

APUNTES SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA ESPAÑOLA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ
ÁREA DE PLANIFICACIÓN Y FORMACIÓN
(VALÈNCIA) (*)

PAPERS DE TURISME 16, pp. 55-66, 1994

R E S U M E N

*T*HE VALENCIAN TOURIST BOARD (ITVA) CARRIES out research on the different aspects of tourism in order to improve and spread its knowledge among the tourist industry, allowing, through the identification of the changes which take place as the tourist demand evolves, a higher degree of consumers' satisfaction regarding the Valencian tourist product. To this effect, the Valencian Tourist Board, engaged ICP Research in order to conduct research on Spaniards' attitudes, habits and motivations regarding leisure travel. The field work on which is based was undertaken from June 24th to July 12th, 1993.

*E*L INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ (ITVA) LLEVA A cabo una labor de investigación de los distintos aspectos de la actividad turística con el objeto de mejorar y difundir su conocimiento entre los agentes del sector permitiendo, al detectar los constantes cambios que se producen a medida que evoluciona la demanda, un mayor grado de satisfacción de los gustos y necesidades de los visitantes a la Comunidad Valenciana. En este sentido, el ITVA encargó a la empresa de investigación de mercados ICP Research un estudio de carácter descriptivo de las actitudes, hábitos y motivaciones vacacionales de los españoles en el contexto de un estudio «post-test». El trabajo de campo en el que se fundamenta se realizó del 24 de junio al 12 de julio de 1993.

APUNTES SOBRE LA DEMANDA TURÍSTICA ESPAÑOLA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ
ÀREA DE PLANIFICACIÓ I FORMACIÓ
(VALÈNCIA)

1. INTRODUCCIÓN

EL INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ (ITVA), EN EL DESARROLLO de líneas de investigación que mejoren el conocimiento sobre la actividad turística ha llevado a cabo, en el contexto de un proyecto de investigación más amplio, un estudio de carácter descriptivo de los hábitos vacacionales de los españoles.

Dada la relevancia del conocimiento de las características y hábitos de la demanda turística y de su evolución a lo largo del tiempo para el análisis de la actividad turística, y con el objeto de difundir dicho conocimiento entre los investigadores y estudiosos del turismo, el ITVA ha considerado de gran interés incluir los aspectos más relevantes de dicho estudio en este número de *PAPERS DE TURISME*.

El objetivo principal del estudio consistió en la descripción de las actitudes, hábitos y motivaciones vacacionales de los españoles. Por consiguiente, en la elaboración del instrumento a aplicar (cuestionario) se introdujeron preguntas relacionadas con variables de uso frecuente en la investigación de la demanda turística. La finalidad de estas preguntas es la recolección de información acerca de los desplazamientos de los españoles fuera de su área de residencia habitual por motivos vacacionales, en base a aspectos tales como la duración de la estancia, la modalidad de organización del viaje, el medio de transporte utilizado, el tipo de alojamiento, las actividades

desarrolladas durante las vacaciones, los factores que influyen en la elección de destino, las fuentes de información utilizadas y, por último, el proceso de toma de decisiones acerca del destino turístico.

2. METODOLOGÍA Y DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Las características de la metodología seguida en el estudio se recogen en la ficha técnica que se presenta en el cuadro 1.

El diseño de la muestra, proporcional y estadísticamente representativo de la población española por Comunidades Autónomas y tamaños de hábitat, contó con un incremento proporcional para las comunidades autónomas que constituyen los principales mercados emisores de visitantes a la Comunidad Valenciana con el objeto de incrementar su peso en la muestra. Dichas comunidades autónomas son: Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-León, Castilla-La Mancha, Navarra, Rioja y el País Vasco.

El tipo de entrevista utilizado fue la entrevista personal en hogares consistente en la cumplimentación de un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas sobre los temas objeto de estudio.

CUADRO 1: FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

ÁMBITO	Nacional, excepto Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla.
UNIVERSO	Hombres y mujeres de más de 18 años.
DISEÑO MUESTRAL	Estratificado proporcional y estadísticamente representativo de la población española por Comunidades Autónomas y tamaños de población.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	1.307 casos.
MARGEN DE ERROR PARA EL TOTAL DE LA MUESTRA MARGEN DE ERROR PARA EL COLECTIVO QUE SE DESPLAZÓ POR VACACIONES EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS	± 2'76 para P = Q = 50% y un nivel de confianza del 95'5%. ± 3'9 para P = Q = 50% y un nivel de confianza del 95'5%.
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	Polietápica y aleatoria. Selección al azar de: <ul style="list-style-type: none"> • Los puntos de muestreo (núcleos de población). • Los barrios/zonas/itinerarios dentro de cada punto. • Los hogares. • Los individuos. Se aplicó el método Random Route, estableciéndose correcciones por el método de cuotas respecto a las variables sexo y edad.
TRABAJO DE CAMPO	Del 24 de junio al 12 de julio de 1993.

A continuación se proporciona una descripción de la muestra en base a variables de carácter socio-demográfico sobre las cuales se ha recogido información, tales como edad, sexo, tamaño de hábitat, nivel de estudios, situación laboral, nivel socio-profesional y nivel de renta.

Algo más de la mitad de los individuos que componen la muestra son mujeres (52%). Por edades, uno de cada cinco es menor de 25 años, una similar proporción tiene entre 46 y 60 años, el 34% entre 26 y 45 años y el 26% son mayores de 61 años.

Respecto a la distribución de la muestra por tamaños de hábitat, el 16% de los encuestados reside en áreas metropolitanas, uno de cada cuatro en ciudades entre cien mil y quinientos mil habitantes, el 30% en poblaciones entre diez mil y cien mil habitantes y una proporción semejante (29%) en núcleos de menos de diez mil habitantes.

La distribución de la muestra en base al resto de variables sociodemográficas se recoge con mayor detalle en el cuadro 2.

3. ACTITUDES, HÁBITOS Y MOTIVACIONES VACACIONALES DE LOS ESPAÑOLES

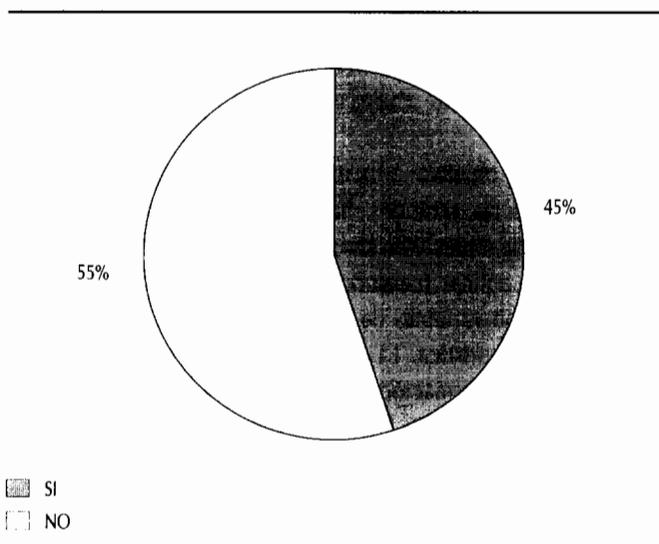
El perfil de los hábitos, actitudes y motivaciones vacacionales de los españoles ha sido elaborado en base al último desplazamiento desde la zona de residencia habitual por motivos de ocio durante los dos últimos años. Consecuentemente,

la descripción de dicho perfil corresponde a la conducta de aquellos españoles que disfrutaron de sus vacaciones en un lugar distinto a la población de residencia habitual.

3.1. Los españoles que viajan durante las vacaciones

Más de la mitad (55%) de los españoles no ha disfrutado de vacaciones fuera de su residencia habitual en los últimos dos años.

GRÁFICO 1: DISFRUTE DE VACACIONES FUERA DEL LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL



CUADRO 2: NIVEL DE ESTUDIOS, SITUACIÓN LABORAL, NIVEL DE RENTA Y NIVEL SOCIO-PROFESIONAL

NIVEL DE ESTUDIOS	%	Empleados oficina	7
Sin estudios	11	Trabajadores cualificados	21
Elementales/Básicos	58	Artesanos/Trabajadores manuales	1
BUP/COU/FP	16	Empleados no manuales/Capataces	3
Estudios medios	7	Representantes/Comisionistas	1
Superiores/Universitarios	8	Trabajadores no cualificados	14
SITUACIÓN LABORAL	%	Amas de casa	21
Trabaja actualmente	42	Parados	—
Retirado/Incapacitado	19	Estudiantes	8
Parado	10	Otros	2
Ama de casa	21	NIVEL DE RENTA MENSUAL	%
Estudiante	8	Menos de 75.000 ptas.	21
NIVEL SOCIO-PROFESIONAL	%	De 75.001 a 100.000 ptas.	13
Empresarios	3	De 100.001 a 150.000 ptas.	17
Autónomos	11	De 150.001 a 200.000 ptas.	8
Profesionales liberales	1	De 200.001 a 300.000 ptas.	4
Directivos/Altos cargos	1	Más de 300.001 ptas.	2
Empleados cuadros medios	6	No desea contestar / Ns / Nr	35

Las principales razones que encuentran los españoles para permanecer en su lugar de residencia habitual durante las vacaciones son la falta de medios económicos, manifestada por un tercio (34%) de este colectivo, la costumbre, que indica una cuarta parte (26%) del mismo, y motivos de índole laboral expresados por uno de cada cinco (18%) españoles que no salen de viaje por finalidad de ocio.

La proporción de individuos que disfrutan de sus vacaciones en un lugar distinto a la población de residencia habitual es mayor entre los españoles que habitan en áreas metropolitanas, de los cuales dos tercios (63%) se desplazaron, y urbanas, de los cuales la mitad (52%) lo hizo. Esta mayor proclividad a viajar también se da entre quienes han cursado estudios superiores, de los cuales la gran mayoría (77%) salió de viaje, entre los que han realizado estudios medios, (74%), y entre los individuos con un nivel socioeconómico alto y medio alto (69%).

3.2. La toma de decisión

El conocimiento del proceso de toma de decisión de las características del viaje a realizar (destino, tipología de

turismo, actividades a desarrollar, etc.) se deriva del análisis de los distintos elementos que configuran aquél. El estudio de quién toma la decisión, cuándo se toma ésta, qué fuentes de información se utilizan y qué factores inciden en la elección de destino es esencial para conocer con mayor profundidad los hábitos, actitudes y motivaciones vacacionales de los consumidores de productos turísticos.

La toma de decisión de las características del viaje a realizar se lleva a cabo con mayor frecuencia de forma individual. Este es el caso de uno de cada tres (32%) españoles, siendo los más jóvenes los que tienden en mayor grado a hacerlo de esta forma. También es frecuente la decisión compartida a nivel familiar, bien entre la pareja (25%), o bien entre todos los miembros de la unidad familiar (24%). En el comportamiento de esta variable, como cabe esperar, tiene especial incidencia la fase del ciclo de vida por la que atraviese el individuo.

Respecto al momento en el que se toma la decisión sobre las características del viaje a realizar, la tónica general es la improvisación, tal y como expresa uno de cada tres españoles (31%). Si a este colectivo se le añaden los individuos que toman la decisión en el mes anterior a la realiza-

ción del viaje, uno de cada cuatro (27%), se puede concluir que la mayoría de los españoles no se decide hasta prácticamente el último momento.

GRÁFICO 2: ¿QUIÉN TOMA LA DECISIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE A REALIZAR?

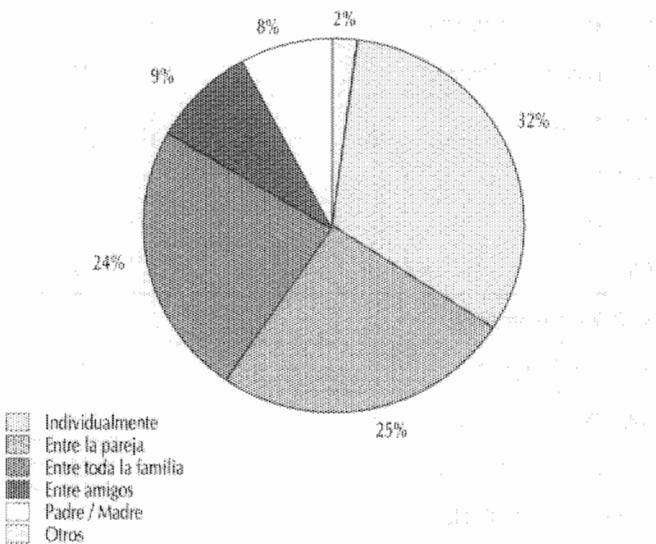
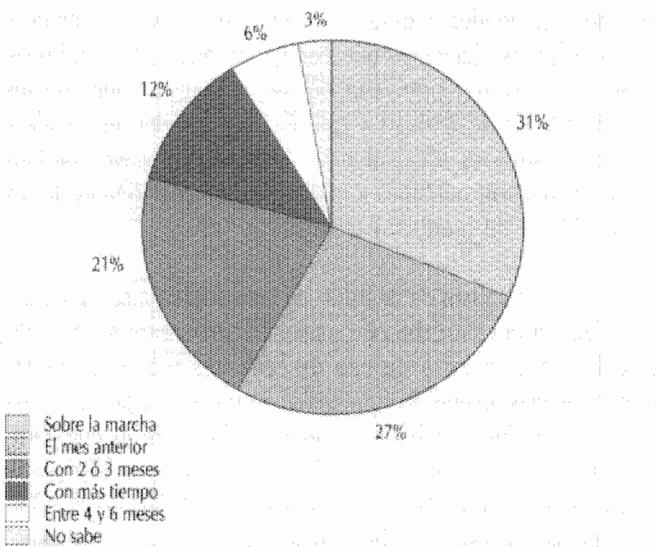


GRÁFICO 3: ¿CUÁNDO SE TOMA LA DECISIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE A REALIZAR?

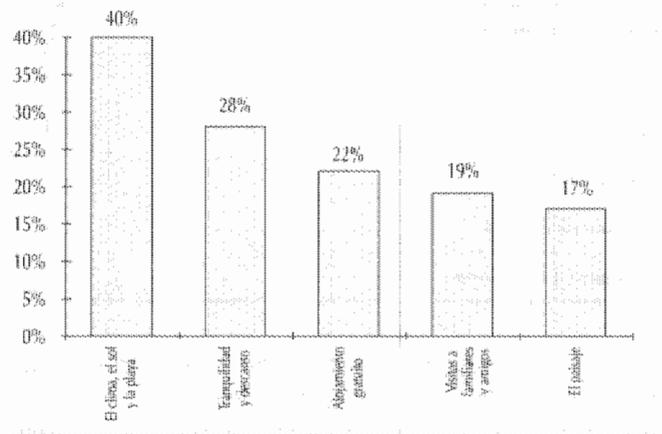


El análisis de las fuentes de información utilizadas revela un hecho de particular relevancia. Dos de cada cinco (40%) españoles no manifiesta hacer uso de algún tipo de fuente de información a la hora de tomar una decisión respecto a las características del viaje a realizar. Este dato, junto al hecho de que la fuente de información utilizada con mayor

frecuencia es el conocimiento previo del destino, denota el escaso grado de implicación de los españoles en la búsqueda de información acerca de potenciales destinos turísticos.

Por último, respecto a los factores que inciden en la elección de destino vacacional, los cinco elementos que los españoles consideran más importantes son, por este orden, «el clima, el sol y la playa», que citan dos de cada cinco personas; «la posibilidad de disfrutar de descanso y tranquilidad», (28%); «la disponibilidad de alojamiento gratuito» (22%); «las visitas a familiares y amigos» (19%), y «el paisaje» (17%). «La inquietud por conocer sitios nuevos», «la proximidad al domicilio» y «la oferta deportiva» son los tres factores a los que menos importancia conceden los españoles a la hora de decidir el lugar donde disfrutar de las vacaciones.

GRÁFICO 4: FACTORES MÁS IMPORTANTES PARA LA ELECCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO



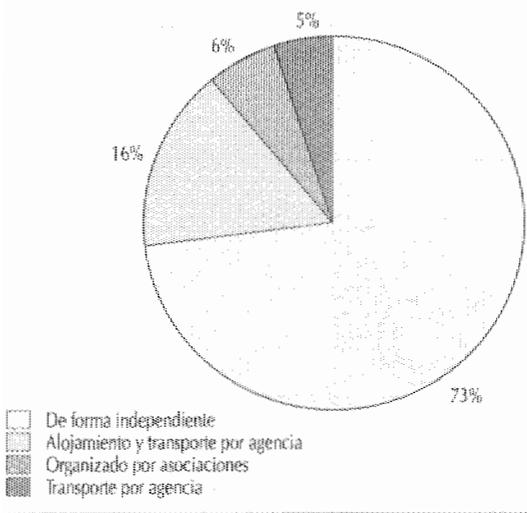
3.3. Hábitos y actividades vacacionales de los españoles

El análisis del comportamiento de los españoles en sus desplazamientos por motivos vacacionales conlleva el estudio de ciertas variables comúnmente utilizadas en la investigación de la actividad turística. Por consiguiente, aspectos tales como la organización del viaje, el tipo de alojamiento utilizado, el medio de transporte, la duración de la estancia, así como las actividades desarrolladas durante la misma, han sido analizados en este estudio.

La mayoría de los españoles organiza su viaje de forma totalmente independiente, sin recurrir a los servicios de una agencia de viaje o de cualquier otra organización. No hay que olvidar que la improvisación es la norma en la toma de decisión sobre las características del viaje a realizar. En el caso de la minoría (21%) que recurre a una agencia de viajes, tres

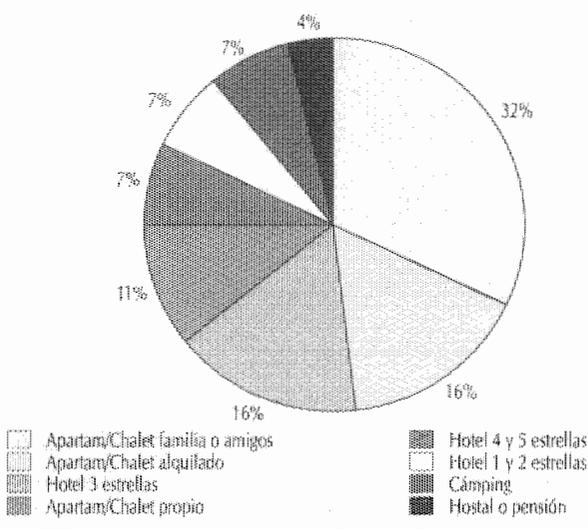
cuartas partes la utilizan para contratar tanto el alojamiento como el transporte.

GRÁFICO 5: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



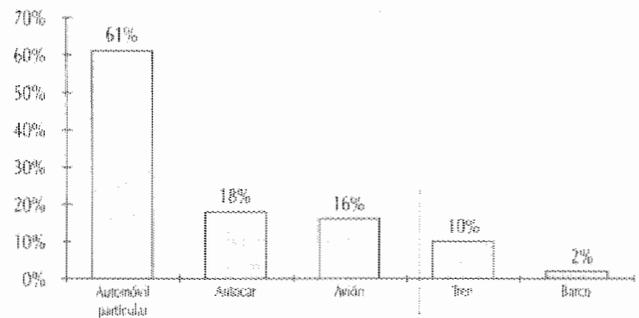
Respecto al tipo de alojamiento utilizado durante la estancia vacacional, uno de cada tres (32%) españoles se hospeda en apartamentos o chalés de familiares o amigos. Si a este colectivo se le añaden los formados por aquellos individuos que se alojan en apartamentos o chalés propios (11%), en apartamentos o chalés alquilados (16%) y en campings (7%), se puede observar la importancia que posee la demanda de alojamiento extrahotelero en la actividad turística española. Solamente uno de cada tres (34%) españoles que se desplazan de su lugar de residencia habitual por motivos de ocio utilizan la oferta hotelera. Dentro de ésta, la categoría de establecimiento que tiene una mayor demanda es el hotel de tres estrellas, el cual alberga a la mitad de los españoles que, viajando por motivos vacacionales, hacen uso de la hotelería.

GRÁFICO 6: TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



El medio de transporte utilizado con mayor frecuencia es el automóvil privado empleado por tres de cada cinco españoles (61%) que se desplazan de su residencia habitual por motivos vacacionales. A la luz de este dato, y teniendo en cuenta además que uno de cada cinco (18%) españoles recurre al autocar como medio de transporte, la relevancia que cobra el hecho de disponer de una amplia infraestructura viaria es manifiesta.

GRÁFICO 7: MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



El empleo del avión por parte de la demanda turística nacional es todavía poco frecuente, el 16% de los españoles hizo uso de éste en el momento de realizar viajes por motivos vacacionales. A medida que los desplazamientos al extranjero, y en particular aquellos de larga distancia, vayan adquiriendo un mayor peso en la actividad turística española el uso de este medio de transporte irá perdiendo su carácter residual.

Respecto a la duración de la estancia en el destino, el lapso de tiempo que se da con mayor frecuencia en la actividad turística de los españoles se sitúa entre ocho y quince días, período señalado por dos de cada cinco (44%) entrevistados que viajan en período vacacional. El resto de las estancias se distribuye entre las estancias mayores de quince días, que constituyen una tercera parte de los casos, y las que no llegan a ocho días (22%). Estos datos parecen confirmar la reducción paulatina del principal viaje que realizan los españoles a lo largo del año por motivos vacacionales, tendencia que ya se había observado en los últimos años.

El conocimiento de las actividades realizadas por los españoles durante la estancia en el destino permite una aproximación a los beneficios perseguidos por éstos en sus desplazamientos fuera del lugar de residencia por motivos vacacionales. El descanso en un entorno próximo al mar y las relaciones sociales son, fundamentalmente, los beneficios en torno a los cuales gira el ocio de los entrevistados. De este modo, las actividades que con mayor frecuencia se realizan (aquellas que los entrevistados manifiestan haber efectuado «mucho» o «bastante») son pasear, que cita la gran mayoría (86%), estar

en una terraza (66%), relaciones sociales (65%), bañarse en el mar (55%), excursiones (54%) y tomar el sol (51%).

GRÁFICO 8: DURACIÓN DE LA ESTANCIA

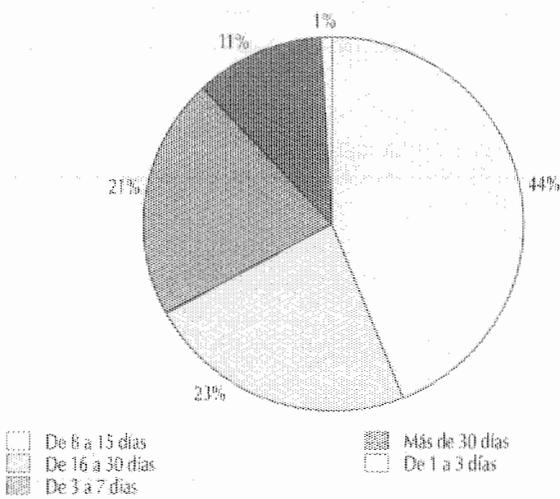
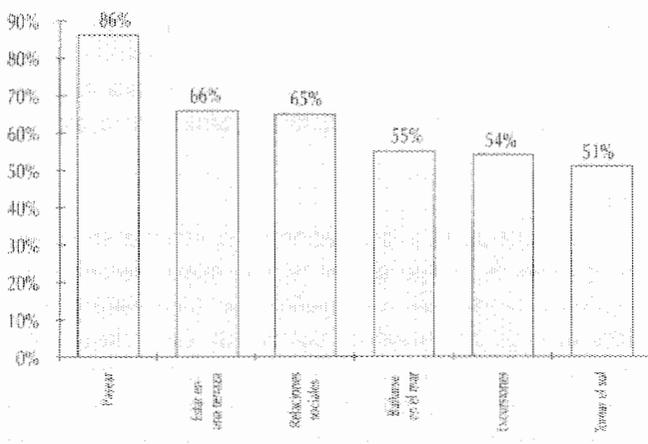


GRÁFICO 9: PRINCIPALES ACTIVIDADES VACACIONALES



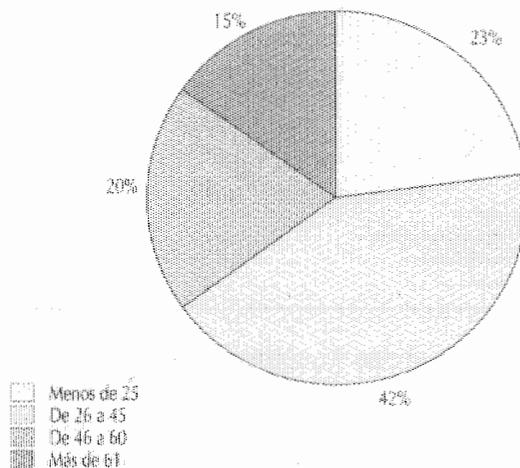
4. ACTITUDES, HÁBITOS Y MOTIVACIONES VACACIONALES DE LOS ESPAÑOLES QUE VISITAN LA COMUNIDAD VALENCIANA

4.1. Los españoles que viajan a la Comunidad Valenciana durante las vacaciones

El perfil socio-demográfico de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana viene dado por variables tales como la edad, el nivel de estudios, el status socio-económico, el tamaño de hábitat del lugar de residencia habitual y la Comunidad Autónoma de procedencia.

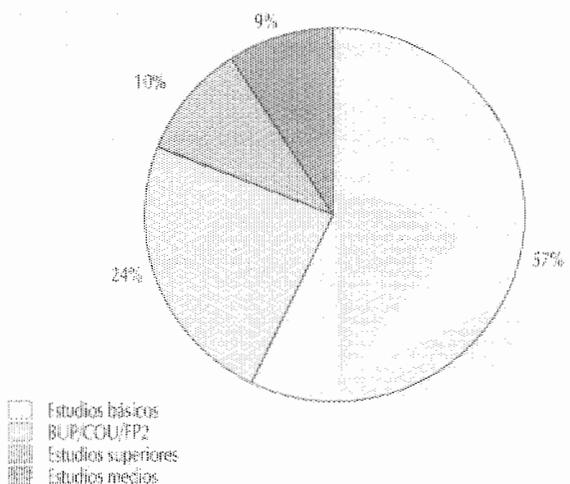
Por edades, predominan aquellos que tienen entre 26 y 45 años de edad, los cuales suponen casi la mitad (42%). En lo que concierne a esta variable, Benidorm merece un especial comentario, al contar con una mayor presencia de visitantes de más de sesenta años. Este dato parece confirmar la consolidación de Benidorm como destino turístico de la tercera edad durante la temporada baja.

GRÁFICO 10: EDAD



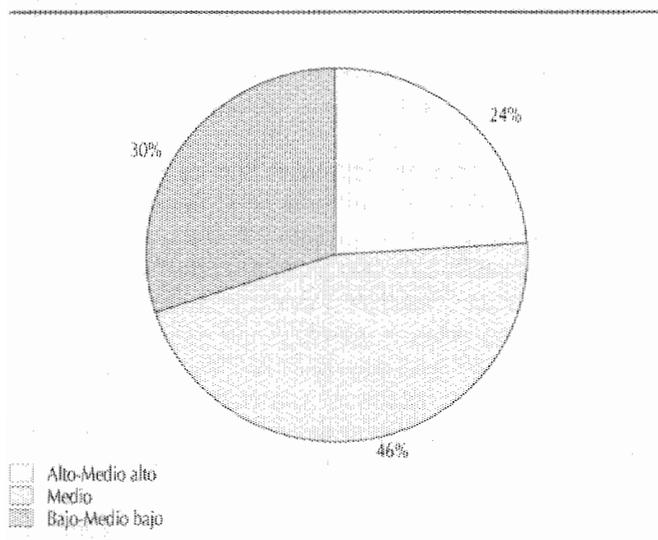
En cuanto al nivel de estudios alcanzado, la mayoría de los visitantes nacionales a la Comunidad Valenciana ha llegado a realizar estudios básicos.

GRÁFICO 11: NIVEL DE ESTUDIOS



La distribución por niveles socio-económicos indica una mayor presencia de individuos de status socio-económico medio, al suponer éstos casi la mitad de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana.

GRÁFICO 12: NIVEL SOCIO-ECONÓMICO



Respecto al tamaño de hábitat del lugar de residencia habitual, la demanda turística nacional de la Comunidad Valenciana se distribuye equitativamente entre los hábitats rural, semiurbano, urbano y metropolitano.

En cuanto al origen geográfico de dicha demanda, las principales Comunidades Autónomas emisoras de turismo a la Comunidad Valenciana son, por orden de mayor a menor, Madrid, Castilla-La Mancha, Castilla-León, País Vasco, Aragón y la propia Comunidad Valenciana.

4.2. La toma de decisión de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana

Básicamente, la toma de decisión acerca de las características del viaje a realizar se lleva a cabo a nivel familiar (51%). En función de la fase del ciclo de vida en el que se encuentre el entrevistado la decisión puede ser compartida entre todos los miembros de la unidad familiar o entre la pareja.

Las características de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana relacionadas con el momento en el que se toma la decisión sobre el viaje a realizar no difiere prácticamente de aquellas que presenta el colectivo de españoles que se desplazan de su lugar de residencia habitual por motivos vacacionales. De este modo, tres de cada cinco (59%) españoles que visitan la Comunidad Valenciana no toma una decisión hasta el último momento («sobre la marcha» o en el mes anterior).

En cuanto a las fuentes de información utilizadas, se constata también en este colectivo el escaso grado de implicación en la búsqueda de información acerca de potenciales destinos turísticos dado que, dos de cada cinco (39%) indivi-

duos no menciona hacer uso de las diversas fuentes de información disponibles a la hora de tomar una decisión en cuanto a las características del viaje a realizar. Un hecho diferenciador respecto a la totalidad de los españoles que viajan por motivos vacacionales lo constituye el recurso a las agencias de viajes que manifiesta uno de cada cinco (19%) visitantes nacionales a la Comunidad Valenciana.

GRÁFICO 13: ¿QUIÉN TOMA LA DECISIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE A REALIZAR?

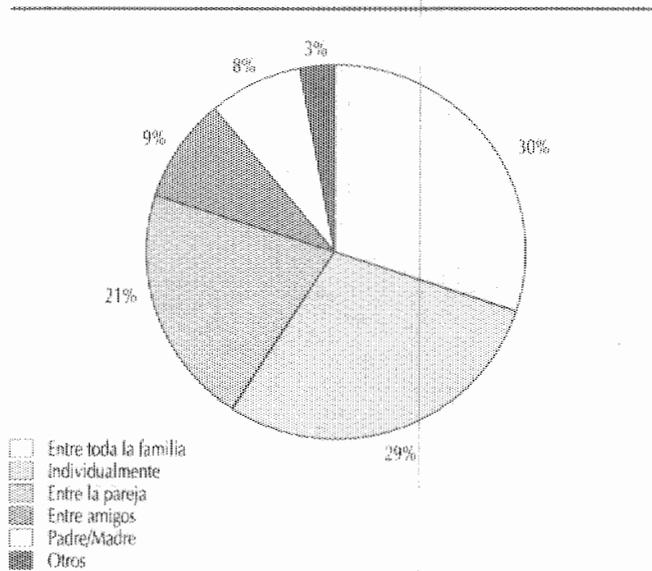
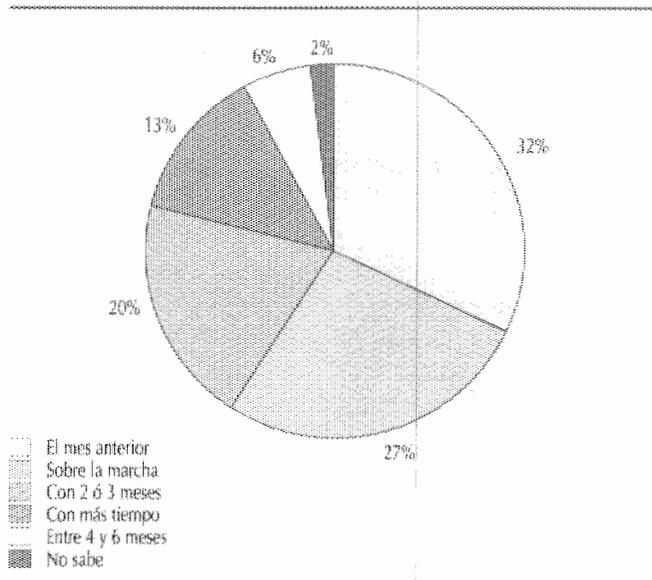


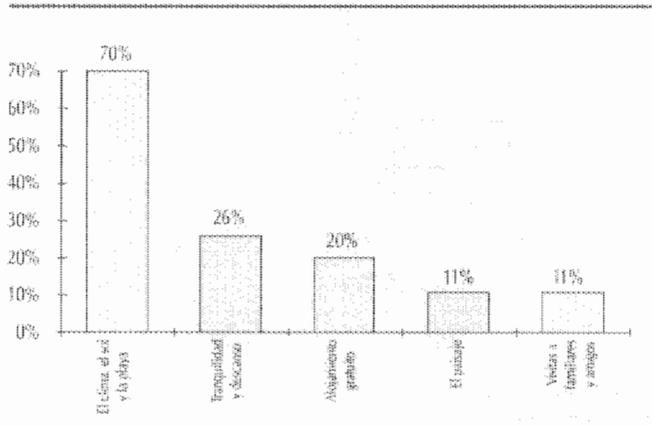
GRÁFICO 14: ¿CUÁNDO SE TOMA LA DECISIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE A REALIZAR?



El análisis de los factores que el mencionado colectivo estima más importantes para la elección de destino turístico revela, por un lado, una inclinación por parte de éste a conceder mayor importancia a «el clima, el sol y la playa».

Siete de cada diez citan este factor frente al 40% de los españoles que se desplazan de su lugar de residencia habitual por motivos vacacionales. Y por otro lado, una proclividad a otorgar un menor peso a «el paisaje» y a «las visitas a familiares y amigos». «La posibilidad de disfrutar de descanso y tranquilidad» y «la disponibilidad de alojamiento gratuito» son aspectos considerados importantes para la elección de destino vacacional por similares proporciones de ambos colectivos.

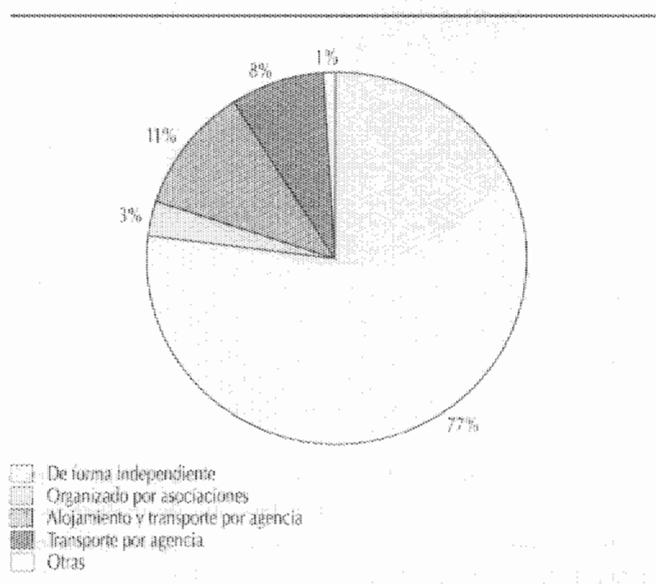
GRÁFICO 15: FACTORES MÁS IMPORTANTES PARA LA ELECCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO



4.3. Hábitos y actividades vacacionales de los españoles que visitan la Comunidad Valenciana

Tres de cada cuatro visitantes a la Comunidad Valenciana de procedencia nacional organizan su viaje sin recurrir a los servicios de una agencia de viajes o de cualquier tipo de organización.

GRÁFICO 16: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



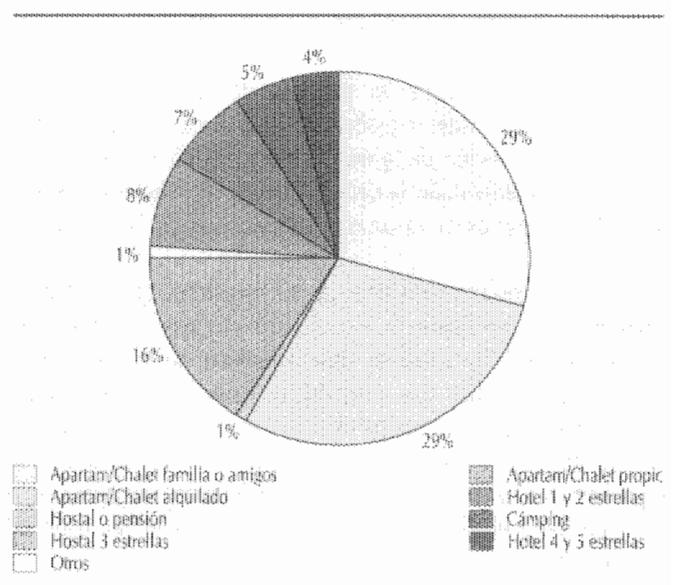
Los visitantes a la ciudad de Benidorm son los que en mayor medida utilizan los servicios de agencias para la organización del viaje. Ello responde al modelo turístico de Benidorm, que depende en buena medida de los tour-operadores, y cuya comercialización se realiza a través de agencias de viajes.

Dos tipos de alojamiento son los más frecuentemente utilizados durante la estancia en el destino. El apartamento o chalé de familiares o amigos y el apartamento o chalé alquilado albergan en cada caso a uno de cada tres (29%) españoles que visitan la Comunidad Valenciana. Si bien no hay una notable diferencia entre los españoles que salen de viaje por motivos vacacionales y los que visitan la Comunidad Valenciana en el primer caso, sí sucede así con el apartamento o chalé alquilado. Entre estos últimos se da una mayor tendencia a hospedarse en este tipo de alojamiento que entre los primeros.

En cuanto a los establecimientos hoteleros, la demanda nacional de la Comunidad Valenciana tiende a hacer un menor uso de éstos que la demanda turística nacional total. Sólo uno de cada cuatro españoles que visitan la Comunidad Valenciana recurre a la hotelería. Por consiguiente, el peso que posee la demanda de alojamiento extrahotelero es mayor en la actividad turística valenciana que en la española.

De los visitantes nacionales a la Comunidad Valenciana que, viajando por motivos vacacionales, utilizan la hotelería, la mayoría (57%) opta por un establecimiento de la categoría de tres estrellas oro. Dicha proporción es mayor que la que se observa para la demanda hotelera nacional agregada.

GRÁFICO 17: TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



El medio de transporte empleado mayoritariamente en el desplazamiento al destino es el automóvil particular, que

manifiestan utilizar tres de cada cuatro españoles que visitan la Comunidad Valenciana. Este dato indica que el predominio de este medio de transporte se acentúa en el caso de la actividad turística valenciana. No en vano, el uso del avión es casi inexistente en este colectivo.

GRÁFICO 18: MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

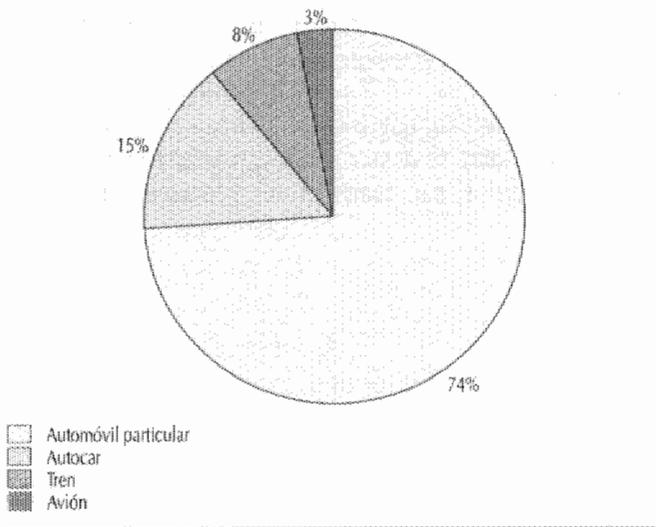
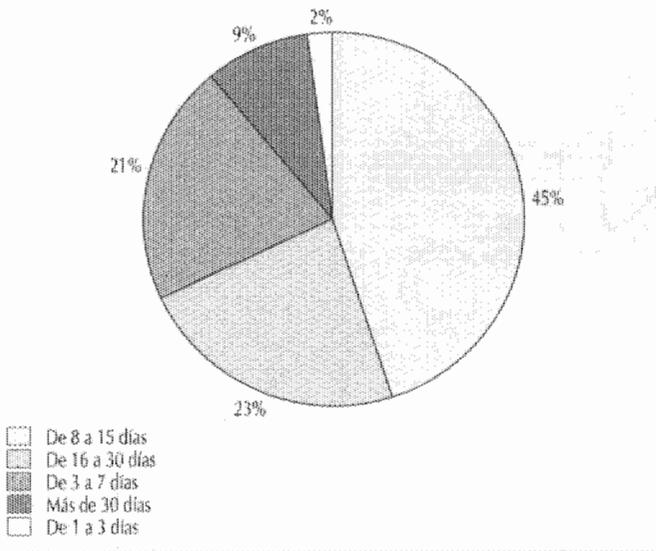


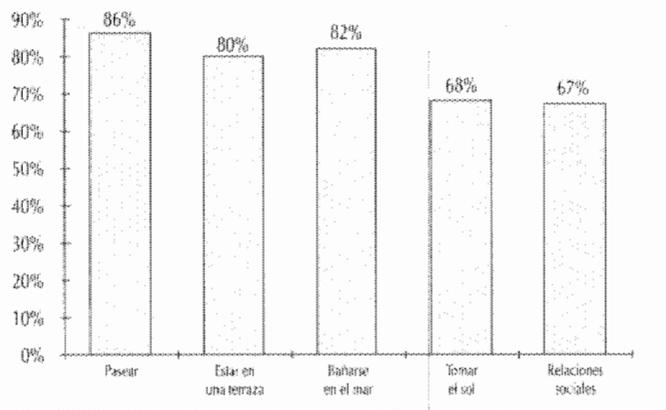
GRÁFICO 19: DURACIÓN DE LA ESTANCIA



Respecto a la duración de la estancia en el destino, la distribución de la demanda nacional de la Comunidad Valenciana es prácticamente idéntica a la que se observa para el conjunto de la demanda turística española. De este modo, el lapso de tiempo que se cita con mayor frecuencia, se sitúa entre ocho y quince días.

Las principales actividades realizadas por los visitantes nacionales a la Comunidad Valenciana coinciden básicamente con aquellas que lleva a cabo el conjunto de los españoles que se desplaza de su lugar de residencia habitual por motivos vacacionales. La única diferencia que cabría señalar es una mayor práctica de las actividades para las que la Comunidad Valenciana presenta un marco más propicio (bañarse en el mar, estar en una terraza y tomar el sol) por parte de los primeros.

GRÁFICO 20: PRINCIPALES ACTIVIDADES VACACIONALES



5. CONCLUSIONES

Menos de la mitad de los españoles ha disfrutado de vacaciones fuera de su residencia habitual en los dos últimos años.

Los perfiles de consumidores que a continuación se presentan corresponden a los dos colectivos considerados: los españoles que viajan y los españoles que visitan la Comunidad Valenciana. Como se puede observar existen grandes similitudes entre ambos.

5.1. Los españoles que viajan

Los españoles con una mayor tendencia a viajar durante las vacaciones residen en áreas metropolitanas o urbanas, tienen estudios medios o superiores y pertenecen a un nivel socio-económico alto o medio alto.

El español medio que disfruta de sus vacaciones en un lugar distinto a su población de residencia habitual determina en familia las características del viaje a realizar, sin hacer uso de la información a su alcance y bajo el signo de la improvisación. El elemento al que concede más importancia a la hora de elegir el destino vacacional es «el clima, el sol y la playa».

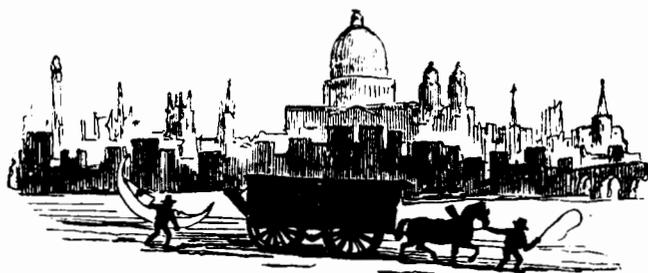
Prepara su viaje de forma totalmente independiente, se aloja en un apartamento o chalé, principalmente de familiares o amigos y se desplaza al lugar de vacaciones, en el que permanece entre ocho y quince días, con su automóvil particular. Las actividades que realiza con mayor frecuencia son, por este orden, pasear, sentarse en una terraza, entablar relaciones sociales, bañarse en el mar, excursiones y tomar el sol.

5.2. Los españoles que visitan la Comunidad Valenciana

El visitante nacional medio a la Comunidad Valenciana tiene entre 26 y 45 años, ha realizado estudios básicos, pertenece a un *status* socio-económico medio y procede en mayor proporción de la Comunidad Autónoma de Madrid.

El español medio que visita la Comunidad Valenciana decide en familia las características del viaje a realizar, en el último momento y no hace uso de las diversas fuentes de información disponibles. El factor que considera más importante para la elección de destino turístico es «el clima, el sol y la playa».

Organiza su viaje sin recurrir a los servicios de una agencia de viajes o de cualquier tipo de organización, se aloja en un apartamento o chalé, bien sea alquilado o de familiares o amigos y realiza el desplazamiento al destino vacacional utilizando su automóvil particular. Durante su estancia en el destino, que suele tener una duración de entre ocho y quince días, se dedica a pasear, sentarse en una terraza, bañarse en el mar, tomar el sol y entablar relaciones sociales.



NOTAS

(*) Este trabajo ha sido coordinado por Francisco Amor y Ana Belén Ramón, técnico del Área de Planificación y Formación y becaria de esta misma área del ITVA.
