



Estudi descriptiu dels visitants portuguesos a Benidorm

Joan-Carles Ortega i Berenguer.
tècnic d'investigació social i escriptor
tandemmix@mesvilaweb.cat
blocs.mesvilaweb.cat/theoreia

Toni Ferri i Verger
Reclam Comunicació, Benidorm
toniferri1@hotmail.com
www.toniferri.com

Resum: Estudi basat en una enquesta als turistes portuguesos que visiten Benidorm, que en són molts però poc coneguts. Són sovint grups familiars i jubilats que busquen sol i platja. Se'n resumeixen les opinions i se n'analitza la demanda.

Paraules clau: Benidorm, turisme, Portugal, enquesta

Resumen: Estudio basado en una encuesta a los turistas portugueses que visitan Benidorm, que son muchos pero poco conocidos. Suelen ser grupos familiares y jubilados en busca de sol y playa. Se resumen sus opiniones y se analiza la demanda.

Palabras clave: Benidorm, turismo, Portugal, encuesta



A tall de contextualització

L'interés d'aquest estudi descriptiu, mitjançant el qual vam explotar una exhaustiva enquesta pròpia, radica en dos fets: a) el primer és que, tal com ens han informat en la Fundació Cavanilles d'Alts Estudis Turístics de la Universitat d'Alacant, hi ha molts poques anàlisis publicades sobre la demanda turística en general; b) el segon és que gràcies a aquest estudi nostre es va descobrir l'interés per la notable contribució dels visitants portuguesos en el turisme de la nostra comarca, motiu que va donar lloc a alguna que altra campanya de captació en origen.

El nostre estudi incloïa diverses fases, a més de la descriptiva: entre altres, una fecunda anàlisi estructurada del discurs dels agents turístics portuguesos (principalment, directius d'agències de viatges) així com la planificació d'una eficient campanya de comunicació per a afiançar i relançar el que s'entenia que era un mercat emergent i proper.

Ara, per raons d'espai, oferim ací només un resum de l'anàlisi descriptiva univariàble de l'enquesta a turistes portuguesos, una enquesta de la que podem sentir-nos orgullosos perquè va ser elaborada com un gran treball d'equip, amb un pre-test, un bon desplegament de mitjans propis i de recursos humans que s'expressaven correctament en llengua portuguesa.

Aquest estudi era un encàrrec privat per a l'Ajuntament de Benidorm, quan aleshores Vicent Pérez Devesa era alcalde.

A. INTRODUCCIÓ

A.1) LA IMPORTÀNCIA DEL TURISME PORTUGUÉS

Els ciutadans amb nacionalitat portuguesa que visiten Benidorm durant l'estiu figuren en el segon lloc dels turistes estrangers, després dels britànics. Les dades d'HOSBEC i de l'Agència Valenciana de Turisme confirmen este segon lloc que ocupa el turisme portugués per a la temporada d'estiu de l'any 2002: en el mes d'agost, el 9,8% de l'ocupació hotelera es deu als portuguesos, percentatge únicament superat pels britànics, amb el 30,9%, i al tercer lloc els belgues, amb un 3%.

A.2) Fitxa tècnica de l'enquesta

Univers: un màxim de 230.602 pernотacions dividides per una mitjana de 9,5 dies d'estada, trobem una flux màxim de 24.273 turistes portuguesos durant l'estiu.

Unitat mostral: turista portugués de Benidorm, major de 18 anys.

Grandària mostral: 869 entrevistes.

Nivell de confiança: 95,5%

Error mostral: 3,41%

P=q= 50%



Totes les generalitzacions i inferències de la mostra van referides a l'univers de la demanda turística portuguesa que es troba de vacances en hotels de Benidorm durant l'estiu de 2002. Més enllà de les previsions del projecte inicial, al final durant el treball de camp hem demanat l'opinió de turistes que es trobaven en 38 hotels de Benidorm.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC DEL TURISME PORTUGUÉS

1.1. Sexe: lleuger predomini de les dones

El 53,1 % son dones front al 46,9% d'homens

1. 2. Grups d'edat: un turisme notablement envellit

El grup dels menors de 29 anys, està reduït a la meitat en el cas del turisme portugués; mentre el grup dels majors de 60 anys representa més del doble entre els visitants portuguesos. Amb açò advertim que el turisme portugués està apreciablement envellit respecte a la piràmide d'edat dels turistes de totes les edats.

1.3.Estat civil: majoritàriament casats i relativament molts separats

Si comparem les dades de la nostra enquesta, amb el cens de població de tot el conjunt de Portugal, tal com proposem a continuació en dos distribucions de percentatges, ens n'adonem que entre el turisme portugués de Benidorm abunden en gran manera els casats (més del 70 %), mentre els separats que visiten Benidorm són relativament el doble de què hi ha a Portugal (5,5% enfront de 2,2%); tal com s'observa, el grup de fadrins està infrarepresentat entre els t.p.de Benidorm en comparació a la població total de Portugal (17,2 % enfront de 40,5%).

1.4.Nivell formal d'estudis: un grau d'estudis mitjà

Entre la població turística portuguesa hi ha una majoria de persones que han aconseguit i superat el nivell d'ensenyança secundària (44,0%), mentre els que disposen de títols universitaris o de primària constitueixen pràcticament la mateixa quantitat de persones (21-22%); podem sostindre que els t.p.estan prou alfabetitzats, en contra d'altres informes de la població general de Portugal que sostenen que entre els ciutadans portuguesos es destaquen els analfabets funcionals.

1.5. Estructura social en forma de diamant amb majoria de classe mitjana

A vegades crida l'atenció sorprenentment com la realitat social produïx simetries i regularitats enfront de l'atzar caòtic: en este cas, l'estructura social subjectiva, és a dir, l'autoubicació en una escala categòrica de classes socials, ens produïx una imatge perfectament simètrica. Si representem gràficament esta distribució de percentatges obtenim una forma de diamant, amb dos vèrtexs que són quasi un tant per cent, una línia central més ampla d'un 75% de classe mitjana i dues línies més xicotetes de 10-11% de classe alta i baixa.

1.6. Dedicació: un turisme d'empleats fixos, amb molts jubilats i sense estudiants.

Els empleats fixes (en ocupacions de més de 30 hores setmanals) són la majoria, amb un 41,1%. A estos els segueixen, per ordre d'importància, els que no treballen per ser jubilats, amb un 18,9% i els empresaris o propietaris, amb un 12,5%. Cal destacar que no freqüenten Benidorm els estudiants (0,1%).

1.7. Sector econòmic d'activitat: abunda el sector servicis i escasseja el sector primari.

D'acord amb una societat postindustrial, entre els turistes portuguesos (en avant, "t.p").de Benidorm abunden els que es dediquen a activitats econòmiques relacionades amb el sector terciari o servicis (en total, el 66,2%). Crida l'atenció que els sectors més tradicionals d'indústria, construcció i sector primari, tots junts, no sumen ni el 30 %. Açò està d'acord amb el perfil urbà i nordeny del turisme portugués.

1.8. Origen geogràfic : un turisme urbà i del nord de Portugal

La gran majoria dels t.p. de Benidorm provenen de la zona nord de Portugal, amb quasi un 50% sobre el total, seguint-los a continuació els turistes que tenen com a origen la zona de Lisboa i la Vall del Tejo, amb quasi un 30%. A més té un perfil d'origen urbà. No hi ha suficients t.p. de les regions de l'Alentejo i Algarve, situades més al sud.

2. VALORACIONS DE BENIDORM

2.1. Valoracions específiques

2.1.1. Valoracions de llocs i servicis de Benidorm

Les valoracions s'han fet en una escala d'1 a 10 punts, en la que 1 és la menor puntuació i 10 la màxima puntuació.

2.1.1.1. Valoració de la platja de Llevant

Amb el notable i l'excel·lent s'alineen el 73 % dels enquestats. Estem per tant davant d'una valoració significativament alta de la platja de Llevant. De fet la mitjana aritmètica de totes les puntuacions per a este lloc emblemàtic de Benidorm aconseguix un 7,6.

2.1.1.2. Valoració de la platja de Ponent

Estem igualment davant d'una distribució de freqüències en què les puntuacions de notable o excel·lent concentren el 72% dels casos. Es tracta d'una valoració alta en termes absoluts. En termes relatius, comparant uns productes turístics amb altres, veiem que la platja de Ponent se situa en el quint lloc quant al valor de la mitjana aritmètica de les seues puntuacions, que és de 7,56; d'altra banda, el grau de coneixement o ús dels productes específics de Benidorm analitzats ací, situa a la platja de Ponent en el segon lloc.



2.1.1.3. Valoració de Terra Mítica

A diferència de les més conegudes platges de Llevant i Ponent, en el cas de Terra Mítica les puntuacions de notable o excel·lent condensen un 82,9 % dels turistes portuguesos. No en va, Terra Mítica ostenta entre els portuguesos la mitjana aritmètica més alta de tots els productes turístics de Benidorm, amb una nota de 8,29 punts en una escala d'1 a 10. Esta és la puntuació mitjana més alta en totes les valoracions específiques. No obstant això la faceta negativa ve amb el grau de coneixement i ús de les instal·lacions del parc temàtic, que se situa comparativament en el tercer lloc amb un percentatge cridaner: el 61,0% no coneix - ni com és ni ha anat - a Terra Mítica.

2.1.1.4. Valoració de Benidorm Palace

El 82,3% estan valorant este estiu el Benidorm Palace amb un notable o un excel·lent. Per açò, la nota mitjana de totes les puntuacions resulta ser un 8,16, la segona del rànquing de tots els productes específics de Benidorm. Lamentablement, esta sala de festes és quasi tan desconeguda com Terra Mítica entre els visitants portuguesos, amb un 61,8% de desconeixement i no-resposta a esta variable.

2.1.1.5. Valoració d'Aqualandia

Concentrant els valors de notable i excel·lent reunim a un 80,1% de la població turística portuguesa. Com prova d'esta dada veiem la mitjana aritmètica de totes les puntuacions per a Aqualandia que resulta ser el 7,98, la tercera puntuació mitjana del rànquing de llocs i servicis de Benidorm. No obstant això, quasi un 75% dels entrevistats i, per tant, de tots els turistes portuguesos, desconeixen, no han fet ús o no responen quan són animats a posar una valoració sobre Aqualandia.

2.1.1.6. Valoració de Mundomar

Obtenim que el notable o l'excel·lent l'emeten el 69,6% dels portuguesos que estuegen a Benidorm. De la distribució de freqüències en la puntuació sobre Mundomar s'obté una mitja aritmètica de 7,53 punts sobre 10. Esta puntuació sent alta en termes absoluts, no ho és en termes relatius, ja que al comparar les mitjanes dels diferents llocs i servicis de Benidorm seleccionats en la nostra investigació, observem que Mundomar se situa en el penúltim lloc. També les dades sobre desconeixement (no sap/no contesta i no ha fet ús de Mundomar) són elevats, ja que estem enfront d'un 88,6% de desconeixement i ignorància.

2.1.1.7. Valoració de Torneig Medieval

Tan sols el 51,8% dels entrevistats donen o un notable o un excel·lent al Torneig Medieval. Conseqüentment la mitjana aritmètica de les puntuacions se situa en una valoració mitjana de 6,36 punts sobre 10. El grau de desconeixement és del 94,1%, és a dir, la pràctica totalitat no coneixen ni han anat al Torneig Medieval ni tampoc responen a la pregunta sobre la seua valoració. Així, doncs, el Torneig Medieval se situa en la pitjor consideració per part dels t.p. tant en grau de coneixement quant en valoració mitjana per part de què sí l'han visitat.

2.1.2. Escales de valoracions específiques

2.1.2.1. Escala d'ignorància de llocs i servicis de Benidorm

Dins del concepte d'ignorància incloem tant la no-resposta quant el fet de no conèixer, no haver estat o no haver fet ús dels distints productes turístics específics de Benidorm seleccionats per a esta investigació. Cal destacar que la no-resposta és relativament baixa, de manera que el gros de la component del concepte d'ignorància de llocs i servicis de Benidorm ve determinat pel desconeixement explícit i el no haver fet ús, tal com s'inferix en la següent taula.

En esta escala, elaborada amb propòsits comparatius, veiem que els llocs i servicis menys ignorats són clarament la platja de Llevant i la platja de Ponent amb un 15,0% i un 33,0% respectivament. No obstant això, els llocs i servicis més ignorats pels t.p. són, amb notable diferència, tota la resta: Terra Mítica, Benidorm Palace, Aqualandia, Mundomar i el Torneig Medieval, amb percentatges d'ignorància superiors al 61,0%.

2.1.2.2. Rànquing de llocs de Benidorm en funció de les mitges de valoració

Terra Mítica, Benidorm Palace i Aqualandia figuren, per este orde, en els primers llocs del rànquing, seguint-los les platges de Llevant i Ponent, i finalment Mundomar i el Torneig Medieval.

2.1.3. Valoracions de preus

Per a la valoració dels preus, hem considerat oportú, en la fase de pre-test del qüestionari d'esta investigació, animar als t.p. a què diferenciaren entre els preus del seu viatge o paquet turístic i, d'un altre costat, els preus de les coses o servicis que poden comprar a Benidorm fora de l'hotel.

D'esta manera, i en termes comparatius, veiem que els t.p. que consideren cars els preus del viatge o paquet turístic són un 16,7%, mentre els que consideren cars els preus fora de l'hotel a Benidorm són un 43,5%. Veiem per tant una diferència de més del doble entre un concepte i un altre. Açò pot vindre determinat en part perquè el turista percep com més oneros econòmicament aquell producte que està adquirint o ha d'adquirir en el present, mentre que oblida o dona per fet el preu del viatge o paquet turístic la preu del qual ja ha pagat en el passat. De totes les maneres els t.p. manifesten que els preus de Benidorm són quelcom cars, tal com es desprén de la contestació d'altres variables de la nostra investigació quantitativa, en especial la pregunta oberta referida a què és el que menys li agrada de Benidorm. Entre les motivacions per vindre a Benidorm, tal com veurem en un altre capítol d'esta anàlisi descriptiva, no figura en primer lloc els preus.

D'altra banda, els t.p. que valoren com barats els preus del viatge o paquet turístic sumen un total de 80,9%, mentres els que estan disposats a admetre com barats els preus de les coses fora de l'hotel a Benidorm constituïxen un 53,6%. En cap d'ambdós tipus de preus, els que consideren molt barats els preus de Benidorm no superen el 2% de la població turística portuguesa. Per consegüent, seguix valorant-se com més favorable per al pressupost el preu dels viatges o paquets turístics, molt més que els preus de les coses de Benidorm. Tot l'anterior es comenta en termes comparatius. En termes absoluts, concloem



que poc més de la mitat del conjunt dels portuguesos allotjats en hotels estimen barats els preus de les coses fora de l'hotel a Benidorm. Açò entra en sintonia amb la valoració dels preus com a motivació en segon lloc per a visitar Benidorm (el 25,3% dels portuguesos expliciten que els preus són la principal raó per a vindre a Benidorm, percentatge este tan sols superat pel motiu del sol i la platja, que atrauen un 55% de consens en la principal raó per a vindre a Benidorm).

2.2. Valoració global de Benidorm

Deixant de costat les valoracions específiques de productes i preus, la mitjana aritmètica de les puntuacions emeses per ciutadans de Portugal que vacacionen durant estiu a Benidorm se situa en un notable alt, és a dir, en 7,95 punts en una escala d'1 a 10. Això es produïx amb una desviació típica escassa, d'1,433 punts, la qual cosa mostra l'elevat grau d'acord que existix.

Menys de l'1% (és a dir, un 0,9%) dels t.p.suspenen la nostre destinació turística, amb una nota d'1 a 4 punts. Entre els factors que poden explicar este baix percentatge dels què no aproven la imatge global de Benidorm cal tindre en compte la intenció de fugir d'una dissonància cognitiva, tal com les va descriure el psicòleg social Festinger, és a dir, és lògic que molt poquíssima gent atorgue una nota baixa al lloc on es troba de vacances, amb la intenció psicològica de demostrar-se que la seua decisió i esforç de vindre a visitar Benidorm es troba d'acord amb la imatge del lloc que troba. En este sentit, cal apuntar que esta valoració global de Benidorm és susceptible d'evolucionar quan passa el temps i el turista valora des del seu país altres opcions amb més perspectiva biogràfica. D'esta manera són recomanables els estudis estratègics sobre la demanda turística en origen.

D'altra banda, els t.p.que donen un aprovat, amb 5 o 6 punts sobre 10, conformen un 12,2% del total. El notable, amb 7 o 8 punts, l'atorguen el 53,8%, tal com és previsible tenint en compte les dades de la mitjana i la desviació típica. Finalment, l'excel·lent o excel·lent, amb 9 o 10 punts, és emés pel 28,7% de la població estudiada.

2.3. Valoracions en qüestions obertes sobre Benidorm i els hotels

Conscients que el turista pot sobreestimar el valor del destí mentre es troba de vacances, hem estimulat el sentit crític i participatiu dels enquestats amb preguntes obertes en les que se'ls anima a dir que és el pitjor i el millor tant de Benidorm com de l'hotel en què es troben. Les variables que vénen a continuació matisen adequadament la puntuació global que es dona a Benidorm per part del turisme portugués.

2.3.1. El pitjor de Benidorm i els hotels per al turisme portugués

En primer lloc, examinem que aspectes són percebuts com a negatius. Sol·licitar a un turista que expose què és el que menys li agrada de la seua destinació turística implica animar-lo perquè exercite la seua capacitat crítica. Per això, tant en esta variable com en la variable "El que menys li agrada de l'Hotel", tenim una alta taxa de no-resposta: el 34,6% dels entrevistats no saben o no contesten en què consistix com a mínim agradable de Benidorm. D'altra banda, el 36,7% tampoc sap ni contesta què és com a mínim agradable de l'hotel. Açò resulta lògic, ja que d'una banda el turista té tendència a justificar la decisió de compra de les seues vacances, màximament en els moments en què les està disfrutant,



amb la qual cosa s'estalvia dissonàncies cognitives entre el que pensa i el que fa. D'altra banda, en una població, com l'analitzada ací, amb un perfil d'estudis formals bàsicament mitjans i amb un grau d'envelliment notable, és altament probable que prosperen actituds conformistes, amb tendència a allunyar-se de qualsevol indici de posada en crisi de diferents aspectes del destinació turística on es troba vacacionant.

No obstant això, a pesar de que ací impera la "disonància cognitiva" i el conformisme, i gràcies al fet que estem treballant amb una mostra prou àmplia i representativa, hem pogut accedir a un conjunt d'opinions crítiques sobre Benidorm que resulten adequadament significatives.

L'aspecte més negatiu que genera més consens és la brutícia: els t.p. que estan d'acord amb este ítem són un 10,2%. A açò li segueix l'absència de defectes, és a dir, el 6,9% responen que Benidorm no té cap defecte. Per això, el defecte de Benidorm que cal situar en segon lloc és que els t.p. perceben que hi ha poques zones verdes, que la ciutat resulta caòtica des del punt de vista urbanístic i, entre altres coses, els edificis són massa alts o els resulta difícil trobar pàrquing. En tercer lloc situem el roig d'altres defectes, amb un 6,1%, en el que s'engloben respostes molt disperses, escassament significatives. En quart lloc, es troben les queixes pel soroll, en especial del soroll nocturn que els molesta per a conciliar la son, amb un 6,0%. En cinqué lloc, tenim les queixes per falta d'informació i de premsa en llengua portuguesa, amb un 5,6%; sobre açò, convé fer un aclariment, perquè si ací apareix este ítem en quint lloc, en l'última variable del qüestionari, en la qual anem perquè facen suggeriments, els t.p. sol·liciten majoritàriament, com un de les demandes més insistents, poder disposar d'informació i premsa en portugués. En sisé lloc cal ubicar el preu com a faceta menys agradable de Benidorm, amb un 5,5%. La resta de percentatges són inferiors al 5% i poden ser consultats directament en la taula.

Des d'un punt de vista estructural, agrupant conceptes observem els problemes següents:

1r. RECURSOS FÍSICS: Característiques físiques de Benidorm, falta d'espai, característiques de la platja, clima: 16,9%

2n. MEDI AMBIENT URBÀ: Brutícia, contaminació acústica o mal olor: 16,5%.

3r. RELACIONS INTERPERSONALS: Problemes amb l'idioma, antipatia, mala educació, poc civisme, lladres: 13,4%.

4t. PREU: 5,5%.

CONCEPTUALITZAT A PART: No-resposta, Res, altres: 47,6%

En el disseny de la investigació també incloem una valoració en qüestions obertes dels hotels, que són la base de la selecció de la nostra mostra d'entrevistats. Allò que més disgusta de l'hotel per als t.p. resulta ser el menjar, amb un 7,6% d'opinions coincidents en este tema; es queixen també que no hi haja menjar cuinat a l'estil portugués. En segon lloc, mostren la seua disconformitat amb el programa de diversió i animació que els proposa l'hotel; esta qüestió reuneix el 7,1% de les opinions espontànies. En tercer lloc, els t.p. expressen el seu disgust en un 6,2% pel fet que la beguda es pague a part del paquet



turístic. En quart lloc, les expressions de protesta oberta es dirigixen cap a l'habitació i els llits, amb un 6,1%; ací cal destacar que una part d'estes respostes fan notar la seua queixa que se'ls haja canviat d'habitació i d'hotel sense avisar, substituint-los l'hotel que tenien programat al vindre. En quint lloc, igual que amb la qüestió referida al que menys els agrada de Benidorm, els t.p. estan d'acord a denunciar la falta d'informació i de premsa en llengua portuguesa. La resta de queixes es poden veure en la distribució de percentatges següent i no representen més del 5%. Cal anotar com quelcom destacat que el 8,3% no troben explícitament cap motiu pel qual disgustar-se respecte a l'hotel. Resulta altament significatiu que si bé en l'anterior qüestió sobre Benidorm, la brutícia era el més assenyalat, ara en l'hotel la brutícia i el soroll ostenten xifres eminentment baixes en termes comparatius. Tenim uns hotels nets i una ciutat bruta? Almenys això és el que es detecta en sondejar les opinions obertes i la percepció lliure dels t.p. que estuiegen durant l'estiu.

2.3.2. El millor de Benidorm i els hotels per al turista portugués

A l'analitzar la qüestió que és el que més agrada de Benidorm a la demanda de nacionalitat portuguesa, hem d'anunciar que en la present anàlisi descriptiva univariàble realitzem més avant un estudi exhaustiu de les raons que motiven la visita dels ciutadans lusos. Fem esta advertència perquè els ítems que tractem ací i que són fruit del lliure albir de les respostes obertes dels entrevistats coincidixen en part amb la variable dels motius de visita a Benidorm.

Tal com s'inferix de la següent taula de percentatges, el 66,6% dels t.p. assenyalen que la platja i la mar, d'una banda, i el sol, el clima i la temperatura, d'altra banda, és el més grat de la nostre destinació turística. Açò vol dir que estem davant d'un turisme majoritàriament de platja i sol. Li seguix en importància una vaga noció inefable de Tot, amb un 8,9%: el turista portugués es troba tan a gust i satisfet de Benidorm que és incapaç d'articular racionalment un detall de Benidorm que siga el que més li agrada: caben unes vacances més felices que les dels que proclamen que els agrada tot de Benidorm? Posteriorment, seguint l'orde d'importància, la categoria d'altres reünix un magma molt variat de persones que expressen diverses coses que els agraden de Benidorm; estos representen un 7,0% del turisme portugués; en este cas, la tasca de post-codificació es fa inviable. No obstant això per al tercer lloc del que més agrada de Benidorm es l'ambient i el moviment de gent, amb un 4,4%. A continuació, en quart lloc, se situa la nit i la diversió amb un 2,5% d'opinions comunes; pel seu perfil sociodemogràfic. Pel cinqué lloc trobem l'entusiasme per Terra Mítica, amb un 2,1% (recordem el seu desconeixement). Amb una importància parella a la de Terra Mítica, obtenim un percentatge del 2,1% de t.p. que destaquen l'animació i l'alegria com a faceta més agradable de Benidorm; sens dubte, esta faceta complementa conceptualment a la que ja hem vist sobre la nit i diversió. La resta de percentatges presenten una intensitat molt baixa. La neteja de la ciutat cal situar-la en últim lloc (1,5%).

Finalment, tenim en compte les opinions sobre el que més agrada dels hotels. Com es pot comprovar en la taula de percentatges, tornem a trobar-nos amb una expressió que engloba totes les dimensions: responen que el que més els agrada de l'hotel és "tot" un 21,47%; açò refrenda d'una manera espontània encara que imprecisa que els t.p. es troben, en una majoria relativa, molt a gust en els hotels sense saber determinar quin és l'aspecte més destacable, potser perquè es troben tan perfectament satisfets amb l'hotel que el seu entusiasme els bloqueja el discerniment. Cap major èxit que este? En segon lloc trobem que els portuguesos assenyalen com més grat l'atenció i el servici que per-

ceben dels empleats a través d'un 17,4%; esta avaluació positiva dels recursos humans de l'hotel ens indica que la formació, eficiència i qualitat humana dels treballadors està repercutint beneficiosament en la imatge general que extrauen de Benidorm els turistes de nacionalitat portuguesa. En tercer lloc, constatem que tot allò que s'ha relacionat amb el menjar, l'alimentació o el restaurant obté una valoració significativa; en contrast amb el que menys agradava de Benidorm, concloem que són més els que estan satisfets amb el menjar que els que el criticaven. En quart lloc, se'ns mostra que l'ambient, la convivència i la simpatia que troben en l'hotel està influïnt positivament, amb un 9,0%. En cinqué lloc, per mitjà d'un 7,7%, els t.p. tenen a bé recordar que la piscina és el que més els està agradant. En sisé lloc, les instal·lacions desperten un 6,8% d'acord i, en sèptim lloc, les habitacions atrauen un 5,9% d'opinions de t.p. que les valoren com el millor de l'hotel.

3. ANÀLISI DE LA FIDELITAT

3.1. Visites dels turistes portuguesos: una mitjana de 2 vegades

Veiem una taxa de no-resposta sorprenentment baixa, de tan sols el 3,2% de no sap / no contesta. La mitjana de les vegades que els t.p. acudixen a Benidorm a passar les seues vacances és de 2 vegades.

Amb el percentatge degudament validat i sense comptar la no-resposta estan formats per un 63%. És a dir, els t.p. contribueixen a la reproducció de la demanda turística amb una fidelitat de més de 8 punts percentuals sobre el percentatge de fidelitat del conjunt de turistes de totes les nacionalitats. En poques paraules, els portuguesos són més lleials a Benidorm que la resta.

3.2. Benidorm: destinació única?

En el disseny de la nostra investigació vam creure convenient incloure tres variables que ens mostraren en quina mesura Benidorm conforma un destinació turística única en les vacances dels turistes portuguesos. D'esta manera, preguntem en l'enquesta si els visitants portuguesos fan turisme a altres llocs o paratges en el transcurs d'esta visita. Les dades són rellevants i s'exposen a continuació. Al mateix temps, dins de l'anàlisi de la destinació única, vam obtindre respostes de quins llocs són visitats pels turistes portuguesos. Este tipus de variables entren tant dins de l'anàlisi de la fidelitat alhora que se solapen en el que seria una anàlisi de la competència, que serà exposat més exhaustivament en un altre capítol. Finalment, i des de la perspectiva temporal d'un exercici anual, preguntem als t.p. que manifestaren si fan més vacances durant la resta de l'any, per a constatar d'esta manera la quantitat de turistes que desenrotllen totes les seues vacances anuals a Benidorm.

3.2.1. La destinació única des de la perspectiva espacial

En la següent taula de percentatges, veiem amb transparència com el 73,5% dels t.p. només visiten Benidorm com a destinació turística única durant les mateixes vacances. Tan sols el 24,5% dels portuguesos que ens visiten opten per visitar altres llocs a més de Benidorm. El percentatge de no-resposta continua sent baix. D'esta manera, podem extraure la conclusió que per als ciutadans de Portugal, Benidorm és un destinació turística autònoma i suficient que majoritàriament no servix de complement a altres destinacions.



Hem realitzat una àrdua tasca de classificació i post-codificació dels llocs i paratges que mencionaven els t.p.com a destinacions complementaris de Benidorm durant les seues actuals vacances. Com a conclusió en els comentaris d'esta variable, cal retindre en ment que la fortalesa de Benidorm com a destinació única es reafirma més si és possible, ja que si sumem les visites en destins comarcals de la Marina Baixa i de la província d'Alacant a l'anterior percentatge de 73,5% (els que diuen que no visiten altres llocs durant la seua visita a Benidorm), obtenim un més encara convincent i robust 82,6% del total de la demanda portuguesa com a base de l'autonomia i suficiència de Benidorm com a destinació turística.

3.2.2. La destinació única des de la perspectiva anual

Un 54,9% dels turistes lusos fan més vacances. Podem dir que un 41,9% gasten tota la seua capacitat econòmica de vacacionar a Benidorm.

3.3. Intenció de tornar

La intenció de tornar és una variable de menor importància empírica que la variable amb què quantificàvem anteriorment el nombre de visites realitzades, ja que amb esta estem davant d'actituds que es poden volatilitzar en el transcurs del temps, mentre amb aquella estàvem davant de fets materialitzats que donaven una mesura més exacta de la fidelitat. Per a possibilitar una expressió de les actituds prou fluida i flexible, evitant obligar a pronunciar-se contundentement amb una simple resposta de si/no, que podria elevar la taxa de no-resposta, en el disseny del qüestionari vam tindre en compte una diferenciació de la intenció de tornar dividida en dos gradacions del sí i del no: una per a expressar certesa ("segur que sí") i una altra per a expressar dubte ("probablement no").

Els resultats de l'anàlisi descriptiva univariable per a esta variable són els que es veuen a continuació. Col·lapsant categories, trobem que el 89,9% sí que pensen tornar a Benidorm, mentre tan sols un 8,3% dels t.p.exposen que no tenen intenció de tornar. La taxa de no-resposta torna a ser baixíssima i, per tant, reeixida: un 1,4%. Comparant les actituds positives de retorn amb els fets trobem diferències que ens pareixen clau: entre este 89,9% dels que tenen actitud de tornar i el 54,6% dels que efectivament van repetir visita este estiu medien uns 35 punts percentuals que podrien resultar ser el marge de volatilitat de l'actituds positives de retorn. Com a conclusió cal tindre molt en compte que tota política d'acció promocional sobre el turisme portugués de Benidorm ha de tindre com a objectiu prioritari reduir eixe 35% d'evaporació de la intenció de tornada a Benidorm.

Existix un cert grau de conformitat i actitud habitual cap a la repetició de la mateix destinació turística per part de les poblacions turístiques majors de 60 anys. En este sentit, recordem que el turisme portugués es troba notablement envellit i això pot predisposar a expressar una intenció clara i abundant de tornada.

No satisfets del tot amb el sondeig d'una actitud tan immaterial i volàtil com la intenció de tornada, plantegem en el disseny de la investigació una qüestió que precisara i posara terminis a la voluntat de tornar a Benidorm. Els resultats es troben en la següent taula de percentatges. Veiem que ara tan sols un 55,5% de la demanda turística de Portugal pot tornar d'ací a uns mesos o en el transcurs de l'any que ve, xifra esta notablement reduïda en comparació a l'anterior i que s'acosta, per davall, al percentatge dels ciutadans lusos



que manifestaven que efectivament repetien visita a Benidorm amb un 63% (percentatges validats, sense dades de no-resposta). Amb açò ressaltem una altra mesura de la fidelitat que, a pesar que és més reduïda, resulta un poc més empírica que una actitud de tornada i prou més pràctica que el nombre de vegades que es repetix visita, en tant que introduïx un matís de futur i prospectiva.

3.4. Es pot trencar l'estacionalitat amb el turisme portugués?

Un dels arguments que considerem en la fase del disseny del qüestionari va ser l'esbrinament de en quina mesura es podia trencar l'estacionalitat basant-se en les preferències dels turistes. Per això, sondegem en quina època de l'any pensen tornar els ciutadans de Portugal que visiten Benidorm durant l'estiu. El consens en la preferència de l'estiu com a estació anual per a repetir vacances és total: un 87,6%

Més del 30 % no tenen cap impediment per a realitzar les vacances en les estacions de primavera, tardor o hivern. D'entre els motius que esgrimixen els t.p. per a no fer vacances en un altre moment de l'any: el calendari de treball, amb un 47,7%.

4. ESTRUCTURA DE LA DEMANDA TURÍSTICA PORTUGUESA

4.1. Duració de l'estada: una mitjana de 9,5 dies

Si comparem esta duració amb les dels turistes de totes les nacionalitats, advertim com el turisme portugués dedica prou menys temps a les vacances que els ciutadans de la resta de nacionalitats.

4.2. Motius de la visita a Benidorm: Platja i Sol per davant amb diferència, encara que el preu també influïx

4.3. Forma de reserva de les vacances: importància rotunda de les agències de viatges

El 73,5% de la demanda turística portuguesa passa per una agència de viatges o bé per a contractar les seues vacances sense paquet turístic (48,7%) o bé per a consumir els servicis d'un paquet turístic (24,8%).

4.4. Acompanyament durant les vacances: un turisme familiar

Les relacions de parentiu són el marc social general en què es formen els grups de t.p. que viatgen a Benidorm. A la nostra ciutat acudixen portuguesos tant acompanyats de la seua parella (39,3%) quant amb membres de la seua família (43,7%); tan sols un 17% de turistes no vénen acompanyats de la seua família o parella.

Si posem en contrast les dades anteriors amb la distribució de percentatges de les formes d'acompanyament dels turistes de totes les nacionalitats, obtenim major suport a la hipòtesi que apuntem en el paràgraf anterior, ja que la demanda turística global de Benidorm té un caràcter social menys tradicional, a l'haver-hi menys grups de parentiu i més del triple de solitaris, qüestió en què sens dubte ha d'estar influïnt la component britànica i europea d'este contingent poblacional més ampli.



4.5. Mitjà de transport utilitzat: la immensa majoria arriben amb autobús

Com a mostra d'una altra d'estes unanimitats que mostra el turisme portugués podem comptar que la majoria absoluta, un 75,6%, arriba a Benidorm amb autobús

En segon lloc, i a una molt llarga diferència respecte al primer mitjà de transport utilitzat, li seguix l'automòbil per mitjà d'un 15,6%. L'avió és utilitzat per menys del 10%

4.6. Turisme social: més de la mitat del turisme portugués rep ajudes socials de l'Estat de Portugal per a viatjar a Benidorm

Davant d'unes primeres previsions alcistes, al final vam poder comprovar que el turisme social representa el 41,6% del total

4.7. Coneixement original de Benidorm: les xarxes informals, en primer lloc

Una variable fonamental per a esbrinar la difusió de la marca i el producte de Benidorm és la forma de coneixement del destinació turística. Es tracta de saber com van conèixer els turistes que Benidorm era un destí que podia satisfer-los en les seues vacances.

Així, doncs, observem que el principal factor són les xarxes informals de transmissió d'informació, és a dir, el popular "boca-orella": 6 de cada 10 turistes va tindre coneixement de Benidorm per primera vegada gràcies al que li va contar de la nostra ciutat un amic o familiar. Li seguix, en segon lloc, la informació que van proporcionar les agències de viatges (2 de cada 10 turistes) i, en tercer lloc, la publicitat (1,5 de cada 10 turistes).

4.8. Despesa turística: una mitjana entre 722 i 1.000 euros

En la investigació quantitativa, obtenim la següent taula de percentatges de despesa turística. A través d'ella comprovem que un 50,5% dels t.p. de Benidorm es gasten menys de 1000 euros per persona i viatge. D'esta manera, la mitjana queda clarament fixada en els 1000 euros.

D'esta manera podem concloure que la despesa turística mitjana dels ciutadans portuguesos que visiten Benidorm a l'estiu de 2.002 està entre els 722 euros (hipòtesi realista) i els 1000 euros (hipòtesi optimista).

5. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA: ENTRE EL DESIG I LA REALITAT

Quines destinacions turístiques competixen amb Benidorm? Tots tenim alguna intuïció, més o menys vaga, més o menys encertada, quan es planteja esta pregunta, però ací perfillem unes quantes respostes científiques, vàlides i fiables, recolzades en la realitat empírica de l'opinió pública dels t.p. que visiten la nostra ciutat.

En la nostra investigació hem realitzat fins a quatre preguntes als portuguesos que explícitament van orientades a captar tant les preferències de viatjar quant els viatges realitzats durant el present any. A més de les variables que analitzem a continuació, també



abordem el tema de la competència en l'apartat 3.2.1. Títulat "La destinació única des de la perspectiva espacial", del capítol 3 sobre Anàlisi de la Fidelitat.

Assenyalem com principal tret de la influència que exercix la competència turística de Benidorm en l'imaginari col·lectiu portugués el fet de sentir una contradicció entre allò que als ciutadans els agradaria fer o estan disposats a fer per a anar de vacances i el que finalment fan realment. El turista portugués es fascina amb la possibilitat de pensar en altres destinacions turístiques, però s'inhibeix de contestar o contesta que no ha eixit de Portugal quan se li pregunta en quins altres llocs ha estat de vacances durant el present any.

Amb els portuguesos, estem per tant davant d'una demanda turística que pot variar la seua elecció de Benidorm en el cas que canvien les circumstàncies bàsicament econòmiques que els impedeixen canviar de destí i anar a llocs més llunyans i agradables per a la seua forma de veure les coses. Brasil és el paradigma del seu objecte de desig vacacional: un lloc llunyà, exòtic... on es parla el seu mateix idioma i, per tant, un lloc on tenen altes probabilitats de no sentir-se menyspreats en el tracte quotidià; no obstant això la zona turística de l'Algarve, al sud de Portugal, es convertix en l'alternativa possible que compensa els seus somnis, de moment, impossibles. El competidor més directe per a sostroure fluxos turístics de portuguesos cap a Benidorm el formen les Illes Balears, amb Mallorca i Eivissa al cap, tal com es desprén de l'estudi de les seues preferències.

5.1. El desig per destins emergents. Constatem l'afany viatger dels portuguesos en les dos taules de percentatges que exposem a continuació. Amb més del 5% de preferències es troben els destins de Brasil (11,8%), Restat d'Europa (8,5%) i Restat del món (8,1%). Dins del conjunt de territoris d'Espanya i Portugal, els llocs més preferits són Mallorca / Eivissa (15,6%), Canàries / Tenerife (9,6%), Algarve (8,2%) i Açores / Madeira (5,9%). Mallorca / Eivissa és el territori d'Espanya que més directament competix amb Benidorm. El total de t.p. que preferixen destins del món i Europa (descomptant Espanya i Portugal) són un 45%, mentre els que preferixen destins d'Espanya i Portugal són un 55%. En la primera variable que ve a continuació es registren només 126 casos perduts de no-respostes, mentre els casos vàlids de què responen són 743.

5.2. La realitat dels hàbits rutinaris

En la primera variable comprovem que els que estaran de vacances enguany a Espanya o Portugal està format per un 69%. És a dir, quasi un 70% manifesten explícitament que no eixiran d'Espanya o Portugal fins que s'acabe el present any. El 30% dels que responen aniran de vacances fora d'Espanya. Però estos percentatges queden agreujats pel fet que 532 entrevistats (61% de la mostra) no responen a esta pregunta, és a dir, podem entendre que ni tan sols es plantegen fer més vacances durant l'any després del viatge a Benidorm a l'estiu. És a dir, el 88% de la mostra no anirà de vacances fora d'Espanya o de Portugal en el que queda d'any.

Un percentatge semblant de més del 85% de la mostra són els que no han anat de vacances a un altre lloc fora d'Espanya o de Portugal abans de l'estiu en què són entrevistats a Benidorm.



6. CONCLUSIONS DE L'ANÀLISI DESCRIPTIVA UNIVARIABLE

El turista portugués que visita Benidorm presenta un perfil sociodemogràfic en què destaquem els trets següents: hi ha un poc més de dones que d'hòmens, es troba un poc envellit en comparació a la resta de nacionalitats; la majoria són casats i en comparació a la distribució de la població segons l'estat civil hi ha una xifra de separats significativament alta; té un grau mitjà d'estudis; la classe social amb què més s'identifica és la classe mitjana; es dedica a ocupacions fixes del sector terciari, encara que també hi ha molts jubilats; residix habitualment en l'àmbit urbà i habita majoritàriament en el nord de Portugal.

La valoració global que fa la demanda turística portuguesa de Benidorm se situa en un notable alt, és a dir, en 7,95 punts dins d'una escala d'1 a 10. Els llocs i servicis de Benidorm millor valorats són Terra Mítica, en primer lloc amb una mitjana de 8,29, Benidorm Palace, en segon lloc amb 8,16, i Aqualandia, amb 7,98 punts. El més conegut i utilitzat de Benidorm són les platges de Llevant i de Ponent, que només acusen respectivament un 15% i 33% de desconeixement i falta d'ús. El grau d'ignorància per a la resta de servicis sobrepasa el 60%. Es valoren com més barats els preus del viatge o paquet turístic i com més cars els preus de les coses fora de l'hotel. En preguntes obertes, els turistes responen espontàniament que el pitjor de Benidorm són els seus recursos físics i, en segon lloc, el medi ambient urbà, a més de certs problemes derivats de les relacions interpersonals, en especial la poca disposició a atendre'ls en portugués. El pitjor dels hotels per als t.p. és, per ordre d'importància, el menjar, la diversió i animació i el fet que la beguda es pague a part i resulte cara per a les seues butxaques. Al contrari, també en respostes obertes, el millor valorat de Benidorm és la Platja i la Mar i, en segon lloc, el Sol, el Clima i la Temperatura.

L'anàlisi univariàble de la fidelitat ens mostra que els portuguesos repetixen la seua visita a Benidorm amb una mitjana de 2 vegades i que els portuguesos que visiten per primera vegada Benidorm són menys que la resta de nacionalitats. Benidorm constituïx un destí únic en els viatges del 73,5% de la demanda portuguesa que acudix a la nostra ciutat, percentatge que s'acreu si tenim en compte els que visiten altres llocs pròxims com a municipis de la Marina Baixa, la província d'Alacant o el País Valencià. Benidorm també suposa un destí únic des de la perspectiva temporal per a un 41,9% que dediquen tot el seu pressupost anual de viatges per a visitar la nostra ciutat. Preguntats per la intenció de tornar, el 89,9% expressen que pensen tornar a Benidorm. No obstant això, quan es concreta amb terminis temporals eixa intenció de tornar, el 2,5% afirma que ho farà d'ací a uns mesos i el 52,7% que tornarà l'any que ve. Al tractar de fixar un termini estacional en la intenció de tornar, constatem que la majoria preferix l'estiu, amb un 87,6%. Però quan els esbrinem per les raons que els impedin viatjar en altres estacions de l'any: el 32,9% responen que no tenen impediments. Per tant, creiem que la ruptura de l'estacionalitat és possible en part per a la demanda turística portuguesa.

Quant a estructura de la demanda, els portuguesos fan estades a Benidorm que oferixen una duració mitjana de 9,5 dies; amb la particularitat que quasi ningú està més de 21 dies. Els motius principals per a visitar Benidorm són la Platja i el Sol, amb un 55,6% de consens, i el Preu, amb un 25,3%. L'ambient nocturn i el fer noves amistats són motius secundaris com segona i tercera raó per a visitar Benidorm. En la forma de reserva de les vacances resulta totalment important el paper social de les agències de viatges, ja que organitzen 73,5% del turisme portugués de Benidorm; li segueixen, a molta distància, els clubs o associacions esportives i d'oci (13,8%), i, en segon lloc, la iniciativa individual de què viatgen pel seu compte (6,4%). Des del punt de vista de l'acompanyament estem davant d'un turisme majoritàriament familiar que viatja acompanyat de la seua parella o família (83%). El mitjà de transport utilitzat massivament per a arribar fins a Benidorm és l'autobús (75,6%). Els portuguesos que visiten Benidorm i es beneficien d'algun programa de turisme social són el 41,6 %, fórmula que és gestionada principalment per l'empresa estatal portuguesa INATEL. Les xarxes informals de la comunicació "boca-orella" per mitjà de parents o amics és la principal forma de coneixement de l'existència de Benidorm (amb un 61,7%). Finalment, el gasto turístic total se situa entre una mitjana de 722 i 1000 euros per persona i viatge.

L'anàlisi de la competència ens revela una opinió pública de persones amb anhels viatgers fascinades per destinacions turístiques llunyanes com Brasil, però que en la pràctica es conformen de viatjar a llocs relativament pròxims com l'Algarve o Benidorm. El competidor més directe per a Benidorm són les Illes Balears, Mallorca i Eivissa.



ENCUESTA TURÍSTICA PARA VISITANTES PORTUGUES EN BENIDORM

Buenos días/buenas tardes, estamos realizando para el Ayuntamiento de Benidorm un estudio sobre los turistas de Portugal y le solicitamos sea tan amable de colaborar con nosotros en contestar unas pocas preguntas que le haremos. Como Usted mismo podrá comprobar, se trata de una Encuesta ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL. Le pedimos que conteste con la máxima sinceridad ya que sólo así podremos garantizar una fiabilidad.

FECHA DE REALIZACIÓN 2002

HORA DE REALIZACIÓN

N° de cuestionario

P.0. ¿Cuál es el motivo de su estancia en Benidorm?

SI NO ES POR VACACIONES, CONCLUIR ENTREVISTA

P.1. ¿Había venido Vd. en alguna otra ocasión a Benidorm?

1. Sí
2. No (pasar a P.2)
9. NS/NC (pasar a P.2)

P.1.a. Contando con la actual ¿cuántas veces?

99. NS/NC

P.2. ¿Durante cuántos días va a estar de vacaciones en Benidorm?

99. NS/NC

P.3. Por favor, me podría decir las tres principales razones, por orden de importancia, que ha tenido para venir a Benidorm

1. Precio
2. Sol y playa
3. Ambiente nocturno
4. Hacer nuevas amistades
5. Gastronomía
9. NS/NC

1°

2°

3°

P.4. ¿En esta visita a España, además de a Benidorm, se ha desplazado o se desplazará para hacer turismo a otros lugares?

1. Sí
2. No (pasar a P.5)
9. NS/NC (pasar a P.5)

P.4.a. ¿Qué otras ciudades o parajes visitará?

P.5. ¿De qué forma ha reservado sus vacaciones en Benidorm?

1. Personalmente
2. A través de Agencia de Viajes
9. NS/NC

P.6. ¿Ha venido Vd. solo/a o acompañado/a?

1. Sólo (pasar a P.7)
2. Acompañado
9. NS/NC (pasar a P.7)

P.6.a. ¿De quién?

1. Familia
2. Amigos
3. Grupo organizado
9. NS/NC

P.7. ¿Qué medio de transporte ha utilizado principalmente para desplazarse a Benidorm?

1. Automóvil
2. Avión
3. Ferrocarril
4. Autobús
9. NS/NC

P.8. ¿En este viaje, se beneficia Vd. de algún programa de turismo social?

1. Sí
2. No (pasar a P.9)
9. NS/NC (pasar a P.9)

P.8.a. ¿Hasta qué punto influye este programa de turismo social en qué haya viajado aquí?

1. Mucho
2. Bastante
3. Poco
4. Nada
9. NS/NC

P.9. ¿Cómo conoció por primera vez la existencia de Benidorm?

1. Me lo contó un amigo o un familiar
2. Me informaron en una agencia de viajes
3. Obtuve información por otro medio (*Especificar*)
9. NS/NC



P.10. ¿Ha visto publicidad sobre Benidorm antes de venir?

1. Si
2. No (pasar a P.11)
9. NS/NC (pasar a P.11)

P.10.a. ¿Dónde la vió?

1. En la agencia de viajes
2. En otro medio (*Especificar*).....

9. NS/NC

P.10.b. ¿Qué importancia le da a la publicidad (folletos, etc.) que vio sobre Benidorm en su elección de venir a visitarnos?

1. Mucho
2. Bastante
3. Poco
4. Nada
9. NS/NC

P.11. Voy a citarle a continuación diferentes sitios de Benidorm, y le agradecería me indicara, con respecto a cada uno de ellos, si lo conoce y, en tal caso, qué valoración le merece. Puntúelos del 1 al 10, sabiendo que el "1" significa que lo valora muy mal y el "10" que lo valora muy bien.

	No conoce	Valoración	NS
A. Playa de Levante	97		99
B. Playa de Puntente	97		99
C. Terra Mítica	97		99
D. Acuslandia	97		99
E. Benidorm Palace	97		99
F. Torneo Medieval	97		99
G. Mundomar	97		99

P.12. Ahora, voy a enumerarle diferentes servicios de Benidorm, y le agradecería me indicara, con respecto a cada uno de ellos, si ha hecho uso del mismo y, en tal caso, qué valoración le merece. Puntúelos del 1 al 10, sabiendo que el "1" significa que lo valora muy mal y el "10" que lo valora muy bien.

	No ha hecho uso	Valoración	NS
A. Oficina Información Turística	97		99
B. Seguridad y Policía	97		99
C. Lavapies	97		99
D. Actividades Culturales (teatros, museos, conciertos, etc.)	97		99
E. Servicios sanitarios y de salud	97		99
F. Jardines y zonas verdes	97		99
G. Locutorios telefónicos			
H. Cafeterías	97		99
I. Restaurantes	97		99
J. Comercios	97		99

K. Discotecas	97		99
L. Bingos y salas de juego	97		99
M. Hoteles	97		99
N. Bancos	97		99
O. Viajes al interior de la comarca	97		99
P. Alquiler de vehículos	97		99

P.13. Por último, voy a citarle diferentes aspectos de Benidorm, y le agradecería me indicara, con respecto a cada uno de ellos qué valoración le merece. Puntúelos del 1 al 10, sabiendo que el "1" significa que lo valora muy mal y el "10" que lo valora muy bien.

	Valoración	NS	NC
A. Accesos a Benidorm		98	99
B. Limpieza playas		98	99
C. Limpieza calles		98	99
D. Paisaje urbano		98	99
E. Paisaje marítimo		98	99
F. Señalización		98	
G. Clima		98	99
H. Tráfico y parking en calles		98	99
I. Hospitalidad, simpatía de la población		98	99
J. Trato empleados de hostelería		98	99

P.14. ¿Cómo le parecen, en general, los precios en Benidorm?

1. Muy caros
2. Bastante caros
3. Baratos
4. Muy baratos
9. NS/NC

P.15. En general, ¿qué valoración global daría a Benidorm? Puntue del 1 al 10, sabiendo que el "1" significa que la valora muy mal y el "10" que la valora muy bien.

99. NS/NC

P.16. En términos generales, ¿qué es lo que más le ha gustado de Benidorm?.

9. NS/NC

P.17. ¿Y lo que menos?.

9. NS/NC



P.18. Por término medio, ¿cuánto se está gastando, por persona y día, en sus vacaciones en Benidorm en...?

	€ o escudos	NS/NC
A. Alojamiento		99
B. Alimentación		99
C. Compras		99
D. Diversiones		99

P.19. Y, en general, ¿cuánto tiene pensado gastarse, por persona, para todo el viaje?

	€ o escudos	NS/NC
		99

P.20. ¿Piensa volver como turista a Benidorm?

1. Sí
2. No (pasar a P.21)
9. NS/NC (pasar a P.21)

P.20.a. ¿Cuándo?

1. Dentro de unos meses
2. El próximo año
3. Dentro de un par de años
4. Dentro de unos años
8. NS
9. NC

P.20.b. ¿En qué estación del año piensa que volverá?

1. Primavera
2. Verano
3. Otoño
4. Invierno
8. NS
9. NC

P.21. ¿Tuvo Vd. en cuenta las actividades de la banda terrorista ETA a la hora de tomar su decisión de venir a Benidorm?

1. Sí
2. No
9. NS/NC

P.22. ¿A qué sitio le hubiera gustado ir de vacaciones si no hubiese venido a Benidorm? (Indique tres destinos, ciudades o parajes concretos por orden de preferencia)

1.
2.
3.

P.23. Valore de 1 a 10, sabiendo que "1" nada y "10" mucho, los siguientes medios de comunicación, en relación con el tiempo que les dedica, su credibilidad y la diversión que le ofrecen

	A. Tiempo que le dedica	B. Credibilidad	C. Diversión
1. Televisión			
2. Radio			
3. Diarios			
4. Revistas			
9. NS/NC			

P.23.a Señale las tres más prestigiosas televisiones en lengua portuguesa

1.
2.
3.

9. NS/NC

P.23.b. ¿Y las tres más prestigiosas emisoras de radio en lengua portuguesa?

1.
2.
3.

9. NS/NC

P.23.c. ¿Y los tres más prestigiosos diarios en lengua portuguesa?

1.
2.
3.

9. NS/NC

P.23.d. ¿Y las tres más prestigiosas revistas en lengua portuguesa?

1.
2.
3.

9. NS/NC



P.24. ¿Tiene ordenador?

1. Sí
2. No (pasar a P.24)
9. NS/NC (pasar a P.24)

P.24.a. ¿Tiene conexión a Internet?

1. Sí
2. No (pasar a P.24)
9. NS/NC (pasar a P.24)

P.24.b. ¿Cuántas horas a la semana suele estar conectado a Internet?

P.25. Sexo

1. Hombre
2. Mujer

P.26. Estado Civil

1. Soltero
2. Casado
3. Viudo
4. Separado o divorciado

P.27. ¿Me podría decir cuáles son los estudios de más alto nivel oficial que Vd. ha cursado?

1. Menos que primaria
2. Primaria
3. Secundaria
4. Universitarios
5. Otros
9. NS/NC

P.28. ¿Cuál es su profesión?

1. Empresario que da empleo
2. Autónomo, no da empleo
3. Trabajo fijo cuenta ajena
4. Trabajo temporal cuenta ajena
5. Busca primer empleo
6. Parado
7. Estudiante
8. Ama de casa
9. Jubilado, pensionista
99. NS/NC

(pasar a P.29)

P.29. ¿En qué sector de producción trabaja Vd.?

1. Agricultura
2. Industria
3. Construcción
4. Servicios
9. NS/NC

P.30. ¿En qué ciudad de Portugal vive Vd.?

P.31. ¿A qué clase social diría Vd. que pertenece?

- | | |
|----------|---------------|
| 1. Alta | 2. Media-alta |
| 3. Media | 4. Media-baja |
| 5. Baja | 9. NS/NC |

P.32. ¿Se considera Vd. un viajero...

- | | |
|---------------|---------------------|
| 1. Curioso | 2. Tranquilo |
| 3. Aventurero | 4. Ecológico |
| 5. Deportista | 6. Marchoso/Festero |
| 7. Cultural | 9. NS/NC |

P.33. Para finalizar, ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar Benidorm?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN. LE DAMOS UN NÚMERO PARA EL SORTEO DE UNOS PREMIOS.

A RELLENAR POR EL ENTREVISTADOR

P.A1. Nombre del entrevistador:

P.A2. Día de la semana en que se realiza la entrevista

- | | |
|--------------|------------|
| 1. Lunes | 5. Viernes |
| 2. Martes | 6. Sábado |
| 3. Miércoles | 7. Domingo |
| 4. Jueves | |

P.A3. Lugar donde se realiza la entrevista

1. Camping
2. Apartamentos
3. Hotel (especificar cuántas estrellas)

P.A4. Desarrollo de la entrevista

- | | |
|--------------|-------------|
| 1. Muy buena | 4. Mala |
| 2. Buena | 5. Muy mala |
| 3. Regular | |

P.A5. Sinceridad del entrevistado

- | | |
|-------------|------------|
| 1. Mucha | 3. Poca |
| 2. Bastante | 4. Ninguna |

P.A6. En tu opinión, ¿crees que le está gustando Benidorm?

- | | |
|-------------|---------|
| 1. Mucho | 3. Poco |
| 2. Bastante | 4. Nada |

P.A7. Según tu impresión, ¿crees que volverá a Benidorm?

1. Sí
2. No