros	111,95	89,08
Actividades	59,67	43,89
Compra de bienes	90,16	397,18
Otros gastos	51,00	73,21

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Por origen, las viajeras extranjeras tienen un gasto medio total superior en los conceptos de transporte y alojamiento, así como en restaurantes y otros y actividades.

Tabla 26: Gasto medio total desglosado por origen (€)

<b>Gasto medio estancia en Bizkaia por origen</b>				
<b>Tipo de gasto medio (€)</b>	<b>Estatal</b>		<b>Extranjero</b>	
	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>
Gasto total medio/estancia	413,02	388,95	608,24	568,66
Transporte llegada Bizkaia	60,17	40,63	212,38	320,95
Transporte en Bizkaia	18,59	21,66	21,49	27,55
Alojamiento	146,56	104,18	188,00	179,27
Restaurantes y otros	110,53	77,23	114,11	104,68
Actividades	57,23	40,37	63,27	48,47
Compra de bienes	97,93	525,80	80,11	69,72
Otros gastos	47,36	47,60	57,27	103,54

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 5. Valoración y prescripción de Bizkaia como destino turístico

BIZKAIA COMO DESTINO ES VALORADO MUY POSITIVAMENTE

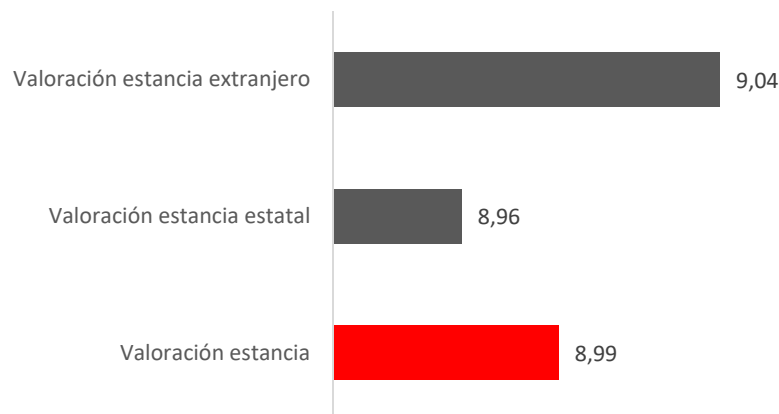
9,00

### 5.1. Valoración de Bizkaia como destino turístico

La valoración del destino Bilbao-Bizkaia es sobresaliente. Las personas que nos han visitado durante 2018 puntúan con un 8,99 su experiencia.

La satisfacción global las turistas extranjeras respecto a su estancia en Bizkaia es algo superior a las estatales, situándose en 9,04 puntos frente a un 8,96.

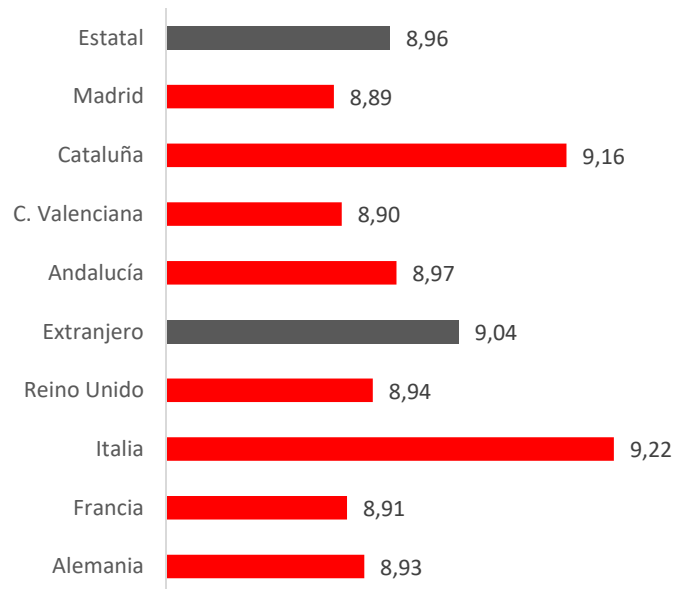
Gráfico 30: Satisfacción global autoexpresada (media) (escala 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Por mercados emisores principales, entre las estatales son las procedentes de Andalucía y Cataluña los que presentan un grado de satisfacción con su visita a Bizkaia por encima de la media estatal. Entre las extranjeras los que manifiestan mayor satisfacción son las italianas (9,22 puntos).

Gráfico 31: Satisfacción global autoexpresada principales mercados emisores (media) (escala 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2017

\*\* La valoración global media es de 8,99 puntos, una puntuación muy alta, situándose alrededor de la misma las puntuaciones medias de diferentes mercados emisores.

El grado de satisfacción de las personas viajeras con su experiencia en Bizkaia es alto. Pero sí que a la hora de preguntar por aspectos que mejorarían de Bizkaia como destino turístico, un 61,2% comentan algunas propuestas.

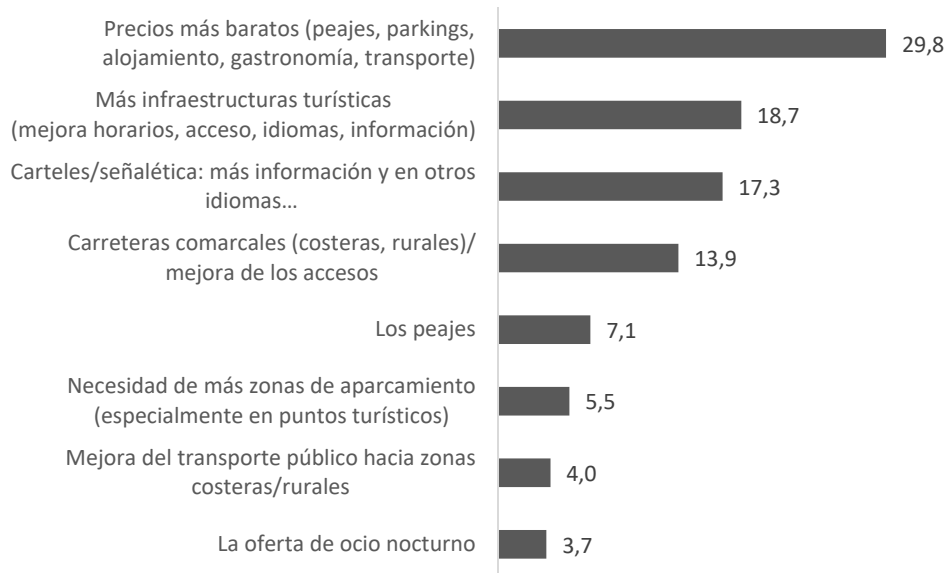
Entre las mejoras que más se repiten por parte de las personas visitantes se sitúa el tema de los precios (se valora por parte de un 29,8% que es un destino caro en cuanto al alojamiento, la hostelería, los parkings, peajes, el transporte público, etc.)

De hecho, un 7,1% plantea como mejora el abaratar o reducir los peajes.

Otras de las mejoras que más porcentaje presentan son las relacionadas con las infraestructuras turísticas (18,7%) y la señalética de los pueblos o puntos turísticos (17,3%).

Esto se une al acondicionamiento de las carreteras comarcales y accesos en zonas de costa o rurales (13,9%). Y, a la falta o escasez de zonas de aparcamiento en puntos turísticos especialmente (5,5%).

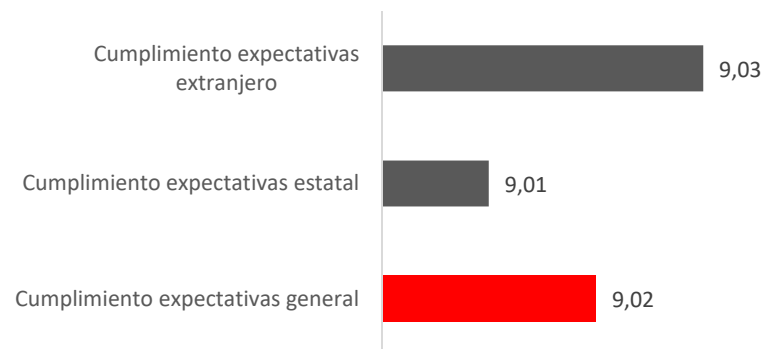
Gráfico 32: Aspectos que mejorarían de Bizkaia como destino turístico (%) (respuesta espontánea)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2017

Las expectativas respecto al destino Bizkaia, tanto entre las turistas estatales como extranjeras, se han cubierto, e incluso se han superado llegando a puntuaciones medias por encima de 9 puntos.

Gráfico 33: Cumplimiento de expectativas con respecto al destino Bizkaia (media) (escala 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

La accesibilidad del destino también es un indicador que se ha medido con las personas viajeras en 2018. Bizkaia se valora como un destino accesible con puntuaciones medias cercanas a 9 puntos.

Tabla 27: Valoración de Bizkaia como destino accesible (media) (escala 1 a 10)

<b>Accesibilidad destino Bizkaia</b>		
<b>Indicadores</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>
La accesibilidad y movilidad del transporte público	8,64	1,33
Los alojamientos (hoteles, hostels,...)	8,80	1,12
Bares y restaurantes	8,90	1,08
Museos o centros turísticos de interés	8,90	1,35
Rutas	8,80	1,12
La calle (aceras, semáforos, escaleras mecánicas, ascensores,...)	8,68	1,22

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Otro indicador medido es el grado de satisfacción con la oferta hostelera que han encontrado durante su estancia en Bizkaia. En conjunto, la valoración de la oferta es alta. Concentrando las mayores puntuaciones medias en la amabilidad del personal y la atención a los clientes.

Tabla 28: Valoración de los establecimientos hosteleros Bizkaia (media) (escala 1 a 10)

<b>Establecimientos hosteleros</b>		
<b>Valoración</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típ.</b>
La atención y el servicio a los clientes	8,86	1,11
Calidad del servicio/producto	8,82	1,11
La amabilidad del personal	9,11	1,02
La imagen de los establecimientos	8,62	1,15

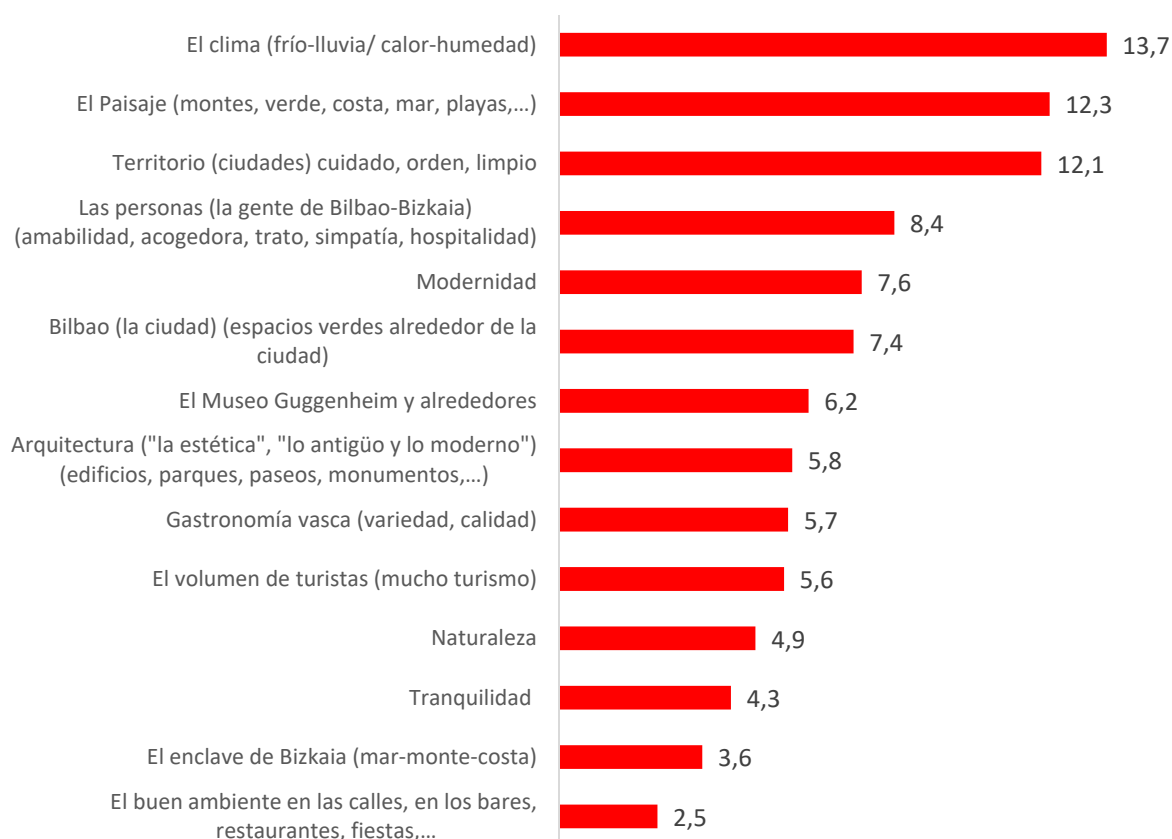
Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Otros de los indicadores analizados con las personas viajeras que han venido a lo largo del año a Bizkaia son:

- Qué es lo que más le ha sorprendido del destino Bilbao-Bizkaia.
- Qué hace único a este destino.

Respecto a lo que más le ha sorprendido destacan tres elementos: el clima (ha sido un invierno y primavera especialmente frío y lluvioso y, por el contrario ha sido un verano y otoño muy soleado y caluroso) (13,7%). El contraste del paisaje (montaña-mar-costa) (12,3%) y las posibilidades que ofrece el territorio para pasar de un tipo de paisaje a otro en unas horas. Y, el propio territorio en sí en cuanto a cuidado, modernidad, calidad de vida (12,1%) que unido al carácter acogedor de las personas residentes hacia las turistas (8,4%).

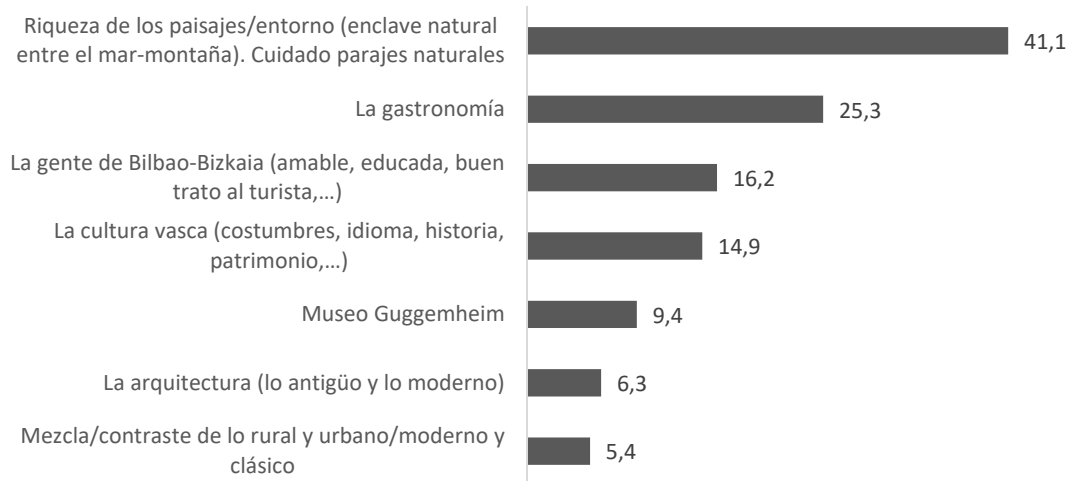
Gráfico 34: Aspectos que más les han sorprendido de su viaje a Bizkaia (% sobre el total) (respuesta espontánea/múltiple)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Si Bizkaia sorprende a las personas viajeras por su entorno natural y arquitectónico, la modernidad, el estilo y calidad de vida, son también estos aspectos los que hacen a Bizkaia un destino único al que se une la gastronomía (25,3%).

Gráfico 35: Aspectos que hacen de Bizkaia un destino único (% sobre el total) (respuesta espontánea)



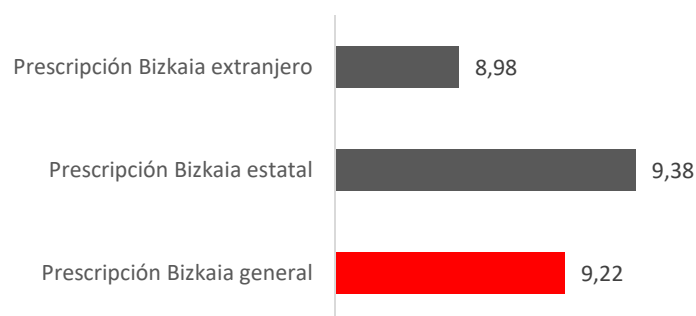
Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

## 5.2. Prescripción y prospección de retorno

La experiencia en Bizkaia lleva a las personas visitantes a afirmar que sí recomiendan este destino a otras personas. Siendo el grado de prescripción general muy alto (9,22 puntos).

Al segmentar por origen, las personas procedentes del estado presentan un grado de prescripción de destino que las extranjeras.

Gráfico: 36: Prescripción del destino Bizkaia general y por origen (media) (escala de 1 a 10)

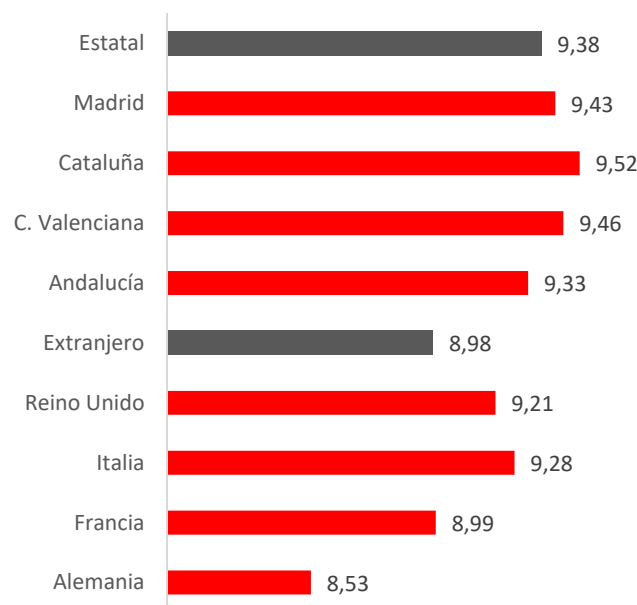


Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Al descender al ámbito de mercado emisor, sí se observan diferencias entre las puntuaciones según la procedencia. En el caso de los estatales, son las catalanas quienes presentan un mayor grado de prescripción de destino (9,52 puntos).

Por otro lado, dentro de los mercados extranjeros son las italianas las que presentan mayor grado de prescripción (9,28 puntos) seguidos de las británicas (9,21 puntos)

Gráfico: 37: Prescripción del destino Bizkaia por principales mercados emisores (media) (escala de 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

\*\* La valoración global media es de 9,22 puntos, una puntuación muy alta, situándose alrededor de la misma las puntuaciones medias de diferentes mercados emisores.

Respecto a la experiencia vivida un 22,9% de las turistas destacan que Bizkaia ha sido un “descubrimiento” y un destino “muy recomendable”. Se llevan un recuerdo de todo especialmente de la gastronomía (18,5%), de la acogida que han recibido (“sentirse bien tratados, personas educadas, sin masificación de turistas, valorando la tranquilidad, el pasear”) (13,8%) y las imágenes del paisaje que han visto (el mar, la costa, las montañas, las playas) (13,1%).



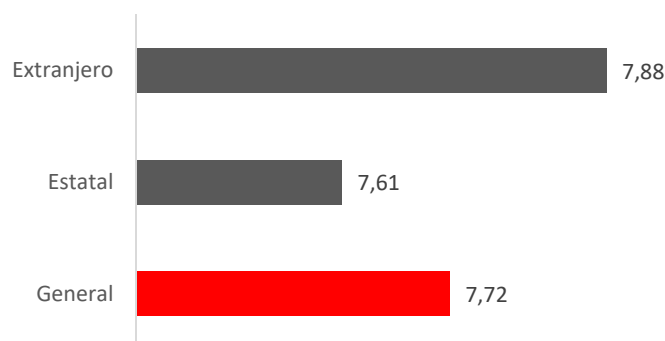
Tabla 29: Experiencia en Bizkaia: recuerdo (% sobre el total) (respuesta espontánea/múltiple)

Experiencia viaje		
Recuerdo	n	%
Todo en general ("un buen destino turístico a descubrir y recomendar")	216	22,9
Gastronomía ("calidad comida", "gran variedad de pintxos", "productos propios", "chefs reconocidos",...)	175	18,5
Es un territorio acogedor con el turista (el trato, la amabilidad, las personas, la tranquilidad, no masificado, etc.)	130	13,8
Paisaje, el entorno natural (montes, playas, verde, mar, costa)	124	13,1
El Museo Guggenheim	80	8,5
El buen ambiente en la calle ("tranquilidad", "vida", "terrazas", "gente charlando")	70	7,4
Bilbao, una ciudad cultural, acogedora, contraste urbano-monte, moderna, cuidada	67	7,1
Arquitectura ("la estética de la ciudad") (edificios, parques, paseos, monumentos,...)	62	6,6
El tiempo que ha hecho (calor-frío-lluvia)	34	3,6
San Juan de Gaztelugatxe	19	2,0

Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Otro indicador medido es cómo valoran Bizkaia respecto al mejor destino que han conocido. En este punto Bizkaia se sitúa cercano a ese destino con una valoración media general de 7,22. Siendo superior esta asociación entre las extranjeras (7,88 puntos) que estatales (7,61 puntos).

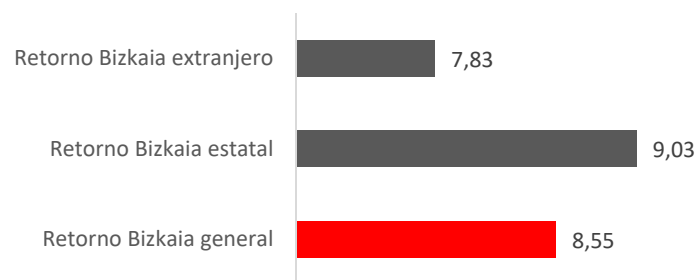
Gráfico: 38: Comparativa destino Bizkaia con destino referente general y por origen (media) (escala de 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

A los indicadores medidos en relación a la satisfacción, expectativas, asociación al mejor destino conocido o prescripción de Bizkaia, se valora también el grado de retorno....de volver a visitarnos. De forma global, el índice de retorno es alto, superando los 8 puntos. Diferenciando por origen, el índice es sensiblemente superior entre las turistas estatales que extranjeras.

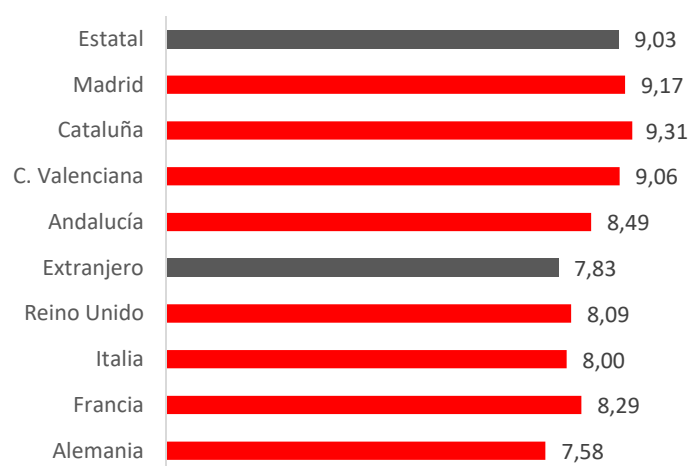
Gráfico: 39: Prospección de retorno a Bizkaia general y por origen (media) (escala de 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

Dentro de los mercados emisores principales, el índice de retorno mayor entre los estatales son los catalanes. Franceses y británicos entre los extranjeros.

Gráfico: 40: Prospección de retorno a Bizkaia por principales mercados emisores (media) (escala de 1 a 10)



Fuente: Observatorio Turismo de Bizkaia. Elaboración propia. 2018

\*\* La valoración global media es de 8,55 puntos, una puntuación alta, situándose alrededor de la misma las puntuaciones medias de diferentes mercados emisores.

## 6. Indicadores 2018: mercados emisores preferentes

Mercado estatal			
Principales indicadores	Galicia	Canarias	C. Valenciana
<b>Tipo de alojamiento</b>			
% Alojamiento alternativo	50,0	25,0	34,6
% Hotel	33,4	65,0	53,8
% Piso turístico	13,3	10,0	13,5
<b>Conocer Bizkaia</b>			
%Conocían Bizkaia antes de venir	100,0	95,0	98,1
<b>Organización del viaje</b>			
%Internet medio de información	63,3	65,0	53,8
%Internet reserva viaje	90,0	80,0	84,6
<b>Experiencia de viaje</b>			
%Viajar en familia	46,7	30,0	36,5
%Transporte: avión	10,0	100,0	19,2
%Primera visita a Bizkaia	63,4	95,0	76,9
Noches alojados (media)	3,37	4,05	3,34
% Actividades culturales (museos)	80,0	85,0	67,3
%Actividades gastronómicas	90,0	75,0	86,5
%Visita Bilbao	96,7	100,0	96,2
%Visita resto de Bizkaia	76,7	85,0	67,3
%Informan en Bizkaia	86,7	90,0	80,8
%Visitan Oficina de turismo	61,5	66,7	61,9
<b>Gasto</b>			
Gasto medio total/estancia (€)	466,68	587,40	418,92
Gasto medio total/estancia en destino (€)	397,74	483,55	349,80
<b>Valoración y prescripción</b>			
Valoración destino Bizkaia (media)	8,97	9,10	8,90
Valoración de calidad hostelera (media)	8,90	8,68	9,10
Recomendación destino Bizkaia (media)	9,53	9,55	9,46
Retorno a Bizkaia (media)	9,07	8,40	9,06
<b>Perfil</b>			
Edad media	43,60	42,60	42,65
%Nivel de renta media-alta	23,4	25,0	23,1

Mercado extranjero				
Principales indicadores	Suroeste Francia	Japón	México/ Argentina	Europa central (Suiza, Alemania, Austria)
<b>Tipo de alojamiento</b>				
% Alojamiento alternativo	44,5	10,0	15,0	53,3
% Hotel	42,3	70,0	72,5	28,4
% Piso turístico	20,0	0,0	12,5	13,3
<b>Conocer Bizkaia</b>				
%Conocían Bizkaia antes de venir	95,6	80,0	77,5	83,3
<b>Organización del viaje</b>				
%Internet medio de información	77,8	100,0	70,0	75,0
%Internet reserva viaje	91,1	70,0	77,5	88,3
<b>Experiencia de viaje</b>				
%Viajar en familia	26,7	30,0	35,0	16,7
%Transporte: avión	0,0	100,0	67,5	38,3
%Primera visita a Bizkaia	64,4	90,0	95,0	100,0
Noches alojados (media)	3,64	5,30	3,93	2,87
% Actividades culturales (museos)	75,6	100,0	87,5	68,3
%Actividades gastronómicas	77,8	100,0	92,5	61,7
%Visita Bilbao	95,6	100,0	100,0	100,0
%Visita resto de Bizkaia	80,0	90,0	67,5	81,7
%Informan en Bizkaia	91,1	100,0	87,5	95,0
%Visitan Oficina de turismo	70,7	80,0	74,3	75,4
<b>Gasto</b>				
Gasto medio total/estancia (€)	384,38	1.559,50	1.189,54	326,57
Gasto medio total/estancia en destino (€)	338,26	883,70	609,83	245,30
<b>Valoración y prescripción</b>				
Valoración destino Bizkaia (media)	8,87	9,70	9,45	8,90
Valoración de calidad hostelera (media)	8,60	9,65	9,51	8,33
Recomendación destino Bizkaia (media)	9,00	9,60	9,48	8,43
Retorno a Bizkaia (media)	8,31	7,30	7,65	7,43
<b>Perfil</b>				
Edad media	39,93	41,50	41,34	36,60
%Nivel de renta media-alta	24,4	60,0	47,5	28,3
%Región/Ciudad	37,8 (Aquitania)	50,0 (Tokyo)	62,5 (DF México) 45,8 (Buenos Aires)	22,5 (Baviera) 44,5 (Suiza central) 27,3 (Viena)

## 7. Índice de experiencia de destino Bizkaia

Para finalizar este informe, se presenta el siguiente cuadro donde se recogen los principales indicadores que se han agrupado en cuatro dimensiones: duración estancia, gasto estancia, satisfacción estancia y experiencia de viaje. Esto permite tener en un solo cuadro los principales indicadores recogidos en la encuesta y seguir la evolución de la experiencia de destino Bizkaia.

Dentro de los indicadores medidos destaca en 2018, el incremento de la estancia media (+0,56) y el gasto medio en destino (+13,2%) respecto a 2017.

Respecto al resto de indicadores las variaciones no son significativas, manteniendo índices altos en satisfacción y experiencia de viaje con un NPS del 75%.

Tabla 30: Índice de Experiencia de destino Bizkaia (2017-2018)

Índice de Experiencia de destino Bizkaia										
Factores	Duración estancia		Gasto estancia		Satisfacción estancia			Experiencia de viaje		
Indicadores	Estancia media	Tipo alojamiento: % tradicional	Gasto medio total (€)	Gasto medio total en destino (€)	Valoración estancia	Cumplimiento expectativas	Valoración respecto al mejor destino	Intención de retorno a destino	Prescripción de destino	NPS (Net Promoter Score) (%)
<b>2018</b>	3,43	64,4	491,45	370,77	8,99	9,02	7,72	8,55	9,22	75,0
<b>Dif. 2017</b>	0,56	3,6%	-2,1%	13,2%	-0,03	0,09	-0,20	-0,21	0,17	-1,0%

Fuente: Dirección General de Promoción Exterior y Turismo. Elaboración propia. 2018

\* NPS= Se valora la excelencia por encima de 50.

## Anexo: Ficha técnica

<b>Ámbito geográfico</b>	El trabajo de campo se ha realizado en lugares turísticos clave del Territorio Histórico de Bizkaia
<b>Ámbito temporal</b>	A lo largo de 2018 mediante realización de catas en diferentes momentos del año.
<b>Método</b>	<p>El contacto con los turistas se ha hecho de manera personal a pie de calle en diferentes puntos turísticos clave de Bizkaia.</p> <p>El método de recogida de información se ha estructurado de dos fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Muestra aleatoria mediante consulta personal a turistas en función del tipo de alojamiento donde pernoctan en Bizkaia: tradicional o alternativo/ origen.</li> <li>- Entrevista personal semi-estructurada, con preguntas abiertas y cerradas, de 10-15 minutos de duración a una muestra de las turistas registradas en el conteo.</li> </ul>
<b>Universo objeto de estudio</b>	<p>Turistas mayores de edad que pernoctan al menos una noche en Bizkaia.</p> <p>Entendiendo "Turista" como: Persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.</p>
<b>Muestra</b>	<p>En 2018 y en base al método de recogida de información se han obtenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5.150 consultas.</li> <li>- 1013 encuestas completas.</li> </ul> <p>Segmentando la muestra por: tipo de alojamiento y origen. Con una sobremuestra de los mercados emisores preferentes 2018: Galicia, Canarias, Comunidad Valenciana, Suroeste Francia, Japón, Diáspora americana (México-Argentina) y Europa central germanoparlante (Alemania, Austria y Suiza)</p> <p>La representación estadística de la muestra considerando una población infinita y unas condiciones más desfavorables de muestreo (<math>p=q=0,5</math>), se asume un error de muestreo del 3,5% para los resultados globales.</p>
<b>Idiomas</b>	Las entrevistas han sido realizadas en 5 idiomas: castellano, euskera, inglés, francés y alemán.