

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

LEHENDAKARITZA

Azterlan eta Lege Araubide
Zuzendaritza
Prospekzio Soziologikoen Kabinetea

PRESIDENCIA

Dirección de Estudios y
Régimen Jurídico
Gabinete de Prospección Sociológica

EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO

**(DPTO. DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO)**

Julio 2000

http://www.euskadi.net/estudios_sociologicos

Índice

SÍNTESIS	1
INTRODUCCIÓN	3
FICHA TÉCNICA.....	6
A – CAMPAÑA <i>EUSKADI CON MUCHO GUSTO</i>.....	8
B – INCIDENCIA SOCIAL DEL TURISMO	11
• Incremento del turismo en el País Vasco	12
• El turismo como elemento de desarrollo	14
• El turismo en nuestra vida cotidiana.....	16
C – ASPECTOS DEL TURISMO EN EL PAÍS VASCO	18
• Elementos de atracción.....	19
• Elementos a mejorar	21

Síntesis

Punto por punto

CAMPAÑA EUSKADI CON MUCHO GUSTO

Uno de cada tres habitantes de la Comunidad Autónoma del País Vasco (32%) ha oído la frase **Euskadi con mucho gusto**, reduciéndose hasta el 27% la cifra de los que además son capaces de identificar algún aspecto del eslogan (contenido, objetivo o promotor). La campaña parece haber tenido más incidencia en Araba, en las capitales y entre la población de 30 a 64 años.

¿QUÉ INCIDENCIA TIENE EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO?

El 89% de la población vasca cree que últimamente vienen **más turistas** al País Vasco, el 74% cree que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, y el 80% cree que es positivo para nuestra vida cotidiana. En Bizkaia, está más extendida que en los otros dos territorios históricos la idea de que ahora vienen más turistas.

¿QUÉ ATRAE A LOS TURISTAS Y QUÉ SE PUEDE MEJORAR?

En opinión de la población vasca, tres son los atractivos principales del País Vasco para los turistas: la oferta cultural y de **museos** (51%), el paisaje y la **naturaleza** (50%) y la oferta **gastronómica** (49%). Y dos son los aspectos a mejorar para desarrollar el sector turístico: los precios (51%) y la calidad de los servicios (42%).

El atractivo de la oferta cultural y de museos es especialmente destacado por los vizcaínos, los habitantes de los municipios mayores de 10.000 habitantes y quienes no son euskaldunes. El paisaje y la naturaleza es más citado por los guipuzcoanos y la población más joven, y la oferta gastronómica por los guipuzcoanos y la población de más edad. Además

son los habitantes de Gipuzkoa quienes en mayor medida creen que hay que mejorar los precios si se quiere desarrollar el sector turístico.

Respecto a períodos anteriores

La incidencia de la campaña publicitaria *Euskadi con mucho gusto* en la población de la Comunidad Autónoma del País Vasco, ha sido muy inferior a la registrada en los años 98 y 99 por la campaña *Ven y Cuéntalo*, cuyo eslogan era reconocido por tres de cada cuatro vascos y vascas.

Con el paso del tiempo, se ha incrementado el porcentaje de quienes opinan que últimamente vienen más turistas al País Vasco: 76% en 1998, 86% en 1999 y 89% actualmente.

En definitiva

La campaña *Euskadi con mucho gusto*, es recordada por la tercera parte de la población, proporción muy inferior a la que en su día conocía la de *Ven y Cuéntalo*.

Está ampliamente extendida la idea de que hoy en día vienen más turistas, destacándose como principales atractivos del País Vasco, los museos, la naturaleza y la gastronomía.

Introducción

Objetivos

El **objetivo** del presente informe es conocer el grado de información y la opinión de la población de la Comunidad Autónoma del País Vasco ante el fenómeno del turismo en el País Vasco.

Se trata de la tercera medición sobre este tema (la primera se realizó en el año 98 y la segunda en el 99), con lo que se realiza una comparación cronológica que permite estudiar la evolución de las opiniones registradas.

Origen de la Información

Las cuestiones concretas planteadas han sido elaboradas a partir de una petición del **Departamento de Industria, Comercio y Turismo**, y en colaboración con el Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco. Las directrices sobre las temáticas a plantear y la elaboración de las correspondientes preguntas han partido de este Departamento del Gobierno Vasco, mientras que la adaptación técnica de las mismas, el análisis estadístico y la redacción y edición del informe corresponden exclusivamente al propio Gabinete de Prospección Sociológica.

Temática

- A – CAMPAÑA *EUSKADI CON MUCHO GUSTO*: incidencia del eslogan e identificación con su contenido (campaña, eslogan, anuncio), con su promotor (Gobierno Vasco, Administración Pública) y con su objetivo (fomentar el turismo en el País Vasco).
- B – INCIDENCIA SOCIAL DEL TURISMO:
 - **Incremento del turismo en el País Vasco**: percepción ciudadana del incremento de turistas en el País Vasco.
 - **El turismo como elemento de desarrollo**: grado de importancia del turismo en el País Vasco como elemento de desarrollo económico y empleo.
 - **El turismo en nuestra vida cotidiana**: consideración positiva o negativa de la incidencia del turismo en nuestra vida cotidiana.
- C – ASPECTOS DEL TURISMO EN EL PAÍS VASCO:
 - **Elementos de atracción**: mención de las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos.
 - **Elementos a mejorar**: mención de las dos cosas que hay que mejorar para desarrollar el sector turístico vasco.

Aspectos metodológicos

- La **fiabilidad y validez** de los datos queda garantizada en base al empleo de una muestra adecuadamente representativa, tanto para el conjunto de la CAPV como para cada uno de los tres Territorios Históricos, así como mediante la evaluación de las diferencias entre los resultados finales de la encuesta con otras referencias externas objetivas publicadas, siempre que existen datos contrastables. Nos referimos, concretamente, a la distribución oficial real de voto en las Elecciones Generales de 2000 y a las cifras oficiales reales de edad, sexo, nivel de estudios, situación laboral y nivel de euskaldunización. La equiparación de resultados ha sido comprobada no sólo para el conjunto de la CAPV, sino también para cada uno de los tres Territorios.
- Los datos de la encuesta son analizados, no sólo desde los totales poblacionales, sino también en base a **segmentaciones sociodemográficas y sociopolíticas**, en función de las diferencias significativas entre

los diversos colectivos sociales. Los posibles factores diferenciadores considerados (y los subcolectivos formados, que aparecen en cursiva) son los siguientes:

- Territorio: *Araba, Bizkaia y Gipuzkoa*.
- Sexo: *varón y mujer*.
- Grupos de edad: *18-29, 30-45, 46-64 y >=65*.
- Tamaño de municipio: *pequeño* (<10.000 habitantes), *mediano* (10.000-120.000 habitantes) y *capital* (>120.000 habitantes: Vitoria-Gasteiz, Bilbao y Donostia).
- Nivel de estudios: *< primario, primario, secundario y superior*.
- Situación laboral: *trabajando, en paro, labores de casa, estudiando y jubilado/a*.
- Clase social sentida: *baja* (obrera o media-baja), *media* y *alta* (media-alta o acomodada).
- Euskera: *no* (no sabe hablar nada), *algo* (sabe palabras o puede hablar algo) y *sí* (sabe hablar bastante bien o correctamente).
- Interés por la política: *nada, no muy, algo y muy*.
- Eje izquierda-derecha: *izquierda* (extrema izquierda + izquierda + centro izquierda), *centro* (centro), *derecha* (centro derecha + derecha + extrema derecha) y *ns/nc*.
- Nacionalismo vasco: *sí y no-ns/nc*.
- Voto en elecciones autonómicas: *PNV, PP, EH, PSE-EE, IU-EB, EA, UA, Otros partidos, Abstención y ns/nc*.

Ficha técnica

La recogida de información se realizó entre el **30 de mayo y el 9 de junio de 2000** –ambos inclusive- a través de entrevista individual mediante cuestionario estructurado y cerrado, realizada a domicilio a una muestra representativa de la población de cada uno de los Territorios Históricos de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV).

La **muestra**, dirigida a una población de 18 y más años, se distribuyó del siguiente modo: 630 personas en Araba, 700 en Bizkaia y 672 en Gipuzkoa, lo que supone un total de 2002 personas entrevistadas. La selección se realizó por procedimiento polietápico y estratificado, siguiendo rutas aleatorias -a partir de un total de 143 puntos de muestreo¹- y con selección de los individuos por cuotas de sexo, edad y situación laboral, siendo posteriormente ponderados los resultados en base a la población de cada uno de los tres Territorios.

El **diseño** de la investigación, el **análisis** de los resultados y la **redacción del informe** es responsabilidad exclusiva del Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco. La recogida de información fue realizada por la empresa *Ikertalde*, sita en la calle Avenida de la Libertad, 17-19, 20004, Donostia-San Sebastián.

El **error muestral** correspondiente a esta muestra de 2.002 individuos, y atribuible en el caso teórico de que la muestra hubiera sido estrictamente aleatoria, se cifra en un $\pm 2.23\%$ para el conjunto de la CAPV, con un nivel de confianza de 95,5% y $p=q=0,5$.

¹ El lugar físico concreto de inicio se obtuvo aleatoriamente del conjunto de “tramos” de calles incluidos en cada sección electoral (unidad geográfica mínima de análisis), según el último callejero vigente elaborado por el Eustat.

Se ha llevado a cabo un **control** telefónico del 43% de las encuestas y un control domiciliario del 16% de las mismas. Asimismo, se han realizado todos los controles informáticos pertinentes -lógicos, de coherencia y de rango- en cada uno de los cuestionarios recogidos.

A - Campaña *Euskadi con mucho gusto*

Campaña Euskadi con mucho gusto

(TOTALES)

<i>¿Ha oído usted alguna vez la frase Euskadi con mucho gusto?</i>			
	CAPV JUN 2000	CAPV SV ENE 99*	CAPV SV MAY 98*
Sí	32	76	76
No.....	66	24	23
Ns/Nc	2	1	1
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100
<i>¿Qué le recuerda esa frase? **</i>			
	CAPV JUN 2000	CAPV SV MAY 98*	
CONTENIDO (UNA CAMPAÑA, UN ESLOGAN, UN ANUNCIO.....)	20	47	
OBJETIVO (FOMENTAR EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO)	13	45	
PROMOTOR (GOBIERNO VASCO, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....)	7	20	
<i>Recuerdo campaña Euskadi con mucho gusto ***</i>			
	CAPV JUN 2000	CAPV SV MAY 98*	
HA OÍDO Y RECUERDA TODO	5	15	
HA OÍDO Y RECUERDA BASTANTE.....	3	16	
HA OÍDO Y RECUERDA ALGO	19	36	
HA OÍDO PERO NO RECUERDA NADA	5	10	
NO HA OÍDO NUNCA LA FRASE	68	24	
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	

* EN MAY98 Y ENE99 LAS PREGUNTAS HACÍAN REFERENCIA A LA CAMPAÑA VEN Y CUÉNTALO.

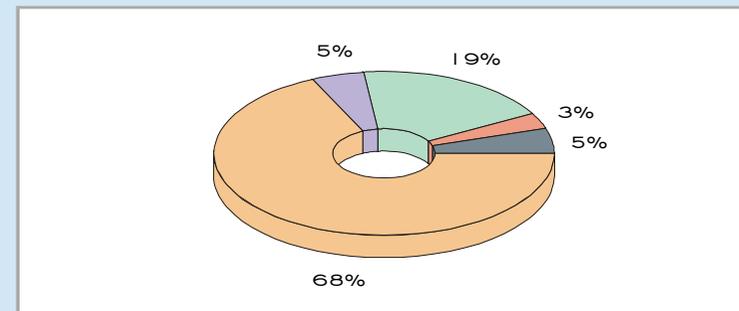
** AUNQUE LA PREGUNTA SÓLO SE HA HECHO A QUIENES HAN RESPONDIDO SÍ EN LA ANTERIOR, LOS PORCENTAJES SON SOBRE EL TOTAL POBLACIONAL. RESPUESTAS ESPONTÁNEAS POSTERIORMENTE CODIFICADAS, CORRESPONDIENDO LOS PORCENTAJES AL NÚMERO DE INDIVIDUOS DEL PAÍS VASCO QUE SÍ IDENTIFICAN ESOS ASPECTOS CON LA FRASE.

*** VARIABLE CREADA A PARTIR DE LAS DOS ANTERIORES.

- EL 32% DE LA POBLACIÓN VASCA DICE HABER OÍDO ALGUNA VEZ LA FRASE EUSKADI CON MUCHO GUSTO.
- EL 20% DE LOS RESIDENTES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA VASCA RECUERDA ALGO REFERENTE AL CONTENIDO DE LA FRASE, EL 13% HABLA DEL OBJETIVO Y EL 7% SABE QUIEN FUE EL PROMOTOR.
- EN CONSECUENCIA, EL 5% DE LOS VASCOS Y LAS VASCAS RECUERDA TODO (TIENE INFORMACIÓN DE LOS TRES ASPECTOS ANTES CITADOS), EL 3% RECUERDA BASTANTE (DOS ASPECTOS), EL 19% RECUERDA ALGO (UN ASPECTO), EL 5% NO RECUERDA NADA PERO LE SUENA LA FRASE, Y EL 68% DICE NO HABER OÍDO NUNCA EL ESLOGAN.
- Respecto a los datos de los años anteriores que hacían referencia al eslogan *Ven y Cuéntalo*, la campaña actual ha tenido mucha menor incidencia, siendo menos de la mitad quienes recuerdan la frase *Euskadi con mucho gusto*.

RECUERDO DE LA CAMPAÑA "EUSKADI CON MUCHO GUSTO"

(TOTALES)



- HA OÍDO Y RECUERDA TODO
- HA OÍDO PERO NO RECUERDA NADA
- HA OÍDO Y RECUERDA BASTANTE
- NO HA OÍDO NUNCA LA FRASE
- HA OÍDO Y RECUERDA ALGO

Campaña Euskadi con mucho gusto

(POR COLECTIVOS)

¿Ha oído Usted alguna vez la frase Euskadi con mucho gusto?*											
	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
Sí	32	39	30	32	26	40	35	21	31	27	38
No.....	66	59	67	67	71	58	63	75	67	71	59
Ns/Nc	2	2	3	1	2	2	2	4	1	2	3
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
¿Qué le recuerda esa frase? **											
	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
CONTENIDO (UNA CAMPAÑA, UN ESLOGAN, UN ANUNCIO.....)	20	19	21	18	16	29	20	10	21	17	23
OBJETIVO (FOMENTAR EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO).....	13	17	12	15	10	19	12	10	14	12	15
PROMOTOR (GOBIERNO VASCO, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....)	7	7	7	6	5	8	8	4	4	5	10
Recuerdo campaña Euskadi con mucho gusto ***											
	TOTAL	TERRITORIO			GRUPOS DE EDAD				TAMAÑO MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL
HA OÍDO Y RECUERDA TODO	5	6	5	4	3	7	5	3	3	4	7
HA OÍDO Y RECUERDA BASTANTE.....	3	4	3	3	3	5	2	1	6	3	2
HA OÍDO Y RECUERDA ALGO	19	17	17	22	16	25	20	11	18	16	22
HA OÍDO PERO NO RECUERDA NADA	5	13	4	3	4	3	8	6	4	4	7
NO HA OÍDO NUNCA LA FRASE	68	61	70	68	74	60	65	79	69	73	62
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

En Araba parece haberse oído en mayor medida la frase *Euskadi con mucho gusto*, pero también es elevado el porcentaje de quienes conociendo el eslogan no recuerdan nada acerca del mismo.

Es entre quienes tienen de 30 a 64 años, donde más incidencia ha tenido la campaña *Euskadi con mucho gusto*.

La población residente en las capitales del País Vasco conoce en mayor medida la campaña turística del Gobierno Vasco.

* EN MAY98 Y ENE99 LAS PREGUNTAS HACÍAN REFERENCIA A LA CAMPAÑA VEN Y CUÉNTALO.

** AUNQUE LA PREGUNTA SÓLO SE HA HECHO A QUIENES HAN RESPONDIDO SÍ EN LA ANTERIOR, LOS PORCENTAJES SON SOBRE EL TOTAL POBLACIONAL. RESPUESTAS ESPONTÁNEAS POSTERIORMENTE CODIFICADAS, CORRESPONDIENDO LOS PORCENTAJES AL NÚMERO DE INDIVIDUOS DEL PAÍS VASCO QUE SÍ IDENTIFICAN ESOS ASPECTOS CON LA FRASE.

*** VARIABLE CREADA A PARTIR DE LAS DOS ANTERIORES.

B - Incidencia social del turismo

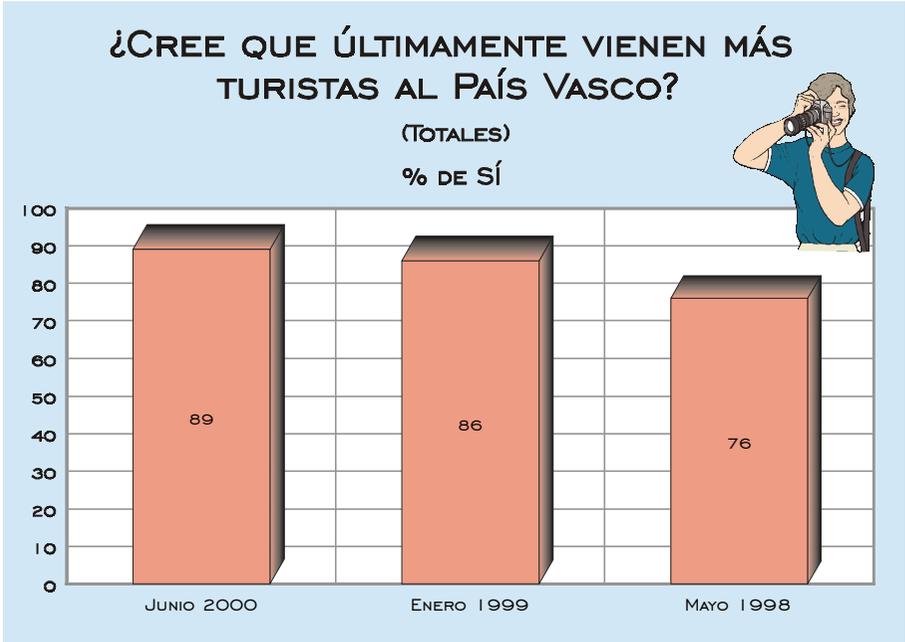
- Incremento del turismo en el País Vasco
- El turismo como elemento de desarrollo
- El turismo en nuestra vida cotidiana

Incidencia social del turismo

Incremento del turismo en el País Vasco

(TOTALES)

<i>¿Cree que últimamente vienen más turistas al País Vasco?</i>			
	CAPV JUN 2000	CAPV SV ENE 99	CAPV SV MAY 98
Sí	89	86	76
No	6	5	11
Ns/Nc	6	9	13
(PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100



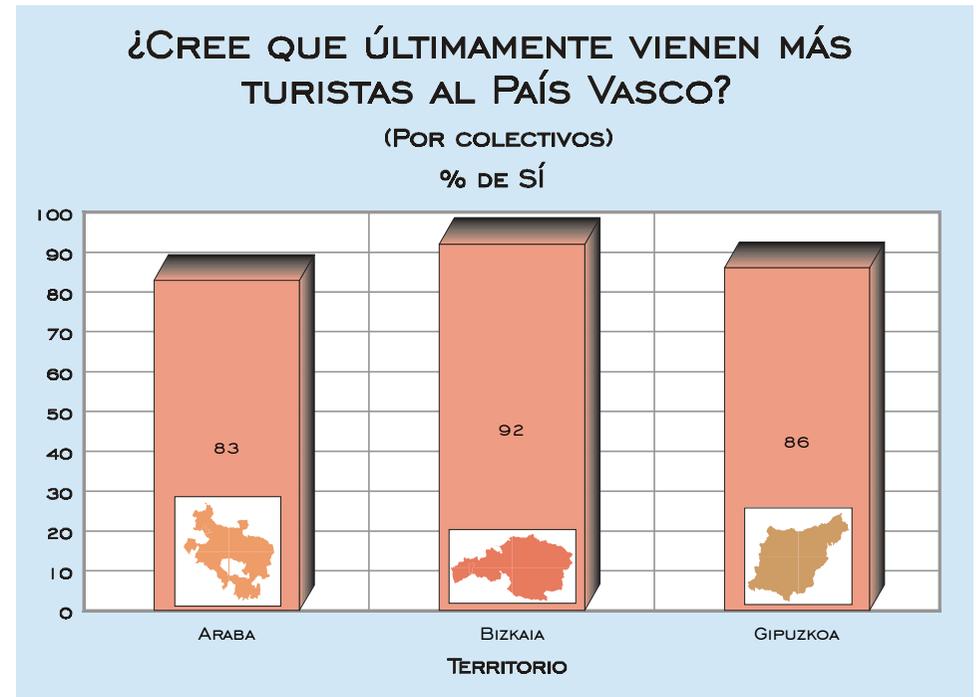
- CASI NUEVE DE CADA DIEZ RESIDENTES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO (89%) CREEN QUE *ÚLTIMAMENTE VIENEN MÁS TURISTAS AL PAÍS VASCO*.
- El porcentaje de población con esta opinión se ha ido incrementando con el paso del tiempo, pasando del 76% en el año 98 al 86% del 99 y el 89% de este año 2000.

Incidencia social del turismo

Incremento del turismo en el País Vasco

(POR COLECTIVOS)

¿Cree que últimamente vienen más turistas al País Vasco?								
	TOTAL	TERRITORIO			INTERÉS POR LA POLÍTICA			
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	NADA	NO MUY	ALGO	MUY
Sí	89	83	92	86	85	90	93	94
No	6	8	4	7	7	5	5	3
Ns/Nc	6	9	4	6	8	5	3	3
(PORCENTAJES VERTICALES)...	100	100	100	100	100	100	100	100



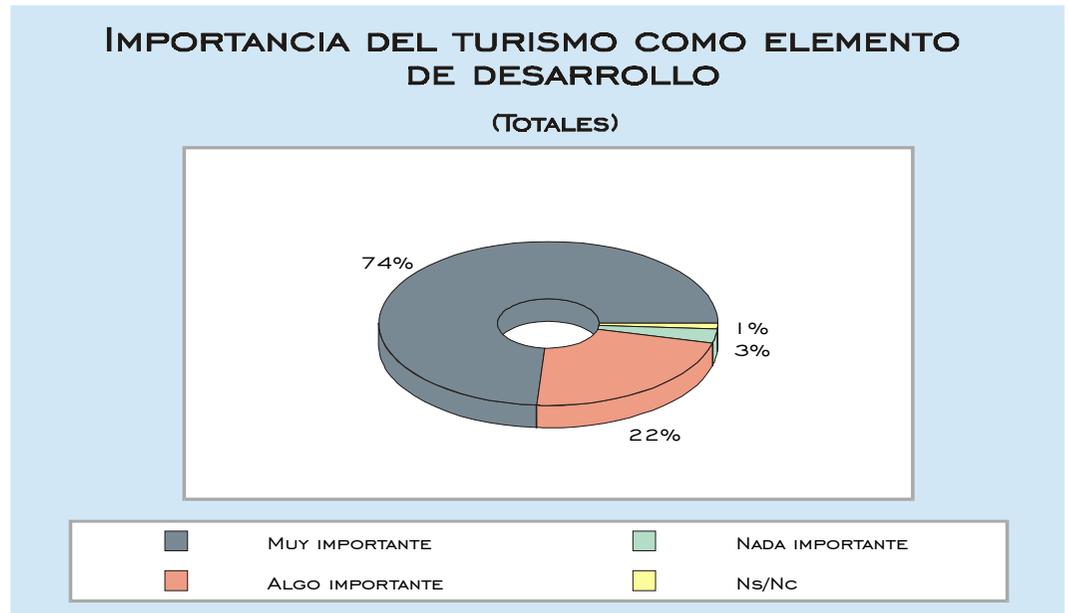
- En Bizkaia, el porcentaje de quienes afirman que *últimamente vienen más turistas al País Vasco* asciende hasta el 92%, frente al 86% de los guipuzcoanos y el 83% de los alaveses.
- La opinión de que ahora *vienen más turistas*, aumenta a medida que se incrementa el interés por la política: 85% de quienes no están nada interesados y 94% de quienes se muestran muy interesados.

Incidencia social del turismo

El turismo como elemento de desarrollo

(TOTALES)

<i>¿Cree que el turismo en el País Vasco es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, algo importante o nada importante?</i>	
	CAPV JUN 2000
MUY IMPORTANTE.....	74
ALGO IMPORTANTE.....	22
NADA IMPORTANTE.....	3
NS/NC.....	1
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100



- TRES DE CADA CUATRO INDIVIDUOS (74%) CREEN QUE EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO ES UN ELEMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y EMPLEO MUY IMPORTANTE.
- ADEMÁS AL 22% LE PARECE ALGO IMPORTANTE Y SÓLO EL 3% OPINA QUE NO ES NADA IMPORTANTE.

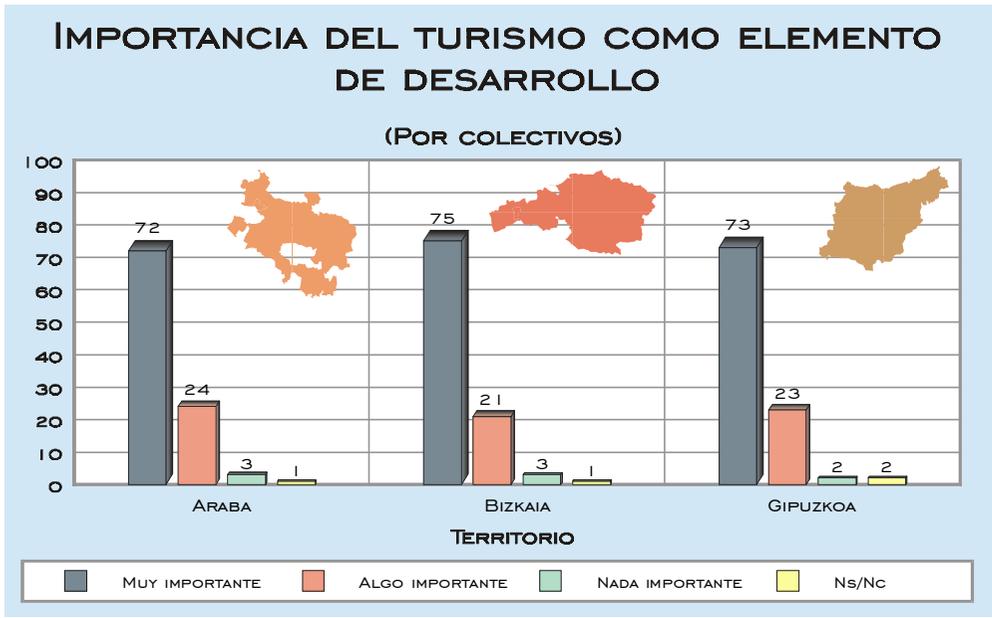
Incidencia social del turismo

El turismo como elemento de desarrollo

(POR COLECTIVOS)

¿Cree que el turismo en el País Vasco es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, algo importante o nada importante?

	TOTAL	TERRITORIO			TAMAÑO MUNICIPIO			VOTO EN ELECCIONES AUTONÓMICAS									
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	PNV	PP	EH	PSE-EE	IU/EB	EA	UA	OTROS PARTIDOS	ABSTENCIÓN	Ns/Nc
MUY IMPORTANTE.....	74	72	75	73	78	72	74	78	76	55	76	68	81	80	80	75	74
ALGO IMPORTANTE.....	22	24	21	23	18	24	23	21	20	36	19	32	16	20	18	19	24
NADA IMPORTANTE.....	3	3	3	2	2	3	2	1	3	7	3	0	2	0	2	3	2
Ns/Nc.....	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	0	0	0	0	2	1
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



- La idea de que *el turismo en el País Vasco es un elemento de desarrollo económico y de empleo* tiene una extensión similar entre las poblaciones de los tres territorios históricos.
- En cuanto al tamaño de municipio, los residentes en poblaciones de menos de 10.000 habitantes conceden algo más de importancia al turismo como elemento de desarrollo (78%), que quienes pertenecen a municipios medianos (72%) y capitales (74%), aunque las diferencias son mínimas.
- Son los votantes de EH (55%) e IU (68%) quienes en menor medida consideran el turismo *un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante*.

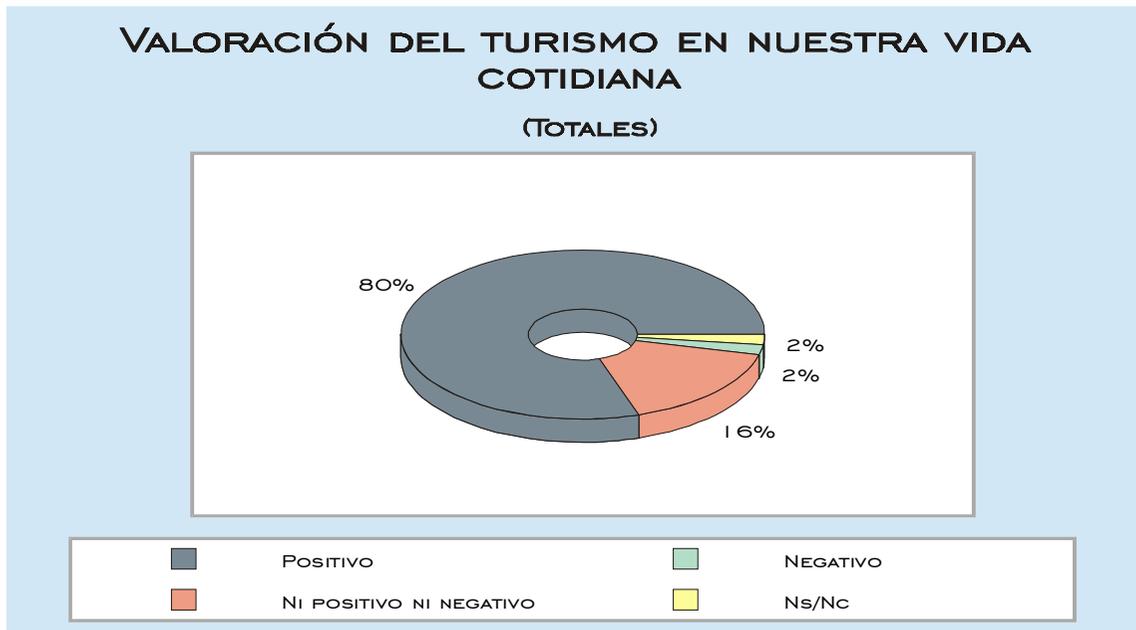
Incidencia social del turismo

El turismo en nuestra vida cotidiana

(TOTALES)

Y para nuestra vida cotidiana, ¿el turismo es un elemento positivo, ni positivo ni negativo o negativo?

	CAPV JUN 2000
POSITIVO.....	80
NI POSITIVO NI NEGATIVO	16
NEGATIVO.....	2
NS/NC	2
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100



- CUATRO DE CADA CINCO HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO (80%) CREEN QUE *EL TURISMO ES UN ELEMENTO POSITIVO PARA NUESTRA VIDA COTIDIANA*.
- EL 16% PIENSA QUE NO ES *NI POSITIVO NI NEGATIVO* Y EL 2% LO CONSIDERA *NEGATIVO*.

Incidencia social del turismo

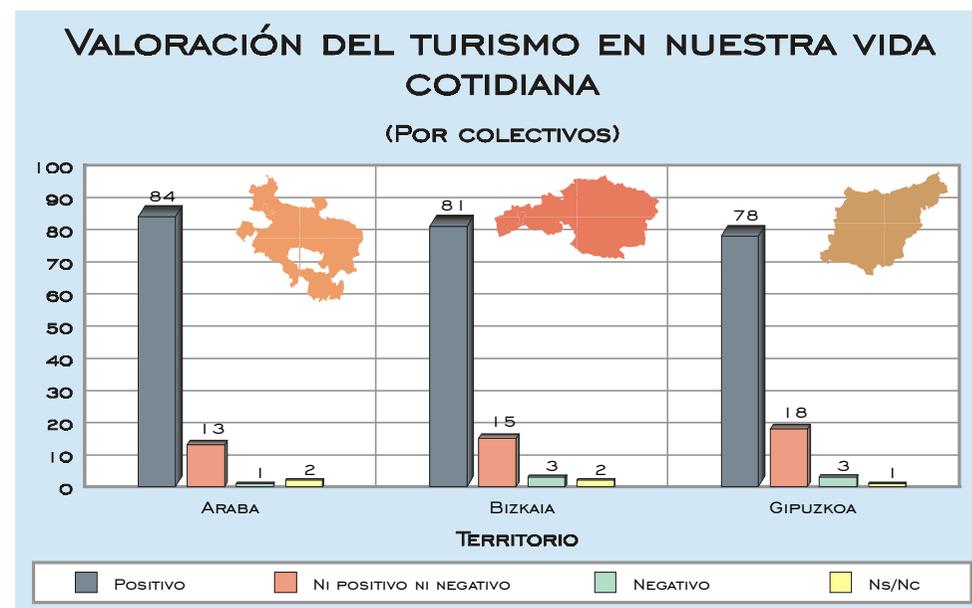
El turismo en nuestra vida cotidiana

(POR COLECTIVOS)

Y para nuestra vida cotidiana, ¿el turismo es un elemento positivo, ni positivo ni negativo o negativo?

	TOTAL	TERRITORIO			TAMAÑO MUNICIPIO			CLASE SOCIAL SENTIDA			VOTO EN ELECCIONES AUTONÓMICAS									
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	BAJA	MEDIA	ALTA	PNV	PP	EH	PSE-EE	IU/EB	EA	UA	OTROS PARTIDOS	ABSTENCIÓN	Ns/Nc
POSITIVO.....	80	84	81	78	78	80	83	78	82	86	83	83	60	84	82	86	69	91	82	80
NI POSITIVO NI NEGATIVO	16	13	15	18	17	17	14	18	14	14	14	16	30	12	11	10	31	4	13	17
NEGATIVO.....	2	1	3	3	3	2	2	2	3	0	1	1	7	2	7	2	0	5	3	0
Ns/Nc	2	2	2	1	2	1	2	2	1	0	2	1	2	3	0	1	0	0	2	2
(PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- En Araba (84%) es algo superior el porcentaje de quienes afirman que *el turismo es positivo para nuestra vida cotidiana*, que en Bizkaia (81%) y Gipuzkoa (78%).
- Es en las capitales (83%) donde se encuentra el mayor porcentaje de quienes ven el turismo como algo positivo, aunque las diferencias son de nuevo mínimas respecto a la opinión recogida en los municipios medianos (80%) y pequeños (78%).
- Quienes dicen pertenecer a la clase social alta (86%) lo consideran positivo en mayor medida que la clase media (82%) y baja (78%).
- Son los votantes de EH quienes en menor medida consideran el turismo *un elemento positivo* (60%) para nuestra vida cotidiana.



C - Aspectos del turismo en el País Vasco

- Elementos de atracción
- Elementos a mejorar

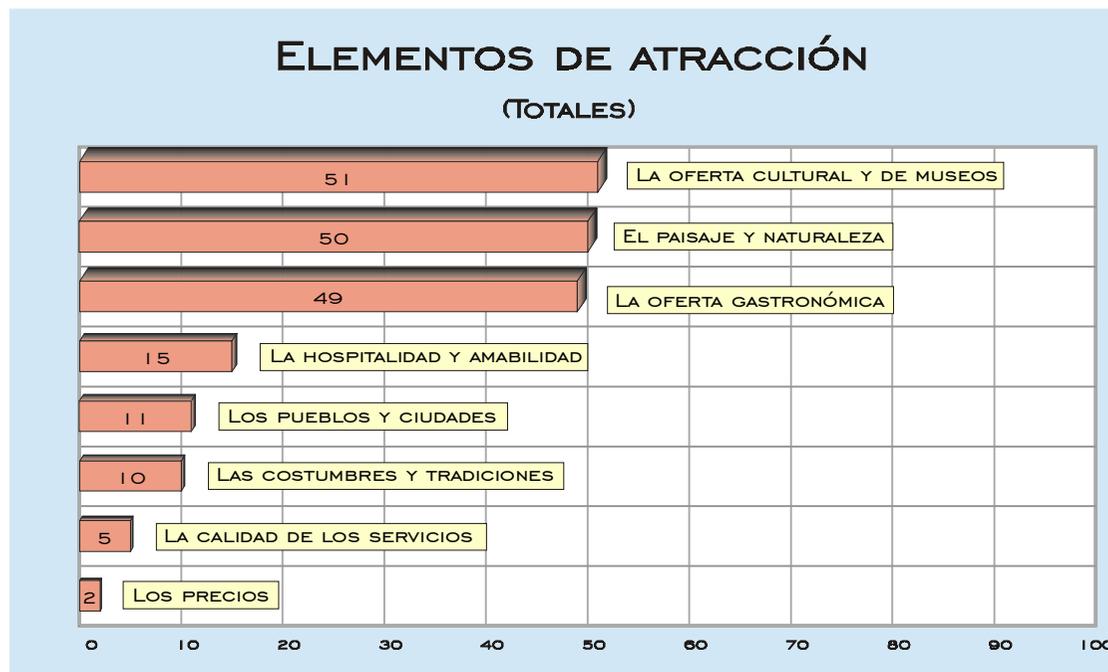
Aspectos del turismo en el País Vasco

Elementos de atracción

(TOTALES)

<i>¿Cuáles cree que son las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos? *</i>	
	CAPV JUN 2000
LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	51
EL PAISAJE Y NATURALEZA.....	50
LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	49
LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD	15
LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	11
LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	10
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	5
LOS PRECIOS	2

* SE PEDÍAN DOS RESPUESTAS, POR LO QUE LA SUMA DE PORCENTAJES ES SUPERIOR A 100



- EN OPINIÓN DE LA POBLACIÓN DEL PAÍS VASCO, TRES SON LAS COSAS QUE MÁS ATRAEN A LOS TURISTAS QUE VIENEN A VISITARNOS: LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS (51%), EL PAISAJE Y LA NATURALEZA (50%) Y LA OFERTA GASTRONÓMICA (49%).
- POR LO MENOS UNO DE CADA DIEZ HABITANTES CITA LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD (15%), LOS PUEBLOS Y CIUDADES (11%) Y LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES (10%).
- POR ÚLTIMO, CASI NO SE MENCIONAN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS (5%) Y LOS PRECIOS (2%).

Aspectos del turismo en el País Vasco

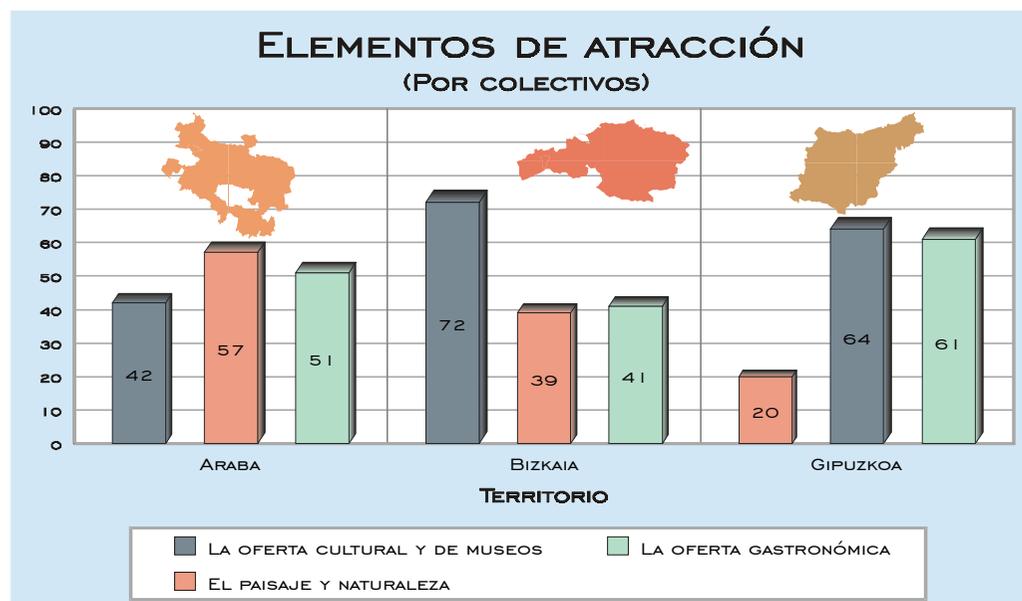
Elementos de atracción

(POR COLECTIVOS)

*¿Cuáles cree que son las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos? **

	TOTAL	TERRITORIO			EDAD				TAMAÑO MUNICIPIO			EUSKERA		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	18-29	30-45	46-64	>=65	PEQUEÑO	MEDIANO	CAPITAL	No	ALGO	SI
LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	51	42	72	20	50	53	52	48	39	54	55	57	56	39
EL PAISAJE Y NATURALEZA.....	50	57	39	64	53	53	46	45	55	45	52	46	51	54
LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	49	51	41	61	43	47	53	55	53	49	48	45	52	52
LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD	15	13	14	16	10	14	17	20	11	17	14	18	13	11
LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	11	11	10	12	14	12	9	8	11	12	9	11	9	12
LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	10	12	10	9	17	8	9	6	13	10	7	9	9	13
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	5	6	3	8	5	5	5	6	4	6	5	4	5	7
LOS PRECIOS	2	1	2	4	3	2	3	2	3	2	2	1	2	4

* SE PEDÍAN DOS RESPUESTAS, POR LO QUE LA SUMA DE PORCENTAJES ES SUPERIOR A 100



- En Bizkaia se destaca en primer lugar como uno de los mayores atractivos del País Vasco *la oferta cultural y de museos* (72%), aspecto que sólo citan el 20% de los guipuzcoanos y el 42% de los alaveses. En cambio en Gipuzkoa, ocupan los primeros lugares *el paisaje y naturaleza* (64%) y *la oferta gastronómica* (61%).
- Por otra parte, a medida que aumenta la edad se cita más *la oferta gastronómica* y menos *el paisaje y la naturaleza*.
- La atracción de *la oferta cultural y de museos*, es citada en mayor medida por los habitantes de los municipios medianos y capitales (54% y 55% respectivamente), que por quienes viven en poblaciones de menos de 10.000 habitantes (39%).
- A medida que aumenta el conocimiento de euskera se menciona en mayor medida *la oferta gastronómica* y *el paisaje y naturaleza*, y menos *la oferta cultural y de museos*.

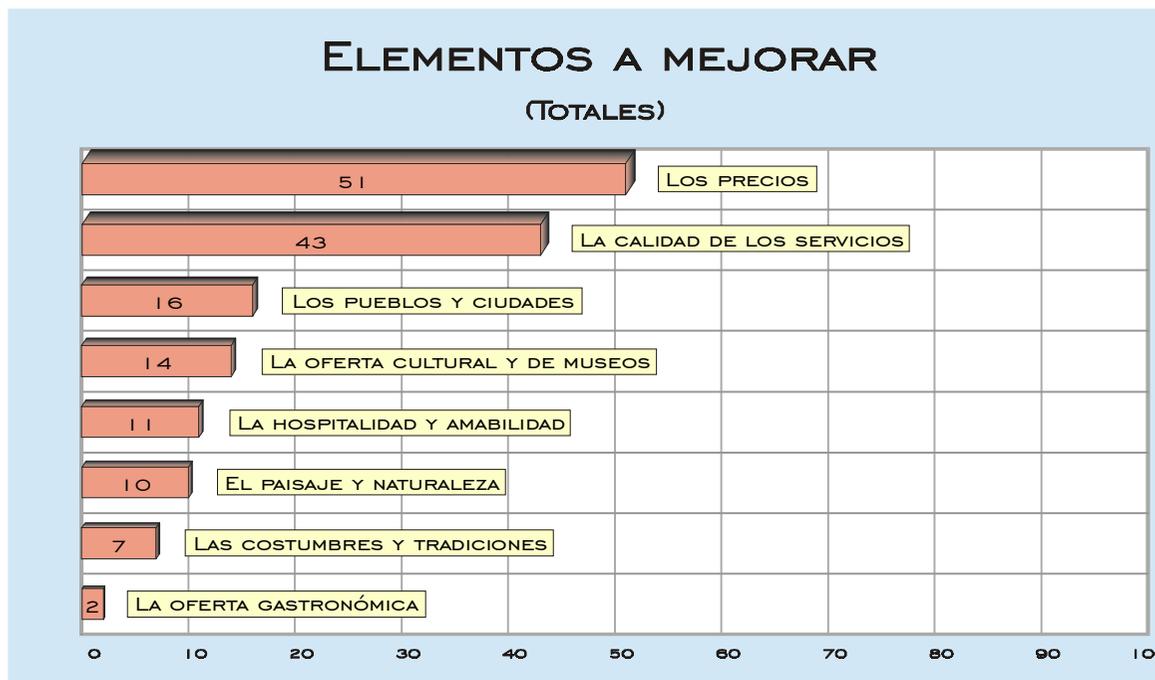
Aspectos del turismo en el País Vasco

Elementos a mejorar

(TOTALES)

<i>¿Y qué dos cree que hay que mejorar más para desarrollar el sector turístico? *</i>	
	CAPV JUN 2000
LOS PRECIOS	51
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	42
LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	16
LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	14
LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD	11
EL PAISAJE Y NATURALEZA.....	10
LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	7
LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	2

* SE PEDÍAN DOS RESPUESTAS, POR LO QUE LA SUMA DE PORCENTAJES ES SUPERIOR A 100



- DOS SON LOS ASPECTOS RELATIVOS AL SECTOR TURÍSTICO QUE SE CITAN EN MAYOR MEDIDA COMO POTENCIALES DE MEJORA: *LOS PRECIOS* (51%) Y *LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS* (42%).
- SON CITADOS EN MENOR MEDIDA: *LOS PUEBLOS Y CIUDADES* (16%), *LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS* (14%), *LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD* (11%) Y *EL PAISAJE Y NATURALEZA* (10%).
- Y CASI NO SON MENCIONADOS COMO ASPECTOS A MEJORAR *LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES* (7%) Y *LA OFERTA GASTRONÓMICA* (2%).

Aspectos del turismo en el País Vasco

Elementos a mejorar

(POR COLECTIVOS)

¿Y qué dos cree que hay que mejorar más para desarrollar el sector turístico? *												
	TOTAL	TERRITORIO			NIVEL ESTUDIOS				EJE IZQUIERDA-DERECHA			
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	<PRIMARIO	PRIMARIO	SECUNDARIO	SUPERIOR	IZQUIERDA	CENTRO	DERECHA	Ns/Nc
LOS PRECIOS	51	52	44	61	48	49	52	53	53	53	45	47
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	42	30	46	40	36	38	45	52	47	46	35	32
LOS PUEBLOS Y CIUDADES	16	7	19	13	14	13	17	18	17	14	18	12
LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	14	12	11	20	9	13	17	15	15	14	16	12
LA HOSPITALIDAD Y AMABILIDAD	11	12	10	13	10	13	11	10	10	11	18	11
EL PAISAJE Y NATURALEZA	10	4	12	10	10	11	11	9	12	10	12	7
LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	7	8	8	6	7	7	7	7	8	7	6	7
LA OFERTA GASTRONÓMICA	2	1	3	2	4	3	2	0	2	2	3	4

* SE PEDÍAN DOS RESPUESTAS, POR LO QUE LA SUMA DE PORCENTAJES ES SUPERIOR A 100

- Los precios* como elemento a mejorar para desarrollar la oferta turística en el País Vasco son citados en mayor medida en Gipuzkoa (61%), que en Araba (52%) y en Bizkaia (44%), mientras que *la calidad de los servicios* es mencionada especialmente por los vizcaínos y guipuzcoanos.
- En general, al aumentar el nivel de estudios, son superiores los porcentajes tanto de *los precios* como de *la calidad de los servicios*.
- Por último, los individuos que dicen ser de *izquierda* o de *centro* citan *los precios* y *la calidad de los servicios* en mayor medida que quienes dicen ser de *derecha*.

