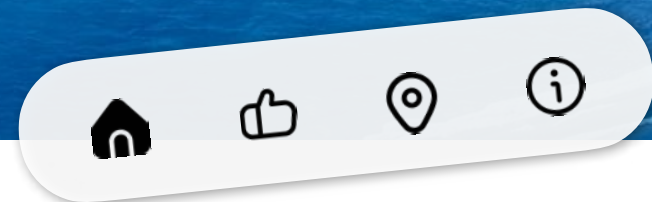


# BARÓMETRO TURÍSTICO DE **BENIDORM**

ENCUESTA VERANO **2021** .....



Estudio realizado por :



CÁTEDRA DE ESTUDIOS TURÍSTICOS  
**PEDRO ZARAGOZA ORTS**  
universidad de alicante

## **Dirección**

Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza Orts

## **Edición**

LIKERT, Instituto de Investigación Social Aplicada.

## **Responsable de investigación**

Carlos Mora Fernández

Raúl Carratalá Arjona

## **Encuestadores**

Daniel Sohm

Sara Martínez

## **Fotografía**

Antonio Cascalheira



# ÍNDICE

Resumen ejecutivo .....	1
Introducción .....	3
Objetivos.....	4
Metodología y ficha técnica.....	5
Resultados.....	7
1. Benidorm origen y destino.....	7
2. Tipología del turista.....	10
3. Comportamiento.....	11
4. Gasto .....	16
5. Playas .....	18
6. Actitud frente al COVID-19 .....	20
7. Satisfacción.....	24
Conclusiones.....	26
Anexos.....	27

# RESUMEN EJECUTIVO

## Estudio

El presente informe materializa de forma sintetizada los principales resultados de la Encuesta turística de Benidorm del 2021. Se proyecta desde la Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza Orts para aportar información rigurosa y de calidad para sus patronos e instituciones vinculadas al turismo.

## Motivo del viaje

Benidorm continua afianzando su oferta como **destino de sol y playa**, y así lo perciben cerca de la mitad de las personas entrevistadas. Si bien es cierto que las motivaciones varían según el mes en el que se realizan las entrevistas; así, en el mes de octubre, el **43,1%** elige Benidorm como destino para descansar.

## Metodología

La perspectiva metodológica utilizada para acercarse a la realidad objeto de estudio se basa en la cuantitativa. A través de la técnica de la encuesta se busca realizar inferencias y generalizaciones sobre distintos aspectos del mercado turístico en la ciudad de Benidorm.

## Tipología

El **47,7%** de los visitantes lo hacen acompañados de su familia y el **38,6%** acompañado de su pareja, utilizando mayoritariamente su propio vehículo para llegar a Benidorm. Por otro lado, el **24,7%** han visitado este año la ciudad por primera vez, mientras que el **75,3%** repiten su visita.

## Trabajo de campo

El trabajo de campo se elabora durante la época estival, momento en el que se concentra la mayor demanda para visitar Benidorm (julio, agosto, septiembre y octubre). La muestra calculada da como resultado 831 entrevistas válidas, siendo éstas representadas en las 4 oleadas pertinentes.

## Ubicación

El visitante de Benidorm se hospeda de forma repartida por todo el litoral del municipio. Si bien es cierto que la **zona Rincón de Loix**, con cerca del **39%** de ocupación, concentra la gran parte del flujo turístico recibido. Si sumamos la **zona de Playa Levante**, el **68,3%** se concentra en el litoral de la playa de Levante.

## Origen

El mercado nacional ha nutrido la demanda al inicio de la época estival, repartiendo esta cuota con el mercado internacional mientras iba avanzando el verano.

## Transporte

El **vehículo propio** es el medio de transporte por el que opta gran parte del turista (**77%**). Las restricciones de viaje internacionales ha provocado que este medio de transporte sea el preferido por el visitante. El **15,9%** proceden del aeropuerto Alicante-Elche, utilizando los transfers en autobús para llegar a Benidorm (**44,9%**).

### Tipo de alojamiento

El hotel es el lugar de alojamiento preferido por los visitantes **(62,6%)**. El **8,1%** se hospedan en sus propias viviendas, mientras que un **5,1%** han optado por alojarse en viviendas de amigos y familiares. Los apartamentos turísticos ocupan el cuarto lugar con **4,9%**.

### Organización viaje

El **tiempo con el que se inicia la programación del viaje** es significativo y demuestra como la incertidumbre ocasionada por el COVID-19 ha condicionado la forma de viajar en este año. Cerca del **25,5%** de los visitantes comienzan a organizar su viaje de **1 a 2 meses antes**.

### Medidas sanitarias

Tanto hoteles como apartamentos turísticos y campings, han tenido que adoptar medidas para garantizar la seguridad de huéspedes y clientes. **El 46,6% de los entrevistados señalan que se han encontrado las instalaciones mejor de lo que esperaban.**

### Actitud frente a la pandemia

Los datos recabados muestran indicadores favorables respecto a la seguridad que transmite Benidorm a sus visitantes. Una conclusión significativa está en que una parte importante dicen que el COVID-19 ha afectado notablemente su manera de viajar. Además, un **23,2%** transmiten que debido a la pandemia han cambiado el destino de sus vacaciones.

### Gasto

El gasto durante este año (2021) por unidad en toda la estancia ha sido de media **1.155,7€** y si somos más específicos, el gasto diario medio por persona es de **74,5 € diarios**. Existe a su vez diferencias entre los meses de verano, así en octubre el gasto medio diario es de **82,5 €** y en julio de **59,9€**.

### Actividades

El contexto del COVID-19 ha condicionado, como no puede ser de otro modo, el tipo de actividades que pueden realizar quienes deciden pasar sus vacaciones en Benidorm. **Aquellas actividades como el ocio nocturno, el disfrute de piscinas comunitarias o restauración se han visto limitadas** en comparación con otras temporadas.

### Playas

Las playas se han afianzado como el principal atractivo en Benidorm. El **89,8%** de los turistas han disfrutado de alguna de sus playas. En este sentido, las playas de Levante y Poniente concentran el mayor uso (**78,3%** y **33,1%** respectivamente).

### Satisfacción

Benidorm disfruta de altos niveles de satisfacción para quienes deciden pasar sus vacaciones en la capital turística de la Costa Blanca. Si bien es cierto que la limitación de oferta de ocio ha provocado una disminución en estos indicadores.



# INTRODUCCIÓN

El Barómetro Turístico de Benidorm nace como una propuesta por parte de la Cátedra de Estudios Turísticos Pedro Zaragoza Orts y el instituto de investigación social aplicada LIKERT, para dotar a Benidorm de una herramienta permanente de recogida de datos. Todo ello, a través del diseño de indicadores que permitan medir la realidad social y económica del municipio en la época estival.

La **Encuesta Turística de Benidorm** se realizan con una periodicidad anual y su principal objetivo es medir el estado de la opinión pública de determinados grupos sociales: turistas, electores, ciudadanos, empresarios, etc. Al entrevistar a una muestra representativa y aplicarse cara a cara, se tiene la oportunidad de recoger información de carácter subjetivo, conociendo la experiencia del visitante de forma instantánea y comparativa.

Si bien este es el segundo año que se realiza la Encuesta Turística de Benidorm, el barómetro se ha enriquecido con otros estudios, como la *Encuesta sobre el mercado turístico alemán*, permitiendo investigar segmentos turísticos innovadores que ofrezcan oportunidades al territorio.

Los barómetros turísticos de Benidorm se diseñan integrando un bloque de preguntas fijas a partir de las cuales se elaboran los “indicadores del barómetro”. Además de estas, cada barómetro contiene otro bloque de preguntas variables, que en cada ocasión se dedica a un tema de interés particular; por ejemplo, este año, en la Encuesta Turística de Benidorm, el bloque variable ha sido la percepción que tienen los visitantes de Benidorm sobre el COVID-19.

Animamos a los agentes sociales involucrados en la materialización de este estudio que apliquen los resultados a sus propias estrategias. Crear conocimiento es sin lugar a dudas una forma de progreso económico y social, pero también de transparencia y gobernanza compartida.



# OBJETIVOS

## Objetivos

El objetivo principal es crear indicadores que permitan evaluar la percepción de los turistas que deciden visitar la ciudad y medir el estado de la opinión pública en torno a las infraestructuras y servicios que Benidorm pone a disposición de sus visitantes. Para ello, se elaborarán metodologías cuantitativas de recogida y tratamiento de la información a muestras representativas del visitante a la capital turística.

### Objetivos específicos

1. **Crear indicadores** que permitan evaluar la realidad social, económica y territorial del momento, para así conocer la evolución de los hábitos de consumo de los visitantes a Benidorm, sus expectativas respecto a su experiencia y el motivo del viaje.
2. Profundizar en el análisis de actividad turística y la capacidad de destino para hacer frente a los **contextos coyunturales**.
3. **Investigar sobre temas de actualidad** y aspectos que se consideren relevantes desde la óptica del sector turístico a través de estudios monográficos.
4. Diseñar una estrategia que permita la gestión del conocimiento de **niveles micro** (experiencia del turista) de la actividad turística.
5. Generar conocimiento para el destino a través de **paradigmas diacrónicos e históricos** para realizar comparaciones temporales entre los distintos períodos.
6. Extrapolar los métodos aplicados en estudios previos al nuevo barómetro turístico, haciendo así **más eficientes** los procesos de recogida, análisis e interpretación de datos.
7. Dotar a Benidorm de una **herramienta analítica** que permita comparar la información recogida con otros destinos turísticos.
8. Facilitar a los **distintos agentes sociales** vinculados a la marca BENIDORM (INVATTUR, HOSBEC, VisitBenidorm, Costa Blanca, etc.) de una fuente continua de información que les sea útil a sus propias estrategias de mercado.

# METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA

La realización de esta segunda encuesta turística tiene un ámbito temporal muy particular, tras las restricciones de movilidad ocasionadas por el COVID-19, la actividad turística se abre para recibir a nuevos visitantes. La metodología utilizada en esta investigación se fundamenta en la utilización de la técnica cuantitativa como la encuesta debido a que se consideró la más apropiada para alcanzar el objetivo de identificar y conocer las percepciones y hábitos de los turistas de Benidorm.

Se proyectan 831 entrevistas válidas a turistas, lo que supone un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3,4%. Las encuestas se realizarán a pie de calle, en diversos puntos estratégicos del destino. El universo está compuesto por la media del número de turistas durante los meses de julio y noviembre del año 2020, año previo a la realización de la investigación y, por tanto, los referentes disponibles más aproximados tanto en espacio como en el tiempo. El diseño de la encuesta y la formulación de las hipótesis que guiaron el trabajo se fundamentaron en un análisis de la bibliografía especializada.

La encuesta se realizará durante los meses de julio a octubre de 2021 y se configurará como un cuestionario oral de diez minutos de duración aproximadamente en el que se abordaban temas como el tipo de visitante, alojamiento, experiencia y percepción de servicios ofrecidos, entre otros. Las opiniones en la encuesta se han cruzado con los datos de perfil de los encuestados con el fin de identificar potenciales comportamientos y demandas diferenciadas según segmentos de edad, género, capacidad adquisitiva, etc.

## **Comunicación**

La Encuesta Turística de Benidorm y sus resultados no solo se han materializado en este informe, sino que se han ido publicando *avances de resultados* a lo largo del verano. Los tres informes titulados Barómetro Turístico de Benidorm 2021, se lanzaron a principios de cada mes e incluían los resultados de cada oleada del estudio.

Este informe recoge muchos datos de estas oleadas, pero también lo hace con una perspectiva comparativa y la información es tratada de forma global.



## Ficha técnica

- **Ámbito:** Municipio de Benidorm.
- **Universo:** Turistas de 16 y más años que se hayan alojado en la ciudad de Benidorm durante los meses de julio a octubre de 2021.
- **Muestra encuesta:** 831 entrevistas.
- **Submuestra por oleada:** En el mes de julio, 179 entrevistas; mes de agosto, 315 entrevistas; mes de septiembre, 193 entrevistas, mes de octubre 144 entrevistas.
- **Metodología:** Encuesta. Entrevista personal realizada cara a cara.
- **Procedimiento de muestreo:** Muestreo polietápico, estratificado (meses de visita: de julio a octubre) y por conglomerados (tipos de turista, nacional o extranjero, y puntos de encuestación). Los sitios de encuestación son puntos de interés turístico (aeropuerto Alicante-Elche, estación de autobuses de Benidorm, playas y parques, calles concurridas y hoteles). En cada uno de estos lugares, los entrevistados han sido escogidos aleatoriamente a lo largo de todo el día y cubriendo días laborables (de lunes a viernes) y fines de semana (sábado o domingo).
- **Afijación:** Proporcional por mes del año y, dentro de cada mes, fija por día y por lugar de encuestación.
- **Ponderación:** Se ha ponderado para que la muestra sea representativa del turismo en Benidorm en función de la distribución de turistas por meses y tipología.
- **Error muestral:** Para un nivel de confianza del 95,5% ( $2\sigma$ ), y  $P=Q$ , el error es de  $\pm 3,4\%$  para el conjunto de la muestra.
- **Fecha de realización:** Del 15 de julio al 20 de octubre de 2021.
- **Empresa de trabajo de campo:** LIKERT, Instituto de Investigación Social Aplicada.

# RESULTADOS

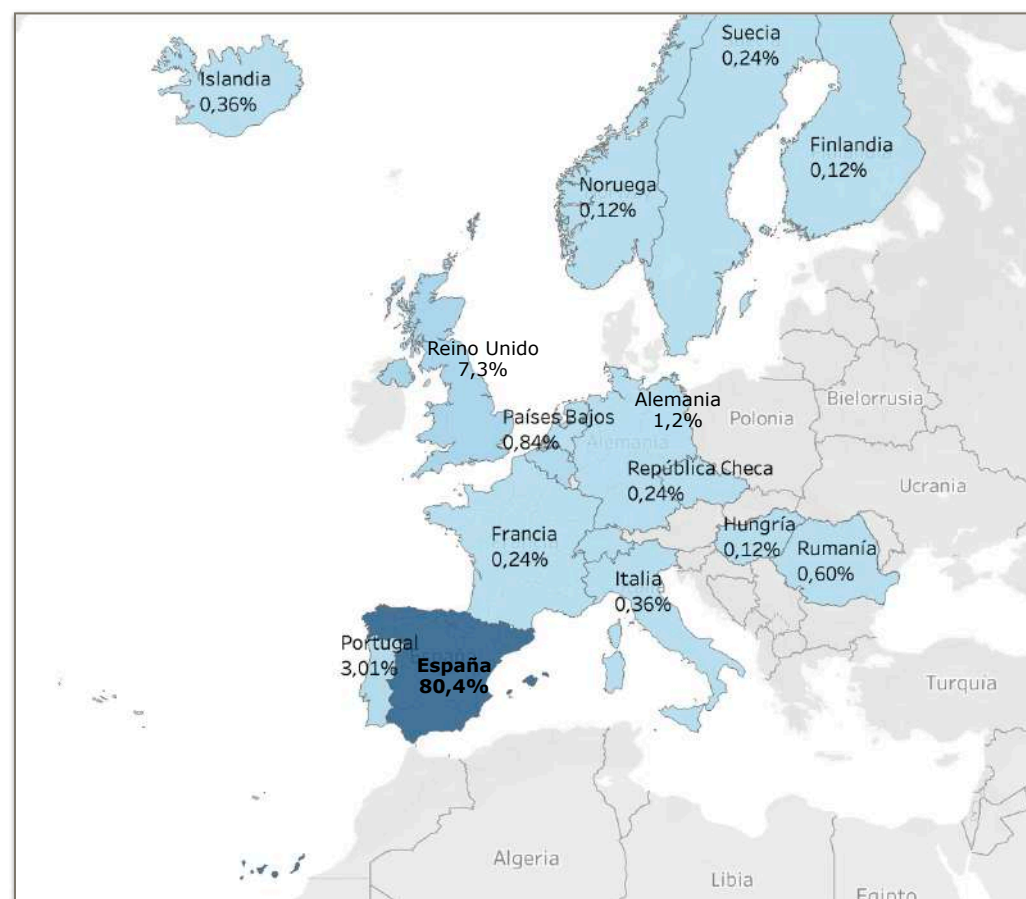
## ORIGEN Y DESTINO

Por zonas geográficas, España se consolida como principal país emisor de turistas a Benidorm. Con el **80,04%** durante este año 2021 (Mapa 1), el mercado nacional ha tirado durante los primeros meses del verano.

Las restricciones de movilidad implementadas han frenado mercados tradicionales como el **británico o el francés (7,3% y 0,24% respectivamente)**, sin embargo, el turista **portugués** se ha hecho notar en establecimientos y atracciones locales, debido probablemente a la posibilidad de acceder por vía terrestre.

Los países del Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo) han mantenido cuotas de ocupación de forma estable a lo largo del verano, concentrándose estos en alojamientos como camping y hoteles.

**Mapa 1.** Distribución de países emisores de Benidorm (2021)



**Mapa 2.** Distribución de provincias en España emisoras a Benidorm (2021)



Los datos estadísticos corroboran la importancia que ha tenido durante el año 2021 el turismo nacional. El **80,04%** de las personas que decidieron disfrutar sus vacaciones en Benidorm procedían de la propia España. Se afianzan las comunidades autónomas que más turistas emiten a Benidorm como Madrid (30,6%). Las provincias de Alicante y limítrofes han vuelto a ser durante este año 2021 orígenes que han nutrido la demanda (Mapa 2).

Las mejoras de la ocupación se producen en un contexto de promoción y ofertas de establecimientos hoteleros destinadas a revertir el impacto económico ocasionado por el COVID-19, pero no olvidemos que el turismo residencial condiciona las cifras de ocupación en la ciudad.

Otra característica de la oferta turística en Benidorm es su distribución urbana y los usos que se hacen de ella (Mapa 3). Durante este año, las zonas de Levante (**29,3%**) y Rincón de Loix (**39%**) han vuelto a disfrutar de la mayor ocupación. La Playa de Poniente y el caso antiguo reducen sensiblemente sus cuotas, si bien hay que tratar estos datos

El tráfico aéreo procedente del aeropuerto de Alicante-Elche ha vuelto a reducir su afluencia a Benidorm. Sólo un **15,9%** de los visitantes han utilizado el avión para llegar a Alicante, subiendo ligeramente respecto al año pasado. Desde las estaciones de tren y el aeropuerto, el bus transfer ha sido el principal medio para llegar hasta Benidorm (**44,9%**) seguido por el taxi (**26,5%**) y el vehículo de alquiler (**20,4%**).

Modo de transporte	2020 (%)	2021 (%)
Vehículo propio	76,5 %	77,0 %
Avión	14,6 %	15,9 %
Autobús	4,7 %	4,1 %
Tren	2,0 %	2,3 %
Otro	1,7 %	0,1 %
Vehículo de alquiler	0,5 %	0,6 %

Map of the Benidorm urban area showing the distribution of the population by neighborhood. The map is color-coded: light blue for urban areas and dark blue for the sea. Percentages are shown in white boxes next to each neighborhood name.

Neighborhood	Percentage
Sierra Cortina	2.5 %
Beniardá	1 %
Benidorm	3.7 %
Esperanto	29.3 %
Parlides	2.5 %
Playa de Poniente	16 %
Playa de Levante	6 %
Rincón de Loix	39 %

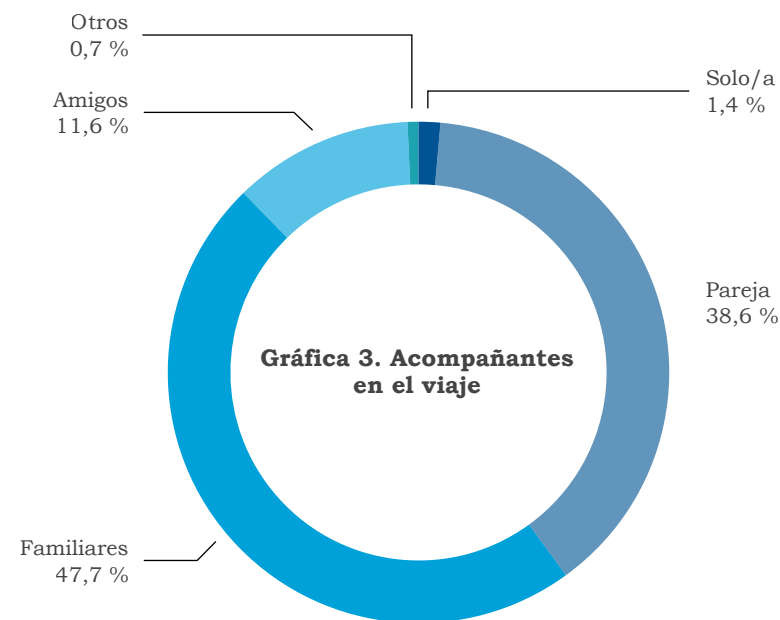
Modo de transporte	2020 (%)	2021 (%)
Bus transfer	51,7 %	44,9 %
Taxi	24,1 %	26,5 %
Vehículo de alquiler	12,9 %	20,4 %
Otro (VTC, familiares etc.)	6,9 %	5,4 %
Bus regular	4,3 %	2,0 %

## TIPOLOGÍA DEL TURISTA

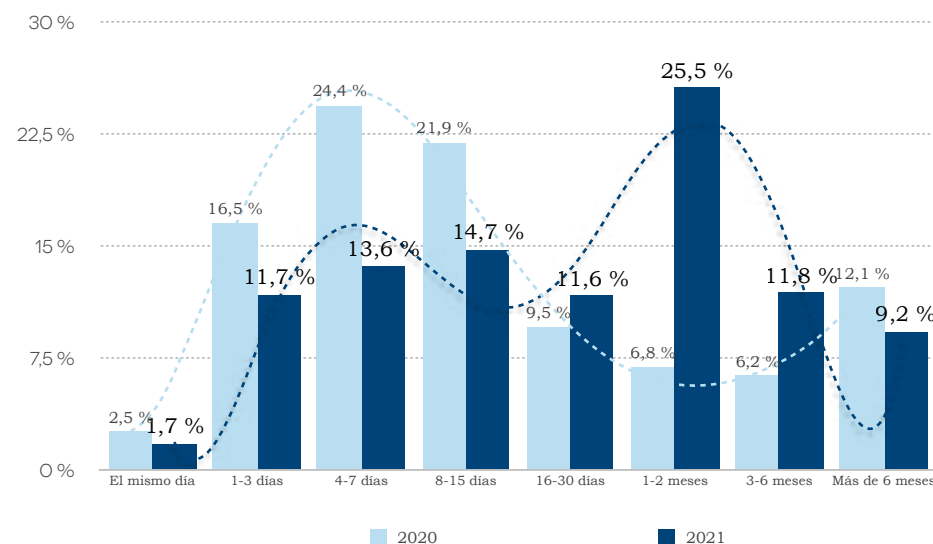
Un factor constante del comportamiento en el visitante de Benidorm durante estos años es el motivo por el qué lo hacen y con quién lo hace. Como se ve en la gráfica 3, el **38,6%** de los visitantes disfrutaban de Benidorm con su pareja y el **47,7%** con familiares. Dato a tener en cuenta puesto que en 2021, el **58,4%** de los visitantes lo hacían en pareja.

El tiempo de antelación para hacer reservas u organizar su viaje más repetido se encuentra en el intervalo de 1 a 2 meses (**25,5%**) seguido por aquellas personas que deciden hacerlo entre 8 y 15 días (**14,7%**).

La antelación para reservar tanto el alojamiento como el medio de transporte indican la confianza en el destino. Estos indicadores han sido diferentes entre el año 2020 y el 2021 (gráfica 4). El año pasado las reservas se hacía a última hora (observar línea de tendencia), mientras que en este 2021 se ha realizado más tarde (de media un mes antes de hacer el viaje).



Gráfica 4. Antelación organización de viaje a Benidorm



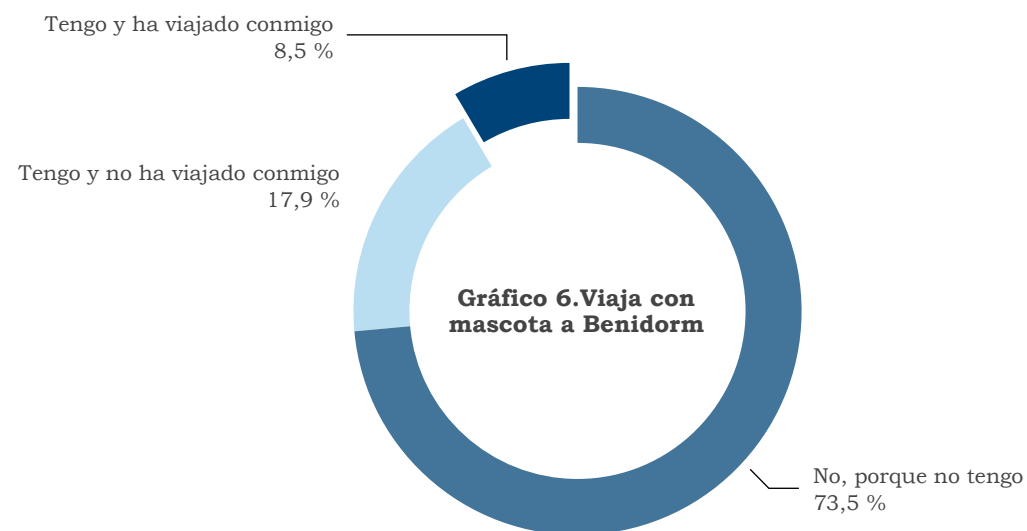
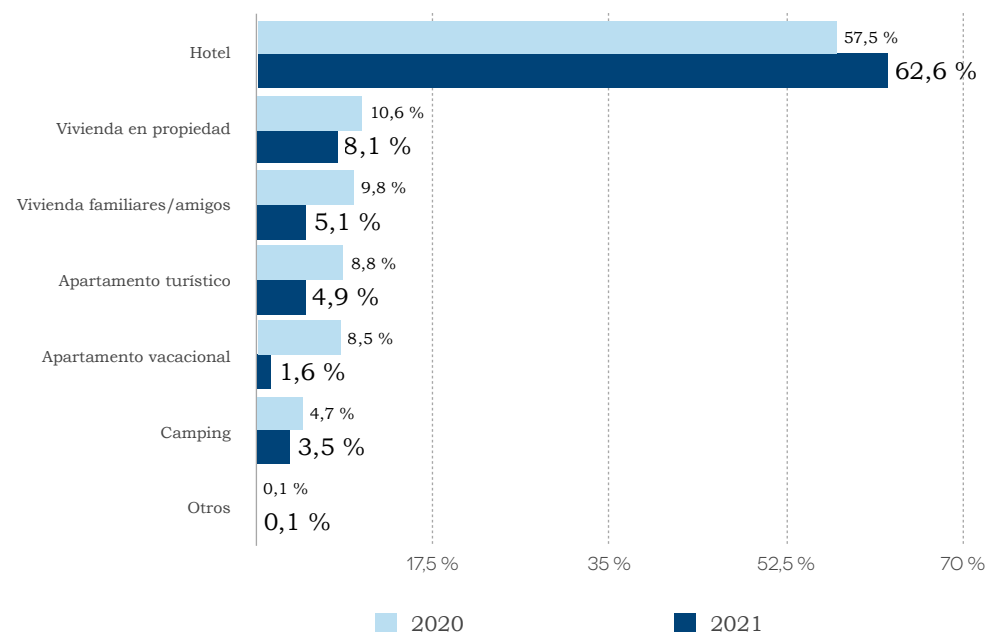
## COMPORTAMIENTO

Tal y como podemos ver en la gráfica 5, el tipo de alojamiento elegido que despunta es el hotel con un **62,6%**, seguido de la vivienda en propiedad (**8,1%**), hospedaje en vivienda de familiares y/o amigos (**5,1%**) y apartamento turístico (**4,9%**).

Respecto a las diferencias con la temporada estival anterior, asciende ligeramente el establecimiento hotelero y desciende los apartamentos turísticos. Recordemos que no todos los establecimientos han podido abrir sus puertas durante este año.

Una variable incluida en el estudio y que busca tener una continuidad en el tiempo es la de conocer si los visitantes viajan con mascota o no. La mayoría (**73,5%**) no tiene, pero el **17,9%** de las personas que tienen deciden no traerlas consigo a Benidorm. Adaptar las infraestructuras, campañas de comunicación y usos compartidos del espacio público podría propiciar a que los visitantes con mascotas se animasen a traerlas.

Gráfica 5. Tipo de alojamiento. 2020/2021



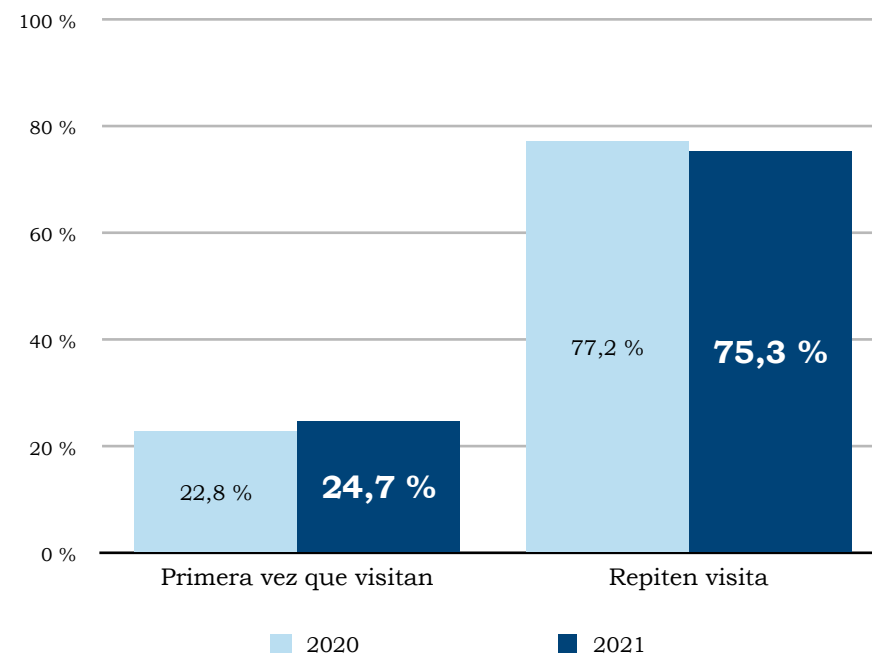


El tipo de visitante que viene a Benidorm es una persona que repite con asiduidad en el destino. Está comprobado en las distintas consultas realizadas en establecimientos hoteleros, por ejemplo, señalan que su clientela es bastante fiel e incluso pasar las vacaciones en Benidorm se mantiene de generación en generación. Más del **75,3%** repiten visita, mientras que el 24,7% lo hacen por primera vez.

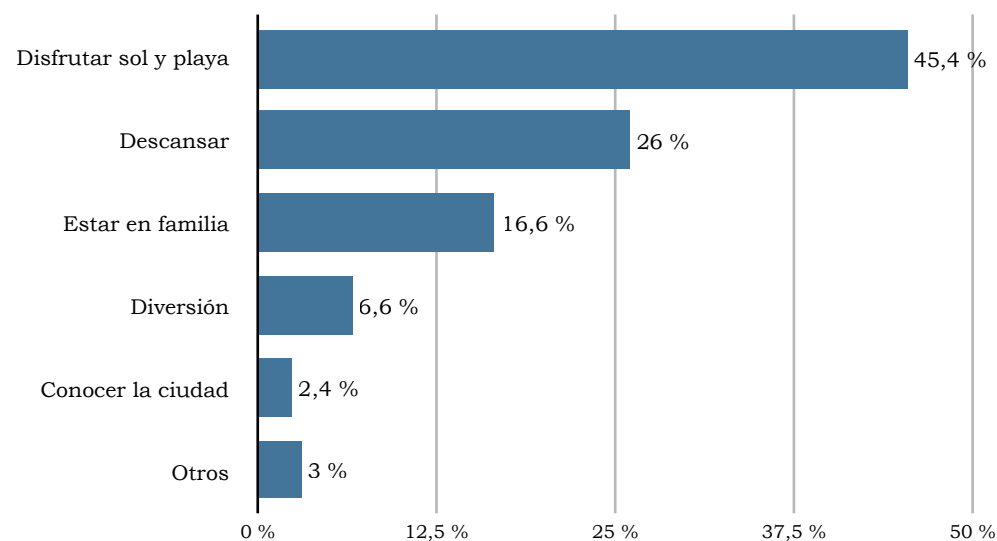
Por otro lado, durante las distintas oleadas realizadas el principal motivo para pasar sus vacaciones en Benidorm sigue siendo disfrutar del sol y playa (**45,4%**, gráfica 8), le siguen aquellas personas que indican que su principal motivo de venir a Benidorm es estar en familia o para descansar (26% y 16,6% respectivamente, gráfica 8).

La decisión de realizar oleadas para hacer comparativas nos proporciona información de naturaleza longitudinal. En la gráfica 9, se distingue los distintos progresos de motivación por el que deciden pasar sus vacaciones en Benidorm.

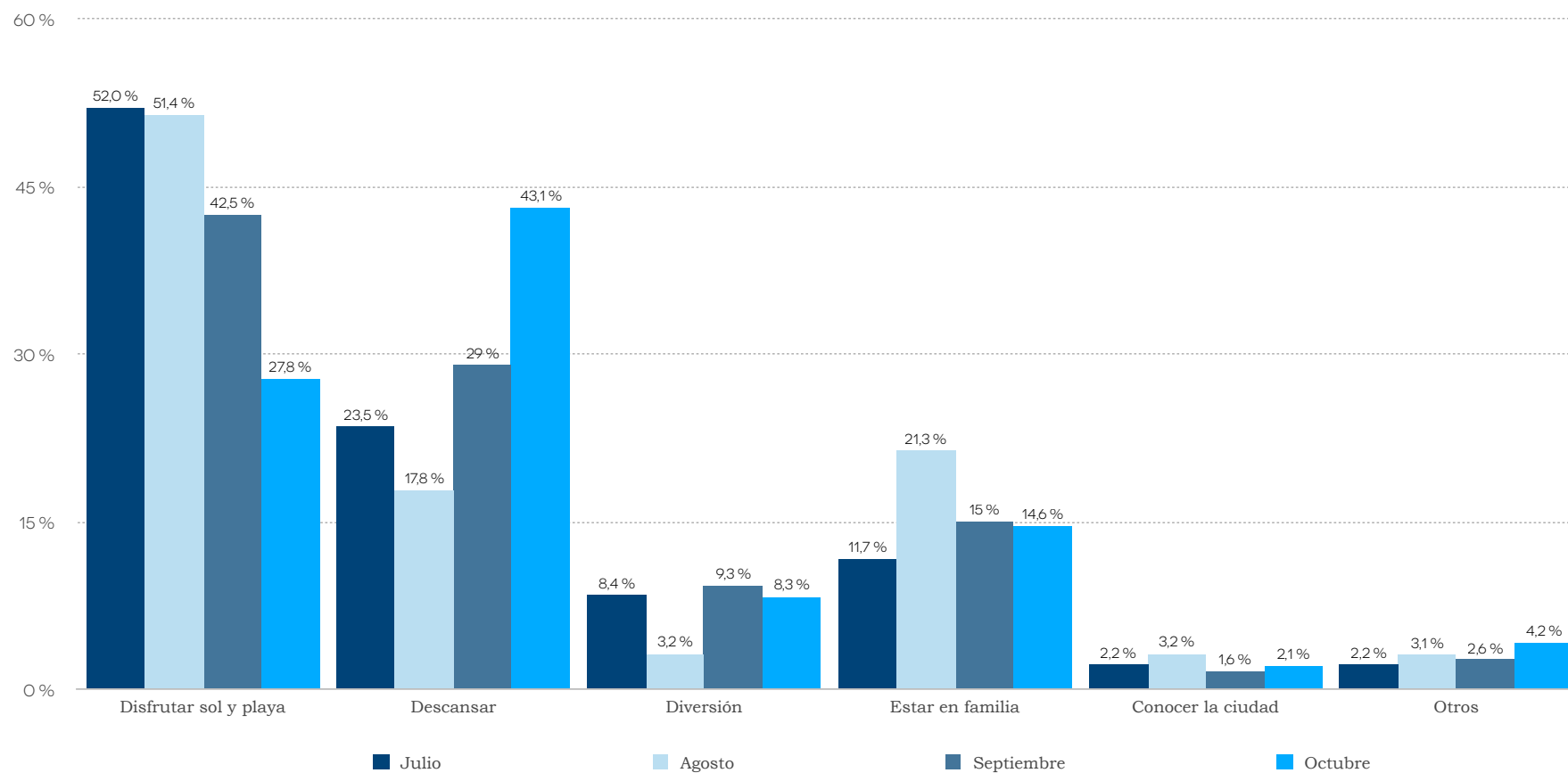
Gráfica 7. Primera vez que visitan Benidorm



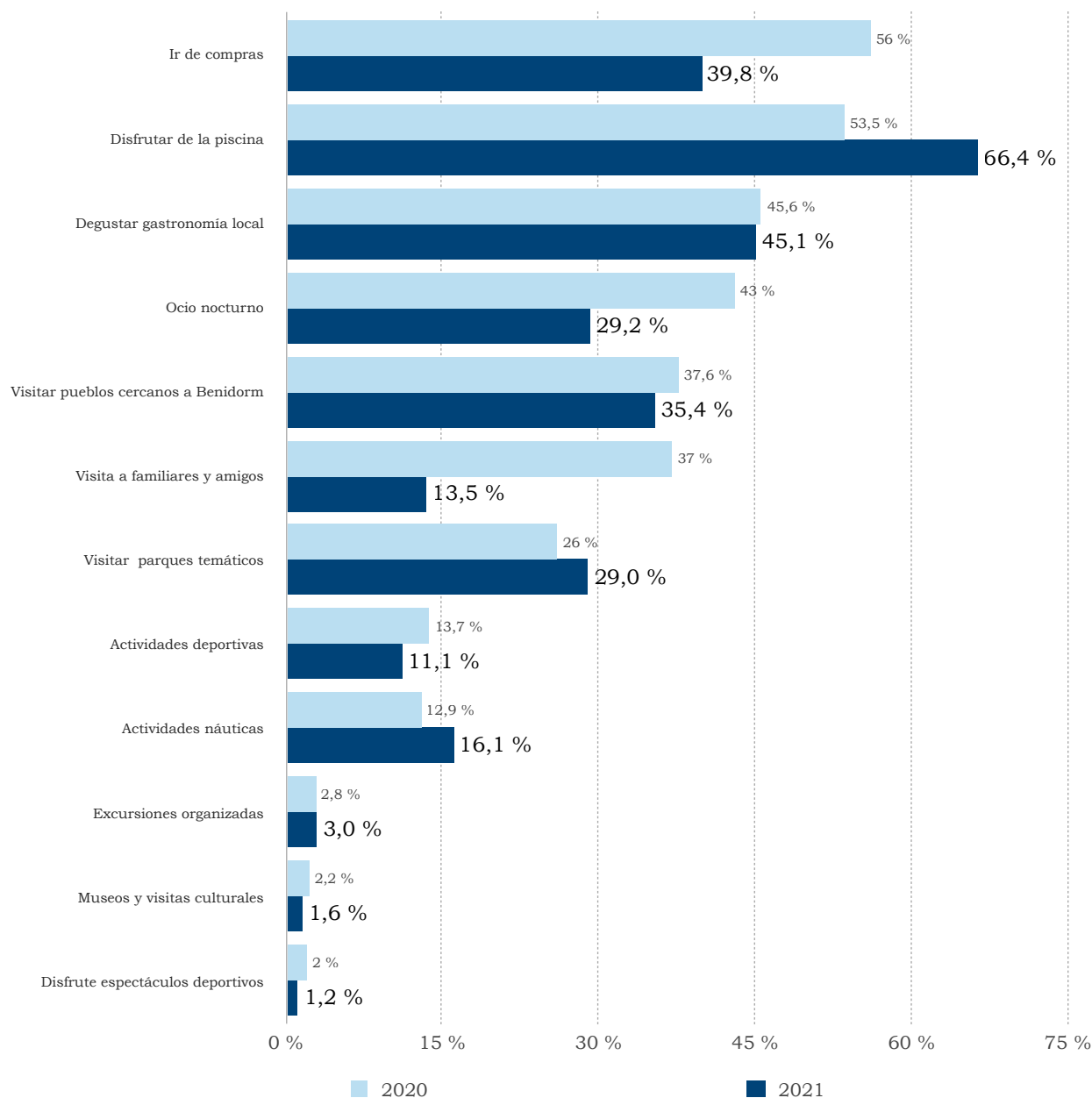
Gráfica 8. Principal motivo pasar sus vacaciones en Benidorm. (2021)



Gráfica 9. Principal motivo para pasar sus vacaciones en Benidorm.



Gráfica 10. Actividades realizadas por los visitantes en Benidorm

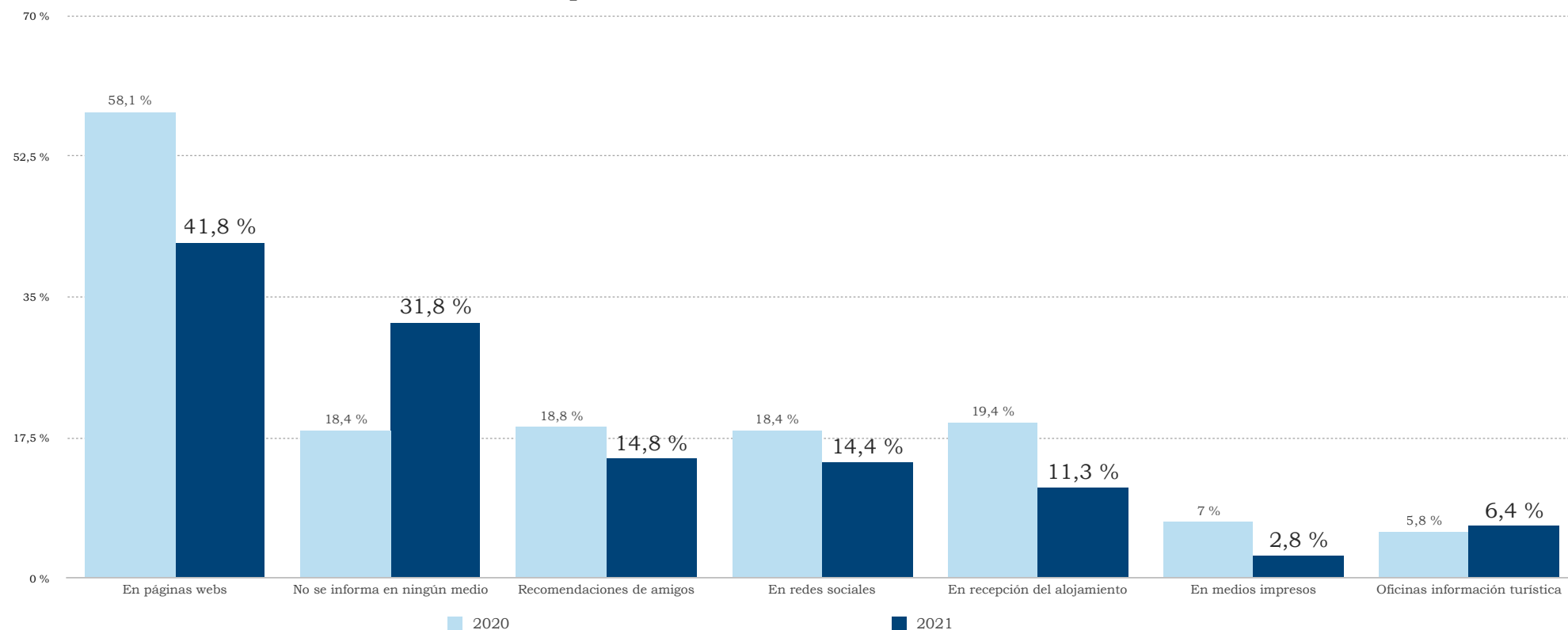


Otro indicador es el del tipo de actividades que los turistas realizan en el municipio. En la gráfica 10, se observa de forma desglosada las principales actividades realizadas. Elementos significativos son la bajada de la opción de compras (39,8%) respecto al año pasado; y el descenso de visitas a familiares y amigos (13,5%).

Un elemento que gana cuota es la disfrutar la piscina o de los distintos parques temáticos afincados en el municipio. Durante el año 2020, algunos establecimientos de ocio se vieron obligados a cerrar temporalmente sus puertas, pero durante este año 2021 eso no ha ocurrido, aumentando así su afluencia.

El **41,8%** de los encuestados se informan a través de páginas webs, y el **31,8%** no se informan en ningún medio en particular (Gráfica 11). Este año se han suavizado las distintas opciones. Instituciones como VisitBenidorm han reforzado su posicionamiento en redes sociales. Segmentos como la población joven ha valorado el contenido en TikTok o las distintas campañas en redes sociales que han realizado los establecimientos. También se nombra las apariciones de Benidorm en medios televisivos.

Gráfica 11. A través de qué medios se informa sobre actividades de ocio en Benidorm.



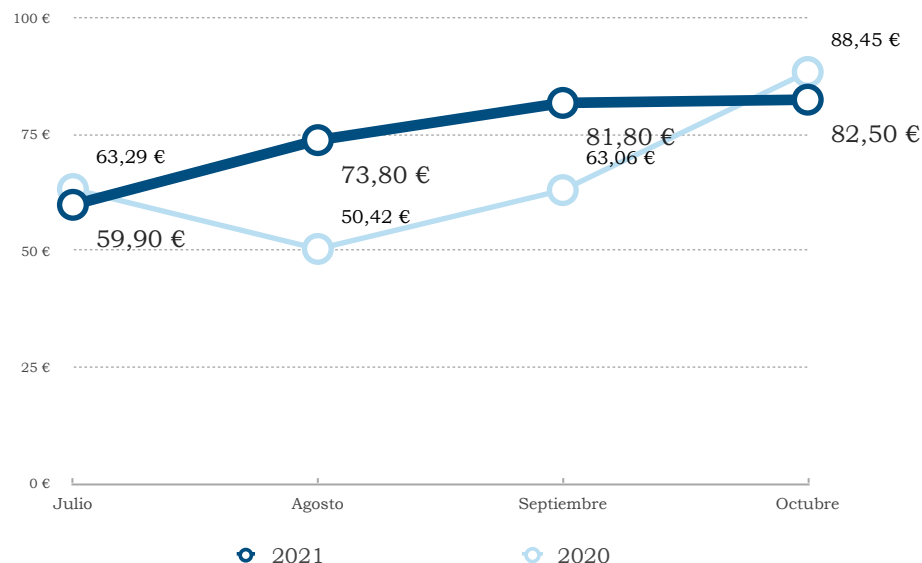
## GASTO

El gasto medio por estancia ha sido de **1.155,7€** (este dato habría que contextualizarlo) y el gasto medio por persona y día se acerca mejor para hacer comparativas entre destinos u oleadas. El gasto medio por persona y día es de **74,5€** en el 2021.

El mes de octubre ha sido el mes con mayor gasto por persona y día de todo el verano (**82,5€**). La afluencia de turistas extranjeros ha podido explicar esta subida así como el cambio de tipología de visitante, turista senior y con motivaciones de descanso.

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	
<b>Gasto medio por estancia y teniendo en cuenta la unidad económica que realiza el viaje.</b>  Por ejemplo, el gasto total que realiza una familia de 4 personas durante 10 días en Benidorm.	1.155,7 €	1.040,7 €	1.245,8 €	1.248,9 €	1.087,4 €
<b>Gasto medio por estancia, repartido por cada uno de los miembros de la unidad económica.</b>  Por ejemplo, una familia con 4 miembros gasta 1.000€, por lo tanto se divide esa cantidad de por el número de miembros: 250€.	542,9 €	459,6 €	667,4 €	535,81 €	508,91 €
<b>Gasto medio por persona y día.</b>  Por ejemplo, una familia con 4 miembros gasta 1.000€ disfrutando 10 días de viaje, por lo tanto se divide esa cantidad de por el número de miembros y el número de días: 25€/pax y día.	74,5 €	59,9 €	73,8 €	81,8 €	82,5 €

Gráfica 12. Evolución gasto medio diario por persona.



La evolución de los gastos medios diarios por persona ha ido aumentando en cada uno de los meses analizados durante el periodo del estudio (2021).

En comparación con el año 2020, se aprecia como los meses de agosto y septiembre de 2021 supera significativamente los valores respecto al mismo periodo del año 2020.

Los que mayor gasto medio diario ha realizado son; las personas que visitan por primera vez la ciudad (69,9 €), los que han viajado solas (90,17 €), los visitantes no residentes en España (84,2 €) y los que su principal motivo era conocer la ciudad (95 €).

Cabe señalar, que los turistas residentes en España (64,6 €), los que han viajado en familia (55,2 €) y los que han viajado con mascota (40,2 €) son los que menor gasto ha realizado durante sus vacaciones en Benidorm.



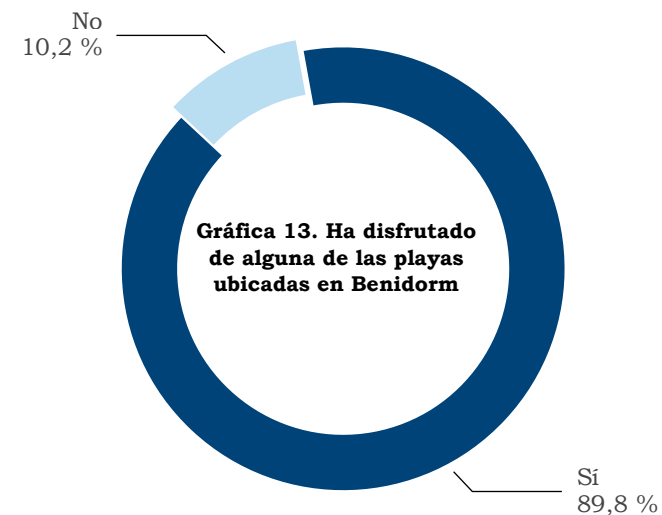


## PLAYAS

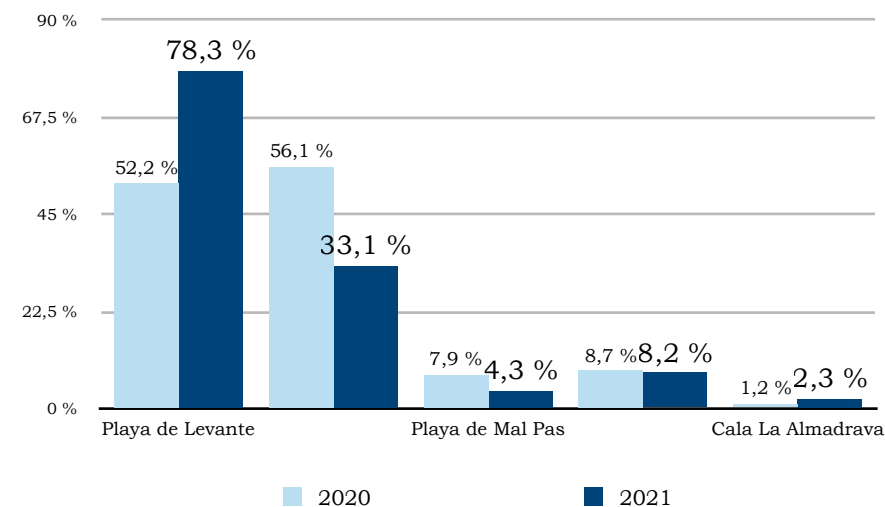
Las playas es uno de los principales atractivos de Benidorm. Anteriormente se expone que el principal motivo de visita ha sido el de disfrutar del sol y la playa, y refutamos esta conclusión con los datos de la gráfica 13, donde el **89,8%** ha disfrutado de algunas de las playas, cifra que sólo disminuye en el mes de octubre.

Las playas de Poniente y Levante concentran el mayor uso (**78,3% y 33,1%** respectivamente), si bien es cierto que la playa de Mal Pas y la calas de Tío Ximo disfrutan de una disminución de usuarios en comparación con el año pasado, la valoración de sus elementos y servicios son muy positivos.

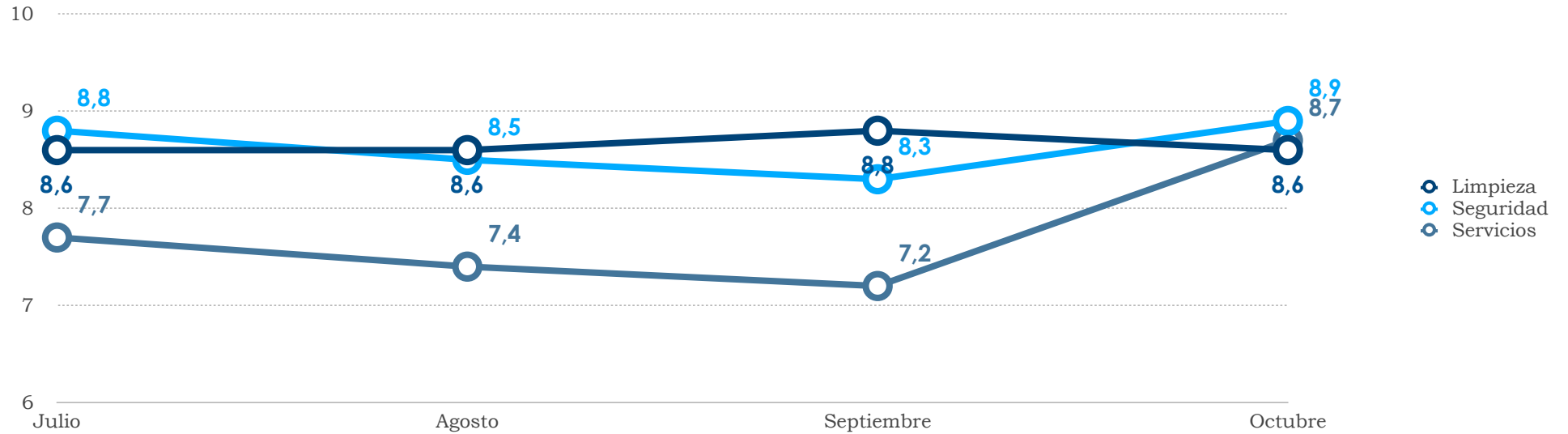
En este sentido, la valoración obtenida en indicadores importantes, como son; limpieza, seguridad y servicios, señala el compromiso de las entidades del municipio por ofrecer la excelencia a los turistas. En general, no se ha producido cambios significativos en las valoraciones de los turistas en comparación con el año 2020.



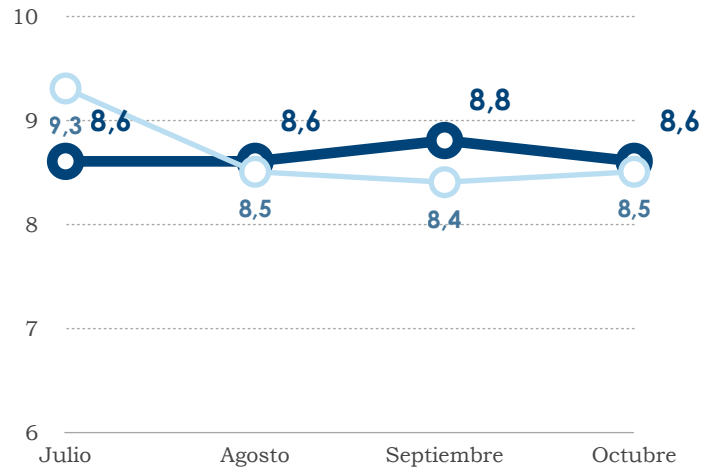
Gráfica 14. Playas más visitadas



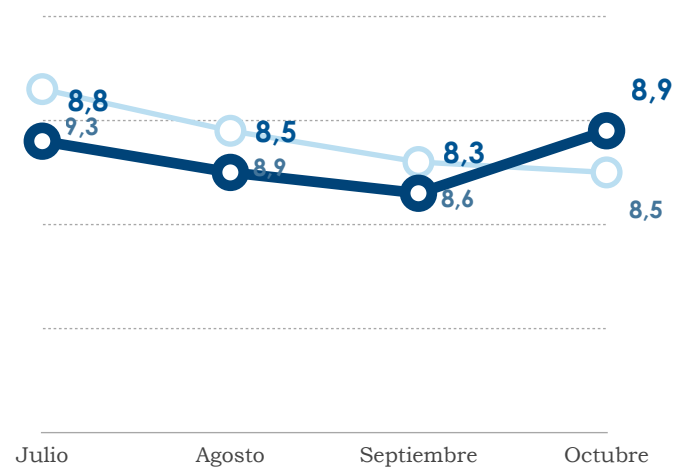
Gráfica 15. Valoración oferta de playas de Benidorm.



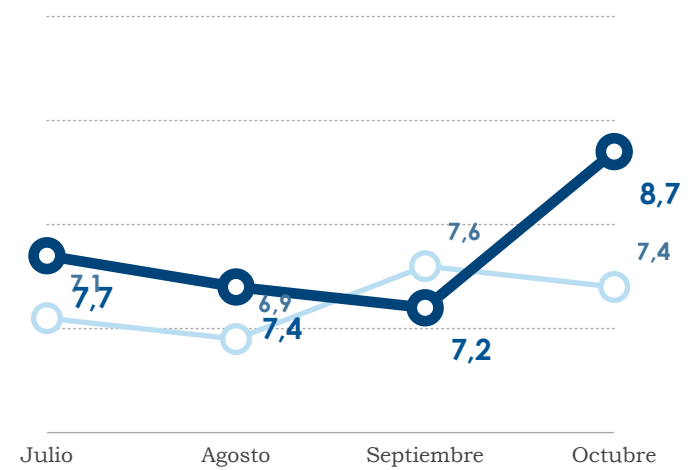
Gráfica 16. Valoración limpieza



Gráfica 17. Valoración seguridad



Gráfica 18. Valoración servicios



○ 2020

● 2021

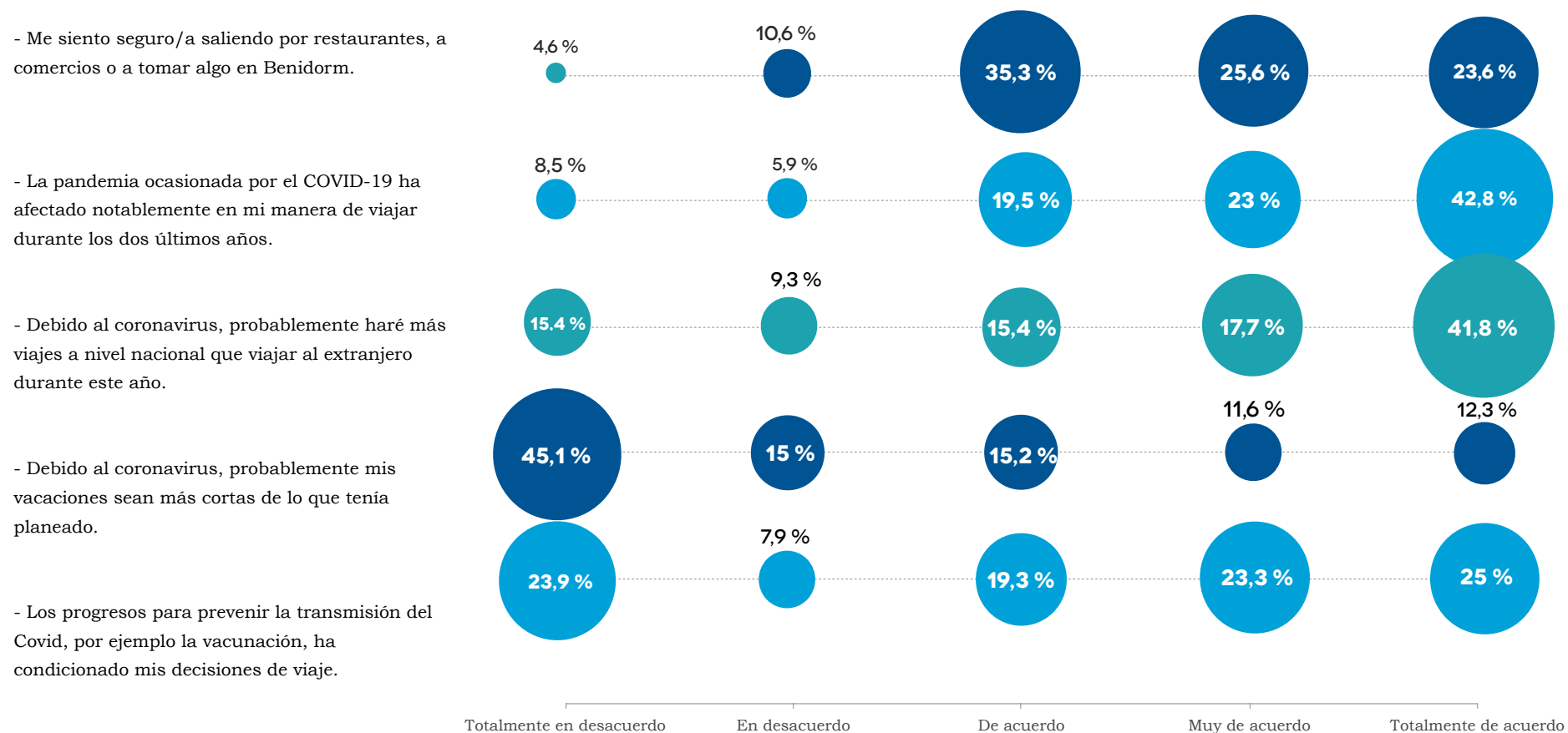
## ACTITUD FRENTE AL COVID-19

Este bloque es el relativo a la percepción, actitud y grado de preocupación que han tenido los visitantes respecto al COVID-19.

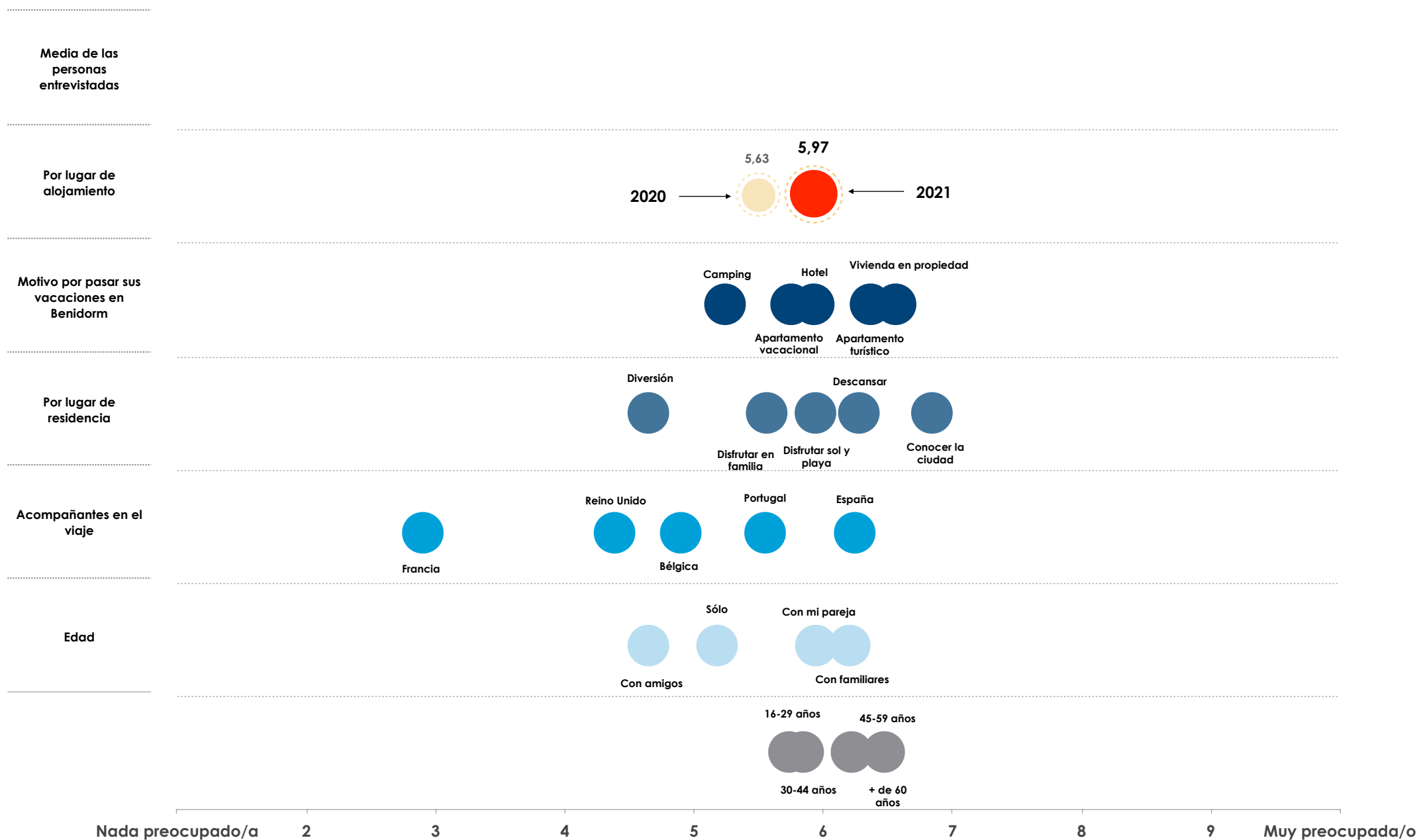
En general, los turistas valoran positivamente su experiencia en la ciudad y perciben que se han sentido seguros tanto en sus alojamientos como en las actividades realizadas fuera de ellos (84,5% de los entrevistados). Cerca del 85% de los visitantes encuestados opinan que en los últimos dos años el COVID-19 ha provocado que cambien su forma de viajar. Dentro de este marco, el 74,9% opinan que probablemente realicen más viajes a nivel nacional que al extranjero, y al tener a Benidorm como segunda opción, ha disfrutado de sus vacaciones en ella. Sin embargo, los progresos de contención y prevención del COVID-19 ha favorecido que sus vacaciones no sean más cortas de lo que tenían planteado (Gráfica 19).

En cuanto al grado de preocupación por el coronavirus existen diferencias significativas según distintas variables, como, lugar de origen, motivo del viaje o la edad, entre otras (Gráfica 20). En cuanto a procedencia, los franceses, británicos y alemanes son los que menor preocupación tienen por el COVID, sin embargo, los portugueses y españoles son los que más preocupados están. Por edad, los jóvenes entre 16 y 29 años son los que menos preocupados están, y los que mayor preocupación tienen son los mayores de 60 años. Los visitantes que han venido acompañados de su pareja o familiares tienen un mayor grado que preocupación mientras que los que vienen solos o con amigos refieren estar menos preocupados.

Gráfica 19. Percepción y actitudes de los visitantes de Benidorm debido al contexto de pandemia producido por el COVID-19.



Gráfica 20. Grado de preocupación respecto a la pandemia del COVID-19.



Como se ha señalado anteriormente, cerca del 85% indica que la pandemia ha afectado en su manera de viajar. Pormenorizando, cerca del 72% de los visitantes ha reducido el número de viajes que realiza durante un año, y alrededor del 63% ha modificado el tipo de actividades que realiza durante sus vacaciones. Sin embargo, cabe resaltar que aproximadamente la mitad de los entrevistados refieren que no han cambiado; el número de días que disfrutan, el tipo de alojamiento y el gasto que realizan.

Tabla 1. Cómo ha afectado la pandemia en su manera de viajar durante el año 2021

	No ha cambiado nada	Prácticamente no ha cambiado	Ha cambiado un poco	Ha cambiado	Ha cambiado mucho	NS/NC
<b>1.</b> El número de viajes que realizo durante un año.	28,3 %	11,8 %	19,3 %	23,2 %	17,2 %	0,2 %
<b>2.</b> El tipo de destino por el que opto.	34,1 %	8,7 %	19,4 %	23,2 %	14,3 %	0,4 %
<b>3.</b> El número de días que disfruto	48,3 %	11,1 %	15 %	15,4 %	9,9 %	0,4 %
<b>4.</b> El tipo de establecimiento en el que me alojo	57,3 %	10,5 %	10,6 %	11,9 %	9,3 %	0,5 %
<b>5.</b> El gasto que realizo	44,9 %	11,9 %	24,2 %	13,4 %	4,9 %	0,7 %
<b>6.</b> El tipo de actividades que realizo	36,8 %	9,3 %	25,8 %	18,1 %	9,5 %	0,5 %

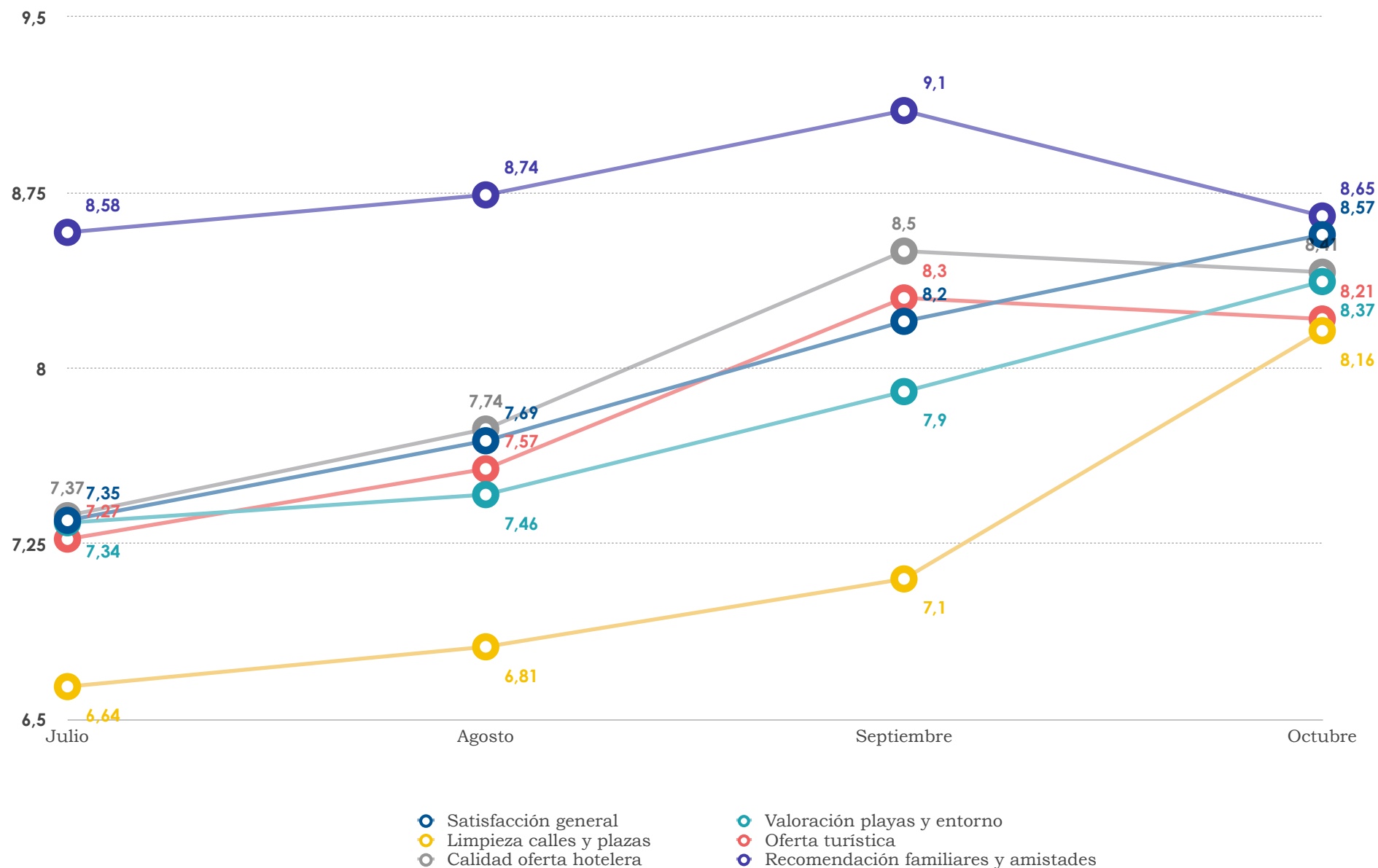


# SATISFACCIÓN

Tabla 2. Satisfacción de distintos indicadores según variables sociodemográficas

		Satisfacción general de su viaje a Benidorm		Valoración de su entorno natural como playas y parques		Valoración de limpieza de calles y plazas		Valoración de su oferta turística		Valoración de la calidad de sus infraestructuras		Recomendación de visitar Benidorm a familiares y amigos	
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
<b>Puntuación media</b>		<b>8,7</b>	<b>7,65</b>	<b>8,71</b>	<b>7,48</b>	<b>8,14</b>	<b>6,8</b>	<b>7,99</b>	<b>7,4</b>	<b>7,97</b>	<b>7,7</b>	<b>8,57</b>	<b>8,45</b>
<b>Por lugar de residencia</b>	Residentes en España	8,67	7,47	8,69	7,29	8,07	6,54	7,99	7,27	7,90	7,51	8,49	8,37
	Residentes fuera de España	8,80	8,36	8,77	8,25	8,50	7,92	8,02	8,17	8,29	8,18	8,92	8,81
<b>Por edad</b>	16-29	8,62	7,88	8,56	7,72	8,10	6,71	7,94	7,46	7,99	7,66	8,30	8,27
	30-44	8,78	7,59	8,92	7,39	8,30	6,82	8,16	7,58	8,05	7,61	8,59	8,55
	45-59	8,66	7,68	8,68	7,39	8,05	6,83	7,93	7,44	7,99	7,7	8,64	8,46
	+ de 60	8,67	7,33	8,56	7,53	8,12	6,9	7,90	7,08	7,87	7,55	8,59	8,51
<b>Por lugar de alojamiento en Benidorm</b>	Rincón de Loix	8,63	7,23	8,77	7,03	8,25	6,5	7,96	7,3	8,16	7,43	8,60	8,39
	Levante	8,66	7,43	8,69	7,32	8,15	6,89	8,02	7,29	7,94	7,54	8,57	8,43
	Poniente	9,02	8,98	8,96	8,95	8,25	7,2	8,29	8,18	8,10	8,41	8,63	8,65
	Casco antiguo	8,76	8,24	8,61	7,82	7,94	7,8	7,72	7,74	7,59	7,78	8,55	8,5
	Otros	8,11	7,48	8,19	6,76	7,92	6,24	7,68	6,57	7,84	7,29	8,39	8,67

Gráfica 21. Evolución de valoración de la experiencia de la estancia en Benidorm. 2021



# CONCLUSIONES

- El contexto social, sanitario, económico y político generado por la pandemia del COVID-19 ha generado cambios significativos en los hábitos tradicionales de consumo en Benidorm como destino turístico. Existen importantes diferencias en cuanto a hábitos de consumo y uso de infraestructuras debido al contexto producido por COVID-19. Según sea el modo de aproximación a la realidad social (factores sociodemográficos, oleada de estudio, o motivaciones) aparecen condicionantes que explican las motivaciones en el consumo turístico.
- Los datos muestran el elevado interés por Benidorm debido a la calidad en servicios e infraestructuras, el cumplimiento de las medidas sanitarias por todos los agentes involucrados (hoteles, restaurantes, tiendas, etc.) y por la percepción de seguridad que refleja como destino la capital turística del Costa Blanca.
- La satisfacción de los visitantes de Benidorm durante el año 2021 es muy positivo, si bien es cierto que los datos comparados con el año 2020 disminuyen en puntuación, posiblemente sea debido a las restricciones de la movilidad y horario impuestos para frenar la propagación del virus, los cierres de actividades, etc. A pesar de ello, se aprecia el alto grado de recomendación por parte de los visitantes a familiares y amigos para visitar Benidorm.
- El grado de preocupación respecto al covid ha aumentado frente a los datos recabados el año pasado. Sin embargo, los cifras obtenidas en cada una de las oleadas reflejan que los visitantes de Benidorm tienen un grado de preocupación bajo gracias a los progresos para prevenir la transmisión y a las medidas de protección impuestas por las entidades.

# ANEXOS

## Gráficas:

Gráfica 1. Transporte utilizado para llegar a Benidorm.....	<b>pág. 9</b>
Gráfica 2. Transporte utilizado para llegar a Benidorm desde aeropuerto Alicante-Elche y estación de tren de Alicante.....	<b>pág. 9</b>
Gráfica 3. Acompañantes en el viaje.....	<b>pág. 10</b>
Gráfica 4. Antelación organización de viaje a Benidorm.....	<b>pág. 10</b>
Gráfica 5. Tipo de alojamiento.....	<b>pág. 11</b>
Gráfica 6. Viaja con mascota a Benidorm.....	<b>pág. 11</b>
Gráfica 7. Primera vez que visitan Benidorm.....	<b>pág. 12</b>
Gráfica 8. Principal motivo para pasar sus vacaciones en Benidorm.....	<b>pág. 12</b>
Gráfica 9. Principal motivo para pasar sus vacaciones en Benidorm.....	<b>pág. 13</b>
Gráfica 10. Actividades realizadas por los visitantes en Benidorm.....	<b>pág. 14</b>
Gráfica 11. A través de qué medios se informa sobre actividades de ocio en Benidorm.....	<b>pág. 15</b>
Gráfica 12. Evolución gasto medio diario por persona.....	<b>pág. 17</b>
Gráfica 13. Ha disfrutado de alguna de las playas ubicadas en Benidorm.....	<b>pág. 18</b>
Gráfica 14. Playa más visitada .....	<b>pág. 18</b>
Gráfica 15. Valoración oferta de playas de Benidorm .....	<b>pág. 19</b>
Gráfica 16. Valoración limpieza .....	<b>pág. 19</b>
Gráfica 17. Valoración seguridad .....	<b>pág. 19</b>
Gráfica 18. Valoración servicios .....	<b>pág. 19</b>
Gráfica 19. Percepción y actitudes de los visitantes de Benidorm debido al contexto de pandemia producido por el COVID-19.....	<b>pág. 21</b>

Gráfica 20. Grado de preocupación respecto a la pandemia del COVID-19.....	<b>pág. 22</b>
Gráfica 21. Evolución de valoración de la experiencia de la estancia en Benidorm.....	<b>pág. 25</b>

## Mapas:

Mapa 1. País de origen de las personas visitantes de Benidorm.....	<b>pág. 7</b>
Mapa 2. Provincia de origen de las personas visitantes de Benidorm procedentes de España.....	<b>pág. 8</b>
Mapa 3. Principales zonas de Benidorm donde se aloja el turista.....	<b>pág. 9</b>

## Tablas:

Tabla 1. Cómo ha afectado la pandemia en la manera de viajar durante el año 2021 .....	<b>pág. 23</b>
Tabla 2. Satisfacción de distintos indicadores según variables sociodemográficas.....	<b>pág. 24</b>

