

El Mercado Turístico Español. Aproximación a la Demanda Turística de la Comunidad Valenciana

*Unidad Investigación y Desarrollo

1. Introducción

A mediados de 1991 el Institut Turístic Valencià encargó la realización de un estudio sobre las actitudes y hábitos vacacionales de los españoles y la percepción de la Comunidad Valenciana como destino turístico.

El objetivo de dicho estudio consistía en analizar las últimas vacaciones realizadas por los españoles, estudiar las motivaciones de los turistas a la hora de elegir el destino de sus viajes, caracterizar la tipología de turista que visita en la actualidad la Comunidad Valenciana y obtener su valoración sobre nuestro producto turístico.

Para su realización fueron entrevistadas 2.000 personas mayores de 18 años que habían efectuado viajes de turismo durante el año 1990. El ámbito de la muestra es estatal y el margen de error muestral es de $\pm 2,3\%$ para un nivel de confianza del 95 % (2 sigma) en estimaciones de una proporción del 50 %.

*Artículo realizado por la Unidad de Investigación y Desarrollo del Institut Turístic Valencià (ITVA) en base al estudio «Encuesta en hogares sobre la percepción de la Comunidad Valenciana como destino turístico» encargado por el ITVA a la empresa de investigación de mercados EMER.

2. Actitudes y Hábitos Vacacionales de los Españoles

Las conclusiones sobre las motivaciones y hábitos vacacionales de los españoles han sido elaboradas en base a sus expectativas antes de visitar el destino turístico, según sus estilos vacacionales. Basándonos en las últimas vacaciones realizadas, se ha estudiado la distribución geográfica, la valoración de atributos del destino elegido, el medio de transporte utilizado, el tipo de organización del viaje y la duración de la estancia.

2.1. Motivaciones en la elección de un lugar de vacaciones

Los factores más valorados por los españoles a la hora de elegir su lugar de vacaciones son el clima, el entorno paisajístico, el nivel de precios y la amabilidad de las gentes.

Se concede una valoración considerablemente alta a los componentes naturales, lo que pone de manifiesto el deseo de los españoles de consumir productos turísticos con un alto contenido medioambiental.

El estado y la dotación de las infraestructuras también son tenidos en cuenta a la hora de realizar la elección del lugar de vacaciones; cabe destacar la importancia que se concede a la limpieza de la zona, la existencia de zonas verdes y los servicios sanitarios.

Cuadro 1: Factores más importantes en la elección del destino turístico

FACTORES	VALORACION
El Clima, el Sol	8,4
Conservación del Medio Ambiente	8,4
Limpieza de la Zona	8,4
Rico Entorno Natural y Paisajístico	8,3
Que sea Asequible	8,3
Servicios Sanitarios	8,2
Zonas Verdes, Jardines, Parques...	8,1
Amabilidad de sus Gentes	8,1
Posibilidad de Conocer Sitios Nuevos	7,9
Oferta de Alojamiento	7,8
Servicios Públicos	7,8
La Playa	7,6
Tranquilidad	7,5
Posibilidad de Relacionarse con Gente	7,5

Unidad: Puntuación media sobre un máximo de 10 puntos

Base: Total muestra

En una posición intermedia aparecen factores tales como la playa, la oferta de alojamiento, los servicios públicos, la posibilidad de conocer sitios nuevos, de relacionarse socialmente, la tranquilidad, etc.

Estos factores mencionados parecen tener más importancia para el turista español que otros como son las posibilidades de ocio y diversión, la restauración, las tiendas y comercios, las comunicaciones, la oferta cultural y monumental, o la posibilidad de practicar deportes.

Cabe resaltar que las diferencias de edad de los entrevistados influyen, como era de esperar, en las motivaciones en la elección de un destino. Así, los menores de 25 años dan una valoración más elevada a las discotecas, los bares y la facilidad para practicar deportes, aunque sin llegar a anteponerlos a los factores básicos antes mencionados.

2.2. Tipos de turistas

Analizando la importancia que los entrevistados conceden a los distintos factores a la hora de seleccionar su lugar de vacaciones, podemos establecer cinco tipos de turistas entre la población española:

a) Exigentes

Valoran por encima del promedio a la mayoría de los factores, lo que muestra su deseo de disfrutar al máximo de las vacaciones. En particular desean visitar nuevos lugares, que exista la posibilidad de tener aventuras, poder relacionarse socialmente, practicar deportes y tener amplias posibilidades de ocio y diversión.

Representan el 26% de los entrevistados y se agrupan mayoritariamente entre los menores de 25 años. Geográficamente son más frecuentes en Andalucía, Madrid y Cataluña.

b) Apáticos

Grupo opuesto al anterior, no concede especial importancia a ningún factor, excepto a la tranquilidad.

Representan el 11% de los entrevistados. Se concentran entre los mayores de 46 años. Son más frecuentes en Madrid y Cataluña.

c) Culturales

Conforman un grupo que ha valorado especialmente los monumentos, la oferta

cultural, el entorno natural y la posibilidad de conocer sitios nuevos.

Constituyen el 13 % de los entrevistados. Se encuentran mayoritariamente entre los solteros y entre quienes tienen estudios medios o superiores. Son más frecuentes en Cataluña y la Comunidad Valenciana.

d) Activistas

Hasta cierto punto son una variante del primer tipo. Exigentes, valoran preferentemente las motivaciones de posibilidad de ocio y diversión, de aventuras y de realizar deporte.

Constituyen el 28 % de los entrevistados. Se concentran mayoritariamente entre los menores de 35 años y los habitantes de Madrid y Barcelona.

e) Buscadores de descanso

Muy opuestos al grupo anterior, se interesan fundamentalmente por la tranquilidad y todos los factores relacionados con el medioambiente.

Constituyen el 22 % de los entrevistados y aparecen fundamentalmente entre los mayores de 36 años. Son más frecuentes entre los residentes en Navarra y Galicia.

2.3. Destino de las últimas vacaciones de verano

En sus últimas vacaciones, los españoles optaron mayoritariamente (79 %) por destinos ubicados en zonas de costa frente a destinos de zonas de interior o montaña, que fueron elegidos por un 21 % del total de la muestra.

Fue la Comunidad Valenciana, visitada por el 15,7 % de los encuestados, el principal destino del turismo nacional. Andalucía y Cataluña fueron mencionadas como el lugar donde pasaron las últimas vacaciones de verano, por un 15 % y un 10,4 % de la muestra, respectivamente.

Con respecto a desplazamientos realizados fuera de la temporada de verano, la Comunidad

Valenciana y Andalucía, en la misma proporción (3,5 %) fueron los principales destinos elegidos. Cataluña (1,7 %), Baleares (1,5 %) y Canarias (1,4 %) fueron otros puntos destacados. Hay que resaltar el elevado porcentaje de la muestra (74,7 %) que no se desplazó fuera de la temporada de verano.

2.4. Factores de elección de destino en las últimas vacaciones

Los cuatro factores que los españoles consideraron más importantes para elegir la zona donde pasaron las últimas vacaciones fueron la posibilidad de disfrutar de buen clima y sol (46 %), la posibilidad de disfrutar de tranquilidad y descanso (44 %), la playa (34 %) y el entorno natural (29 %).

De menor importancia, son las visitas a amigos (17 %), la diversión/vida nocturna (12 %) y la posibilidad de vivir nuevas experiencias (11 %).

Las respuestas obtenidas indican un fuerte predominio de las motivaciones relacionadas con el medio natural, confirmando las valoraciones reveladas sobre los factores más importantes en la elección del destino turístico.

Según la Comunidad de destino, se observan algunas diferencias destacables:

- El clima y el sol tienen una mayor relevancia entre aquellos entrevistados que visitaron Cataluña, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Canarias.
- Los encuestados que visitaron Baleares, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Andalucía confieren al factor «playa» un importante papel en la elección de destino.
- Por último, el paisaje y las visitas a amigos y familiares fueron destacados por aquellos que tuvieron como destino turístico una «zona de interior o montaña» y la Costa Norte.

Si analizamos la elección de destino según los factores que más relevancia tienen para los entrevistados de cada Comunidad Autónoma, vemos que destacan los siguientes:

- Cataluña: El paisaje y las visitas a amigos y

Cuadro 2: Lugar donde estuvo de vacaciones en el último año

	ULTIMO VERANO	ULTIMO AÑO FUERA DE TEMPORADA	TOTAL ULTIMO AÑO
Comunidad Valenciana	15,7%	3,5%	18,6%
Andalucía	15,0%	3,5%	18,0%
Extranjero	11,5%	6,0%	16,6%
Cataluña	10,4%	1,7%	11,9%
Galicia	5,3%	0,8%	6,0%
Baleares	3,9%	1,5%	5,4%
Costa Norte	3,9%	1,0%	4,7%
Canarias	2,9%	1,4%	4,2%
Otras Regiones	22,6%	8,3%	29,8%
No se desplazó	15,9%	74,7%	— — —

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

familiares.

- Andalucía: La posibilidad de experiencias nuevas y las visitas a amigos y familiares.
- Castilla-La Mancha: El clima y el sol, el descanso y el paisaje.
- Castilla-León: La playa, el clima y el sol, el descanso y el paisaje.
- Cantabria: El descanso y el desconocimiento de la zona.
- Madrid: La playa, la vida nocturna/diversión, la gastronomía y las posibilidades de tener experiencias nuevas.
- Aragón: El descanso y el desconocimiento de la zona.
- Comunidad Valenciana: El nivel de precios, la calidad del alojamiento, la gastronomía y la oferta cultural.
- País Vasco, Navarra, Galicia y Asturias: Los residentes en estas comunidades autónomas no destacan especialmente ninguno de los factores aquí mencionados.

Atendiendo a la edad de los entrevistados, se observa que los menores de 25 años han concedido mayor importancia que el resto de la

muestra a la oferta deportiva, la libertad existente y las posibilidades de vida nocturna/diversión. Para el resto de los factores no existen grandes diferencias según la edad.

Comparando la elección según nivel de estudios de los entrevistados, quienes carecen de ellos dan más relevancia que el promedio al descanso y a la tranquilidad, a la oferta de balnearios y a la visita a familiares, probablemente porque son un grupo de edad avanzada. Quienes tienen estudios medios y superiores, al igual que los entrevistados de nivel socio-económico alto y medio-alto, sitúan por encima del promedio la oferta cultural, la oferta deportiva y los monumentos.

2.5 Valoración de la zona visitada en las últimas vacaciones

En conjunto, los entrevistados parecen estar satisfechos con la zona escogida. Entre los aspectos sometidos a valoración, en un baremo de 1 a 10, destacan el clima (8,3), el entorno paisajístico (8), la amabilidad de sus gentes (7,7), las zonas verdes (7,7) y la limpieza de la zona (7,6). Le siguen los servicios sanitarios, la conservación del medio ambiente, la oferta de

Cuadro 3: Factores considerados más importantes para la elección de la zona visitada en las últimas vacaciones

FACTORES	% SOBRE TOTAL
El Clima, el Sol	45,8%
Descanso/Relax/Tranquilidad	43,2%
La Playa	33,6%
El Entorno Natural	28,2%
Visitar Amigos	16,9%
Variedad de la Oferta	12,3%
Vida Nocturna/Diversión	11,7%
Posibilidad de Experiencias Nuevas	10,9%
Oferta Cultural	7,4%
Nivel de Precios	7,1%
Los Monumentos	6,0%
La Gastronomía	4,8%
Oferta de Alojamiento	4,1%
Desconocimiento Previo de la Zona	4,0%
Visitar Familiares	3,6%
Libertad Existente	3,6%
Oferta Deportiva	2,4%
Oferta Comercial	2,2%

Unidad: Porcentaje de los factores que obtuvieron más de un 2% de citas
Base: Total muestra

alojamiento, la asequibilidad económica, la posibilidad de relaciones sociales y la novedad de la zona, todos ellos con 7,5.

La puntuación más baja, entre los factores generales y de infraestructura la obtiene el tráfico con un 6,1. La valoración de los servicios no es tan alta y oscila entre un 6,8 que obtienen como puntuación los bares y cafeterías y un 3,5 que obtienen los cabarets.

Respecto a la valoración de la zona visitada en las últimas vacaciones, se observa que, en general, las tres zonas del litoral mediterráneo

(Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana) obtienen unos resultados bastante homogéneos en la valoración de factores tales como la calidad de las playas, el clima, la posibilidad de conocer sitios nuevos, la existencia de monumentos, las infraestructuras y los servicios.

Cuadro 4: Valoración de la zona visitada en las últimas vacaciones

ASPECTOS GENERALES	VALORACION
Clima, Sol	8,3
Entorno Natural	8,0
Amabilidad de sus Gentes	7,7
Nivel de Precios	7,5
Oferta de Alojamiento	7,5
Posibilidad de Relacionarse con Gente	7,5
Posibilidad de Conocer Sitios Nuevos	7,5
Tranquilidad	7,2
Playa	7,2
Vida Nocturna/Diversión	7,1
Monumentos	6,5
Posibilidad de Experiencias Nuevas	6,5
Oferta Cultural	6,1
Que tenga Montañas	6,1

INFRAESTRUCTURA	VALORACION
Zonas Verdes, Jardines, Parques...	7,7
Limpieza de la Zona	7,6
Conservación del Medio Ambiente	7,5
Servicios Sanitarios	7,5
Servicios Públicos	7,3
Comunicaciones	6,8
Tráfico	6,1

SERVICIOS	VALORACION
Bares y Cafeterías	6,8
Restaurantes	6,7
Comercios	6,7
Excursiones	6,6
Discotecas	6,0
Posibilidad de Practicar Deportes	5,9
Salas de Juego	4,4
Cabarets	3,6

Unidad: Puntuación media sobre un máximo de 10 puntos

Base: Total muestra

2.6. Fuentes de información

Analizando las fuentes de información que los turistas utilizan a la hora de elegir el destino de sus vacaciones, se llega a la conclusión de que la gran mayoría de los visitantes o bien tenía un conocimiento previo de la zona (39%) o bien le había sido recomendada por amigos y familiares (38%). La publicidad de agencias de viajes sólo es mencionada por uno de cada siete entrevistados.

2.7. Tipo de alojamiento

El apartamento o chalet alquilado es el tipo de alojamiento más frecuente, habiendo sido utilizado por uno de cada cuatro entrevistados. A continuación, le siguen el hotel de 3 estrellas y el apartamento o chalet familiar utilizados por un 16% y un 14% de la muestra, respectivamente.

Alrededor del 9% de los encuestados se alojó en hoteles de 4 estrellas y un porcentaje similar en campings. Los hoteles de 1 y 2 estrellas acogieron a un 6%, lo mismo que los apartamentos o chalets propios. Tanto el hostel como el apartamento o chalet de amigos fueron utilizados por un 5% de los encuestados. Finalmente, tan sólo un 3% de las personas entrevistadas se alojó en un hotel de 5 estrellas.

Teniendo en cuenta la Comunidad Autónoma visitada, observamos las siguientes pautas de

Cuadro 5: Fuentes de información utilizadas para la elección de la zona visitada en las últimas vacaciones

FUENTES DE INFORMACION	% SOBRE TOTAL
Conocimiento Previo de la Zona	38,9%
Recomendación de Amigos y Familiares	38,0%
Publicidad de Agencias de Viaje	14,7%
Ninguna	4,3%
Publicidad en Otros Medios	3,0%
Publicidad en Prensa, Revistas, TV, Radio	2,1%
Oficina de Turismo	1,7%

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

Cuadro 6: Tipo de alojamiento utilizado en las últimas vacaciones

TIPO DE ALOJAMIENTO	% SOBRE TOTAL
Apartamento o Chalet Alquilado	25,4%
Hotel de Tres Estrellas	16,0%
Apartamento o Chalet Familiar	14,1%
Camping	9,3%
Hotel de Cuatro Estrellas	9,1%
Hotel de Una o Dos Estrellas	5,7%
Apartamento o Chalet Propio	5,7%
Apartamento o Chalet de Amigos	5,3%
Hostal	4,8%
Pensión	3,1%
Hotel de Cinco Estrellas	2,6%

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

alojamiento. El apartamento o chalet alquilado fue el principal tipo de alojamiento utilizado por los que se desplazaron a la Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía, Galicia y la Costa Norte. El apartamento o chalet familiar lo fue por aquellos que acudieron a una zona interior o de montaña. Los turistas que visitaron Baleares, Canarias y el extranjero utilizaron principalmente el hotel de tres estrellas.

2.8. Medio de transporte

El predominio del uso del transporte por carretera entre el colectivo encuestado es abrumador (78%). Y de este medio, el 60% corresponde a automóvil privado y alrededor del 18% a autocar.

Cuadro 7: Medio de Transporte utilizado en el viaje de las últimas vacaciones

MEDIO DE TRANSPORTE	% SOBRE TOTAL
Automóvil Propio	60,0%
Autocar	18,0%
Avión	13,0%
Tren	9,0%
Avión y Coche	3,5%
Barco	2,8%

Unidad: Porcentajes
Base: Total muestra

2.9. Organización del viaje

Por lo que respecta a la organización del viaje, tres de cada cuatro entrevistados organizó su viaje de forma totalmente particular sin intervención de ningún organismo público o privado. Uno de cada cinco encuestados contrató los servicios de una agencia de viajes para la organización de sus vacaciones.

2.10. Duración de la estancia por vacaciones

La duración más frecuente de la estancia por vacaciones se situa entre 8 y 15 días, período

Cuadro 8: Organización del viaje en las últimas vacaciones

MODALIDAD	% SOBRE TOTAL
Totalmente Individual	75,6%
Alojamiento y Transporte mediante Agencia de Viajes	15,3%
Viajes Organizados por Asociación	4,8%
Transporte mediante Agencia de Viajes	3,1%
Alojamiento por Agencia de Viajes	1,2%

Unidad: Porcentajes
Base: Total muestra

señalado por el 42% de las personas entrevistadas. Aunque también son significativas las estancias más largas, entre 16 y 30 días, que han sido mencionadas por un 26% de la muestra y las más cortas, de 3 a 7 días, con un 18% de la misma.

Por otro lado, tan sólo un 10% permaneció en el destino turístico más de 30 días, e incluso por debajo de este porcentaje se encuentran las estancias de 1 a 3 días con un 3% del total.

Cuadro 9: Duración de la estancia por vacaciones

DIAS DE ESTANCIA	% SOBRE TOTAL
De 8 a 15 días	42,4%
De 16 a 30 días	26,2%
De 3 a 7 días	18,1%
Más de 30 días	10,0%
De 1 a 3 días	3,3%

Unidad: Porcentajes
Base: Total muestra

2.11. Actividades realizadas

Al plantear este estudio, se seleccionaron doce actividades típicas que se realizan durante las vacaciones de forma no excluyente, para ser sometidas a la consideración de los entrevistados.

Cabe señalar que más del 70% de los españoles dedicaron tiempo en sus últimas vacaciones a pasear, a relacionarse con la gente y a estar sentado en terrazas, mientras que sólo el 30% asistió a espectáculos, pubs y discotecas o practicó algún deporte. Destaca también que 1 de cada 2 entrevistados dedicó su tiempo a visitas culturales.

Teniendo en cuenta las características socio-demográficas de los entrevistados, se constata que existe mayor dedicación a ciertas actividades vacacionales por parte de algunos colectivos, como se observa a continuación. Se presentan dichas actividades junto con su perfil socio-demográfico correspondiente:

- Tomar el Sol: Destacan las mujeres, de 26 a 45 años, con un nivel de estudios medio y residentes en el Norte y Castilla-La Mancha.
- Bañarse en el mar: Predominan las personas de 26 a 45 años, con un nivel socio-económico alto y medio-alto y residentes en Madrid y Castilla-La Mancha.
- Bañarse en la piscina: Menores de 35 años y residentes en Castilla-León.
- Practicar deportes: Menores de 45 años, varones, estudios medios y superiores, y nivel socio-económico alto y medio-alto.
- Acudir discotecas, pubs, etc.: Menores de 25 años, varones, estudios medios y residentes en Andalucía y Madrid.
- Excursiones: Estudios medios y superiores, nivel socio-económico alto y medio-alto, y residentes en la Comunidad Valenciana.
- Visitas culturales: De 46 a 60 años, estudios medios y superiores, nivel socio-económico alto y medio-alto, y residentes en la Comunidad Valenciana y País Vasco.
- Ir de compras: Mujeres, nivel de estudios básico, nivel socio-económico medio-bajo y

bajo y residentes en Cataluña.

Cuadro 10: Actividades realizadas durante las últimas vacaciones

ACTIVIDADES REALIZADAS	% SOBRE TOTAL
Pasear	90%
Estar Sentado en Una Terraza	78%
Relacionarse con Gente	77%
Realizar excursiones	63%
Tomar el Sol	62%
Bañarse en el Mar	60%
Ir de Compras	57%
Visitas Culturales	55%
Bañarse en Una Piscina	36%
Asistir a Espectáculos	35%
Practicar Deportes	33%
Asistir a Discotecas o Pubs	30%

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

3. La Demanda Turística en la Comunidad Valenciana en 1990

En la segunda parte de este trabajo nuestra atención se centrará en los españoles que realizaron desplazamientos a la Comunidad Valenciana por motivos vacacionales durante el año 1990. Las características de los visitantes, los factores de elección, la valoración que hacen de la Comunidad, las fuentes de información consultadas, el tipo de alojamiento y el medio de transporte utilizado, la modalidad de organización del viaje y la duración de la estancia son cuestiones básicas para el conocimiento de las actitudes y hábitos de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana.

3.1. Características de los visitantes a la Comunidad Valenciana

Como ya hemos señalado, la Comunidad Valenciana fue visitada en el último verano por el 15,7% de los encuestados, lo que la convierte en el principal destino del turismo nacional. Considerando el total de viajes anuales, la Comunidad Valenciana se sitúa también en primer lugar como destino turístico nacional, al haber sido visitada por el 18,6% de los turistas españoles, seguido muy de cerca por Andalucía (18%).

Si analizamos las diferentes zonas turísticas de la Comunidad Valenciana, vemos que los destinos más visitados por los españoles en el último verano fueron Alicante y Valencia (tanto ciudad como provincia).

quienes visitaron la Comunidad en verano y quienes lo hicieron fuera de temporada. Entre éstos últimos, los mayores de 45 años son la mayoría (61,4%), y de éstos el 60% tiene más de 60 años.

b) Por nivel de estudios

Según el nivel de estudios, el grupo más numeroso entre los visitantes a la Comunidad Valenciana en el conjunto del año lo componen aquellos que han cursado estudios básicos, que representan el 38,5% del total. El segundo grupo por su tamaño es el colectivo formado por aquellos que poseen estudios secundarios, en el que se encuentra el 30,1%. Finalmente, el 20,9% posee estudios medios y superiores y el 10,6% carece de estudios.

Cuadro 11: Ranking de los lugares más visitados de la Comunidad Valenciana en 1990

RANKING	DESTINO	% SOBRE TOTAL
1º	Alicante (ciudad y provincia, excepto Benidorm y Costa Blanca)	32%
2º	Valencia (ciudad y provincia)	32%
3º	Benidorm	18%
4º	Costa de Azahar	11%
5º	Costa Blanca	9%

Unidad: Porcentajes

Base: Total de españoles que visitaron la Comunidad Valenciana en 1990

Presentamos a continuación la caracterización del turista que visita la Comunidad Valenciana según diferentes variables sociodemográficas y según la época del año:

a) Por edades

Teniendo en cuenta la distribución por edad de los visitantes a la Comunidad Valenciana en el conjunto del año, vemos que casi el 70% tiene entre 26 y 60 años. Los jóvenes menores de 25 años suponen un 18,2% y los mayores de 60 años un 15,4%.

Se observan diferencias significativas entre

c) Por tipo de turista

Según la tipología del turista español definida anteriormente, los turistas que visitaron en mayor proporción la Comunidad Valenciana pertenecen a los tipos «activista» y «buscadores de descanso» y especialmente los residentes en Castilla-La Mancha y Madrid. Las categorías de turistas españoles que visitaron la Comunidad en menor grado fueron los turistas «culturales» y los residentes en Andalucía.

La Comunidad Valenciana es visitada en menor proporción que otras zonas por los

Cuadro 12: Caracterización del turista que visita la Comunidad Valenciana. Por edad

	VERANO	RESTO DEL AÑO	CONJUNTO DEL AÑO
Menos 25 años	20,6%	8,6%	18,2%
De 26 a 45 años	49,2%	30,0%	45,5%
De 46 a 60 años	19,3%	24,3%	20,9%
Más de 60 años	10,9%	37,1%	15,4%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

Unidad: Porcentajes

Base: Total de españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

Cuadro 13: Caracterización del turista que visita la Comunidad Valenciana. Por nivel de estudios

	VERANO	RESTO DEL AÑO	CONJUNTO DEL AÑO
Sin estudios	8,7%	18,6%	10,5%
Estudios básicos	37,3%	41,4%	38,5%
Secundarios	32,1%	20,0%	30,1%
Medios y superiores	21,9%	20,0%	20,9%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

Unidad: Porcentajes

Base: Total de españoles que visitaron la Comunidad Valenciana en 1990

Cuadro 14: Caracterización del turista que visita la Comunidad Valenciana. Por tipo de turista

TOTAL DE LA MUESTRA VISITANTES A LA COMUNIDAD VALENCIANA		
Exigentes	26,0%	23,4%
Apáticos	11,0%	12,0%
Culturales	13,0%	4,6%
Activistas	28,0%	32,2%
Buscadores de descanso	22,0%	28,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Unidad: Porcentajes

turistas del tipo «cultural» y en proporción algo mayor por los «buscadores de descanso», siendo visitada en un porcentaje aproximadamente similar por los otros tipos de turistas.

3.2. Factores de elección de la Comunidad Valenciana como destino turístico

Para aquellos encuestados que pasaron sus últimas vacaciones en la Comunidad Valenciana

los cuatro factores más importantes para haber elegido esta zona como destino turístico fueron la posibilidad de disfrutar de buen clima y sol (64%), la playa (58%), la posibilidad de disfrutar de tranquilidad y descanso (49%) y el entorno natural (24%).

Menor importancia, se dió a factores como la vida nocturna/diversión (19%), las visitas a amigos (12%), el nivel de precios (11%) y la posibilidad de experiencias nuevas (10%).

Aquellos españoles que visitaron la Comunidad Valenciana atribuyen al factor «vida nocturna/diversión» una mayor importancia a la hora de elegir destino turístico que el resto de los turistas españoles.

Cuadro 15: Factores considerados más importantes para la elección de la Comunidad Valenciana como destino en las últimas vacaciones

FACTORES	% SOBRE TOTAL
El Clima, el Sol	64.0%
La Playa	58.5%
Descanso/Relax/Tranquilidad	49.1%
El Entorno Natural	23.8%
Vida Nocturna/Diversión	19.2%
Visitar Amigos	12.5%
Nivel de Precios	10.6%
Posibilidad de Experiencias Nuevas	10.0%
La Gastronomía	7.6%
Oferta de Alojamiento	7.3%
Libertad Existente	5.4%
Oferta Cultural	4.9%
Los Monumentos	3.5%
Variedad de la Oferta	3.0%
Oferta Deportiva	3.0%
Oferta Comercial	2.7%

Unidad: Porcentaje de los factores que obtuvieron más de un 2% de citas

Base: Total de españoles que visitaron la Comunidad Valenciana en 1990

3.3. Valoración de la Comunidad Valenciana

Analizando la opinión de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana observamos que en general valoran positivamente tanto los aspectos generales como las infraestructuras y los servicios, dando a casi todos los elementos puntuaciones por encima de 7. Destaca la alta valoración del clima, las playas, los entornos naturales, la amabilidad de las gentes y las zonas verdes, frente a valoración negativa de la oferta cultural, la oferta deportiva y de salas de fiestas y juego.

Observamos que la Comunidad Valenciana obtiene mayor puntuación que la media de las zonas visitadas en la valoración de las playas, el clima y los restaurantes. Sin embargo, consigue una puntuación algo inferior en cuanto a la posibilidad de conocer sitios nuevos, en la oferta cultural y en las excursiones.

Cuadro 16: Valoración de la Comunidad Valenciana

ASPECTOS GENERALES	VALORACION
El Clima, El Sol	8.9
La Playa	8.5
El Entorno Natural	7.8
Amabilidad de sus Gentes	7.8
Nivel de Precios	7.5
Oferta de Alojamiento	7.5
Posibilidad de Relacionarse con Gente	7.4
Vida Nocturna/Diversión	7.3
Tranquilidad	7.2
Posibilidad de Conocer Sitios Nuevos	7.1
Posibilidad de Experiencias Nuevas	6.3
Monumentos	6.2
Oferta Cultural	5.8
Que tenga Montañas	5.5

INFRAESTRUCTURA	VALORACION
Zonas Verdes, Jardines, Parques...	7,7
Servicios Sanitarios	7,7
Limpieza de la Zona	7,6
Conservación del Medio Ambiente	7,5
Servicios Públicos	7,4
Comunicaciones	7,0
Tráfico	6,1

SERVICIOS	VALORACION
Restaurantes	7,1
Comercios	7,0
Bares y Cafeterías	7,0
Excursiones	6,2
Discotecas	6,2
Posibilidad de practicar deportes	5,8
Salas de Juego	4,5
Cabarets	3,7

Unidad: Puntuación media sobre un máximo de 10 puntos

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana en 1990

3.4. Fuentes de información

Las «recomendaciones de amigos y familiares», como procedimiento para obtener información del destino turístico, fueron mencionadas entre los que visitaron la Comunidad Valenciana en primer lugar (45%), seguida del «conocimiento previo de la zona» (29,8%) y la «publicidad de agencias de viajes» (18,7%). El resto de las fuentes de información fueron mencionadas por algo menos del 10% del total de la muestra.

Se pone de manifiesto la gran importancia que tiene la satisfacción de los turistas en destino, ya que entre las fuentes de información utilizadas para elegir una zona turística, la recomendación de turistas que ya han consumido el producto

(amigos o familiares) y la propia experiencia en dicho consumo, suponen el 75% de las vacaciones realizadas por los encuestados.

Cuadro 17: Fuentes de información utilizadas para la elección de la Comunidad Valenciana

FUENTES DE INFORMACION	% SOBRE TOTAL
Recomendación de Amigos y Familiares	45,0%
Conocimiento Previo de la Zona	29,8%
Publicidad de Agencias de Viaje	18,7%
Ninguna	5,1%
Publicidad en Otros Medios	3,8%
Publicidad en Prensa, Revistas, TV, Radio	3,3%
Oficina de Turismo	1,6%

Unidad: Porcentajes

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

3.5. Tipo de alojamiento

El apartamento o chalet fue el tipo de alojamiento más utilizado por el turismo nacional que visitó la Comunidad Valenciana (43,1%), consecuencia lógica del modelo turístico valenciano que concentra la mayoría de su oferta en este tipo de alojamiento. Sigue en importancia la hotelería (35,3%), concentrándose la mayor parte de la demanda que se dirige a ella en establecimientos de categoría intermedia (3 estrellas).

3.6. Medio de transporte

El medio de transporte utilizado mayoritariamente (65%) fue el automóvil propio, que junto con el autocar representan el 87% del total. El resto de los medios de transporte son utilizados de forma poco frecuente.

3.7. Organización del viaje

Analizando la modalidad de organización de

Cuadro 18: Tipo de alojamiento utilizado en las últimas vacaciones

TIPO DE ALOJAMIENTO	% SOBRE TOTAL
Apartamento o Chalet Alquilado	43,1%
Hotel de Tres Estrellas	17,1%
Hotel de Cuatro Estrellas	10,8%
Camping	6,5%
Hotel de Una o Dos Estrellas	6,0%
Apartamento o Chalet Familiar	5,7%
Apartamento o Chalet de Amigos	4,1%
Apartamento o Chalet Propio	3,3%
Hostal	3,0%
Pensión	2,7%
Hotel de Cinco Estrellas	1,4%

Unidad: Porcentajes

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

Cuadro 19: Medio de Transporte utilizado en el viaje a la Comunidad Valenciana

MEDIO DE TRANSPORTE	% TOTAL SOBRE MUESTRA
Automóvil Propio	65%
Autocar	22%
Tren	8%
Avión	7%
Avión y Coche	3%
Barco	0,5%

Unidad: Porcentajes

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

viaje elegida por los turistas españoles que visitaron la Comunidad Valenciana, observamos que sigue siendo predominante el viaje individual y que el porcentaje de viajes contratados

mediante agencias es todavía muy reducido. Sin embargo, destaca que entre los que visitaron la Comunidad Valenciana, los viajes organizados por alguna asociación tuvieron más peso que entre el conjunto de los españoles.

Cuadro 20: Organización del viaje a la Comunidad Valenciana en las últimas vacaciones

MODALIDAD	% SOBRE TOTAL
Totalmente Individual	72,9%
Alojamiento y Transporte mediante Agencia de Viajes	15,3%
Viajes Organizados por Asociación	6,8%
Transporte mediante Agencia de Viajes	4,1%
Alojamiento por Agencia de Viajes	1,6%

Unidad: Porcentajes

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

3.8. Duración de la estancia por vacaciones

La estancia media que predomina entre los españoles que visitaron la Comunidad Valenciana es de 8 a 15 días (46,6%) seguida de las estancias de 16 a 30 días (28,5%). Destaca que en los visitantes a la Comunidad Valenciana se da una menor proporción de estancias entre uno y tres días que en el conjunto de los turistas españoles.

4. Imagen de la Comunidad Valenciana

La imagen que los españoles tienen de la Comunidad Valenciana como destino turístico viene determinada por la valoración que éstos hacen de los puntos fuertes y puntos débiles del producto turístico valenciano

Cuadro 21: Duración de la estancia en la Comunidad Valenciana por vacaciones

DIAS DE ESTANCIA	% SOBRE TOTAL
De 8 a 15 días	46,6%
De 16 a 30 días	28,5%
De 3 a 7 días	14,9%
Más de 30 días	8,7%
De 1 a 3 días	1,3%

Unidad: Porcentajes

Base: Total españoles que visitaron la Comunidad Valenciana durante 1990

Antes de entrar en el análisis de esta valoración, consideramos de interés estudiar el perfil socio-demográfico de los turistas que visitan la Comunidad Valenciana.

4.1. Perfiles socio-demográficos

Dos de cada tres entrevistados (68,5%) han visitado por motivos de turismo la Comunidad en alguna ocasión.

Teniendo en cuenta las características socio-demográficas de los españoles se constatan ciertas tendencias respecto a la elección de la Comunidad Valenciana como destino turístico. A continuación se presentan los perfiles socio-demográficos tanto de aquellos colectivos que han visitado la Comunidad por encima del promedio como de los que lo han hecho en menor grado.

Por encima del promedio han visitado la Comunidad:

- * Personas de 26 a 45 años
- * Personas con nivel de estudios medio y superior
- * Personas de nivel socio-económico alto, medio-alto y medio
- * Residentes en Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla-León.

Por el contrario han visitado la Comunidad por

debajo del promedio:

- * Los menores de 25 años
- * Personas sin estudios o con estudios básicos
- * Personas de nivel socio-económico medio-bajo y bajo
- * Residentes en Andalucía, Cantabria, País Vasco, Galicia y Baleares.

Cuadro 22: Los cinco principales atractivos de la Comunidad Valenciana

PUNTOS FUERTES	% SOBRE TOTAL
La Playa	74%
El Clima	64%
El Entorno Natural y Paisajístico	32%
Gastronomía	23%
Actividades de Ocio	19%

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

4.2. Valoración de la Comunidad Valenciana: Sus puntos fuertes y sus puntos débiles

Los dos principales factores de atracción de la Comunidad Valenciana citados por los españoles, que harían que se considerara la posibilidad de visitarla, son las playas y el clima. Estos puntos fuertes han sido mencionados por el 74% y el 64% de la muestra, respectivamente. Los demás factores se sitúan, según el porcentaje de menciones obtenidas, bastante por debajo de aquellos, siendo el entorno natural y paisajístico el que más se acerca habiendo sido citado por el 32% de los entrevistados.

Los dos principales factores de rechazo de la Comunidad Valenciana citados por los españoles, es decir, aquellos aspectos que harían que se dejara a un lado la posibilidad de visitar la Comunidad Valenciana, son la masificación y el nivel de precios. Estos puntos débiles han sido

mencionados por el 49 % y el 31 % de la muestra, respectivamente. Los demás factores se encuentran, según el porcentaje de los españoles que los han citado, bastante por debajo de aquellos.

Cuadro 23: Los cinco principales inconvenientes de la Comunidad Valenciana

PUNTOS DEBILES	% SOBRE TOTAL
Masificación	49 %
Nivel de Precios	31 %
Suciedad de la Zona	13 %
Oferta de Alojamiento	10 %
Ausencia de Tranquilidad	10 %

Unidad: Porcentajes

Base: Total muestra

5. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana

Con el objeto de analizar el lugar que ocupa la Comunidad Valenciana respecto a destinos turísticos competidores que poseen una oferta turística similar en España, se estableció una comparación entre el posicionamiento de la Comunidad Valenciana, tal y como ésta es percibida como destino turístico por los españoles, y el de otras tres comunidades autónomas del litoral mediterráneo: Cataluña, Baleares y Andalucía. El método empleado consistió en obtener una valoración independiente para cada comunidad en diecisiete aspectos, acerca de los cuales se pedía una valoración de presencia o ausencia de dichos factores.

El análisis estadístico efectuado revela la importancia de dos planos diferentes. El primero consiste en la imagen de precio de las zonas, cuyos polos opuestos («cara» y «barata») se complementan con otros factores, tales como «turismo selecto» en el primer caso, y «turismo

barato» en el segundo, que también se originaron mediante dicho análisis. El segundo plano consiste en la oposición de los conceptos «playa» y «monumento», y fue constituido por su utilidad como factor de diferenciación entre las comunidades autónomas que fueron consideradas.

Las conclusiones que se derivan de este análisis para la Comunidad Valenciana son las siguientes:

- * La Comunidad Valenciana se asocia al concepto de turismo asequible y barato
- * La Comunidad Valenciana se percibe como una zona con buenas playas
- * Existen lugares de posicionamiento, en los siguientes aspectos, no ocupados por ninguna Comunidad Autónoma que podrían ser cubiertos por la Comunidad Valenciana:
 - Ocio y diversión
 - Calidad del Servicio
 - Oferta Hotelera y de Apartamentos
 - Entorno Natural y Paisajístico.