

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

**VERANO
2005**

1. Presentación

El presente informe recoge los resultados del estudio sobre **HÁBITOS TURÍSTICOS, OPINIONES Y VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE BENIDORM** durante la temporada de **Verano de 2005**, realizado entre los turistas que visitaron Benidorm en dicha época.

El estudio ha sido dirigido desde el Gabinete Municipal de Sociología y realizado conjuntamente con el *Servei Municipal de Turisme* y las oficinas de Información Turística municipales, prosiguiendo, así, con la serie iniciada en 1996, y su objetivo prioritario es el conocer y evaluar la demanda turística en Benidorm, partiendo de las opiniones directas de los turistas y visitantes para así, 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 los diferentes agentes que participan en el sector turístico de la ciudad, así como a la opinión pública.

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 junio y el 1 de septiembre de 2005, mediante entrevistas directas a un total de 400 turistas, usuarios de las oficinas y puntos de información Turística, 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,

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) obtenido durante el periodo de realización del estudio, se sitúa en el **53,5 %** del conjunto de turistas que visitaron Benidorm, un índice en la línea del obtenido para igual periodo del año anterior, confirmando la recuperación que en este aspecto se identificó durante el verano de 2004.

Con excepción del turismo procedente de Portugal, los mercados más importantes han registrado una fidelidad superior en todo caso al 50%, con especial trascendencia en el caso del turismo nacional, cuya mayor afluencia durante el verano de 2005, en comparación a la registrada en el mismo periodo de 2004, ha repercutido en unos niveles de fidelidad turística muy altos:

Tabla 1

FIDELIDAD

Porcentajes de turistas que visitaron Benidorm por primera vez o en ocasiones anteriores al verano 2005, según procedencias

	ESPAÑA	R.UNIDO	BENELUX	PORTUGAL	OTROS
Primera Visita	36,2	49,2	30,8	90,0	62,2
Otras Visitas	63,0	50,8	69,2	10,0	37,8

2.2. Fidelidad proyectada.

La **fidelidad proyectada** (porcentaje de encuestados que manifiestan su intención de regresar a Benidorm en una futura ocasión) registrada en este periodo ha resultado ser algo inferior a la registrada en verano de 2004, aunque ello no hace sino recalcar lo extraordinario de los resultados que en este indicador concreto se obtuvieron el pasado verano ya que al 95% obtenido en 2004, se opone el actual **89%**, pudiendo mantenerse, de esta forma, la afirmación de que **9 de cada 10 turistas tienen intención de regresar en el futuro a la ciudad** para disfrutar de vacaciones.

Para disponer de una visión del comportamiento futuro de la demanda hacia Benidorm aún más ajustada, es preciso analizar este indicador en relación con los datos sobre fidelidad turística registrada, tras lo cual, se han obtenido los siguientes resultados:

Tabla 2

INTENCIÓN DE REGRESAR DE VACACIONES A BENIDORM
Según Fidelidad al Destino

	TOTAL	Primera Visita	Otras Visitas
SI	89,0	88,0	90,5
NO	5,3	7,2	3,9
Ns/Nc	5,7	4,8	5,6

Entre los datos incluidos en la tabla precedente, la intención de regresar a Benidorm por parte de quienes lo visitaron por primera vez en verano de 2005 es un dato que destaca por lo elevado del mismo y que explica la alta capacidad de atracción de Benidorm como destino turístico para quienes no lo conocían con anterioridad. 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 una característica común a todas las procedencias tomadas en consideración en el estudio, destacando en especial la intencionalidad mostrada por los visitantes británicos, por encima de los visitantes españoles, quienes tradicionalmente se mostraban, en los distintos estudios realizados, como los que manifestaban una mayor intencionalidad de regresar:

Tabla 3

INTENCIÓN DE REGRESAR DE VACACIONES A BENIDORM
Porcentajes Verticales, Según Procedencias

Intención de regresar	ESPAÑA	REINO UNIDO	BENELUX	PORTUGAL	OTROS
SI	88,1	91,8	61,5	100	80
NO	8,7	1,6			4,4
Ns/Nc	3,2	6,6	38,5		15,6

2.3 Destinos Alternativos a Benidorm

Como dato que continúa explicando la importante cuestión de la fidelidad turística, es también clarificador analizar la variable "*Destino alternativo*", la cual recoge cuales son aquellos destinos que hubiera elegido el visitante, en el caso de no haber podido escoger Benidorm como destino turístico.

El recuento de datos de esta variable muestra que entre los visitantes, **hasta un 77 % no ha citado ningún destino como alternativo a Benidorm.**

Se trata de un dato altamente 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 prioritaria** entre los escasos destinos citados ya que la práctica totalidad de los encuestados que citan algún destino como alternativo a Benidorm se decantan claramente por esta modalidad de oferta y entre esta, la propia Costa Blanca, es el destino más demandado como alternativa a Benidorm :

Tabla 4

DESTINOS CITADOS COMO ALTERNATIVOS A BENIDORM

(Porcentaje de respuestas)

COSTA BLANCA	6
BALEARES	5
VALENCIA	4
COSTA DEL SOL	3
EXTRANJERO	1,5
CANARIAS	1
COSTA CANTÁBRICA	1
CATALUÑA	1

3. Caracterización del Turismo

3.1. Caracterización General

La caracterización de la demanda turística que visitó Benidorm durante el verano de 2005 se establece 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 2005, se ha obtenido la siguiente distribución, que refleja el perfil general del turismo de Benidorm durante dicho periodo:

Tabla 5

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

MEDIO DE TRANSPORTE	%
Avión	32,7
Autocar	10,0
Tren	1,2
Automóvil	50,4
Otro medio	1,2
ACOMPañAMIENTO	%
Solo	5,0
Con amigos	22,7
Matrimonio	32,3
Familia	36,2
Grupo	2,7
No contesta	1,2
FORMA ORGANIZACIÓN VACACIONES	%
Por su cuenta	53,1
Por agencia de viajes	29,6
Por una asociación o club	5,4
Por la empresa en la que trabaja	1,5
No contesta	10,4
TIPO DE ALOJAMIENTO	%
Hotel	50,4
Camping	4,6
Vivienda Propia	11,5
Vivienda Compartida	6,5
Vivienda Alquilada	15,4
Apartamento	6,5
No contesta	5,0

A partir de los datos disponibles, puede establecerse como tipología de la demanda turística general durante el periodo veraniego de 2005 en Benidorm, la configurada por los siguientes grandes rasgos:

- ⇒ **Organización del viaje por cuenta propia**
- ⇒ **Desplazamiento en Automóvil**
- ⇒ **Alojamiento en Hotel**
- ⇒ **Viaje realizado con acompañamiento de familiares**

Los datos registrados reflejan una tipología básica, con ciertas diferencias respecto a las observadas en otros periodos veraniegos; el incremento en la organización del viaje turístico por cuenta propia supone la más destacada diferenciación con relación al verano de 2004, recuperándose la tendencia que ya se hacía patente en 2003. De igual forma, se detectan diferencias en los medios de transporte utilizados, siendo el automóvil el medio más usado, superando, por sí solo, al conjunto del resto de medios citados por los turistas.

En ambos casos, la procedencia de los turistas es la variable que determina estas variaciones en el comportamiento de los turistas, ya que es el turismo nacional el que destaca por encima del resto de procedencias tanto en cuanto a utilización del automóvil como medio de transporte (79% de los turistas nacionales) como en la organización por cuenta propia de su estancia vacacional en Benidorm (70% del turismo español).

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, si bien, entre los españoles esta opción es menos demandada comparativamente al resto de procedencias. Todo ello se puede comprobar en la siguiente tabla:

Tabla 6

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

	ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
MEDIO DE TRANSPORTE					
Avión	2,4	95,1	46,2		37,8
Autocar	14,2			20	11,1
Tren	0,8			10	0
Automóvil	79,5	1,6		70	46,7
Otro medio	1,6	1,6			
No contesta	2,4	95,1	46,2		37,8
ACOMPAÑAMIENTO					
SOLO	3,9	3,3	7,7		11,1
CON AMIGOS	17,3	16,4	7,7	30	46,7
MATRIMONIO	35,4	42,6	23,1		20
FAMILIA	39,4	34,4	53,8	60	20
GRUPO	3,1	3,3		10	
No contesta	0,8		7,7		2,2
FORMA ORGANIZACIÓN VACACIONES					
Por su cuenta	70,9	14,8	30,8	40	64,4
Por agencia de viajes	17,3	65,6	15,4	20	22,2
Por una asociación o club	3,9	8,2		20	4,4
Por la empresa en la que trabaja	1,6	1,6			2,2
No contesta	6,3	9,8	53,8	20	6,7
TIPO DE ALOJAMIENTO					
Hotel	44,1	85,2	30,8	60	24,4
Camping	2,4	4,9		10	11,1
Vivienda Propia	16,5	4,9			13,3
Vivienda Compartida	8,7				13,3
Vivienda Alquilada	15	3,3	23,1	20	28,9
Apartamento	11,8				2,2
No contesta	1,6	1,6	46,2	10	6,7

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 las variables de identificación consideradas en el estudio, la edad y situación socio-laboral. Ello con el fin de poder 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 **42 años**, una edad en consonancia con los datos disponibles de periodos anteriores, por lo que podemos afirmar, de entrada, que Benidorm acogió durante el verano de 2005 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 más el 40% de los visitantes tiene una edad menor de 30 años mientras que en el otro extremo de la distribución, únicamente el 6,2% son turistas de más de 65 años, habiéndose reducido este porcentaje con respecto a 2004:

Tabla 7

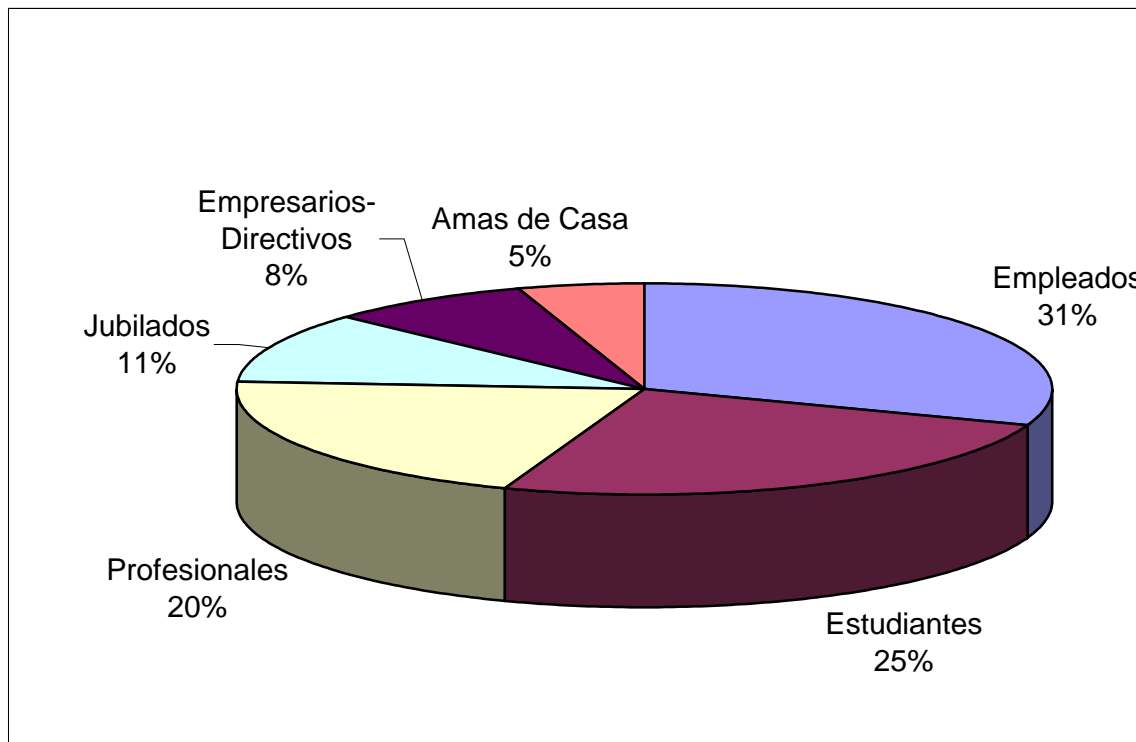
DISTRIBUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA POR GRUPOS DE EDAD

Grupo de Edad	%
Hasta 30	41,1
De 31 a 45	29,2
De 46 a 65	23,5
Más de 65	6,2

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 grupo más numeroso de turistas que visitaron Benidorm durante el verano de 2005 está compuesto por clases medias, como muestra el hecho de que algo menos de la tercera parte del total de visitantes (30,6%) sean empleados por cuenta ajena. Al margen de esta dato, es destacable el gran peso relativo que representan los estudiantes (25 %), así como un ligero aumento de Directivos y Empresarios así como de profesionales según se puede entresacar 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** de los visitantes de Benidorm en Verano de 2005 se ha calculado en **11 días**, por lo que se ve reafirmada la tendencia a la disminución del tiempo de estancia en destino, en especial al comprobar que la *mediana estadística* de la distribución es de **7 días**, esto es, que la mitad de los turistas en este periodo permaneció en Benidorm durante una semana o incluso menos tiempo, mientras la otra mitad, realizó estancias superiores a esos 7 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:

Tabla 8

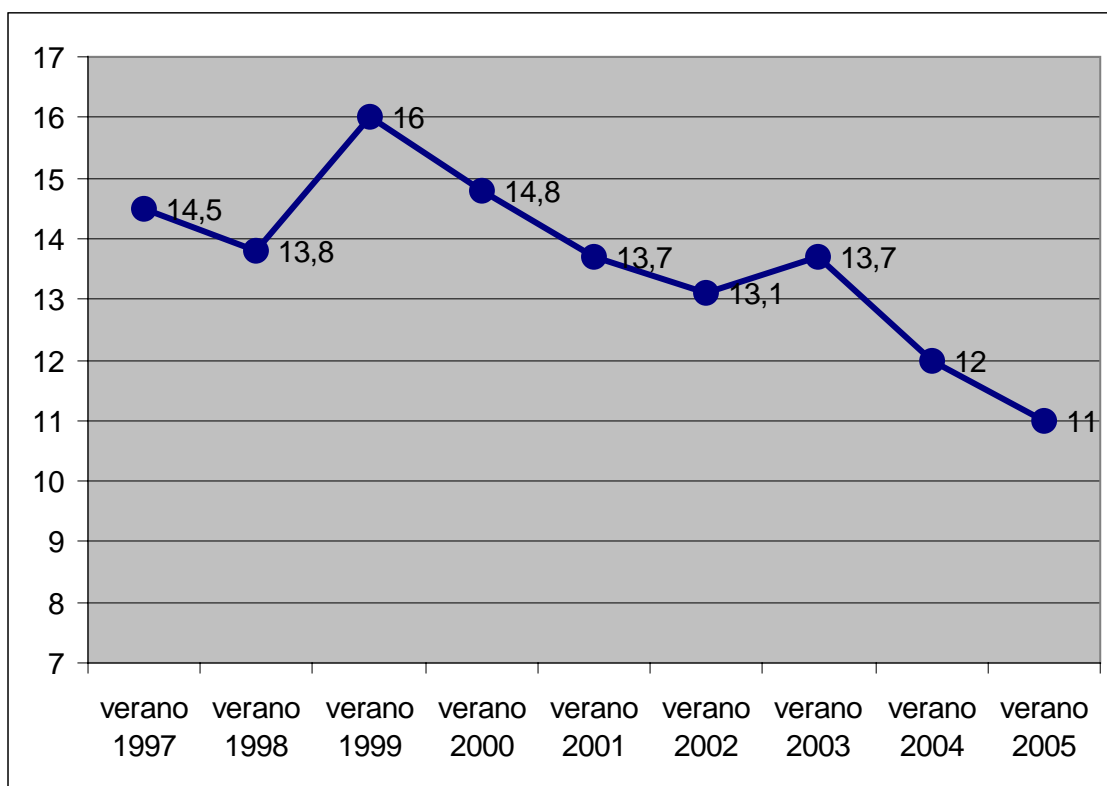
ESTANCIA MEDIA POR PROCEDENCIAS (días)

ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
14,1	9,6	12,2	8,8	10,8

La duración media de la estancia en verano de 2005 viene a corroborar la tendencia citada a la reducción del tiempo de permanencia en el destino, lo que se observa claramente atendiendo al gráfico de evolución histórica de este importante indicador:

Gráfico 2

EVOLUCIÓN DE LA DURACIÓN MEDIA DE LA ESTANCIA VERANIEGA



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, al igual que en anteriores épocas veraniegas, en los elementos característicos del turismo de sol y playa. A este respecto, más de la mitad de los visitantes, 54,5% según el estudio realizado, citaron específicamente las **playas** y el **clima** como razones de la elección de Benidorm como destino turístico.

1. Además de estos, fueron citados una serie de motivos entre los que destaca la **oferta lúdica** de Benidorm, su ambiente de diversión (citado por el 18,9% de los encuestados como motivo de atracción) y entre el resto, es preciso destacar el **precio** como motivo para la elección de Benidorm como destino turístico; no tanto por la importancia de este motivo entre el conjunto de la demanda, atendiendo a los datos recabados, sino por el incremento que, respecto al verano anterior, se registra en el porcentaje de turistas que citan esta cuestión económica como decisiva para su elección (6,6% en verano de 2005 por 3,3 en verano 2004).

La lista completa de los motivos aducidos es la siguiente:

Tabla 10 **DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES SEGÚN EL MOTIVO PRINCIPAL DE ELECCIÓN DE BENIDORM COMO DESTINO TURÍSTICO**

MOTIVO	%
PLAYA	30.9
SOL /CLIMA	23.6
AMBIENTE	18.9
PRECIO	6.6
DISPONER DE VIVIENDA	4.4
PARQUES TEMATICOS	2.5
DESCANSO / TRANQUILIDAD	3.1
OTROS MOTIVOS	10,0

6. Fuentes de Información sobre el destino turístico

El conocimiento del destino lo adquirieron los turistas que visitaron Benidorm durante el verano de 2005, principalmente, a partir de la información transmitida por terceros, amigos y/o familiares. La importancia de este medio de transmisión de información continúa siendo decisiva, por delante de los medios convencionales de difusión de la información, aunque, desde una perspectiva temporal, cabe destacar un incremento notable en la importancia de la información recibida a través de medios de comunicación, especialmente la Televisión y, algo menos, la prensa escrita. Concretamente, los turistas que en verano de 2005 citan estos dos medios como fuentes de información sobre la oferta turística de Benidorm se han más que triplicado con respecto al verano anterior, evidenciando la influencia de las campañas que en estos medios se llevaron a cabo durante 2005.

Los datos completos registrados al respecto han sido los siguientes:

Tabla 11

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

Fuente de Información	%
Amigos Familiares	63,1
A.Viajes	13,8
Internet	8,8
TV	8,1
Folleto Agencias	6,9
Prensa	5,8
Revista viajes/turismo	4,6
Radio	1,9
Otros	7,7

Los datos anteriores registran la importancia de los distintos medios de difusión de la información en general, ahora bien, para conocer con mayor exactitud su eficacia, es preciso acotar dicha influencia sobre aquellos que visitaron Benidorm por primera vez durante el periodo de realización del estudio. A estos efectos, se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 12

DISTRIBUCIÓN DE NUEVOS TURISTAS SEGÚN LA FUENTE DE INFORMACIÓN PRINCIPAL PARA CONOCER BENIDORM.

(Respuesta Múltiple)

Fuente de Información	
Amigos / Familiares	67,5
A.Viajes	14,2
TV	11,7
Internet	10,8
Folletos Agencias	7,5
Revista viajes/turismo	5
Prensa	4,2
Radio	1,7
Otros	3,3

De la misma forma que para el conjunto de los turistas, la información de la que dispusieron quienes visitaron Benidorm por primera vez en verano de 2005 fue preferentemente transmitida por amigos y/o familiares, si bien las diferencias a este respecto son claramente perceptibles ya que para los nuevos visitantes las fuentes de información específicas tienen una mayor influencia, y entre estas, la **TV e Internet** aparecen como los **medios que más han destacado en la captación de nuevos visitantes en verano de 2005.**

7. El Tiempo de Ocio

Como es consustancial a la oferta de Benidorm y al perfil de sus visitantes, el disfrute de sus playas es la principal actividad de los turistas en Benidorm durante el verano, también en 2005. El resto de actividades que realizan los visitantes durante su estancia en Benidorm se mantiene en términos similares a los periodos veraniegos anteriores estudiados, siguiendo las manifestaciones de los turistas encuestados, resumidas en la tabla presentada a continuación:

Tabla 13

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

	ACTIVIDAD	%	
En términos generales, se puede concluir que la forma más común de disfrutar del tiempo por parte de los visitantes durante las vacaciones de Verano en Benidorm es el tipo de ocio que podemos considerar <i>pasivo</i> . Es esta una situación que parece haberse extendido especialmente en el periodo de referencia del estudio, pues si comparamos con la utilización del tiempo de ocio por parte de los turistas que visitaron Benidorm en el verano anterior, al margen de la visita a la playa, el resto de actividades se ha visto reducida, en especial, aquellas que implican la comisión de gasto económico.	PLAYA	84,2	
	EXCURSIÓN ALREDEDORES	65,8	
	PASEAR	59,6	
	COMPRAS	37,7	
	BARES/CAFETERIAS	35,0	
	EN ESTABLECIMIENTO	18,8	
	DISCOTECA	18,8	
	RESTAURANTE	14,2	
	DEPORTE	9,2	
	OTRA ACTIVIDAD	5,8	

El único aspecto que en alguna medida, puede modificar la anterior conclusión inicial es el alto porcentaje de turistas que realizan excursiones a otras zonas limítrofes, durante su estancia en la ciudad. En concreto, dos tercios de los turistas alojados en Benidorm (65,8%) durante el periodo al que estamos haciendo referencia han visitado otras localidades, destacando como las más visitadas, **Altea y Guadalest** entre las recogidas en la tabla:

Tabla 14

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS PARA LA REALIZACIÓN DE EXCURSIONES. (Respuesta Múltiple)

DESTINOS VISITADOS	%
Altea	34,2
Guadalest	20,4
Calpe	16,2
Alicante	15,0
Algar/Callosa	15,0
Alfaz del Pí / Albir	14,6
Villajoyosa	11,9
Finestrat	10,8
Valencia	7,7
Elche	5,8
Denia	2,7
Otros	5,0

Si analizamos 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 visita a la playa sea la actividad más común para todas las procedencias.

Tabla 15

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

ACTIVIDAD	PROCEDENCIA				
	ESPAÑA	R.U.	BENELUX	PORTUGAL	RESTO
PLAYA	81,1	83,6	92,3	100	88,9
PASEAR	62,2	67,2	84,6	40	37,8
COMPRAS	35,4	45,9	23,1	50	37,8
EN ESTABLECIMIENTO	23,6	19,7	15,4	20	6,7
BARES/CAFETERIAS	36,2	49,2	23,1	20	20
DISCOTECA	14,2	19,7		30	35,6
RESTAURANTE	14,2	13,1	15,4	10	17,8
DEPORTE	5,5	13,1	7,7	0	15,6
OTRA ACTIVIDAD	6,3	9,8			2,2

Deteniéndonos en los datos mostrados en la tabla anterior comprobamos escasas diferencias de comportamiento entre grupos nacionales de turistas, con la excepción de los turistas británicos que presentan un comportamiento más activo que el correspondiente al conjunto de la demanda, y por tanto, el gasto que efectúan en Benidorm es, también, superior al que realizan el resto de nacionalidades.

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 se obtiene del análisis estadístico de las opiniones de los visitantes, expresadas en una escala de 1 a 10, referidas a una batería de diferentes elementos que componen la oferta turística específica de Benidorm. Una vez realizado dicho análisis, a lo largo del periodo estudiado, para la oferta global se ha obtenido una valoración media de **7,7 puntos**, un resultado que es preciso calificarlo como **positivo** ya que se trata, de hecho, de una valoración que supera la recogida en el verano anterior que ya de por sí era superior a periodos veraniegos anteriores. De hecho, cada uno de los elementos considerados ha mejorado su valoración respecto al verano de 2004, excepto tres de ellos. Concretamente, las valoraciones obtenidas fueron las siguientes:

Tabla 15

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

ELEMENTOS DE LA OFERTA TURÍSTICA	Valoración (0-10)
PLAYA	9,1
OFERTA LÚDICA	9,0
INFORMACION TURÍSTICA	8,9
ALOJAMIENTO	8,6
OFERTA RESTAURACION	8,3
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO	8,1
SEGURIDAD CIUDADANA	8,0
OFERTA COMERCIAL	7,8
TRANQUILIDAD	7,7
RUIDO	7,4
ACCESIBILIDAD	7,3
LIMPIEZA	7,3
TRÁFICO	5,8
APARCAMIENTO	5,3

Como primer punto a destacar, se observa que **todos los elementos valorados han sido valorados con una puntuación superior a 5** situación que difícilmente en escasos periodos veraniegos anteriores se ha repetido, por tanto, puede extenderse la consideración de valoración positiva a todos los aspectos que conforman la oferta turística de Benidorm, con las pertinentes diferencias en cada caso concreto, más aún al comprobar que con la excepción de la **oferta comercial**, la **fluidez del tráfico** y el **aparcamiento**, el resto de atributos o elementos que componen la oferta turística de Benidorm, han mejorado su valoración respecto a la expresada por los visitantes en el verano anterior.

Las **playas de Benidorm** aparecen como el punto más valorado por parte de los turistas de entre los que componen su oferta e inmediatamente después de ellas, destaca la alta valoración obtenida por la **oferta lúdica** que los visitantes han encontrado en Benidorm.

Como elementos menos valorados por los visitantes, aparecen el **aparcamiento** y la fluidez del **tráfico**. El primero de estos elementos, en todo caso, mantiene la valoración otorgada por los visitantes en el verano anterior, no así el tráfico cuya valoración ha descendido en medio punto. Esta situación, además de poder ser considerada como una constante en prácticamente todos los periodos estudiados, tiene su origen en una mayor utilización del vehículo particular por parte de los turistas de Benidorm en verano de 2005, tal y como ha quedado reflejado al analizar la caracterización de la demanda en este periodo.

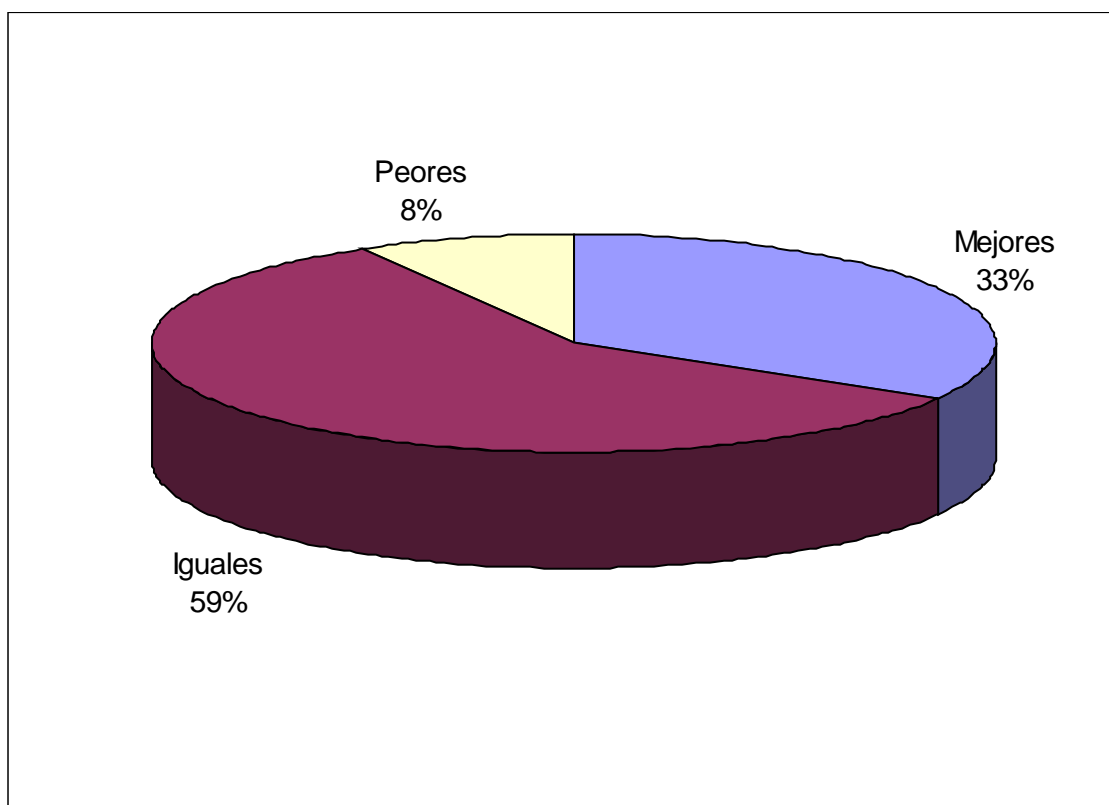
8.2 Evolución de la oferta:

Como último indicador que permite comprobar el nivel de satisfacción sobre la oferta turística de Benidorm por parte de sus visitantes, podemos conocer la **‘Evolución de la percepción de la oferta’**, indicador que registra la opinión sobre la oferta de la ciudad comparándola con la experiencia de los visitantes en periodos anteriores, por lo tanto, este indicador se encuentra referido a aquellos que han visitado Benidorm con anterioridad al verano de 2005.

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

Gráfico 3

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 (59%) o, incluso, mejores (33%), mientras que únicamente un 8 % las considera inferiores a las de épocas anteriores.

Si se tiene en consideración que el 92% de quienes ya habían visitado Benidorm califican su oferta como del mismo nivel o incluso mejor y que, como se ha indicado, hasta un 89% del total de visitantes tiene intención de regresar, podemos concluir que, **los turistas que visitaron Benidorm durante el verano de 2005 se sienten altamente satisfechos con la oferta encontrada en Benidorm.**