

XXV EDICIÓ N ENCUESTA TOURIST INFO

RESULTADOS VERANO 2022



**GENERALITAT
VALENCIANA**



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA

1. METODOLOGÍA	3
2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.....	4
2.1. Lugar de residencia.....	4
2.2. Sexo.....	8
2.3. Edad.....	9
2.4. Nivel de estudios.....	11
3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE.....	13
3.1. Canales de información	13
3.2. Uso de Internet	15
3.3. Reservas.....	18
3.4. Medio de transporte utilizado.....	20
3.5. Composición del grupo de viaje.....	22
3.6. Alojamiento utilizado.....	24
3.7. Principales motivos de visita.....	26
3.8. Actividades previstas o realizadas.....	28
4. VALORACIÓN DEL DESTINO VISITADO.....	32
4.1. Fidelidad al destino.....	32
4.2. Satisfacción de expectativas.....	38
5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA RED TOURIST INFO.....	41
6. CONCLUSIONES.....	46
7. ANEXOS: ENCUESTA Y RELACIÓN OITS PARTICIPANTES.....	49

1. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA

El proceso de la Encuesta *Tourist Info* correspondiente al verano de 2022 se ha realizado durante los meses de julio, agosto y la primera quincena de septiembre, periodo de máxima afluencia de flujos de visitantes a los municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.

El número de cuestionarios recibidos desde las 119 oficinas *Tourist Info* participantes ha sido de 6.299.

Se dispone de una mayor información en relación al lugar de residencia de los encuestados, aunque al no haber muestra suficiente para todas las nacionalidades, la desagregación de datos ofrecida es la relativa a españoles, europeos, tratándose el resto de nacionalidades de manera agregada.

En cuanto a los resultados que se exponen en el presente informe, debe tenerse en cuenta que, al haber sido obtenidos a partir de la información facilitada exclusivamente por usuarios de oficinas de la Red *Tourist Info*, no se pueden considerar a nivel estadístico de representatividad, suficientes como para extrapolarlos al conjunto de la demanda de la Comunitat Valenciana. Sin embargo, esta encuesta sí resulta significativa para el universo de personas que visitan las oficinas de la red *Tourist Info*.

Teniendo en cuenta estas limitaciones y ventajas, la encuesta *Tourist Info* recoge los siguientes objetivos de información:

- Conocer el perfil del usuario
- Averiguar su grado de satisfacción
- Evaluar el nivel de calidad de las oficinas de la Red

La población encuestada corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitan las oficinas de la Red *Tourist Info*.

Debe tenerse presente que el muestreo no sigue un proceso riguroso de *random* ni es un muestreo aleatorio simple estratificado (por cuotas).

Valencia, abril 2023

Área de Competitividad Turística

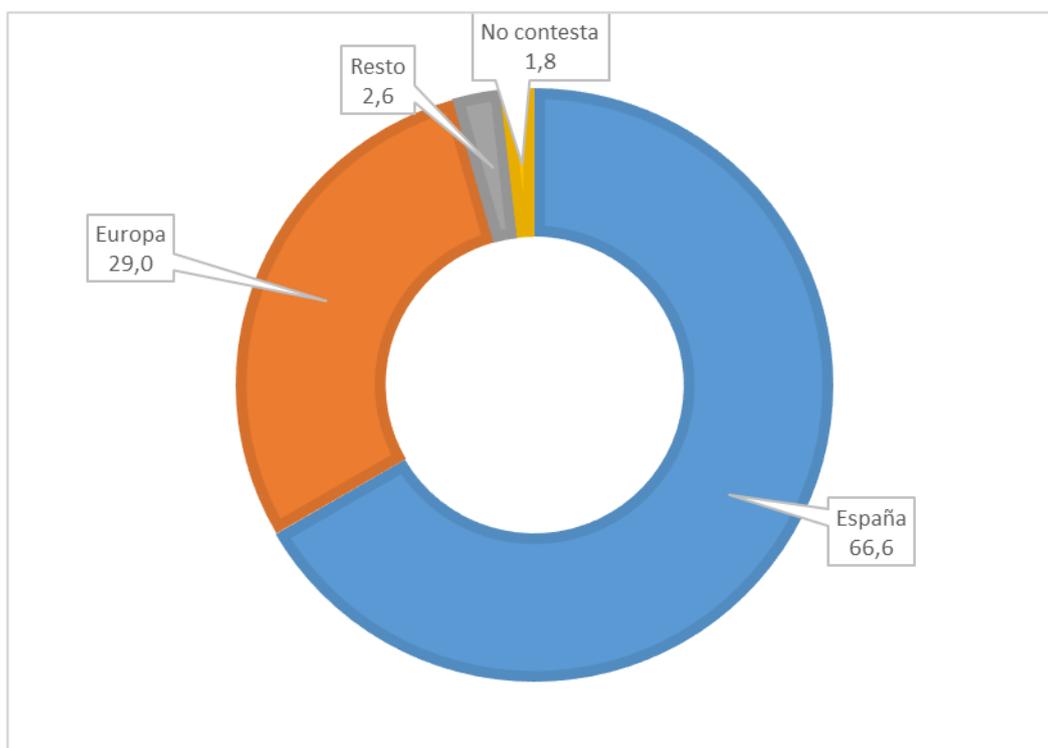
Turisme Comunitat Valenciana

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

2.1. Lugar de residencia

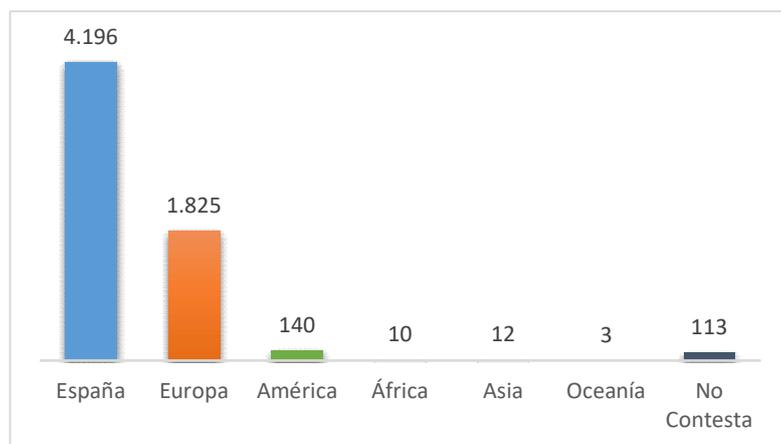
El número de cuestionarios válidos tabulados ha sido de 6.299, de los cuales el 66,6% corresponde a residentes en España, el 29% a residentes en Europa y el 2,6% a otros países. El 1,8% no contestó a esta pregunta.

GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA (EN %)



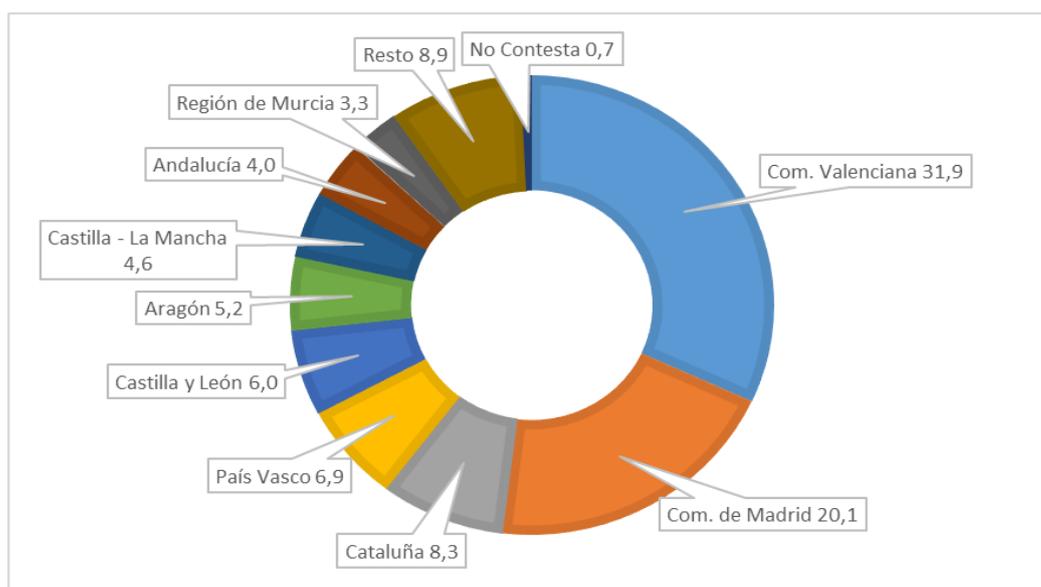
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

GRÁFICO 1.1 DESGLOSE DE ENCUESTAS REALIZADAS SEGÚN PROCEDENCIA
(Total 6.299)



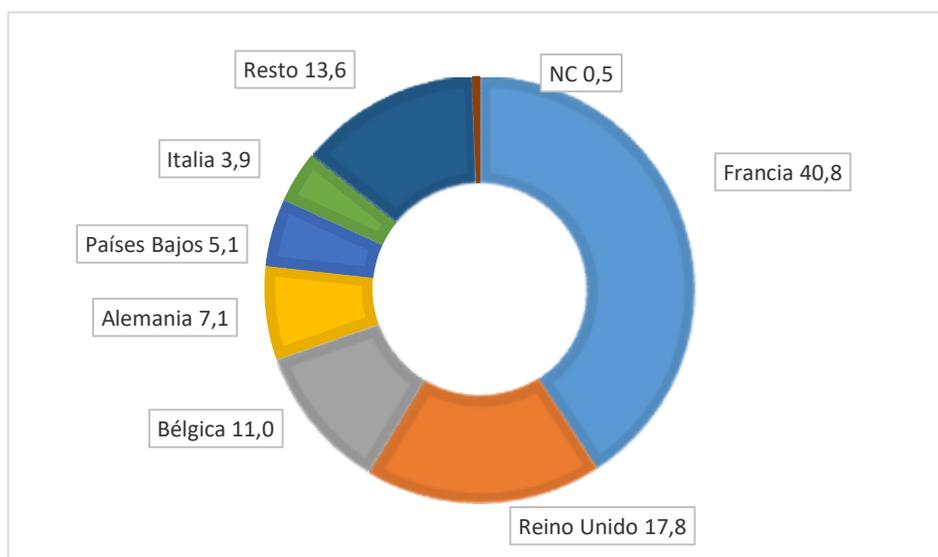
Del total de encuestados **residentes en España** (66,6%), de ellos, proceden mayoritariamente de la propia Comunitat Valenciana (31,9%), la Comunidad de Madrid (20,1%) y Cataluña (8,3%). En el Gráfico 1.1 se ven desglosadas las diferentes comunidades autónomas españolas:

GRÁFICO 1.1: DISTRIBUCIÓN % PROCEDENCIAS NACIONALES (PROVIENE DEL TOTAL DE ESPAÑOLES)



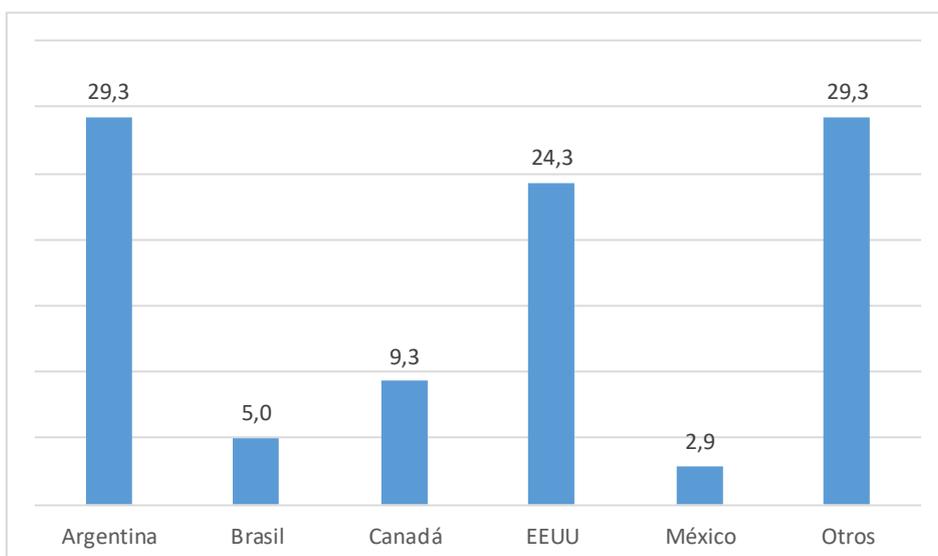
En cuanto a los **residentes en el extranjero** (31,6% del total de encuestados), la mayoría procede de países europeos (91,7%); el grupo más numeroso es el procedente de **Francia** (40,8%), seguido de **Reino Unido** (17,8%) y **Bélgica** (11%) (Gráfico 1.2).

GRÁFICO 1.2 DISTRIBUCIÓN % PROCEDENCIAS EUROPEOS (PROVIENE DEL TOTAL DE EUROPEOS)



Del total de encuestados procedentes de **América** (140 encuestas) que representan un 2,22% del total de encuestas, los principales países de procedencia se reflejan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 1.3: PAÍS DE ORIGEN DE LOS AMERICANOS ENCUESTADOS (EN %) (PROVIENE DEL TOTAL DE AMERICANOS)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios.

El resto de países (de Asia, África y Oceanía) al no disponer de una muestra significativa, se tratan los datos de manera agregada.

El orden porcentual de procedencias nacionales y europeas, que se desprende de la encuesta, es el siguiente:

TABLA 1: ORDEN PORCENTUAL DE PROCEDENCIAS NACIONALES, SEGÚN CCAA DE PROCEDENCIA:

Comunidad Autónoma	%
Com. Valenciana	31,86
Com. de Madrid	20,11
Cataluña	8,34
País Vasco	6,91
Castilla y León	6,01
Aragón	5,20
Castilla - La Mancha	4,65
Andalucía	4,00
Región de Murcia	3,27
Resto	8,94
No Contesta	0,71

TABLA 2: ORDEN PORCENTUAL DE PROCEDENCIAS EUROPEAS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA:

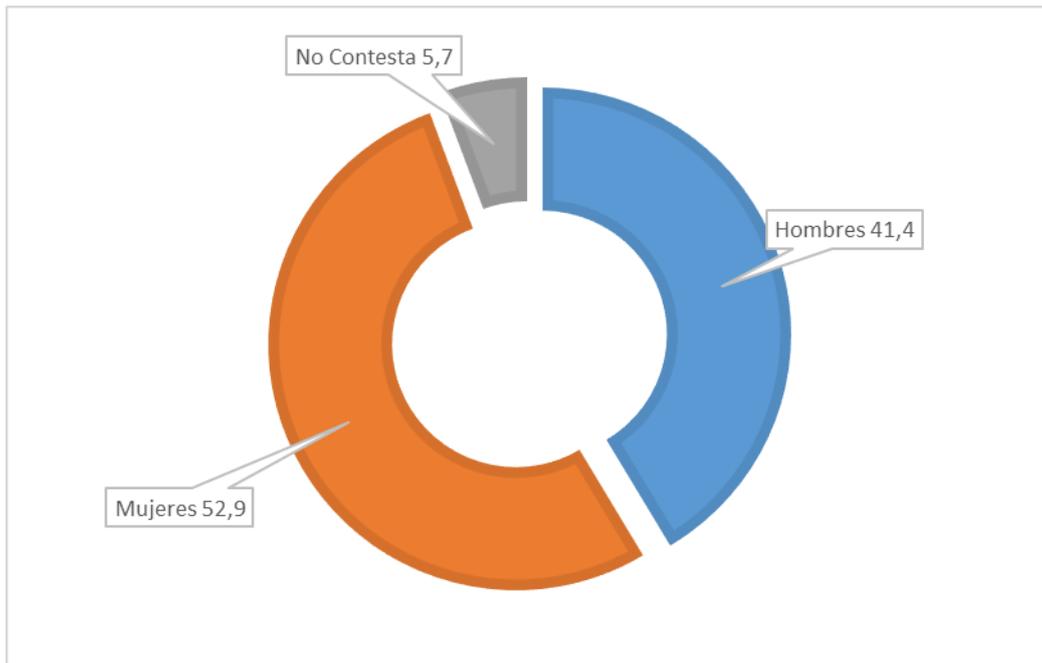
País	%
Francia	40,82
Reino Unido	17,81
Bélgica	11,01
Alemania	7,12
Países Bajos	5,10
Italia	3,95
Resto	13,64
NC	0,55

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

2.2. Sexo

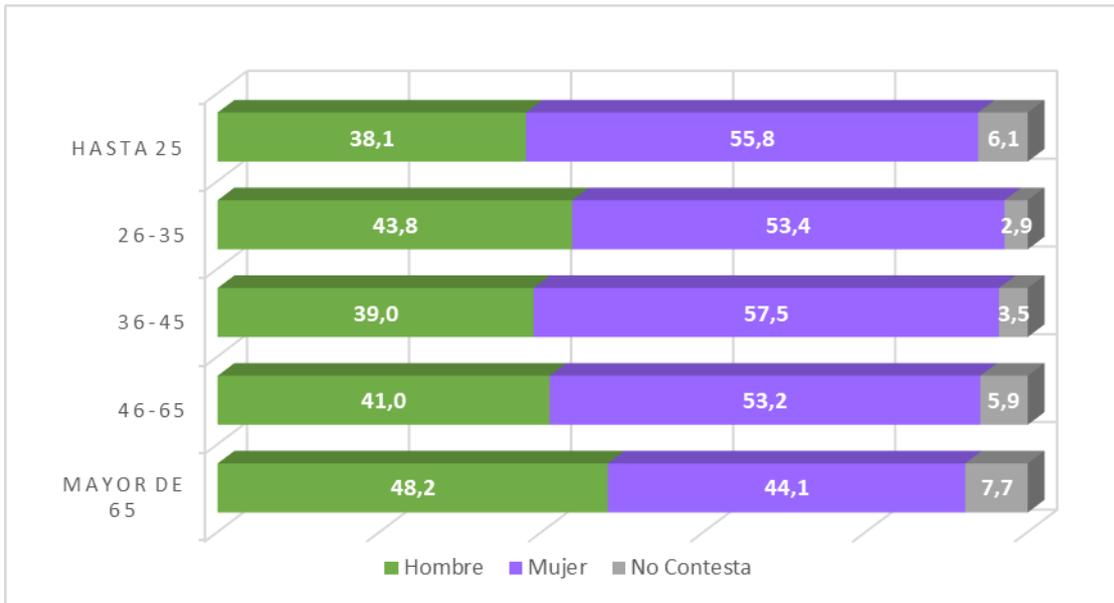
La distribución por **género** de la demanda se corresponde con un 52,9% de mujeres y un 41,4% de hombres. Un 5,7% de los encuestados no respondieron esta cuestión.

GRÁFICO 2: SEXO (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

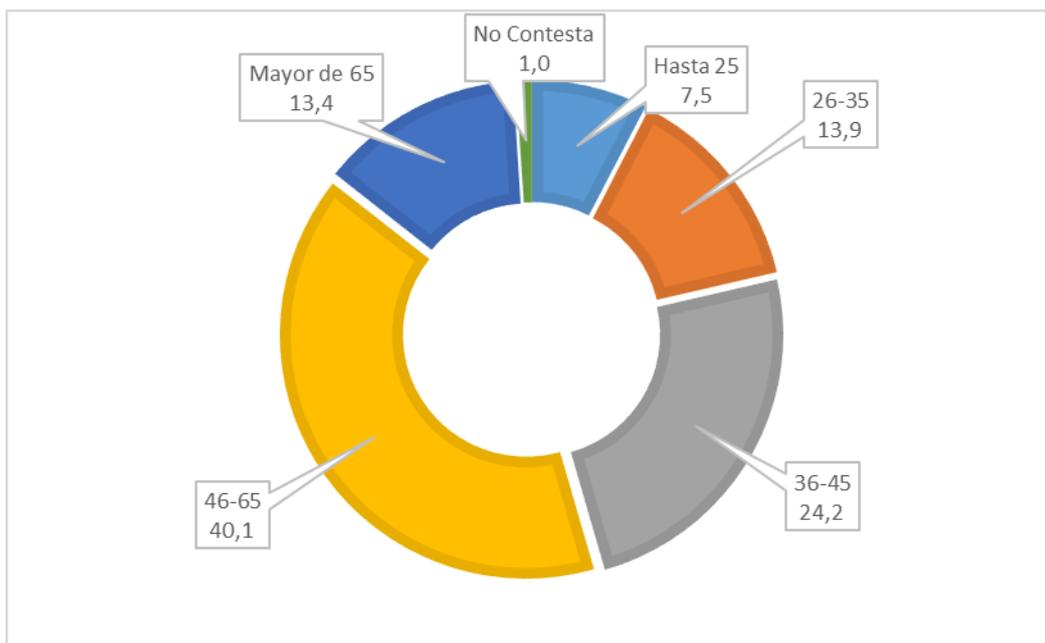
GRÁFICO 2.1: % DISTRIBUCIÓN DE GÉNERO SEGÚN RANGOS DE EDAD



2.3. Edad

Atendiendo a la **estructura de edades**, el mayor porcentaje de encuestados tiene entre 46 y 65 años (40,1%), el segundo grupo en importancia son las personas entre los 36 y 45 años (24,2%), les siguen las personas de 26 a 35 años (13,9%) y los mayores de 65 años (13,4%). Por otro lado, los grupos menos numerosos son los menores de 25 (7,5%) y los no contestados (1,0%).

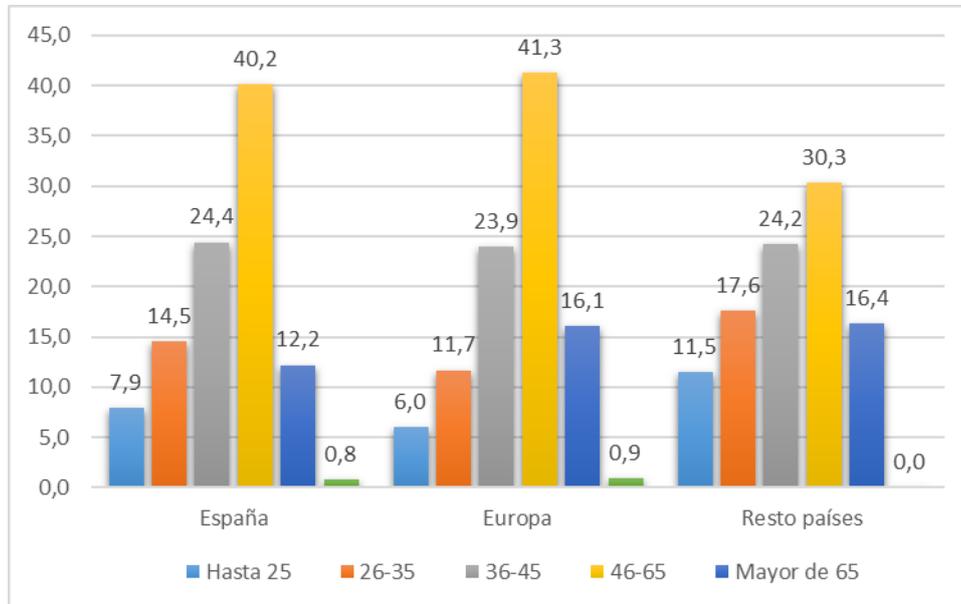
GRÁFICO 3: VOLUMEN DE ENCUESTADOS POR GRUPOS DE EDAD (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Del desglose de los resultados según lugar de residencia, se aprecia la misma tendencia, si bien para el resto de países, la muestra más numerosa tiene el grupo entre 46-65 años, seguido del de 36-45 años, tal y como muestra el gráfico 3.1:

GRÁFICO 3.1: EDAD SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (EN %)

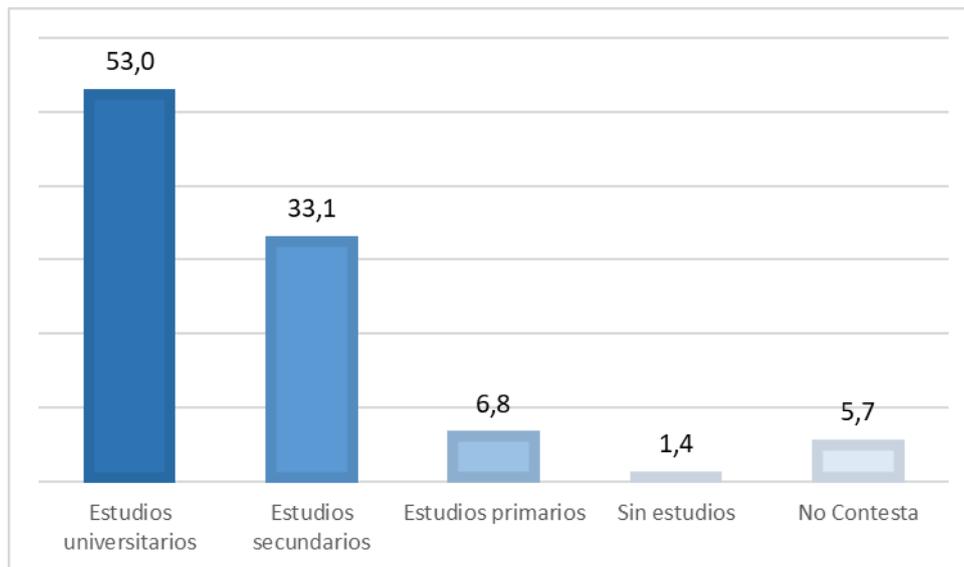


Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

2.4. Nivel de estudios

En cuanto al análisis **del nivel de estudios** alcanzado por la población de la muestra, de los resultados obtenidos se extrae que el 53% posee estudios universitarios, el 33,1% estudios secundarios, el 6,8% estudios primarios y tan solo el 1,4% no tiene alguna titulación académica. El 5,7% de los cuestionarios no facilita respuesta a esta pregunta.

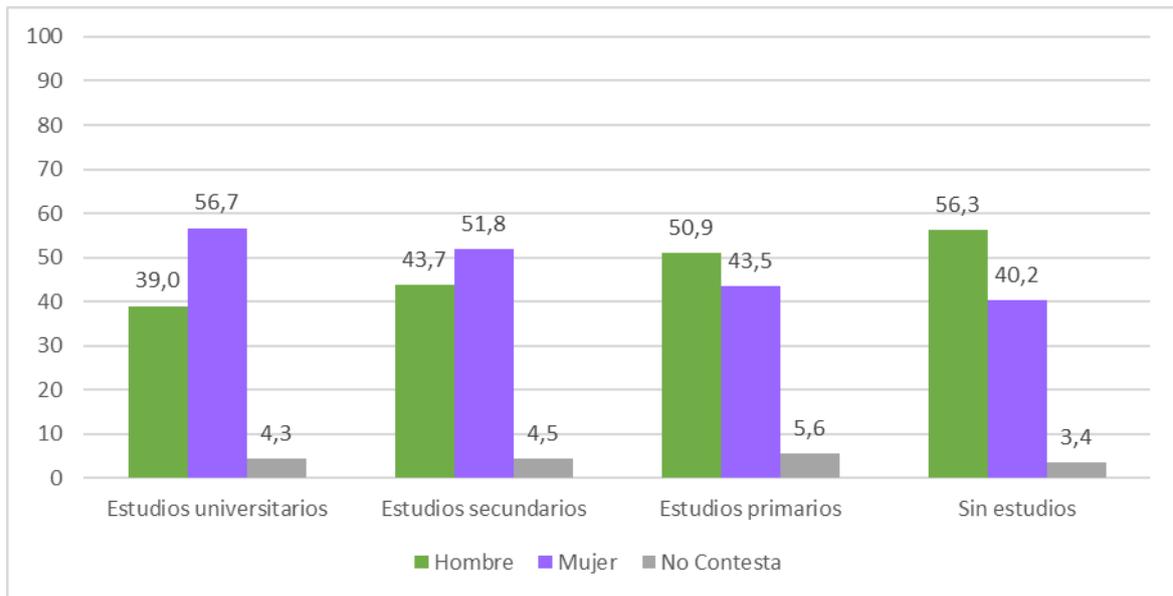
GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS (EN %)



Más de la mitad de encuestados dispone de título universitario, ello refleja, en este caso, que un mayor nivel cultural propicia una mayor inquietud a la hora de visitar un determinado destino y por tanto la necesidad de recabar mayor información sobre el mismo.

Si desagregamos esta información según sexo obtenemos el siguiente gráfico:

GRÁFICO 4.1 % NIVEL DE ESTUDIOS SEGÚN SEXO DE LOS ENCUESTADOS



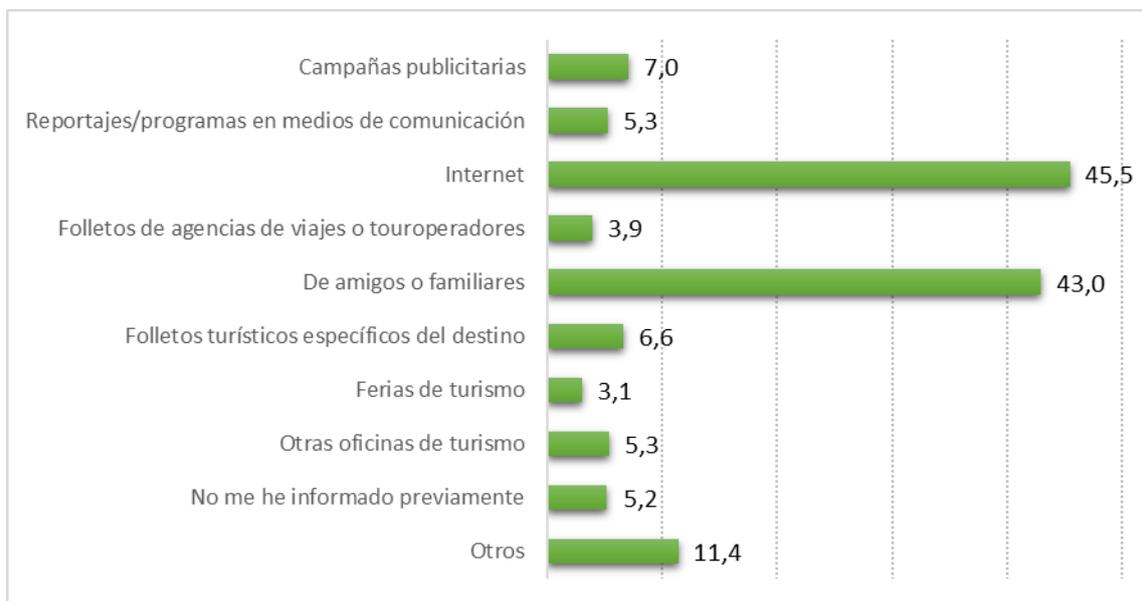
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Canales de información sobre destinos turísticos

Un aspecto interesante es el conocimiento de los **canales informativos que han utilizado los encuestados para obtener información del destino visitado**, de cara a una correcta planificación de los canales elegidos a la hora de diversificar el gasto en publicidad. Se observa que el **principal canal de información** ha sido **Internet** (45,5%). El segundo canal más utilizado ha sido los **amigos o familiares** (43%), seguido de **otros medios** (11,4%) y **campañas publicitarias** (7%). Es destacable que **los tres medios menos señalados** han sido por este orden: Ferias de turismo (3,1%), Folletos de agencias de viajes o touroperadores (3,9%) y Reportajes/programas en medios de comunicación y otras oficinas de turismo ambas con el mismo porcentaje respectivamente (5,3%).

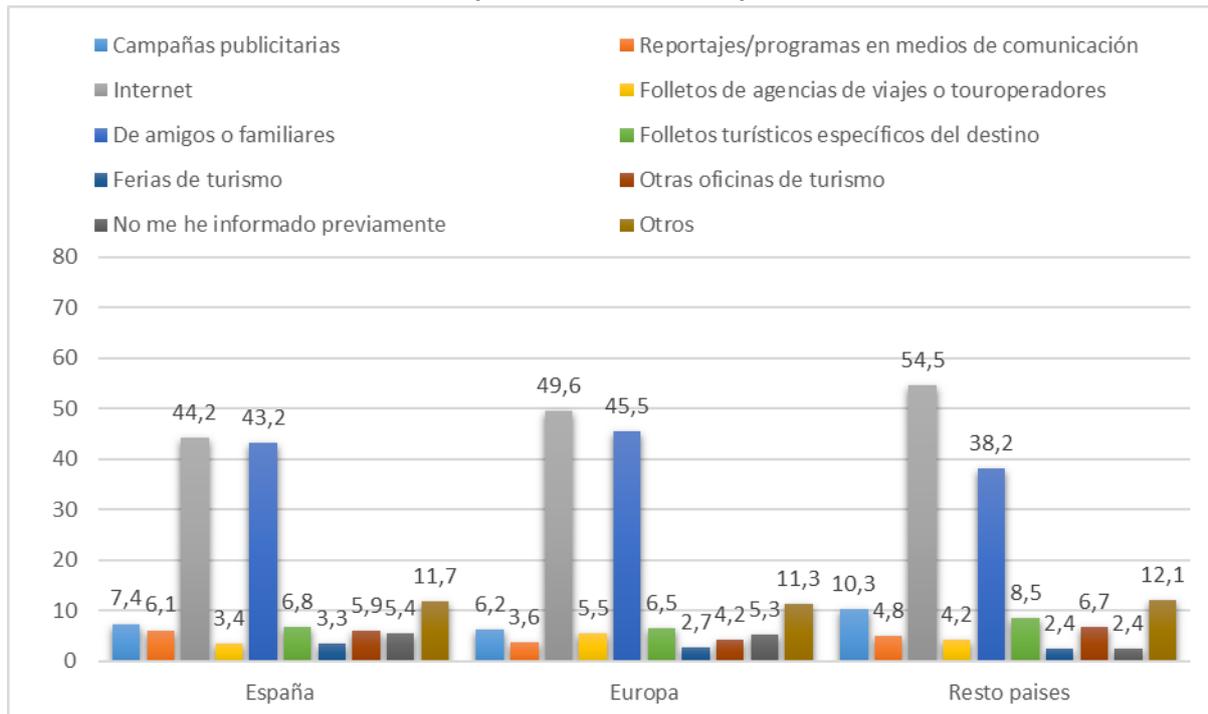
GRÁFICO 5: % MEDIOS DE INFORMACIÓN EMPLEADOS PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO (MULTIRRESPUESTA)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Si desagregamos la información anterior según el lugar de residencia de los encuestados, se observa que todos los encuestados se informan en primer lugar a través de internet, seguido de amigos y familiares como los dos canales principales de información del 2022. Destacar las campañas publicitarias que emplean las personas del resto de países para obtener información.

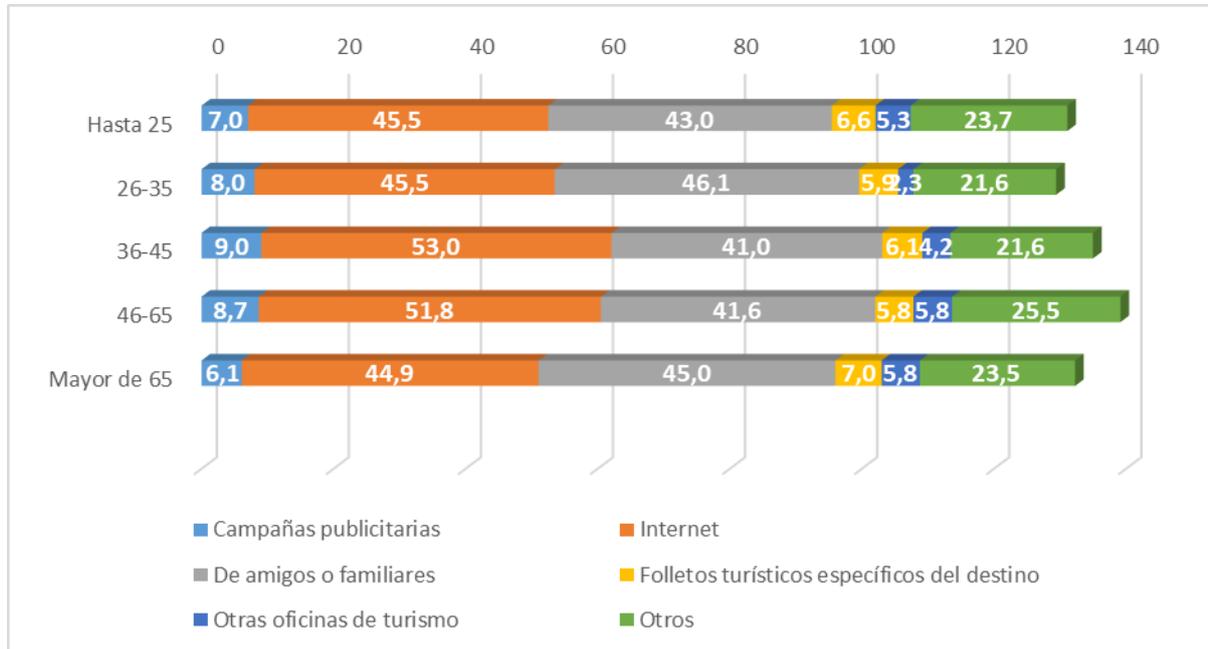
GRÁFICO 5.1: % MEDIOS DE INFORMACIÓN EMPLEADOS SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (MULTIRRESPUESTA)



Para todos los grupos según lugar de residencia, se observa la misma tendencia que refleja el gráfico 5 en cuanto a los canales empleados para informarse del destino, siendo Internet y amigos o familiares los canales más utilizados.

Por otro lado, podemos desagregar los datos en función del grupo de edad y vemos como el canal principal de recopilación de información sigue siendo Internet seguido de amigos y familiares (en este caso "Otros" agrega el resto de opciones que no se detallan):

GRÁFICO 5.2: % PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACIÓN EMPLEADOS SEGÚN EDAD (MULTIRRESPUESTA)

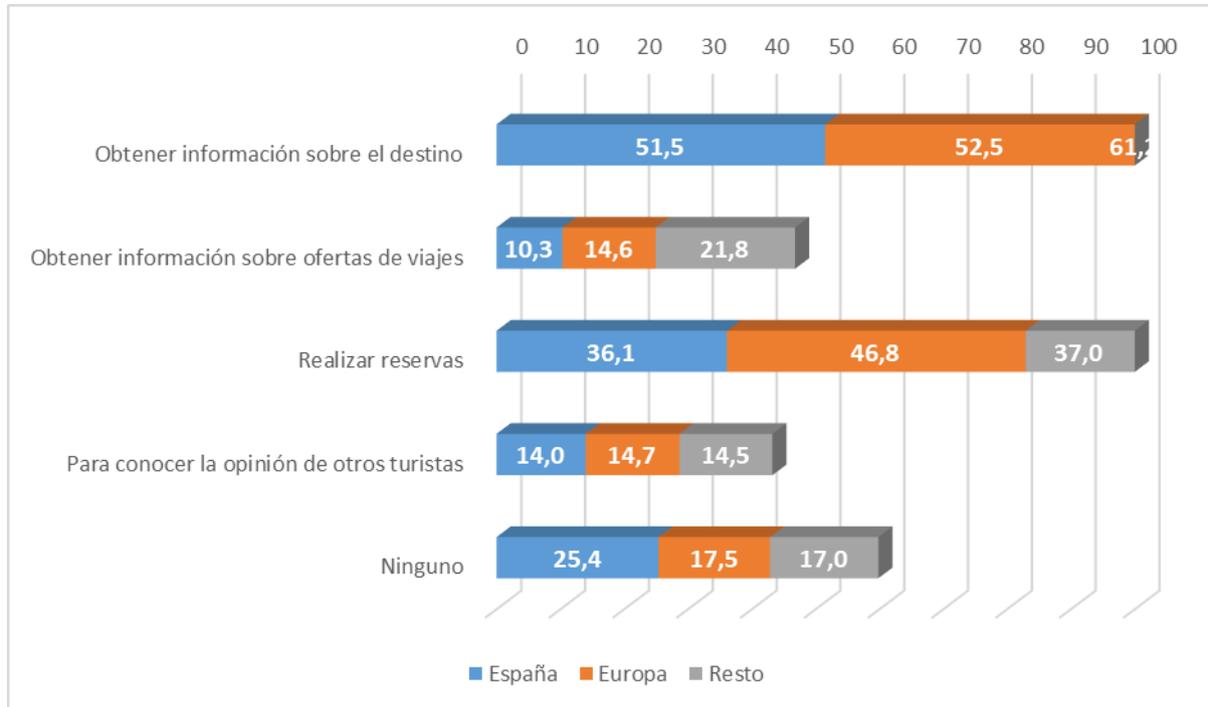


Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.2. Uso de Internet

Ante la pregunta sobre **qué uso se ha realizado de Internet para la preparación de su visita** al municipio en el que han sido encuestados, un 51,3% de ellos, afirmaron haber recurrido a **Internet para obtener información sobre el destino**, dato que alcanza un 52,5% para la demanda europea y un 61,2% para la demanda del resto de países. A la hora de **realizar reservas online** entre los encuestados según su lugar de residencia, es destacable que para los residentes en España supone un 36,1%, para los europeos un 46,8% y para el resto de países un 37%. El gráfico 6 muestra los resultados obtenidos en la pregunta relativa al uso realizado de Internet por los encuestados en las oficinas *Tourist Info*, según su lugar de residencia:

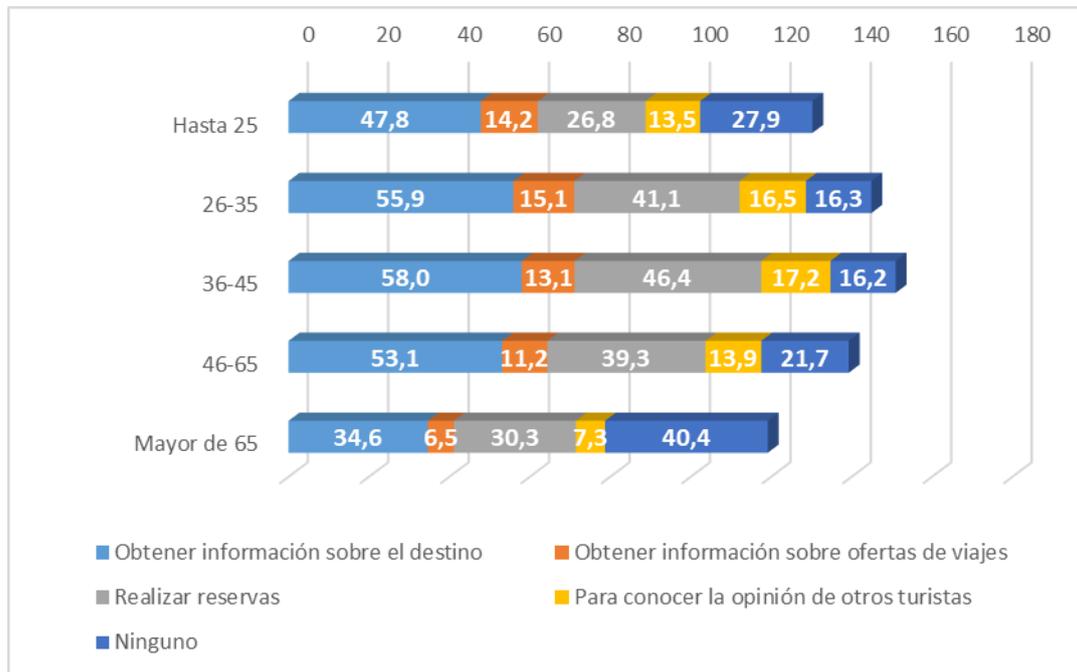
GRÁFICO 6: % USO REALIZADO DE INTERNET SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA
(MULTIRRESPUESTA)



Por otro lado, podemos desagregar los datos en función del grupo de edad y vemos como el uso principal que dan a internet todos ellos es para la **obtención de información** y la **realización de reservas**.

A continuación vemos los datos desagregados por grupos de edad:

GRÁFICO 6.1 % USO REALIZADO DE INTERNET SEGÚN EDAD (MULTIRRESPUESTA)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.3. Reservas

Más de la mitad de la muestra ha organizado su viaje al destino **efectuando reserva previa** (52,7%).

GRÁFICO 7: % USUARIOS QUE HAN ORGANIZADO SU VIAJE AL DESTINO EFECTUANDO RESERVA PREVIA

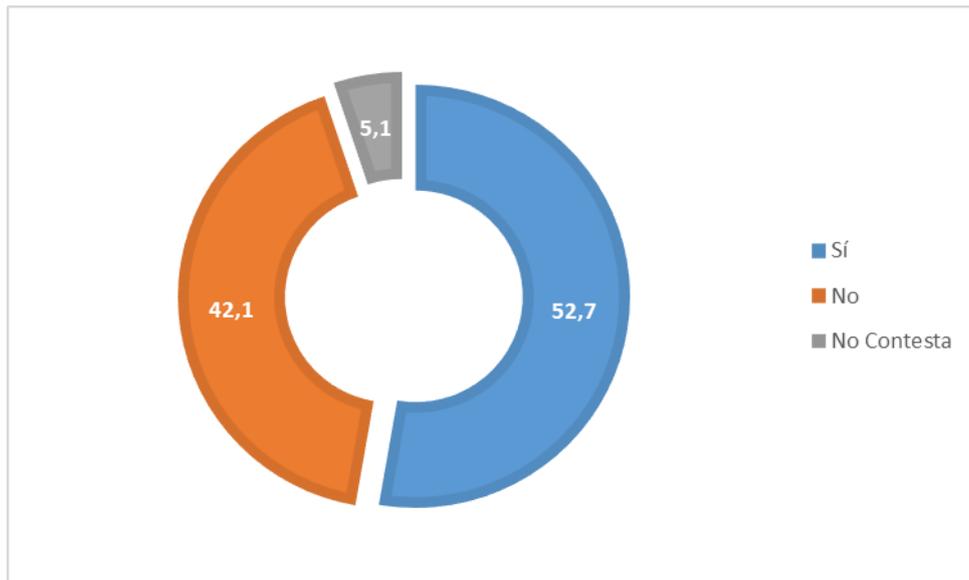


GRÁFICO 7.1: % NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS QUE SÍ HAN REALIZADO RESERVA PREVIA (PROVIENE DEL "SÍ")

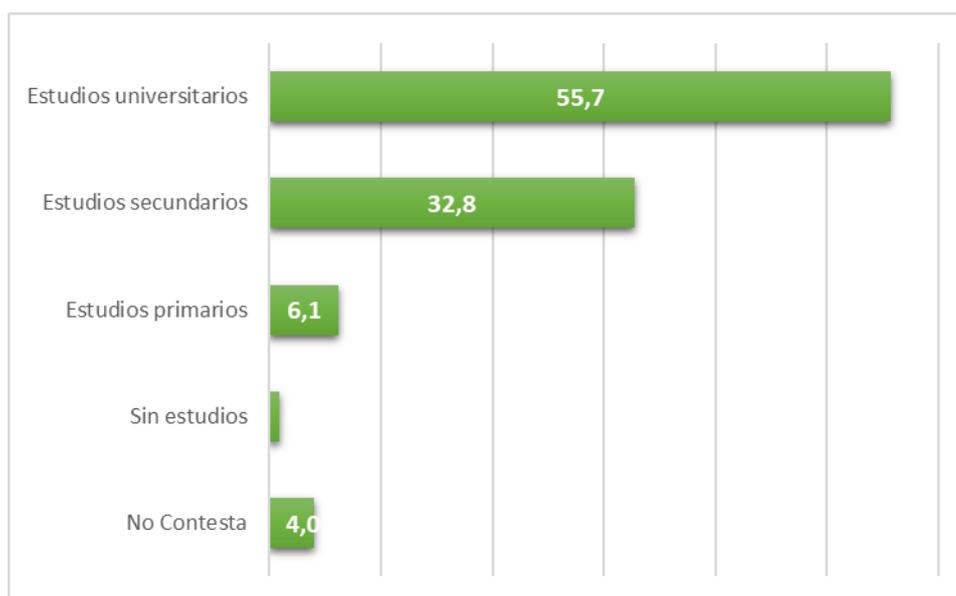


GRÁFICO 7.2: % DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE EDAD DE LOS QUE SÍ HAN REALIZADO RESERVA PREVIA (PROVIENE DEL "SÍ")

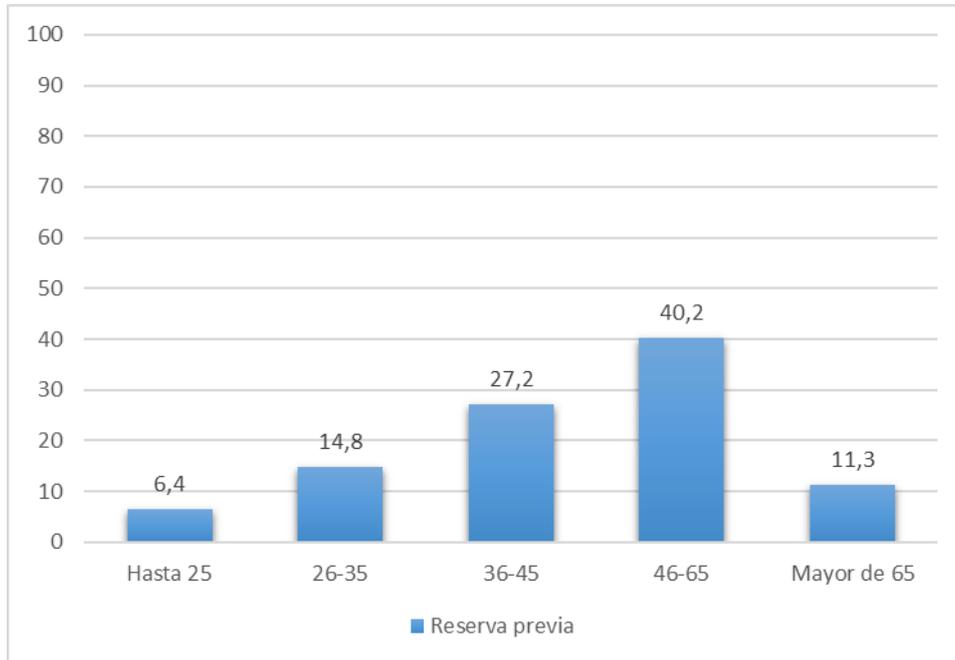
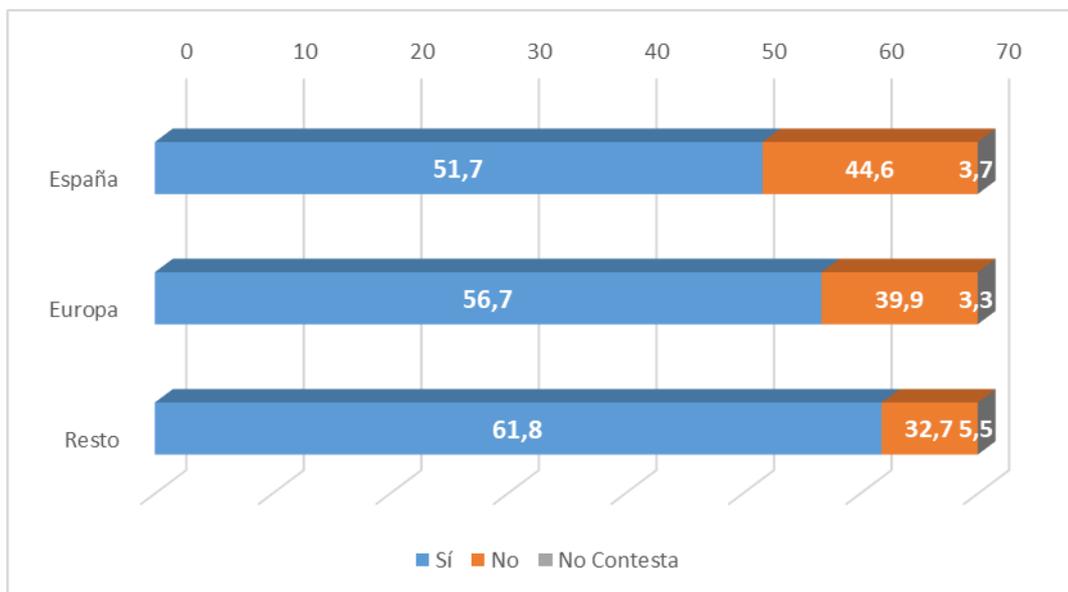


GRÁFICO 7.3: % RESERVA PREVIA SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA



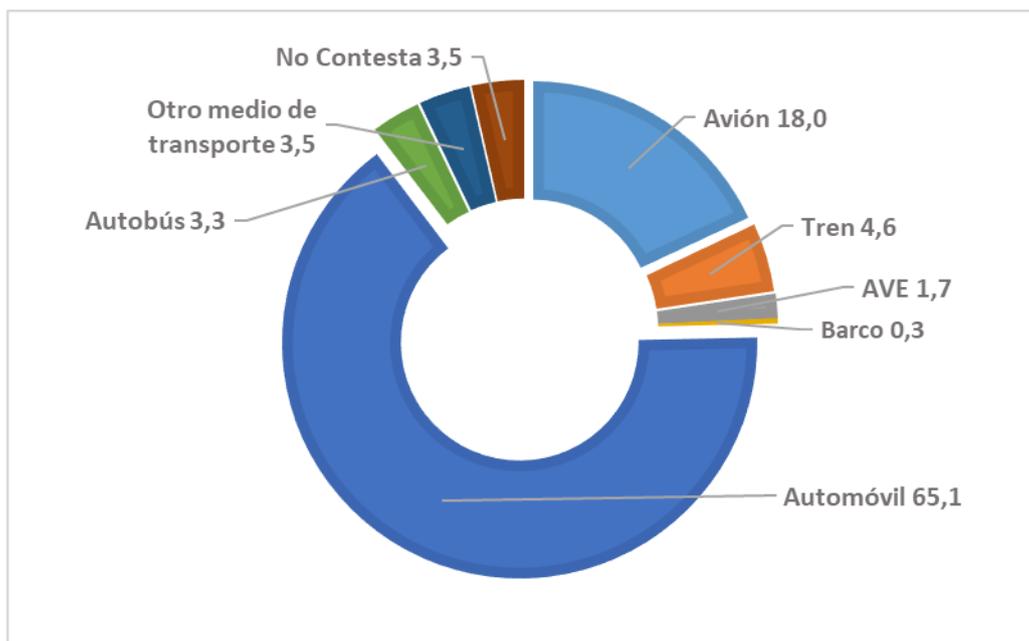
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los extranjeros no europeos son los extranjeros encuestados que realizan algún tipo de reserva previa en mayor medida, alcanzan el 61,8%, frente a los europeos con un 56,7% y el 51,7% de los residentes en España.

3.4. Medio de transporte utilizado

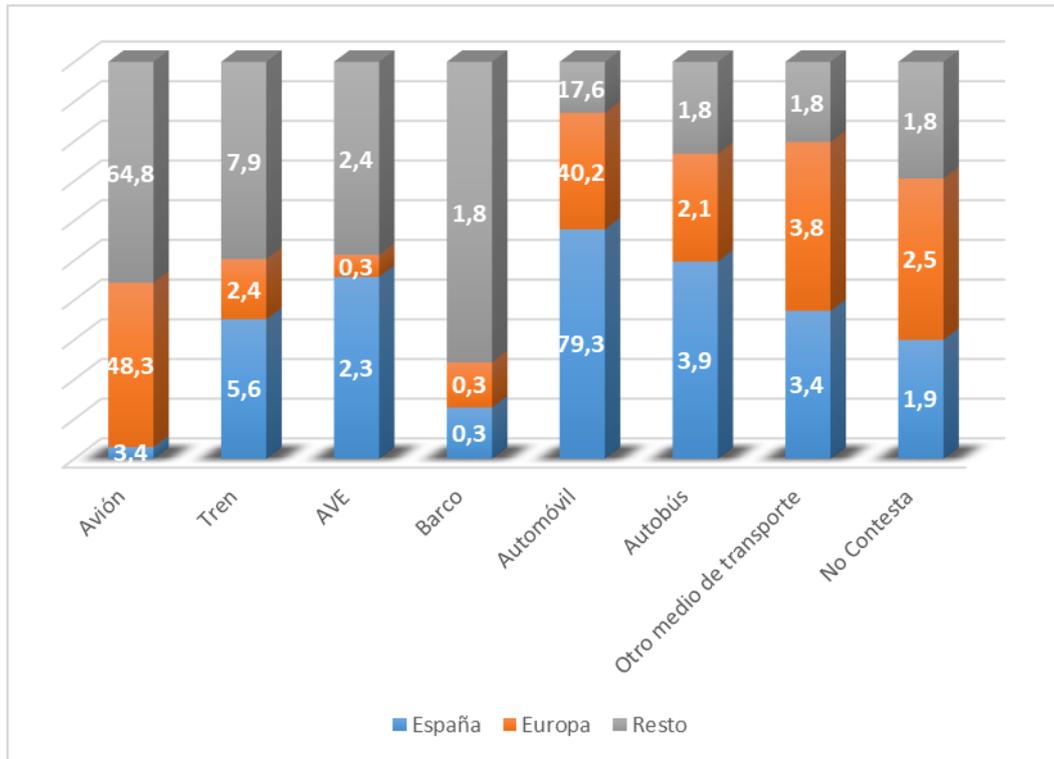
El **medio de transporte al destino vacacional** más utilizado es el **automóvil** (65%) seguido del **avión** (18%). No obstante, hay notables diferencias según el lugar de residencia del encuestado. Los **residentes en España** hacen uso principalmente del **automóvil** para sus desplazamientos (79,3%), empleando el avión sólo en un 3,4% de los casos. Sin embargo, los **residentes en Europa** encuestados, se desplazan principalmente en **avión** (48,3%) y en **automóvil** (40,2%), también el resto de extranjeros no europeos se desplazan en mayor medida en avión (64,8%) seguido de automóvil (17,6%); se observa que, para los encuestados extranjeros del resto de países, el transporte más utilizado en tercer lugar es el tren, en un 7,9%.

GRÁFICO 8: MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

GRÁFICO 8.1: MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (EN%)

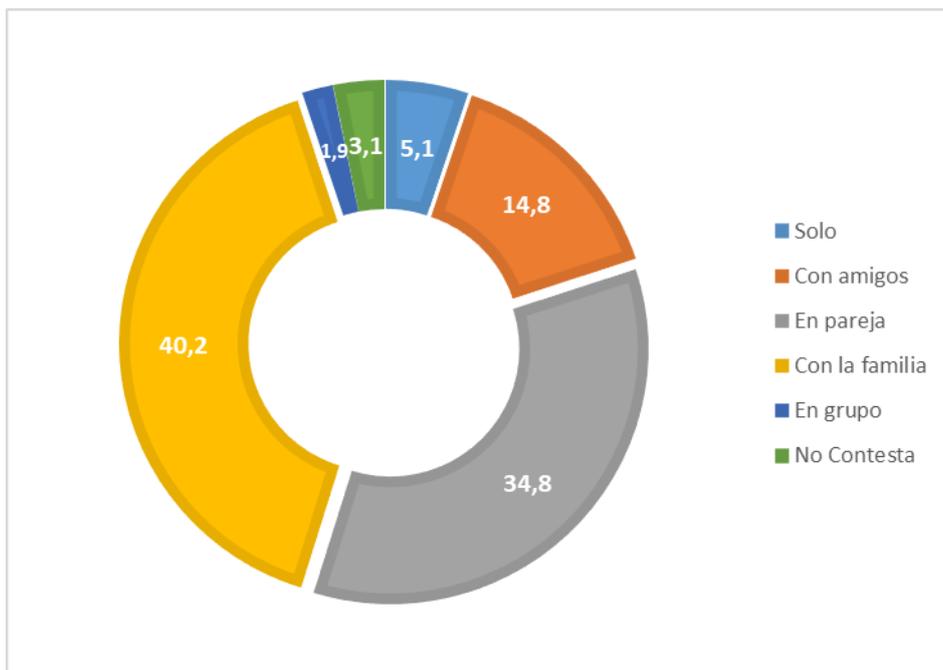


Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.5. Composición del grupo de viaje

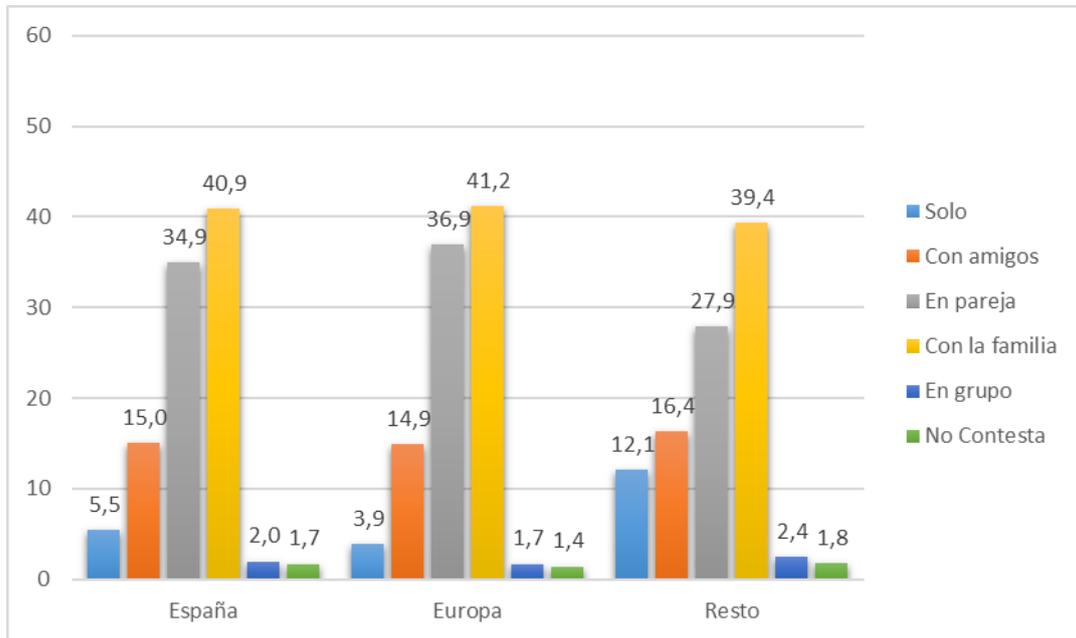
La muestra ha indicado que realiza principalmente su viaje con la **familia** (40,2%), a continuación, en **pareja** (34,8%) y en menor medida con **amigos** (14,8%). Si desglosamos los resultados según lugar de residencia se observa que el orden de la composición del grupo de viaje es idéntico para todas las nacionalidades (Gráfico 9.1)

GRÁFICO 9: COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

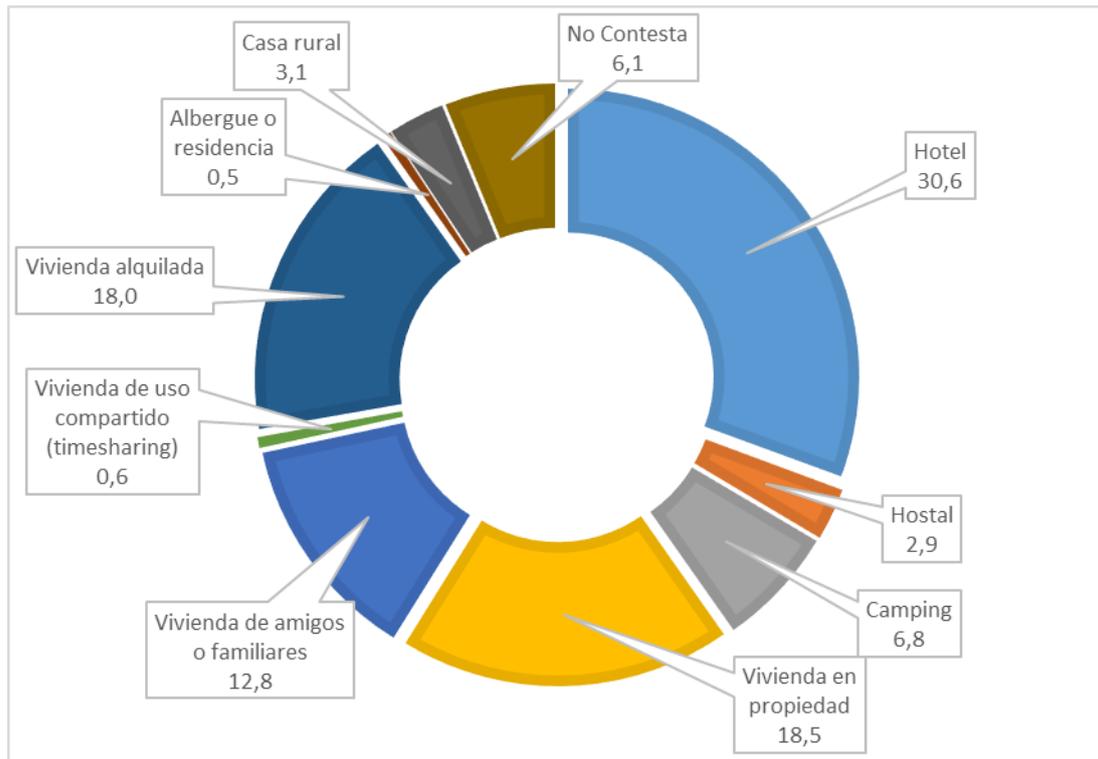
GRÁFICO 9.1: % COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA



3.6. Alojamiento utilizado

Respecto al tipo de **alojamiento utilizado durante la estancia**, destacan el hotel (30,6%), la vivienda en propiedad (18,5%), la vivienda alquilada (18%), y la vivienda de amigos o familiares (12,8%).

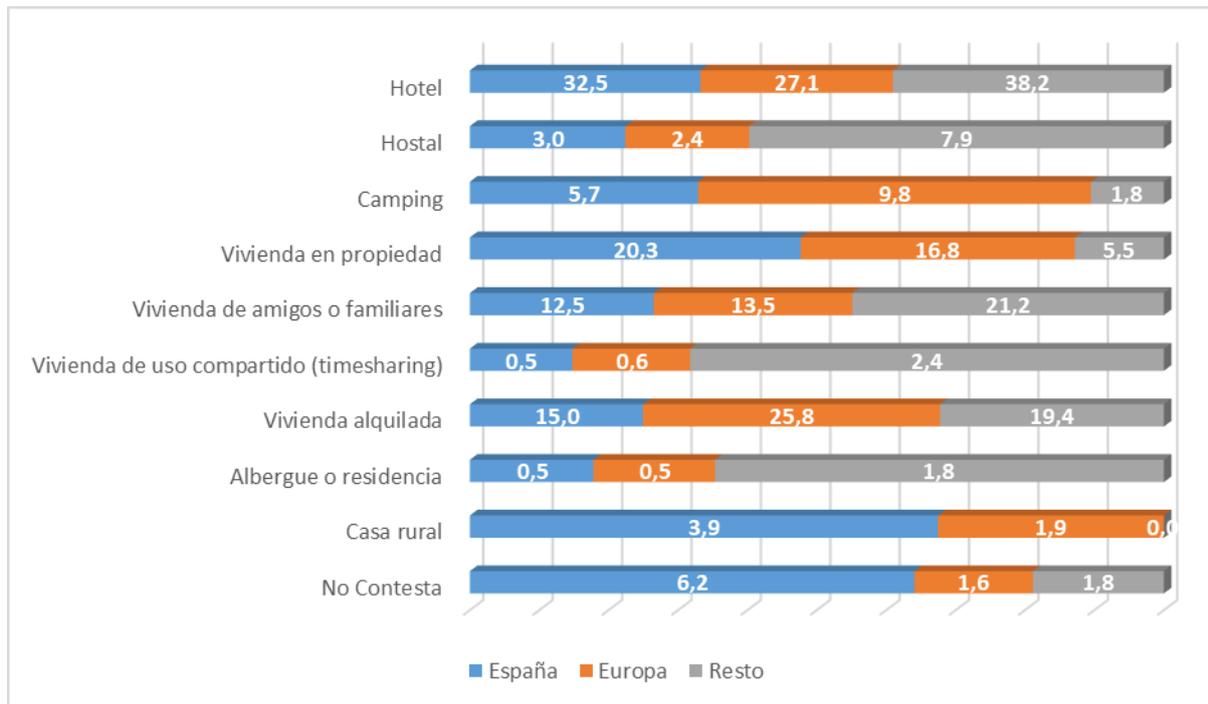
GRÁFICO 11: TIPO DE ALOJAMIENTO EMPLEADO (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

El orden de preferencia en el alojamiento por parte de los encuestados según el lugar de residencia se refleja en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 11.1: TIPO DE ALOJAMIENTO EMPLEADO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (EN %)



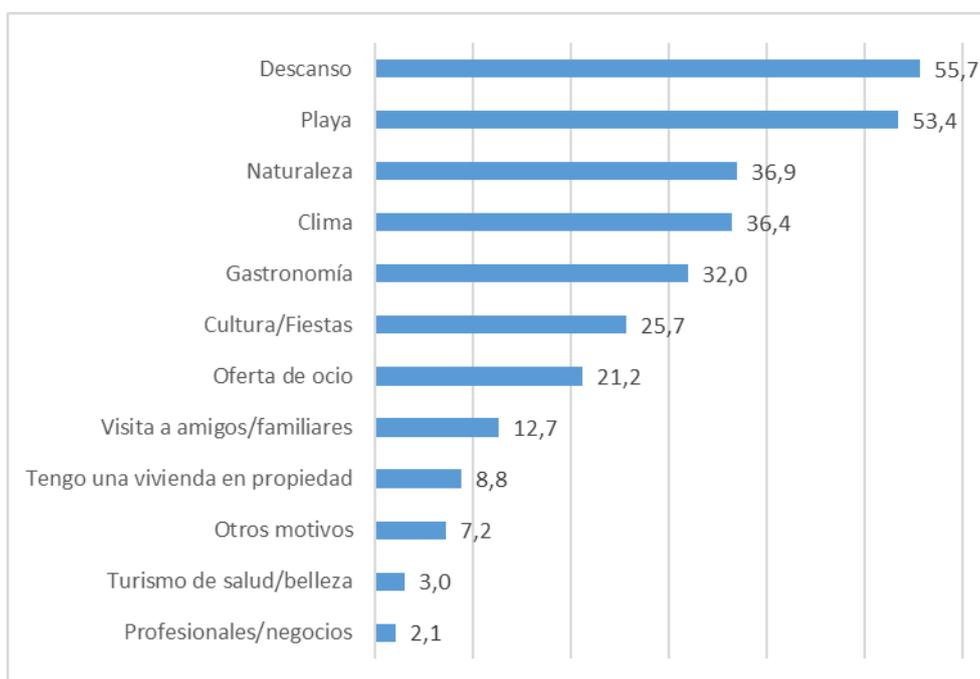
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.7. Principales motivos de la visita

Un aspecto que resulta de gran interés es conocer los motivos que han incentivado a los usuarios de la red Tourist Info a visitar el municipio donde han sido encuestados.

Según los resultados obtenidos, las **seis principales motivaciones** son, por orden de importancia: el **descanso**, la **playa**, la **naturaleza**, el **clima**, la **gastronomía** y la **cultura** y las **fiestas**.

GRÁFICO 12: MOTIVOS DE VISITA (EN %)



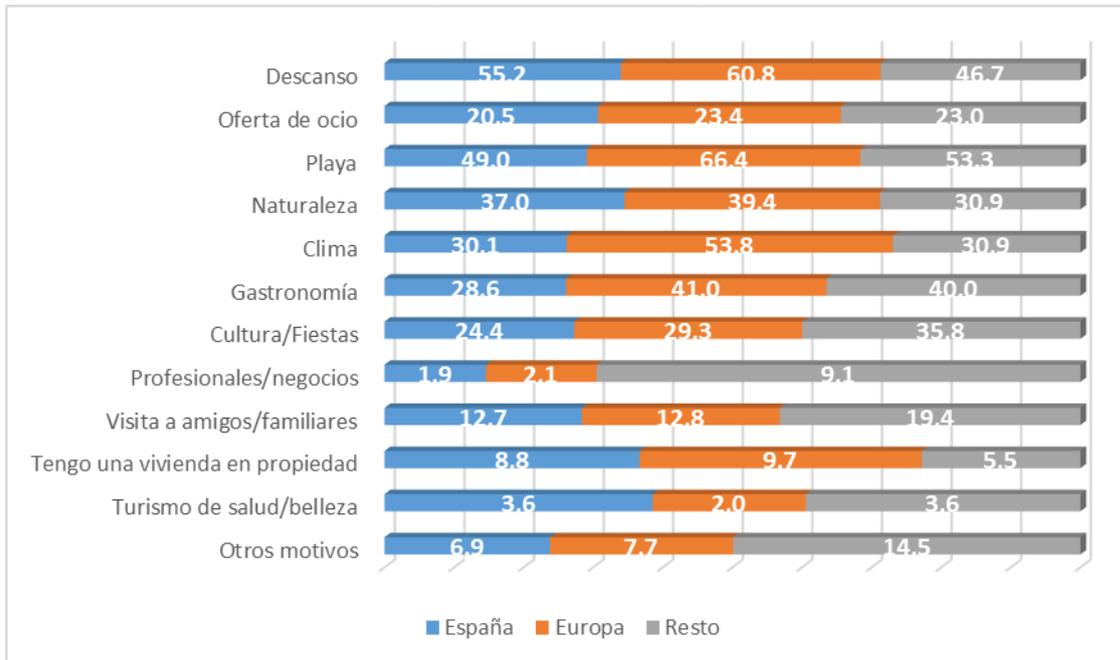
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Analizados los datos de los motivos de visita según los grupos de edad, se observa que, si bien con variación en el orden de preferencias, para todos ellos, coinciden los siete primeros motivos del gráfico anterior: Descanso, Playa, Naturaleza, Clima, Gastronomía, Cultura/Fiestas y Oferta de ocio. Para todos los grupos de edad el siguiente motivo sería Visita amigos/familiares a excepción del grupo de mayor edad que sería la Vivienda en propiedad el siguiente motivo de visita en orden de importancia.

Si desagregamos la información según el lugar de residencia, en relación a los motivos de visita, si bien para los españoles el primero en importancia es el descanso, tanto para

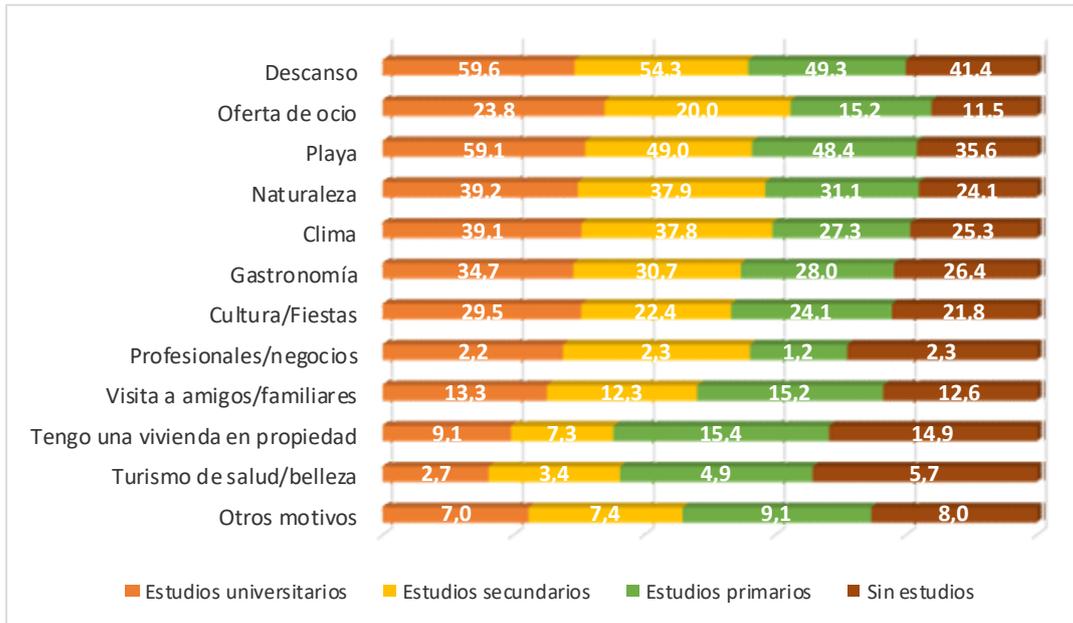
Europeos como procedentes del resto de países el principal motivo de visita es la playa. A continuación, se puede apreciar gráficamente los principales motivos de visita según lugar de procedencia:

GRÁFICO 12.1: DISTRIBUCIÓN % MOTIVOS DE VISITA SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (MULTIRRESPUESTA)



Observando los motivos de visita por nivel de estudios, se desprende que para las personas con estudios universitarios el principal motivo de visita es por descanso, seguido de la playa y la naturaleza. Lo mismo ocurre con el resto de niveles de estudio.

GRÁFICO 12.2: DISTRIBUCIÓN % MOTIVOS DE VISITA SEGÚN EL NIVEL DE ESTUDIOS (MULTIRRESPUESTA)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.8. Actividades previstas o realizadas

Las **cinco principales actividades** realizadas o que piensan realizar los encuestados durante su estancia en el municipio donde han cumplimentado la encuesta son, por orden de importancia: **ir a la playa** (63,1%), **visitas culturales** (57,3%), **visitar espacios naturales** (43,6%), **degustaciones gastronómicas** (30,8%) y **actividades deportivas o senderismo** (19,5%).

GRÁFICO 13: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS (EN %)



Si desagregamos la información por lugar de residencia, nivel de estudios y sexo se observa lo siguiente:

GRÁFICO 13.1: DISTRIBUCIÓN % ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (MULTIRRESPUESTA)

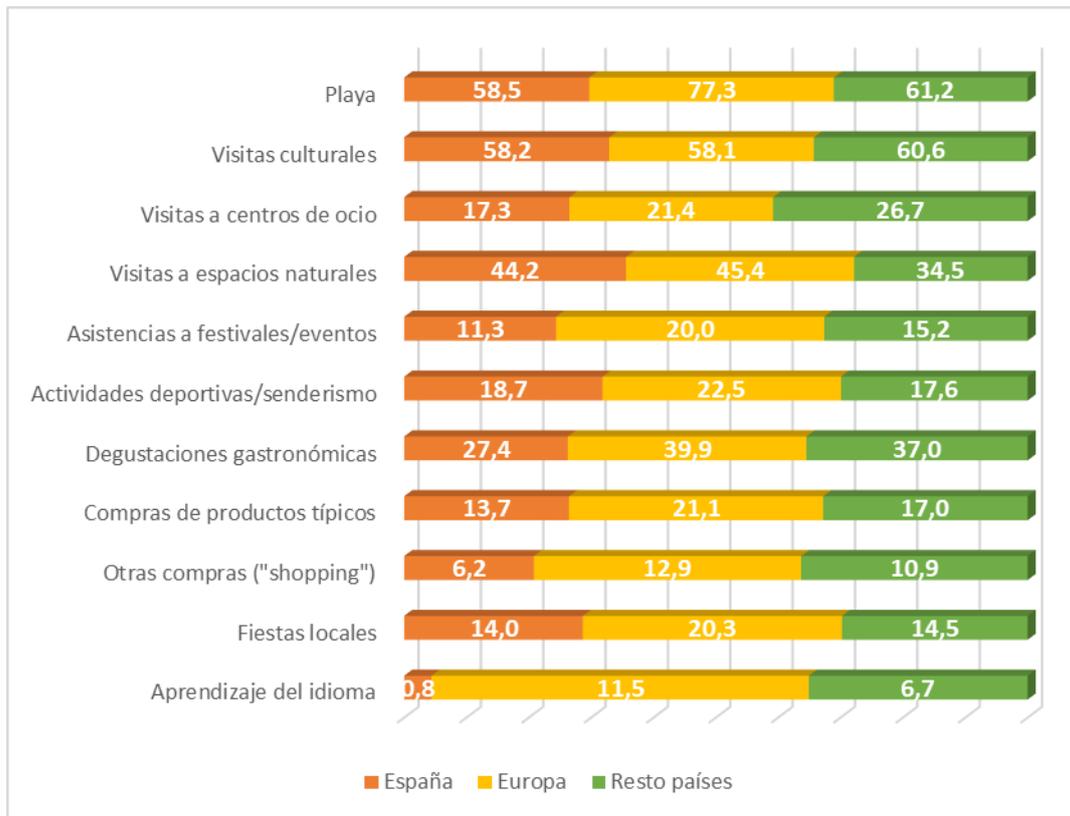


GRÁFICO 13.2: DISTRIBUCIÓN % ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS

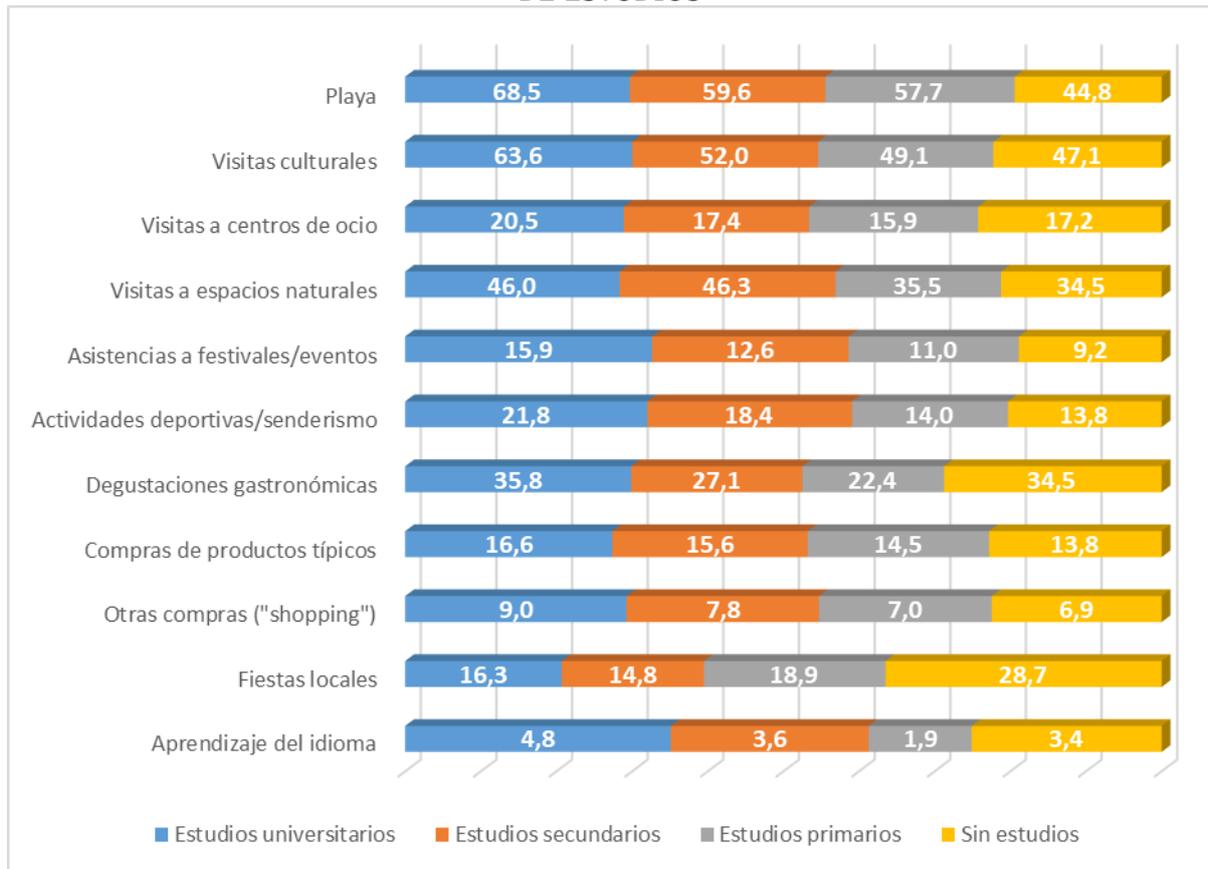
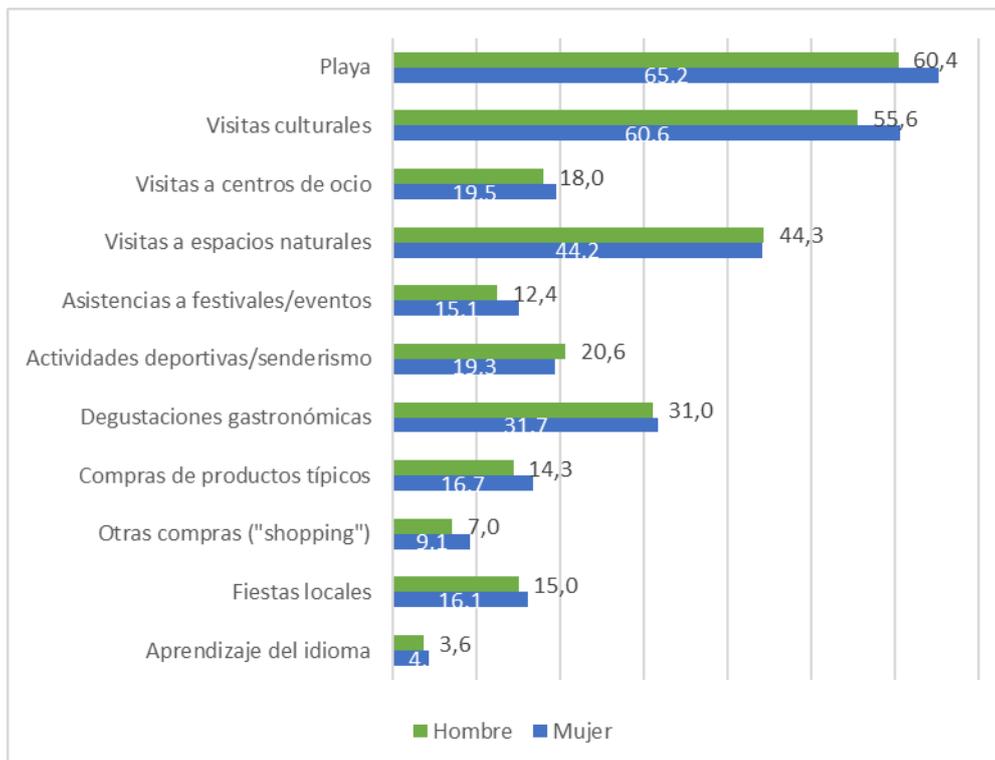


GRÁFICO 13.3: DISTRIBUCIÓN % ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS SEGÚN SEXO



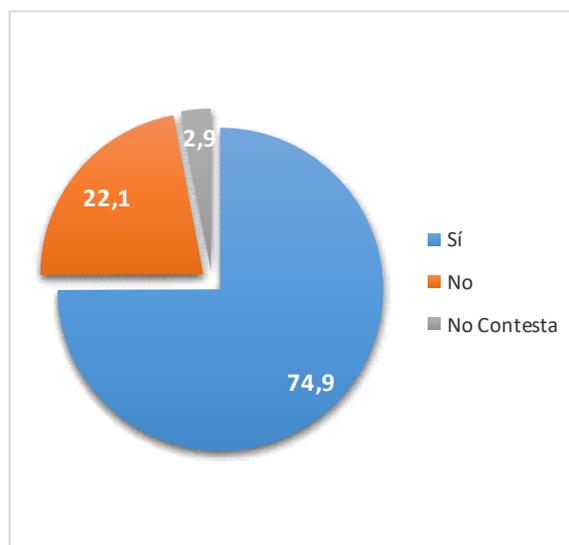
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

4. VALORACIÓN DEL DESTINO VISITADO

4.1. Fidelidad al destino

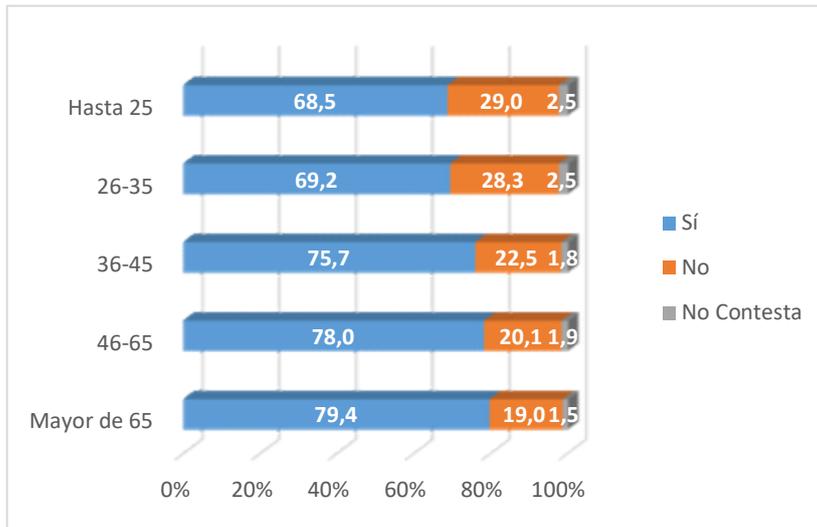
El 74,9% de los encuestados señalaron que su estancia pernoctando en el municipio era por motivos de ocio o vacaciones, (alcanzando el 79,4% los encuestados mayores de 65 años) mientras que un 22,1% del total indicó que el motivo del disfrute de su estancia no era por motivos ni de ocio ni de vacaciones. El 2,9% no respondió a esta pregunta.

GRÁFICO 14: % DE ENCUESTADOS QUE VAN A DISFRUTAR UNA ESTANCIA POR MOTIVOS DE OCIO/VACACIONES, PERNOCTANDO EN EL MUNICIPIO



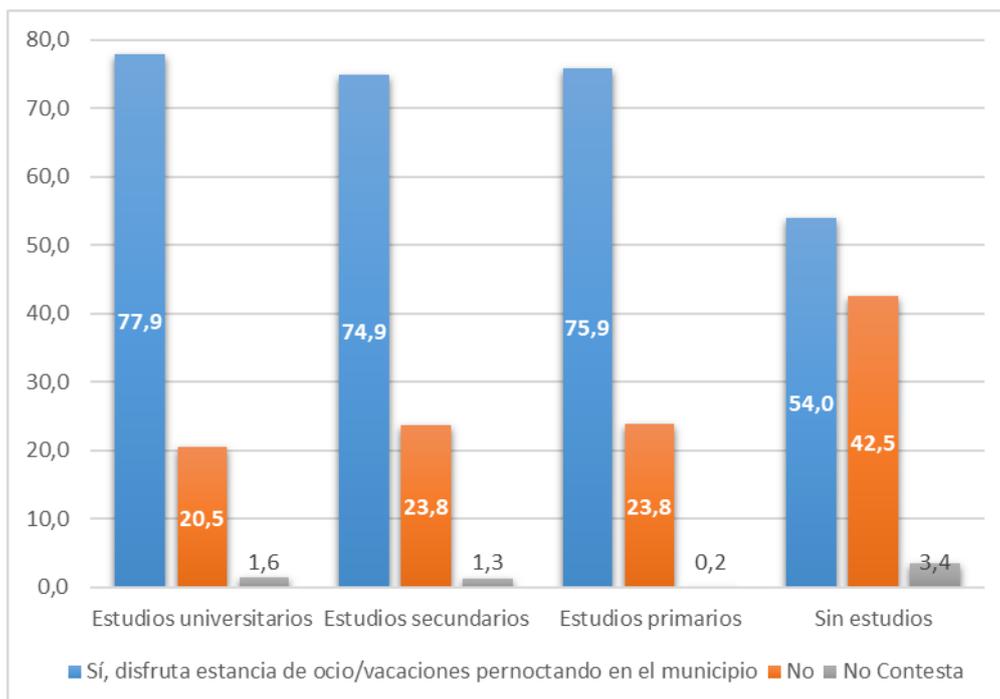
Desagregando la muestra según la edad, la mayoría de las personas independientemente del grupo de edad, encontramos resultados bastante parecidos a los obtenidos en el gráfico 14:

GRÁFICO 14.1: DISTRIBUCIÓN % DE LOS ENCUESTADOS QUE VAN A DISFRUTAR UNA ESTANCIA POR MOTIVOS DE OCIO/VACACIONES, PERNOCTANDO EN EL MUNICIPIO SEGÚN LA EDAD



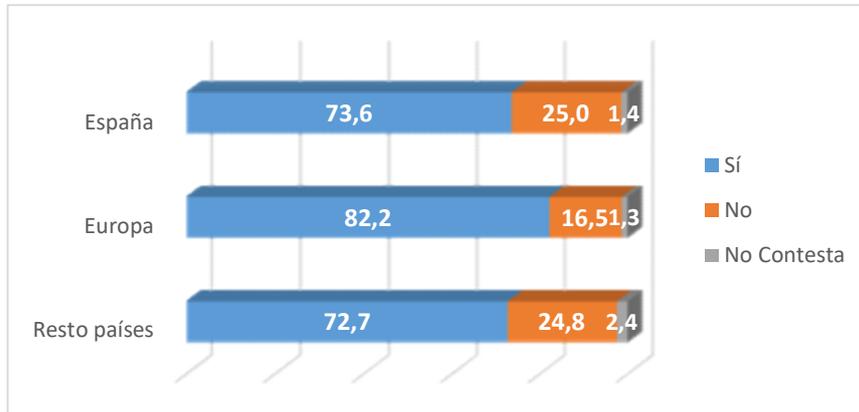
Analizando los resultados según los diferentes niveles de estudios no encontramos variaciones significativas con respecto los anteriores gráficos.

GRÁFICO 14.2: DISTRIBUCIÓN % DE LOS ENCUESTADOS QUE VAN A DISFRUTAR UNA ESTANCIA POR MOTIVOS DE OCIO/VACACIONES, PERNOCTANDO EN EL MUNICIPIO SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS



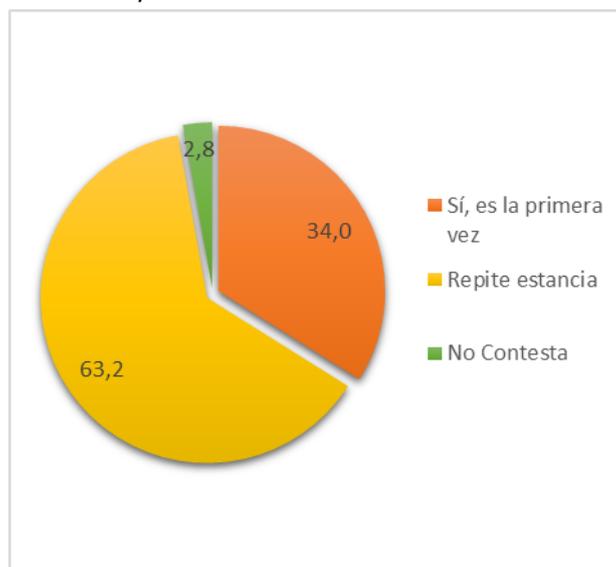
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

GRÁFICO 14.3: DISTRIBUCIÓN % DE LOS ENCUESTADOS QUE VAN A DISFRUTAR UNA ESTANCIA POR MOTIVOS DE OCIO/VACACIONES, PERNOCTANDO EN EL MUNICIPIO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA



El **63,2%** de los encuestados señalaron que no era la primera vez que disfrutaban de una estancia de ocio o vacaciones en la Comunitat Valenciana, por lo que **repiten estancia** en la Comunitat, para el, el **34%** era la **primera vez** disfrutando de una estancia de ocio o vacaciones y el 2,9% no respondió a esta pregunta.

GRÁFICO 15: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DISFRUTA DE UNA ESTANCIA DE VACACIONES/OCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA?



De forma desagregada podemos ver cómo los resultados no presentan variaciones significativas en función del grupo de edad, nivel de estudios o lugar de residencia:

GRÁFICO 15.1: DISTRIBUCIÓN % DE LA FIDELIDAD AL DESTINO DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN EDAD: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DISFRUTA DE UNA ESTANCIA DE VACACIONES/OCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA? (PROVIENE DEL "NO")

El grupo de edad que muestra **mayor fidelidad al destino** es el de 46-65 años, que repiten estancia el 42,6 % de los encuestados de ese tramo de edad, seguidos de los de 36-45 años con un 23%:

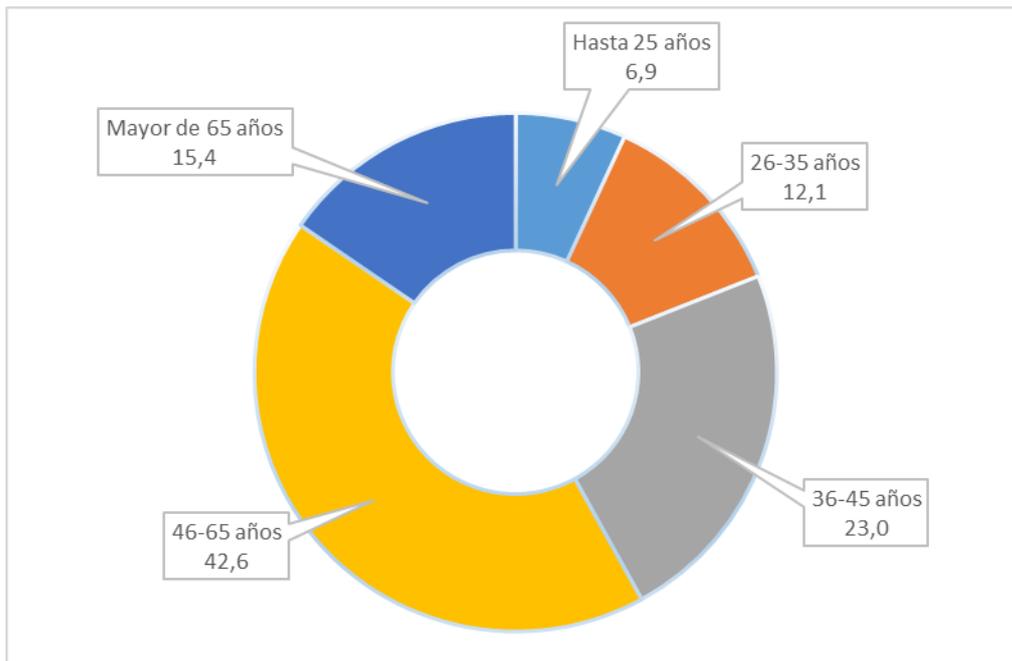


GRÁFICO 15.1A: DISTRIBUCIÓN % DE LA FIDELIDAD AL DESTINO DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN EDAD: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DISFRUTA DE UNA ESTANCIA DE VACACIONES/OCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA? (PROVIENE DEL "SÍ")

Entre los que sí visitan la Comunitat Valenciana **por primera vez**, también es más numeroso el grupo de 46-65 años (37%) seguidos del grupo de 36-45 años (27,1%):

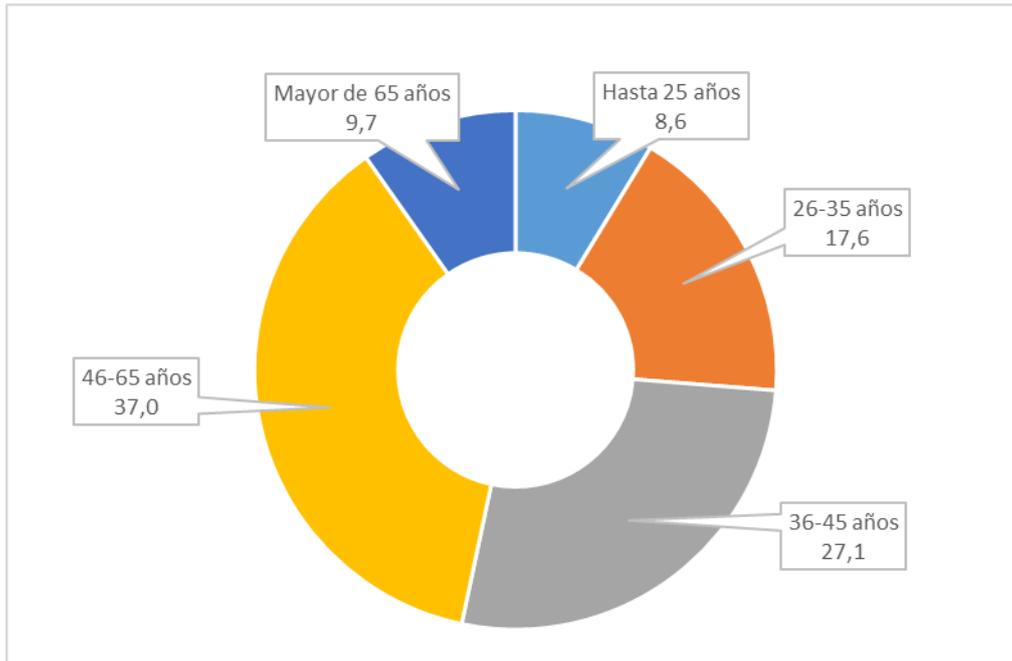


GRÁFICO 15.2: DISTRIBUCIÓN % DE LA FIDELIDAD AL DESTINO DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DISFRUTA DE UNA ESTANCIA DE VACACIONES/OCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA?

Para todos los grupos según el nivel de estudios son los que repiten estancia en mayor medida:

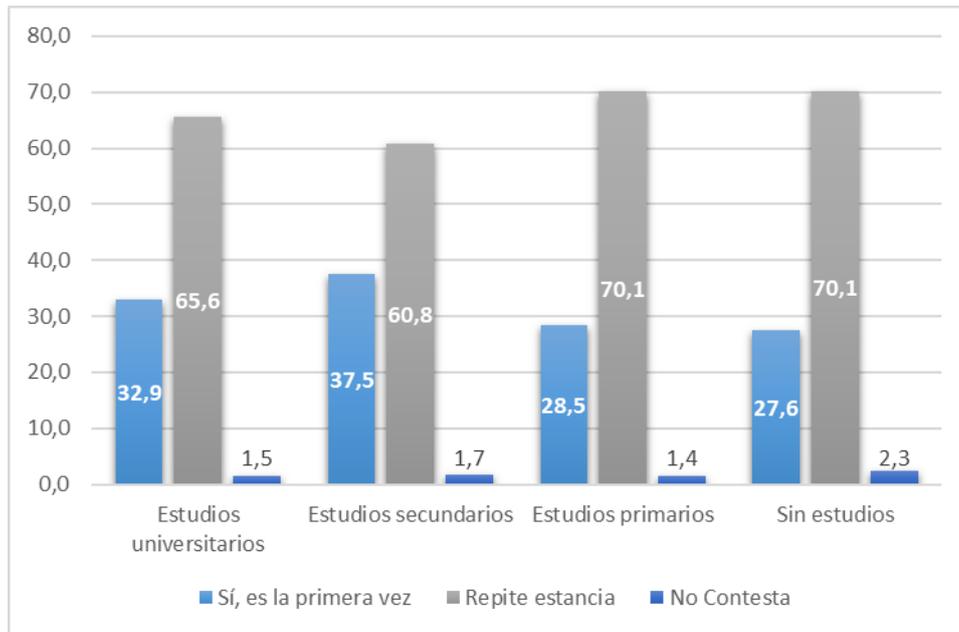
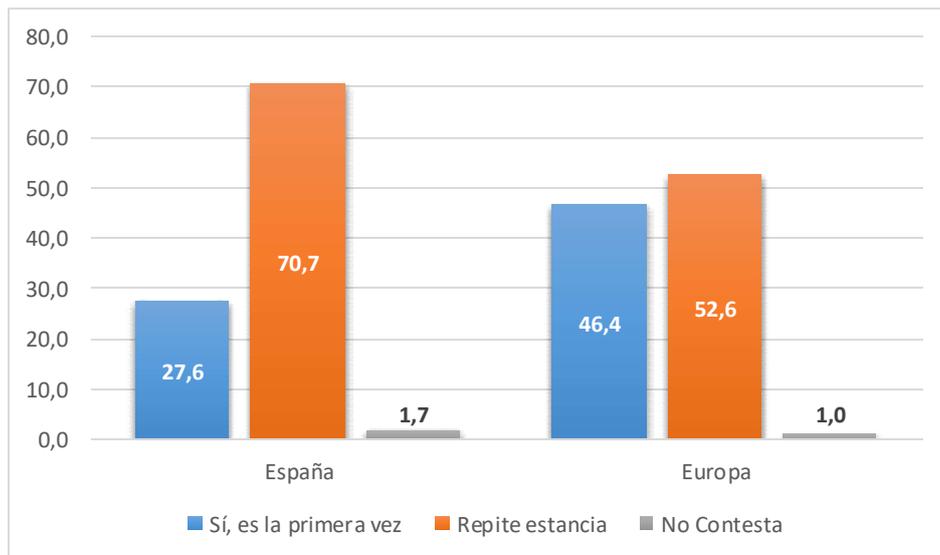


GRÁFICO 15.3: DISTRIBUCIÓN % DE LA FIDELIDAD AL DESTINO DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN EL LUGAR DE RESIDENCIA: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE DISFRUTA DE UNA ESTANCIA DE VACACIONES/OCIO EN LA COMUNITAT VALENCIANA?

Los residentes en España son los que muestran una mayor fidelidad al destino, representando el 70,7% frente al 52,6% de los europeos, tal y como muestra el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

4.2 Satisfacción de expectativas

Otra pregunta realizada para evaluar el **grado de satisfacción del municipio visitado** investiga acerca de la satisfacción de expectativas por parte del visitante, resultando que entre una escala de 0 a 10, siendo 0 la puntuación más baja y 10 la más alta, la **media** obtenida ha sido de **9,43 puntos**, puntuación similar para todas las variables.

Si observamos el grado de satisfacción del municipio visitado por tramos de edad, se observa que todos los grupos de edad puntúan de forma similar el grado de satisfacción del municipio visitado.

GRÁFICO 16: GRADO DE SATISFACCIÓN DEL MUNICIPIO VISITADO SEGÚN EDAD (ESCALA DE 0 A 10, SIENDO 0 LA PUNTUACIÓN MÁS BAJA Y 10 LA MÁS ALTA)

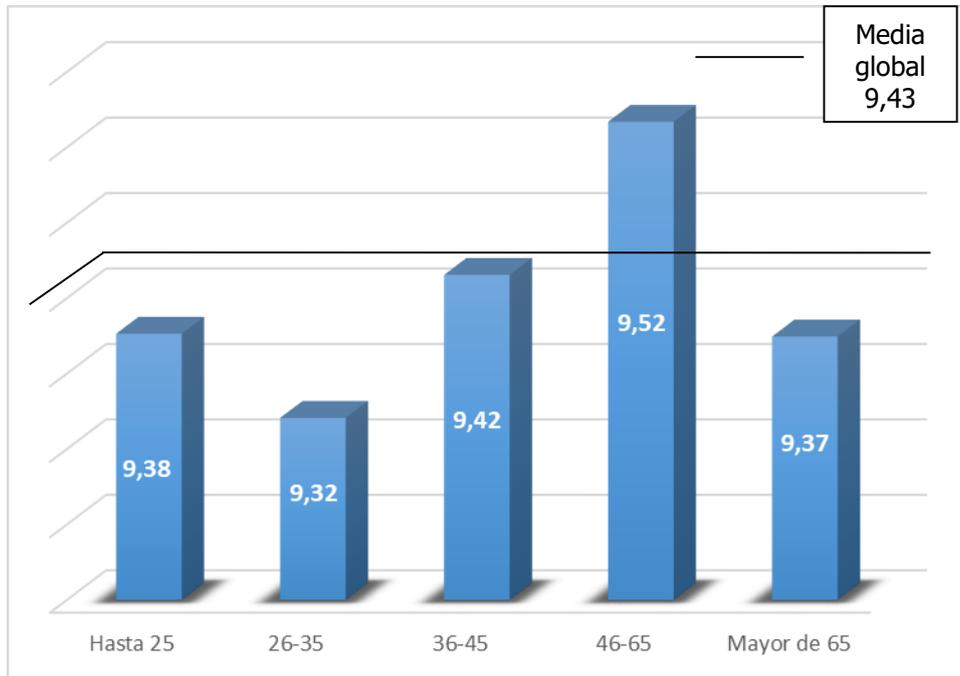


GRÁFICO 16.1: GRADO DE SATISFACCIÓN DEL MUNICIPIO VISITADO SEGÚN NIVEL ESTUDIOS (ESCALA DE 0 A 10, SIENDO 0 LA PUNTUACIÓN MÁS BAJA Y 10 LA MÁS ALTA)

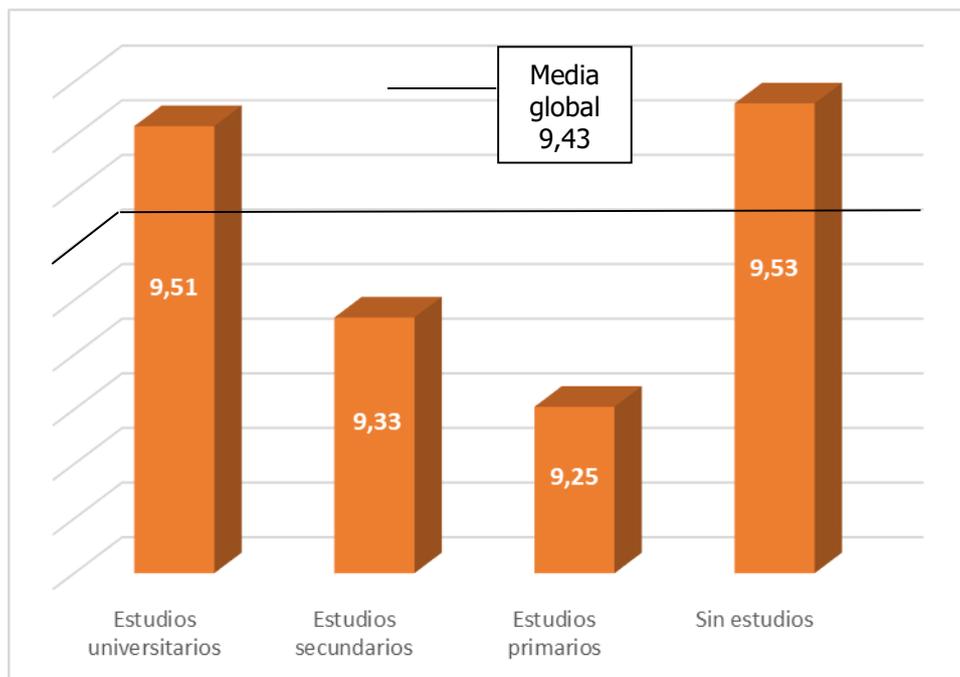
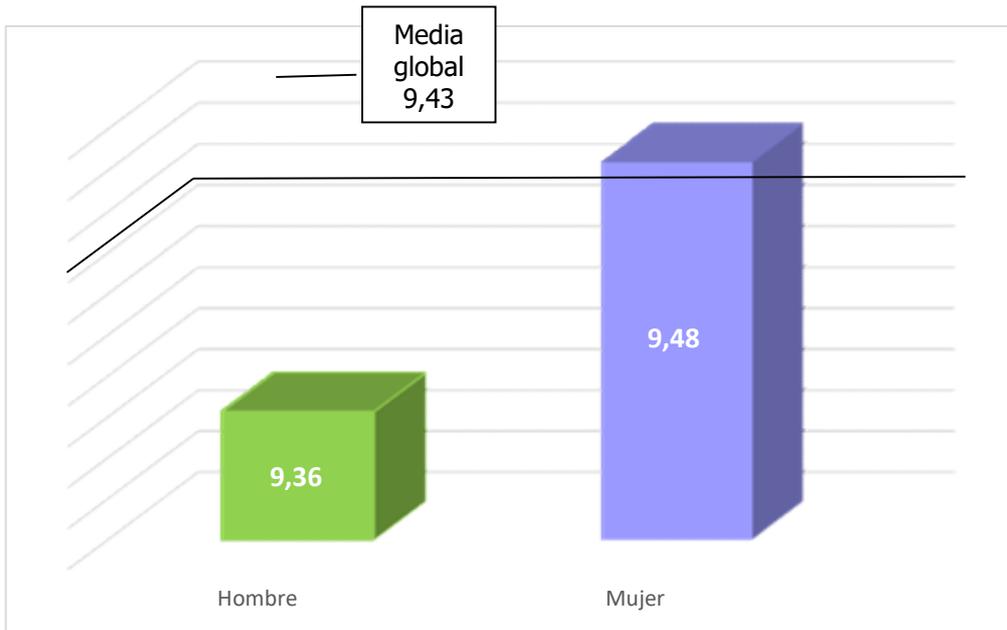
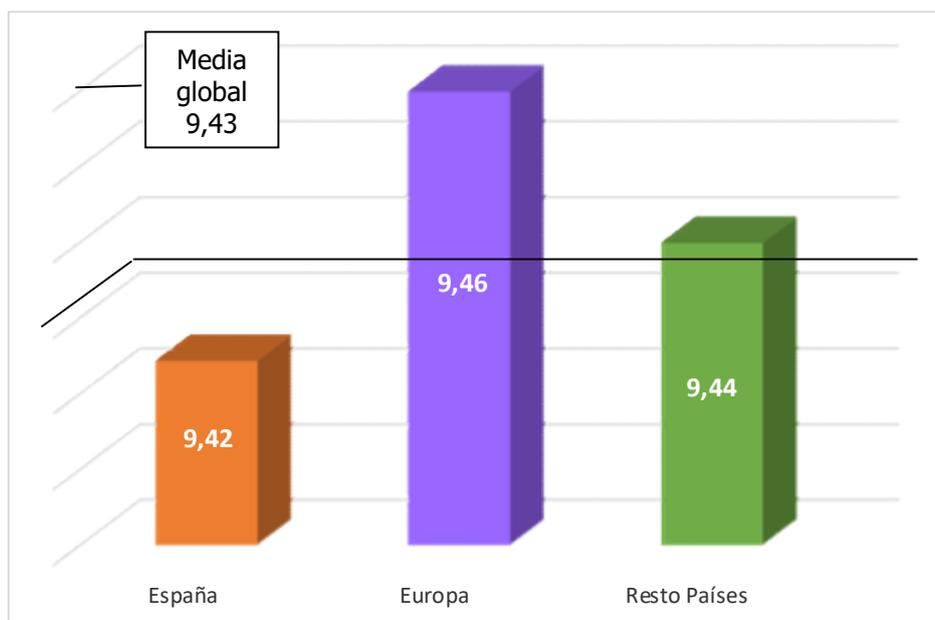


GRÁFICO 16.2: GRADO DE SATISFACCIÓN DEL MUNICIPIO VISITADO SEGÚN SEXO (ESCALA DE 0 A 10, SIENDO 0 LA PUNTUACIÓN MÁS BAJA Y 10 LA MÁS ALTA)



Desagregando esta información por el lugar de residencia, los más satisfechos son los encuestados europeos, con una media del 9,46 sobre 10; en segundo lugar, los encuestados extranjeros del resto de países con 9,44 y los españoles con 9,42 puntos sobre 10.

GRÁFICO 16.2: GRADO DE SATISFACCIÓN DEL MUNICIPIO VISITADO SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA (ESCALA DE 0 A 10, SIENDO 0 LA PUNTUACIÓN MÁS BAJA Y 10 LA MÁS ALTA)



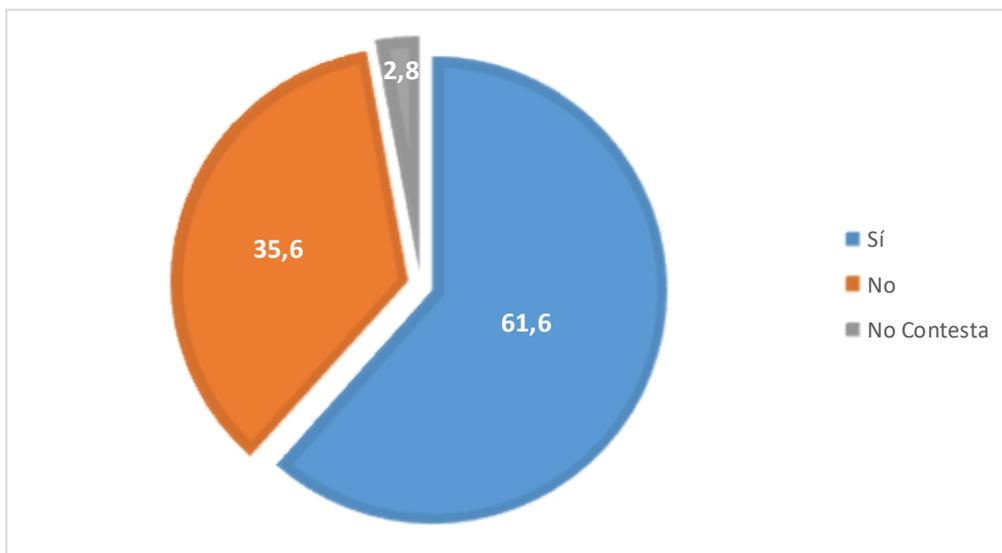
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA RED TOURIST INFO

Uno de los aspectos fundamentales por los que se realiza todos los veranos la encuesta Tourist Info en las oficinas de información turística de la Comunitat Valenciana es conocer la valoración de los usuarios del nivel de **calidad** de sus servicios e instalaciones.

Antes de mostrar dichas valoraciones, a continuación, se detallan los resultados de las preguntas realizadas en el cuestionario con objetivo de conocer el grado de conocimiento de la red Tourist Info por parte del encuestado.

GRÁFICO 17: CONOCE LA RED TOURIST INFO (EN%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Tal como muestra el gráfico 17, un 61,6% afirmó conocer la red de oficinas. Los valores que muestran los resultados para las variables edad, sexo o nivel de estudios o lugar de residencia aportan datos muy similares.

GRÁFICO 17.1: GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO SEGÚN GRUPOS DE EDAD (EN%)

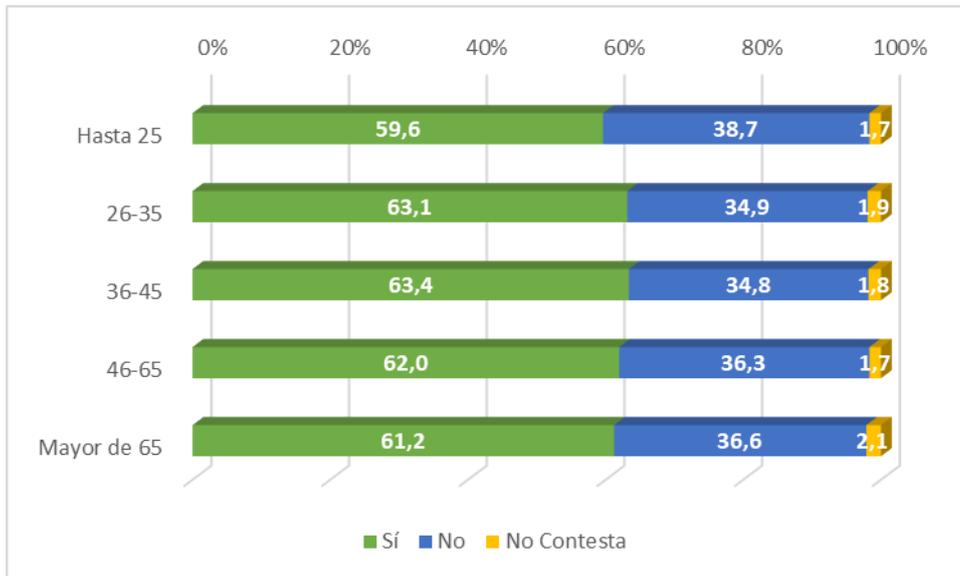


GRÁFICO 17.2: GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO SEGÚN SEXO (EN%)

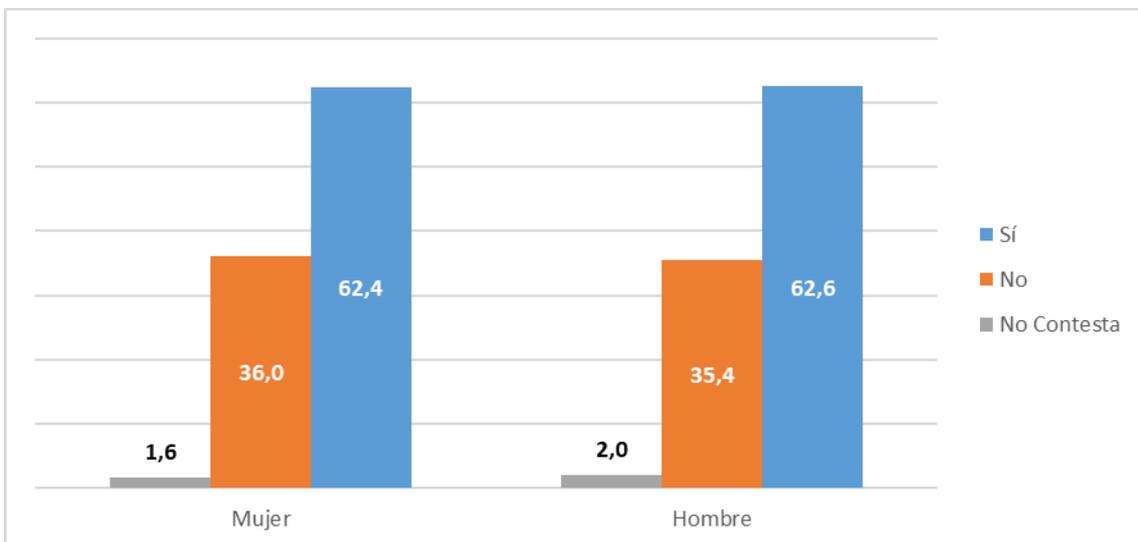


GRÁFICO 17.3: GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS (EN%)

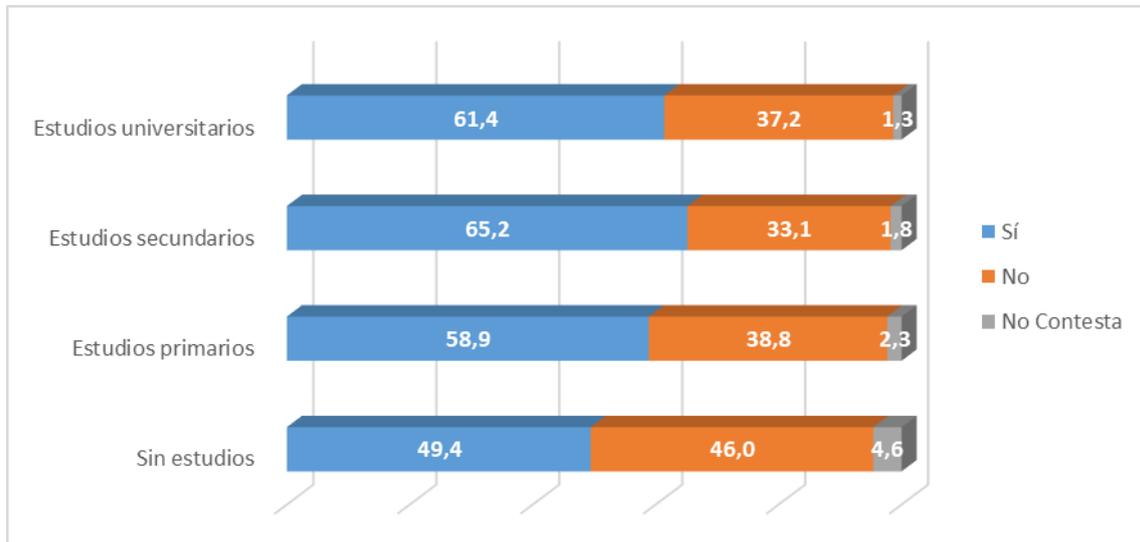
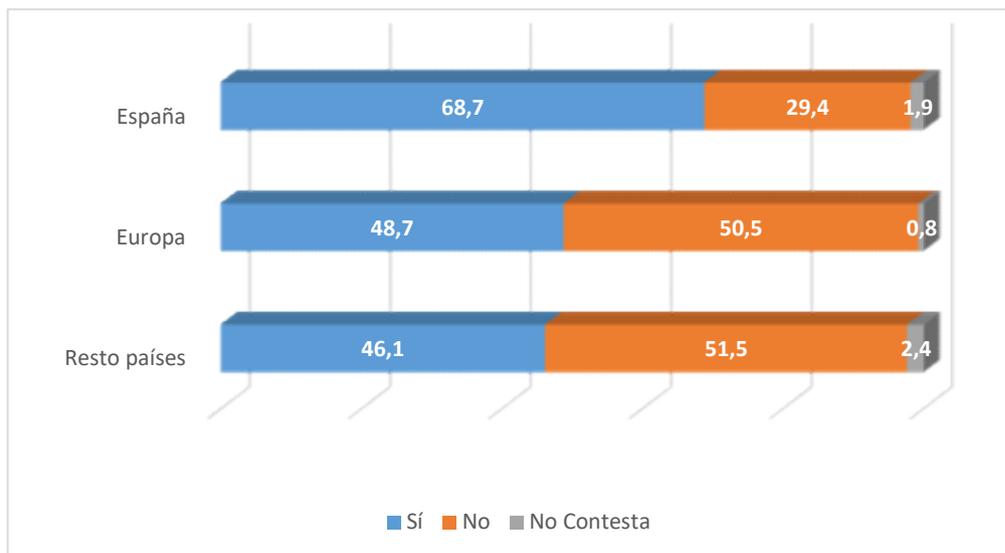


GRÁFICO 17.4: GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA (EN%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Valoración de la calidad de las oficinas Tourist Info

En la Tabla 3 se exponen las valoraciones otorgadas a los aspectos propuestos en la encuesta; un año más se puede apreciar que la **puntuación media es muy elevada**, teniendo en cuenta que 0 es el valor más bajo o que expresa mayor insatisfacción y 10 el valor más alto o que expresa el grado de satisfacción más elevado por parte del encuestado:

Tabla 3.- Valoración de la calidad de las Oficinas Tourist Info

Aspectos valorados	Media global
Tiempo de espera	9,66
Presencia/imagen personal	9,70
Tono de voz empleado/amabilidad	9,72
Atención recibida	9,72
Imagen de la oficina	9,50
Ambiente de la oficina	9,56
Localización/accesibilidad oficina	9,45
Imagen y estética material informativo	9,52
Oferta información en idiomas	9,51
Horario de atención al público	9,53
Fiabilidad/claridad información recibida	9,68
Media global	9,60

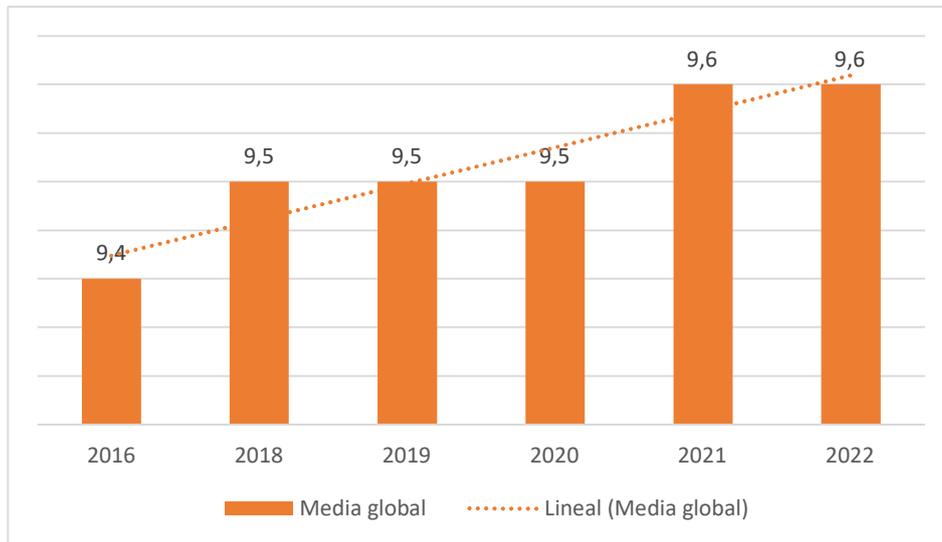
Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Es evidente que estas puntuaciones tan elevadas están influenciadas por factores que de forma involuntaria condicionan al encuestado (la realización del cuestionario en el mismo lugar que se está evaluando).

Como se puede observar en el siguiente cuadro, la valoración general concedida por los usuarios encuestados es muy similar a la de años anteriores:

Tabla 4.- Valoración de la calidad de las Oficinas Tourist Info. Período 2016-2022

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Media global	9,4	9,4	9,5	9,5	9,5	9,6	9,6



El grado medio de satisfacción de expectativas de la oficina visitada es de 9,7 puntos sobre 10.

Los relacionados con los recursos humanos: Atención recibida, tono de voz empleado/amabilidad, han sido **valorados por encima de la media.**

6. CONCLUSIONES

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- ✓ El 66,6% son residentes en España y el 31,2% en el extranjero, no contestan el 1,8%.
- ✓ Del total de extranjeros encuestados el 91,7% son residentes europeos y el 8,3% reside en el resto de países.
- ✓ Del total de americanos encuestados, más de la mitad proviene en de Argentina y EEUU (53,6%). Sin embargo, en este cuestionario de 2022 el porcentaje de procedencia americana representa únicamente un 2,2% del total de encuestados.
- ✓ Entre los encuestados que residen en España destacan el 31,9% de residentes en la **Comunitat Valenciana**, el 20,1% de los procedentes de la Comunidad de Madrid y en tercer lugar **Cataluña** con 8,3%.
- ✓ En cuanto a los **residentes en el extranjero**, el 91,7% procede de países europeos, de ellos, el grupo más numeroso es el procedente de **Francia** con un 40,8% de encuestados, seguido de **Reino Unido** con 17,8% y **Bélgica** 11%.
- ✓ El 53% de la muestra posee **estudios universitarios**, el 33,1% estudios secundarios y el 6,8% estudios primarios.
- ✓ Del total de encuestados, el 52,9% son mujeres y el 41,4% hombres.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- ✓ Los principales **canales de información** empleados para informarse sobre el destino visitado fueron Internet en primer lugar (45,5%) y en segundo lugar amigos y familiares (43%).

- ✓ **Internet es una herramienta utilizada de manera creciente**, un 51,3% de los encuestados recabó información sobre el destino a través de este medio, alcanzando hasta un 52,5% los residentes europeos.
- ✓ El 49,1% de los encuestados ha **visitado la página web del municipio**.
- ✓ El 52,7% ha realizado algún tipo de **reserva** previa, llegando al 56,7% los europeos que realizan reserva previa.
- ✓ Los viajeros **disfrutan de su estancia** en la Comunitat Valenciana mayoritariamente **con la familia** (40,2%), seguidos por la pareja (34,8%) y en menor medida con amigos (14,8%). Este orden es el mismo para todas las nacionalidades.
- ✓ El **medio de transporte** más utilizado fue el automóvil (65,1% de la muestra), es el más utilizado tanto por los residentes en España (79,3%) como por los residentes europeos (40,2%).
- ✓ La tipología principal de **alojamiento** de la muestra fue: hotel (30,6%), vivienda alquilada y vivienda en propiedad (18,5%) y vivienda de amigos o familiares (12,8%).
- ✓ Las seis principales **motivaciones** de viaje a la Comunitat Valenciana por parte de los encuestados en las oficinas *Tourist Info* son descanso (55,7%), playa (53,4%), la naturaleza (36,9%), el clima (36,4%), gastronomía (32%) y la cultura y las fiestas (25,7%).
- ✓ Las seis principales **actividades** de los encuestados son ir a la playa (63,1%), visitas culturales (57,3%), visitas a espacios naturales (43,6%), degustaciones gastronómicas (30,8%), actividades deportivas/senderismo (19,5%), visita a centros de ocio (18,5%) y fiestas locales (15,7%).

VALORACIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA COMO DESTINO VACACIONAL

- ✓ El grado de **satisfacción de expectativas** del municipio visitado por el usuario de la red *Tourist Info* ha sido de **9,43** puntos sobre 10. Siendo los encuestados europeos los más satisfechos, con una puntuación de 9,46 puntos.
- ✓ **Elevado índice de fidelidad al destino:** el 63,2% del total de encuestados declara que ya ha disfrutado anteriormente de una estancia de vacaciones/ocio en la Comunitat Valenciana.
- ✓ El **88,9%** del total de encuestados indica que piensa **volver a visitar el municipio**, llegando al 91,1% los residentes nacionales.

VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LA RED TOURIST INFO

- ✓ Un 61,6% de la muestra declaró conocer la Red *Tourist Info*.
- ✓ Un 48,8% de los encuestados manifestó haber visitado más de una oficina de la Red.
- ✓ La **valoración media** de la calidad de las oficinas de la red *Tourist Info* ha sido de excelente, con una **puntuación media de 9,6 puntos sobre 10**.
- ✓ En la valoración a nivel general, han obtenido una puntuación por encima de la media los aspectos relacionados con los recursos humanos, así como también aspectos como tiempo de espera y fiabilidad/claridad información recibida.
- ✓ Para las todas las variables analizadas (grupos de edad, sexo, nivel de estudios y país de residencia) los ítems mejor valorados han sido el **tono de voz empleado/amabilidad**, la **fiabilidad y claridad de la información** y la **presencia e imagen del personal**.
- ✓ El grado medio de **satisfacción de expectativas de la oficina visitada** ha sido de **9,7** sobre 10, superando esta media las personas encuestadas europeas, los encuestados con estudios universitarios, las mujeres y los grupos de edad de 46-65 años y mayores de 65.

[1] ¿Está usted disfrutando/va a disfrutar de una estancia por motivos de ocio/vacaciones, pernoctando en este municipio?

Sí No

[2] ¿Es la primera vez que disfruta de una estancia de vacaciones/ocio en la Comunitat Valenciana?

Sí No

[3] ¿Dónde se aloja usted?

- Hotel
 Hostal
 Camping
 Vivienda en propiedad
 Vivienda de amigos o familiares
 Vivienda de uso compartido (time sharing)
 Vivienda alquilada
 Albergue o residencia
 Casa rural

[4] ¿Cuál es el medio principal de transporte que ha utilizado en su viaje al lugar de destino?

- Avión
 Tren Ave
 Barco
 Automóvil
 Autobús
 Otro medio de transporte

[5] ¿Ha realizado alguna reserva para organizar esteviaje a la Comunitat Valenciana?

Sí No

[6] ¿Con quién está disfrutando de su estancia en la Comunitat Valenciana?

- Solo
 Amigos
 En pareja
 Con familia
 En grupo

[7] ¿Qué uso ha hecho de Internet para la preparación de su visita a este municipio? (puede señalar varias opciones):

- Obtener información sobre el destino
 Obtener información sobre ofertas de viajes
 Realizar reservas
 Para conocer la opinión de otros turistas
 Ninguno

[8] ¿Ha visitado la página web turística de este municipio?

Sí No

[9] ¿A través de qué medios recibió información sobre este municipio? (puede señalar varias opciones)

- Campañas publicitarias
 Reportajes/programas en medios de comunicación
 Internet
 Folletos de agencias de viajes o tour operadores
 De amigos o familiares
 Folletos turísticos específicos del destino
 Ferias de turismo
 Otras oficinas de turismo
 No me he informado previamente
 Otros

[10] ¿Conoce la programación de actividades festivas y culturales de esta localidad?

Sí No

[11] Indique con una X los **principales motivos** por los que visita esta localidad (puede señalar varias opciones):

- Descanso
 Oferta de ocio
 Playa
 Naturaleza
 Clima
 Gastronomía
 Cultura/Fiestas
 Profesionales/negocios
 Visita a amigos/familiares
 Tengo una vivienda en propiedad
 Turismo de salud/belleza
 Otros motivos

[12] Indique con una X las **actividades** a las que se ha dedicado o piensa dedicar su tiempo durante su estancia en esa localidad (puede señalar varias opciones):

- Playa
 Visitas culturales
 Visitas a centros de ocio
 Visitas a espacios naturales
 Asistencia a festivales/eventos
 Actividades deportivas/senderismo
 Degustaciones gastronómicas
 Compras de productos típicos
 Otras compras ("shopping")
 Fiestas locales
 Aprendizaje del idioma

[13] ¿Tiene intención de volver a visitar este municipio?

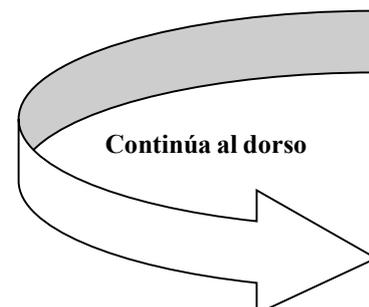
Sí No

[14] ¿Conoce la red de oficinas de información turística (Red Tourist Info) de la Comunitat Valenciana?

Sí No

[15] Si está disfrutando de una estancia de ocio/vacaciones, ¿ha visitado más de una Oficina de Información Turística (Tourist Info)?

Sí No



[16] En qué medida (siendo 0 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho) valora los siguientes aspectos de la CALIDAD de esta oficina de información turística (Tourist Info).

	☹															☺
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
Tiempo de espera	<input type="checkbox"/>															
Presencia e imagen del personal	<input type="checkbox"/>															
Tono voz empleado/amabilidad	<input type="checkbox"/>															
Atención recibida	<input type="checkbox"/>															
Imagen de la oficina	<input type="checkbox"/>															
Ambiente de la oficina	<input type="checkbox"/>															
Localización/accesibilidad de la oficina	<input type="checkbox"/>															
Imagen y estética del material informativo	<input type="checkbox"/>															
Oferta de información en idiomas	<input type="checkbox"/>															
Horario de atención al público	<input type="checkbox"/>															
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	<input type="checkbox"/>															

[17] En qué medida (siendo 0 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho):

	☹															☺
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10					
Ha satisfecho ESTA OFICINA sus expectativas	<input type="checkbox"/>															
Ha satisfecho ESTE MUNICIPIO sus expectativas	<input type="checkbox"/>															

<p>Lugar de residencia habitual:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Francia</td> <td><input type="checkbox"/> Holanda</td> <td><input type="checkbox"/> Irlanda</td> <td><input type="checkbox"/> Bélgica</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Alemania</td> <td><input type="checkbox"/> Reino Unido</td> <td><input type="checkbox"/> Italia</td> <td><input type="checkbox"/> Rusia</td> </tr> </table> <p><input type="checkbox"/> Otros países (indicar): </p> <p>España:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Andalucía</td> <td><input type="checkbox"/> Cataluña</td> <td><input type="checkbox"/> Com. de Madrid</td> <td><input type="checkbox"/> Com. Valenciana</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Galicia</td> <td><input type="checkbox"/> Castilla y León</td> <td><input type="checkbox"/> País Vasco</td> <td><input type="checkbox"/> Canarias</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Castilla - La Mancha</td> <td><input type="checkbox"/> Región de Murcia</td> <td><input type="checkbox"/> Aragón</td> <td><input type="checkbox"/> Extremadura</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Asturias</td> <td><input type="checkbox"/> Baleares</td> <td><input type="checkbox"/> Navarra</td> <td><input type="checkbox"/> Cantabria</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> La Rioja</td> <td><input type="checkbox"/> Ceuta</td> <td><input type="checkbox"/> Melilla</td> <td></td> </tr> </table> <p>Nivel de estudios alcanzado:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Estudios Universitarios</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Estudios Secundarios</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Estudios Primarios</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sin estudios</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Holanda	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Bélgica	<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Rusia	<input type="checkbox"/> Andalucía	<input type="checkbox"/> Cataluña	<input type="checkbox"/> Com. de Madrid	<input type="checkbox"/> Com. Valenciana	<input type="checkbox"/> Galicia	<input type="checkbox"/> Castilla y León	<input type="checkbox"/> País Vasco	<input type="checkbox"/> Canarias	<input type="checkbox"/> Castilla - La Mancha	<input type="checkbox"/> Región de Murcia	<input type="checkbox"/> Aragón	<input type="checkbox"/> Extremadura	<input type="checkbox"/> Asturias	<input type="checkbox"/> Baleares	<input type="checkbox"/> Navarra	<input type="checkbox"/> Cantabria	<input type="checkbox"/> La Rioja	<input type="checkbox"/> Ceuta	<input type="checkbox"/> Melilla		<input type="checkbox"/> Estudios Universitarios	<input type="checkbox"/> Estudios Secundarios	<input type="checkbox"/> Estudios Primarios	<input type="checkbox"/> Sin estudios	<p>Sexo:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Hombre</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Mujer</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">Año de nacimiento</p> <div style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 60px; height: 20px; text-align: center; margin: 0 auto;"></div>	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer
<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Holanda	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Bélgica																																
<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Rusia																																
<input type="checkbox"/> Andalucía	<input type="checkbox"/> Cataluña	<input type="checkbox"/> Com. de Madrid	<input type="checkbox"/> Com. Valenciana																																
<input type="checkbox"/> Galicia	<input type="checkbox"/> Castilla y León	<input type="checkbox"/> País Vasco	<input type="checkbox"/> Canarias																																
<input type="checkbox"/> Castilla - La Mancha	<input type="checkbox"/> Región de Murcia	<input type="checkbox"/> Aragón	<input type="checkbox"/> Extremadura																																
<input type="checkbox"/> Asturias	<input type="checkbox"/> Baleares	<input type="checkbox"/> Navarra	<input type="checkbox"/> Cantabria																																
<input type="checkbox"/> La Rioja	<input type="checkbox"/> Ceuta	<input type="checkbox"/> Melilla																																	
<input type="checkbox"/> Estudios Universitarios																																			
<input type="checkbox"/> Estudios Secundarios																																			
<input type="checkbox"/> Estudios Primarios																																			
<input type="checkbox"/> Sin estudios																																			
<input type="checkbox"/> Hombre																																			
<input type="checkbox"/> Mujer																																			

7. RELACIÓN DE OFICINAS

1	TOURIST INFO AEROPUERTO DE ALICANTE - ELCHE	61	TOURIST INFO GANDIA - PLAYA (FARO 1)
2	TOURIST INFO ALBAIDA	62	TOURIST INFO GANDIA - PLAYA (FARO 2)
3	TOURIST INFO ALBORAYA-PATACONA	63	TOURIST INFO GUARDAMAR
4	TOURIST INFO ALBORAYA - PORT SAPLAYA	64	TOURIST INFO IBI
5	TOURIST INFO ALCOSSEBRE	65	TOURIST INFO LA MARINA D'ELX
6	TOURIST INFO ALCOY	66	TOURIST INFO LA NUCIA
7	TOURIST INFO ALICANTE - PLAYA SAN JUAN	67	TOURIST INFO LA VALL D'UIXÓ
8	TOURIST INFO ALICANTE - PUERTO	68	TOURIST INFO LA VILA JOIOSA
9	TOURIST INFO ALICANTE - RENFE	69	TOURIST INFO LLÍRIA
10	TOURIST INFO ALMENARA	70	TOURIST INFO LUCENA DEL CID
11	TOURIST INFO ALMENARA PLAYA	71	TOURIST INFO MANISES
12	TOURIST INFO ALTEA	72	TOURIST INFO MIRAMAR
13	TOURIST INFO ALTO TURIA	73	TOURIST INFO MONTAN
14	TOURIST INFO ALTURA	74	TOURIST INFO MONTANEJOS
15	TOURIST INFO ALZIRA	75	TOURIST INFO MORELLA
16	TOURIST INFO ANNA	76	TOURIST INFO MUTXAMEL
17	TOURIST INFO ASPE	77	TOURIST INFO NÁQUERA
18	TOURIST INFO AYORA	78	TOURIST INFO OLIVA
19	TOURIST INFO BALCO DEL ALGAR	79	TOURIST INFO OLOCAU
20	TOURIST INFO BENICARLÓ	80	TOURIST INFO ONDA
21	TOURIST INFO BENICÀSSIM	81	TOURIST INFO ONIL
22	TOURIST INFO BENICÀSSIM - HELIÓPOLIS	82	TOURIST INFO ONTINYENT
23	TOURIST INFO BENICÀSSIM - TORRE SAN VICENTE	83	TOURIST INFO ORIHUELA - CENTRO
24	TOURIST INFO BENIDORM - CENTRO	84	TOURIST INFO ORIHUELA - PLAYA
25	TOURIST INFO BENIDORM - RINCON LOIX	85	TOURIST INFO ORIHUELA RENFE
26	TOURIST INFO BENISSA	86	TOURIST INFO OROPESA DEL MAR
27	TOURIST INFO BENISSA - PLAYA	87	TOURIST INFO OROPESA DEL MAR -AMPLARIES
28	TOURIST INFO BOCAIRENT	88	TOURIST INFO PATERNA
29	TOURIST INFO BORRIOL	89	TOURIST INFO PEÑÍSCOLA
30	TOURIST INFO BURRIANA - L'ARENAL	90	TOURIST INFO PEÑÍSCOLA -PEÑISMAR
31	TOURIST INFO CABANES	91	TOURIST INFO PETRER
32	TOURIST INFO CÁLIG	92	TOURIST INFO PILAR DE LA HORADADA
33	TOURIST INFO CALPE- ARENAL	93	TOURIST INFO PILES
34	TOURIST INFO CALPE CENTRO	94	TOURIST INFO QUESA
35	TOURIST INFO CALPE- LEVANTE	95	TOURIST INFO REQUENA
36	TOURIST INFO CALPE PEÑÓN	96	TOURIST INFO RIBA- ROJA DE TÚRIA
37	TOURIST INFO CANET D'EN BERENGUER	97	TOURIST INFO RINCÓN DE ADEMUZ
38	TOURIST INFO CASTALLA	98	TOURIST INFO SAGUNTO
39	TOURIST INFO CASTELLÓN	99	TOURIST INFO SAGUNTO - PLAYA
40	TOURIST INFO CASTILLO DE VILLENA	100	TOURIST INFO SAN FULGENCIO
41	TOURIST INFO CINCTORRES	101	TOURIST INFO SANTA POLA
42	TOURIST INFO CIRAT	102	TOURIST INFO SANTA POLA - CENTRO
43	TOURIST INFO COCENTAINA	103	TOURIST INFO SEGORBE
44	TOURIST INFO COFRENTES	104	TOURIST INFO SILLA
45	TOURIST INFO CREVILLENTE	105	TOURIST INFO SUECA - PALMERES
46	TOURIST INFO CULLA	106	TOURIST INFO TEULADA - MORAIRA
47	TOURIST INFO CULLERA - PLAYA	107	TOURIST INFO TIBI
48	TOURIST INFO DÉNIA	108	TOURIST INFO TORREBLANCA
49	TOURIST INFO DÉNIA - PLAZA EL CONSELL	109	TOURIST INFO TORREBLANCA PLAYA
50	TOURIST INFO DOLORES	110	TOURIST INFO TORREVIEJA
51	TOURIST INFO EL CAMPELLO	111	TOURIST INFO UTIEL
52	TOURIST INFO EL CAMPELLO - PLAYA MUCHAVISTA	112	TOURIST INFO VILAFAMÉS
53	TOURIST INFO EL PUIG	113	TOURIST INFO VILAFRANCA
54	TOURIST INFO EL CASTELL DE GUADALEST	114	TOURIST INFO VILLAHERMOSA DEL RIO
55	TOURIST INFO ELX	115	TOURIST INFO VINARÒS
56	TOURIST INFO ELX - ELS ARENALS DEL SOL	116	TOURIST INFO XÀBIA - ARENAL
57	TOURIST INFO ENGUERA	117	TOURIST INFO XÀBIA - CENTRE
58	TOURIST INFO ESPADÁN MIJARES	118	TOURIST INFO XÀBIA - PORT
59	TOURIST INFO FINESTRAT-LA CALA	119	TOURIST INFO XÀTIVA
60	TOURIST INFO GANDIA		