

Encuesta entre los vacacionistas potenciales belgas sobre la imagen de España 1985

Dentro de la encuesta sobre el comportamiento y actitudes vacacionales de la población belga en 1985, se incluyeron algunas preguntas tendentes a detectar la forma en que el vacacionista potencial belga percibe y aprecia determinados aspectos o características turísticas de algunos países de la Cuenca del Mediterráneo, entre ellos España.

Si bien las cuatro primeras partes del estudio se refirieron a la totalidad de la población belga, la que ahora nos ocupa se centra en las personas de dieciocho años o más. Se trata, pues, de encuestas que han utilizado muestras diferentes, aunque con una base de partida común, motivo por el cual se van a señalar algunas de las características técnicas de la muestra principal que dio lugar, con las necesarias correcciones, a la muestra aquí utilizada.

La encuesta general tuvo como universo a la totalidad de la población belga, mientras que la que va a ser objeto de análisis se limita a la población belga adulta. En ambos casos, la muestra ascendió a 3.000 entrevistas realizadas en 300 puntos de muestreo, tuvo carácter bietópico y estratificado con selección mediante el sistema de random route y de cuotas. Sin embargo, como la muestra a vacacionistas potenciales era más restringida en cuanto a la edad, se adoptó el sistema de que si la persona seleccionada tenía menos de dieciocho años, quedaba inmediatamente sustituida por otra que tuviera dicha edad, que perteneciese a la misma familia y a ser posible del mismo sexo.

Las preguntas se dirigieron en principio tanto a los vacacionistas potenciales como no potenciales, entendiéndose por potencial a cualquier belga adulto que fuera a tener al menos una vez vacaciones pagadas, aunque sólo fueron cortas, durante los cinco años siguientes. Los vacacionistas potenciales representan en Bélgica el 76% de la población adulta, y han expresado sus puntos de vista sobre determinados aspectos que posiblemente puedan darse en vacaciones, según se verá más adelante.

I. España como único destino turístico del vacacionista potencial belga

En este apartado únicamente se tomarán en consideración las opiniones vertidas sobre nuestro país, aisladamente considerado, reservándose un segundo apartado para el análisis comparativo de las mismas en el marco de los países competidores de la Cuenca del Mediterráneo.

Dentro de la batería de aspectos ofrecidos a los consultados para que manifestaran su opinión, unos tenían un marcado acento positivo, mientras que otros presentaban características netamente negativas.

Por lo que al primer bloque de consideraciones positivas se refiere, el clima (78%) y la calidad de las playas (69%) son las que presentan ci-

fras de estimación más elevadas. En un segundo estudio aparecen los precios, con el 44%, y el paisaje, con un 36%, mientras que la tranquilidad, la posibilidad de hacer deporte y la gastronomía, con un 10, 15 y 17% de apreciación, respectivamente, alcanzan las cifras más modestas dentro de la amplia gama de características expresadas en el siguiente cuadro.

CUADRO 1

Percepción de aspectos positivos aplicables a España por los vacacionistas potenciales belgas(*)

	%
— Clima agradable	78
— Buenas playas	69
— Buenos precios	44
— Paisajes admirables	36
— Hoteles confortables	28
— Adecuado para niños	25
— Cultura interesante	24
— Gastronomía excelente	17
— Posibilidad de practicar deporte	15
— País tranquilo	10
TOTAL	346
(N)	(2.201)

(*) Respuesta múltiple.

El carácter benigno de la climatología hispana (78%) se deja sentir con más intensidad entre los vacacionistas potenciales belgas de lengua holandesa, residentes en Flandes, familias con hijos de menos de dieciocho años y personas con ingresos más elevados.

La calidad de las playas (69%) suele ser objeto de mayor apreciación por parte de los entrevistados con mayor capacidad adquisitiva. De todos modos, no se ven diferencias demasiado acusadas entre las distintas variables sociodemográficas; sólo pequeñas desviaciones que la mayoría de las veces no dan pie para el comentario generalizado.

La idea de que los precios españoles son interesantes (44%) está más arraigada entre la población de habla francesa, entre los residentes en Bruselas capital y en la región Valona, así como entre los profesionales de la enseñanza y los cuadros, mientras que la belleza del paisaje (36%) lo está entre los entrevistados de 65 y más años y en los hogares cuyos componentes tienen

edades avanzadas y no tienen hijos que convivan con ellos (cuadro 2).

En cuanto a los aspectos percibidos como negativos, es sobre todo el carácter masivo del turismo español (75%) el que más acusadamente se deja sentir por los vacacionistas potenciales belgas consultados. Las restantes características, a excepción de las dificultades idiomáticas (34%), ofrecen valores que no difieren demasiado entre sí, siendo los precios (10%), el clima (11%) y los servicios hoteleros (13%) las que alcanzan porcentajes más modestos en este sentido.

CUADRO 3

Percepción de aspectos negativos de España por los vacacionistas potenciales belgas(*)

	%
— Turismo de masas	75
— Dificultad del idioma	34
— Demasiado lejos	26
— Limpieza e higiene insuficiente	23
— Falta de contacto con la población	21
— Gastronomía de poca calidad	20
— Comidas poco variadas	17
— Malos servicios hoteleros	13
— Mal clima	11
— Caro	10
TOTAL	250
N	(2.107)

(*) Respuesta múltiple.

El carácter masivo del turismo hispano (75%) es citado con gran frecuencia por los entrevistados de todas las edades (menos por los que tienen 65 o más años), hablan preferentemente el holandés, residen en la región flamenca, son profesionales de la enseñanza, empresarios, profesionales liberales o cuadros, así como por los perceptores de rentas más bien elevadas (de 55.000 a 70.000 francos belgas).

Las capas de edades más avanzadas, quienes utilizan el holandés como lengua, residen en las regiones Flamenca o Valona, pertenecen a hogares de todo tipo, exceptuados aquellos en que sus componentes son menores de 45 años y no tienen hijos, todos los niveles profesionales salvo el de los enseñantes, empresarios y liberales, acusan en mayor medida que el resto de los grupos sociodemográficos entrevistados las dificultades derivadas del idioma (cuadro 4).

CUADRO 2

Aspectos positivos, aplicables a España, por los vacacionistas potenciales belgas (*)

	TOTAL	Paisajes admi- rables %	Climã agra- dable %	Buenos precios %	País tran- quilo %	Buenas playas %	Gastro- nomía exce- lente %	Cultura inter- sante %	Hoteles confor- tables %	Ade- cuado para niños %	Posibi- lidad de practicar deportes %
TOTAL	(2.201)	36	78	44	10	69	17	24	28	25	15
EDAD											
De 18 a 24 años	(393)	35	79	44	7	72	17	22	26	24	18
De 25 a 34 años	(496)	34	78	45	12	70	16	20	26	23	16
De 35 a 44 años	(372)	35	78	45	9	64	15	21	27	32	15
De 45 a 54 años	(358)	36	77	41	8	72	13	25	29	27	16
De 55 a 64 años	(272)	33	77	45	11	66	18	30	32	25	11
De 65 y más años	(229)	44	75	44	11	65	21	28	29	17	7
Resto	(81)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
IDIOMA											
Neerlandófono	(1.303)	34	84	41	9	69	13	23	28	27	12
Francófono	(896)	39	68	49	11	68	22	24	28	21	19
Resto	(2)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
REGION DE PROCEDENCIA											
Flandes	(1.299)	34	84	41	9	69	13	23	28	27	12
Bruselas capital	(261)	36	67	53	15	68	25	35	27	25	22
Valonia	(641)	40	69	48	10	69	21	21	28	19	18
Resto	(—)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TIPO DE FAMILIA											
Familia de menos de 45 años, sin hijos	(221)	31	76	55	13	67	24	24	28	18	18
Familia con hijos menores de 6 años	(430)	34	78	41	10	70	17	17	27	30	15
Familia con hijos de 6 a 17 años	(655)	36	80	41	10	70	15	21	26	26	16
Familia con hijos de 18 o más años ...	(402)	39	81	47	8	71	16	27	26	24	17
Familia entre los 45 y 64 años sin hijos	(253)	34	71	43	10	69	15	30	34	26	13
Familia de 65 o más años sin hijos ...	(226)	42	75	47	11	63	20	30	31	19	8
Otro tipo de familia	(9)	26	53	28	11	15	9	9	44	11	11
Resto	(5)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
PROFESION DEL CABEZA DE FAMILIA											
Obreros	(560)	34	79	39	10	72	16	17	32	22	16
Empleados	(473)	32	78	46	10	70	16	21	27	27	18
Cuadros	(89)	47	77	54	9	72	15	41	25	31	17
Enseñanza	(107)	34	76	52	5	65	18	37	21	37	14
Independientes	(223)	35	78	40	9	68	17	22	25	29	15
Empresarios y profesionales liberales	(102)	35	79	46	10	68	12	31	24	32	18
Jubilados	(435)	40	77	46	11	65	20	27	29	20	10
Otras profesiones	(201)	38	74	47	11	66	17	27	25	22	14
Resto	(11)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
INGRESOS											
Menos de 35.000 francos belgas	(583)	34	74	48	11	68	19	21	27	22	13
De 35.000 a 45.000 francos belgas ...	(552)	38	78	41	11	67	17	26	31	23	23
De 45.000 a 55.000 francos belgas ...	(411)	39	80	40	10	65	15	20	30	26	17
De 55.000 a 70.000 francos belgas ...	(342)	34	80	47	8	77	17	25	28	28	17
De más de 70.000 francos belgas ...	(291)	34	80	46	10	70	14	30	20	27	17
Resto	(22)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 4

Aspectos negativos, aplicables a España, por los vacacionistas potenciales belgas (*)

	TOTAL	Comidas poco variadas %	Falta de contacto con la población %	Gastro-nomía de poca calidad %	Demasiado lejos %	Mal clima %	Lim-pieza e higiene insuficiente %	Difi-cultad del idioma %	Mal servicio de hoteles %	Caro %	Turismo de masas %
TOTAL	(2.107)	17	21	20	26	11	23	34	13	10	75
EDAD											
De 18 a 24 años	(388)	18	20	19	25	10	29	32	13	11	77
De 25 a 34 años	(478)	16	17	18	21	9	24	30	11	10	79
De 35 a 44 años	(353)	17	19	18	30	8	25	30	15	10	74
De 45 a 54 años	(339)	16	20	18	27	11	23	34	10	10	72
De 55 a 64 años	(255)	18	25	23	23	13	20	40	12	4	71
De 65 y más años	(217)	16	27	22	26	13	14	39	11	9	67
Resto	(77)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
IDIOMA											
Neerlandófono	(1.251)	16	22	17	26	8	26	35	12	9	77
Francófono	(853)	18	20	23	25	17	19	31	13	10	71
Resto	(3)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
REGION DE PROCEDENCIA											
Flandes	(1.249)	16	22	17	26	8	26	36	12	9	72
Bruselas capital	(245)	22	28	32	25	15	25	27	20	10	70
Valonia	(613)	17	18	20	26	17	17	33	11	10	71
Resto	(—)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TIPO DE FAMILIA											
Familia de menos de 45 años, sin hijos	(215)	19	19	25	21	10	28	24	14	8	78
Familia con hijos menores de 6 años	(411)	16	20	18	26	8	24	33	11	14	76
Familia con hijos de 6 a 17 años	(627)	16	19	16	28	11	23	35	13	11	76
Familia con hijos de 18 o más años ...	(392)	17	24	18	29	12	31	34	13	8	72
Familia entre los 45 y 64 años sin hijos	(238)	21	22	28	21	15	17	36	15	7	74
Familia de 65 o más años sin hijos ...	(213)	16	27	23	24	14	13	37	10	9	71
Otro tipo de familia	(8)	10	13	62	36	22	13	40	—	—	62
Resto	(3)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
PROFESION DEL CABEZA DE FAMILIA											
Obreros	(528)	15	18	15	27	10	22	34	12	14	72
Empleados	(466)	17	20	20	26	11	25	32	13	9	77
Cuadros	(88)	22	31	19	30	15	28	26	13	6	86
Enseñanza	(102)	15	14	21	27	9	33	23	12	8	83
Independientes	(211)	18	21	22	20	8	22	38	13	9	74
Empresarios y profesionales liberales	(95)	15	25	25	24	4	33	25	13	6	83
Jubilados	(414)	18	25	23	27	16	18	38	14	7	70
Otras profesiones	(191)	21	25	23	26	9	25	38	11	10	73
Resto	(12)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
INGRESOS											
Menos de 35.000 francos belgas	(550)	17	22	20	26	13	20	35	13	10	68
De 35.000 a 45.000 francos belgas ...	(530)	16	17	16	27	11	21	35	10	13	75
De 45.000 a 55.000 francos belgas ...	(395)	16	22	20	22	10	27	32	14	6	77
De 55.000 a 70.000 francos belgas ...	(327)	20	24	21	27	9	27	32	14	8	81
De más de 70.000 francos belgas	(283)	16	23	24	26	11	24	32	12	8	76
Resto	(22)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

(*) Respuesta múltiple.

II. España como destino turístico del vacacionista potencial belga en el contexto mediterráneo.

Examinadas las actitudes y opiniones del vacacionista potencial belga con respecto a España, como destino turístico individualmente considerado, se van a analizar seguidamente estas mismas actitudes en relación con otros países del Area Mediterránea (Yugoslavia, Grecia, Italia y Francia), posibles competidores turísticos nuestros.

Comparativamente con los mencionados países de la Cuenca del Mediterráneo, España ocupa una posición de privilegio en cuanto a los siguientes *aspectos positivos*: condiciones climáticas (78%), calidad de playas (69%) y destino más adecuado para las vacaciones infantiles (25%). En esta misma línea siguen a continuación, por orden de importancia: Italia, con un 75% y un 55% para los dos primeros aspectos; y Francia, con el 19% para el tercero de los citados.

Sin embargo, por lo que a los precios, al confort en hoteles y a las posibilidades de practicar deportes se refiere, nuestro país obtiene sólo un segundo puesto con el 44, 28 y 15%, respectivamente, para cada una de las opciones. Le preceden en importancia, en el primer caso, Yugoslavia con el 56%, y Francia, en los otros dos, con el 38% y el 22% de respuesta.

En cuanto a las excelencias gastronómicas, el destino turístico hispano únicamente consigue situarse en un tercer lugar que comparte con Grecia en la medida de un 17%, y a considerable distancia de Francia que, con un 76%, logra colocarse a la cabeza de todos los competidores del Area Mediterránea. Italia, con el 26%, es el segundo país en orden de importancia, y Yugoslavia, con el 11%, el último.

El vacacionista potencial belga que tiene pensado salir de vacaciones no parece percibir los aspectos culturales y la tranquilidad españolas en demasía, ya que con sus respuestas —el 24% para el primer caso y 10% para el segundo— nos relega a una cuarta posición en el orden de preferencias. Dicha posición se halla bastante alejada de la de otros países competidores que como Grecia, con el 72% en lo relativo a cultura interesante, y Yugoslavia con el 24% para tranquilidad, acaparan el liderazgo en ambos sentidos. Algo parecido ocurre en relación con el pai-

saje, característica que nos sitúa en el último lugar con el 36% de adhesión y a considerable distancia de Grecia (61%), de Yugoslavia (60%) y de Francia (52%) y un poco más próximos de Italia, que en esta ocasión logra el 40%.

Pero no nos vamos a centrar única y exclusivamente en el análisis de aquellas características más notorias a causa de lo elevado o de lo escaso de sus porcentajes. Existen otras que si bien individualmente consideradas sólo ocupan posiciones intermedias, si se las sitúa en el contexto mediterráneo alcanzan valores comparativos realmente importantes. Este es el caso, por ejemplo, del confort en los hoteles y de lugar idóneo para los niños, que en el caso concreto de España ocupan un 5º y un 6º lugar, respectivamente, con el 28% y el 25% de respuesta. Sin embargo, si se estudian estas cifras relativas en el marco de los países mediterráneos, se puede observar cómo España se sitúa nada menos que en segunda y primera posición en ambos sentidos, como lo demuestra el cuadro 5.

Desde el punto de vista de los *aspectos negativos*, los más destacados, por lo que a nuestro país respecta, son el carácter masivo de su turismo (75%) y las barreras lingüísticas (34%). En el primer caso, ningún otro país logra superar ese porcentaje tan elevado, mientras que en el segundo, Yugoslavia y Grecia, con el 72% y el 58%, respectivamente, se convierten en los líderes de las dificultades derivadas del idioma.

En un orden de prioridades secundario se encuentran la situación demasiado alejada del territorio hispano (26%) y la insuficiente limpieza e higiene (23%) que, comparados con las cifras que para idénticos ítems presentan los demás países considerados, le suponen un tercer puesto para el primer aspecto (situación alejada) que le distancia bastante de Grecia (58%) y de Yugoslavia (46%). Con la insuficiencia de la limpieza e higiene ocurre algo parecido y sólo le preceden en importancia porcentual Francia, con el 34%, e Italia, con el 33%, según se pone de manifiesto en el cuadro 6.

III. Algunas consideraciones en torno a la región de procedencia del turista potencial belga.

Se va a analizar ahora, con más detalle, cómo

CUADRO 5

Percepción de aspectos positivos por el vacacionista potencial belga en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Paisaje admirable	60	48	36	41	52
— Clima agradable	64	75	78	69	48
— Buenos precios	56	26	44	21	3
— País tranquilo	24	6	10	18	22
— Buenas playas	39	55	69	39	44
— Gastronomía excelente	11	26	17	17	76
— Cultura interesante	20	50	24	72	43
— Hoteles confortables	15	20	28	15	38
— Adecuado para niños	10	16	25	5	19
— Posibilidad de practicar muchos deportes	11	13	15	7	22
TOTAL	310	335	346	304	367
(N)	(2.125)	(2.174)	(2.201)	(2.031)	(2.212)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 6

Percepción de aspectos negativos por el vacacionista potencial belga en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Comidas poco variadas	20	19	17	12	6
— Falta de contacto con la población	49	19	21	30	15
— Gastronomía de escasa calidad	26	17	20	15	11
— Demasiado lejos	46	20	26	58	4
— Mal clima	10	10	11	11	11
— Insuficiente limpieza e higiene	20	33	23	19	34
— Dificultades del idioma	72	33	34	58	9
— Mal servicio hotelero	14	13	13	9	11
— Caro	7	20	10	20	75
— Turismo masivo	14	56	75	22	35
TOTAL	278	240	250	254	211
(N)	(2.095)	(2.040)	(2.107)	(2.006)	(2.068)

(*) Respuesta múltiple.

percibe el vacacionista potencial belga algunas de las condiciones turísticas ofrecidas por los distintos países del Area Mediterránea objeto de estudio, de acuerdo con las diferentes regiones de residencia u origen del entrevistado.

Si se toma como base la batería de *aspectos positivos* ofrecida a unos y otros consultados, entre las tres regiones consideradas —flamenca, valona y capital belga—, se observan diferencias sustanciales tanto en el orden de los valores dados a los mismos, como en su cuantía. Así pues, según los datos que se presentan en los cuadros 7, 8 y 9, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

Con respecto a **Yugoslavia**, los elementos más apreciados por flamencos, valones y residentes en la capital belga son el clima, el paisaje y los precios. Pero, mientras que para los habitantes de la región flamenca el clima se convierte en el atractivo prioritario (71%), en el caso de los valones y de los habitantes de Bruselas, éste consigue porcentajes de bastante menor relevancia cuantitativa (51% para los primeros y 59% para los segundos) y pasa a un segundo plano en los dos casos. El paisaje es lo más destacable de la oferta yugoslava para los valones (61%); sin embargo, para los habitantes de Bruselas este es el aspecto menos relevante de los tres (51%), sien-

do los precios los que cobran aquí el máximo valor (60%).

Italia es aceptada por todos los encuestados, con independencia de su procedencia, fundamentalmente en base a su clima (80%), a su cultura (53%) y a sus playas (49%), y únicamente se detectan diferencias cuantitativas en las respuestas de unos y otros habitantes, pero no de tipo ordinal. Los flamencos conceden mayor importancia al clima italiano que los valones y los habitantes de Bruselas. Pero los valores culturales son más tenidos en cuenta por éstos que por el resto de los entrevistados.

La **imagen turística española** que percibe el vacacionista potencial belga tiende a valorar, sobre todo, el clima, las playas y los precios en líneas generales, aunque el residente de la región flamenca atribuye mayor importancia al clima (84%) que los de otras regiones, y los de Bruselas capital, a los precios (53% frente al 48% y al 41% de valones y flamencos).

En relación con **Grecia**, clima, cultura y paisaje ocupan los tres primeros lugares en su conjunto, más individualmente considerados, el clima griego es más importante para flamencos que para valones (75% frente a 66%), y para estos últimos mucho más que para los habitantes de Bruselas (58%). Con la cultura ocurre algo parecido, si bien en este caso los porcentajes obtenidos por los valones son inferiores a los de los residentes en la capital belga (61% y 69%, respectivamente) y en la región flamenca (74%). El paisaje es valorado casi por igual entre valones y residentes en Bruselas (64% y 62%), pero algo menos por los flamencos (58%).

Con **Francia** se alteran considerablemente los esquemas establecidos hasta el momento, y son los factores gastronómicos los de mayor peso, tanto a nivel de residentes de la región flamenca como de la valona y de la capital, aunque sean estos últimos los que mayor importancia le otorgan (85% frente al 76% y 75% de los anteriores). Con las restantes opciones es imposible establecer un orden de prioridades por cuanto existe gran diversidad de apreciaciones de unas regiones a otras. Sólo de manera global se puede decir que el paisaje y la cultura alcanzan valores notables en el caso de los flamencos, el primero, y en el de los habitantes de la capital belga en ambos. También el clima, pero única y exclusivamente entre los residentes en Flandes. Los valo-

nes, por su parte, consideran en la medida del 49% que el clima y las playas francesas son atractivos que merecen destacar y los sitúan en una segunda posición, aunque a considerable distancia del hecho gastronómico.

Desde el punto de vista de los *aspectos negativos*, las respuestas también varían en función de la región de procedencia u origen del entrevistado. El detalle de las mismas queda expresado en los cuadros 10, 11 y 12.

Yugoslavia es, en este sentido, el país que principalmente se distingue a causa de las dificultades de su idioma, de las pocas posibilidades que ofrece al turista de entrar en contacto con la población local y por lo alejado de su situación geográfica. El primer factor cobra más peso entre flamencos y valones que entre los residentes en la capital (74% y 70% frente al 64%). El segundo, entre los habitantes de Bruselas (60%) y entre quienes residen en la región flamenca (51%), y el tercero ostenta cifras muy similares en las tres zonas.

Italia suele ser identificada por el turista potencial belga como turismo masivo, dificultades derivadas del idioma y escasez de limpieza e higiene, aspectos negativos que son captados con mayor intensidad por los valones en lo relativo al carácter masivo de su turismo (67%), por los flamencos en cuanto a dificultades idiomáticas (38%) y por flamencos y residentes en Bruselas, con respecto a la higiene (37% y 35%).

Esta vez es **España** la que más o menos rompe un poco los clichés negativos establecidos de manera generalizada sobre los países mediterráneos. En efecto, para nuestro país, las principales críticas derivan del carácter masivo de su turismo, y aunque esta crítica se produzca también a nivel de Italia y de Francia, lo cierto es que en estos países las cifras no alcanzan valores tan elevados como en el nuestro. Además, la unanimidad en este sentido es casi total si se tiene en cuenta las regiones de que proceden los entrevistados belgas: flamencos 77%, habitantes de Bruselas 70% y valones 71%. Otras críticas proceden, unas veces, de las dificultades del idioma, opinión compartida casi por igual por flamencos y valones (36% y 33%), aunque no así por residentes de la capital belga, que sólo lo citan en cuarto lugar y con porcentajes sensiblemente inferiores a los de otras zonas (27%). Estos últimos entrevistados parecen sentirse más

CUADRO 7

Percepción de aspectos positivos por el vacacionista potencial belga residente en Flandes en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Paisaje admirable	61	46	34	58	54
— Clima agradable	71	80	85	75	51
— Buenos precios	61	22	41	22	3
— País tranquilo	24	4	9	19	21
— Buenas playas	35	49	69	35	42
— Gastronomía excelente	9	21	13	16	75
— Cultura interesante	19	53	23	74	39
— Hoteles confortables	13	19	28	13	33
— Adecuado para niños	11	15	27	5	19
— Posibilidad de practicar deportes	8	10	12	6	15
(N)	(1.250)	(1.267)	(1.299)	(1.248)	(1.290)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 8

Percepción de aspectos positivos por el vacacionista potencial belga residente en Bruselas capital en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Paisaje admirable	51	53	36	62	54
— Clima agradable	59	67	67	58	43
— Buenos precios	60	36	53	31	7
— País tranquilo	25	12	15	23	22
— Buenas playas	49	56	68	50	41
— Gastronomía excelente	18	34	25	27	85
— Cultura interesante	28	57	35	69	55
— Hoteles confortables	20	24	27	21	43
— Adecuado para niños	11	17	25	9	15
— Posibilidad de practicar deportes	16	19	22	13	31
(N)	(256)	(259)	(261)	(253)	(267)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 9

Percepción de aspectos positivos por el vacacionista potencial belga residente en Valonia en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Paisaje admirable	61	49	40	64	49
— Clima agradable	51	68	69	61	44
— Buenos precios	46	31	48	17	2
— País tranquilo	24	8	10	17	23
— Buenas playas	42	65	69	45	49
— Gastronomía excelente	11	33	21	18	76
— Cultura interesante	20	42	21	66	45
— Hoteles confortables	16	21	28	18	45
— Adecuado para niños	10	16	19	7	22
— Posibilidad de practicar deportes	15	16	18	10	33
(N)	(619)	(648)	(641)	(607)	(655)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 10

Percepción de aspectos negativos por el vacacionista potencial belga residente en Flandes en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Comidas poco variadas	21	19	16	11	4
— Falta de contacto con la población	51	20	22	31	13
— Gastronomía de escasa calidad	24	15	17	13	8
— Demasiado lejos	46	19	26	56	4
— Mal clima	6	7	8	7	9
— Insuficiente limpieza e higiene	21	37	26	20	37
— Dificultades del idioma	74	38	36	60	9
— Mal servicio hotelero	12	13	12	9	8
— Caro	6	21	9	20	73
— Turismo masivo	13	50	77	18	35
(N)	(1.227)	(1.198)	(1.249)	(1.186)	(1.219)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 11

Percepción de aspectos negativos por el vacacionista potencial belga residente en Bruselas capital en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Comidas poco variadas	22	18	22	18	9
— Falta de contacto con la población	60	23	28	31	25
— Gastronomía de escasa calidad	38	25	32	29	16
— Demasiado lejos	43	21	25	50	10
— Mal clima	15	12	15	17	19
— Insuficiente limpieza e higiene	19	35	25	27	30
— Dificultades del idioma	64	25	27	50	8
— Mal servicio hotelero	23	19	20	16	20
— Caro	7	18	10	21	77
— Turismo masivo	16	56	70	28	34
(N)	(246)	(222)	(245)	(222)	(234)

(*) Respuesta múltiple.

CUADRO 12

Percepción de aspectos negativos por el vacacionista potencial belga residente en Valonia en relación con (*):

	Yugoslavia %	Italia %	España %	Grecia %	Francia %
— Comidas poco variadas	17	18	17	10	7
— Falta de contacto con la población	41	15	18	28	16
— Gastronomía de escasa calidad	26	18	20	16	15
— Demasiado lejos	46	22	26	66	3
— Mal clima	15	17	17	15	11
— Insuficiente limpieza e higiene	17	24	17	14	31
— Dificultades del idioma	70	27	33	57	11
— Mal servicio hotelero	13	13	11	6	13
— Caro	8	19	10	19	78
— Turismo masivo	16	67	71	27	36
(N)	(622)	(620)	(613)	(598)	(615)

(*) Respuesta múltiple.

inclinados a criticar nuestra gastronomía (32%) y a quejarse de la falta de contacto con la población local (28%), inconvenientes a los que reservan un segundo y un tercer puesto en orden de importancia.

Los tres obstáculos más relevantes en el caso de **Grecia** son: el idioma, para flamencos y residentes en Bruselas (60% y 50%); la situación geográfica, para los valones; y la falta de contacto con la población autóctona es compartida casi en igual medida por unos y otros (31%, 31% y 28%, respectivamente).

La carestía de los precios *franceses*, opinión mantenida con carácter prioritario por todos los entrevistados belgas, prescindiendo de sus regiones de origen, constituye el primer rasgo disuasor de la visita turística del vacacionista potencial belga a ese país. Este calificativo se acentúa ligeramente entre los residentes en Bruselas (77%) y en la región Valona (78%), mientras que la insuficiencia de la limpieza e higiene, que es el segundo elemento negativo, lo hace entre los habitantes flamencos (37%, frente al 30% y 31% de los habitantes de la capital y de la región Valona).

IV. Conclusiones

1. En relación con los aspectos positivos ofrecidos por España como destino turístico individualmente considerado, el turista potencial belga destaca, ante todo, el clima y la calidad de las playas. En una situación intermedia coloca a los precios y al paisaje, siendo la tranquilidad, la posibilidad de practicar deportes y la gastronomía las características que menos consideración favorable le merecen.
2. Por lo que a los aspectos negativos se refiere, el turismo masivo se sitúa a la cabeza de todos los posibles defectos que para los entrevistados presenta nuestro país. Le siguen a continuación las dificultades derivadas del idioma, pero a considerable distancia. Los precios, el clima y el confort de los hoteles presentan los valores más bajos en este sentido.
3. En el *contexto* de los cinco países *mediterráneos* objeto de análisis, España ocupa una posición de privilegio, desde el punto de vista positivo, en cuanto al clima con preferencia, pero también en lo que afecta a la calidad de las playas y como destino más adecuado para que los niños pasen sus vacaciones. Comparativamente, los precios, el confort de los hoteles y la posibilidad de practicar deportes constituyen elementos que gozan de gran estima y proporcionan un segundo puesto al destino turístico español. Una vez más, gastronomía y tranquilidad, a los que se añaden ahora la cultura y el paisaje, se convierten en facetas de escaso aprecio comparativo por parte del turista potencial belga.
4. Desde una perspectiva negativa, el carácter masivo de nuestro turismo es el más grave defecto que presenta nuestro país, incluso en comparación con Italia, donde este aspecto también se sitúa en un primer plano, pero con cifras sensiblemente menores. Las dificultades del idioma, la situación geográfica y la falta de limpieza e higiene sólo se ubican en una posición intermedia.

ELENA BARDON FERNANDEZ
Gabinete de Estudios Sociológicos del I.E.T.