

**ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE BENICÀSSIM PARA
EL DESARROLLO DE PRODUCTO/MERCADO, 2009**



0.1. Índice del informe:

	<u>Pág.</u>
1. Introducción.....	5
2. Objetivos.....	7
3. Metodología.....	9
3.1. Muestra de la encuesta a turistas.....	11
4. Estudio demográfico.....	12
4.1. Estructura de la población.....	12
4.2. Evolución de la población y previsiones.....	17
5. Oferta turística.....	21
6. Ocupación.....	26
7. Perfil del turista de Benicàssim.....	27
7.1. Perfil sociodemográfico.....	27
7.2. Caracterización socioeconómica.....	28
7.3. Tipología de turista.....	33
8. El alojamiento en Benicàssim.....	37
8.1. Tipología de alojamiento.....	37
8.2. Valoración del alojamiento.....	39
8.3. Mejoras propuestas al alojamiento.....	40
9. Duración de la estancia.....	43
10. El grupo de visita.....	45
10.1. Tamaño.....	45
10.2. Composición.....	46
11. Organización del viaje.....	48
12. Medios de información sobre Benicàssim.....	50
13. Medios de transporte.....	52
13.1. Valoración del medio de transporte.....	56
13.2. Mejoras propuestas al medio de transporte.....	57
14. Visita a Benicàssim.....	59
14.1. Motivaciones de visita.....	59
14.2. Lugares visitados.....	60
14.3. Destinos alternativos.....	61
15. Estacionalidad.....	63
16. Gasto turístico.....	69
17. Valoración de Benicàssim.....	73

	<u>Pág.</u>
17.1. Valoración general.....	73
17.2. Fidelidad.....	74
17.3. Demandas.....	76
18. Atributos de Benicàssim.....	79
19. Imagen y posicionamiento.....	89
20. Servicio Post-venta y comunicación.....	93
21. Cuantificación de turistas.....	99

0.2. Índice de tablas:

	<u>Pág.</u>
Tabla 1: Pirámide de población por edad y sexo en años quinquenales en Benicàssim, 2008.....	12
Tabla 2: Índices y tasas demográficas en Benicàssim.....	14
Tabla 3: Población de Benicàssim en 2008 según nacionalidad.....	16
Tabla 4: Crecimiento vegetativo en Benicàssim y otros ámbitos geográficos.....	17
Tabla 5: Evolución de la población de Benicàssim desde 1986 hasta nuestros días.....	18
Tabla 6: Estimación de la población de Benicàssim hasta 2019 según evolución demográfica en los últimos 23 años.....	20
Tabla 7: Comparativa de alojamientos hoteleros y camping de Benicàssim y la Comunitat Valenciana.....	21
Tabla 8: Comparativa del tamaño medio de los establecimientos hoteleros y camping de Benicàssim y la Comunitat Valenciana.....	22
Tabla 9: Oferta turística reglada total de Benicàssim.....	23
Tabla 10: Comparativa de los establecimientos de hostelería de Benicàssim y la Comunitat Valenciana según categoría.....	24
Tabla 11: Comparativa de los índices de dotación de establecimientos y plazas de restauración en Benicàssim y la Comunitat Valenciana según categoría.....	25
Tabla 12: Comparativa del número de agencias de viajes en Benicàssim y la Comunitat Valenciana según tipología comercial.....	25
Tabla 13: Grado de ocupación en los establecimientos turísticos de Benicàssim según periodo.....	26
Tabla 14: Nacionalidad del turista de Benicàssim.....	27
Tabla 15: Situación laboral del turista de Benicàssim.....	29
Tabla 16: Nivel socioeconómico del turista de Benicàssim.....	31
Tabla 17: Nivel socioeconómico medio según nacionalidad.....	32
Tabla 18: Actividades realizadas por el turista de Benicàssim.....	33
Tabla 19: Tipología de turista según nacionalidad.....	35
Tabla 20: Tipología de alojamiento según nacionalidad.....	37
Tabla 21: Valoración del alojamiento según tipología.....	40
Tabla 22: Sugerencias de mejora del alojamiento.....	41
Tabla 23: Duración de la estancia en Benicàssim según tipología de alojamiento.....	43
Tabla 24: Tamaño del grupo según tipología de alojamiento.....	45
Tabla 25: Composición del grupo según tipología de alojamiento.....	47
Tabla 26: Organización del viaje según tipología de alojamiento.....	48
Tabla 27: Medios de información utilizados por el turista.....	50
Tabla 28: Medio de transporte en el viaje largo según tipología de alojamiento.....	52
Tabla 29: Medio de transporte en alrededores según tipología de alojamiento.....	54

	<u>Pág.</u>
Tabla 30: Valoración del medio de transporte.....	56
Tabla 31: Sugerencias de mejora del medio de transporte.....	57
Tabla 32: Motivos de visita del turista.....	59
Tabla 33: Lugares visitados por el turista.....	60
Tabla 34: Destinos alternativos.....	61
Tabla 35: Primera visita a Benicàssim según tipología de alojamiento.....	63
Tabla 36: Frecuencia de visitas según periodo.....	64
Tabla 37: Estacionalidad de la demanda según tipología de alojamiento.....	66
Tabla 38: Condicionantes de la estacionalidad de la demanda.....	67
Tabla 39: Planificación económica del viaje según tipología de alojamiento.....	69
Tabla 40: Gasto en el viaje.....	70
Tabla 41: Satisfacción con el destino según tipología de alojamiento.....	73
Tabla 42: Probabilidad de volver a Benicàssim según tipología de alojamiento.....	75
Tabla 43: Probabilidad de recomendar a Benicàssim según tipología de alojamiento.....	76
Tabla 44: Demandas del turista de Benicàssim.....	77
Tabla 45: Valoración de la oferta dotacional de Benicàssim.....	81
Tabla 46: Valoración de la oferta deportiva de Benicàssim.....	82
Tabla 47: Valoración de la oferta complementaria de Benicàssim.....	83
Tabla 48: Valoración del tráfico y la tranquilidad de Benicàssim.....	85
Tabla 49: Valoración de los servicios de Benicàssim.....	86
Tabla 50: Valoración de otros aspectos de Benicàssim.....	87
Tabla 51: Destinos competidores.....	89
Tabla 52: Mapa de posicionamiento.....	90
Tabla 53: Visitas a la Oficina de Turismo según tipología de alojamiento.....	93
Tabla 54: Notoriedad de las actividades ofertadas en Benicàssim.....	94
Tabla 55: Conocimiento de actividades según tipología de alojamiento.....	95
Tabla 56: Importancia de las actividades ofertadas en Benicàssim.....	96
Tabla 57: Estimación de la población flotante en Benicàssim en 2008 a través del consumo de agua según periodo.....	99

Benicàssim es un municipio turístico de primer orden ubicado en la provincia de Castellón. Esta relevancia queda avalada por la calidad de sus playas¹ y la buena dotación en recursos alternativos (Parque Natural del Desierto de las Palmas, Castillo de Montornés, Festival Internacional de Benicàssim, etc.). No obstante, es necesario profundizar en la demanda turística para mantener los puntos fuertes detectados y mejorar posibles carencias. En este sentido, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Benicàssim propuso la elaboración del presente *Estudio de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009*, que proporcione una importante herramienta de análisis y diagnóstico de la situación concreta en aras de implementar determinadas intervenciones y/o estrategias de amplio calado turístico.

El trabajo que presentamos se estructura, de manera global, en dos bloques: un primero, más breve, que aborda la *oferta turística* de Benicàssim, y un segundo, de mayor extensión, que entra de lleno en la *demanda*, evaluando diferentes aspectos de la misma como la ocupación, hábitos turísticos, pormenores de la estancia y el viaje, valoración y posicionamiento de Benicàssim, calidad de los servicios Post-venta y gasto efectuado durante las vacaciones en nuestra ciudad.

Por último, y antes de introducirnos en la investigación, conviene indicar que se ha utilizado, a la hora de ilustrar las tablas que se incluyen en el bloque relativo a la demanda, el tipo de alojamiento de los turistas como variable básica de clasificación o de cruce. Tal decisión se justifica debido al hecho de que esta característica, junto a la nacionalidad de los encuestados, es el atributo que mejor define a la demanda. No obstante, las variables incluidas vienen cruzadas además por una serie de factores sociodemográficos y económicos, tales como el sexo, la edad, el nivel de estudios y el nivel socioeconómico. Los cruces aparecen íntegramente detallados en el *Anexo de*

¹ Benicàssim posee 6,9 kilómetros de litoral, con cinco playas, una de las cuales, la playa Voramar, está galardonada con la Q de Calidad Turística Española.

tablas, aunque tan solo serán comentados a efectos prácticos cuando los contrastes estadísticos aplicados² avalen la significación de los mismos.

² Estos contrastes no aparecen en el *Anexo de Tablas* debido a la complejidad de interpretación para el lector.

2.

Objetivos

El objetivo fundamental del presente documento es **efectuar una descripción exhaustiva del turista que acude a la ciudad de Benicàssim**, incluyendo asimismo toda una serie de aspectos relacionados con su visita y con la valoración de la misma. Concretando, se persiguen los siguientes fines específicos:

- ✓ Cuantificar la **oferta de alojamientos y plazas regladas**.
- ✓ Dar cuenta del **grado de ocupación de los establecimientos turísticos** en Benicàssim, a través de los diferentes periodos estudiados.
- ✓ Esbozar un **perfil del turista**, caracterizándolo tanto desde el punto de vista sociodemográfico (procedencia, edad y sexo) como socioeconómico (situación laboral, formación académica y nivel socioeconómico). Además, se efectuará una clasificación del turista en función del tipo de actividades que suele realizar durante su visita a Benicàssim.
- ✓ Profundizar en una serie de **aspectos** que nos dan una idea bastante completa **de la visita efectuada**:
 - Estudiar la **tipología de alojamiento**, averiguando asimismo el grado de satisfacción del usuario con los respectivos establecimientos o clases de hospedaje y las propuestas de mejora enumeradas al respecto.
 - Calcular la **estancia media** en el municipio.
 - Describir el **grupo de visita** que acompaña al visitante, de forma cualitativa y cuantitativa.
 - Determinar la **organización del viaje** (por sí mismo o a través de medios externos, etc.).
 - Ahondar en los **medios de comunicación** empleados para informarse sobre la ciudad de Benicàssim.
 - Determinar los **medios de transporte** elegidos por el visitante para llegar hasta Benicàssim y los utilizados en el destino y alrededores. Aquí se efectuará una valoración de estos medios y se describirán las posibles sugerencias de mejora de los mismos aportadas por los turistas.
 - Analizar las **motivaciones** alegadas **para acudir** al municipio.

- Averiguar los **lugares de visita preferidos** en la ciudad.
- Detallar los **destinos alternativos a Benicàssim** enumerados por los turistas.
- Sondear a los visitantes sobre ciertos hábitos relacionados con la **frecuencia de visita y la estacionalidad**.
- Investigar la **incidencia de paso por alguna de las Tourist Info** de Benicàssim.
- ✓ Conocer el grado de **planificación de la visita** y los aspectos relativos al **gasto efectuado en Benicàssim** en las diferentes partidas: alojamiento, acceso al destino, adquisición de bienes comerciales, visitas culturales, restauración, etc.
- ✓ Indagar sobre la **satisfacción del turista** con Benicàssim (en general y en relación con determinados atributos³ de la ciudad), determinando asimismo la consecuente fidelidad a la misma, y describiendo las principales deficiencias percibidas.
- ✓ Enumerar los **principales destinos competidores**, profundizando en los atributos que los turistas asocian a cada uno de ellos y a Benicàssim, y diseñar, en consecuencia, un mapa de posicionamiento que permita ubicar al municipio en relación con el resto de plazas.
- ✓ Medir la **notoriedad que para los turistas poseen ciertas actividades de índole turística** desarrolladas en Benicàssim, **así como la valoración de las mismas**.
- ✓ **Clasificar toda la información** obtenida **según las características sociales, económicas y demográficas** más definitorias del turista.
- ✓ **Estimar el volumen total de turistas** que visitan nuestra ciudad.

³ Se prevé determinar asimismo la importancia de los diferentes aspectos evaluados sobre la satisfacción general y la fidelidad declarada a Benicàssim como destino turístico.

3.

Metodología

En el actual estudio se adoptan dos planteamientos complementarios, uno cualitativo y otro cuantitativo, dándole un mayor peso al segundo:

- **Metodología cualitativa:**
 - **Reuniones de trabajo con el cliente:** de cara a establecer los contenidos del cuestionario y planificar el control del proceso de trabajo.
 - **Recolección de datos secundarios:** sobre la oferta y la ocupación en establecimientos turísticos, sobre la nacionalidad y número de visitantes que pasan por las Oficinas de Turismo del municipio, y sobre estudios turísticos existentes hasta el momento.
- **Metodología cuantitativa:**
 - Realización de **300 encuestas personales a turistas⁴** de Benicàssim en el lugar de alojamiento, **a través de un muestreo aleatorio polietápico estratificado según periodo y tipología de alojamiento:**
 - **Aleatorio:** en la selección del entrevistado, mediante la elección de personas que salen de los establecimientos hoteleros a través de cadencia fija.
 - **Polietápico:** con la selección de los equipamientos turísticos en una primera etapa⁵ y de los turistas a encuestar en una segunda.
 - **Estratificado:** según periodo (puente de San José, Semana Santa, puente del 1 de Mayo, junio, julio, primera quincena y segunda quincena de agosto, septiembre y puente de octubre), y tipología de alojamiento (hoteles⁶, camping y apartamentos), con afijación igual.

⁴ Consideramos turista a cualquier visitante que esté de vacaciones en la ciudad, lleve dos días o más en el municipio y pernocte en el mismo, fuera de su lugar de residencia habitual.

⁵ Intentando obtener la máxima variabilidad de establecimientos.

⁶ Se diferenció entre hoteles de 3 o más estrellas y de 2 o menos, distribuyendo la muestra de forma igual.

- **Ponderación por nacionalidad y número de pernoctaciones:** se implementó adicionalmente una hoja de contacto en la que se cuantificaban las negativas a contestar por nacionalidades, con el objetivo de medir con precisión la desviación⁷ de la muestra respecto al número real de españoles y extranjeros. Una vez conocido este dato, se ponderó la muestra para que quedara perfectamente ajustada a la distribución de nacionalidades. En este proceso de ponderación se tuvo en cuenta asimismo el número de pernoctaciones⁸ por periodo y tipología de alojamiento.
 - Se emplearon **cuestionarios traducidos al inglés, alemán y francés**, para facilitar el acceso al conglomerado de turistas extranjeros.
-
- Encuesta telefónica de **ocupación de establecimientos no hoteleros** de Benicàssim, mediante el censo⁹ de las agencias de alquiler e inmobiliarias de nuestro municipio.

⁷ En diversos estudios turísticos realizados por Investratègia se ha podido comprobar sistemáticamente una mayor reticencia por parte de los extranjeros a la hora de contestar a las encuestas, pese a estar los cuestionarios traducidos y contar con personal entrevistador que tiene conocimiento de idiomas.

⁸ De esta forma se corrige la desviación producida por la afijación igual, ajustándola a las pernoctaciones en la oferta reglada. Por otro lado, la pernoctación se calcula multiplicando el porcentaje de ocupación por el número de plazas.

⁹ Se entrevistó a las diferentes empresas de alquiler de apartamentos turísticos e inmobiliarias, durante los periodos en los que se efectuó el trabajo de campo, con lo cual no procede realizar ninguna ficha técnica al respecto.

3.1. Muestra de la encuesta a turistas

- **Universo de estudio:** población infinita, desconocida¹⁰, de 100.000 turistas o más.
- **Muestra:** 300 encuestas.
- **Intervalo de confianza:** 95,5%¹¹.
- **Porcentaje de la característica:** $P=Q=50\%$.
- **Error a priori de la estimación para proporciones:** $\pm 5,76\%$ ¹².
- **Trabajo de campo:** se realizó en los diferentes periodos predefinidos, a saber:
 - Puente de San José: del 19 al 21 de marzo.
 - Semana Santa: del 9 al 13 de abril.
 - Puente de mayo (del 1 al 2 de mayo).
 - Del 15 al 19 de junio.
 - Del 15 al 20 de julio.
 - Del 5 al 7 de agosto (primera quincena).
 - Del 15 al 18 de agosto (segunda quincena).
 - Del 7 al 10 de septiembre.
 - Puente de octubre: del 9 al 12 de octubre.

¹⁰ Pues desconocemos *a priori* el número de turistas que visitan la ciudad de Benicàssim.

¹¹ Reconocido por la Comunidad Científica y utilizado para los contrastes de hipótesis y en el cálculo del P-Valor.

¹² Éste es el error máximo en el que incurrimos, está calculado para distribuciones de respuestas $P=Q=50\%$; para resultados diferentes a éste, el error disminuye. Por ejemplo, en la variable *Organización del viaje*, entre los que realizan la reserva por su propia cuenta, el error es de $\pm 3,63\%$.

4.

Estudio demográfico

En el presente apartado resumiremos de forma concisa las características demográficas básicas de la población de Benicàssim. Empezaremos con un análisis transversal que nos de una radiografía perfecta de la población del municipio en la actualidad, para complementarla posteriormente con una visión diacrónica.

4.1. Estructura de la población

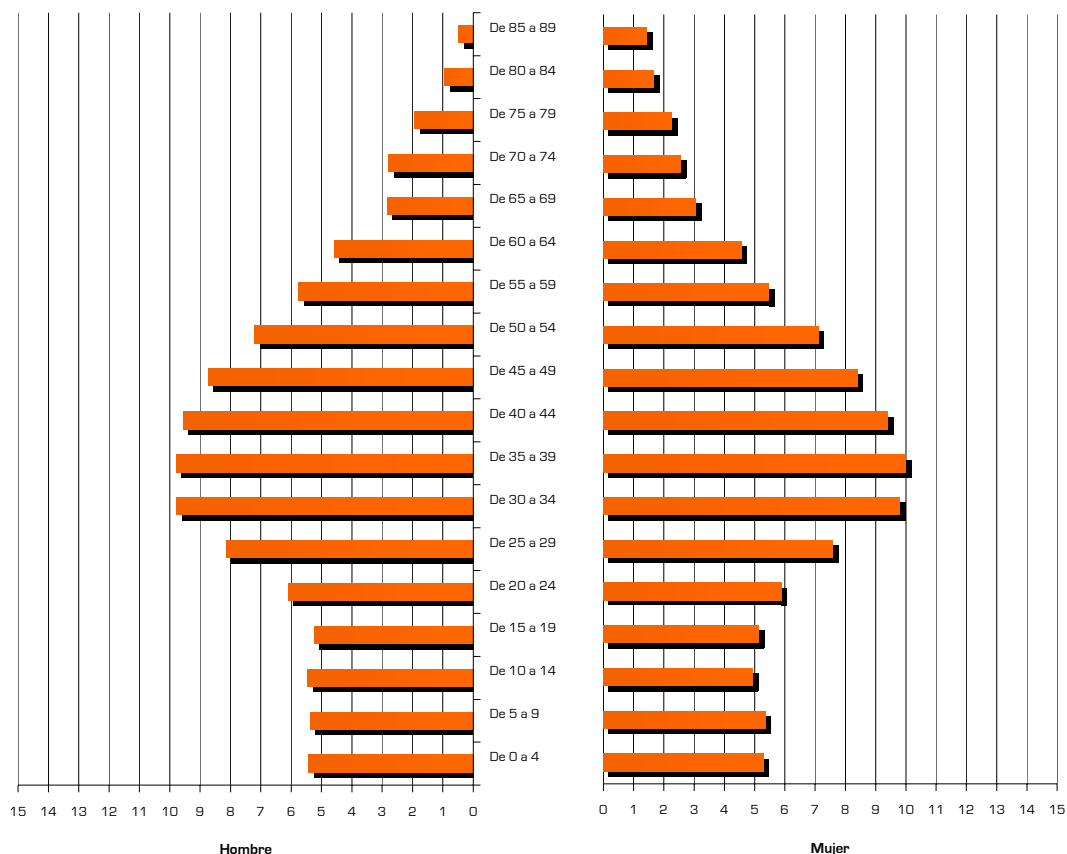
Edad	Varones		Mujeres		Total	
	Absolutos	%	Absolutos	%	Absolutos	%
De 0 a 4	487	5,41	470	5,30	957	5,36
De 5 a 9	484	5,37	475	5,36	959	5,37
De 10 a 14	490	5,44	438	4,94	928	5,19
De 15 a 19	472	5,24	456	5,14	928	5,19
De 20 a 24	549	6,10	522	5,89	1.071	5,99
De 25 a 29	733	8,14	673	7,59	1.406	7,87
De 30 a 34	880	9,77	870	9,81	1.750	9,79
De 35 a 39	881	9,78	886	10,00	1.767	9,89
De 40 a 44	860	9,55	834	9,41	1.694	9,48
De 45 a 49	786	8,73	745	8,40	1.531	8,57
De 50 a 54	648	7,20	630	7,11	1.278	7,15
De 55 a 59	517	5,74	486	5,48	1.003	5,61
De 60 a 64	413	4,59	404	4,56	817	4,57
De 65 a 69	255	2,83	272	3,07	527	2,95
De 70 a 74	251	2,79	227	2,56	478	2,67
De 75 a 79	173	1,92	201	2,27	374	2,09
De 80 a 84	84	0,93	148	1,67	232	1,30
De 85 a 89	43	0,48	127	1,43	170	0,95
Totales	9.006	50,40	8.864	49,60	17.870	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 1: Pirámide de población por edad y sexo en años quinquenales en Benicàssim, 2008.

En la tabla anterior puede comprobarse cómo se distribuye la población de Benicàssim en función del sexo y los diferentes quinquenios de edad. Así, vemos que

las mayores concentraciones se producen entre los 30 y los 49¹³ años. En el gráfico siguiente podemos observar este fenómeno, quedando claro que nos encontramos ante una pirámide de edad con formato ojival propia de sociedades con una economía desarrollada.



El 50,40% de los habitantes empadronados en Benicàssim son varones, con lo que se produce una *sex ratio* ligeramente contraria a los valores habituales, ya que este cociente suele ser levemente favorable al sexo femenino. Este dato podría explicarse por el fenómeno migratorio debido a motivos de trabajo, en el cual el peso de los hombres que vienen en busca de empleo es superior al de las féminas.

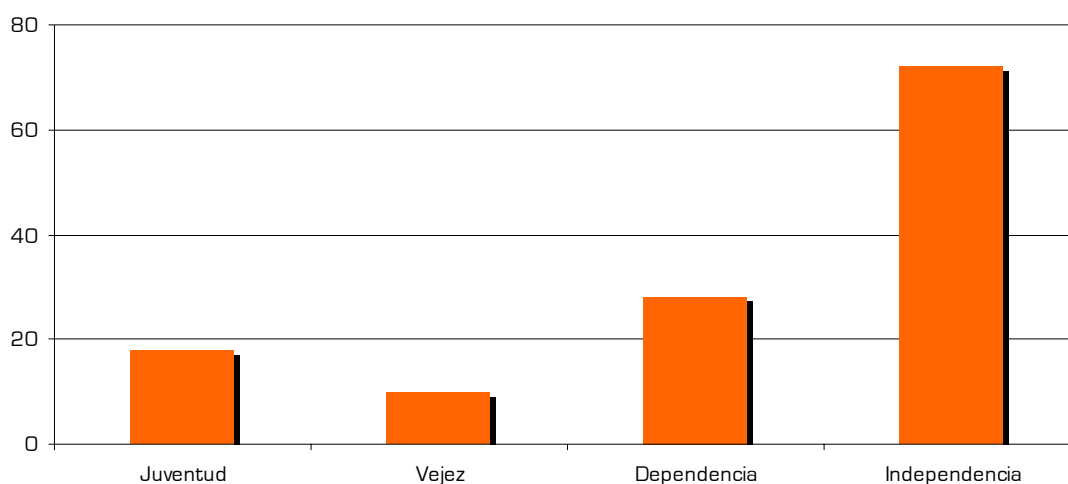
¹³ Sólo en ese pequeño intervalo se acumula el 37,73% del total.

Nos encontramos pues con una **población ligeramente¹⁴ joven**, tal y como lo demuestran los índices que aparecen en la tabla siguiente:

<i>Índices y tasas demográficas</i>	<i>Población</i>	<i>Tasas</i>	<i>Índices</i>
Juventud	3.215	17,99	180,52
Vejez	1.781	9,97	55,40
Dependencia	4.996	27,96	38,81
Independencia	12.874	72,04	257,69
Total	17.870	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 2: Índices y tasas demográficas en Benicàssim.



Aclaremos previamente varios aspectos conceptuales. Dependiendo de la bibliografía que se esté barajando, los diversos autores dan nombres diferentes a los mismos indicadores. En efecto, algunos demógrafos consideran como tasas lo que otros definen como índices y viceversa. Con el fin de no entrar en discusiones metodológicas acerca de los diferentes nombres de los indicadores, consideraremos en este estudio como tasas los porcentajes que representa una parte de la población sobre el total de la misma, y definiremos como índices al peso que una parte de la población tiene sobre otra estructura demográfica. Las edades que comprenden los conceptos utilizados son:

- *Juventud*: población hasta los 15 años.

¹⁴ De hecho, aunque la distribución observada en la pirámide de edades es bastante normal, puede observarse la asimetría en el extremo correspondiente a los intervalos de edad inferiores y

- *Vejez*: población de 65 y más años.
- *Dependencia*: población menor de 16 años y mayor de 64.
- *Independencia*: población en edad independiente (edad de trabajar), entre los 16 y los 64 años.

Lo primero que destaca en la anterior tabla es la **significativa superioridad de la tasa de juventud (17,99%) sobre la de vejez (9,97%) en Benicàssim**. Esto acarrea como consecuencia, una tasa de dependencia más baja que la que se obtiene a nivel¹⁵ autonómico, que viene a demostrar lo dicho anteriormente.

Es posible que la procedencia de la población tenga que ver con esta tendencia demográfica. Podemos comprobar esta conjetura en la próxima tabla. Efectivamente, puede comprobarse en ella que hasta **8 de cada 10 ciudadanos empadronados en Benicàssim son de origen¹⁶ español**. Si a esto unimos el hecho de que, entre los extranjeros, destaca el colectivo de rumanos (9,30% de los residentes), ello puede explicar al menos parcialmente las tasas demográficas vistas con anterioridad, pues los inmigrantes del este europeo suelen ser personas relativamente jóvenes que vienen principalmente por motivos laborales. Aquí existe una diferencia importante con otros destinos turísticos costeros en los cuales los contingentes británico y alemán son¹⁷ preponderantes, tratándose en esos casos sobretodo de personas que acuden para disfrutar de su jubilación¹⁸ en nuestro país y se empadronan en el municipio de residencia.

superiores.

¹⁵ La Comunitat Valenciana tiene una tasa de dependencia del 32,81%. En Benicàssim, este índice desciende hasta un 27,96%, según el *Padrón Municipal de Habitantes de 2008*, INE 2009.

¹⁶ Es un porcentaje algo inferior al observado a nivel de la Comunitat Valenciana (83,15% de extranjeros).

¹⁷ Representando el conjunto de extranjeros un volumen bastante superior al obtenido en Benicàssim.

¹⁸ Consecuentemente, en tales municipios la tasa de vejez es bastante superior.

<i>País de origen</i>	<i>Población</i>	<i>%</i>
España	14.295	79,99
Resto de Europa	2.771	15,51
<i>Rumania</i>	<i>1.662</i>	<i>9,30</i>
<i>Italia</i>	<i>269</i>	<i>1,51</i>
<i>Polonia</i>	<i>153</i>	<i>0,86</i>
<i>Francia</i>	<i>139</i>	<i>0,78</i>
<i>Alemania</i>	<i>79</i>	<i>0,44</i>
<i>Portugal</i>	<i>77</i>	<i>0,43</i>
<i>Reino Unido</i>	<i>57</i>	<i>0,32</i>
<i>Bulgaria</i>	<i>38</i>	<i>0,21</i>
<i>Rusia</i>	<i>26</i>	<i>0,15</i>
<i>Ucrania</i>	<i>14</i>	<i>0,08</i>
<i>Otros</i>	<i>257</i>	<i>1,44</i>
Resto del Mundo	804	4,50
<i>Colombia</i>	<i>198</i>	<i>1,11</i>
<i>Argentina</i>	<i>132</i>	<i>0,74</i>
<i>Marruecos</i>	<i>99</i>	<i>0,55</i>
<i>Brasil</i>	<i>74</i>	<i>0,41</i>
<i>Uruguay</i>	<i>59</i>	<i>0,33</i>
<i>China</i>	<i>34</i>	<i>0,19</i>
<i>Argelia</i>	<i>28</i>	<i>0,16</i>
<i>Venezuela</i>	<i>28</i>	<i>0,16</i>
<i>Cuba</i>	<i>23</i>	<i>0,13</i>
<i>Perú</i>	<i>17</i>	<i>0,10</i>
<i>Ecuador</i>	<i>14</i>	<i>0,08</i>
<i>Otros</i>	<i>98</i>	<i>0,55</i>
Total	17.870	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 3: Población de Benicàssim en 2008 según nacionalidad.

Otro dato que es concordante con la composición demográfica vista es el crecimiento vegetativo¹⁹ observado en Benicàssim. Así, en la tabla y gráfico próximos vemos que **el índice de crecimiento vegetativo es muy superior en nuestro municipio a los observados en otros ámbitos** (con un valor de 5,20 para Benicàssim, 1,04 a nivel de provincia de Castellón y 2,79 en el plano autonómico).

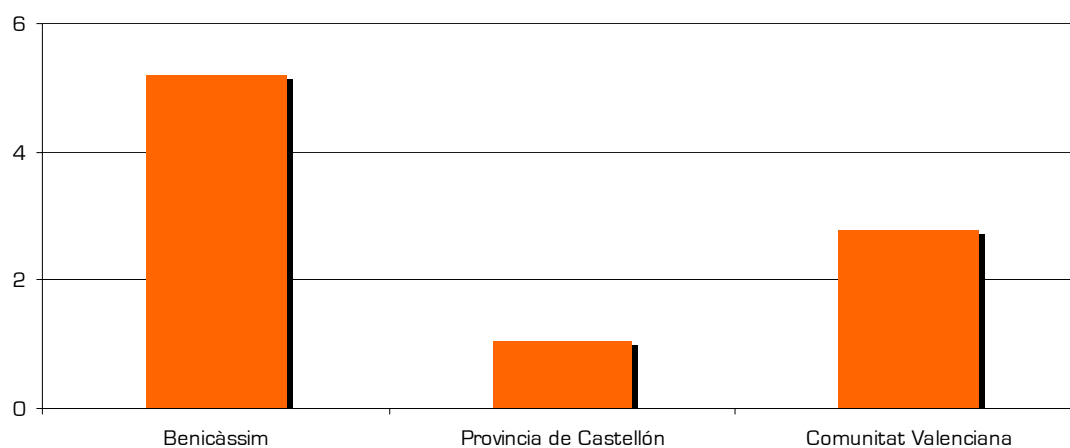
¹⁹ El crecimiento vegetativo es el resultado de restar al número de nacimientos las defunciones en el municipio.

Àmbito geogràfic	Crecimiento absoluto	Índice de crecimiento vegetativo *
Benicàssim	93	5,20
Província de Castellón	1.850	1,04
Comunitat Valenciana	13.426	2,79

* Se trata del crecimiento absoluto multiplicado por 1.000 y dividido por el número de habitantes del ámbito en cuestión.

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 4: Crecimiento vegetativo en Benicàssim y otros ámbitos geográficos.



Ésta es una tendencia habitual en poblaciones con un componente joven²⁰ importante.

4.2. Evolución de la población y previsiones

La población de Benicàssim ha experimentado en los últimos años un **incremento paulatino**, en consonancia con el auge turístico y económico del municipio, **y que se traduce en un registro de 17.870 habitantes²¹ en 2008**. Basta observar la tabla y gráfico siguientes para entender la magnitud del aumento demográfico. Vemos en ella claramente cómo **el mayor incremento porcentual se ha producido a partir de mediados de los noventa** (en la década que va desde 1995 a 2005 Benicàssim

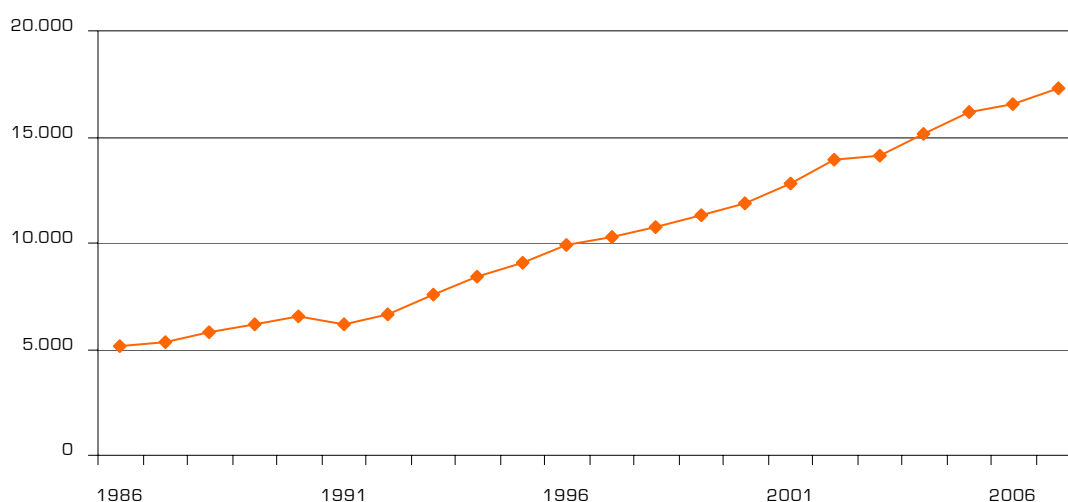
²⁰ En nuestro caso, ya hemos visto que la principal franja demográfica se sitúa entre los 30 y los 49 años, intervalo en el que es más probable tener hijos.

amplió su número de habitantes en un 79,26%), frenándose el ritmo de crecimiento a partir de 2005 (desde este año al 2008 la población tan solo aumenta un 10,31%).

Año	Población	Diferencia
1986	5.110	-
1990	6.565	28,47
1995	9.037	37,65
2000	11.874	31,39
2005	16.200	36,43
2008	17.870	10,31

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes, INE 2009.

Tabla 5: Evolución de la población de Benicàssim desde 1986 hasta nuestros días.



Este incremento moderado al alza se produce especialmente gracias al cambio en el modelo económico tradicional (basado en el sector primario), por un modelo sustentado en el sector servicios (especialmente en el turismo), y que se plasma en la progresiva aparición de una población flotante y residente cada vez más numerosa.

Además, es probable que, teniendo en cuenta la evolución estadística precedente, en los próximos años se continúe la misma tendencia. Para comprobar este punto,

²¹ Según el *Padrón Municipal de Habitantes 2008*, INE 2009.

realizamos previsiones. Esta tarea es posible gracias a la contribución, en estadística, de la Teoría de las series temporales, que, en nuestro caso, una vez analizada la evolución de la población hasta nuestros días y evidenciada la ausencia de comportamiento cíclico, nos lleva a ajustar 11 rectas²² y medir la desviación y la bondad de ajuste de éstas con los datos reales. Una vez se ha realizado exhaustivamente este procedimiento, se concluye que el modelo cúbico²³ es el que se asemeja en mayor medida a los datos poblacionales. Si prolongamos esta recta hasta el infinito (futuro), obtenemos los datos que pueden observarse en la tabla siguiente, donde aparece una proyección de población basada en la evolución anterior desde²⁴ 1986.

Según las estimaciones realizadas, **en 10 años la población de Benicàssim sería de unos 22.930 habitantes**, lo que evidencia una ralentización del crecimiento demográfico, situándose en tasas próximas a la mitad de la de los últimos 20 años (por ejemplo, de 2000 a 2010 el incremento poblacional fue de un 62,10%, frente al 19,14% estimado desde 2010 a 2019).

²² Utilizamos 11 rectas: lineal, logarítmica, inversa, cuadrática, cúbica, potencial, compuesta, s-curva, logística, curva de crecimiento y exponencial.

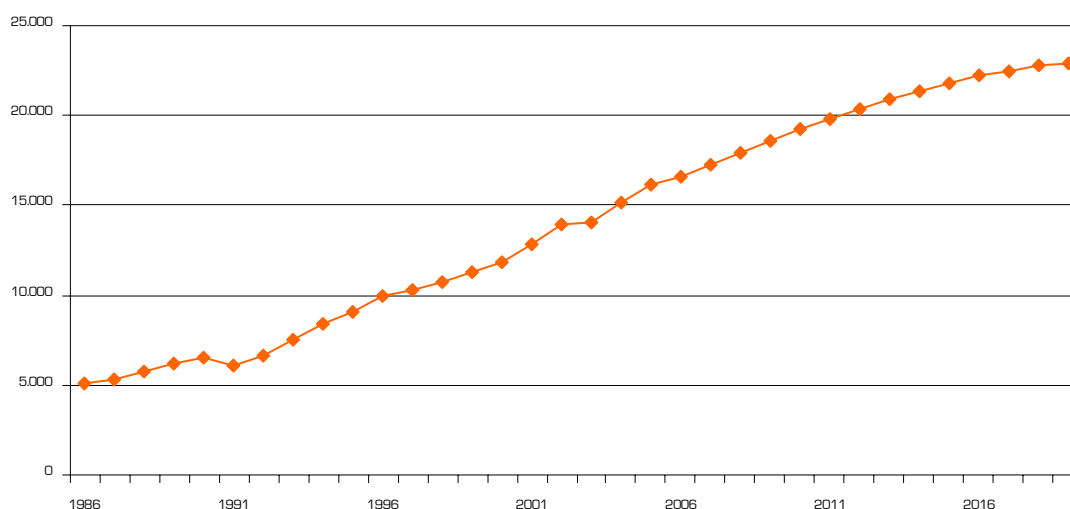
²³ Conseguía un elevado ajuste cuadrado del 0,980, el modelo era estadísticamente significativo y gráficamente reproducía fielmente la evolución de la población en nuestro municipio.

²⁴ No poseemos datos anteriores a 1986, y somos conscientes de la precaución con que deben tratarse las previsiones basadas únicamente en una evolución demográfica pretérita tan escueta. No obstante, dado que tenemos una serie de casi 25 años (intervalo que suele considerarse suficiente para realizar predicciones fiables), continuaremos con nuestra estimación, llamando una vez más a la prudencia en su interpretación.

Año	Población	Diferencia
1986	5.110	-
1990	6.565	28,47
1995	9.037	37,65
2000	11.874	31,39
2005	16.200	36,43
2010	19.247	18,81
2015	21.823	13,39
2019	22.930	5,07

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes, INE 2009.

Tabla 6: Estimación de la población de Benicàssim hasta 2019 según evolución demográfica de los últimos 23 años.



En conclusión, se trata de un municipio ligeramente joven desde el punto de vista demográfico, con mayor proporción de varones y con un patrón de incremento poblacional moderado en los últimos años, que permite prever futuros aumentos con una intensidad similar siempre y cuando confluyan una serie de elementos de coyuntura que sean favorables.

Por lo tanto, disponemos de un sustrato poblacional joven capaz de acceder a las necesidades de mano de obra del sector turístico, y a la vez con capacidad de crecimiento poblacional, lo que permitirá mantener la oferta complementaria en periodos donde la demanda turística no sea tan fuerte.

5.

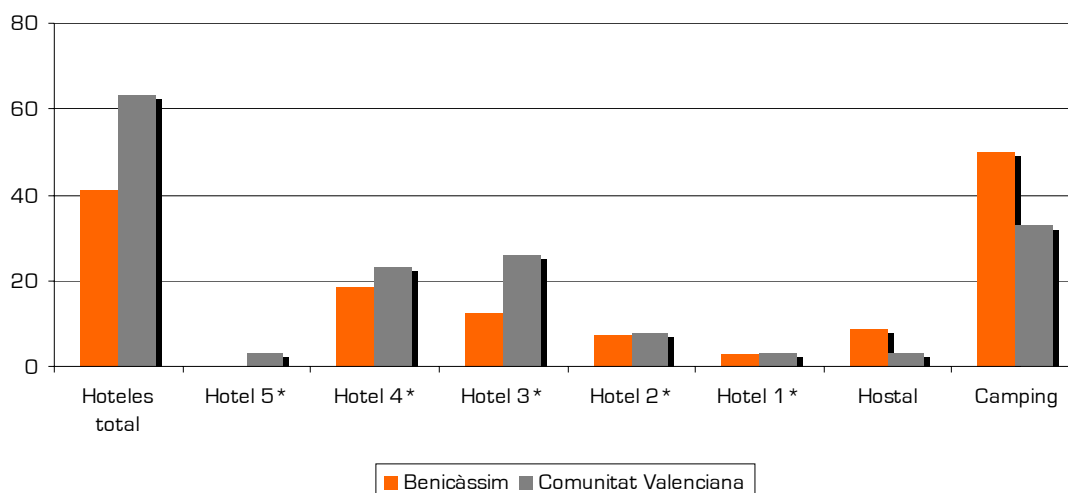
Oferta turística

En primer lugar, abordaremos algunos detalles de la oferta en establecimientos turísticos en Benicàssim, con los que poder esbozar una panorámica de la capacidad de acogida del municipio.

Tipo de alojamiento	Benicàssim				Comunitat Valenciana			
	Establecimientos		Plazas		Establecimientos		Plazas	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Hoteles	15	51,72	2.544	41,27	692	69,34	121.160	63,52
5 estrellas	-	-	-	-	20	2,00	6.328	3,32
4 estrellas	3	10,34	1.134	18,40	138	13,83	44.161	23,15
3 estrellas	4	13,79	766	12,43	241	24,15	49.619	26,02
2 estrellas	5	17,24	466	7,56	176	17,64	15.154	7,95
1 estrella	3	10,34	178	2,89	117	11,72	5.898	3,09
Hostales y pensiones	9	31,03	538	8,73	197	19,74	6.539	3,43
Camping	5	17,24	3.082	50,00	109	10,92	63.032	33,05
Total	29	100	6.164	100	998	100	190.731	100

Fuente: El turismo en la Comunitat Valenciana 2008, y número de alojamientos y plazas en Benicàssim, Agència Valenciana de Turisme 2009.

Tabla 7: Comparativa de alojamientos hoteleros y camping de Benicàssim y la Comunitat Valenciana.



En la tabla y gráfico anteriores apreciamos una comparativa entre la dotación en establecimientos hoteleros y camping²⁵ de Benicàssim y de la Comunitat Valenciana.

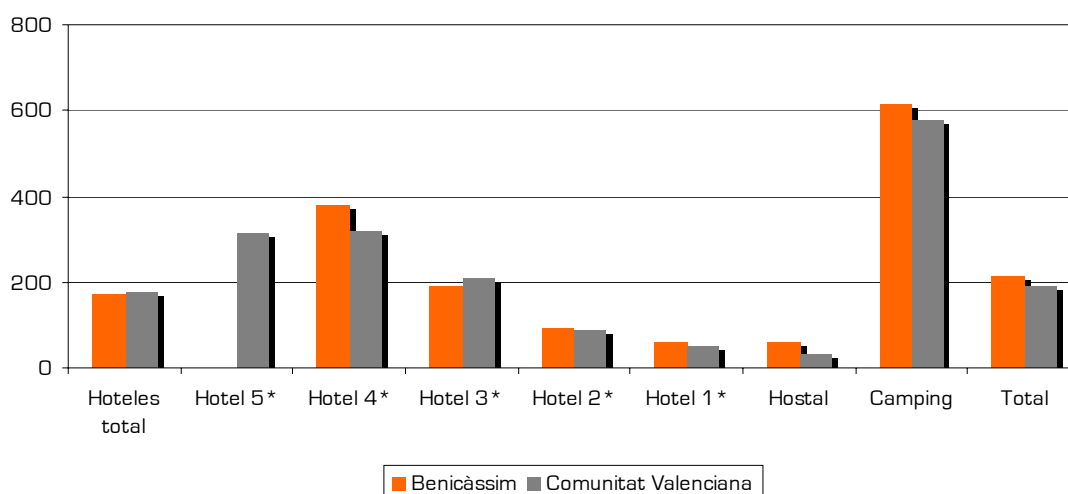
²⁵ No incluimos en esta comparativa los apartamentos de alquiler, pues no poseemos datos sobre las plazas a nivel de la Comunitat Valenciana. No obstante, a continuación detallaremos también su incidencia a nivel municipal en Benicàssim.

En ella vemos que, tanto si consideramos el número de establecimientos como las plazas disponibles en los mismos, **la capacidad de carga es proporcionalmente superior en hoteles²⁶ a nivel autonómico, ocurriendo lo contrario cuando nos centramos en los hostales/pensiones o en los camping.** Así, por ejemplo, los establecimientos hoteleros representan un 41,27% de las plazas regladas en Benicàssim, frente al 63,52% en la Comunitat Valenciana. Los camping acaparan la mitad de las plazas en el municipio, mientras que sólo alcanzan el 33,05% en el territorio valenciano. Por otro lado, casi 9 de cada 10 camas en Benicàssim pertenecen a hostales, mientras que en el cómputo autonómico el porcentaje se reduce al 3,43%.

Tipo de alojamiento	Benicàssim	Comunitat Valenciana
Hoteles	169,60	175,09
5 estrellas	-	316,40
4 estrellas	378,00	320,01
3 estrellas	191,50	205,89
2 estrellas	93,20	86,10
1 estrella	59,33	50,41
Hostales y pensiones	59,78	33,19
Camping	616,40	578,28
Total	212,55	191,11

Fuente: El turismo en la Comunitat Valenciana 2008, Agència Valenciana de Turisme 2009.

Tabla 8: Comparativa del tamaño medio de los establecimientos hoteleros y camping de Benicàssim y la Comunitat Valenciana.



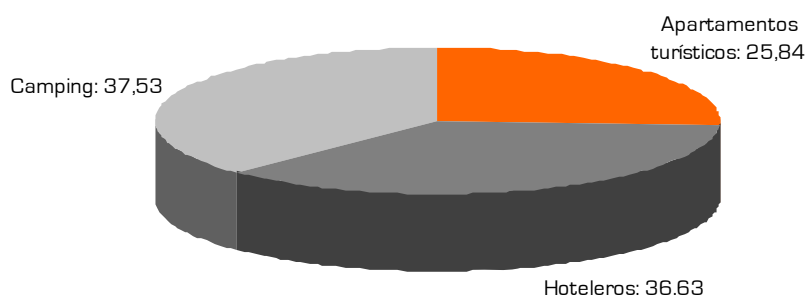
²⁶ Especialmente en hoteles de mayor categoría. Hay que destacar, por ejemplo, que en Benicàssim no hay hoteles de 5 estrellas.

En cuanto al **tamaño medio**²⁷ de los establecimientos, en la tabla y gráfico anteriores vemos que **este parámetro es ligeramente superior en hoteles**²⁸ a nivel de la **Comunitat Valenciana, invirtiéndose la tendencia en el caso de los hostales** (casi 60 plazas por establecimiento en Benicàssim y 33,19 en la Comunitat Valenciana) y **los camping** (en este caso la diferencia no es tan acusada). En consecuencia, el balance es superior en nuestro municipio si consideramos todas las tipologías en su conjunto: 212,55 frente a 191,11 plazas.

<i>Tipo de alojamiento</i>	<i>Plazas</i>	<i>%</i>
<i>Apartamentos turísticos</i>	<i>2.174</i>	<i>25,84</i>
<i>Hoteleros</i>	<i>3.082</i>	<i>36,63</i>
<i>Camping</i>	<i>3.158</i>	<i>37,53</i>
<i>Total</i>	<i>8.414</i>	<i>100</i>

Fuente: *El turismo en la Comunitat Valenciana 2008, Agència Valenciana de Turisme 2009.*

Tabla 9: Oferta turística reglada total de Benicàssim.



Seguidamente nos centraremos de forma exclusiva²⁹ en Benicàssim. Vemos en la tabla y gráfico precedentes que **la oferta reglada**³⁰ **es superior en camping**

²⁷ Es decir, el número de plazas por establecimiento.

²⁸ Aunque esto probablemente se deba a que, como hemos comentado antes, en Benicàssim no hay hoteles de 5 estrellas. De hecho, si el lector mira atentamente la tabla 8 apreciará que el tamaño medio de los establecimientos hoteleros de 4, 2 y 1 estrella es superior en Benicàssim.

²⁹ Aquí incluiremos en el análisis a las empresas explotadoras de apartamentos turísticos. Por otro lado, quedan fuera los establecimientos que se utilizan como segunda residencia de uso turístico y todos los que se alquilan sin pasar por las agencias de alquileres turísticos de Benicàssim. En el subapartado *B.1. Tipología de alojamiento* trataremos de cuantificar, en la medida de lo posible, el montante que puede representar esta importante oferta alternativa.

(37,53%, con un total de 3.158 plazas) y **establecimientos hoteleros** (36,63% y 3.082 camas), **frente a los apartamentos turísticos**, que poseen 26 de cada 100 plazas cuantificadas en el municipio.

Pasamos a centrarnos finalmente en la oferta complementaria de Benicàssim. Empezaremos con la hostelería:

Tipo de establecimiento	Benicàssim					Comunitat Valenciana				
	Establecim.		Plazas		Tamaño medio	Establecim.		Plazas		Tamaño medio
	N	%	N	%		N	%	N	%	
ψ	54	66,67	2.778	51,66	51,44	8.396	69,32	532.143	62,94	63,38
ψψ	27	33,33	2.599	48,34	96,26	3.627	29,95	302.097	35,73	83,29
ψψψ	-	-	-	-	-	74	0,61	9.958	1,18	134,57
ψψψψ	-	-	-	-	-	13	0,11	1.222	0,14	94,00
ψψψψψ	-	-	-	-	-	2	0,02	122	0,01	61,00
Total	81	100	5.377	100	66,38	12.112	100	845.542	100	69,81

Fuente: El turismo en la Comunitat Valenciana 2008, y número de restaurantes y plazas en Benicàssim, Agència Valenciana de Turisme 2009.

Tabla 10: Comparativa de los establecimientos de hostelería de Benicàssim y la Comunitat Valenciana según categoría.

Podemos apreciar que, a pesar de que en Benicàssim no hay restaurantes de más de 2 tenedores, **la distribución en cuanto a establecimientos de 1 y 2 tenedores es similar a la observada en la Comunitat Valenciana**. Si tenemos en cuenta el número de plazas, la distancia es algo superior, a favor de Benicàssim en restaurantes de 2 tenedores, ocurriendo lo contrario en los de categoría³¹ inferior. En total, **nuestro municipio posee 81 establecimientos de estas características, que albergan 5.377 plazas**.

Para relativizar los datos anteriores en función de la población, la mejor comparativa nos la da el **índice³² dotacional**. Así, en la tabla siguiente vemos que, en base a este indicador, tanto si tenemos en cuenta el número de establecimientos como las plazas disponibles, **la oferta es proporcionalmente superior en Benicàssim** (45,33 restaurantes por cada 10.000 habitantes, casi doblando³³ la cifra autonómica). Este aspecto nos confirma nuestro carácter turístico, ya que esta capacidad de carga

³⁰ U oficial, aunque en el caso de los apartamentos turísticos, tal como reza el apartado 3. Metodología, se han introducido otras inmobiliarias que ofrecen este servicio.

³¹ Esta tendencia se reproduce asimismo en referencia al tamaño medio de los establecimientos.

³² Se refiere al número de plazas o establecimientos por cada 10.000 habitantes.

sólo se explica como una oferta para dar servicio en periodos de máxima afluencia de visitantes.

Tipologías	Benicàssim		Comunitat Valenciana	
	Establecim. *	Plazas *	Establecim. *	Plazas *
Restaurantes	45,33	3.008,95	24,08	1.681,13
Ψ	30,22	1.554,56	16,69	1.058,02
ΨΨ	15,11	1.454,39	7,21	600,64
ΨΨΨ	-	-	0,15	19,80
ΨΨΨΨ	-	-	0,03	2,43
ΨΨΨΨΨ	-	-	0,00	0,24
	45,33	3.008,95	24,08	1.681,13

* Se trata del número de establecimientos o plazas por cada 10.000 habitantes.

Fuente: El Turismo en la Comunitat Valenciana 2008, número de restaurantes y plazas en Benicàssim, Agència Valenciana de Turisme 2009, y Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 11: Comparativa de los índices de dotación de establecimientos y plazas de restauración en Benicàssim y la Comunitat Valenciana según categoría.

El último aspecto a tratar en este apartado es la oferta complementaria en agencias de viajes:

Tipología comercial de las agencias	Benicàssim			Comunitat Valenciana		
	Establecim.	%	Dotación *	Establecim.	%	Dotación *
Minoristas	-	-	-	906	57,97	1,80
Mayoristas	-	-	-	20	1,28	0,04
Mayoristas-minoristas	2	100,00	1,12	637	40,75	1,27
Total	2	100	1,12	1.563	100	3,11

* Número de agencias de viajes por cada 10.000 habitantes.

Fuente: El Turismo en la Comunitat Valenciana 2008, número de agencias de viajes Benicàssim, Agència Valenciana de Turisme 2009, y Padrón Municipal de Habitantes 2008, INE 2009.

Tabla 12: Comparativa del número de agencias de viajes en Benicàssim y la Comunitat Valenciana según tipología comercial.

Estos establecimientos son cruciales a la hora de canalizar adecuadamente gran parte del flujo turístico. No obstante, en Benicàssim tan sólo detectamos 2 negocios de este tipo, una dotación bastante inferior³⁴ (1,12 agencias por cada 10.000 habitantes) a la observada para el conjunto de la Comunitat Valenciana (3,11).

³³ Ocurre lo mismo con el número de plazas (3.008,95 por cada 10.000 habitantes en Benicàssim y 1.681,13 a nivel de la Comunitat Valenciana).

³⁴ Esto ocurre porque las agencias de nuestro municipio ofrecen los servicios a los residentes, ya que los turistas canalizan sus reservas y organizan sus viajes normalmente por medio de las agencias existentes en su lugar de origen.

6.

Ocupación

Tras esbozar en grandes líneas la oferta turística reglada disponible en el municipio, pasamos seguidamente a considerar la ocupación³⁵ de los establecimientos turísticos, un aspecto que entra ya en el bloque relativo³⁶ a la demanda:

Periodo	Hoteles	Hostales/ pensiones	Camping	Apartamentos
<i>Puente San José</i>	77,03	-	63,99	32,67
<i>Semana Santa</i>	63,21	10,14	57,66	28,96
<i>Puente 1 de mayo</i>	53,14	6,67	76,85	26,88
<i>Junio</i>	60,30	3,08	39,13	51,15
<i>Julio</i>	70,43	37,20	61,49	78,14
<i>Agosto</i>	73,43	20,53	68,68	85,99
<i>Septiembre</i>	46,88	14,29	48,86	48,97
<i>Puente de octubre</i>	73,80	-	58,77	13,64

Fuente: Realización propia a través de la Encuesta de ocupación de establecimientos no hoteleros y Encuesta de ocupación de establecimientos hoteleros de la Oficina de Turismo de Benicàssim, 2009.

Tabla 13: Grado de ocupación en los establecimientos turísticos de Benicàssim según periodo.

Podemos apreciar que **los meses veraniegos de julio y agosto son de especial bonanza para los apartamentos** (85,99% en agosto y 78,14% en julio), existiendo una diferencia importante respecto a los anteriores³⁷ periodos. **Ocurre lo mismo para los hostales/pensiones, aunque en este caso la ocupación globalmente es muy inferior** (de hecho, es la más baja), alcanzando sólo un 37,20% en julio y un 20,53% en agosto). **En cuanto a los hoteles y camping, la distribución de la ocupación por meses no es tan asimétrica.** En los establecimientos hoteleros destacan los datos del puente de San José (77,03%), del puente de octubre (73,80%) y de agosto (73,43%), en oposición principalmente a los de septiembre (46,88%). Los camping, por su parte, tienen una ocupación superior durante el puente del 1 de mayo (76,85%), aquí frente al mes de junio (39,13%).

³⁵ Se trata de la ocupación disponible, o el número de plazas ocupadas con respecto a las disponibles o abiertas al público (se desestiman en este caso las plazas de los establecimientos que permanecen cerrados). Este proceder sigue las pautas metodológicas de la Agència Valenciana de Turisme.

³⁶ Recordar la división en dos bloques de oferta y demanda, ya comentada en la introducción.

³⁷ Especialmente frente a octubre, que registra una ocupación del 13,64%.

7.

Perfil del turista de Benicàssim

Procederemos seguidamente a caracterizar al turista que viene a nuestra ciudad, en base a criterios sociodemográficos y socioeconómicos, así como en función de las actividades que manifiesta realizar durante su estancia.

7.1. Perfil sociodemográfico

<i>¿De dónde es originario usted?</i>	<i>%</i>	<i>% acumulado</i>
<i>Valencia capital</i>	<i>9,89</i>	<i>9,89</i>
<i>Resto Comunitat Valenciana</i>	<i>13,46</i>	<i>23,35</i>
<i>Total Comunitat Valenciana</i>	<i>23,35</i>	<i>-</i>
<i>Comunidad de Madrid</i>	<i>29,32</i>	<i>52,68</i>
<i>Aragón</i>	<i>5,94</i>	<i>58,62</i>
<i>Castilla la Mancha</i>	<i>3,91</i>	<i>62,53</i>
<i>Resto de España</i>	<i>9,67</i>	<i>72,20</i>
<i>Total resto de España</i>	<i>48,84</i>	<i>-</i>
<i>Francia</i>	<i>7,87</i>	<i>80,06</i>
<i>Reino Unido</i>	<i>7,42</i>	<i>87,48</i>
<i>Italia</i>	<i>6,28</i>	<i>93,76</i>
<i>Resto mundo</i>	<i>6,24</i>	<i>100,00</i>
<i>Total resto del mundo</i>	<i>27,80</i>	<i>-</i>
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 14: Nacionalidad del turista de Benicàssim.

Podemos apreciar que **destaca el contingente de españoles no valencianos** (48,84% de los casos). Dentro **de este grupo**, sobresalen **los que provienen de la Comunidad de Madrid**, pues **representan un 29,32%** de la muestra total.

Un 23,35% procede de la Comunitat Valenciana (9,89% de la capital) y **hasta 28 de cada 100 son de origen³⁸ extranjero**, principalmente franceses (7,87%) o

³⁸ En el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim 2000* aparecía un 29,80% de madrileños, porcentaje muy similar al obtenido en el presente trabajo, en virtud de la prueba no paramétrica Chi-cuadrado. No obstante, allí la proporción de extranjeros era exigua (2,70%), aunque hay que dejar claro que esta distancia se debe sobretodo a las diferentes metodologías empleadas,

ingleses (7,42%), aunque los italianos conforman asimismo un conglomerado relativamente numeroso (6,28%).

Por otra parte, **la proporción de mujeres es superior a la de varones** (54,07% frente a 45,93% respectivamente), rebasando incluso la *sex ratio* que suele ser habitual en la población³⁹ general.

En referencia al ciclo vital, comentar que **la edad promedio del turista de Benicàssim es de 46,40 años** (mediana de 46⁴⁰). Los sectores más mayores se corresponden con el grupo de españoles, frente a los extranjeros, principalmente los ingleses, que constituyen el colectivo más⁴¹ joven.

7.2. Caracterización socioeconómica

Plantearemos a partir de aquí una serie de aspectos de índole socioeconómica que ayudan a completar el perfil anteriormente descrito. En primer lugar, comentaremos la situación laboral del turista. Previamente, hemos de matizar que se han empleado dos formatos: en uno se evalúa el status laboral del entrevistado y en otro el del cabeza de familia. Tal distinción se justifica sobradamente debido a que ambas

pues en aquel documento no se utilizaban hojas de contacto para ponderar los datos por nacionalidad (ver apartado 3. Metodología), con lo que se subestimaba la proporción de extranjeros. A colación de esto, hay que resaltar que, durante el informe, en algunos puntos se utilizará este estudio como referencia comparativa, siempre que el formato de preguntas coincida. Debe tenerse en cuenta en todo momento el importante lapso temporal entre ambas investigaciones, además de las diferencias metodológicas esgrimidas, con lo que las comparaciones se tomarán con prudencia. Respecto a la prueba Chi-Cuadrado, resaltar que se trata de un procedimiento no paramétrico indicado en este caso, pues hay que de comparar datos categóricos de dos muestras que no sabemos si proceden de la misma población. Chi-Cuadrado establece si la diferencia entre las frecuencias esperadas (el dato a comparar) y las observadas (nuestro dato) son significativas. Utilizaremos esta prueba para verificar todas las comparaciones que aparezcan entre nuestro estudio y el efectuado en 2000.

³⁹ A nivel de la Comunitat Valenciana la distribución por sexos en 2008 era de un 49,87% de varones frente a un 50,13% de mujeres, según el *Padrón Municipal de Habitantes 2008*, INE 2009. No obstante, esta pequeña diferencia probablemente se deba a la aleatoriedad de la muestra, y en todo caso no es estadísticamente significativa, según los contrastes aplicados.

⁴⁰ La mediana es el valor que deja por arriba y por debajo de sí el 50% de las observaciones. Se trata de un estadístico de tendencia central que elimina el efecto de los valores extremos.

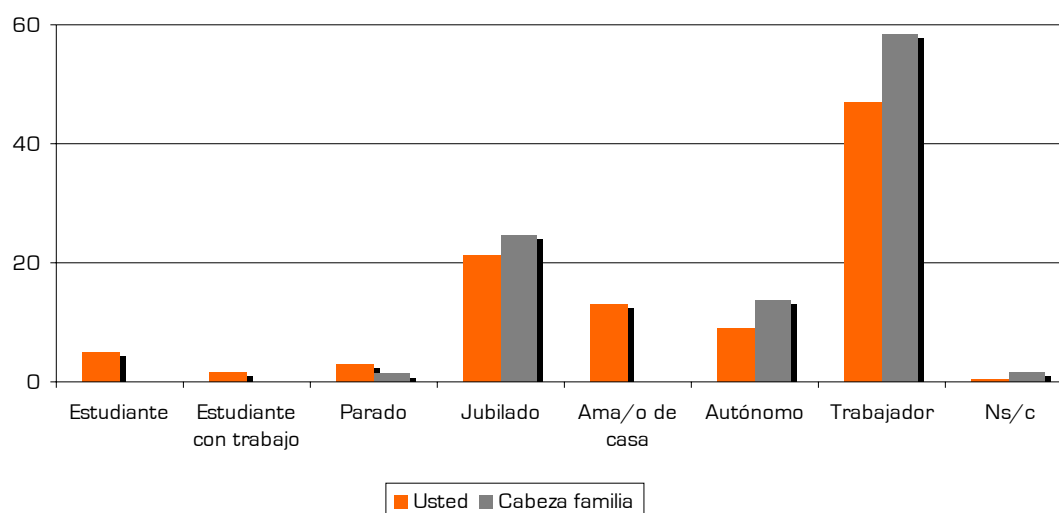
⁴¹ Esto ocurre así porque los ingleses conforman una parte importante de la afluencia al Festival Internacional de Benicàssim 2009 (en adelante FIB 2009), como podremos comprobar más adelante en el subapartado 7.3. Tipología de turista. Además, este colectivo está compuesto por gente de menor edad.

variables suelen segmentar los datos de forma diferencial en función de la naturaleza de la cuestión⁴² abordada.

¿Cuál es la situación laboral de...?	Usted	Cabeza de familia
<i>Estudiante exclusivamente</i>	4,85	-
<i>Estudiante con trabajos esporádicos</i>	1,81	0,07
<i>Parado</i>	2,95	1,38
<i>Jubilado</i>	21,33	24,83
<i>Ama/o de casa</i>	13,05	-
<i>Autónomo</i>	8,87	13,74
<i>Trabajador cuenta ajena</i>	46,84	58,30
<i>Ns/c</i>	0,30	1,68
Total	100	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 15: Situación laboral del turista de Benicàssim.



Una vez realizada la anterior precisión, en la tabla y gráfico precedentes podemos comprobar que, **si nos atenemos a la situación del entrevistado, un 46,84% son asalariados y 21 de cada 100 jubilados**. Las amas/os de casa representan un 13,05% [siendo en su gran mayoría mujeres⁴³ españolas con un perfil de edad bastante avanzado], mientras que el colectivo de autónomos o empresarios se sitúa

⁴² Por ejemplo, para los aspectos valorativos se empleará la situación laboral del entrevistado, mientras que para otros de naturaleza pecuniaria como el gasto o el nivel socioeconómico, utilizaremos la del cabeza de familia, que es quien decide la distribución del dispendio en el hogar o quien controla el dinero.

⁴³ Lo cual nos indica la prevalencia de este rol, por desgracia, clásicamente femenino en nuestra sociedad.

en un 8,87% (siendo en mayor medida varones⁴⁴ y extranjeros no ingleses). Los estudiantes (exclusivos o con trabajos esporádicos) suman un 6,66%, en este caso preferentemente jóvenes de nacionalidad inglesa⁴⁵).

Centrándonos tan solo en el **cabeza de familia, en este caso adquieren peso sobretudo los encuestados activos laboralmente** (el conjunto de trabajadores se incrementa hasta un 58,30% y el de los empresarios a un 13,74%) **y, en menor medida, los pensionistas** (pasan a constituir un 24,83%), en detrimento del resto.

En cuanto al nivel de estudios, podemos afirmar que **hasta un 57,85% declara no tener estudios universitarios, aunque 36 de cada 100 han superado alguna formación⁴⁶ superior**. El resto se muestra indeciso o prefiere no contestar a esta cuestión. El grado de estudios alcanzado se incrementa en autónomos y estudiantes (con trabajos esporádicos), sobretudo frente a los jubilados, así como en encuestados jóvenes.

Debemos introducir en este momento una variable asimismo esencial para profundizar en el perfil del turista de Benicàssim: **el nivel socioeconómico**. Cuando intentamos averiguar a través de preguntas directas el montante de los ingresos económicos, nos encontramos con que esta tarea suele resultar infructuosa, debido a que habitualmente se da mucha indecisión o negativas a responder por parte de los entrevistados, con una elevada variabilidad en la distribución de datos resultante. A ello hay que añadir el sesgo de deseabilidad social, que puede hacer que algunas personas sobredimensionen sus ingresos. Estas restricciones nos obligan a buscar una forma más indirecta, pero no por ello menos práctica, de medir el nivel socioeconómico. Para ello, hemos planteado a los encuestados las cuestiones que aparecen en la tabla y gráfico siguientes. Podemos comprobar que **es muy frecuente en el turista de Benicàssim llegar sin problemas a fin de mes** (un 87% así lo

⁴⁴ Confirmando asimismo la desigualdad de roles sexuales.

⁴⁵ Nuevamente hemos de comentar que es probable que esto se deba a la afluencia británica al FIB 2009. Este hecho va a condicionar los resultados, ya que en la mayoría de estudios turísticos realizados el contingente de británicos suele coincidir con poblaciones gerontes, y por extensión, sus hábitos y valoraciones se asocian a su condición.

⁴⁶ Se trata de un porcentaje bastante elevado, superior al dato ofrecido en 2008 por la *Encuesta de condiciones de vida* del INE (24,30%), aunque esta última cifra presenta algunos problemas de comparabilidad, debido a que el INE habla de estudios superiores, no pudiendo determinarse exactamente la proporción de personas que han completado la formación universitaria.

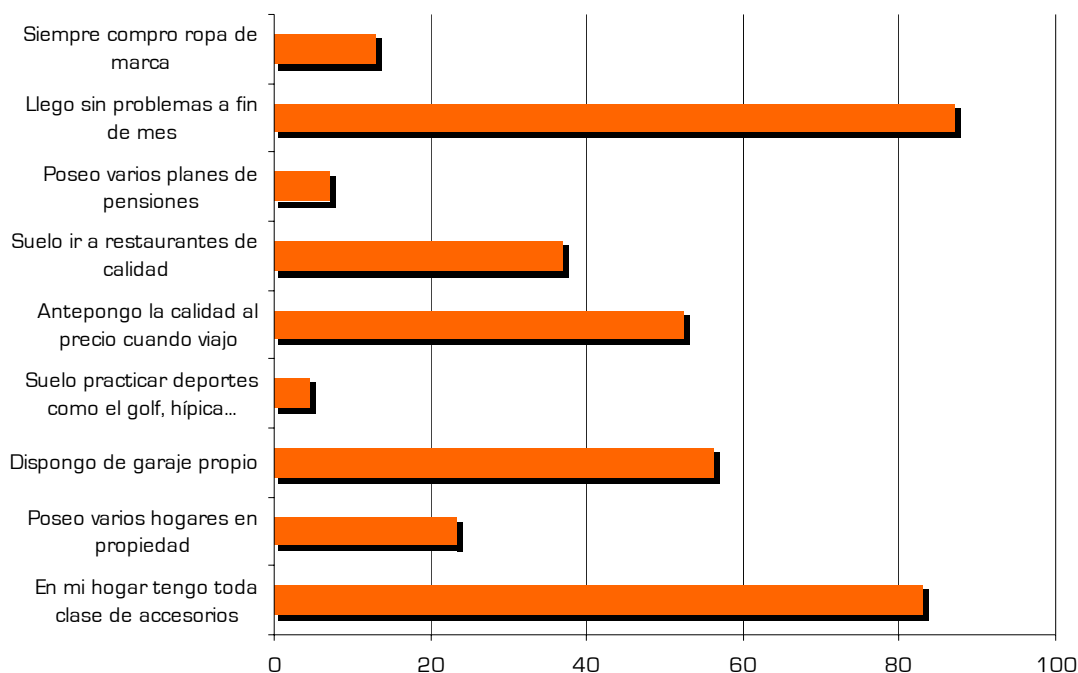
asegura) y tener toda clase de accesorios en casa (83 de cada 100 secundan esta afirmación).

Un 56,13% comenta que tiene garaje propio, y un porcentaje ligeramente inferior declara que antepone la calidad al precio en los viajes. Los aspectos menos habituales son la práctica de deportes como la hípica o el golf (sólo un 4,55%) y la posesión de varios planes de pensiones o fondos de inversión (7,09%).

<i>Dígame si está de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones:</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>	<i>Ns/c</i>
<i>En mi hogar tengo toda clase de accesorios</i>	13,78	82,83	3,39
<i>Poseo varios hogares en propiedad</i>	71,54	23,41	5,05
<i>Dispongo de garaje propio</i>	40,11	56,13	3,76
<i>Suelo practicar deportes como el golf, hípica...</i>	89,54	4,55	5,91
<i>Antepongo la calidad al precio cuando viajo</i>	38,04	52,41	9,55
<i>Suelo ir a restaurantes de calidad</i>	54,70	36,83	8,47
<i>Poseo varios planes de pensiones</i>	84,85	7,09	8,05
<i>Llego sin problemas a fin de mes</i>	6,78	87,00	6,22
<i>Siempre compro ropa de marca</i>	80,83	12,98	6,19

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 16: Nivel socioeconómico del turista de Benicàssim.

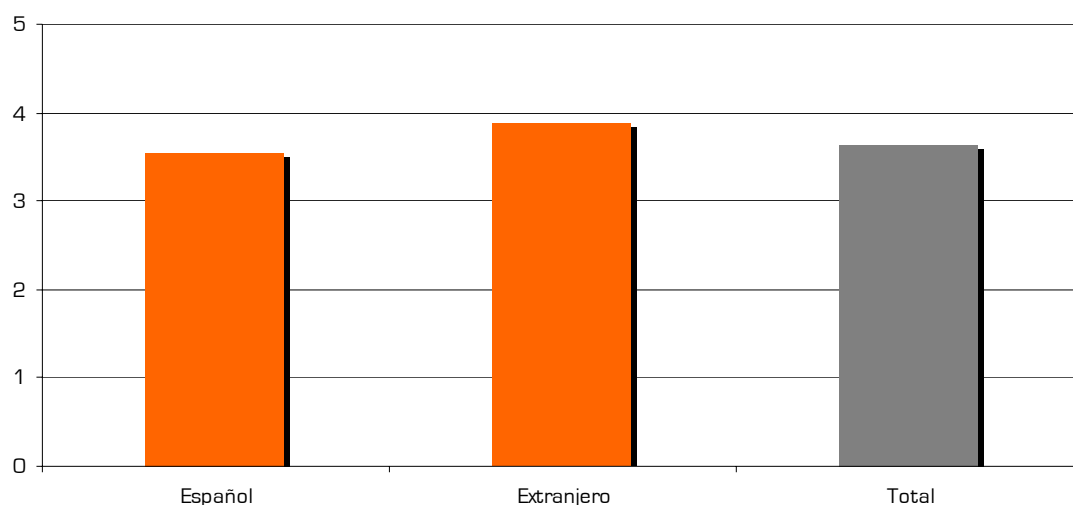


Dado que todas las afirmaciones de la tabla anterior apuntan en la misma dirección (clase social media-alta), y para facilitar el tratamiento de los datos y los cruces con las variables de clasificación ya vistas, optamos por transformar esta pregunta, contando las veces que el encuestado ha contestado afirmativamente a cada uno de los ítems, en una variable continua cuyos valores oscilan entre 0 y 9, donde 9 es que el visitante asiente a todas las aseveraciones planteadas y 0 que admite no poseer o efectuar ninguna de ellas. Esta variable ficticia⁴⁷ mide una nueva dimensión a la que podríamos llamar *Nivel socioeconómico medio*:

<i>Nivel socioeconómico medio</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
Español	3,53	3
Extranjero	3,89	4
Total	3,63	3

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 17: Nivel socioeconómico medio según nacionalidad.



Ateniéndonos a los datos de la tabla 17, vemos que, **en promedio, los turistas de Benicàssim secundan 3,63 de las 9 afirmaciones** planteadas (mediana de 3⁴⁸). Esta

⁴⁷ La llamamos variable ficticia porque no estaba en el cuestionario y la hemos creado *a posteriori*. Sin embargo, ello no le resta importancia, ya que por un lado mide una nueva dimensión que no teníamos contemplada con anterioridad, y por otro, adopta un formato continuo que permite análisis estadísticos muy robustos.

⁴⁸ Los percentiles 25 y 75 se sitúan en 2 y 5, respectivamente. Un percentil es un valor que deja por debajo de si mismo el porcentaje expresado numéricamente. Así, el percentil 25 deja por debajo el 25% de las observaciones en la distribución. En este sentido, la mediana (ya explicada anteriormente) es el percentil 50.

cifra no varía significativamente según la nacionalidad, aunque parece que es inferior en encuestados⁴⁹ ingleses, especialmente frente al resto de extranjeros. Por contra, el nivel socioeconómico se incrementa en autónomos o empresarios, en contraste con los que se encuentran en situación⁵⁰ de desempleo.

7.3. Tipología de turista

Una vez caracterizados a los turistas de Benicàssim demográfica y económicamente, podemos dar un paso más y clasificarlos según sus prioridades en el destino turístico. En la tabla siguiente aparecen las actividades que el visitante realiza en nuestra ciudad:

<i>¿Qué actividades realiza o piensa realizar en Benicàssim?</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>
<i>Ir a la playa</i>	6,61	93,39
<i>Pasear</i>	7,25	92,75
<i>Visitar amigos o familiares</i>	78,73	21,27
<i>Estar en el establecimiento</i>	56,83	43,17
<i>Jugar a las cartas</i>	84,86	15,14
<i>Ir de compras</i>	69,30	30,70
<i>Ir a pubs o discotecas</i>	89,84	10,16
<i>Ir a conciertos del FIB</i>	88,33	11,67
<i>Ir a cafeterías, bares...</i>	28,01	71,99
<i>Ir a restaurantes</i>	55,04	44,96
<i>Hacer excursiones, senderismo...</i>	88,23	11,77
<i>Hacer rutas cicloturísticas</i>	94,12	5,88
<i>Practicar deportes náuticos</i>	98,07	1,93
<i>Practicar otros deportes</i>	93,82	6,18
<i>Realizar visitas culturales</i>	81,20	18,80
<i>Visitar municipios próximos</i>	85,85	14,15
<i>Visitar la Ciudad de las Artes y las Ciencias</i>	98,80	1,20
<i>Descansar</i>	99,94	0,06

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 18: Actividades realizadas por el turista de Benicàssim.

⁴⁹ Nuevamente esto se debe con toda probabilidad al contingente inglés de visitantes del FIB 2009.

⁵⁰ Esta relación es válida tanto si tenemos en cuenta la situación laboral del encuestado como la del cabeza de familia.

Vemos que **ir a la playa y pasear son dos actividades generalizadas** (un 93,39% y un 92,75%⁵¹ las realizan, respectivamente). **Acudir a bares y cafeterías es un acto bastante frecuente**, aunque en menor medida (71,99% de los casos). Un seguimiento intermedio presentan conductas como ir a restaurantes (44,96%) o permanecer en el establecimiento (43,17%⁵²), mientras que otros hábitos como el mero descanso, la práctica de deportes náuticos o la visita a la Ciudad de las Artes y las Ciencias son secundados de forma muy exigua. Además, resulta necesario destacar que hasta un 11,67%⁵³ manifiesta acudir al FIB 2009.

Teniendo en cuenta lo anterior, mediante un Análisis Clúster⁵⁴ se puede llegar a una clasificación del turista en función del seguimiento de sus actividades de ocio en el destino turístico. Empleamos para ello conjuntamente los Métodos Jerárquicos y los No Jerárquicos, siguiendo una metodología que se deriva del estudio de diversos autores especialistas en esta materia. Partimos de un Análisis Jerárquico para la determinación de los grupos objetivos; una vez detectados se repite el análisis con la solución grupal obtenida para el cálculo de los centroides iniciales. Posteriormente efectuamos un Análisis No Jerárquico, introduciendo los centroides iniciales del análisis anterior para obtener los centroides finales y la pertenencia de cada individuo al grupo definitivo.

Los análisis multivariantes de clasificación no tienen estadísticos de bondad de ajuste y significación, con lo que tal tarea está completamente condicionada por la selección de la muestra, la toma de precauciones en cuanto a los valores perdidos, *outliers* (salidas de rango) y transformaciones adecuadas de variables junto a su estandarización. Estas precauciones se tuvieron presentes en el desarrollo del

⁵¹ En el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim 2000*, de la Agència Valenciana de Turisme, ya aparecían estas dos actividades como generalizadas, en el caso de ir a la playa incluso con una frecuencia significativamente superior, en virtud de la prueba Chi-cuadrado.

⁵² En referencia nuevamente al estudio efectuado en 2000, en aquel momento hábitos como acudir a restaurantes o ir de compras eran más frecuentes (72,90% y 61,10%, respectivamente), mientras que la tendencia a permanecer en el establecimiento turístico era muy exigua (7,10%). Todas estas diferencias están avaladas por los contrastes estadísticos aplicados. El cambio observado tal vez se deba a la situación económica general, bastante más holgada en aquel momento.

⁵³ En el estudio efectuado en 2000, un 5,80% de los encuestados manifestaban acudir al FIB en aquella edición. Vemos como este festival de carácter internacional se va afianzando con el paso del tiempo (la diferencia observada es estadísticamente significativa) en nuestra oferta turística.

⁵⁴ Los Análisis *Clúster* o Análisis de Conglomerados son técnicas multivariantes enmarcadas dentro de las de Clasificación, que lo que hacen es agrupar los individuos según proximidad en sus opiniones y/o preferencias.

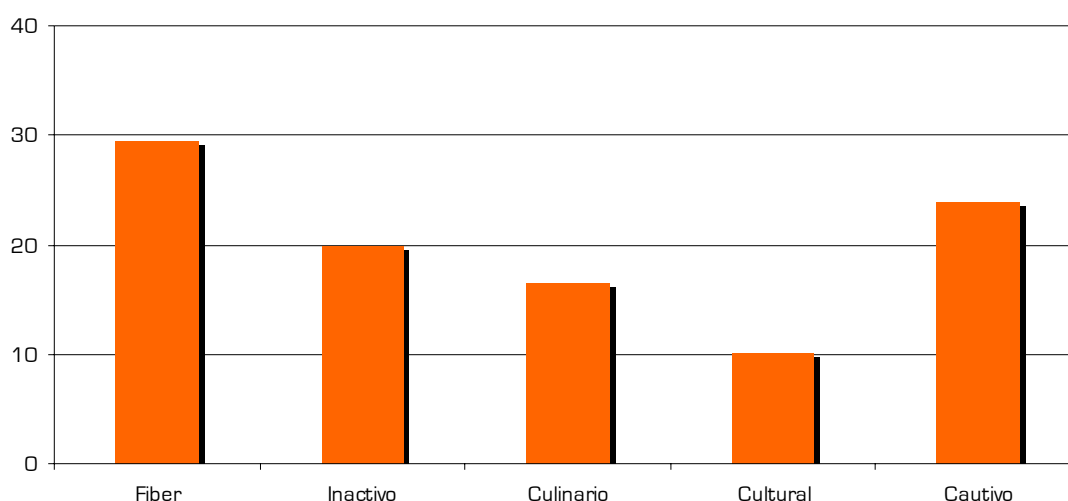
análisis amén de contrastar las diferencias entre los diferentes centroides utilizados y el poder explicativo de las agrupaciones. Una vez realizados estos pasos podemos concluir que el resultado obtenido, a nuestro juicio, ofrece una clasificación aceptable. Así, estamos en condiciones de afirmar que **los turistas de Benicàssim se pueden adscribir a 5 grupos** (ver tabla y gráfico siguientes):

1. **Fiber:** lo llamamos así porque es un visitante que se caracteriza sobretodo por acudir⁵⁵ al FIB 2009. Presenta además, cierta tendencia a ir a cafeterías y bares y una fuerte propensión a bañarse en la playa. Representa al grupo más numeroso, con un 29,42% de los entrevistados, siendo preferentemente estudiantes ingleses⁵⁶ y con un nivel socioeconómico inferior a la media.

Tipología de turista	Fiber	Inactivo	Culinario	Cultural	Cautivo
Español	26,85	19,44	14,35	9,26	30,09
Extranjero	35,71	21,43	22,62	13,10	7,14
Total	29,42	19,97	16,55	10,16	23,90

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 19: Tipología de turista según nacionalidad.



⁵⁵ Aunque hay que dejar claro que no son únicamente los que acuden al FIB 2009, pero tienen un perfil muy similar a éstos.

⁵⁶ Recordemos las referencias anteriores a este hecho como factor explicativo de ciertas relaciones encontradas.

2. **Inactivo:** supone un 20% del conjunto de turistas. Lo definimos como inactivo debido a que no destaca en ningún hábito concreto.
3. **Culinario:** 17 de cada 100 encuestados podrían incluirse en este grupo. La principal característica que los define es su tendencia a acudir a restaurantes (y, en menor medida, a bares y cafeterías), pubs terrazas y discotecas. Además, son de manera preferente extranjeros con un nivel de rentas superior al promedio.
4. **Cultural:** como su nombre indica, este conjunto agrupa a individuos que tienen en común su propensión a las visitas culturales y a municipios próximos. También son turistas que manifiestan cierta predisposición a comer en restaurantes y realizar excursiones. Es el conglomerado menos representativo, con un 10,16% de los casos, en mayor medida encuestados franceses y asalariados, sobretodo frente al colectivo de estudiantes ingleses.
5. **Cautivo:** se trata de un grupo de turistas que se perfilan preferentemente en base al hecho de que suelen permanecer en mayor medida en el alojamiento. Como se verá más adelante, son personas alojadas sobretodo en vivienda propia, y además tienden a realizar con frecuencia visitas a familiares, jugar a las cartas, ir de compras, etc. Estas conductas evidencian en cierto modo un estilo cautivo, propio de turistas que ya tienen cierta experiencia acudiendo al destino. En total suman un 23,90% de los encuestados, principalmente⁵⁷ españoles.

⁵⁷ Y madrileños, sobretodo.

8.

El alojamiento en Benicàssim

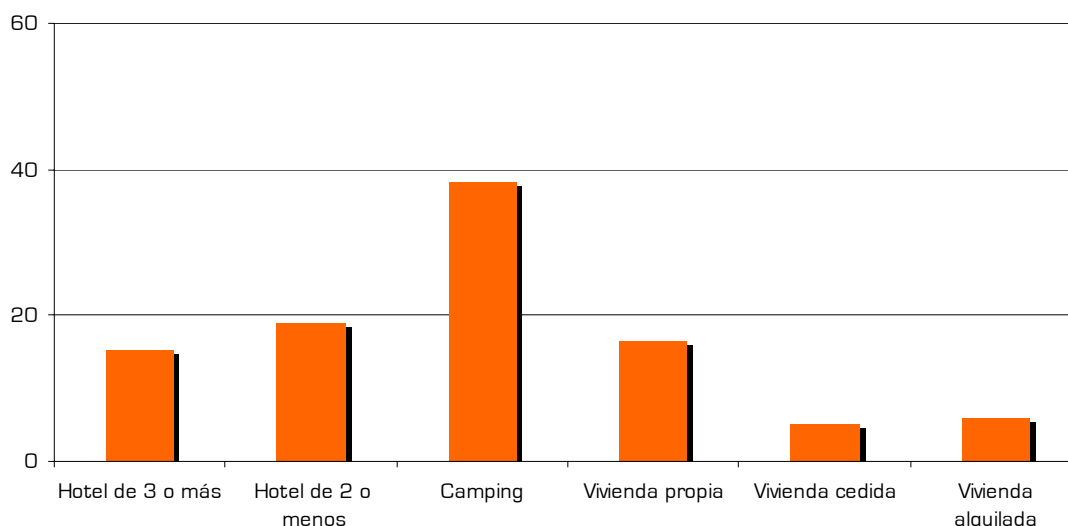
Iniciaremos nuestra disección de los hábitos turísticos del visitante de Benicàssim con una descripción de los pormenores relativos al hospedaje.

8.1. Tipología de alojamiento

<i>¿En qué alojamiento se hospeda usted?</i>	<i>Español</i>	<i>Extranjero</i>	<i>Total</i>
<i>Hotel de 3 o más</i>	<i>11,98</i>	<i>23,81</i>	<i>15,20</i>
<i>Hotel de 2 o menos</i>	<i>11,98</i>	<i>38,10</i>	<i>19,02</i>
<i>Camping</i>	<i>40,09</i>	<i>33,33</i>	<i>38,17</i>
<i>Vivienda propia</i>	<i>21,20</i>	<i>3,57</i>	<i>16,44</i>
<i>Vivienda cedida</i>	<i>6,91</i>	<i>-</i>	<i>5,16</i>
<i>Vivienda alquilada</i>	<i>7,83</i>	<i>1,19</i>	<i>6,01</i>
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 20: Tipología de alojamiento según nacionalidad.



Empezaremos detallando el tipo de alojamiento. Es de rigor matizar previamente que la distribución de turistas alojados en hoteles, camping y establecimientos extrahoteleros que observamos en la tabla anterior viene determinada por la

selección de la muestra, que a su vez se alimenta del número de pernoctaciones⁵⁸ en los alojamientos reglados. Esta distribución, a pesar de ser oficial, no se ajusta a la realidad, debido a que existen establecimientos que no están reglados o que se utilizan como segundas viviendas por parte de propietarios de fuera del municipio que son⁵⁹ turistas. El problema estriba en que este último parámetro es desconocido⁶⁰, con lo que trabajar con una aproximación así supondría basarnos en estimaciones de diversa índole, sin conseguir un dato consistente. De hecho, hemos intentado abordar esta vía, usando los registros procedentes del *Censo de Población y Viviendas 2001*, del Instituto Nacional de Estadística (INE), que nos ha llevado a cuantificar⁶¹ el número de plazas disponibles o capacidad de carga⁶² en alrededor de 62.000 unidades.

Así, la proporción resultante de viviendas de uso turístico⁶³ representaría el 90% de las plazas turísticas del municipio. Dicha cifra puede ser orientativa, dándonos una idea aproximada de la dimensión del fenómeno, pero su escasa precisión y el descomunal volumen (que eclipsaría los resultados⁶⁴ del resto de tipologías turísticas) aconseja tomar en consideración la distribución oficial o reglada, tal y como especificamos en la metodología del presente estudio.

En consecuencia, una vez realizadas las anteriores matizaciones, creemos conveniente centrarnos en la distribución por tipologías de las viviendas secundarias

⁵⁸ Ver apartado 3. Metodología.

⁵⁹ Recordemos la definición de turista esbozada en el apartado 3. Metodología.

⁶⁰ Es imposible saber el número de viviendas que tienen un uso turístico, ya que, por una parte, no figuran en ningún registro oficial, y por otra, su uso puede cambiar con el tiempo (por ejemplo, una vivienda puede emplearse como de alquiler turístico en temporada alta, como segunda residencia no turística en temporada baja, e incluso convertirse en un momento dado en vivienda principal por la cesión del propietario a un familiar). De ahí que no se pueda aplicar ninguna metodología para averiguar la cifra real de este parámetro.

⁶¹ Para este cálculo, se parte del número de viviendas secundarias (dejando fuera las principales y las vacías) del *Censo de Población y Viviendas 2001*, que asciende a 16.013 unidades. Esta cifra se corrige restándole la cantidad de casas secundarias que tienen los residentes empadronados en Benicàssim, que se obtiene a partir de diferentes encuestas sobre vivienda en municipios similares al nuestro. A ello hay que sumarle las viviendas creadas desde 2001 hasta la actualidad (sólo existen datos oficiales hasta 2007 en el *Observatorio Valenciano de la Vivienda*, procedentes del Ministerio de Fomento), corrigiendo la cifra de nuevo con las proporciones anteriores. Para finalizar, se multiplica el dato resultante por el número medio de plazas por vivienda (en concreto 4, calculadas a partir del número de plazas y unidades de las empresas de alquiler turístico de Benicàssim).

⁶² De todas las tipologías de establecimientos (hoteleros, camping y viviendas).

⁶³ Es decir, las viviendas propias, cedidas o alquiladas en sus diversas formas.

⁶⁴ Ponderar la muestra según esta distribución sería lo mismo que usar sólo los datos procedentes de las viviendas secundarias, quedando el resto de información minimizada al extremo.

(obviando⁶⁵ del análisis de frecuencias los hoteles y los camping⁶⁶), pues éste es el único parámetro aleatorio de la presente variable. Así, **del total de moradas de uso turístico, un 59,54% son casas en propiedad** (representan el 16,44% de la muestra), **un 18,69% son cedidas o compartidas** (5,16% de los encuestados), **un 16,22% alquiladas a propietarios o agencias en el lugar de origen del turista, y el resto alquiladas en nuestro destino.**

Los que emplean establecimientos hoteleros son en mayor medida extranjeros y turistas catalogables como culinarios o culturales en la tipología establecida dentro del anterior apartado. Por otro lado, quienes pernoctan en camping son fundamentalmente fibers o inactivos con un nivel socioeconómico inferior a la media. En cuanto a los que acuden a viviendas, se trata preferentemente de españoles (si nos centramos concretamente en la vivienda propia, son sobretodo encuestados madrileños y valencianos clasificables como cautivos y con unas rentas superiores al resto de grupos).

8.2. Valoración del alojamiento

Continuamos con la **valoración** que los turistas efectúan **del alojamiento** en que se hospedan. Así, en la tabla y gráfico siguientes vemos que **las estimaciones son en general muy buenas** (media de 8,06 y mediana de 8⁶⁷). Las opiniones son más comprensivas entre quienes se alojan en vivienda propia o cedida, especialmente frente a los que acuden a camping o moradas en alquiler. También se incrementan las puntuaciones en los siguientes casos:

- Turistas clasificados como cautivos o culinarios, frente a los fibers, en la tipología anteriormente descrita.

⁶⁵ En cualquier caso, emplearemos la distribución en su conjunto como variable de cruce con el resto de factores, por su alto poder explicativo.

⁶⁶ Ya que esta distribución se corresponde con las pernoctaciones obtenidas a partir del porcentaje de ocupación detallado en el apartado 6. *Ocupación*.

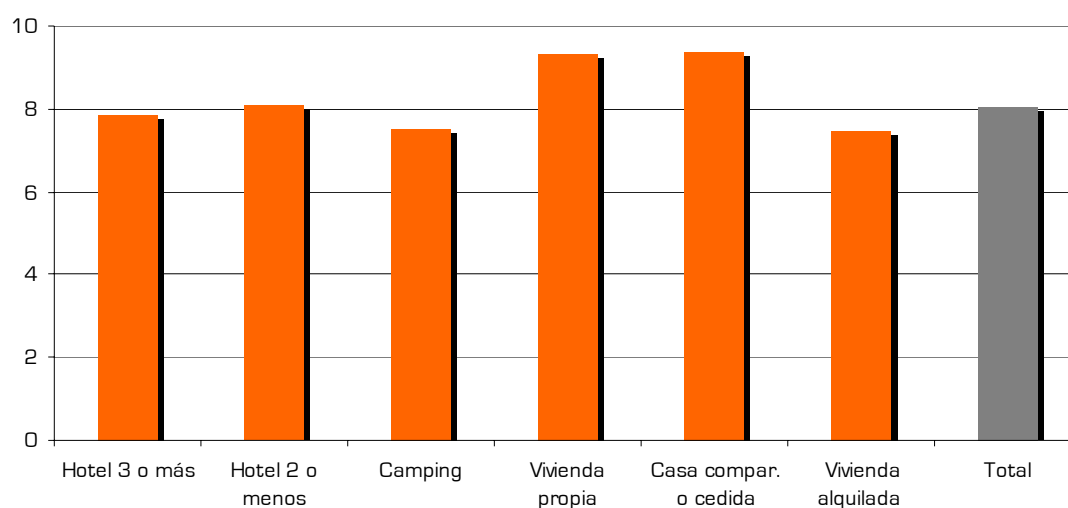
⁶⁷ Además, 21 de cada 100 otorgan un 10 al establecimiento en que pernoctan, y sólo un 1,40% lo suspende por debajo del 5.

- Jubilados y amas/os de casa, en oposición a los desempleados.
- Personas mayores y con un nivel socioeconómico superior.

<i>Valore su alojamiento del 1 al 10</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	7,83	8
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	8,10	8
<i>Camping</i>	7,49	7
<i>Vivienda propia</i>	9,33	10
<i>Casa compartida o cedida</i>	9,38	10
<i>Vivienda alquilada</i>	7,49	8
Total	8,06	8

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 21: Valoración del alojamiento según tipología.



8.3. Mejoras propuestas al alojamiento

Por otro lado, en la tabla siguiente podemos apreciar las mejoras propuestas al hospedaje por los encuestados. Resulta necesario apuntar en este momento un importante matiz metodológico referente a preguntas abiertas con posibilidad múltiple de respuesta. Así, en el presente informe, emplearemos siempre en estos casos una diferenciación entre respondientes y respuestas, representando los primeros el porcentaje de encuestados que responden, y constituyendo las segundas

la proporción del total de respuestas⁶⁸ emitidas. Se trata de una precisión imprescindible si queremos observar el fenómeno en cuestión en toda su amplitud, dado que una misma persona puede dar varias respuestas. Hay que matizar asimismo que esta pregunta se planteó con respuesta espontánea⁶⁹ a los encuestados, sin sugerir en principio ninguna alternativa.

Volviendo a la tabla siguiente, vemos que **hasta 24 de cada 100 turistas** (17,47% de las respuestas) **piensan que no debería mejorar nada**:

<i>¿En qué cree que debería mejorar el alojamiento en que se encuentra?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Nada</i>	23,69	17,47
<i>Más complementos en el alojamiento</i>	22,84	16,84
<i>Aumentar el confort del alojamiento</i>	22,43	16,54
<i>Aislar de ruidos</i>	9,25	6,82
<i>Comercios en las proximidades</i>	7,81	5,76
<i>Ocio en las proximidades</i>	7,18	5,29
<i>Más limpieza</i>	4,61	3,40
<i>Disponer de aparcamientos</i>	4,08	3,01
<i>Revisar funcionamiento de los complementos</i>	3,24	2,39
<i>Más vigilancia</i>	2,13	1,57
<i>Mejorar el trato del personal</i>	1,83	1,35
<i>Mejorar instalaciones</i>	1,73	1,28
<i>Mejorar los accesos al alojamiento</i>	1,65	1,21
<i>Evitar las restricciones de luz</i>	1,57	1,16
<i>Evitar las restricciones de agua</i>	1,31	0,96
<i>Otros</i>	2,34	1,72
<i>Ns/c</i>	17,92	13,22
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 22: Sugerencias de mejora del alojamiento.

La anterior tendencia es especialmente remarcada en mujeres, personas mayores, jubilados (frente a los desempleados, que se muestran más reivindicativos) y turistas que pernoctan en vivienda propia o cedida⁷⁰ y que podrían clasificarse como cautivos.

⁶⁸ En el *Anexo de Tablas* aparecerán las frecuencias en ambos tipos de formatos. Los cruces con las variables de clasificación, por su parte, se efectuarán sólo con la proporción de respuestas, para facilitar el análisis y la comprensión de los datos.

⁶⁹ Las respuestas espontáneas se consideran muy interiorizadas y conforman lo que se llama la Short List o lista corta, en este caso de sugerencias de mejora del alojamiento. El lector interesado al respecto puede acceder al manual de Abascal y Grande, *Fundamentos y técnicas de investigación comercial, 1995*.

⁷⁰ Otorgando una valoración muy buena al establecimiento en que se hospedan.

Entre quienes se decantan por comentar alguna mejora, **destacan las demandas de más complementos en los alojamientos** (secundada por un 22,84%, lo que supone el 16,84% de las respuestas, provenientes en mayor medida de extranjeros con formación superior, que pernoctan en hoteles y que podrían clasificarse como culinarios) **y de un mayor confort** (enumerada con una frecuencia muy similar, sobretodo por fibers⁷¹ ingleses alojados asimismo en hoteles⁷²). Otras mejoras habituales, aunque en menor medida, son el **aislamiento de ruidos** (9,25% de los encuestados la señalan, siendo en este caso sobretodo turistas inactivos, con un bajo nivel socioeconómico y que se hospedan en camping) y la dotación de **más comercios y ocio en las proximidades** (7,81% y 7,18%, respectivamente, aquí de manera preferente personas alojadas en camping y vivienda propia).

En relación con la valoración del alojamiento anteriormente descrita, comentar que los que demandan más limpieza y una mejora de los accesos al establecimiento se muestran generalmente más críticos con el hospedaje.

⁷¹ Frente a los inactivos y cautivos.

⁷² Y, de manera especial, aquellos que se hospedan en establecimientos de mayor categoría.

9.

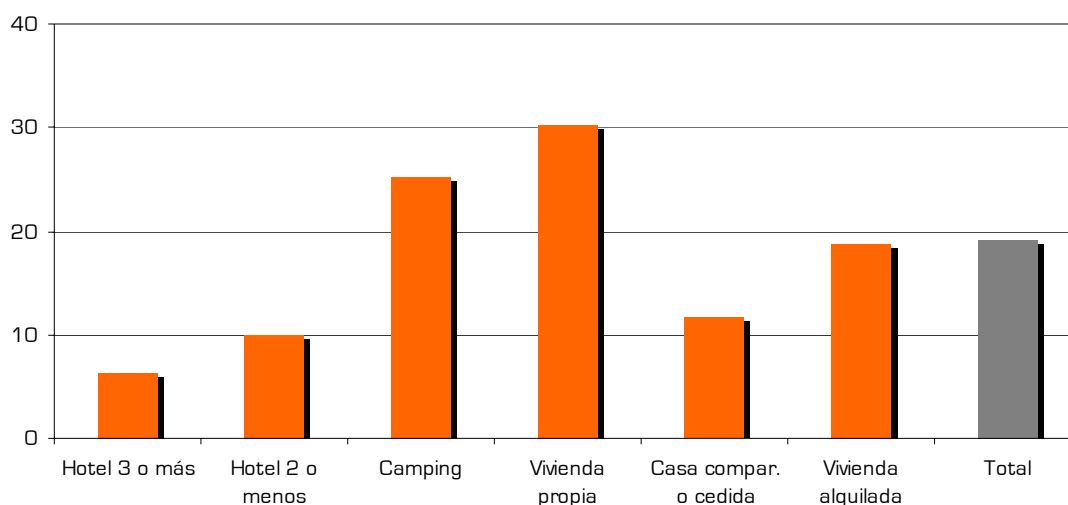
Duración de la estancia

En este breve apartado nos centraremos exclusivamente en el tiempo de permanencia⁷³ del turista en nuestra ciudad durante sus vacaciones:

¿Cuántos días va a pasar usted en Benicàssim en este viaje?	Media	Mediana
Hotel de 3 o más estrellas	6,33	5
Hotel de 2 o menos estrellas	9,88	7
Camping	25,19	7
Vivienda propia	30,18	15
Casa compartida o cedida	11,65	7
Vivienda alquilada	18,78	15
Total	19,15	7

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 23: Duración de la estancia en Benicàssim según tipología de alojamiento.



Vemos que, **en promedio, el turista de Benicàssim permanecerá 19,15 días en el destino**, dato que debería matizarse con la mediana, que es⁷⁴ de 7. La duración de la estancia es superior en españoles (especialmente madrileños y valencianos),

⁷³ De hecho, en el presente estudio, en los siguientes apartados será considerada como una variable de cruce más.

⁷⁴ Además, este último estadístico se encuentra cercano a los estimadores robustos centrales, que oscilan entre los 6,97 y 9,05 días. Los estimadores robustos centrales son estadísticos de tendencia central que minimizan o suprimen el efecto de los valores extremos. Su utilización es adecuada para

personas mayores, jubilados o amas/os de casa (frente a los estudiantes sobretodo), y en individuos con formación no universitaria.

Lógicamente, el alojamiento segmenta los resultados. En este sentido, es interesante utilizar la mediana como indicador esencial. En efecto, este estadístico nos desvela que los turistas alojados en viviendas en propiedad o alquiladas muestran una permanencia claramente superior. Quienes pernoctan en camping, pese a registrar una elevada media, por lo general no superan la semana de estancia, ocurriendo un fenómeno similar respecto a los hospedados en hoteles de 2 o menos estrellas y en casas compartidas o cedidas. Aquellos que pasan la noche en establecimientos hoteleros de mayor categoría son los que declaran un tiempo de estancia inferior.

distribuciones con una elevada variabilidad, como es la nuestra. En concreto, empleamos el M de Huber, el Bponderado de Tukey, el M de Hampel y el Onda de Andrews.

10.

El grupo de visita

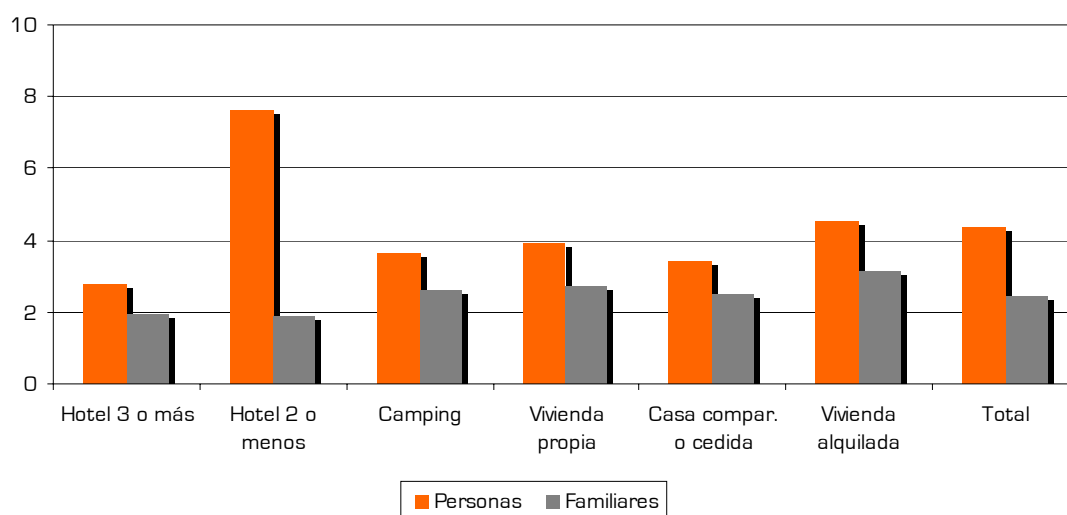
Llegados a este punto, nos interesa averiguar los pormenores relativos al grupo de viaje, concretamente el tamaño y la composición del conjunto de personas que acompañan al turista. Empezaremos por el primero de ellos.

10.1. Tamaño

¿Cuántas personas en total conforman el grupo en el que viaja usted? ¿Y cuántos son familiares?	Personas		Familiares	
	Media	Mediana	Media	Mediana
Hotel de 3 o más estrellas	2,78	2	1,94	2
Hotel de 2 o menos estrellas	7,65	3	1,90	2
Camping	3,65	3	2,61	2
Vivienda propia	3,91	4	2,73	2
Casa compartida o cedida	3,42	3	2,51	2
Vivienda alquilada	4,51	4	3,13	3
Total	4,36	3	2,42	2

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 24: Tamaño del grupo según tipología de alojamiento.



En la tabla y gráfico anteriores podemos apreciar que se ha hecho una distinción explícita entre número de personas y número de familiares (familiares dentro del

grupo que acompaña al turista entrevistado). Ello nos permite profundizar un poco más en esta variable, y en especial en lo relativo al tamaño de la unidad económica familiar que está de viaje. Vemos que **el turista de Benicàssim viene, en promedio, en grupos de 4,36 personas** (mediana⁷⁵ de 3), **de las cuales 2,42 son familiares** (mediana⁷⁶ de 2).

Los estudiantes vienen en grupos de mayor tamaño. Si nos centramos de forma exclusiva en la unidad económica familiar, el volumen de la misma se incrementa en los siguientes casos:

- Encuestados españoles (especialmente valencianos).
- Amas/os de casa y jubilados, sobretodo frente a los estudiantes.
- Turistas cautivos, en contraposición a los fibers.
- Personas alojadas en vivienda o camping (en contraste con los que hacen lo propio en hoteles).
- Individuos que declaran una mayor duración de su estancia en Benicàssim.

10.2. Composición

Pasamos a comentar ahora la estructura o composición del grupo de viaje. En este sentido, en la tabla y gráfico siguientes vemos que **38 de cada 100 entrevistados vienen en familia y un 32,74% lo hace acompañado de su pareja** o cónyuge. Un 15,95% acude con amigos y un 8,92% con familiares y amigos. Sólo un 2,23% viene sólo y un porcentaje ligeramente inferior en grupos organizados.

Los turistas a los que les gusta viajar en familia suelen ser españoles (en mayor medida valencianos) con un nivel socioeconómico superior a la media. Además,

⁷⁵ Prácticamente idéntica a los estimadores robustos centrales, y cercana a la media recortada, que es de 3,49 personas. La media recortada es igual a la media, pero calculada a partir de una distribución a la que se le ha eliminado el 5% de los valores extremos.

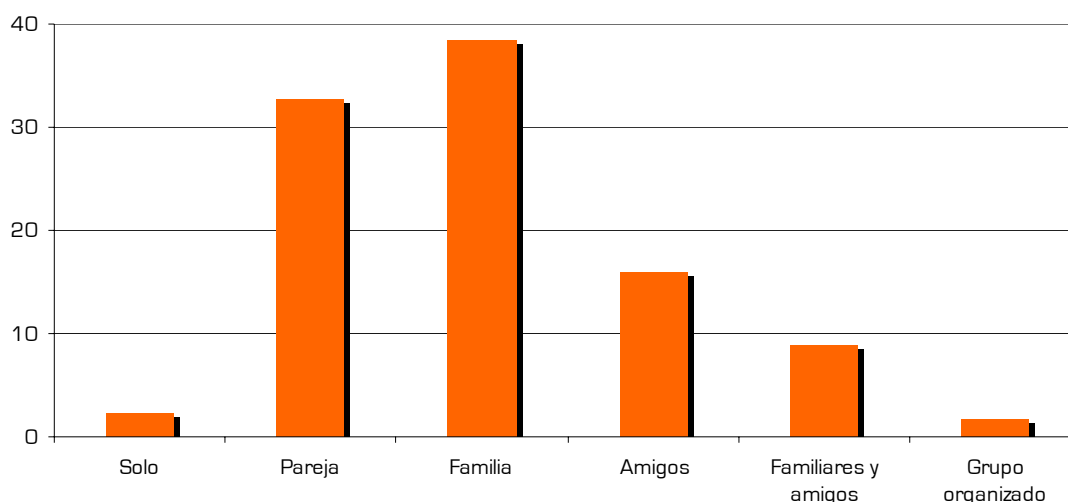
⁷⁶ En este caso la variabilidad es inferior.

también son preferentemente turistas cautivos que pernoctan en vivienda propia o alquilada y que se acompañan de un mayor número de familiares.

¿Con quién ha venido acompañado?	Solo	Pareja	Familia	Amigos	Fam. y amigos	Grupo organiz.
Hotel de 3 o más estrellas	6,52	45,65	15,22	19,57	13,04	-
Hotel de 2 o menos estrellas	-	36,84	28,07	21,05	5,26	8,77
Camping	0,88	28,95	42,11	18,42	9,65	-
Vivienda propia	-	32,65	51,02	10,20	6,12	-
Casa compartida o cedida	12,50	31,25	37,50	6,25	12,50	-
Vivienda alquilada	5,56	16,67	66,67	-	11,11	-
Total	2,23	32,74	38,43	15,95	8,92	1,73

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 25: Composición del grupo según tipología de alojamiento.



Vienen en pareja sobretodo los extranjeros, con un perfil de edad avanzado y los que hacen uso de los establecimientos hoteleros. Los que acuden con los amigos conforman un grupo formado en mayor medida por ingleses, estudiantes jóvenes y fibers que se hospedan en camping o en hoteles. Por otro lado, quienes viajan solos suelen ser españoles, personas mayores (jubilados, en gran parte) e individuos con un nivel de renta inferior. Los conjuntos formados por familiares y amigos son más frecuentes entre turistas culturales y culinarios.

Obviamente, el tamaño del grupo segmenta los resultados, pues es superior en los que viajan con grupos organizados e inferior en los que vienen solos o en pareja.

11.

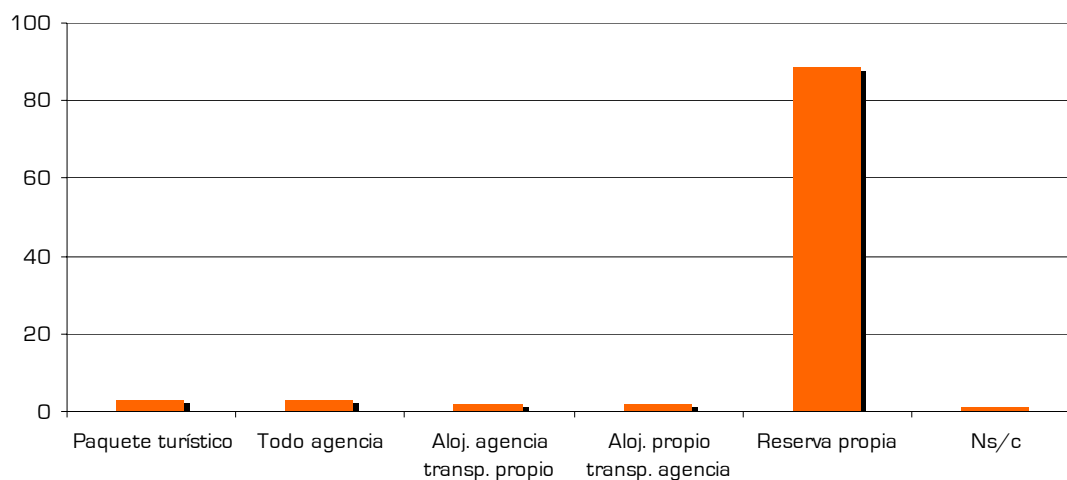
Organización del viaje

Continuamos nuestra caracterización profundizando en el formato de reserva del viaje:

¿Cómo ha organizado el viaje?	Paquete turístico	Todo agencia	Aloj. ag. y tran. prop.	Aloj. prop. y tran. ag.	Reserva propia	Ns/c
Hotel 3 o + estrellas	6,67	6,67	8,89	-	77,78	-
Hotel de 2 o - estrellas	10,34	10,34	-	1,72	72,41	5,17
Camping	-	-	1,74	5,22	93,04	-
Vivienda propia	-	-	-	-	100,00	-
Casa comp. o cedida	-	-	-	-	100,00	-
Vivienda alquilada	-	-	-	-	100,00	-
Total	3,15	2,90	1,94	2,21	88,87	0,93

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 26: Organización del viaje según tipología de alojamiento.



Vemos que **destaca claramente la reserva propia del alojamiento y el transporte, pues es la gestión elegida por 89 de cada 100 turistas encuestados.** Un 3,15% utiliza paquetes turísticos, y un 2,90% formaliza la reserva por agencia. El resto de combinaciones son aún menos frecuentes.

El anterior es un resultado bastante robusto, aunque podemos enunciar ciertas relaciones con las variables de clasificación. Así, la reserva propia es exclusiva en el caso de los turistas españoles cautivos que se alojan en vivienda propia, mientras que

las formas de gestión que implican buscar hospedaje por agencia son más frecuentes entre quienes pernoctan en hoteles, extranjeros y turistas culturales. Por último, la reserva propia de alojamiento con el transporte por agencia es relativamente habitual entre fibers que utilizan los camping.

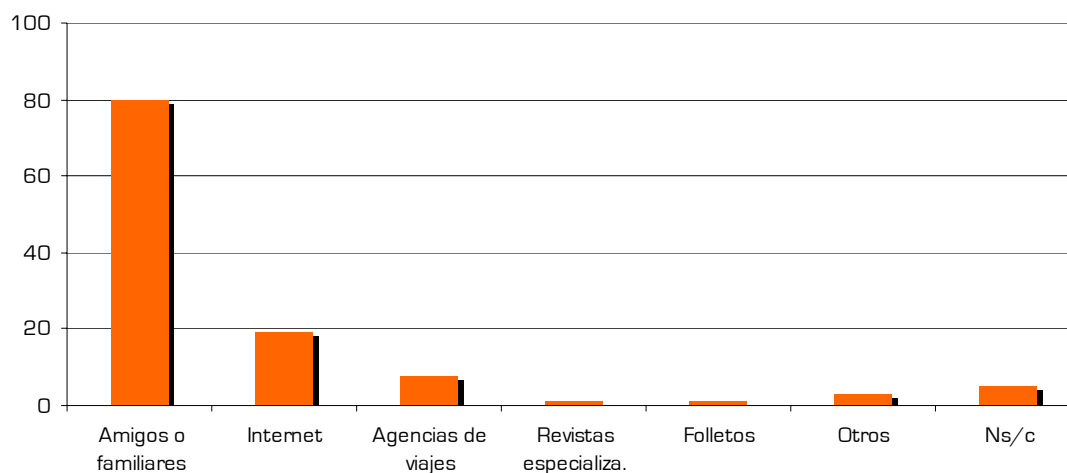
12. Medios de información sobre Benicàssim

En este punto trataremos de dilucidar cuáles son los soportes informativos empleados por los turistas para informarse sobre nuestra ciudad:

¿A través de qué medios se informó usted sobre Benicàssim?	Respondientes	Respuestas
<i>Amigos o familiares</i>	79,99	68,43
<i>Internet</i>	19,10	16,34
<i>Agencias de viajes</i>	7,53	6,44
<i>Revistas especializadas, libros, guías</i>	1,17	1,00
<i>Folleto</i>	0,78	0,67
<i>Otros</i>	3,22	2,75
<i>Ns/c</i>	5,11	4,37
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 27: Medios de información utilizados por el turista.



Vemos cómo **8 de cada 10 encuestados enumeran el recurso a familiares y amigos**, lo que representa el 68,43% de las respuestas. Se trata sobretudo de turistas españoles⁷⁷ cautivos: jubilados o amas/os de casa, con un nivel de estudios no universitario y una permanencia en Benicàssim superior en viviendas (especialmente propias o alquiladas). En segundo lugar, **Internet es un medio**

⁷⁷ En mayor medida valencianos.

empleado por un **19,10%**⁷⁸ (16,34% de las contestaciones), en este caso preferentemente jóvenes ingleses alojados en hoteles o camping, fibers, estudiantes o parados y personas con formación superior. Por su parte, **las agencias de viajes vienen siendo utilizadas por un 7,53%** de los turistas entrevistados, aquí en mayor medida extranjeros que pernoctan en establecimientos hoteleros y que podrían clasificarse como culturales. El resto de categorías son secundadas de forma muy exigua.

⁷⁸ Hay que destacar el fuerte empuje de este soporte, que en el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim 2000* no se contemplaba explícitamente. En aquel documento, destacaba también el recurso a amigos y familiares (58,30%, porcentaje no obstante estadísticamente inferior al obtenido en nuestro estudio), aunque el peso relativo de las agencias de viajes era superior (11,10%, diferencia también avalada por los contrastes aplicados).

13.

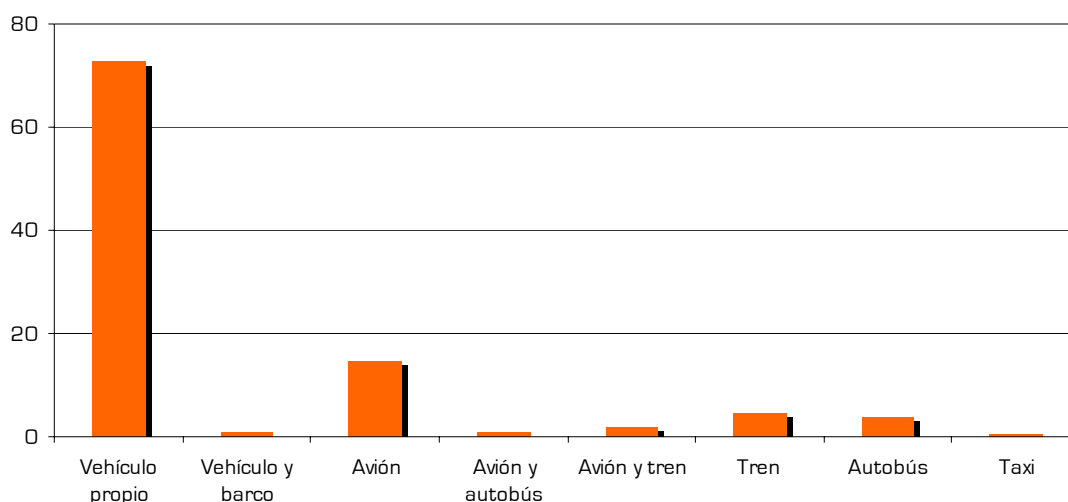
Medios de transporte

En este apartado comentaremos de forma sucinta los principales medios de transporte empleados en el viaje:

Medio empleado	Vehíc. propio	Vehíc. y barco	Avión	Avión y autobús	Avión y tren	Tren	Autobús	Taxi
Hotel 3 o +	43,48	-	36,96	-	-	8,70	10,87	-
Hotel 2 o -	48,28	-	25,86	5,17	-	8,62	8,62	3,45
Camping	82,61	2,61	9,57	-	3,48	1,74	-	-
Viv. propia	88,00	-	2,00	-	2,00	8,00	-	-
Viv. cedida	87,50	-	-	-	-	-	12,50	-
Viv. alquilada	100,00	-	-	-	-	-	-	-
Total	72,68	0,87	14,71	0,83	1,75	4,73	3,87	0,57

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 28: Medio de transporte en el viaje largo según tipología de alojamiento.



Hay que resaltar previamente que se ha efectuado una distinción explícita entre medio en viaje largo y en alrededores. El primero es aquel o aquellos que se consideran centrales en el viaje. Los otros medios son los empleados en el destino concreto⁷⁹ o los alrededores. Esta diferenciación se hace necesaria en aras de facilitar un adecuado análisis y descripción del fenómeno objeto de estudio. En este

⁷⁹ Por poner un ejemplo, si un turista viene en avión de Madrid a Valencia y llega en tren a Benicàssim, los medios en viaje largo serán el avión y el tren. Si después en Benicàssim usa el autobús y el taxi, éstos serán los medios en alrededores.

sentido, en la tabla y gráfico anteriores podemos comprobar los medios empleados **en viaje largo**. Así, vemos que **el vehículo propio es preponderante**⁸⁰ (lo utilizan 73 de cada 100 encuestados, sobretodo españoles⁸¹ que se alojan en viviendas o camping, clasificables como turistas cautivos o inactivos, que vienen acompañados de un mayor número de familiares y que declaran una permanencia en Benicàssim superior). **El avión es elegido por un 14,71%**⁸² (aquí especialmente jóvenes extranjeros (aunque en particular ingleses) con estudios superiores, alojados en hoteles, que podrían catalogarse como *fibers* en la tipología descrita más arriba y que permanecen entre nosotros durante más tiempo). Señala el tren un 4,73%⁸³ y el autobús un 3,87%⁸⁴. En ambos casos se trata de manera remarcada de españoles que pernoctan en establecimientos⁸⁵ hoteleros. El resto de combinaciones ostenta una frecuencia residual.

En el caso del medio de **transporte en alrededores** (ver tabla y gráfico siguientes), **el vehículo propio sigue siendo la opción más destacable** (un 71,85%⁸⁶ lo emplea), aunque **en este caso adquieren peso el autobús** (utilizado por un 10,64%⁸⁷), **el vehículo alquilado** (3,09%) y, en menor medida, el tren (5,33%⁸⁸). Las otras posibilidades son menos frecuentes.

El perfil del usuario que utiliza el coche propio es prácticamente idéntico al visto anteriormente para el viaje⁸⁹ largo. En el caso del vehículo arrendado, se trata

⁸⁰ En el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim 2000* también predomina de forma clara el vehículo propio en viaje largo (no se evalúa el medio en alrededores), con un 82,20%, aunque aquí no es posible contrastar la diferencia estadísticamente, pues el formato en que está planteada la pregunta varía.

⁸¹ Y, en mayor medida, valencianos. Existe cierta relación de endogeneidad en este sentido.

⁸² Si añadimos las combinaciones con el autobús y el tren, este medio aglutina un 17,29% de los desplazamientos. Por otro lado, en el estudio de 2000 la cifra de turistas que viajaban en avión era de un 1,60%. Nuevamente no podemos establecer contrastes estadísticos, pero la magnitud de la diferencia es considerable. En esta divergencia pueden estar influyendo dos aspectos: la mayor proporción de extranjeros en nuestro estudio y la aparición en los últimos años de compañías aéreas de bajo coste que facilitan el acceso a este medio.

⁸³ Si añadimos la combinación entre el tren y el avión, esta cifra alcanza un 6,48%.

⁸⁴ Un 4,70% si consideramos también el tándem autobús-avión.

⁸⁵ En el caso del autobús, además, suelen ser personas mayores con un nivel socioeconómico inferior a la media.

⁸⁶ El porcentaje se incrementa a un 73,74% si tenemos en cuenta asimismo el uso del vehículo propio junto al autobús.

⁸⁷ En conjunción con el vehículo propio y el taxi, un 12,58%.

⁸⁸ 7,33% valiéndonos de la combinación con el taxi.

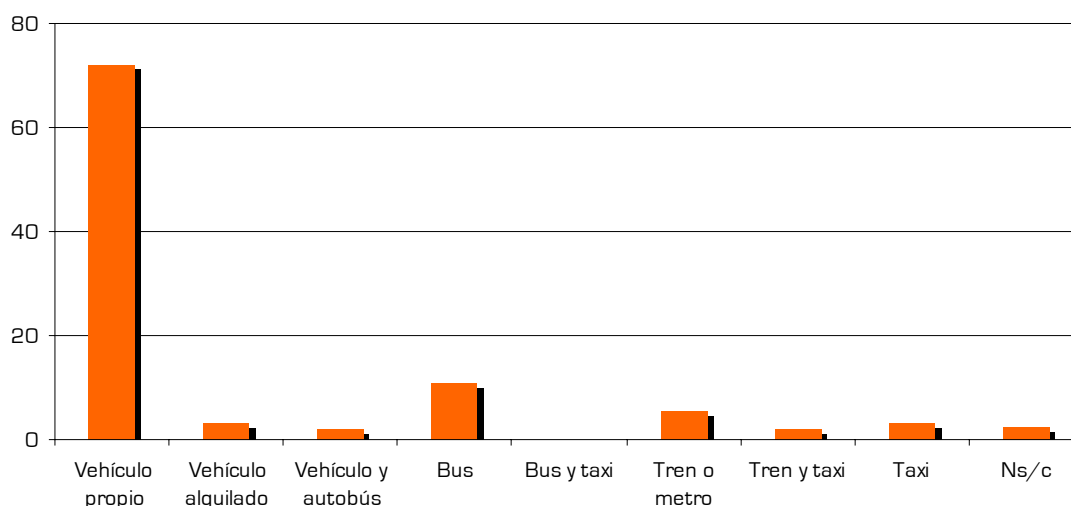
⁸⁹ Lo cual es lógico, dado que en la mayor parte de los casos se trata de los mismos individuos.

sobretudo de extranjeros alojados en hoteles⁹⁰ y personas con formación universitaria.

Medio empleado	Vehíc. propio	Vehíc. alquiler.	Vehíc. y autobús	Bus	Bus y taxi	Tren o metro	Tren y taxi	Taxi	Ns/c
Hotel 3 o +	44,30	13,29	-	17,72	0,33	17,72	-	6,64	-
Hotel 2 o -	49,12	3,51	-	24,56	-	10,53	-	7,02	5,26
Camping	83,48	0,87	1,74	6,96	-	1,74	5,22	-	-
Viv. propia	84,00	-	6,00	4,00	-	-	-	2,00	4,00
Viv. cedida	87,50	-	-	-	-	-	-	-	12,50
Viv. alquilada	94,44	-	5,56	-	-	-	-	-	-
Total	71,85	3,09	1,89	10,64	0,05	5,33	2,00	2,92	2,23

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 29: Medio de transporte en alrededores según tipología de alojamiento.



Por otro lado, emplean más el autobús en alrededores los extranjeros hospedados en establecimientos hoteleros, los estudiantes y jubilados.

El uso del tren o el metro responde a un patrón similar, aunque en este caso el tamaño del grupo no influye, y adquiere peso la edad (es un medio empleado en mayor medida por jóvenes).

Lógicamente, existe relación entre el medio de transporte empleado y la forma de organizar el viaje, de suerte que los que utilizan el avión suelen acudir a agencias de

⁹⁰ Especialmente en hoteles de 3 o más estrellas.

viajes a contratar el transporte en trayecto largo. Refiriéndonos al viaje en alrededores, suele ocurrir lo mismo, pero respecto del autobús.

13.1. Valoración del medio de transporte

Interesa, llegados a este punto, abordar la evaluación efectuada sobre los medios enumerados anteriormente:

Medio de transporte	Viaje largo		Alrededores	
	Media	Mediana	Media	Mediana
<i>Vehículo propio</i>	9,19	9	9,18	9
<i>Vehículo alquilado</i>	-	-	9,27	9
<i>Vehículo y autobús</i>	-	-	8,82	9
<i>Vehículo y barco</i>	10,00	10	-	-
<i>Avión</i>	8,60	9	-	-
<i>Avión y autobús</i>	8,00	8	-	-
<i>Avión y tren</i>	7,79	8	-	-
<i>Tren</i>	7,69	9	8,03	9
<i>Tren y taxi</i>	-	-	8,00	8
<i>Autobús</i>	7,49	8	8,12	8
<i>Autobús y taxi</i>	-	-	7,00	7
<i>Taxi</i>	10,00	10	7,97	8
<i>Ns/c</i>	-	-	7,30	7
Total	8,95	9	8,92	9

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 30: Valoración del medio de transporte.

Vemos que **globalmente, las estimaciones son excelentes** (media de 8,95 sobre 10 en el caso del transporte en viaje largo y de 8,92 en alrededores⁹¹). **El vehículo propio⁹² es el medio que recibe más halagos**, en ambos⁹³ formatos de viaje. Por otro lado, las puntuaciones mejoran en general en los siguientes casos:

- Turistas clasificados como cautivos, frente a los culinarios.
- Individuos alojados en viviendas, frente a los que pernoctan en hoteles o camping, aunque sólo en el caso del viaje en alrededores.
- Personas mayores.
- Visitantes que vienen acompañados de un mayor número de familiares.
- Encuestados que declaran una permanencia en Benicàssim superior.

⁹¹ En ambos casos con una mediana de 9 (coincidiendo con los estimadores robustos centrales) y con 32 de cada 100 encuestados que otorgan una puntuación de 10.

⁹² Solo o en combinación con otros medios.

13.2. Mejoras propuestas al medio de transporte

Para finalizar con este breve apartado, abordaremos las sugerencias aportadas por los encuestados en referencia a los medios de transporte empleados:

¿En qué debería mejorar el medio de transporte empleado?	Viaje largo		Alrededores	
	Respondientes	Respuestas	Respondientes	Respuestas
<i>Nada</i>	85,44	83,09	84,19	83,19
<i>Más horarios o más días</i>	5,83	5,67	5,43	5,37
<i>Más comodidad</i>	2,46	2,39	3,11	3,07
<i>Puntualidad salidas o llegadas</i>	2,00	1,94	0,21	0,20
<i>Precio más económico</i>	1,52	1,48	0,43	0,42
<i>Comunicaciones con Benicàssim</i>	1,16	1,13	2,37	2,35
<i>Parada bus cerca de la estación</i>	0,54	0,52	-	-
<i>Buen funcionamiento accesorios</i>	0,07	0,06	-	-
<i>El trato del personal</i>	0,03	0,03	0,07	0,07
<i>Ns/c</i>	3,78	3,67	5,40	5,33
Total	-	100	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 31: Sugerencias de mejora del medio de transporte.

Vemos que, **tanto en el viaje largo como en alrededores, una gran mayoría** (85,44% y 84,19%, respectivamente) **comenta que no mejoraría nada** del transporte. Ésta es una tendencia más arraigada en los siguientes⁹⁴ casos:

- Personas que utilizan vehículo propio (frente a los que hacen uso del autobús⁹⁵).
- Individuos alojados en viviendas, en contraposición a los que pernoctan en establecimientos hoteleros.
- Turistas cautivos, en contraste con los culinarios.
- Encuestados que otorgan una valoración superior al medio de transporte empleado.

El número de demandas es superior, por contra, en ingleses, estudiantes y parados.

⁹³ En el caso del viaje largo, sobretodo frente al autobús. En alrededores, en contraposición al resto de medios de transporte.

⁹⁴ Tanto respecto al viaje largo como a los trayectos en alrededores.

⁹⁵ Y, en viaje en alrededores, también frente a los que emplean el tren.

Si nos centramos en los encuestados que aportan alguna mejora, **en general destaca la petición de más horarios o días⁹⁶ y la de más⁹⁷ comodidad**. Teniendo en cuenta sólo el viaje en alrededores, también debemos mencionar la sugerencia de mejorar las comunicaciones con Benicàssim (avalada por un 2,37% de los entrevistados).

⁹⁶ 5,83% la respaldan en viaje largo, y un 5,43% en alrededores. Además, esta petición proviene en mayor medida de los que viajan en autobús y los turistas clasificados como culinarios.

⁹⁷ Sobre todo en personas con un perfil similar al anterior, con la salvedad de que en este caso suelen ser españoles, su nivel socioeconómico está por encima de la media y declaran una permanencia en Benicàssim superior.

14.

Visita a Benicàssim

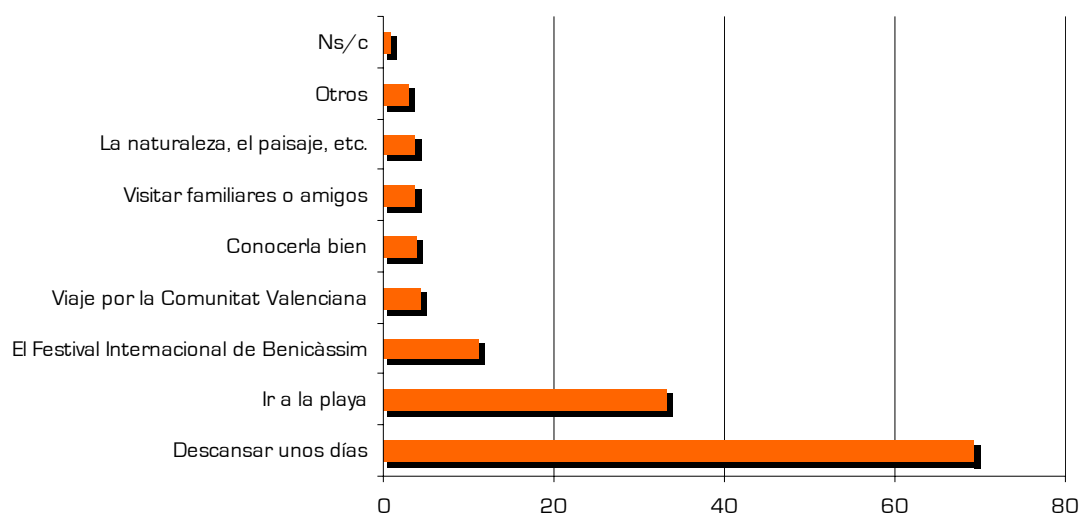
Pasamos seguidamente a abordar una serie de pormenores relacionados con la visita a nuestro municipio.

14.1. Motivaciones de visita

<i>¿Qué le motivó a visitar la ciudad de Benicàssim?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Descansar unos días</i>	<i>69,39</i>	<i>52,02</i>
<i>Ir a la playa</i>	<i>33,32</i>	<i>24,98</i>
<i>El Festival Internacional de Benicàssim</i>	<i>11,15</i>	<i>8,36</i>
<i>Viaje por la Comunitat Valenciana</i>	<i>4,52</i>	<i>3,39</i>
<i>Conocerla bien</i>	<i>3,85</i>	<i>2,89</i>
<i>Visitar familiares o amigos</i>	<i>3,65</i>	<i>2,74</i>
<i>La naturaleza, el paisaje, etc.</i>	<i>3,63</i>	<i>2,72</i>
<i>Otros</i>	<i>3,04</i>	<i>2,28</i>
<i>Ns/c</i>	<i>0,83</i>	<i>0,62</i>
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 32: Motivos de visita del turista.



Empezaremos con los motivos de visita a Benicàssim. En este sentido, los datos de la tabla y gráfico anteriores nos muestran que **la razón más enumerada es descansar unos días** (mencionada por 69 de cada 100 turistas, lo que representa el 52,02% de las respuestas, provenientes sobretudo de españoles alojados en vivienda propia, jubilados, amas/os de casa y personas que se acompañan de familias más grandes). **Otro motivo de peso es ir a la playa** (señalado por un 33,32%, constituyendo un perfil muy similar al anterior, aunque en este caso el alojamiento no segmenta los datos). **Un 11,15% arguye que acude para ir al FIB 2009** (siendo en mayor medida jóvenes ingleses, fibers y estudiantes que pernoctan en camping), y un 4,52% en el contexto de un viaje por la Comunitat Valenciana (aquí preferentemente extranjeros que se hospedan en hoteles y aquellos clasificados como culturales o culinarios). El resto de aspectos son aludidos con menor frecuencia.

14.2. Lugares visitados

<i>¿Qué lugares ha visitado o piensa visitar en Benicàssim?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Zona de las villas</i>	56,02	16,41
<i>Torre de Sant Vicent</i>	54,01	15,83
<i>Parque Natural del Desierto de las Palmas</i>	45,44	13,32
<i>Ruta de las villas</i>	45,38	13,30
<i>Bodegas Carmelitano</i>	36,08	10,57
<i>Iglesia parroquial</i>	27,56	8,08
<i>Castillo de Montornés</i>	26,57	7,79
<i>Torre del Baró</i>	20,38	5,97
<i>Monasterio y Museo de los Carmelitas Descalzos</i>	17,77	5,21
<i>Otro</i>	0,59	0,17
<i>Ninguno, ya conoce</i>	2,75	0,80
<i>Ns/c</i>	8,72	2,55
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 33: Lugares visitados por el turista.

Otro aspecto que caracteriza claramente la estancia del turista son los lugares visitados en Benicàssim. En la tabla anterior podemos apreciar que **la zona de las villas y la Torre de Sant Vicent son los sitios más mencionados** (56,02% y 54,01%

de los encuestados los señalan, respectivamente). **Otros lugares bastante aludidos son el Parque Natural del Desierto de las Palmas** (45,44%, sobretodo encuestados españoles catalogables como culinarios), **la ruta de las villas** (con un porcentaje muy similar, en este caso preferentemente ingleses y fibers) **o las Bodegas Carmelitano** (indicadas en 36 de cada 100 casos, en mayor medida personas mayores⁹⁸ procedentes de España). Un 27,56% visita la iglesia parroquial y un 26,57% el Castillo de Montornés. El resto de plazas se señala con una frecuencia inferior, aunque es interesante apuntar que un 2,75%⁹⁹ aduce no visitar nada, que ya conoce Benicàssim.

14.3. Destinos alternativos

<i>¿Cuál fue el lugar de destino en el último viaje similar al actual?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Siempre a Benicàssim</i>	3,39	3,25
<i>Benidorm</i>	9,99	9,57
<i>Peñíscola</i>	8,41	8,06
<i>Dropesa del Mar</i>	7,64	7,32
<i>Gandia</i>	3,87	3,71
<i>Alacant</i>	3,68	3,52
<i>València</i>	1,94	1,86
<i>Dénia</i>	1,94	1,86
<i>Tenerife</i>	1,69	1,62
<i>Huesca</i>	1,44	1,38
<i>Zaragoza</i>	1,35	1,29
<i>Alcossebre-Alcalá de Xivert</i>	1,32	1,26
<i>Calp</i>	1,28	1,23
<i>Cádiz</i>	1,10	1,06
<i>Cullera</i>	0,69	0,66
<i>Otros</i>	38,59	36,96
<i>Ns/c</i>	16,08	15,40
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 34: Destinos alternativos.

⁹⁸ Las cohortes más mayores tienen asimismo una tendencia marcada a visitar el Monasterio de los Carmelitas Descalzos.

⁹⁹ Se trata sobretodo de españoles, con edades algo inferiores a la media.

En la tabla anterior vemos los destinos similares¹⁰⁰ al actual que los entrevistados enumeraron. Podemos comprobar que existe una fuerte desagregación, con una cantidad muy importante de plazas mencionadas. Aún así, tal vez debemos **destacar poblaciones como Benidorm** (1 de cada 10 la señala), **Peñíscola** (aludida por un 8,41%) **u Oropesa del Mar** (7,64%) y, en menor medida, Gandia (3,87%) o Alacant (3,68%). Por otro lado, 3 de cada 100 argumentan que son totalmente fieles, y siempre vienen a Benicàssim.

Respecto a las variables de clasificación, podemos esgrimir las siguientes conclusiones:

- En relación a la nacionalidad, mientras que los extranjeros mencionan sobretodo Benidorm, Peñíscola¹⁰¹ y Oropesa, la ciudad de Gandia es señalada en mayor medida por¹⁰² españoles.
- Si nos centramos en la tipología de turista, hay que destacar que los fibers tienden a enumerar Peñíscola.
- En cuanto al nivel socioeconómico, éste es inferior entre los que señalan Gandia.
- Por último, quienes aducen venir siempre a Benicàssim suelen ser personas mayores con un tiempo de permanencia en la ciudad superior y un nivel de rentas medio-alto.

¹⁰⁰ Se trata del último viaje a un destino similar a Benicàssim.

¹⁰¹ En el caso de Peñíscola y Oropesa se trata sobretodo de ingleses.

¹⁰² Madrileños, de manera remarcada.

15.

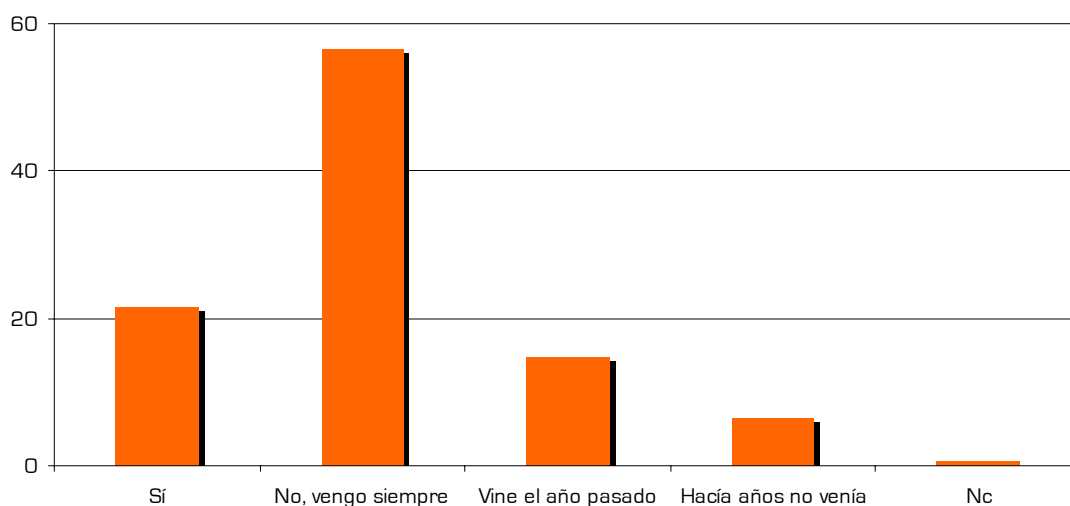
Estacionalidad

En este apartado nos detendremos en los aspectos relacionados con la estacionalidad de la demanda, es decir, con la frecuencia y el patrón temporal de visitas a Benicàssim. Podemos ver a continuación que **hasta 56 de cada 100 turistas aseguran venir todos los años** de vacaciones a la ciudad:

¿Es la primera vez que viene a Benicàssim de vacaciones?	Sí	No, vengo siempre	Vine el año pasado	Hacía años no venía	Nc
Hotel de 3 o más estrellas	34,78	21,74	28,26	15,22	-
Hotel de 2 o menos estrellas	28,07	45,61	14,04	12,28	-
Camping	26,09	59,13	13,04	1,74	-
Vivienda propia	-	82,00	14,00	-	4,00
Casa compartida o cedida	18,75	62,50	6,25	12,50	-
Vivienda alquilada	5,56	77,78	5,56	11,11	-
Total	21,58	56,49	14,88	6,52	0,54

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 35: Primera visita a Benicàssim según tipología de alojamiento.



La anterior tendencia es más remarcada en encuestados españoles alojados en vivienda propia, jubilados y amas/os de casa con un perfil de edad avanzado y un nivel de estudios no universitario. Además, la duración de su estancia es mayor, vienen en familias más grandes y, lógicamente, podrían clasificarse preferentemente como turistas cautivos.

Un **21,58%** declara que ésta es su primera visita¹⁰³ a Benicàssim. Aquí nos encontramos con un patrón contrario al anterior. Así, suele tratarse de jóvenes extranjeros hospedados en hoteles o camping, estudiantes o parados con formación superior que vienen en grupos familiares más pequeños y catalogables como culturales o fibers en la tipología establecida.

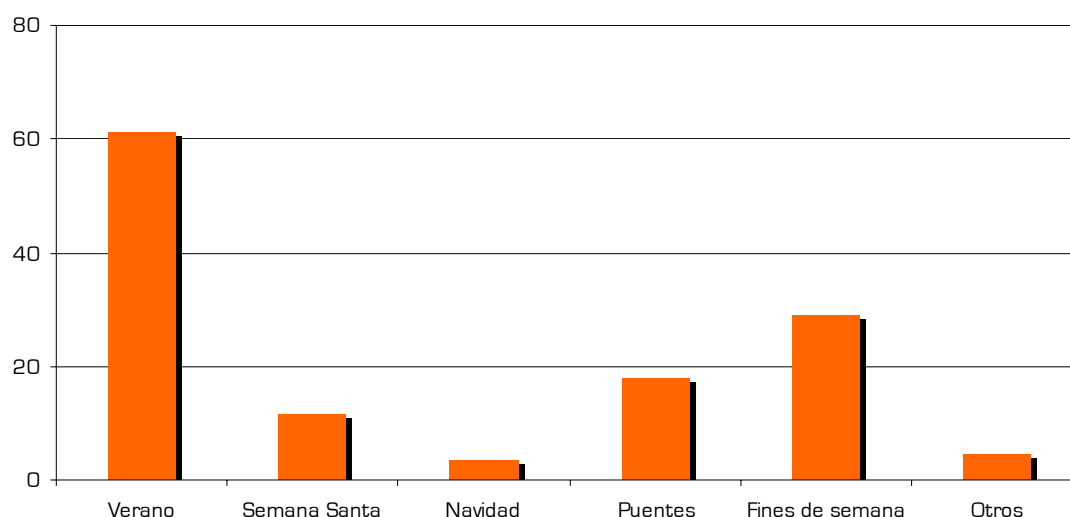
Por otro lado, un 14,88% manifiesta que acudió el año pasado y sólo un 6,52% afirma que no es primerizo, pero hacía años que no venía.

<i>En el último año, ¿cuántas veces, contando la actual visita, ha venido usted de vacaciones a Benicàssim?</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>	<i>%</i>
Verano	1,57	2	61,23
Semana Santa	0,29	0	11,37
Navidad	0,09	0	3,44
Puentes	0,46	0	17,84
Fines de semana	0,75	0	29,15
Otros	0,12	0	4,57
Total	3,22	2	100
Total sin filtro	2,57	2	-

Base: Encuestados que acuden a Benicàssim todos los años o que lo hicieron al menos el año pasado.

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 36: Frecuencia de visitas según periodo.



¹⁰³ En el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim 2000* se obtuvo un porcentaje similar de turistas primerizos (20,40%). De hecho, la prueba Chi-cuadrado no aprecia diferencias estadísticamente significativas entre las dos cifras.

Otro aspecto esencial para perfilar la estacionalidad es el número de visitas vacacionales efectuadas a Benicàssim. En este sentido, en la tabla y gráfico anteriores apreciamos que, entre los que acuden a Benicàssim todos los años o al menos lo hicieron el año pasado, **los turistas encuestados realizan en promedio 3,22 (mediana de 2) visitas al año a nuestra ciudad**. No obstante, resulta necesario realizar una precisión, ya que **considerando a todos los encuestados, el promedio se reduce a 2,57 (mediana de 2¹⁰⁴)**. Centrándonos en los periodos en concreto y tomando como referencia la columna de porcentajes (%), vemos que **el mayor número de visitas se produce en verano (61,23%¹⁰⁵)**. Otros momentos importantes, aunque en menor¹⁰⁶ medida, son los fines de semana (29,15%), los puentes (17,84%) y Semana Santa (11,37%).

En general, podemos concluir que la frecuencia de visita a Benicàssim es superior en los siguientes casos:

- Personas alojadas en camping¹⁰⁷ y vivienda propia, frente a los que pernoctan en establecimientos¹⁰⁸ hoteleros.
- Residentes de la Comunitat¹⁰⁹ Valenciana, en contraposición al conglomerado de extranjeros.
- Amas/os de casa, en contraste con los estudiantes.
- Individuos con formación no universitaria.
- Turistas cautivos, frente a los culturales.
- Encuestados que vienen acompañados de un mayor número de familiares.

¹⁰⁴ Este es un dato más real, ya que, tal y como está planteado el cuestionario, los que vienen por primera vez a Benicàssim o hacia años que no venían también acuden en la actualidad, y tal visita debería contabilizarse. Debido a ello, en el análisis, cuando hablemos de relaciones entre las variables de clasificación y la frecuencia total de visita, nos centraremos en este formato sin filtro. Por otro lado, en el *Anexo de Tablas* aparecerán también los dos totales, un *Total* para los datos filtrados y un *Total sin filtro* para todos los encuestados.

¹⁰⁵ Con una media de 1,57 visitas al año por encuestado (mediana de 2).

¹⁰⁶ En todos los casos la mediana es de 0.

¹⁰⁷ Especialmente en Semana Santa, puentes y fines de semana.

¹⁰⁸ Los cuales, sin embargo, vienen más en verano.

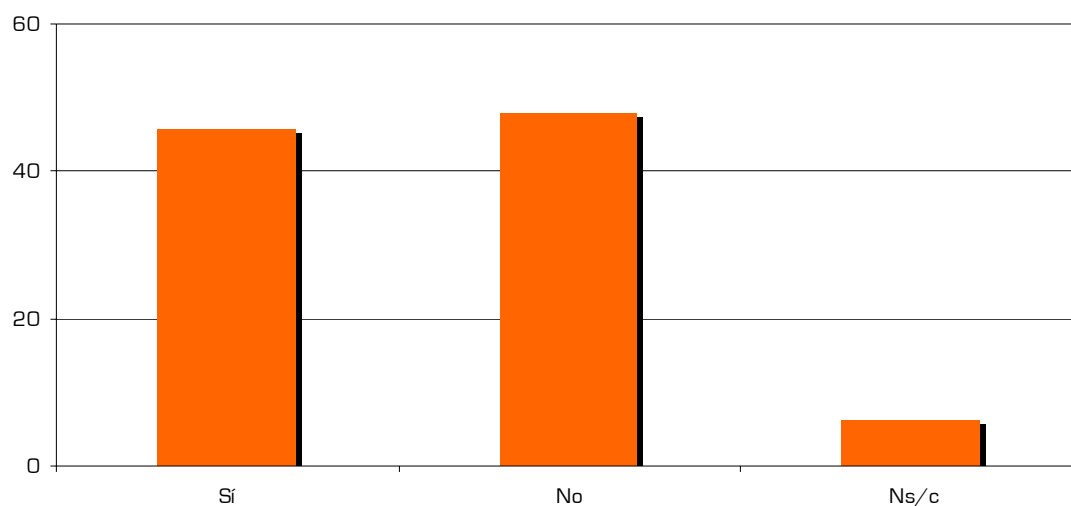
¹⁰⁹ Esta relación es cierta para todos los periodos excepto para el verano, donde no se aprecian diferencias significativas por nacionalidad.

Llegados a este punto, entramos de lleno en la estacionalidad de la demanda con la cuestión planteada en la tabla siguiente:

¿Visitaría Benicàssim en otra época distinta?	Sí	No	Ns/c
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	30,43	58,70	10,87
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	17,24	70,69	12,07
<i>Camping</i>	51,75	45,61	2,63
<i>Vivienda propia</i>	75,51	20,41	4,08
<i>Casa compartida o cedida</i>	75,00	12,50	12,50
<i>Vivienda alquilada</i>	33,33	66,67	-
Total	45,82	47,97	6,21

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 37: Estacionalidad de la demanda según tipología de alojamiento.



Así, vemos que **casi la mitad visitaría Benicàssim en temporada¹¹⁰ baja**. Un 47,97% no lo haría, y el resto se muestra indeciso o prefiere no contestar a esta cuestión. Por lo tanto, a pesar de existir una elevada dependencia del verano (como hemos visto más arriba), existe cierta predisposición a la ampliación del mercado turístico en otras fechas. Tal tendencia se incrementa en encuestados españoles¹¹¹ alojados en vivienda propia o cedida (frente a los que pernoctan en hoteles), que declaran una mayor permanencia en Benicàssim y que vienen en familias de mayor tamaño.

¹¹⁰ Fuera del verano, Semana Santa, Navidad y puentes.

¹¹¹ Preferentemente valencianos o madrileños, frente a los ingleses.

Además, suelen ser turistas clasificables en todas las tipologías descritas excepto en la de fibers.

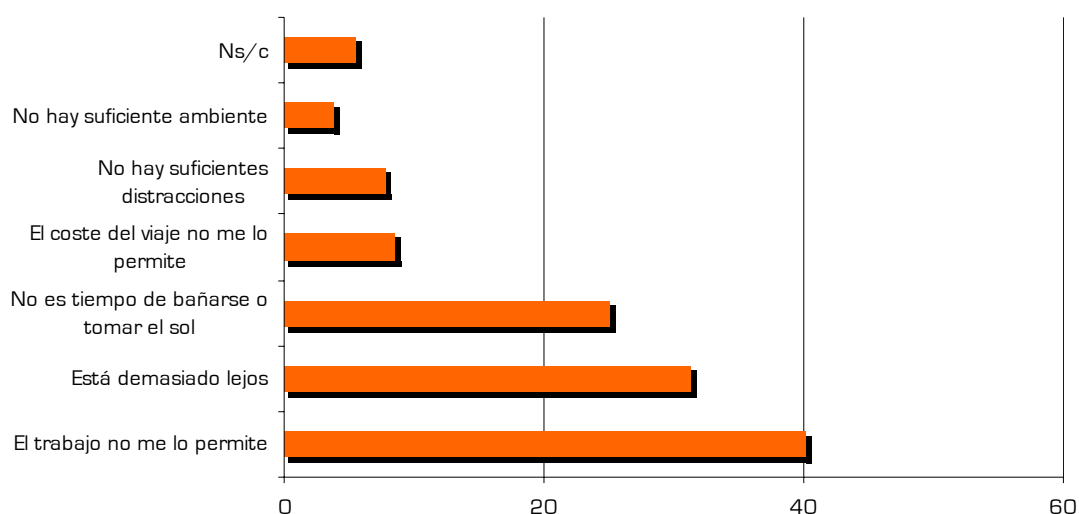
Para finalizar con este apartado, a continuación expondremos las razones enumeradas por los turistas que aducen que no acudirían en otras fechas distintas:

<i>¿Qué causas le impiden que visite Benicàssim en otras épocas diferentes?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>El trabajo no me lo permite</i>	40,22	32,98
<i>Está demasiado lejos</i>	31,23	25,62
<i>No es tiempo de bañarse o tomar el sol</i>	24,99	20,49
<i>El coste del viaje no me lo permite</i>	8,50	6,97
<i>No hay suficientes distracciones</i>	7,73	6,34
<i>No hay suficiente ambiente</i>	3,78	3,10
<i>Ns/c</i>	5,49	4,50
Total	-	100

Base: Encuestados que no visitarían Benicàssim en otras épocas diferentes.

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 38: Condicionantes de la estacionalidad de la demanda.



Así, podemos apreciar que **los principales motivos esgrimidos son los laborales** (40,22% de los encuestados y un 32,98% de las respuestas), **la lejanía** (esgrimida por 31 de cada 100 turistas) **y el clima** (24,99% utiliza esta argumentación). Otras razones mucho menos frecuentes son el coste económico del viaje (8,50%) y la falta de distracciones o ambiente (7,73% y 3,78%, respectivamente).

Argumentan motivos de trabajo sobretudo los turistas españoles, cautivos y que se alojan en vivienda propia¹¹² o cedida. La lejanía, por su parte, es mencionada en mayor medida por los que pernoctan en hoteles o camping, los fibers, extranjeros e individuos con formación universitaria. En referencia al clima, se trata de un motivo secundado preferentemente por personas mayores sin estudios superiores y españoles. Hay que resaltar asimismo que las cohortes más jóvenes tienden a enumerar la falta de ambiente.

¹¹² Frente al resto de tipologías de alojamiento.

16.

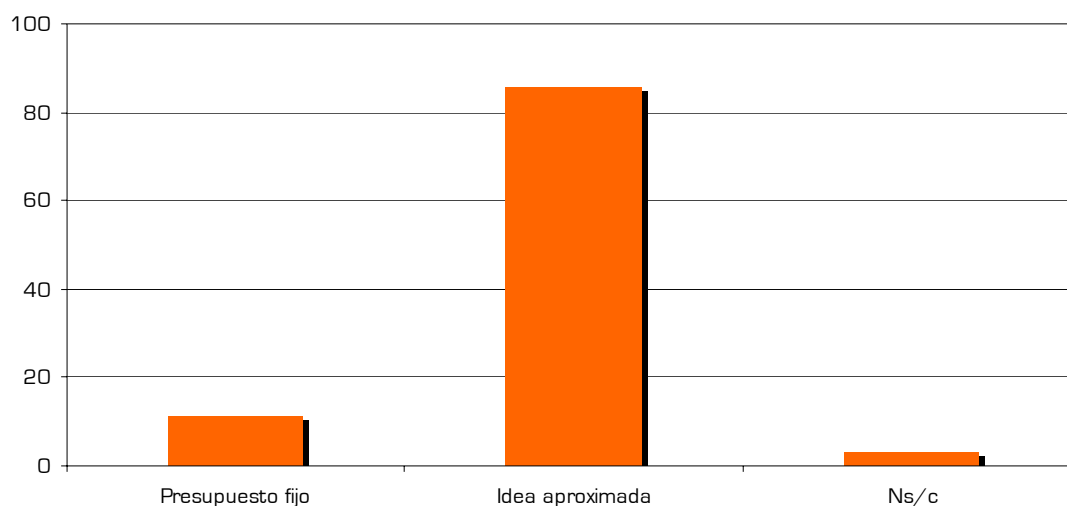
Gasto turístico

Entramos en este apartado de lleno en los aspectos pecuniarios de la estancia turística en Benicàssim, indagando así el impacto económico del turismo en la ciudad. No obstante, previamente resulta esencial introducir este punto con una reflexión sobre la previsión económica del viaje:

¿Tenía usted un presupuesto fijo para este viaje o sólo una idea aproximada?	Presupuesto fijo	Idea aproximada	Ns/c
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	11,11	88,89	-
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	17,24	81,03	1,72
<i>Camping</i>	10,43	86,96	2,61
<i>Vivienda propia</i>	8,00	86,00	6,00
<i>Casa compartida o cedida</i>	12,50	68,75	18,75
<i>Vivienda alquilada</i>	11,11	88,89	-
Total	11,22	85,48	3,30

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 39: Planificación económica del viaje según tipología de alojamiento.



Vemos que sólo 11 de cada 100 encuestados poseían un presupuesto fijo para el viaje. La gran mayoría [85,48%] tenía únicamente una aproximación. Se trata de un resultado bastante homogéneo. No obstante, puede matizarse que el grado de previsión es menor entre los turistas fibers y cautivos, así como en los que declaran una estancia promedio superior en Benicàssim.

Pasamos seguidamente a los pormenores del gasto turístico en concreto, centrándonos en las diferentes partidas especificadas:

¿Qué gasto efectuarán en las siguientes partidas?	Generales		Individuales		Per cápita diario	
	Media	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana
<i>Paquete turístico</i>	4,81	0	-	-	0,37	0
<i>Viaje</i>	138,36	70	-	-	13,26	3
<i>Alojamiento</i>	461,81	240	-	-	19,11	13
<i>Comida en alojamiento</i>	477,60	200	-	-	12,90	10
<i>Viajes en el entorno</i>	29,40	15	-	-	1,62	0
<i>Comida en restaurantes...</i>	-	-	130,69	100	13,82	10
<i>Compras</i>	-	-	21,14	0	2,12	0
<i>Entretenimiento</i>	-	-	25,35	0	2,08	0
<i>Ir de fiesta</i>	-	-	46,13	0	6,74	0
Total	1.210,69	878	216,92	180	61,62	44

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 40: Gasto en el viaje.

En la tabla anterior vemos tres columnas que a su vez se dividen en dos, con los indicadores de tendencia central básicos. La primera detalla los gastos que efectúa la unidad familiar en su conjunto, y como tales se preguntaron para la totalidad de la familia. La segunda cuantifica los desembolsos que generan los encuestados independientemente de los que realiza el resto de la familia. La última columna relativiza las dos anteriores, haciendo comparativas las magnitudes, al tener en cuenta el número de individuos que realiza el gasto (en el caso de los dispendios generales) y la duración de la estancia en el destino. Esta cifra será la que utilizaremos para contrastar los resultados con las variables de clasificación.

Tomando como referencia el gasto general, **el turista de Benicàssim genera en su estancia un promedio de 1.210,69 euros** [mediana¹¹³ de 878]. **Las partidas de alojamiento y comida en el hospedaje son las más abultadas** (medias de 461,81 y 477,60 euros, respectivamente¹¹⁴). Si consideramos el expendio¹¹⁵ individual, el dato medio se sitúa en 216,92 euros (mediana de 180), destacando aquí claramente el

¹¹³ Estando este indicador más cercano a los estimadores robustos centrales.

¹¹⁴ Aunque las medianas matizan mucho el dato, siendo de 240 y 200 euros, de forma respectiva.

¹¹⁵ Es decir, el que se solicitó directamente como partida individual a los encuestados.

desembolso en comida en establecimientos¹¹⁶ hosteleros (130,69 euros, con una mediana¹¹⁷ de 100).

Por otro lado, **el gasto diario *per cápita* es de 61,62¹¹⁸ euros** (mediana de 44, avalada por los estimadores robustos centrales), **cifra que se dispara en conceptos como el alojamiento** (el hospedaje *per se* y la comida en el mismo, con medias respectivas de 19,11 y 12,90¹¹⁹ euros), **la comida en restaurantes** (13,82 euros) **o el viaje de ida y vuelta** (promedio¹²⁰ de 13,26 euros), frente al resto de partidas, que ostentan promedios más exiguos, con medianas de 0.

El dispendio por persona y día se incrementa de forma general en los siguientes casos:

- Personas alojadas en hoteles¹²¹ frente a los que pernoctan en vivienda propia¹²² o cedida.
- Extranjeros, preferentemente¹²³ ingleses, frente a los valencianos, que incurren en menos gastos.
- Turistas clasificados como¹²⁴ *fibers*, en contraposición a los inactivos.

¹¹⁶ Frente al resto de partidas, donde podemos observar una mediana de 0 en todos los casos.

¹¹⁷ Los indicadores robustos centrales oscilan entre 92 y 106 euros.

¹¹⁸ Si tomamos el dato globalmente, se trata de una cifra inferior a la obtenida en la *Encuesta de gasto turístico de 2008* (EGATUR) del Instituto de Estudios Turísticos (95 euros). No obstante, teniendo en cuenta que este estudio se centra tan sólo en los turistas no residentes que vienen a España (extranjeros), es preciso relativizar el dato en función de la nacionalidad. En este sentido, en el presente documento el gasto diario por persona entre extranjeros es de 103,24 euros, incluso ligeramente por encima del arrojado por la encuesta estatal. Hay que remarcar, sin embargo que existen otros factores que también podrían influir, como el tipo de alojamiento, la forma de organización del viaje, etc. En todo caso, conviene advertir que el presente estudio tiene la pretensión general de abordar los hábitos del turista de Benicàssim, y sólo desde este marco global se sondea el dispendio turístico, mientras que EGATUR está específicamente diseñada y planteada para la medición de este parámetro. La importancia de nuestro dato gira en torno sobretodo a la posibilidad de valorar las relaciones que se puedan establecer entre esta variable y las dimensiones de clasificación.

¹¹⁹ Y medianas de 13 y 10 euros, respectivamente.

¹²⁰ Aunque aquí los otros indicadores de tendencia central se resienten, dada la elevada dispersión. La media recortada se sitúa en 8,19 euros y los estimadores robustos centrales están cercanos a la mediana, que tiene un valor de 3.

¹²¹ Y especialmente los que se hospedan en hoteles de mayor categoría.

¹²² Aunque en algunas partidas como la comida en restaurantes, las compras o el entretenimiento el gasto se reduce de forma más sensible entre los que permanecen durante su estancia en camping. Ello ocurre porque en los alojados en viviendas propias o cedidas no se cuantifica el gasto en alojamiento, dada la dificultad de calcular la amortización del mismo.

¹²³ Si nos referimos a la comida en alojamiento y entretenimiento, conceptos donde los franceses generan un gasto superior.

¹²⁴ Si nos centramos en partidas concretas, los culinarios gastan más en compras, comida en bares y restaurantes y entretenimiento, mientras que los culturales hacen lo propio en viajes por el entorno.

- Encuestados jóvenes, especialmente en partidas como los viajes por el entorno o la comida en restaurantes y bares.
- Individuos con una duración de la estancia inferior.
- Entrevistados que vienen acompañados de un menor número de familiares.

Otras variables segmentan el resultado, pero de manera más parcial. Así, los turistas autónomos o empresarios gastan más en ir de fiesta o en comidas en restaurantes. Por otro lado, quienes ostentan una formación superior generan un dispendio más abultado en el viaje de ida y vuelta, comida en alojamiento, restaurantes y en salir de fiesta. Por último, el nivel socioeconómico es superior entre quienes realizan un mayor desembolso en compras u ocio, e inferior para los que gastan más en viajes por el entorno.

Por otro lado, los fibers hacen un dispendio significativamente inferior en compra de bienes comerciales al del resto de tipologías consideradas.

17.

Valoración de Benicàssim

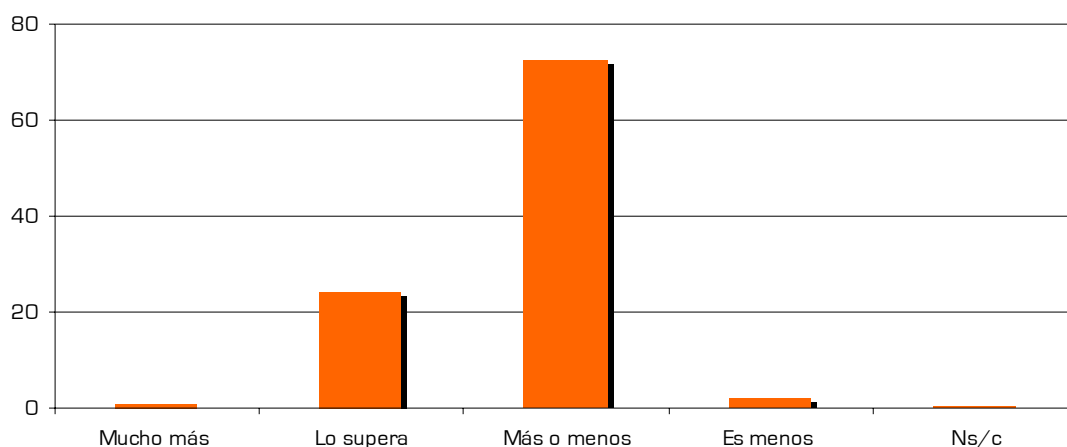
Hasta ahora, hemos descrito el perfil del turista de Benicàssim, ahondando asimismo en una caracterización de sus principales hábitos vacacionales. A partir de este momento profundizaremos en los aspectos valorativos sobre nuestro destino. Concretamente, en este apartado abordamos la valoración general efectuada, determinando asimismo la fidelidad a Benicàssim y las demandas asociadas.

17.1. Valoración general

<i>Lo encontrado frente a lo esperado es...</i>	<i>Mucho más</i>	<i>Lo supera</i>	<i>Más o menos</i>	<i>Es menos</i>	<i>Ns/c</i>
<i>Hotel 3 o + estrellas</i>	-	44,44	53,33	2,22	-
<i>Hotel de 2 o - estrellas</i>	-	26,32	71,93	1,75	-
<i>Camping</i>	1,74	22,61	72,17	1,74	1,74
<i>Vivienda propia</i>	-	14,29	81,63	4,08	-
<i>Casa compar. o cedida</i>	-	12,50	87,50	-	-
<i>Vivienda alquilada</i>	-	11,11	88,89	-	-
Total	0,69	24,17	72,62	1,96	0,57

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 41: Satisfacción con el destino según tipología de alojamiento.



En la tabla y gráfico anteriores vemos que, **a pesar de que un 72,62% no está muy sorprendido** con lo encontrado en Benicàssim, **casi 1 de cada 4** encuestados **considera que supera en mayor o menor medida las expectativas**. Tan sólo un 1,96% se encuentra algo¹²⁵ decepcionado al respecto. La valoración es más comprensiva en turistas ingleses¹²⁶ hospedados en hoteles (frente a los que pernoctan en viviendas y los clasificados como fibers o culturales), resintiéndose un poco en el caso de los cautivos¹²⁷ e inactivos, en contraste con el resto de tipologías.

17.2. Fidelidad

La buena valoración global vista anteriormente debe reflejarse en la fidelidad del turista hacia nuestro destino. Efectivamente, en la tabla y gráfico siguientes podemos apreciar que **69 de cada 100 entrevistados aseguran que volverían** a Benicàssim de vacaciones, y **un 29,50% manifiesta que lo haría con toda probabilidad**. Ningún encuestado aseguró que no volvería¹²⁸ a Benicàssim, y sólo un 1,86% afirmó que probablemente no repetiría.

La fidelidad se incrementa en turistas españoles¹²⁹ cautivos alojados en vivienda propia¹³⁰ y en personas mayores con formación no universitaria que permanecen más tiempo en el destino y que vienen en familias de mayor tamaño.

¹²⁵ Nadie se ha posicionado en la posición negativa más extrema que aparece en el cuestionario: *Le está defraudando*.

¹²⁶ En contraposición al colectivo de españoles, que se muestra ligeramente más crítico.

¹²⁷ Realmente es más que una posición claramente crítica un planteamiento más indiferente.

¹²⁸ Pues en el cuestionario la pregunta se planteó de forma simétrica.

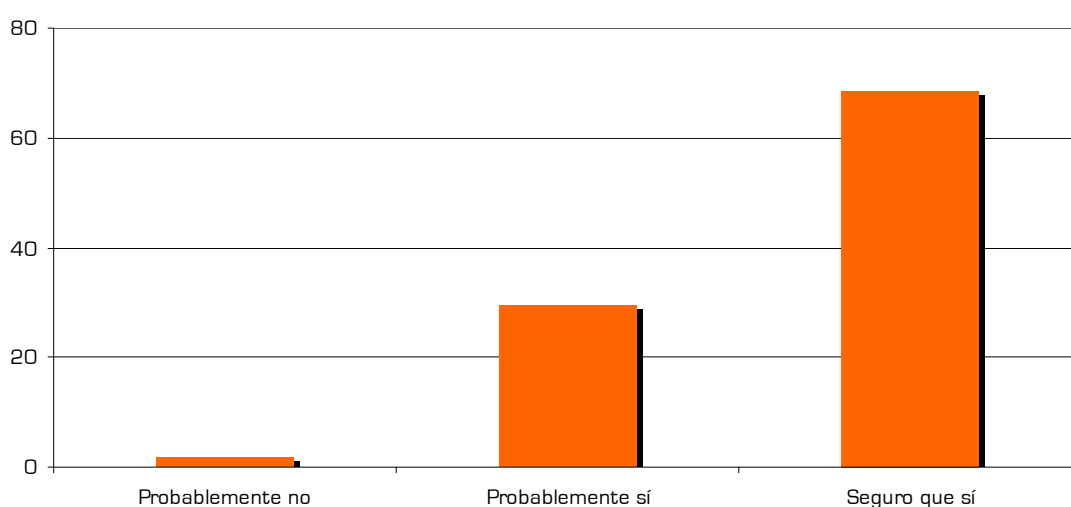
¹²⁹ Sobretudo los valencianos.

¹³⁰ Frente a los que se hospedan en establecimientos hoteleros.

¿Volvería usted a Benicàssim de vacaciones?	Probablemente no	Probablemente sí	Seguro que sí
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	-	56,52	43,48
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	1,75	47,37	50,88
<i>Camping</i>	2,63	21,05	76,32
<i>Vivienda propia</i>	-	8,16	91,84
<i>Casa compartida o cedida</i>	12,50	25,00	62,50
<i>Vivienda alquilada</i>	-	22,22	77,78
Total	1,86	29,50	68,64

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 42: Probabilidad de volver a Benicàssim según tipología de alojamiento.



Muy relacionada con la variable anterior está la **probabilidad de recomendar**¹³¹ **Benicàssim**. En este sentido, en la **tabla 43**, observamos que un **70,57%** lo haría con **total seguridad**, y **28** de cada **100** muy posiblemente. La tendencia a encomendar nuestro destino responde al mismo perfil de turista anteriormente¹³² visto.

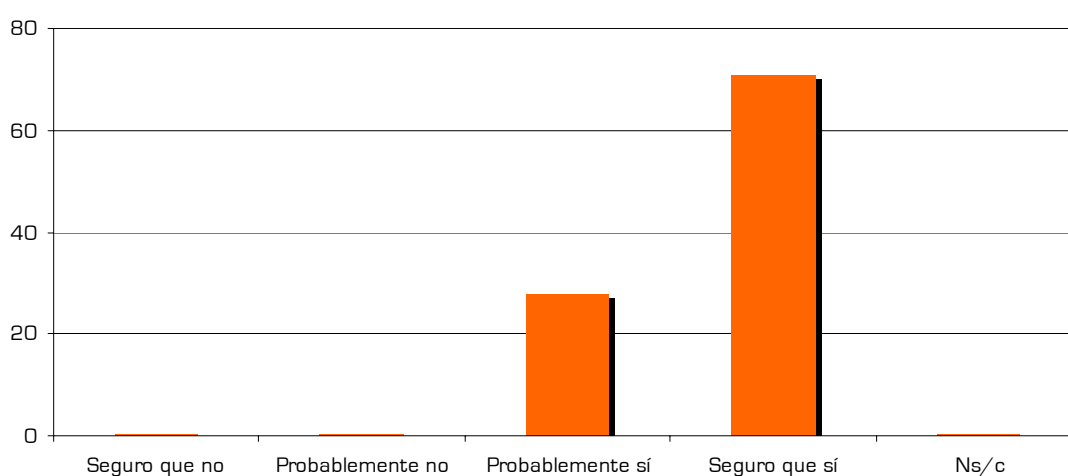
¹³¹ De hecho, existe una correlación positiva casi perfecta (Rho de Spearman de 0,914) entre ambas variables, lo cual indica que, a medida que se incrementa una, aumenta la otra, y viceversa. Utilizamos el coeficiente Rho de Spearman en vez R de Pearson ya que los datos en este caso adoptan un formato ordinal.

¹³² Con la excepción de que aquí el nivel de estudios no es relevante.

¿Recomendaría usted a Benicàssim como destino?	Seguro no	Probabl. no	Probabl. sí	Seguro sí	Ns/c
Hotel de 3 o más estrellas	-	-	45,65	54,35	-
Hotel de 2 o menos estrellas	-	-	45,61	54,39	-
Camping	0,88	-	20,18	77,19	1,75
Vivienda propia	-	-	12,24	87,76	-
Casa compartida o cedida	-	6,67	20,00	73,33	-
Vivienda alquilada	-	-	26,32	73,68	-
Total	0,33	0,52	28,01	70,57	0,57

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 43: Probabilidad de recomendar a Benicàssim según tipología de alojamiento.



Por otro lado, entre los pocos que no volverían o recomendarían, el argumento más mencionado es la lejanía.

17.3. Demandas

Finalizando con este apartado valorativo, pasamos seguidamente a comentar los aspectos que los turistas evaluados echan de menos en la oferta turística de Benicàssim.

<i>¿Qué acciones o elementos ha echado de menos en la oferta turística de Benicàssim?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Nada</i>	43,07	37,61
<i>Alternativas al sol y playa</i>	12,90	11,27
<i>Estacionamientos</i>	9,23	8,06
<i>Más chiringuitos</i>	7,69	6,71
<i>Más ocio nocturno</i>	5,97	5,22
<i>Mejorar las playas</i>	3,86	3,37
<i>Transporte</i>	3,79	3,31
<i>Más comercios</i>	3,15	2,75
<i>Más restaurantes</i>	2,50	2,18
<i>Información turística</i>	2,34	2,04
<i>Transporte desde estación</i>	1,99	1,74
<i>Idiomas</i>	1,71	1,49
<i>Más limpieza</i>	1,56	1,36
<i>Otros</i>	8,12	7,09
<i>Ns/c</i>	6,65	5,80
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 44: Demandas del turista de Benicàssim.

Así, observamos que **hasta 43 de cada 100 entrevistados manifiestan que no creen que falte nada** en este sentido (lo que representa el 37,61% de las respuestas).

La anterior tendencia es más remarcada en turistas ingleses¹³³ catalogables como fibers y en aquellos más fieles a la hora de recomendar Benicàssim como destino, mientras que los encuestados cautivos que se alojan en vivienda propia se muestran más exigentes.

Si nos centramos en los que piden algo, **destacan las demandas de alternativas al sol y playa** (12,90% de los entrevistados y un 11,27% de las respuestas, provenientes sobretodo de extranjeros con estudios no universitarios y clasificables como culinarios o culturales), **más estacionamientos** (9 de cada 100 la secundan, especialmente españoles alojados en camping), **más chiringuitos** (7,69%, también en mayor medida españoles, pero hospedados en vivienda propia, cautivos y con un nivel socioeconómico superior a la media) **y un incremento del ocio nocturno**

¹³³ Frente al colectivo de españoles.

(5,97%, en este caso con un perfil similar al anterior¹³⁴). El resto de sugerencias aparece con una frecuencia inferior.

Resumiendo el presente apartado, hemos visto que **la valoración global del destino es muy buena, lo cual se ve claramente reflejado en la fidelidad declarada y en el elevado porcentaje de turistas que no mejorarían nada** en la oferta turística del municipio.

¹³⁴ Aunque aquí la tipología de alojamiento y el nivel socioeconómico no son significativos. Además, los que secundan esta demanda suelen ser ligeramente menos proclives a volver o recomendar Benicàssim.

18.

Atributos de Benicàssim

Una vez abordados los aspectos valorativos generales, pasamos seguidamente a considerar las opiniones del turista de Benicàssim sobre toda una serie de atributos en relación con la ciudad. Resulta necesario apuntar que previamente, en aras de reducir la dimensionalidad¹³⁵ de esta variable y facilitar la interpretación de los datos, se aplicó un Análisis Factorial¹³⁶ de Componentes Principales. El modelo resultante era significativo¹³⁷ y daba cuenta del 70,75% de la varianza total, arrojando como resultado los siguientes factores:

- *Oferta dotacional*: incluye atributos relativos a la cantidad y calidad de la oferta hotelera y hostelera. La oferta dotacional explica un 15,36% de la varianza.
- *Oferta deportiva*: se trata de una dimensión que da cuenta del 10,75% de la variabilidad, y se ve saturada sobretudo por elementos valorativos referentes a la dotación deportiva y náutica de la ciudad.
- *Oferta complementaria*: es un factor saturado por diversos elementos extra de la dotación turística del municipio, entre los que encontramos el ocio nocturno, los servicios de información turística, la oferta cultural y monumental, los recursos naturales, la dotación de playas, los centros de talasoterapia, SPA, etc. y la disponibilidad de aparcamientos. Se trata del conglomerado más funcional, pues explica el 28,16% de la varianza observada.
- *Tráfico y tranquilidad*: en conjunto, logra dar cuenta del 9,31% de la variabilidad. Se compone de cuestiones como el tráfico, la señalización, el ambiente o el ruido.

¹³⁵ Dada la gran cantidad de ítems.

¹³⁶ El Análisis Factorial de Componentes Principales es una técnica multivariante de reducción de datos. Este procedimiento convierte un número N de variables en un conjunto como máximo de N-1 factores correlacionados con las variables que los componen e incorrelados entre ellos.

¹³⁷ La medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin fue de 0,604, y la prueba de esfericidad de Barlett resultó significativa, con lo que los datos eran susceptibles de ser tratados mediante el Análisis Factorial.

- *Servicios*: Está especialmente saturado por aspectos como la seguridad ciudadana, la limpieza del municipio o los accesos al mismo. Es menos explicativo que los anteriores (7,16% de la varianza).

Por otro lado, hay que remarcar que, tras la reducción de la variabilidad inducida por el Análisis Factorial, hubo dos atributos que no estaban bien ubicados entre los factores descritos. Por ello, finalmente optamos por considerarlos aparte. En concreto, hablamos de la oferta de comercios y del espacio disponible en la playa. Hemos de resaltar además que, a pesar de utilizar la clasificación resultante a efectos de agrupación, hemos preferido, a la hora de realizar los cruces con las variables de control, utilizar los ítems originales de forma independiente. Este proceder se justifica dada la gran cantidad de valores perdidos¹³⁸ en cada dimensión, lo que podría provocar que no apareciesen relaciones estadísticas donde tal vez exista algún dato significativo.

Una vez descritos en general los factores obtenidos, y realizadas las oportunas aclaraciones, pasamos seguidamente a comentar los elementos o atributos de cada una de las dimensiones. Así, en la tabla y gráfico siguientes vemos que **la valoración de la oferta dotacional es globalmente buena, destacando la estimación de la calidad y cantidad de alojamientos** (7,74 y 7,62¹³⁹ sobre 10, respectivamente), aunque en ningún caso los registros descienden de los 7 puntos.

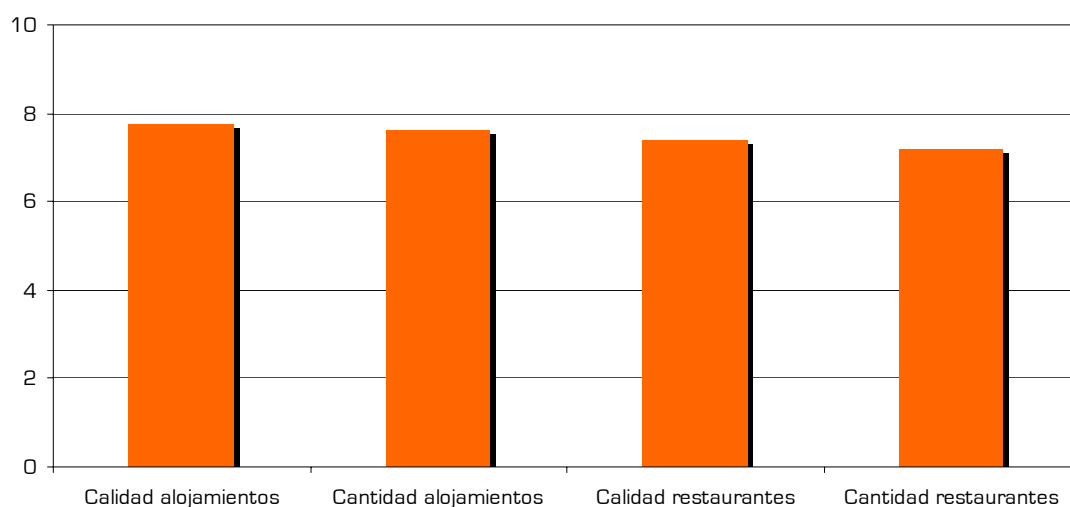
¹³⁸ Es decir, al número de personas que no han sabido contestar a algún elemento incluido en cada factor y que quedan fuera del mismo.

¹³⁹ En ambos casos con medianas de 8. Los estimadores robustos centrales, por su parte, se encuentran más cercanos a la media.

<i>¿Cómo valoraría del 1 al 10 los siguientes aspectos relativos a la oferta dotacional de Benicàssim?</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
Calidad alojamientos	7,74	8
Cantidad alojamientos	7,62	8
Calidad restaurantes	7,39	8
Cantidad restaurantes	7,19	7

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 45: Valoración de la oferta dotacional de Benicàssim.



En relación con las variables de clasificación, podemos enumerar las siguientes conclusiones:

- Los turistas que se alojan en establecimientos hoteleros valoran mejor la calidad del hospedaje. También tienen mejores opiniones de esta característica los que pernoctan en vivienda¹⁴⁰ cedida.
- Si nos centramos en los aspectos referentes a la restauración, los juicios son más comprensivos cuando provienen de los alojados en hoteles y jubilados, en contraposición a estudiantes y parados que pernoctan en camping.
- En cuanto a la tipología de turista, los culinarios emiten un diagnóstico más positivo de la calidad de los restaurantes, mientras que aquellos

¹⁴⁰ Estos encuestados tienen además opiniones más satisfactorias acerca de la cantidad de restaurantes.

catalogados como cautivos valoran en mayor medida la cantidad¹⁴¹ de oferta en hostelería.

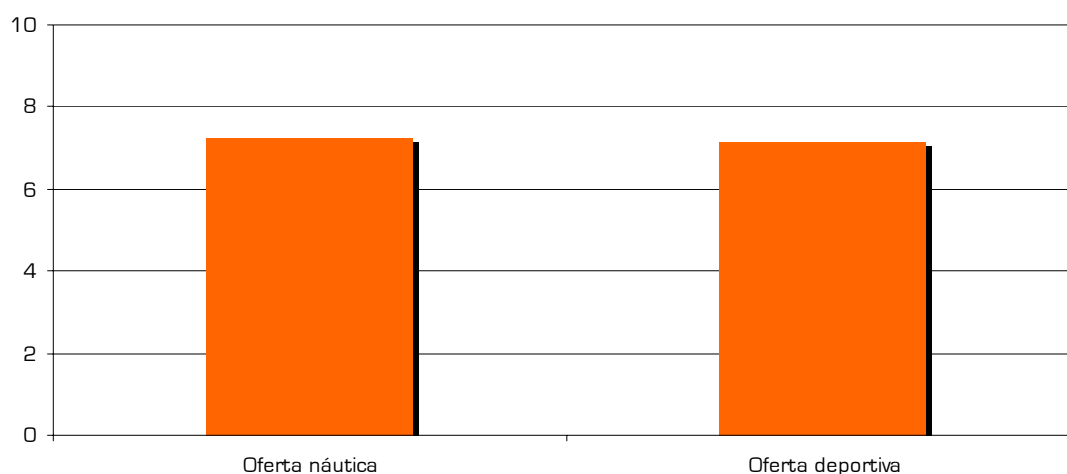
- Por último, conforme se incrementa el nivel socioeconómico, mejora la evaluación de la calidad, tanto de los alojamientos como de la restauración.

Abordaremos a continuación los atributos que componen la oferta deportiva. En la tabla y gráfico siguientes puede observarse que **la oferta náutica obtiene una media de 7,23, y la deportiva de 7,15** (en ambos casos con una mediana¹⁴² de 7).

<i>¿Cómo valoraría del 1 al 10 los siguientes aspectos relativos a la oferta deportiva de Benicàssim?</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
Oferta náutica	7,23	7
Oferta deportiva	7,15	7

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 46: Valoración de la oferta deportiva de Benicàssim.



Respecto a las relaciones con las variables de cruce, en general las estimaciones son superiores en turistas ingleses, sobretodo frente al resto¹⁴³ de extranjeros. La oferta náutica es mejor valorada asimismo en estudiantes (en contraposición a los autónomos). La oferta deportiva, por su parte, recibe juicios más comprensivos de

¹⁴¹ En ambos casos los inactivos conforman el grupo con juicios más críticos.

¹⁴² Aunque la media se ajusta más al resto de indicadores suaves.

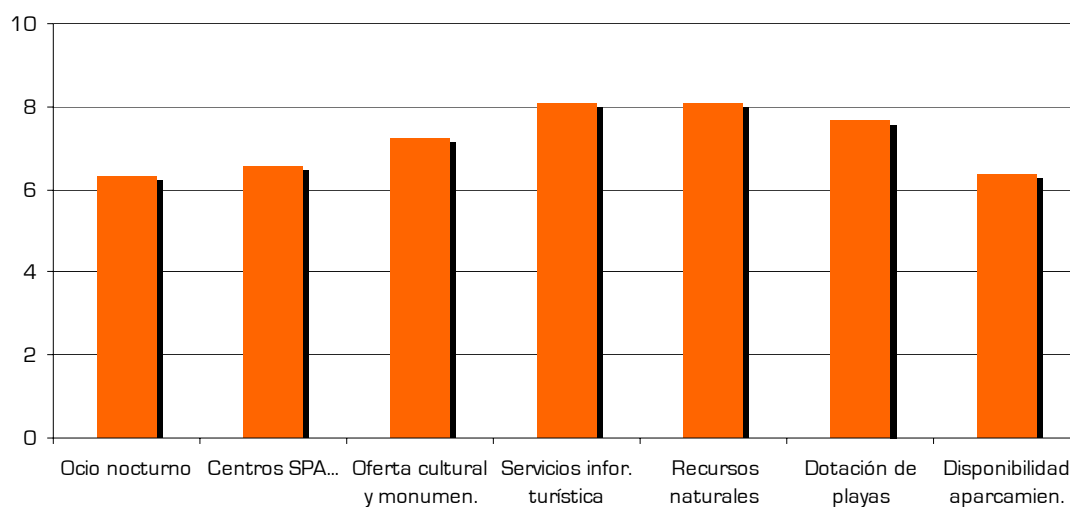
¹⁴³ Ya que las diferencias entre nacionales y foráneos son estadísticamente significativas.

personas alojadas en hoteles de 3 o más estrellas, en contraste con los que hacen lo propio en establecimientos hoteleros de menor categoría. Este último atributo es también mejor considerado por turistas cautivos, siendo más críticos con el mismo los denominados inactivos.

<i>¿Cómo valoraría del 1 al 10 la oferta complementaria de Benicàssim?</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
<i>Ocio nocturno</i>	6,31	7
<i>Centros de talasoterapia, SPA, etc.</i>	6,56	7
<i>Oferta cultural y monumental</i>	7,21	7
<i>Servicios de información turística</i>	8,11	8
<i>Recursos naturales</i>	8,10	8
<i>Dotación de playas</i>	7,64	8
<i>Disponibilidad de aparcamientos</i>	6,36	7

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 47: Valoración de la oferta complementaria de Benicàssim.



El siguiente factor a desglosar es la oferta complementaria de Benicàssim. **Los aspectos más alabados** (ver tabla y gráfico precedentes) **son los servicios de información turística y los recursos naturales** (8,11 y 8,10, respectivamente¹⁴⁴), especialmente frente al ocio nocturno (6,31) y la disponibilidad de aparcamientos (6,36). De hecho, estas dos últimas características son las más criticadas de toda la oferta de Benicàssim.

¹⁴⁴ En ambos casos con una mediana de 8.

Las valoraciones mejoran entre los encuestados hospedados en hoteles¹⁴⁵ si nos centramos en atributos como la oferta cultural y monumental, los servicios de información turística o los recursos naturales.

También suelen ser superiores las estimaciones en extranjeros (sobretudo ingleses, en contraposición a los turistas procedentes de la Comunitat Valenciana) en referencia a características como la dotación de playas, la oferta cultural, los servicios de información turística o el ocio nocturno. Este último aspecto recibe asimismo buenas opiniones de personas con formación universitaria, jóvenes que acuden en grupos más pequeños, durante menos tiempo y catalogados como *fibers*¹⁴⁶ (frente a los inactivos y culinarios¹⁴⁷). La situación laboral también segmenta los resultados, que son más benevolentes en jubilados (en oposición a los estudiantes) en relación a la oferta cultural, en autónomos (siendo las amas/os de casa más críticas) respecto a los centros de talasoterapia o SPA y en estudiantes cuando se trata de valorar el ocio nocturno.

En la tabla y gráfico siguientes podemos apreciar los elementos relativos al tráfico y tranquilidad. Vemos que **el aspecto mejor valorado es el ambiente** (media de 7,66 y mediana de 8), aunque en general las estimaciones son excelentes (el tráfico es el atributo menos halagado, consiguiendo un 7,30 en promedio¹⁴⁸).

¹⁴⁵ Frente a los que hacen lo propio en viviendas.

¹⁴⁶ Los cuales también suelen valorar mejor la oferta cultural y monumental.

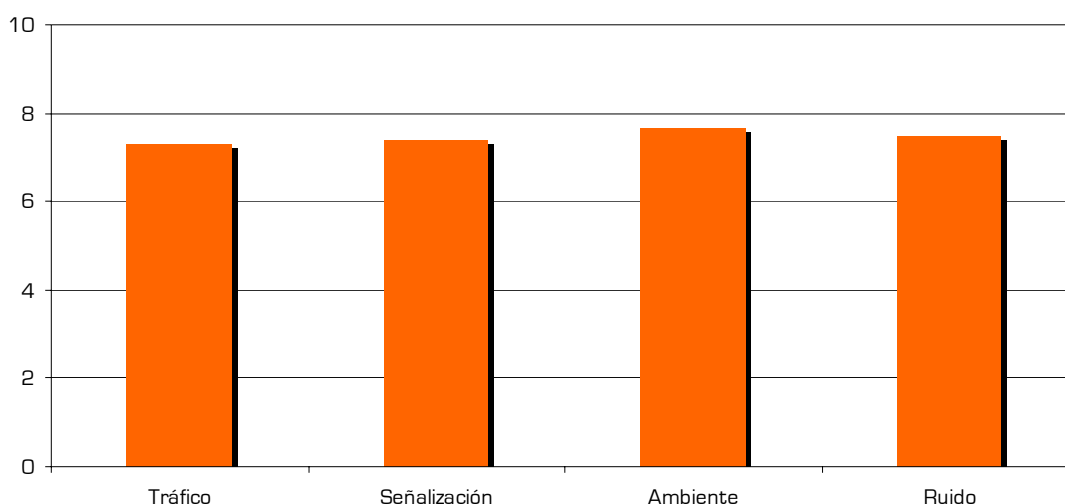
¹⁴⁷ Aquellos clasificados como culinarios y culturales otorgan puntuaciones más elevadas a aspectos como los servicios de información turística o los recursos naturales.

¹⁴⁸ Con una mediana de 7.

¿Cómo valoraría del 1 al 10 los siguientes aspectos relativos al tráfico y la tranquilidad en Benicàssim?	Media	Mediana
Tráfico	7,30	7
Señalización	7,40	8
Ambiente	7,66	8
Ruido	7,48	8

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 48: Valoración del tráfico y la tranquilidad de Benicàssim.



La señalización y el ruido obtienen registros de 7,40 y 7,48, respectivamente. En general, las valoraciones son más críticas entre los que se alojan en vivienda propia, mejorando sensiblemente en turistas¹⁴⁹ extranjeros. Las estimaciones sobre el tráfico son más condescendientes cuando provienen de personas que pernoctan en hoteles¹⁵⁰ y estudiantes. En cuanto a las señales o indicaciones, esta característica es especialmente halagada por los que se hospedan en vivienda cedida y los que declaran poseer formación universitaria. Valoran mejor el ambiente los fibers y culinarios (frente a los inactivos), con estudios superiores y usuarios de establecimientos¹⁵¹ hoteleros.

¹⁴⁹ Excepto en el caso de la evaluación del nivel de ruido en Benicàssim, que no difiere estadísticamente al testarla según nacionalidad.

¹⁵⁰ De manera preferente los de 3 o más estrellas.

¹⁵¹ Especialmente los de mayor categoría, una vez más.

Por último, el nivel de ruido es un atributo que recibe menores estimaciones de jóvenes turistas culturales (en oposición a los cautivos), que pernoctan en viviendas cedidas o compartidas y cuya estancia en Benicàssim es menos prolongada.

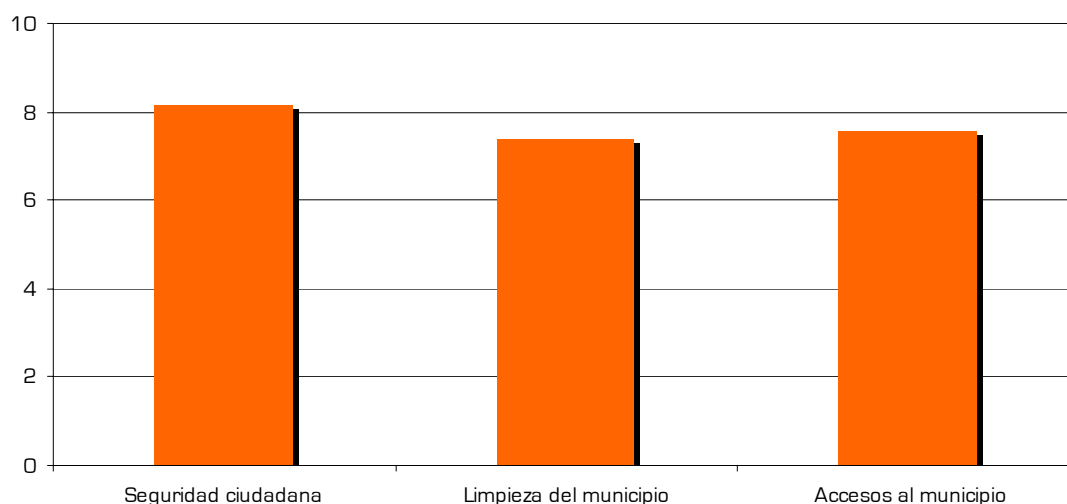
Pasando a la oferta de servicios, vemos en la tabla y gráfico siguientes que **la seguridad ciudadana es el atributo mejor percibido, con un promedio de 8,18**. La limpieza del municipio (7,38) o los accesos al mismo (7,58) obtienen buenos registros, aunque ligeramente¹⁵² más moderados.

Globalmente, las evaluaciones son más críticas entre los que disfrutaron de segunda residencia en el municipio. Si nos centramos en la seguridad ciudadana, los registros mejoran cuando provienen de extranjeros (sobretudo ingleses) alojados en hoteles y en vivienda alquilada, y que vienen acompañados de un menor número de familiares.

<i>¿Cómo valoraría del 1 al 10 los siguientes aspectos relativos a los servicios de Benicàssim?</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
<i>Seguridad ciudadana</i>	<i>8,18</i>	<i>8</i>
<i>Limpieza del municipio</i>	<i>7,38</i>	<i>8</i>
<i>Accesos al municipio</i>	<i>7,58</i>	<i>8</i>

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 49: Valoración de los servicios de Benicàssim.



¹⁵² La mediana es siempre de 8.

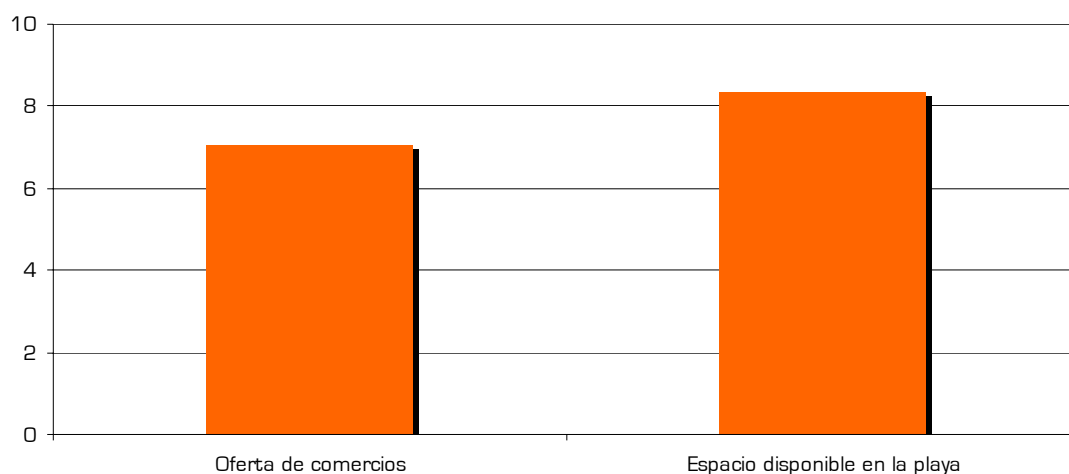
Respecto a la limpieza del municipio, es un aspecto mejor valorado por los franceses (en oposición a los madrileños), y los turistas culinarios¹⁵³ que permanecen más tiempo de vacaciones en Benicàssim.

Por último, son más condescendientes con los accesos a la ciudad los que pernoctan en vivienda cedida, también franceses, los turistas cautivos y culturales (frente a los fibers) y aquellos que declaran un mayor nivel socioeconómico y estudios superiores completados.

¿Cómo valoraría del 1 al 10 los siguientes aspectos relativos a Benicàssim?	Media	Mediana
Oferta de comercios	7,05	7
Espacio disponible en la playa	8,36	8

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 50: Valoración de otros aspectos de Benicàssim.



En el último grupo de atributos, denominado residualmente como otros aspectos en la tabla y gráfico 50, podemos apreciar que **el espacio en las playas está muy bien valorado** (8,36 sobre 10 y mediana de 8¹⁵⁴). De hecho, **es la característica más halagada en Benicàssim**. La oferta comercial, por su parte, no obtiene un registro tan pujante, pero aún así logra un nada desdeñable 7,05 (mediana de 7).

¹⁵³ En contraste con los fibers.

Las valoraciones son superiores entre personas alojadas en hoteles de 2 o menos estrellas, especialmente frente a las que pernoctan en vivienda propia, que se muestran más críticas. El espacio disponible en la playa, además, es un atributo alabado sobretodo por turistas culinarios (en oposición a los fibers y culturales). En cuanto a la oferta comercial, también se incrementan las puntuaciones en el caso de los extranjeros (en mayor medida franceses, frente al conjunto de españoles) y caen significativamente entre los turistas inactivos (en contraste con el resto de tipologías).

Finalizando con este apartado, comentar que, en aras de averiguar el peso de cada una de las variables consideradas en la valoración general y la fidelidad hacia Benicàssim, efectuamos un Análisis de Regresión¹⁵⁵ Múltiple. No obstante, el modelo resultante no fue¹⁵⁶ significativo, con lo que se rechazó su aplicación efectiva a los datos.

¹⁵⁴ Además, hasta 12 de cada 100 encuestados otorgan una puntuación de 10 a este aspecto.

¹⁵⁵ Este procedimiento crea una función lineal por medio de la cual se mide la importancia de los cambios en la variable dependiente (la satisfacción con Benicàssim, por ejemplo) en función de otras variables independientes (los atributos descritos).

¹⁵⁶ Con toda probabilidad debido a que las valoraciones no son muy distantes entre sí, existiendo bastante homogeneidad, y a la cantidad de ítems barajados.

19.

Imagen y posicionamiento

Tras la panorámica valorativa esbozada en los anteriores apartados, en este procederemos a fijar la ubicación que los turistas otorgan a Benicàssim en relación con otros destinos turísticos. Previamente detallaremos las principales plazas competidoras enumeradas espontáneamente por los encuestados:

<i>¿Con qué otros destinos turísticos compara la ciudad de Benicàssim?</i>	<i>Respondientes</i>	<i>Respuestas</i>
<i>Peñíscola</i>	<i>31,21</i>	<i>15,58</i>
<i>Oropesa del Mar</i>	<i>18,74</i>	<i>9,35</i>
<i>Benidorm</i>	<i>9,04</i>	<i>4,51</i>
<i>Dénia</i>	<i>6,66</i>	<i>3,33</i>
<i>València</i>	<i>6,03</i>	<i>3,01</i>
<i>Gandía</i>	<i>5,87</i>	<i>2,93</i>
<i>Salou</i>	<i>5,29</i>	<i>2,64</i>
<i>Xàbia</i>	<i>4,26</i>	<i>2,12</i>
<i>Alacant</i>	<i>4,01</i>	<i>2,00</i>
<i>Cullera</i>	<i>3,63</i>	<i>1,81</i>
<i>Tarragona</i>	<i>2,02</i>	<i>1,01</i>
<i>Alcossebre</i>	<i>1,87</i>	<i>0,93</i>
<i>Mallorca</i>	<i>1,72</i>	<i>0,86</i>
<i>Málaga</i>	<i>1,70</i>	<i>0,85</i>
<i>Sitges</i>	<i>1,50</i>	<i>0,75</i>
<i>Calp</i>	<i>1,48</i>	<i>0,74</i>
<i>Oliva</i>	<i>1,27</i>	<i>0,64</i>
<i>Córcega</i>	<i>1,13</i>	<i>0,57</i>
<i>Tenerife</i>	<i>1,11</i>	<i>0,55</i>
<i>Benicarló</i>	<i>1,09</i>	<i>0,54</i>
<i>Otros</i>	<i>37,38</i>	<i>24,23</i>
<i>Ns/c</i>	<i>23,05</i>	<i>14,94</i>
Total	-	100

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 51: Destinos competidores.

En primer lugar, destacar que **23 de cada 100 encuestados se muestran indecisos o prefieren no contestar** a esta cuestión. Entre los que se decantan por enumerar algo, un **31,21% menciona Peñíscola** (15,58% de las respuestas). **Otros destinos señalados con cierta frecuencia son Oropesa del Mar** (19 de cada 100 aluden a este municipio), **Benidorm** (9,04% de los encuestados), **Dénia** (6,66%) o **València** (6,03%). El resto de plazas son enumeradas con menor frecuencia.

Posteriormente, se plantearon una serie de atributos que el turista debía valorar si se asociaban al destino en particular que habían enumerado. Se eligieron las plazas señaladas junto a Benicàssim, dejando el resto de destinos fuera por su escasa repercusión. Los resultados se presentan a continuación:

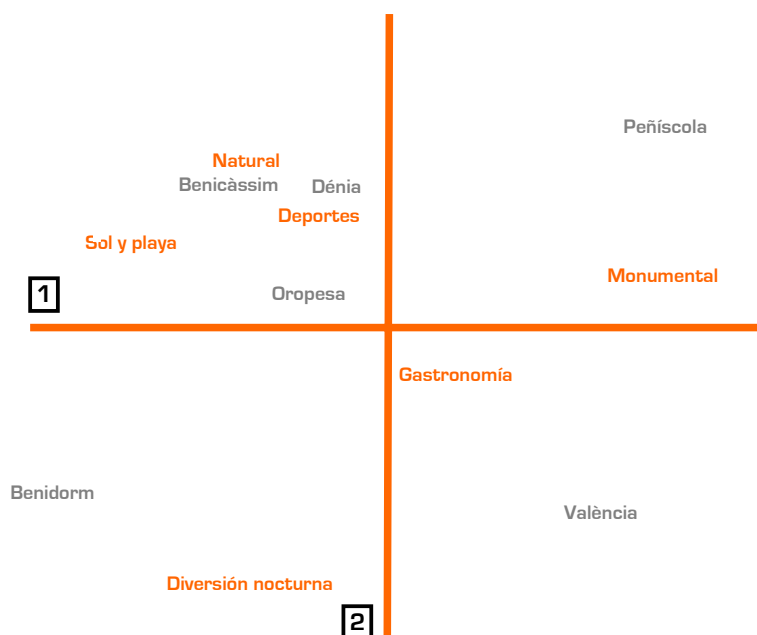
Destinos *	Benicàssim	Peñíscola	Oropesa	Benidorm	Dénia	València
Natural/paisajístico	21,66	16,57	17,19	19,57	19,35	8,80
Monumental/cultural	11,33	31,71	16,15	2,06	14,82	23,84
Diversión nocturna	10,42	10,72	15,64	26,73	11,94	23,94
Deportes y náutica	11,00	8,73	9,19	8,43	15,65	8,82
Buena gastronomía	18,55	15,03	16,94	13,10	14,93	23,29
Sol y playa	27,05	17,24	24,90	30,11	23,30	11,31
Total	100	100	100	100	100	100

*Porcentaje de encuestados que enumeran el destino concreto.

Base: Encuestados que han mencionado algún destino competidor.

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 52: Mapa de posicionamiento.



Si nos centramos en los atributos frecuentemente asociados a Benicàssim, en la tabla anterior vemos que los turistas relacionan nuestro municipio principalmente con las características sol y playa (27 de cada 100 así lo señalan, siendo sobretodo

españoles y turistas inactivos o culinarios) y **natural/paisajístico**¹⁵⁷ (enumerado en el 21,66% de los casos, especialmente encuestados valencianos), en contraposición a la diversión nocturna (10,42% la señalan, siendo preferentemente fibers y cautivos), los deportes y la náutica (11%) y lo monumental/cultural¹⁵⁸ (11,33%, de manera remarcada en encuestados clasificables como culturales). Haciendo referencia a la buena gastronomía, se trata de una característica mencionada por un 18,55%, especialmente turistas culinarios o cautivos.

Por otro lado, si intentamos indagar en el posicionamiento de Benicàssim respecto a otros destinos, nos vemos en la necesidad de recurrir al Análisis de Correspondencias¹⁵⁹ Simple. Con este procedimiento, obtenemos dos ejes o dimensiones¹⁶⁰ que definen el mapa de posicionamiento:

- **Dimensión 1:** explica un 63,13% de la varianza. En uno de sus polos satura especialmente la característica monumental (un 68,75% de la inercia¹⁶¹ del factor proviene de ella), mientras que el otro viene delimitado sobretodo por el atributo sol y playa (19,64% de la inercia).
- **Dimensión 2:** se trata de un factor menos informativo que el anterior (da cuenta de un 28,18% de la variabilidad), y está muy saturado en un polo por la característica diversión nocturna (66,76% de la inercia) y en el otro por el atributo natural (15,38%).

A partir de los datos anteriores el Análisis de Correspondencias nos permite generar un gráfico bidimensional, en el cual se representan los dos factores mencionados, situándose en este mismo plano tanto las características aludidas como los destinos a posicionar. Así, en la tabla precedente puede apreciarse el consecuente **mapa de posicionamiento**.

¹⁵⁷ En adelante natural.

¹⁵⁸ A partir de ahora monumental.

¹⁵⁹ El Análisis de Correspondencias Simple es una técnica multivariante que se utiliza para estudiar, desde un punto de vista gráfico, las relaciones de dependencia e independencia de un conjunto de variables categóricas a partir de los datos de una tabla de contingencia.

¹⁶⁰ Hay que resaltar que estas dos dimensiones son, según el modelo, dependientes entre sí (Chi-cuadrado menor que 0,01), con lo que se avala estadísticamente el modelo.

¹⁶¹ La inercia de una característica sobre la dimensión indica el grado en que está representada por la misma.

Si nos centramos en la dimensión 1, vemos que existe un claro anclaje de Benidorm en el cuadrante de sol y playa y diversión nocturna, mientras que Peñíscola se ubica en el otro polo, muy asociada al atributo¹⁶² monumental.

En referencia a la dimensión 2, aquí los turistas sitúan a València muy cercana a las propiedades de diversión nocturna y monumental. En el otro polo, no existe una definición tan marcada, aunque los encuestados relacionan en cierta medida a Benicàssim y Dénia con las características natural y sol y playa. Oropesa del Mar, por su parte, se encuentra muy mal posicionada.

En definitiva, **concluimos que el posicionamiento de Benicàssim no es claro.** Compite fuertemente con Dénia e incluso con Oropesa del Mar por el mismo nicho¹⁶³ de mercado. En contraposición, están Benidorm, València y Peñíscola, con un perfecto emplazamiento, y asociadas a características muy claras y exclusivas.

Finalmente, podemos afirmar que parece que los deportes y la gastronomía no son atributos que permitan diferenciaciones importantes en el plano factorial.

¹⁶² También València está un poco posicionada en relación a este atributo, pero en menor medida.

¹⁶³ De hecho, se ubica en el mismo cuadrante que estos destinos.

20.

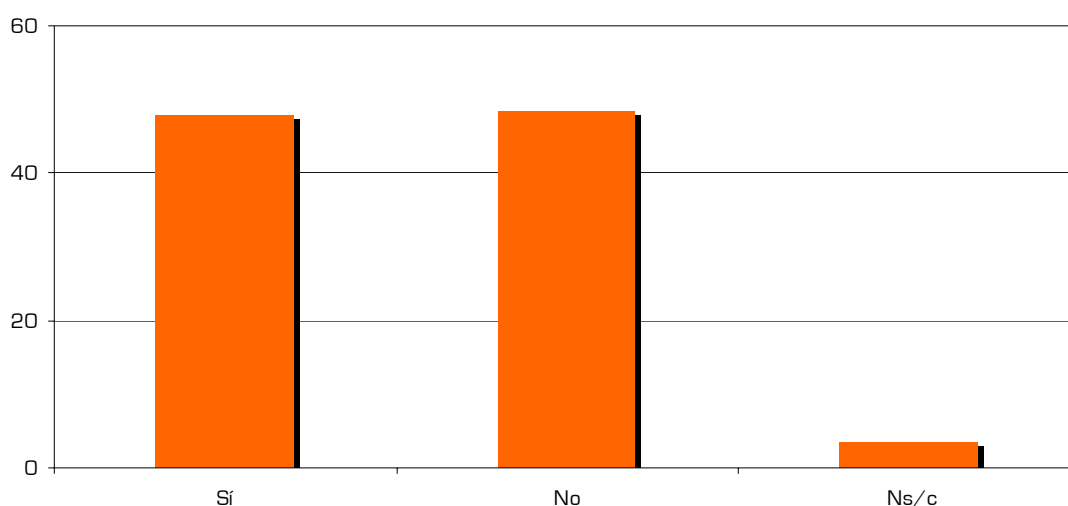
Servicio Post-venta y comunicación

En este apartado, tras esbozar una caracterización del turista de Benicàssim en base a su perfil, hábitos, etc., y una vez analizados los principales elementos valorativos respecto de la ciudad, pasamos a centrarnos en dos ejes esenciales: la notoriedad de ciertos servicios o actividades ofrecidas en el municipio y la valoración de los mismos. Se trata, en esencia de, una vez elaborado el proceso de *venta* del producto, describir la *Post-venta*. Sin embargo, abordaremos previamente las visitas a las Oficinas de Turismo de Benicàssim por parte de los turistas:

¿Ha pasado usted por alguna Tourist Info de Benicàssim?	Sí	No	Ns/c
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	60,87	28,26	10,87
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	58,62	37,93	3,45
<i>Camping</i>	40,00	58,26	1,74
<i>Vivienda propia</i>	55,10	42,86	2,04
<i>Casa compartida o cedida</i>	12,50	81,25	6,25
<i>Vivienda alquilada</i>	38,89	61,11	-
Total	48,00	48,56	3,44

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 53: Visitas a la Oficina de Turismo según tipología de alojamiento.



Vemos que **casi la mitad de los encuestados asegura haber pasado por alguna de las Oficinas de Turismo** del municipio. Se trata en mayor medida de turistas cautivos

o fibers (en oposición a los inactivos), extranjeros¹⁶⁴ alojados en establecimientos¹⁶⁵ hoteleros, con formación universitaria y que vienen en grupos de menor tamaño y con un número de familiares inferior.

Pasamos seguidamente a comentar la notoriedad de diversas actividades ofertadas en el municipio de Benicàssim:

¿Sabía de la existencia de las siguientes actividades que se ofrecen en Benicàssim?	No	Sí	Ns/c
<i>Reunión Llnàtica Custom Harley Internacional</i>	39,94	60,06	-
<i>Tamboreada del Jueves Santo y procesión</i>	63,59	36,41	-
<i>Actividades de la noche de San Juan</i>	45,96	53,48	0,57
<i>FIB Festival Internacional</i>	7,40	91,84	0,76
<i>Festivales de teatro</i>	69,19	29,92	0,89
<i>Cine familiar en la playa</i>	56,61	43,39	-
<i>Festival lírico de ópera</i>	85,88	13,58	0,54
<i>Ciclo de música sacra en Monasterio Carmelitas</i>	80,33	19,10	0,57
<i>Festival de habaneras</i>	63,72	36,28	-
<i>Festival de bailes de salón</i>	83,07	15,79	1,13
<i>Certamen de guitarra</i>	81,10	18,90	-
<i>Fiesta de San Antonio Abad y paellas</i>	64,81	34,62	0,57
<i>Fiestas de Santo Tomás</i>	73,19	25,67	1,13

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 54: Notoriedad de las actividades ofertadas en Benicàssim.

Observamos que el **FIB 2009 es conocido por casi todos¹⁶⁶ los encuestados** (91,84%). Otras actividades tienen cierta popularidad aunque muy inferior. Así, **6 de cada 10 tenían constancia de la Reunión Llnàtica Custom Harley Internacional** (en adelante Reunión Llnàtica), y un **53,48% asegura conocer las actividades de la noche de San Juan**. Los actos menos notorios son el festival de bailes de salón (15,79%) y el festival lírico de ópera (13,58).

Por otro lado, hemos optado por convertir esta variable para facilitar la interpretación de las posibles relaciones existentes con los otros elementos de cruce

¹⁶⁴ Especialmente ingleses, frente a los valencianos.

¹⁶⁵ Sobretodo de mayor categoría.

¹⁶⁶ En el *Estudio de la demanda turística en el municipio de Benicàssim, 2000* ya aparecía este acontecimiento como el más notorio (en aquel momento un 74% de los entrevistados conocían este evento, no existiendo diferencias significativas entre esta cifra y la obtenida actualmente, en virtud de la prueba estadística Chi-cuadrado).

considerados en el estudio. En este sentido, si contamos el número de actividades que el visitante confiesa conocer, obtendremos una nueva dimensión que oscila entre 0 y 13, donde 0 es que no conoce ninguna actividad y 13 que tiene constancia de todas y cada una de ellas. Esta solución, que podría denominarse *conocimiento de actividades*, tiene carácter continuo y por tanto es mucho más robusta a la hora de aplicar análisis estadísticos.

<i>Conocimiento de actividades</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>
<i>Hotel de 3 o más estrellas</i>	2,49	2
<i>Hotel de 2 o menos estrellas</i>	3,53	3
<i>Camping</i>	4,68	4
<i>Vivienda propia</i>	8,20	8
<i>Casa compartida o cedida</i>	5,05	5
<i>Vivienda alquilada</i>	5,76	6
Total	4,79	5

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 55: Conocimiento de actividades según tipología de alojamiento.

Si tenemos en cuenta esta nueva variable, en la tabla anterior podemos apreciar que **los turistas de Benicàssim conocen, en promedio 4,79 de las 13 actividades** enumeradas (mediana de 5¹⁶⁷). La notoriedad de actividades es superior en los siguientes casos:

- Encuestados alojados en vivienda propia, especialmente frente a los que pernoctan en hoteles (sobretudo de mayor categoría).
- Valencianos, en contraposición con los extranjeros no franceses.
- Amas/os de casa y jubilados, en contraste con los estudiantes.
- Individuos con un nivel de formación no universitario.
- Turistas cautivos, principalmente en oposición a los inactivos.
- Personas mayores, con un nivel socioeconómico superior a la media, que vienen acompañados de un mayor número de familiares y que permanecen durante más tiempo en Benicàssim de vacaciones.

¹⁶⁷ Aunque los estimadores robustos centrales están más próximos a la media. Por otro lado, hay que destacar que hasta 37 de cada 100 encuestados sólo conocen como máximo 2 actividades.

Pasamos seguidamente a estudiar la valoración que los turistas efectúan de las actividades descritas más arriba. Para ello, nos detendremos en los datos de la tabla siguiente:

<i>Valore del 1 al 10 las siguientes actividades que se ofrecen en Benicàssim:</i>	<i>Medía</i>	<i>Mediana</i>
<i>Reunión Llundàtica Custom Harley Internacional</i>	7,46	8
<i>Tamboreada del Jueves Santo y procesión</i>	7,25	7
<i>Actividades de la noche de San Juan</i>	7,80	8
<i>FIB Festival Internacional</i>	7,83	8
<i>Festivales de teatro</i>	7,28	7
<i>Cine familiar en la playa</i>	7,44	8
<i>Festival lírico de ópera</i>	6,87	7
<i>Ciclo de música sacra en Monasterio Carmelitas</i>	6,67	7
<i>Festival de habaneras</i>	7,15	7
<i>Festival de bailes de salón</i>	7,36	8
<i>Certamen de guitarra</i>	7,31	7
<i>Fiesta de San Antonio Abad y paellas</i>	7,72	8
<i>Fiestas de Santo Tomás</i>	7,45	8

Fuente: Encuesta de la demanda turística de Benicàssim para el desarrollo de producto/mercado, 2009.

Tabla 56: Importancia de las actividades ofertadas en Benicàssim.

Vemos que **globalmente las estimaciones son bastante buenas**, superando en casi todos los casos los 7 puntos sobre 10. **Destaca especialmente la valoración del FIB 2009** (7,83 y mediana de 8¹⁶⁸), **de las actividades de la noche de San Juan** (7,80, con una mediana asimismo de 8) **y de la fiesta de San Antonio Abad** (7,72). Los registros se moderan un poco (pero siguen siendo buenos) para actividades como el ciclo de música sacra en el Monasterio Carmelitas (6,67 y mediana¹⁶⁹ de 7) y el festival lírico de ópera (6,87).

Las variables de clasificación segmentan los resultados del modo en que se describe a continuación:

- Aquellos alojados en establecimientos hoteleros valoran de forma más comprensiva actos como el FIB¹⁷⁰ 2009, el certamen de guitarra, el festival

¹⁶⁸ Además, 13 de cada 100 entrevistados otorgan una puntuación de 10 a este acontecimiento.

¹⁶⁹ Hay que remarcar que aún así los resultados son muy buenos, pues casi 1 de cada 3 turistas concede una marca superior a los 7 puntos a esta actividad.

¹⁷⁰ En este caso también los que hacen uso de los camping suelen ser bastante condescendientes.

de bailes de salón o el ciclo de música sacra, generalmente frente a los que se hospedan en su vivienda.

- En cuanto a la nacionalidad, los españoles efectúan estimaciones más satisfactorias de actividades como el cine familiar¹⁷¹ en la playa, los festivales de teatro, los actos de la noche de San Juan y el festival de¹⁷² habaneras. Por su parte, los extranjeros, y especialmente los provenientes del Reino Unido, tienden a valorar mejor el FIB 2009, los festivales de bailes de salón y las fiestas de San Antonio Abad.
- Las mujeres son más condescendientes al evaluar elementos como el FIB 2009 o el ciclo de música sacra en el Monasterio Carmelitas.
- Los estudiantes muestran una mayor comprensividad con el FIB 2009, pero suelen ser más críticos con el resto de actividades. Por otro lado, y a excepción de la actividad anterior, generalmente los mejores juicios provienen de jubilados y amas/os de casa.
- Respecto al nivel de estudios, comentar que aquellos que poseen formación superior sólo halagan en mayor medida el FIB 2009 que los que tienen menos estudios. Al resto de actividades suelen darles menos puntuación.
- Aquellos turistas considerados como culturales tienden a valorar mejor los festivales de teatro. Los inactivos tienen una mayor consideración con la Reunión Llunàtica y con el cine familiar en la playa. Aquellos denominados fibers, en buena lógica, muestran opiniones más favorables al FIB 2009.
- La edad es asimismo importante, dado que las estimaciones suelen ser más comprensivas en personas¹⁷³ mayores.
- El nivel socioeconómico es superior entre los que efectúan un juicio más benevolente de actos como los festivales de teatro y el lírico, así como la fiesta de Santo Tomás.
- Por último, en referencia al tamaño del grupo de acompañamiento, este es superior entre los que valoran mejor el ciclo de música sacra o la

¹⁷¹ Frente a los ingleses, principalmente.

¹⁷² En este caso las valoraciones son especialmente buenas entre valencianos, nuevamente frente al colectivo inglés, que se muestra más crítico.

¹⁷³ Excepto cuando se trata de valorar el FIB 2009. En este caso los jóvenes son más entusiastas.

tamboreada y procesión del Jueves Santo. Si nos centramos concretamente en el tamaño familiar, éste se incrementa sensiblemente en quienes alaban comparativamente más eventos como la Reunión Llunàtica, las actividades en la noche de San Juan, los festivales de teatro o el cine familiar en la playa.

21.

Cuantificación de turistas

Finalizando con el presente estudio, en este apartado abordaremos ciertos aspectos relativos a la estimación del número de turistas que acuden a la ciudad. Ésta es sin lugar a dudas la incógnita más importante de cualquier estudio sobre la demanda turística, ya que no disponemos de datos oficiales¹⁷⁴ al respecto. Ante esta disyuntiva, nos vemos en la obligación de buscar diversas fórmulas que permitan conjuntamente aproximarnos a este parámetro. Una de las vías es calcular la población flotante¹⁷⁵ o no residente en el municipio de Benicàssim. Dicha población se puede estimar¹⁷⁶, por ejemplo, a través de los datos sobre consumo de agua:

<i>Periodo</i>	<i>Población</i>	<i>Población flotante</i>	<i>Diferencia porcentual</i>
Enero	28.797	10.927	-38,85
Febrero	29.979	12.109	-32,24
Marzo	35.660	17.790	-0,45
Abril	39.087	21.217	18,73
Mayo	36.087	18.217	1,94
Junio	53.792	35.922	101,02
Julio	76.671	58.801	229,05
Agosto	79.886	62.016	247,04
Septiembre	52.604	34.734	94,37
Octubre	30.986	13.116	-26,60
Noviembre	24.136	6.266	-64,94
Diciembre	26.488	8.618	-51,77
Total	514.173	299.733	39,77
Media anual	42.848	24.978	39,77

Fuente: Fobesa Aguas Potables.

Tabla 57: Estimación de la población flotante en Benicàssim en 2008 a través del consumo de agua según periodo.

¹⁷⁴ No es un problema exclusivo de Benicàssim, ya que en el resto de ámbitos tampoco se conoce la cantidad de turistas que nos visitan, debido a la multiplicidad de formas de llegar a nuestro destino y de alojarse en él. Por ejemplo, no conocemos el número de turistas que vienen a nuestra comunidad en vehículo propio y se hospedan en segunda residencia.

¹⁷⁵ La población flotante incluye a todas aquellas personas que se encuentran temporalmente en un municipio y que no están empadronadas en el mismo. Lógicamente, este contingente comprende una gran proporción de turistas.

¹⁷⁶ Siempre teniendo prudencia a la hora de interpretar la magnitud del resultado, pues pueden haber consumos de agua que estén asociados a otros parámetros diferentes a los poblacionales (por ejemplo, los efectuados por las empresas).

Podemos apreciar que la media anual resultante es de 42.848 personas en 2008. Si a este dato le restamos el número de residentes¹⁷⁷ empadronados, obtenemos la fluctuación media anual, o **la población flotante media, que fue de 24.978 personas en 2008. Esta cantidad representa hasta un 39,77% de la población residente.** Ello implica que, según esta estimación, de cada 100 empadronados en Benicàssim en 2008, existían casi 40 individuos más en diversas situaciones (turistas, trabajadores eventuales, etc.).

Por otro lado, **el número de personas no empadronadas**, siguiendo estas estimaciones, **es claramente superior en julio y agosto¹⁷⁸** (58.801 y 62.016 personas, respectivamente), especialmente frente a los meses de noviembre y diciembre (6.266 y 8.618 individuos, de manera respectiva). Las cifras veraniegas son consonantes con la capacidad de carga anunciada en el subapartado *8.1. Tipología de alojamiento*, donde cuantificábamos en alrededor de 62.000 las plazas turísticas del municipio.

En cuanto a la población fluctuante anual en 2008, siguiendo estos datos sobre consumo de agua, el montante fue de 299.733¹⁷⁹ individuos.

Finalmente, otra vía es proyectar el número estimado de turistas que pasan por nuestro municipio a partir de las encuestas realizadas, pues sabemos que un 48% de los turistas entrevistados pasan por las Oficinas de Turismo de Benicàssim. Si estimamos las visitas cuantificadas en las Oficinas de Turismo, que ascienden¹⁸⁰ a 41.637, y aplicamos sobre esta cifra la proporción de visitantes de las Tourist Info que son turistas (un 89,53%¹⁸¹), obtenemos un total de 37.276 viajeros que pasan

¹⁷⁷ En 2008 eran 17.870, según el *Padrón Municipal de Habitantes, 2008*.

¹⁷⁸ Ello es concordante con la fuerte demanda asociada al verano que pudimos apreciar en el apartado *15. Estacionalidad*.

¹⁷⁹ Lógicamente, no son 299.733 individuos diferentes, ya que algunas personas vienen en distintos periodos, pero desde luego ésta es una aproximación bastante válida de la carga de población flotante que absorbe Benicàssim.

¹⁸⁰ Esta cifra se calcula del siguiente modo: partimos del número de consultas a las Oficinas de Turismo en 2008 (pues no poseemos datos de todo el ejercicio de 2009); posteriormente, calculamos la *ratio* consulta/visita a través de los datos existentes sobre número de visitas en 2009 (este año, a instancias de Investratègia y con el apoyo del personal de las Tourist Info, sí se ha contabilizado este parámetro); finalmente, aplicamos la *ratio* anterior, obteniendo una estimación del número total de visitas al año.

¹⁸¹ Este dato se extrae de los informes elaborados por la Agència Valenciana de Turisme a partir de las encuestas realizadas en las distintas Oficinas de Turismo de Benicàssim sobre sus usuarios.

por las oficinas. Si añadimos el resto de turistas (un 52% según nuestra encuesta) y tenemos en cuenta el tamaño mediano¹⁸² del grupo de viaje, **podemos estimar finalmente en 232.972¹⁸³ el número total de turistas de Benicàssim.** Puede comprobarse que esta cifra, aunque inferior, se acerca a la estimación de la población flotante a través del consumo de agua, descrita más arriba. En aquel caso, el dato era de 299.733 individuos. No obstante, si aplicáramos aquí el porcentaje de visitantes que son turistas, quedaría en 266.672. En el mes de agosto, partiendo también del consumo de agua, calcularíamos unos 48.000 viajeros. Esta cantidad tampoco se distancia mucho de la obtenida, teniendo en cuenta la capacidad de carga estimada y la ocupación en apartamentos (que son la mayor parte de la oferta turística), llegando a una cifra de 53.307 turistas.

¹⁸² Elegimos la mediana y no el promedio porque el tamaño del grupo es una variable que en este estudio ha demostrado una elevada variabilidad, con lo que es más adecuado el empleo de estadísticos suaves.

¹⁸³ Hay que ser cautos no obstante con este dato, pues puede estar sobreestimado, dado que hay turistas que acuden varias veces a la misma Oficina de Turismo.