

**ESTUDIO SOBRE  
HÁBITOS TURÍSTICOS,  
OPINIONES Y  
VALORACIÓN  
DE LA OFERTA TURÍSTICA  
DE BENIDORM**

**VERANO  
2004**

## 1. Presentación

---

El presente informe recoge los resultados del estudio sobre **HÁBITOS TURÍSTICOS, OPINIONES Y VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE BENIDORM** en **Verano de 2004**, realizado entre los turistas que visitaron Benidorm en dicha época.

El estudio ha sido desarrollado por el Gabinete Municipal de Sociología, en colaboración con el *Servei Municipal de Turisme* y sus oficinas de Información Turística, continuando con la serie iniciada en 1996, fecha desde la que se han desarrollado estudios similares en diferentes periodos, manteniéndose como objetivo prioritario el conocer y evaluar la demanda turística en Benidorm, partiendo de las opiniones directas de los turistas y visitantes, y ello con el fin de disponer de información veraz y fiable que sirva de base para la optimización de las actuaciones municipales en el ámbito turístico, así como de ofrecer dicha información a la opinión pública y a aquellos agentes que intervienen directamente en el sector turístico de la ciudad.

El estudio consiste principalmente en la realización de una encuesta con cuestionario estructurado, cuyo trabajo de campo (recogida de datos mediante entrevistas) desarrolló entre el 17 de julio y el 11 de septiembre de 2004, mediante entrevistas directas a un total de 450 turistas, lo que ha permitido realizar la explotación estadística de los resultados con un margen de confianza del 95,5% y un margen de error total de  $\pm 5\%$  para resultados globales, habiendo seguido la siguiente distribución espacial en el municipio de Benidorm:

Tabla 1

ZONA	Nº cuestionarios	%
Rincón de Loix-Playa Levante-Av. Mediterráneo	150	33.5
Playa Poniente	110	17.3
Centro Ciudad	75	6.9
Oficinas Municipales Turismo y puntos de información	115	42.2
<b>TOTAL</b>	<b>450</b>	<b>100%</b>

Los resultados finales fueron ponderados según la distribución de turistas por procedencias para su posterior análisis y elaboración de conclusiones.

## 2. Fidelidad Turística

---

### 2.1. Índice de fidelidad.

El índice de fidelidad turística (porcentaje de turistas que habían visitado Benidorm en una o más ocasiones anteriores a la realización del estudio) que se ha obtenido durante el verano de 2004 ha alcanzado el **58,7 %** del conjunto de turistas que visitaron Benidorm durante el periodo, un índice que supera en más de 9 puntos el obtenido durante el verano anterior (49%).

Este índice registrado tan elevado y que quiebra la tendencia a la baja observada en periodos anteriores, puede ser interpretado, en un entorno turístico general de cierta crisis turística como la que se ha registrado en el 2004, como la consideración de Benidorm como un destino "refugio" o destino recurrente, de forma que el turista considera que regresar a Benidorm es una forma de "asegurarse las vacaciones" en un entorno ya conocido, opción preferible a la de descubrir otros destinos con una relación precio-calidad menos atractiva.

A esta interpretación psicológica y económica, es preciso añadir otro componente que, desde nuestro punto de vista, ha incidido también en este incremento de la fidelidad turística, como es la maduración del turismo portugués, el cual presenta unos índices de fidelidad muy superiores a los registrados por este mercado en periodos anteriores, tal y como comprobamos en la tabla de datos correspondiente.

Tabla 2

#### FIDELIDAD

Porcentajes de turistas que visitaron Benidorm por primera vez o en ocasiones anteriores a verano 2004, según procedencias

	ESPAÑA	R.UNIDO	BENELUX	PORTUGAL	OTROS
Primera Visita	29,4	50,4	72,7	29,4	59,4
Otras Visitas	69,7	49,6	27,3	<b>70,6</b>	40,6

## 2.2. Fidelidad proyectada.

Siguiendo con el análisis de la fidelidad turística, es de gran importancia comprobar la **fidelidad proyectada** (porcentaje de encuestados que manifiestan su intención de regresar a Benidorm en una futura ocasión) que se ha registrado, una vez desarrollado el estudio, ya que se trata de un indicador de gran trascendencia por su capacidad de adelantar la tendencia de la demanda turística hacia Benidorm en el futuro. Concretamente, este indicador se ha comportado en la línea de la fidelidad registrada, mostrando un incremento con respecto al verano anterior, ya que el dato registrado en verano de 2004, se sitúa en un **95,4%** de encuestados que manifiestan su intención de regresar a Benidorm en otra ocasión; un porcentaje muy alto que refleja una fidelidad casi absoluta al destino Benidorm.

Este indicador es preciso analizarlo en relación con los datos sobre fidelidad registrada, para así disponer de una visión del comportamiento futuro de la demanda hacia Benidorm de forma más ajustada, obteniéndose así, la siguiente tabla:

Tabla 3

### INTENCIÓN DE REGRESAR DE VACACIONES A BENIDORM Según Fidelidad al Destino

	TOTAL	Primera Visita	Otras Visitas
SI	95,4	91,6	98,4
NO	3,4	6,7	1,2
Ns/Nc	1,1	1,7	0,4

Entre los datos incluidos en la tabla precedente resalta la alta intención de regresar que han mostrado quienes visitaron Benidorm por primera ocasión en verano de 2004, un porcentaje -91.6%- muy superior al que se ha podido obtener en periodos anteriores. Un dato de gran trascendencia porque explica la alta capacidad de atracción de Benidorm como destino turístico para quienes no lo conocían con anterioridad al verano de 2004. De igual forma la fidelidad proyectada de los turistas repetidores es muy elevada, aunque en términos más parejos con otros periodos.

Por países, comprobamos como la alta fidelidad proyectada es común a todas las procedencias tomadas en consideración en el estudio, superándose en este

periodo las diferencias existentes tradicionalmente entre el turismo nacional y el extranjero, tal y como se comprueba en la tabla elaborada al efecto:

Tabla 4

### INTENCIÓN DE REGRESAR DE VACACIONES A BENIDORM

Porcentajes Verticales, Según Procedencias

Intención de regresar	ESPAÑA	REINO UNIDO	BENELUX	PORTUGAL	OTROS
SI	94,8	95,2	98,5	97,3	93,8
NO	3,5	4,8	0	0	3,1
Ns/Nc	1,7	0	1,5	2,7	3,1

## 2.3 Destinos Alternativos a Benidorm

Inciendo sobre la cuestión de la fidelidad turística, es también clarificador el comportamiento de la variable "*Destino alternativo*", variable que recoge cuales son aquellos destinos que hubiera elegido el visitante, caso de no haber podido escoger Benidorm como destino para sus vacaciones

El recuento de datos de esta variable muestra que **el 43 % de los encuestados no ha citado ningún destino como alternativo a Benidorm**, dato ciertamente significativo del atractivo que ejerce Benidorm sobre la demanda, especialmente, cuando se comprueba que el total de entrevistados que no citan destino alternativo alguno, manifiestan, además su intención de regresar a Benidorm en próximas ocasiones, evidenciando así que, **para ese porcentaje de turistas, Benidorm es el único destino posible para sus vacaciones estivales.**

El análisis de esta variable permite, a la vista de los destinos alternativos mencionados por los entrevistados, concretar cuales son las preferencias de la demanda turística. En este sentido, a la vista de los destinos citados, **la demanda por destinos de sol y playa resulta ser mayoritaria** ya que prácticamente dos tercios de los encuestados que citan algún destino como alternativo a Benidorm (65%) se decantan claramente por esta modalidad de oferta y entre esta, Baleares y la propia Costa Blanca, sin incluir al propio Benidorm, son los destinos que se repiten con más asiduidad, tal y como queda reflejado en la tabla:

Tabla 5

**DESTINOS CITADOS COMO ALTERNATIVOS A BENIDORM**  
(Porcentaje de respuestas)

BALEARES	15,2
COSTA BLANCA	10,8
COSTA DEL SOL	7,2
BARCELONA	6,4
VALENCIA	5,4
CANARIAS	5,1
ITALIA	4,8
ANDALUCIA	4,8
FRANCIA	4,5
SALOU	2,4
PORTUGAL	2,1
GRECIA	1,5
MADRID	1,5
COSTA BRAVA	1,2
GALICIA	1,2

### 3. Caracterización del Turismo

---

#### 3.1. Caracterización General

La caracterización de la demanda turística que visitó Benidorm durante el verano de 2004 se realiza a partir del análisis de los datos obtenidos de la explotación estadística de las variables "*Medio de transporte utilizado*", "*Acompañamiento en el viaje*", "*forma de organización de las vacaciones*" y "*Tipo de alojamiento elegido*". De dicho análisis, para el conjunto de los encuestados, en el verano de 2004, se ha obtenido la siguiente distribución, que refleja el perfil general del turismo de Benidorm durante el verano de 2004:

Tabla 6

**DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA  
SEGÚN SU CARACTERIZACIÓN (Porcentajes totales)**

<b>MEDIO DE TRANSPORTE</b>	<b>%</b>
Avión	35,6
Autocar	19,4
Tren	2,7
Automóvil	40,9
Otro medio	0,9
No contesta	0,5
<b>ACOMPAÑAMIENTO</b>	<b>%</b>
Solo	6,6
Con amigos	34,7
Matrimonio	28,3
Familia	25,6
Grupo	4,6
No contesta	0,2
<b>FORMA ORGANIZACIÓN VACACIONES</b>	<b>%</b>
Por su cuenta	46,1
Por agencia de viajes	47,0
Por una asociación o club	2,3
Por la empresa en la que trabaja	0,7
No contesta	3,9
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>	<b>%</b>
Hotel	53,7
Camping	7,1
Vivienda Propia	6,4
Vivienda Compartida	13,2
Vivienda Alquilada	7,3
Apartamento	12,1
No contesta	0,2

A partir de los datos disponibles, puede establecerse como tipología de la demanda turística general durante el periodo veraniego de 2004 en Benidorm, la configurada por los siguientes puntos:

- ⇒ **Organización a través de agencia de viajes**
- ⇒ **Desplazamiento en medios de transporte colectivo**
- ⇒ **Alojamiento en Hotel (3 estrellas)**
- ⇒ **Vacaciones con familiares**

Los datos registrados reflejan una tipología básica, muy similar a la registrada en otros periodos veraniegos; de hecho, el incremento en la organización del viaje turístico por cuenta propia registrado en verano de 2003 a revertido en verano de 2004, a situaciones anteriores, manteniéndose, por tanto, la preponderancia de las agencias de viaje en el aspecto organizativo del viaje, en lo que respecta a la demanda de Benidorm, en términos generales.

En este punto concreto, se detectan grandes diferencias en función de la procedencia de los turistas, mientras el turismo nacional se decanta por la organización autónoma de sus vacaciones en Benidorm (60,2%), el resto de procedencias, con la excepción del turismo portugués, utiliza en mayor medida los servicios de agencias de viajes.

Esta diferencia en el comportamiento entre turismo nacional y portugués, por un lado y el resto del turismo extranjero, por otro, se repite en cuanto al medio de transporte utilizado en sus desplazamientos hacia Benidorm ya que españoles y portugueses utilizan mayoritariamente su vehículo particular (59,3 y 64,7% respectivamente), siendo el transporte aéreo el mayoritariamente utilizado por británicos, belgas y holandeses.

En el resto de variables, las diferencias entre procedencias son menos destacadas; la composición del grupo vacacional es mayoritariamente familiar en todas las procedencias y en cuanto al tipo de alojamiento elegido, el Hotel es la opción elegida en primera instancia por todas las procedencias, como se puede comprobar en la siguiente tabla:



Tabla 7

**DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA  
SEGÚN SU CARACTERIZACIÓN, POR PROCEDENCIAS. (%)**

	ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
<b>MEDIO DE TRANSPORTE</b>					
Avión	3,5	85,6	78,8	11,8	40,6
Autocar	30,7	1,6	9,1	23,5	15,6
Tren	4,8				3,1
Automóvil	59,3	12	12,1	64,7	37,5
Otro medio	1,3				3,1
No contesta	0,4	0,8			
<b>ACOMPAÑAMIENTO</b>					
SOLO	6,9	6,4	6,1		9,4
CON AMIGOS	38,5	30,4	12,1	35,3	46,9
MATRIMONIO	22,5	36,8	48,5	17,6	21,9
FAMILIA	29	20,8	21,2	35,3	18,8
GRUPO	3	4,8	12,1	11,8	3,1
No contesta		0,8			
<b>FORMA ORGANIZACIÓN VACACIONES</b>					
Por su cuenta	60,2	22,4	33,3	52,9	46,9
Por agencia de viajes	34,2	67,2	57,6	47,1	50
Por una asociación o club	0,4	5,6	6,1		
Por la empresa en la que trabaja	0,4	1,6			
No contesta	4,8	3,2	3		3,1
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>					
Hotel	50,2	64	54,5	52,9	37,5
Camping	6,9	4,8		5,9	25,0
Vivienda Propia	8,2	2,4	12,1		6,3
Vivienda Compartida	14,3	8,8	15,2	17,6	18,8
Vivienda Alquilada	6,1	8,8	12,1	11,8	3,1
Apartamento	14,3	10,4	6,1	11,8	9,4
No contesta		0,8			

### 3.2 Perfil sociológico del visitante

El estudio llevado a cabo permite acotar de forma aún más precisa, la caracterización de la demanda a partir de dos variables de identificación como son la edad y la situación socio-laboral, con el fin de llegar a establecer un perfil sociológico del visitante más definido, contando con que la muestra de la que se obtuvieron los datos, fue distribuida, previamente, al 50% entre ambos sexos.

En cuanto a la edad de los turistas, la media en este periodo se sitúa en **39 años**, una edad inferior a periodos anteriores, por lo que podemos afirmar, de entrada, que Benidorm acogió durante el verano de 2004 a un turismo joven en términos generales, lo que se confirma si comprobamos la distribución de la demanda turística por grupos de edades, en la que observamos que el 40% de los visitantes tiene una edad menor de 30 años (7 puntos porcentuales más que el verano anterior en este mismo grupo de edades), mientras que en el otro extremo de la distribución, únicamente el 7,5% son turistas de más de 65 años:

Tabla 8

#### DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA POR GRUPOS DE EDAD

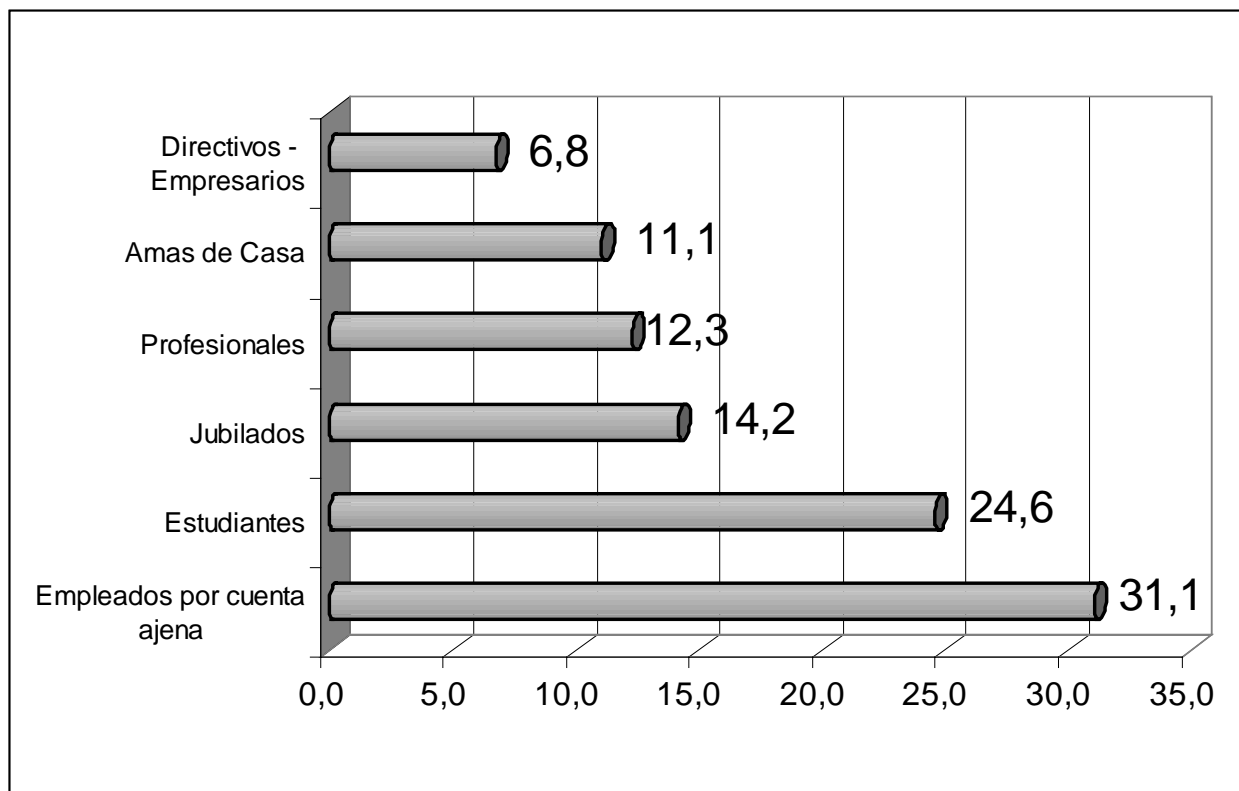
---

Grupo de Edad	%
Hasta 30	40,2
De 31 a 45	26,4
De 46 a 65	25,6
Más de 65	7,5

En cuanto a la situación socio-laboral de los encuestados, los datos obtenidos tras la realización del estudio indican una notable dispersión al respecto, si bien, el mayor contingente de turistas durante el verano de 2004 lo componen turistas de familias pertenecientes a clases medias, como muestra el hecho de que prácticamente un tercio de los visitantes (31,1%) sean empleados por cuenta ajena. Al margen de esta dato, es destacable el peso relativo que supone la presencia de estudiantes (24,6%) y jubilados (14,2%) cuya presencia duplica la registrada en verano de 2003 en ambos casos (10,4% de estudiantes y 7,6% de jubilados), según se desprende del gráfico siguiente:

Gráfico 1

### DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS POR SU SITUACIÓN SOCIO-LABORAL



#### 4. Duración de la estancia turística

---

La **duración media de la estancia** del visitante de Benidorm en Verano de 2004 se ha visto algo reducida respecto a los parámetros registrados en recientes periodos veraniegos: **12 días**, notándose esta disminución de forma más acusada al comprobar que la *mediana estadística* de la distribución obtenida se sitúa en **8 días**, esto es, que la mitad de los turistas que visitaron Benidorm en este periodo permaneció ese tiempo o menos y la otra mitad, realizó estancias superiores a esos 8 días.

Se registra, pues, una **duración media de la estancia turística significativamente corta**, aunque esta situación difiere según la procedencia de los turistas que visitaron Benidorm, especialmente en lo que se refiere al comportamiento de belgas y holandeses (estancias más amplias de la media) y portugueses (estancia inferior):

Tabla 9

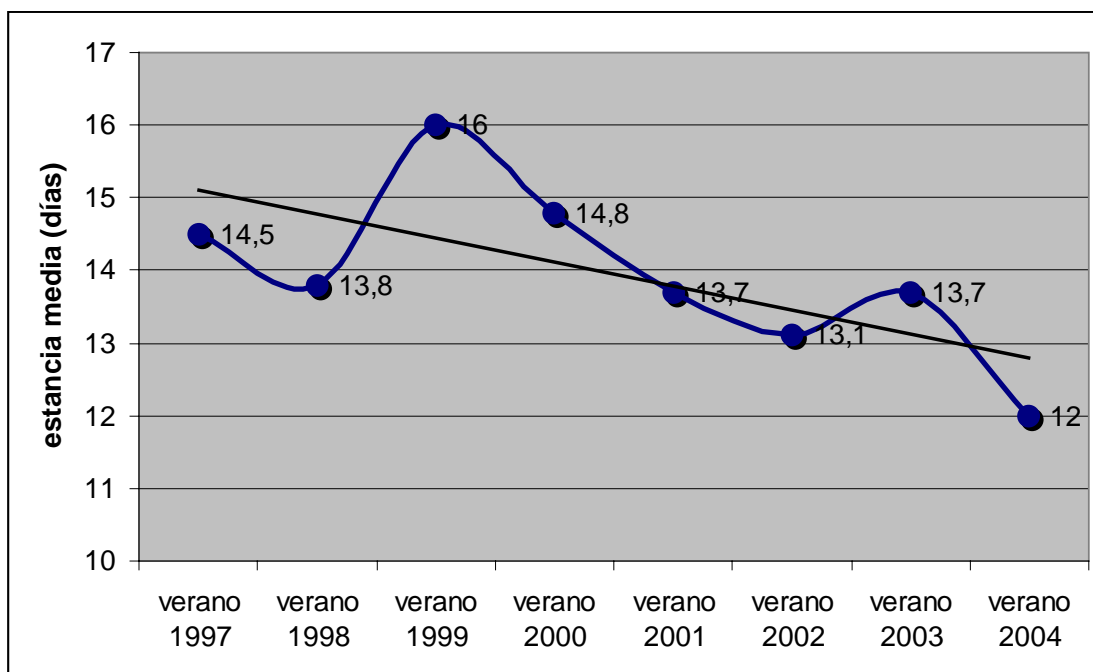
**ESTANCIA MEDIA POR PROCEDENCIAS (días)**

ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
12,2	11,3	16,0	9,2	10,8

La duración media de la estancia se ha visto reducida respecto al verano de 2003, incidiendo en la tendencia a la reducción del tiempo de permanencia en el destino, lo que podemos comprobar si tenemos en consideración un periodo histórico, concretamente, desde 1997:

**Gráfico 2**

### EVOLUCIÓN DE LA DURACIÓN MEDIA DE LA ESTANCIA VERANIEGA



De forma más acusada aún que al diferenciar la estancia media por procedencias, existen grandes diferencias en cuanto a la duración de la estancia en Benidorm, dependiendo del tipo de alojamiento elegido: quienes se alojan en hoteles o apartamentos turísticos, permanecieron en Benidorm durante un periodo significativamente más reducido que quienes lo hicieron en otro tipo de alojamiento, en especial la vivienda propia, con estancias medias cercanas al mes o en viviendas alquiladas, tal y como se comprueba en la correspondiente tabla de datos:

**Tabla 10**

#### ESTANCIA MEDIA (en días) SEGÚN ALOJAMIENTO ELEGIDO

Hotel	Camping	Vivienda Propia	Vivienda Compartida	Vivienda Alquilada	Apartamento
9,8	14,2	27,1	10,6	20,2	10,2

## 5. Motivos para la elección de Benidorm como destino turístico

---

Los motivos principales citados por los turistas que visitaron Benidorm durante el verano de 2004 se centran, como en épocas anteriores, en los elementos característicos del turismo de sol y playa. A este respecto, la mitad de los visitantes, según el estudio realizado, citaron específicamente las **playas** y el **clima** como razones de la elección de Benidorm como destino turístico.

El resto de motivos fueron citados en una medida inferior y entre estos, destaca la **oferta lúdica** de Benidorm, su ambiente de diversión (citado por el 16,7% de los encuestados).

A la vista de la tabla correspondiente, también es preciso resaltar varias cuestiones:

1. Las compras en los comercios de la ciudad, suponen un motivo de atracción para un 3,3% de la demanda turística en el periodo estudiado
2. La visita de alguno de los diferentes Parques Temáticos de la ciudad supone el principal motivo de visita para el 2,6% de los turistas, porcentaje que aún siendo escaso frente a los principales motivos que atraen a los turistas a Benidorm, duplica las cifras registradas al respecto durante el verano de 2003 y
3. El precio de las vacaciones en Benidorm representa el motivo principal para la elección de Benidorm como destino turístico para un escaso 2% del total.

**Tabla 11**      **DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES SEGÚN EL MOTIVO PRINCIPAL DE ELECCIÓN DE BENIDORM COMO DESTINO TURÍSTICO**

MOTIVO	%
PLAYA	24,0
SOL /CLIMA	25,5
AMBIENTE	16,7
DESCANSO / TRANQUILIDAD	6,6
AMIGOS / FAMILIARES	5,7
COMPRAS	3,3
PARQUES TEMATICOS	2,6
GASTRONOMÍA	2,2
PRECIO	2,0
DISPONER VIVIENDA	1,3
OTROS MOTIVOS	10,1

## 6. Fuentes de Información sobre el destino turístico

---

Los turistas que visitaron Benidorm durante el verano de 2004, tuvieron conocimiento del destino principalmente a partir de la información transmitida por terceros, amigos y/o familiares, aunque si observamos la evolución de esta variable desde una perspectiva histórica reciente, es preciso notar la disminución del porcentaje que representa esta vía como forma de información, equilibrándose en importancia con el resto de fuentes informativas, cuya importancia se mantiene en términos parejos a recientes periodos veraniegos, según la distribución obtenida tras la explotación de los datos correspondientes:

Tabla 12

### **DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS SEGÚN LA FUENTE DE INFORMACIÓN CITADA COMO PRINCIPAL PARA CONOCER BENIDORM COMO DESTINO TURÍSTICO (Respuesta Múltiple)**

<b>Fuente de Información</b>	<b>%</b>
Amigos Familiares	46,7
A.Viajes	30,7
Revista viajes/turismo	11,2
Internet	10,5
Folletos Agencias	5,3
TV	3
Prensa	0,9
Otros	9,2
No contesta	7,3

Sobre esta cuestión concreta es interesante comprobar las diferencias que han podido ser detectadas en función de la fidelidad de los visitantes, con el objeto de poder comprobar la efectividad de los distintos medios de difusión a la hora de atraer a nuevos turistas hacia Benidorm. En este sentido, se han obtenido los siguientes datos:

Tabla 13

**DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS SEGÚN LA FUENTE DE INFORMACIÓN CITADA COMO PRINCIPAL PARA CONOCER BENIDORM COMO DESTINO TURÍSTICO, SEGÚN LA FIDELIDAD AL DESTINO.**

<b>Fuente de Información</b>	<b>Primera Visita</b>	<b>Otras Visitas</b>
Amigos Familiares	35,2	<b>55,1</b>
A.Viajes	<b>39,1</b>	24,6
Revista viajes/turismo	<b>14,5</b>	9
Internet	<b>17,3</b>	5,5
Folleto Agencias	<b>7,8</b>	3,5
TV	<b>2,8</b>	3,1
Prensa	0,6	1,2
Otros	<b>2,8</b>	<b>13,7</b>
No contesta	9,5	5,9

De entrada y en términos generales, se puede observar una clara diferencia, según la fidelidad de los turistas: para quienes visitaron Benidorm por primera vez a lo largo de las fechas de realización del estudio, de forma que las fuentes de información específicas tienen una mayor influencia sobre los primeros visitantes del destino, hasta el punto que la información facilitada por amigos o familiares no es el principal medio de conocimiento de la oferta turística de la ciudad para quienes la visitaron por primera vez, sino que este lugar lo ocupa la información transmitida por las Agencias de viaje (lógicamente su influencia se centra entre quienes organizan el viaje a través de una de ellas, ya que en este caso, el 60% de los primeros visitantes que organizaron su viaje de esta forma, citan a las Agencias como principal fuente de información sobre Benidorm).

La diferencia observada y comentada, es especialmente significativa en el caso de la información obtenida a través de Internet, medio por el que los nuevos visitantes han obtenido información sobre Benidorm y su oferta en una proporción tres veces superior a su utilización por parte de los visitantes repetidores e incrementándose, además, respecto a los datos obtenidos durante el verano precedente, en una evidente manifestación de la importancia creciente de Internet como medio de difusión y su alcance a mayores sectores de población.

Igualmente, se registran ciertas diferencias en cuanto a los medios por los que llega la información sobre Benidorm en función de la procedencia de los visitantes, cuestión que reviste importancia en cuanto a la promoción del destino, siempre teniendo en cuenta que, tal y como ya se ha reflejado, la forma de organización del viaje ejerce una influencia decisiva en este sentido capital, motivo por el que entre los mercados extranjeros y entre estos especialmente el británico, belga y holandés, la función de las agencias de viaje



como transmisoras de información es muy superior a la ejercida sobre el mercado nacional.

En otro orden de cosas, tal y como se desprende de la tabla obtenida tras la explotación de los datos disponibles, entre el turismo extranjero, las revistas especializadas e Internet, suponen una fuente informativa de gran alcance y, en sentido contrario, la prensa generalista ejerce una influencia ciertamente escasa como elemento de difusión entre los diferentes mercados:

Tabla 14

**DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS SEGÚN LA FUENTE DE INFORMACIÓN CITADA COMO PRINCIPAL PARA CONOCER BENIDORM COMO DESTINO TURÍSTICO, SEGÚN PROCEDENCIAS.**

Fuente de Información	PROCEDENCIA				
	ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
Amigos Familiares	57,4	32,8	30,3	47,1	40,6
A.Viajes	20,4	43,2	54,5	35,3	28,1
Revista viajes/turismo	5,7	19,2	12,1	23,5	12,5
Internet	7,4	13,6	15,2	5,9	18,8
Folleto Agencias	3,5	8,8	6,1	5,9	3,1
TV	2,6	5,6			
Prensa	1,3	0,8			
Otros	13	4,8	3		9,4
No contesta	5,7	8,8	9,1	11,8	9,4

## 7. El Tiempo de Ocio

---

El disfrute de las playas de Benidorm se mantiene como la principal actividad de los turistas en Benidorm durante el verano, también en 2004, confirmándose así como el elemento de la oferta de Benidorm que mayor capacidad de atracción atesora, confirmando lo expuesto en el punto 5 de este mismo informe.

El resto de actividades que realizan los visitantes durante su estancia en Benidorm se mantiene en términos similares a los veranos anteriores estudiados según las manifestaciones de los turistas encuestados, resumidas en la tabla siguiente:

Tabla 15

**UTILIZACIÓN DEL TIEMPO DE OCIO DE LOS TURISTAS,  
(PORCENTAJES POR ACTIVIDAD).**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>%</b>
PLAYA	86,3
PASEAR	59,8
COMPRAS	48,4
BARES/CAFETERIAS	47,3
RESTAURANTE	39,7
DISCOTECA	29,5
EN ESTABLECIMIENTO	22,6
DEPORTE	7,3
OTRA ACTIVIDAD	6,4

El claro resumen de la tabla precedente es que el tipo de ocio que podemos considerar *pasivo* se constituye como la forma más común de disfrutar del tiempo durante las vacaciones de Verano en Benidorm.

Respecto a las diferencias apreciadas a este respecto, con referencia al año anterior, sólo cabe destacar como altamente significativo el incremento observado en la asistencia a locales de ocio, ejemplificado en la asistencia a discotecas, actividad que se ve incrementada en más de un 33%, el resto de actividades incluidas en la tabla, son demandadas por los turistas, en términos generales, en una medida similar a la que pudo registrarse durante el verano anterior.

Analizando la forma de distribución del tiempo de ocio de los turistas, según su procedencia, se observan ciertas diferencias, más allá de la característica común que supone que la playa sea el elemento más demandado por todas las procedencias, especialmente por británicos y portugueses.

El turismo nacional se muestra como el grupo con un menor consumo, en términos comparativos, a la vista de su menor presencia en comercios, bares, cafeterías y restaurantes, mientras que, en sentido contrario, son los británicos quienes más parte de su tiempo dedican a dichas actividades y, por lo tanto, el gasto que efectúan es superior al del resto de nacionalidades, característica que comparten, en cierta medida, con el turismo procedente de Portugal:

Tabla 16

**UTILIZACIÓN DEL TIEMPO DE OCIO DE LOS TURISTAS,  
PORCENTAJES POR ACTIVIDAD, SEGÚN PROCEDENCIAS**

ACTIVIDAD	PROCEDENCIA				
	ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
PLAYA	84,8	90,4	78,8	94,1	84,4
PASEAR	59,3	61,6	57,6	64,7	56,3
COMPRAS	38,5	63,2	51,5	64,7	50
BARES/CAFETERIAS	43,7	53,6	42,4	52,9	50
RESTAURANTE	30,3	53,6	57,6	47,1	31,3
DISCOTECA	25,5	36,8	18,2	35,3	37,5
EN ESTABLECIMIENTO	19,9	24,8	36,4	17,6	21,9
DEPORTE	6,5	9,6		5,9	12,5
OTRA ACTIVIDAD	8,2	3,2	9,1		6,3

En cuanto a una actividad tan específica como la realización de excursiones a otras localidades por parte de los turistas alojados en Benidorm, durante el periodo al que estamos haciendo referencia, dos tercios de los mismos (**66,2%**) han visitado otras localidades, destacando como las más visitadas, al igual que el año anterior durante el verano, **Alicante** y **Altea**.

El resto de destinos más visitados son los municipios de la comarca, además de Calpe, que es citado como municipio destino de excursiones por un 17,6% de los encuestados, porcentaje de turistas superior al que visitaron otras localidades más cercanas a Benidorm, tal y como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 17

**DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS  
PARA LA REALIZACIÓN DE EXCURSIONES.**

<b>DESTINOS VISITADOS</b>	<b>%</b>
Alicante	25,3
Altea	22,4
Calpe	17,6
Finestrat	15,3
Alfaz del Pí / Albir	14,2
Villajoyosa	13,2
Algar/Callosa	11,6
Guadalest	9,8
Denia	8,2
Valencia	8
Elche	4,6
Otros	3,7
No contesta	33,8

## 8. Nivel de Satisfacción de los visitantes y Valoración de la Oferta Turística de Benidorm.

---

### 8.1 Valoración de la oferta:

La valoración de la oferta turística de Benidorm por parte de los visitantes encuestados se obtiene del análisis estadístico de las contestaciones a una serie de preguntas sobre los diferentes elementos que componen la oferta turística específica de Benidorm. Una vez realizado dicho análisis, a lo largo del periodo estudiado, para el conjunto de la oferta se ha obtenido (en escala de 0 a 10) una valoración media de **7,5 puntos**, un resultado que es preciso calificarlo como **positivo** ya que se trata, de hecho, de una valoración media superior en 2 décimas a la recogida en el verano anterior que ya de por sí era superior a periodos veraniegos anteriores.

Atendiendo a la valoración registrada para cada uno de los elementos estudiados, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 18

#### VALORACIÓN MEDIA DE LOS DISTINTOS ELEMENTOS DE LA OFERTA TURÍSTICA DE BENIDORM

ELEMENTOS DE LA OFERTA TURÍSTICA	Valoración (0-10)
OFERTA LÚDICA	8,86
PLAYA	8,38
OFERTA COMERCIAL	8,29
ALOJAMIENTO	8,26
OFERTA RESTAURACION	8,10
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO	7,81
SEGURIDAD CIUDADANA	7,51
ACCESIBILIDAD	7,40
TRANQUILIDAD	7,26
INFORMACION TURÍSTICA	7,24
LIMPIEZA	7,15
RUIDO	7,07
TRÁFICO	6,35
APARCAMIENTO	5,27

Analizando de forma particularizada las valoraciones realizadas, es preciso llamar la atención, en primer lugar, sobre el hecho de que **todos los elementos valorados obtienen una puntuación superior a 5**, situación que difícilmente se ha concitado en periodos veraniegos anteriores al aquí estudiado, por tanto, puede extenderse la consideración de valoración positiva a todos los aspectos que conforman la oferta turística de Benidorm, aún con diferente intensidad en cada caso.

De los datos reflejados, llama poderosamente la atención la alta valoración obtenida por la oferta de tipo lúdico que los visitantes han encontrado en Benidorm, siendo este el aspecto más destacado por el conjunto de los turistas, con una valoración más alta, rayando el 9 (**8,86**). Se trata de la primera ocasión en que un elemento diferente a las **playas de Benidorm** aparece como el más valorado por parte de los turistas, y ello sin menoscabo de la opinión que los turistas mantienen sobre el principal atractivo de la oferta de la ciudad, ya que las playas, como segundo elemento mejor valorado, obtuvieron una valoración media de **8,38** puntos.

En general, al margen de los ya mencionados, los elementos mejor valorados por los turistas durante el verano de 2004, son aquellos que están más directamente relacionados con la oferta de servicios turísticos: **la oferta comercial, de alojamiento o de restauración**, servicios que además son contemplados positivamente desde la vertiente de su precio, pues la **relación calidad/precio**, también aparece como un elemento valorado por encima de la media general.

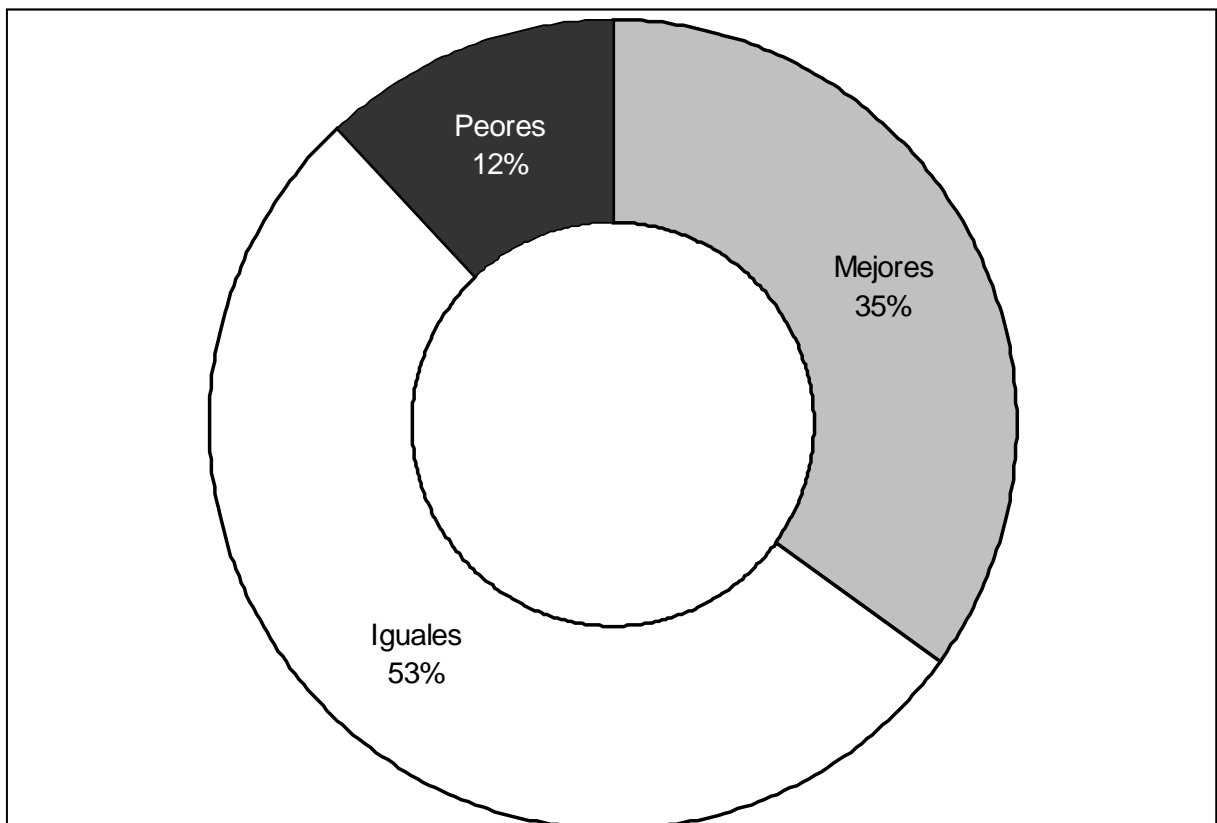
En el otro extremo de las valoraciones, como elementos menos valorados, nos encontramos con el **aparcamiento**, el **tráfico** o el **ruido**, lo que constituye, igualmente, una constante en los distintos periodos estudiados, aunque en la comparación con otros periodos, se comprueba una mejora de la valoración concedida por los turistas en relación a los citados elementos, en especial en lo referente al ruido, sobre el que los turistas han proporcionado una valoración (7,07) sensiblemente mejor a la de periodos veraniegos anteriores.

## 8.2 Evolución de la oferta:

Como último indicador que permite comprobar el nivel de satisfacción sobre la oferta turística de Benidorm por parte de sus visitantes se ha elaborado la "*evolución de la percepción de la oferta*", indicador que registra la opinión comparativa sobre la oferta de la ciudad en relación a periodos anteriores, de aquellos que han visitado Benidorm con anterioridad al verano de 2004, por tanto está basado en opiniones personales fundadas en experiencias concretas de individuos con mayor información que el resto, dado su conocimiento del destino y su perspectiva histórica.

A partir de la aplicación de la encuesta, los datos obtenidos se reflejan en el siguiente gráfico:

**DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS, SEGÚN SU OPINIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL DE BENIDORM, EN COMPARACIÓN A OTROS PERIODOS**  
(Base: Repiten Visita)



Quienes habían visitado Benidorm con anterioridad, mayoritariamente, las condiciones de la oferta de la ciudad son iguales (53%) o, incluso, mejores (35%), mientras que únicamente un 12 % las considera inferiores a las de épocas anteriores, según los datos recabados.

Si se tiene en consideración por una parte que para el 88% de quienes ya han visitado Benidorm su oferta se mantiene o ha mejorado, y que, como se ha indicado, hasta un 95% del total de visitantes tiene intención de regresar y más específicamente, el 91% de quienes lo han visitado por primera vez, podemos concluir que, **hoy por hoy y en términos generales, el turista se siente altamente satisfecho con la oferta que encuentra en Benidorm.**