



Actions de Dynamisation des Entreprises appartenant aux Secteur de
Commerce, Loisirs et Tourisme pour le litoral de **Souss | Massa | Drâa**

Título del Documento: Programa Provisional Presentación
Subtítulo: Jornada de Difusión
Fecha: 27 de Septiembre 2010. Agadir.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
ASPECTOS ANALIZADOS	3
Medio de desplazamiento utilizado	3
Frecuencia de visita	6
Día de la semana habitual de visita de compras	8
Principales motivos de visita	11
Otros motivos de visita	14
Tipos de productos adquiridos	17
Gasto medio efectuado	20
Valoración de factores de índole comercial y urbanística	22
Duración de la estancia	25
Visita integrada en un paquete turístico	26
CONCLUSIONES A DESTACAR	28

Título: TURISTAS TALBORJT.

INTRODUCCIÓN

La investigación ha permitido establecer cuál es el perfil del turista no residente en Marruecos a esta área comercial urbana, diferenciando la información en función de las siguientes variables:

- ➔ Sexo del visitante.
 - Hombre.
 - Mujer

- ➔ Edad del visitante.
 - De 18 a 29 años.
 - De 30 a 49 años.
 - De 50 ó más años.

- ➔ País de origen.
 - Europa.
 - África.
 - Otras zonas geográficas.

- ➔ Duración de la estancia en Marruecos.
 - Siete días o menos.
 - De ocho a quince días.
 - Más de quince días.

Los conceptos que han sido sondeados entre el público objetivo hacen referencia a los siguientes aspectos de esta zona urbana:

- Medio de desplazamiento utilizado.
- Frecuencia de visita.
- Día de la semana habitual de visita de compras.
- Principales motivos de visita.
- Otros motivos de visita.
- Tipos de productos adquiridos.
- Gasto medio efectuado.
- Valoración de factores de índole comercial y urbanística.
- Duración de la estancia.
- Visita integrada en un paquete turístico.

ASPECTOS ANALIZADOS

MEDIO DE DESPLAZAMIENTO UTILIZADO

Para el conjunto de los turistas, no podemos decir que exista un medio de desplazamiento que predomine de modo importante sobre el resto a la hora de visitar Talborjt. Únicamente el desplazamiento a pie es la opción que sobresale ligeramente.

Medio de transporte utilizado para acudir a la población de Talborjt

		porcentaje
Medio de transporte utilizado para acudir a la población	A Pié	28,3%
	En Bicicleta	1,5%
	En coche/moto	11,7%
	Taxi	9,8%
	Autobús	3,9%
	Indistintamente	44,9%
	Otros medios de transporte	,0%
	Total	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Diferenciando por sexos, los varones muestran una mayor preferencia por el vehículo particular y las mujeres por el desplazamiento a pie.

Medio de transporte utilizado para acudir a la población de Talborjt, según sexo

		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Medio de transporte utilizado para acudir a la población	A Pié	22,7%	37,7%	28,3%
	En Bicicleta	2,3%	,0%	1,5%
	En coche/moto	15,6%	5,2%	11,7%
	Taxi	10,2%	9,1%	9,8%
	Autobús	4,7%	2,6%	3,9%
	Indistintamente	44,5%	45,5%	44,9%
	Otros medios de transporte	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Si distinguimos **por edades**, el dato más significativo a destacar es que a mayor edad el porcentaje de los que acuden a pie se incrementa.

Medio de transporte utilizado para acudir a la población de Talborjt, según la edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Medio de transporte utilizado para acudir a la población	A Pié	21,4%	27,1%	30,5%	28,3%
	En Bicicleta	,0%	1,0%	2,1%	1,5%
	En coche/moto	,0%	15,6%	9,5%	11,7%
	Taxi	7,1%	13,5%	6,3%	9,8%
	Autobús	7,1%	7,3%	,0%	3,9%
	Indistintamente	64,3%	35,4%	51,6%	44,9%
	Otros medios de transporte	,0%	,0%	,0%	,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

En función de la **zona geográfica de procedencia**, los europeos optan en mayor medida que el resto por la visita a pie. Sin embargo, los africanos eligen el vehículo particular.

Medio de transporte utilizado para acudir a la población de Talborjt, según país de origen

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Medio de transporte utilizado para acudir a la población	A Pié	31,3%	14,3%	28,6%	28,3%
	En Bicicleta	1,8%	,0%	,0%	1,5%
	En coche/moto	7,4%	34,3%	,0%	11,7%
	Taxi	7,4%	22,9%	,0%	9,8%
	Autobús	3,1%	8,6%	,0%	3,9%
	Indistintamente	49,1%	20,0%	71,4%	44,9%
	Otros medios de transporte	,0%	,0%	,0%	,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Finalmente, según la **duración de la estancia** destaca que la visita a pie se da más cuando la misma supera la semana.

Medio de transporte utilizado para acudir a la población de Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Medio de transporte utilizado para acudir a la población	A Pié	9,8%	37,2%	34,5%	28,3%
	En Bicicleta	1,6%	2,3%	,0%	1,5%
	En coche/moto	18,0%	7,0%	12,1%	11,7%
	Taxi	14,8%	4,7%	12,1%	9,8%
	Autobús	8,2%	,0%	5,2%	3,9%
	Indistintamente	47,5%	48,8%	36,2%	44,9%
	Otros medios de transporte	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

FRECUENCIA DE VISITA

La práctica **totalidad de la muestra** entrevistada manifiesta una baja frecuencia de visita. Ello nos lleva a la conclusión que Talborjt es para los turistas extranjeros un destino de visita esporádica o aleatoria.

Ninguna de las variables en que hemos diferenciado el análisis presenta algún dato diferenciador que merezca tenerse en cuenta.

Frecuencia con la que acude de compras a la población de Talborjt

		porcentaje
Frecuencia con la que acude de compras	Todos o casi todos los días	2,9%
	Cada 3 ó 4 días	2,9%
	Un par de días a la semana	1,0%
	Un día a la semana	1,0%
	Cada dos semanas	,0%
	Una vez al mes	2,4%
	Con menor frecuencia	89,8%
	Total	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Frecuencia con la que acude de compras a la población de Talborjt, según sexo

		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Frecuencia con la que acude de compras	Todos o casi todos los días	3,1%	2,6%	2,9%
	Cada 3 ó 4 días	3,9%	1,3%	2,9%
	Un par de días a la semana	,0%	2,6%	1,0%
	Un día a la semana	1,6%	,0%	1,0%
	Cada dos semanas	,0%	,0%	,0%
	Una vez al mes	2,3%	2,6%	2,4%
	Con menor frecuencia	89,1%	90,9%	89,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Frecuencia con la que acude de compras a la población de Talborjt, según la edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Frecuencia con la que acude de compras	Todos o casi todos los días	7,1%	1,0%	4,2%	2,9%
	Cada 3 ó 4 días	,0%	4,2%	2,1%	2,9%
	Un par de días a la semana	,0%	,0%	2,1%	1,0%
	Un día a la semana	,0%	1,0%	1,1%	1,0%
	Cada dos semanas	,0%	,0%	,0%	,0%
	Una vez al mes	,0%	3,1%	2,1%	2,4%
	Con menor frecuencia	92,9%	90,6%	88,4%	89,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Frecuencia con la que acude de compras a la población de Talborjt, según país de origen

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Frecuencia con la que acude de compras	Todos o casi todos los días	2,4%	5,9%	,0%	2,9%
	Cada 3 ó 4 días	3,7%	,0%	,0%	2,9%
	Un par de días a la semana	,6%	2,9%	,0%	1,0%
	Un día a la semana	1,2%	,0%	,0%	1,0%
	Cada dos semanas	,0%	,0%	,0%	,0%
	Una vez al mes	1,2%	8,8%	,0%	2,4%
	Con menor frecuencia	90,9%	82,4%	100,0%	89,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
 ADECOT - 2010

Frecuencia con la que acude de compras a la población de Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Frecuencia con la que acude de compras	Todos o casi todos los días	,0%	3,5%	5,1%	2,9%
	Cada 3 ó 4 días	1,7%	1,2%	6,8%	2,9%
	Un par de días a la semana	,0%	1,2%	1,7%	1,0%
	Un día a la semana	1,7%	,0%	1,7%	1,0%
	Cada dos semanas	,0%	,0%	,0%	,0%
	Una vez al mes	5,0%	1,2%	1,7%	2,4%
	Con menor frecuencia	91,7%	93,0%	83,1%	89,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
 ADECOT - 2010

DÍA DE LA SEMANA HABITUAL DE VISITA DE COMPRAS

El comportamiento del turista podemos catalogarlo de aleatorio. A la baja frecuencia de visita hemos de unir el que el tampoco exista un día de visita concreto, el cual viene determinado por las circunstancias del viaje turístico o la idoneidad del momento para realizar esta visita.

Nuevamente, las diferentes variables en que hemos segmentado el estudio reflejan un comportamiento similar, sin rasgos diferenciadores a destacar.

Días de la semana más habituales para acudir a Talborjt a Comprar

		porcentaje
Lunes	No	99,5%
	Si	,5%
Martes	No	99,0%
	Si	1,0%
Miércoles	No	98,5%
	Si	1,5%
Jueves	No	99,5%
	Si	,5%
Viernes	No	99,5%
	Si	,5%
Sábado	No	96,1%
	Si	3,9%
Domingo	No	96,1%
	Si	3,9%
Ninguno en concreto	No	4,9%
	Si	95,1%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de la semana más habituales para acudir a Talborjt a Comprar, según sexo

		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Lunes	No	99,2%	100,0%	99,5%
	Si	,8%	,0%	,5%
Martes	No	98,4%	100,0%	99,0%
	Si	1,6%	,0%	1,0%
Miércoles	No	98,4%	98,7%	98,5%
	Si	1,6%	1,3%	1,5%
Jueves	No	99,2%	100,0%	99,5%
	Si	,8%	,0%	,5%
Viernes	No	99,2%	100,0%	99,5%
	Si	,8%	,0%	,5%
Sábado	No	96,9%	94,8%	96,1%
	Si	3,1%	5,2%	3,9%
Domingo	No	96,1%	96,1%	96,1%
	Si	3,9%	3,9%	3,9%
Ninguno en concreto	No	5,4%	3,9%	4,9%
	Si	94,6%	96,1%	95,1%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de la semana más habituales para acudir a Talborjt a Comprar, según edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Lunes	No	100,0%	99,0%	100,0%	99,5%
	Si	,0%	1,0%	,0%	,5%
Martes	No	100,0%	97,9%	100,0%	99,0%
	Si	,0%	2,1%	,0%	1,0%
Miércoles	No	100,0%	97,9%	99,0%	98,5%
	Si	,0%	2,1%	1,0%	1,5%
Jueves	No	100,0%	99,0%	100,0%	99,5%
	Si	,0%	1,0%	,0%	,5%
Viernes	No	100,0%	99,0%	100,0%	99,5%
	Si	,0%	1,0%	,0%	,5%
Sábado	No	100,0%	95,8%	95,8%	96,1%
	Si	,0%	4,2%	4,2%	3,9%
Domingo	No	100,0%	93,8%	97,9%	96,1%
	Si	,0%	6,3%	2,1%	3,9%
Ninguno en concreto	No	,0%	7,3%	3,1%	4,9%
	Si	100,0%	92,7%	96,9%	95,1%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de la semana más habituales para acudir a Talborjt a Comprar, según país de residencia

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Lunes	No	99,4%	100,0%	100,0%	99,5%
	Si	,6%	,0%	,0%	,5%
Martes	No	99,4%	97,1%	100,0%	99,0%
	Si	,6%	2,9%	,0%	1,0%
Miércoles	No	99,4%	94,3%	100,0%	98,5%
	Si	,6%	5,7%	,0%	1,5%
Jueves	No	99,4%	100,0%	100,0%	99,5%
	Si	,6%	,0%	,0%	,5%
Viernes	No	99,4%	100,0%	100,0%	99,5%
	Si	,6%	,0%	,0%	,5%
Sábado	No	96,3%	94,3%	100,0%	96,1%
	Si	3,7%	5,7%	,0%	3,9%
Domingo	No	95,1%	100,0%	100,0%	96,1%
	Si	4,9%	,0%	,0%	3,9%
Ninguno en concreto	No	5,5%	2,9%	,0%	4,9%
	Si	94,5%	97,1%	100,0%	95,1%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de la semana más habituales para acudir a Talborjt a Comprar, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Lunes	No	100,0%	100,0%	98,3%	99,5%
	Si	,0%	,0%	1,7%	,5%
Martes	No	100,0%	100,0%	96,6%	99,0%
	Si	,0%	,0%	3,4%	1,0%
Miércoles	No	100,0%	100,0%	94,9%	98,5%
	Si	,0%	,0%	5,1%	1,5%
Jueves	No	100,0%	100,0%	98,3%	99,5%
	Si	,0%	,0%	1,7%	,5%
Viernes	No	100,0%	100,0%	98,3%	99,5%
	Si	,0%	,0%	1,7%	,5%
Sábado	No	98,4%	96,5%	93,2%	96,1%
	Si	1,6%	3,5%	6,8%	3,9%
Domingo	No	98,4%	97,7%	91,5%	96,1%
	Si	1,6%	2,3%	8,5%	3,9%
Ninguno en concreto	No	1,6%	2,3%	11,9%	4,9%
	Si	98,4%	97,7%	88,1%	95,1%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA

En términos generales, el ocio se configura como el principal atractivo que mueve a la población turística extranjera a visitar Talborjt.

Motivo principal de su visita a Talborjt

	porcentaje
Motivo principal de su visita a Talborjt	
Trabajo aquí	4,3%
Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	54,3%
Gestiones con organismos públicos o privados	1,7%
Gestiones de trabajo o de negocios privados	6,9%
Visitar a familiares o amigos	12,1%
Estudios o formación	,0%
Visitar a familiares o amigos	,0%
Visita cultural	6,0%
Médico o servicios personales	,9%
Compras	13,8%
Otras (especificar)	,0%
Total	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por sexo, no observamos diferencias de actitud entre hombres y mujeres.

Motivo principal de su visita a Talborjt, según sexo

Motivo principal de su visita a Talborjt		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Trabajo aquí		6,4%	,0%	4,3%
Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)		52,6%	57,9%	54,3%
Gestiones con organismos públicos o privados		2,6%	,0%	1,7%
Gestiones de trabajo o de negocios privados		7,7%	5,3%	6,9%
Visitar a familiares o amigos		12,8%	10,5%	12,1%
Estudios o formación		,0%	,0%	,0%
Visitar a familiares o amigos		,0%	,0%	,0%
Visita cultural		3,8%	10,5%	6,0%
Médico o servicios personales		,0%	2,6%	,9%
Compras		14,1%	13,2%	13,8%
Otras (especificar)		,0%	,0%	,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Respecto a los distintos **tramos de edad**, el ocio está más arraigado a los turistas jóvenes, pero conforme ascendemos en la escala de años el factor compras va apareciendo de modo más importante.

Motivo principal de su visita a Talborjt, según la edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Motivo principal de su visita a Talborjt	Trabajo aquí	11,1%	7,0%	,0%	4,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	66,7%	50,9%	56,0%	54,3%
	Gestiones con organismos públicos o privados	,0%	3,5%	,0%	1,7%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	11,1%	8,8%	4,0%	6,9%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	10,5%	16,0%	12,1%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	11,1%	7,0%	4,0%	6,0%
	Médico o servicios personales	,0%	,0%	2,0%	,9%
	Compras	,0%	12,3%	18,0%	13,8%
	Otras (especificar)	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

En función de la **zona de origen del turista** podemos destacar que en el caso de los africanos el ocio no es tan determinante como acontece en otras procedencias. Sin embargo, merece reseñarse para este grupo la visita a familiares y amigos y, en menor medida, el tema laboral, seguramente por provenir de países cercanos a Marruecos.

Motivo principal de su visita a Talborjt, según país de origen

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Motivo principal de su visita a Talborjt	Trabajo aquí	2,3%	11,5%	,0%	4,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	62,1%	26,9%	66,7%	54,3%
	Gestiones con organismos públicos o privados	1,1%	3,8%	,0%	1,7%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	4,6%	15,4%	,0%	6,9%
	Visitar a familiares o amigos	8,0%	23,1%	33,3%	12,1%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	5,7%	7,7%	,0%	6,0%
	Médico o servicios personales	1,1%	,0%	,0%	,9%
	Compras	14,9%	11,5%	,0%	13,8%
	Otras (especificar)	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

En cuanto a la **duración de la estancia**, las compras son una variable que juega un papel más determinante para aquellos que superan la semana.

Motivo principal de su visita a Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Motivo principal de su visita a Talborjt	Trabajo aquí	4,8%	2,4%	6,1%	4,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	47,6%	61,0%	54,5%	54,3%
	Gestiones con organismos públicos o privados	4,8%	,0%	,0%	1,7%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	11,9%	2,4%	6,1%	6,9%
	Visitar a familiares o amigos	14,3%	9,8%	12,1%	12,1%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	9,5%	2,4%	6,1%	6,0%
	Médico o servicios personales	,0%	2,4%	,0%	,9%
	Compras	7,1%	19,5%	15,2%	13,8%
	Otras (especificar)	,0%	,0%	,0%	,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

OTROS MOTIVOS DE VISITA

El segundo factor que motiva la visita a Talborjt, para el **conjunto de los entrevistados**, son las compras. En un segundo término, aunque con porcentajes más reducidos, hemos de hacer referencia a las visitas a familiares y amigos.

Otros motivos de su visita a Talborjt

		porcentaje
Otros motivos de visita a Taroudant	Trabajo aquí	1,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	12,5%
	Gestiones con organismos públicos o privados	3,8%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	2,5%
	Visitar a familiares o amigos	17,5%
	Estudios o formación	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%
	Visita cultural	5,0%
	Médico o servicios personales	,0%
	Compras	57,5%
	Otras	,0%
	Total	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Distinguiendo **por sexos**, las mujeres se mueven en mayor medida por la realización de compras, sin embargo, los varones presentan porcentajes más elevados respecto a las visitas de familiares y amigos..

Otros motivos de su visita a Talborjt, según sexo

		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Otros motivos de visita a Taroudant	Trabajo aquí	1,9%	,0%	1,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	11,3%	14,8%	12,5%
	Gestiones con organismos públicos o privados	5,7%	,0%	3,8%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	3,8%	,0%	2,5%
	Visitar a familiares o amigos	20,8%	11,1%	17,5%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	5,7%	3,7%	5,0%
	Médico o servicios personales	,0%	,0%	,0%
	Compras	50,9%	70,4%	57,5%
	Otras	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por **grupos de edad**, aunque las compras son el principal motivo secundario de visita, este factor va teniendo menos incidencia conforme más edad tiene el turista. Otros datos a destacar es el referido a gestiones con organismos públicos y privados, en donde sobresale el turista joven. Y, sin embargo, la visita a familiares y amigos aparece de modo más significativo conforme ascendemos en la edad de los entrevistados.

Otros motivos de su visita a Talborjt, según la edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Otros motivos de visita a Taroudant	Trabajo aquí	,0%	,0%	3,1%	1,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	,0%	9,5%	18,8%	12,5%
	Gestiones con organismos públicos o privados	16,7%	2,4%	3,1%	3,8%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	,0%	2,4%	3,1%	2,5%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	16,7%	21,9%	17,5%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	,0%	2,4%	9,4%	5,0%
	Médico o servicios personales	,0%	,0%	,0%	,0%
	Compras	83,3%	66,7%	40,6%	57,5%
	Otras	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

La **zona de procedencia** muestra algunas diferencias a reseñar, como es el caso de las compras, más determinantes en los europeos, la visita a familiares y amigos que predomina en el turista africano, o la visita cultural que es lo que más motiva a turistas procedentes de otros continentes.

Otros motivos de su visita a Talborjt, según país de origen

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Otros motivos de visita a Taroudant	Trabajo aquí	1,6%	,0%	,0%	1,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	12,5%	13,3%	,0%	12,5%
	Gestiones con organismos públicos o privados	3,1%	6,7%	,0%	3,8%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	3,1%	,0%	,0%	2,5%
	Visitar a familiares o amigos	14,1%	33,3%	,0%	17,5%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	3,1%	6,7%	100,0%	5,0%
	Médico o servicios personales	,0%	,0%	,0%	,0%
	Compras	62,5%	40,0%	,0%	57,5%
	Otras	,0%	,0%	,0%	,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Finalmente, en función del **tiempo de estancia**, las compras aparecen con porcentajes más elevados conforme la estancia es más larga.

Otros motivos de su visita a Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
Otros motivos de visita a Taroudant	Trabajo aquí	,0%	3,2%	,0%	1,3%
	Acudir a locales de ocio (cines, restaurantes...)	20,8%	12,9%	4,0%	12,5%
	Gestiones con organismos públicos o privados	4,2%	6,5%	,0%	3,8%
	Gestiones de trabajo o de negocios privados	,0%	3,2%	4,0%	2,5%
	Visitar a familiares o amigos	20,8%	12,9%	20,0%	17,5%
	Estudios o formación	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visitar a familiares o amigos	,0%	,0%	,0%	,0%
	Visita cultural	8,3%	6,5%	,0%	5,0%
	Médico o servicios personales	,0%	,0%	,0%	,0%
	Compras	45,8%	54,8%	72,0%	57,5%
	Otras	,0%	,0%	,0%	,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

TIPOS DE PRODUCTOS ADQUIRIDOS

A nivel global, los artículos de alimentación y, en un segundo término, los de artesanía, son la oferta más demandada por los turistas extranjeros que visitan Talborjt.

Productos que ha adquirido o tiene pensado adquirir en Talborjt en esta visita

		porcentaje
Alimentación	No	24,3%
	Si	75,7%
Confección	No	66,0%
	Si	34,0%
Artesanía	No	43,7%
	Si	56,3%
Perfumería, productos de belleza	No	77,2%
	Si	22,8%
Libros, periódicos, papelería	No	83,5%
	Si	16,5%
Otros productos	No	83,5%
	Si	16,5%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

La diferenciación de resultados **por sexo** no muestra diferencias de comportamiento que debamos tener en cuenta, presentando comportamientos muy similares.

Productos que ha adquirido o tiene pensado adquirir en Talborjt en esta visita, según sexo

		Sexo	
		Hombre	Mujer
		porcentaje	porcentaje
Alimentación	No	23,3%	26,0%
	Si	76,7%	74,0%
Confección	No	65,9%	66,2%
	Si	34,1%	33,8%
Artesanía	No	45,7%	40,3%
	Si	54,3%	59,7%
Perfumería, productos de belleza	No	80,6%	71,4%
	Si	19,4%	28,6%
Libros, periódicos, papelería	No	83,7%	83,1%
	Si	16,3%	16,9%
Otros productos	No	82,2%	85,7%
	Si	17,8%	14,3%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por **grupos de edad**, la alimentación y la artesanía son los tipos de productos más comprados en todos ellos. No obstante, la gente joven opta más por los artículos de artesanía y los más mayores por los productos alimenticios.

Productos que ha adquirido o tiene pensado adquirir en Talborjt en esta visita, según edad

		Edad		
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Alimentación	No	28,6%	25,0%	22,9%
	Si	71,4%	75,0%	77,1%
Confección	No	71,4%	70,8%	60,4%
	Si	28,6%	29,2%	39,6%
Artesanía	No	35,7%	46,9%	41,7%
	Si	64,3%	53,1%	58,3%
Perfumería, productos de belleza	No	92,9%	80,2%	71,9%
	Si	7,1%	19,8%	28,1%
Libros, periódicos, papelería	No	85,7%	87,5%	79,2%
	Si	14,3%	12,5%	20,8%
Otros productos	No	92,9%	80,2%	85,4%
	Si	7,1%	19,8%	14,6%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

La desagregación de datos por **zona de procedencia**, nos indica que la artesanía es adquirida principalmente por los europeos, mientras que los africanos se centran fundamentalmente en la alimentación. Como dato anecdótico comentar que los turistas de otras zonas distintas a las anteriores adquieren en mayor medida los artículos de confección.

Productos que ha adquirido o tiene pensado adquirir en Talborjt en esta visita, según país de origen

		País de origen		
		Europa	África	Otros
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Alimentación	No	22,6%	28,6%	42,9%
	Si	77,4%	71,4%	57,1%
Confección	No	66,5%	65,7%	57,1%
	Si	33,5%	34,3%	42,9%
Artesanía	No	34,8%	80,0%	71,4%
	Si	65,2%	20,0%	28,6%
Perfumería, productos de belleza	No	77,4%	74,3%	85,7%
	Si	22,6%	25,7%	14,3%
Libros, periódicos, papelería	No	84,8%	80,0%	71,4%
	Si	15,2%	20,0%	28,6%
Otros productos	No	84,1%	77,1%	100,0%
	Si	15,9%	22,9%	,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por último, la **duración de la estancia** vuelve a confirmar que alimentación y artesanía son los tipos de artículos más adquiridos por los turistas, ascendiendo los porcentajes a partir de la semana de estancia.

Productos que ha adquirido o tiene pensado adquirir en Talborjt en esta visita, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos		
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Alimentación	No	29,5%	18,6%	27,1%
	Si	70,5%	81,4%	72,9%
Confeción	No	70,5%	64,0%	64,4%
	Si	29,5%	36,0%	35,6%
Artesanía	No	55,7%	37,2%	40,7%
	Si	44,3%	62,8%	59,3%
Perfumería, productos de belleza	No	80,3%	81,4%	67,8%
	Si	19,7%	18,6%	32,2%
Libros, periódicos, papelería	No	85,2%	83,7%	81,4%
	Si	14,8%	16,3%	18,6%
Otros productos	No	82,0%	86,0%	81,4%
	Si	18,0%	14,0%	18,6%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
 ADECOT - 2010

GASTO MEDIO EFECTUADO

El gasto medio por turista, para la **totalidad de la muestra**, se sitúa en cerca de 1.700 dirhams respecto a los bienes de consumo, y en aproximadamente 185 dirhams para otros gastos, entre los que incluimos la restauración.

Gasto medio habitual por visita a Talborjt (Dirhams)

	Media
Gasto medio en Compras, cada vez que acude a Talborjt	1.680,49
Gasto medio en Comidas y otros gastos (sin contar compras), cada vez que acude a Talborjt	183,39

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por **sexos**, las mujeres gastan de media algo más que los hombres.

Gasto medio habitual por visita a Talborjt, según el sexo (Dirhams)

	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
	Media	Media	Media
Gasto medio en Compras, cada vez que acude a Talborjt	1.616,67	1.787,40	1.680,49
Gasto medio en Comidas y otros gastos (sin contar compras), cada vez que acude a Talborjt	179,02	190,71	183,39

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Segmentando **por edades**, en compras de artículos el gasto desciende conforme asciende la edad del turista. Situación totalmente a la inversa acontece en el caso de la restauración y otros gastos diferentes a las compras.

Gasto medio habitual por visita a Talborjt, según la edad (Dirhams)

	Edad			
	18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
	Media	Media	Media	Media
Gasto medio en Compras, cada vez que acude a Talborjt	2.014,29	1.733,65	1.578,65	1.680,49
Gasto medio en Comidas y otros gastos (sin contar compras), cada vez que acude a Talborjt	136,43	183,59	190,04	183,39

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

En función de la **zona geográfica** de procedencia, los europeos gastan un importe significativamente más elevado que los procedentes de otros países africanos y de otros continentes.

Gasto medio habitual por visita a Talborjt, según lugar de origen (Dirhams)

	País de origen			
	Europa	África	Otros	Total
	Media	Media	Media	Media
Gasto medio en Compras, cada vez que acude a Talborjt	1.965,55	594,29	432,86	1.680,49
Gasto medio en Comidas y otros gastos (sin contar compras), cada vez que acude a Talborjt	200,24	116,54	122,86	183,39

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

En función de la **duración de la estancia**, los turistas que permanecen en Marruecos una semana o menos moderan más su gasto que los que presentan una estancia más larga.

Gasto medio habitual por visita a Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos (Dirhams)

	Días de estancia en Marruecos			
	Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
	Media	Media	Media	Media
Gasto medio en Compras, cada vez que acude a Talborjt	926,23	2.048,02	1.924,58	1.680,49
Gasto medio en Comidas y otros gastos (sin contar compras), cada vez que acude a Talborjt	121,54	197,85	226,27	183,39

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

VALORACIÓN DE FACTORES DE ÍNDOLE COMERCIAL Y URBANÍSTICA

En términos globales, el turista de Talborjt califica con moderada satisfacción los diferentes aspectos analizados, no mostrando fuertes críticas a tener en cuenta.

Opinión sobre determinados aspectos urbanos y comerciales de la población de Talborjt

		porcentaje
Tiene un comercio atractivo	Si tiene un comercio atractivo	62,6%
	No tiene un comercio atractivo	37,4%
Tiene un ambiente agradable	Si tiene un ambiente agradable	74,8%
	No tiene un ambiente agradable	25,2%
Está suficientemente iluminado de noche	Si está suficientemente iluminado de noche	55,7%
	No está suficientemente iluminado de noche	44,3%
Está suficientemente limpio	Si está suficientemente limpio	50,5%
	No está suficientemente limpio	49,5%
Ofrece sensación de seguridad	Si ofrece sensación de seguridad	65,0%
	No ofrece sensación de seguridad	35,0%
Resulta sencillo aparcar	Si resulta sencillo aparcar	59,2%
	No resulta sencillo aparcar	40,8%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Los resultados diferenciados **en función del sexo** no muestran diferencias a tener en cuenta, siendo valoraciones bastante similares en ambos casos.

Opinión sobre determinados aspectos urbanos y comerciales de la población de Talborjt, según el sexo

		Sexo	
		Hombre	Mujer
		porcentaje	porcentaje
Tiene un comercio atractivo	Si tiene un comercio atractivo	61,2%	64,9%
	No tiene un comercio atractivo	38,8%	35,1%
Tiene un ambiente agradable	Si tiene un ambiente agradable	76,7%	71,4%
	No tiene un ambiente agradable	23,3%	28,6%
Está suficientemente iluminado de noche	Si está suficientemente iluminado de noche	56,2%	54,8%
	No está suficientemente iluminado de noche	43,8%	45,2%
Está suficientemente limpio	Si está suficientemente limpio	50,4%	50,6%
	No está suficientemente limpio	49,6%	49,4%
Ofrece sensación de seguridad	Si ofrece sensación de seguridad	66,7%	62,3%
	No ofrece sensación de seguridad	33,3%	37,7%
Resulta sencillo aparcar	Si resulta sencillo aparcar	61,6%	55,3%
	No resulta sencillo aparcar	38,4%	44,7%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Por grupos de edad, los más mayores se muestran algo más complacientes, en general, que los otros dos grupos más jóvenes.

Opinión sobre determinados aspectos urbanos y comerciales de la población de Talborjt, según la edad

		Edad		
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Tiene un comercio atractivo	Si tiene un comercio atractivo	57,1%	55,2%	70,8%
	No tiene un comercio atractivo	42,9%	44,8%	29,2%
Tiene un ambiente agradable	Si tiene un ambiente agradable	57,1%	68,8%	83,3%
	No tiene un ambiente agradable	42,9%	31,3%	16,7%
Está suficientemente iluminado de noche	Si está suficientemente iluminado de noche	64,3%	50,5%	60,0%
	No está suficientemente iluminado de noche	35,7%	49,5%	40,0%
Está suficientemente limpio	Si está suficientemente limpio	50,0%	55,2%	45,8%
	No está suficientemente limpio	50,0%	44,8%	54,2%
Ofrece sensación de seguridad	Si ofrece sensación de seguridad	71,4%	58,3%	70,8%
	No ofrece sensación de seguridad	28,6%	41,7%	29,2%
Resulta sencillo aparcar	Si resulta sencillo aparcar	61,5%	50,0%	68,5%
	No resulta sencillo aparcar	38,5%	50,0%	31,5%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Respecto al lugar de procedencia, parece denotarse una ligera crítica más acentuada en los africanos que en los europeos, pero sin que esas diferencias de criterio sean muy significativas.

Opinión sobre determinados aspectos urbanos y comerciales de la población de Talborjt, según el lugar de origen

		País de origen		
		Europa	África	Otros
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Tiene un comercio atractivo	Si tiene un comercio atractivo	64,0%	51,4%	85,7%
	No tiene un comercio atractivo	36,0%	48,6%	14,3%
Tiene un ambiente agradable	Si tiene un ambiente agradable	76,8%	62,9%	85,7%
	No tiene un ambiente agradable	23,2%	37,1%	14,3%
Está suficientemente iluminado de noche	Si está suficientemente iluminado de noche	53,5%	57,6%	100,0%
	No está suficientemente iluminado de noche	46,5%	42,4%	,0%
Está suficientemente limpio	Si está suficientemente limpio	49,4%	54,3%	57,1%
	No está suficientemente limpio	50,6%	45,7%	42,9%
Ofrece sensación de seguridad	Si ofrece sensación de seguridad	67,1%	54,3%	71,4%
	No ofrece sensación de seguridad	32,9%	45,7%	28,6%
Resulta sencillo aparcar	Si resulta sencillo aparcar	61,0%	48,6%	71,4%
	No resulta sencillo aparcar	39,0%	51,4%	28,6%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Finalmente, según la **duración de la estancia**, los turistas de menos de una semana manifiestan un criterio menos satisfactorio que el resto.

Opinión sobre determinados aspectos urbanos y comerciales de la población de Talborjt, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos		
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
Tiene un comercio atractivo	Si tiene un comercio atractivo	60,7%	72,1%	50,8%
	No tiene un comercio atractivo	39,3%	27,9%	49,2%
Tiene un ambiente agradable	Si tiene un ambiente agradable	65,6%	79,1%	78,0%
	No tiene un ambiente agradable	34,4%	20,9%	22,0%
Está suficientemente iluminado de noche	Si está suficientemente iluminado de noche	52,5%	61,3%	50,9%
	No está suficientemente iluminado de noche	47,5%	38,8%	49,1%
Está suficientemente limpio	Si está suficientemente limpio	54,1%	51,2%	45,8%
	No está suficientemente limpio	45,9%	48,8%	54,2%
Ofrece sensación de seguridad	Si ofrece sensación de seguridad	65,6%	64,0%	66,1%
	No ofrece sensación de seguridad	34,4%	36,0%	33,9%
Resulta sencillo aparcar	Si resulta sencillo aparcar	45,8%	66,7%	62,1%
	No resulta sencillo aparcar	54,2%	33,3%	37,9%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

DURACIÓN DE LA ESTANCIA

La estancia media en Talborjt se sitúa en cerca de 17 días, es decir, algo más de dos semanas. Esta estancia es ligeramente más elevada entre los turistas de mayor edad, y especialmente en el caso de los europeos.

Días de estancia en Marruecos Entrevistados no residentes en Marruecos

	Media
Días de estancia en Marruecos	16,67

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de estancia en Marruecos, según el sexo Entrevistados no residentes en Marruecos

	Sexo			Total
	Hombre	Mujer		
	Media	Media	Media	
Días de estancia en Marruecos	16,68	16,66		16,67

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de estancia en Marruecos, según la edad Entrevistados no residentes en Marruecos

	Edad			
	18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
	Media	Media	Media	Media
Días de estancia en Marruecos	15,00	15,59	18,00	16,67

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de estancia en Marruecos, según lugar de origen Entrevistados no residentes en Marruecos

	País de origen			
	Europa	África	Otros	Total
	Media	Media	Media	Media
Días de estancia en Marruecos	18,70	8,34	10,86	16,67

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

Días de estancia en Marruecos, según duración de la estancia en Marruecos Entrevistados no residentes en Marruecos

	Días de estancia en Marruecos			
	Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
	Media	Media	Media	Media
Días de estancia en Marruecos	3,69	12,76	35,81	16,67

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

VISITA INTEGRADA EN UN PAQUETE TURÍSTICO

El 60% de los entrevistados reconocen que la visita está integrada en el conjunto de un paquete turístico. Este aspecto se da en mayor medida en las mujeres que en los hombres, así como en los turistas de mayor edad.

Por otra parte, hay que resaltar que los africanos son los que menos optan por esta modalidad de turismo, en este caso concreto.

¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?

		porcentaje
¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?	Si	59,9%
	No	40,1%
	Total	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?, según sexo

		Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje
¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?	Si	55,6%	67,1%	59,9%
	No	44,4%	32,9%	40,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?, según la edad

		Edad			
		18-29 años	30-49 años	50 ó más años	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?	Si	57,1%	54,7%	65,6%	59,9%
	No	42,9%	45,3%	34,4%	40,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?, según país de origen

		País de origen			
		Europa	África	Otros	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?	Si	67,3%	21,2%	71,4%	59,9%
	No	32,7%	78,8%	28,6%	40,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?, según duración de la estancia en Marruecos

		Días de estancia en Marruecos			
		Siete días o menos	Entre 8 y 15 días	Más de 15 días	Total
		porcentaje	porcentaje	porcentaje	porcentaje
¿Esta visita forma parte de un paquete turístico?	Si	49,2%	69,4%	56,9%	59,9%
	No	50,8%	30,6%	43,1%	40,1%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuestionario a Turistas. Talborjt
ADECOT - 2010

CONCLUSIONES A DESTACAR.

- No se observa una preferencia clara del turista respecto a un **medio de desplazamiento** a Talborjt. Únicamente la visita a pie destaca ligeramente sobre el resto.
- La **frecuencia de visita** es ciertamente baja, lo que nos indica que son visitas esporádicas o aleatorias.
- Tampoco existe un **día de compras** establecido. El comportamiento aleatorio de las visitas influye también en el comportamiento aleatorio de las compras.
- El **principal motivo de visita** a Talborjt, por parte de los turistas extranjeros, es claramente el ocio, fundamentalmente para los más jóvenes.
- Respecto a otros **motivos de visita** aparece el factor compras, más determinante para el turista europeo y, en menor medida, la visita a familiares y amigos para el turista africano.
- Los **tipos de productos** más comprados son los alimenticios y la artesanía, esto último especialmente para los turistas procedentes de Europa.
- El **gasto medio efectuado** por los turistas entrevistados asciende a cerca 1.700 dirhams para compra de productos y en torno a 185 dirhams para restauración y otros gastos. En este punto conviene aclarar que es el comportamiento del turista europeo el que incide en estos elevados resultados, ya que los procedentes de África y de otras zonas presentan datos más moderados.
- Los **aspectos comerciales y urbanísticos** no se valoran especialmente a la baja, más bien existe una satisfacción moderada en casi todos ellos.
- En cuanto a **la estancia media**, esta se sitúa en algo más de dos semanas, aunque los europeos superan la misma de modo importante.
- Por último, la visita a Talborjt mediante la pertenencia a un **paquete turístico** es del 60% de los entrevistados. Los turistas africanos no suelen optar por esta modalidad.