

**INFORME DE RESULTATS
ENQUESTA TOURIST INFO
XVIII EDICIÓ
(ESTIU 2015)
COMUNITAT VALENCIANA**



INTRODUCCIÓ.....	5
1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA.....	7
2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES.....	9
2.1. Lloc de residència.....	9
2.2. Sexe.....	11
2.3. Edat.....	12
2.4. Nivell d'estudis.....	14
3. CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE.....	15
3.1. Canals d'informació sobre destinacions turístiques.....	15
3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2015.....	18
3.3. Reserves.....	21
3.4. Mitjà de transport utilitzat.....	23
3.5. Composició del grup de viatge.....	25
3.6. Allotjament utilitzat.....	26
3.7. Principals motius de visita.....	32
3.8. Activitats previstes o realitzades.....	38
3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils.....	41
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA.....	45
4.1. Fidelitat a la destinació.....	45
4.2. Satisfacció d'expectatives.....	47
5. VALORACIÓ DE LA QUALITAT OFERIDA PER LA RED TOURIST INFO.....	49
6. CONCLUSIONS.....	57
ANNEX I: FITXA TÈCNICA.....	61
ANNEX II: RELACIÓ D'OFICINES TOURIST INFO PARTICIPANTS.....	63
ANNEX III: QÜESTIONARI TOURIST INFO 2015.....	65

INTRODUCCIÓ

En 2014, s'ha consolidat la recuperació de la demanda turística en la Comunitat Valenciana; vam rebre prop de 22,9 milions de turistes, d'ells, 16,6 milions eren residents a Espanya i 6,2 milions de turistes estrangers.

L'activitat turística en el nostre territori ha sigut impulsada pel dinamisme del turisme internacional, que novament en 2014 ha augmentat les seues xifres, amb creixements del 4,4% en el nombre d'arribades i del 3,4% en la despesa total.

El conjunt dels allotjaments de la Comunitat ha superat els 155 milions de pernотacions, corresponent 86,7 milions a les efectuades per la demanda nacional i 68,5 milions a les produïdes pel turista internacional. Açò, al seu torn, s'ha traduït en un increment del 14,4% en el nombre d'ocupats en el sector, segons l'Enquesta de Població Activa, la qual cosa reforça el paper estratègic del turisme com a sector productiu de l'economia regional.

Per modalitats d'allotjament, cal destacar el bon comportament dels establiments hotelers, que han superat els 25,2 milions de pernотacions en 2014, així com l'increment interanual del conjunt de l'oferta extrahotelera, que va aconseguir els 14,7 milions de pernотacions, 3,5% més que en 2013. El volum total de places va créixer un 2,7% fins a aconseguir les 396.429, destacant l'augment del 5,4% en les d'apartaments turístics i, molt especialment, la notable evolució de la ciutat de València, on aquestes van créixer un 28,4%.

Aquests resultats mostren una evolució favorable del sector turístic durant 2014 en la Comunitat Valenciana, que ens situa com a destinació referent dins i fora d'Espanya per la varietat i singularitat de la seua oferta i l'atractiu dels productes i servicis que ofereix a tot tipus de turistes. Per a continuar en aquesta lloc, requerim ferramentes que ens permeten un coneixement profund de l'activitat amb la finalitat d'aconseguir una constant adequació a les exigències de la demanda i a les tendències en permanent evolució del mercat.

Un d'aquests instruments d'anàlisi en relació al perfil i motivacions dels nostres visitants, és l'Enquesta Tourist Info que, des de l'Agència Valenciana del Turisme i en estreta col·laboració amb els municipis, contribueix a l'aposta que mantenim per la

millora en la qualitat de productes i servicis turístics i la recerca de la plena satisfacció del turista que visita la Comunitat Valenciana.

En aquest sentit, l'Enquesta *Tourist Info* 2015 aporta dades sobre l'opinió del turista usuari dels servicis d'informació turística oferits pel conjunt d'oficines de la Xarxa Tourist Info, indicant dades no sols de la demanda i de l'oferta turística de la Comunitat Valenciana, sinó també de les mateixes oficines.

La Xarxa *Tourist Info*, pel seu nivell de servici i cobertura al llarg de tot el territori de la Comunitat Valenciana, constitueix un element pròxim on conflueixen la informació sobre l'oferta i el client turístic, amb gran potencial com a sistema d'informació sobre els canvis en els hàbits i necessitats la demanda.

Dins del procés emprés per l'Agència Valenciana del Turisme en 2007 per a la progressiva implantació i certificació de Sistemes de Qualitat en les oficines de la Xarxa, aquesta Enquesta, que compleix la seua diuitena edició, s'ha consolidat com una de les principals ferramentes corporatives de gestió de l'excel·lència turística en les oficines i com un mitjà per a optimitzar la informació i el coneixement derivat de la labor diària de la Xarxa.

1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPLEADA

El procés de l'Enquesta *Tourist Info* corresponent a l'estiu de 2015 s'ha realitzat durant els mesos de juliol, agost i la primera quinzena de setembre, període de màxima afluència de fluxos de visitants als municipis turístics de la Comunitat Valenciana.

El nombre de qüestionaris rebuts des de les 111 oficines *Tourist Info* participants ha sigut de 7.737.

Quant als resultats que s'exposen en el present informe, ha de tindre's en compte que, a l'haver sigut obtinguts a partir de la informació facilitada exclusivament per usuaris d'oficines de la Xarxa *Tourist Info*, no es poden considerar, a nivell estadístic de representativitat, suficients com per a extrapolar-los al conjunt de la demanda de la Comunitat Valenciana. No obstant això, esta enquesta sí que resulta significativa per a l'univers de persones que visiten les oficines de la xarxa *Tourist Info*.

Tenint en compte estes limitacions i avantatges, l'enquesta *Tourist Info* arreplega els següents objectius d'informació:

- Conèixer el perfil de l'usuari
- Esbrinar el seu grau de satisfacció
- Avaluar el nivell de qualitat de les oficines de la xarxa

La població enquestada correspon a tots els usuaris majors de 16 anys que visiten les oficines de la Xarxa *Tourist Info* i per a evitar caïres produïts en l'entrega d'enquestes per part del personal de les oficines, s'ha establert una metodologia tendent a l'aleatorietat. El sistema consistix a passar el qüestionari els dies imparells del calendari al primer turista que visite l'oficina a les 11:00 h. I els dies parells a les 18:00 h.

Ha de tindre's present que el mostratge no segueix un procés rigorós de *random* ni és un mostratge aleatori simple estratificat (per quotes).

València, octubre 2015

Àrea de Foment de la Competitivitat Turística

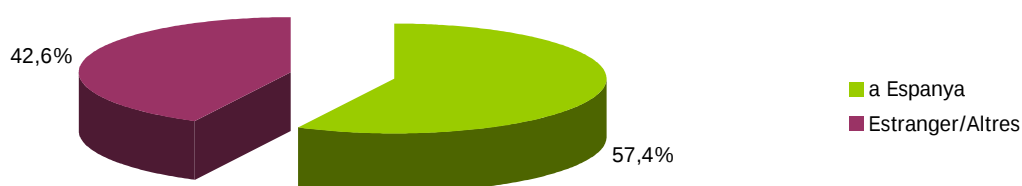
Agència Valenciana del Turisme

2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

2.1. Lloc de residència

El nombre de qüestionaris vàlids tabulats ha sigut de 7.737, dels quals el 57,4% correspon a residents a Espanya i el 42,6% a ciutadans residents en l'estranger.

GRÀFIC 1: LLOC DE RESIDÈNCIA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Si distingim entre residents en el territori espanyol i residents en l'estranger s'observa que la **demanda espanyola** procedeix majoritàriament de la mateixa **Comunitat Valenciana** (31,3%), la **Comunitat de Madrid** (23,6%), i **Catalunya** (8,2%).

Quant als **residents en l'estranger** el grup més nombrós és el procedent de **França** (35,4%), **Regne Unit** (16,3%) i **Bèlgica** (8,4%). Cal destacar que aquests percentatges no són representatius de la realitat de la demanda estrangera que visita la Comunitat Valenciana, les principals procedències de la qual sí que es corresponen, però no així el volum, ja que el principal mercat d'origen és el britànic, en lloc del francès. Aquesta dada constata que l'estudi se centra en la demanda que és usuària de la xarxa d'oficines Tourist Info i no en la demanda que visita la Comunitat.

L'orde percentual de procedències nacionals i internacionals, que es desprén de l'enquesta, és el següent:

TAULA 1: ORDE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES NACIONALS, SEGONS CCAA DE PROCEDÈNCIA:

Comunitat Autònoma	%
Comunitat Valenciana	31,03
Comunitat de Madrid	23,63
Catalunya	8,19
País Basc	6,98
Castella i Lleó	5,40
Aragó	4,75
Castella-La Manxa	4,30
Resta CCAA	15,73

TAULA 2: ORDE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES SEGONS PAÍS DE RESIDÈNCIA:

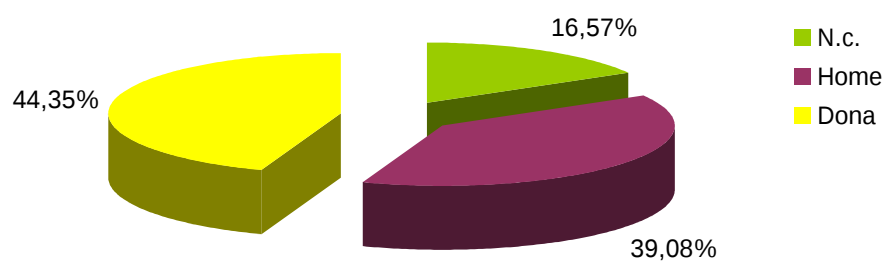
País	%
FRANÇA	35,38
REGNE UNIT	16,28
BÈLGICA	8,38
ALEMANYA	7,11
HOLANDA	5,83
ITÀLIA	4,56
IRLANDA	2,64
RESTA	19,83

Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.2. Sexe

La distribució per **gènere** de la demanda es correspon amb un 44,35% de dones i un 39,08% d'hòmens. Un 16,57% dels enquestats no van respondre aquesta qüestió.

GRÀFIC 2: SEXE (EN %)

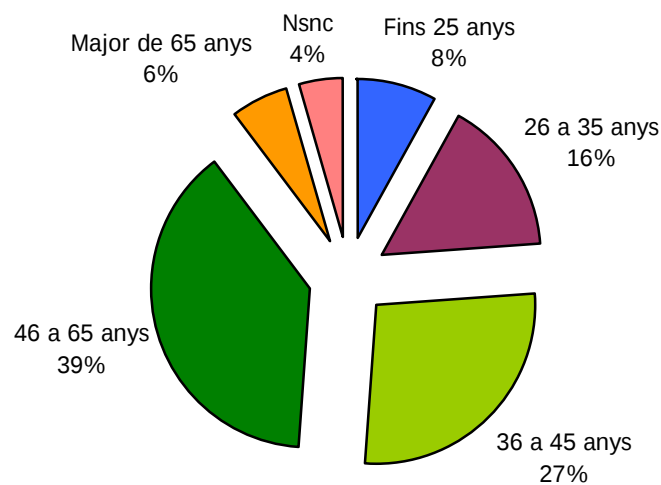


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.3. Edat

Atenent a l'**estructura d'edats**, el percentatge més gran d'enquestats té entre 46 i 65 anys (38,52%), el segon grup en importància són les persones entre els 36 i 45 anys (27,26%), els segueixen les persones de 26 a 35 anys (16,04%) i els grups menys nombrosos són els menors de 25 anys (7,94%) i les persones majors de 65 anys (5,80%). Un 4,45% no va facilitar informació sobre la seua edat.

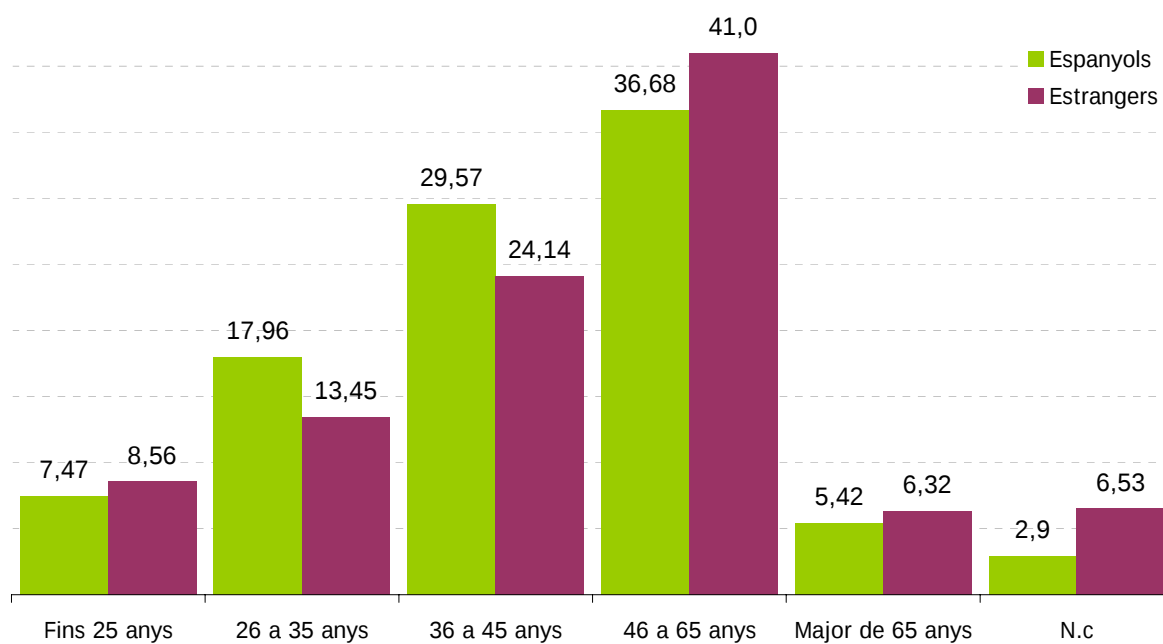
GRÀFIC 3A: VOLUM D'ENQUESTATS PER GRUPS D'EDAT (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Si es realitza un desglossament dels resultats **segons el lloc de residència** dels enquestats, s'aprecia que els grups de major edat estrangers són els de 46 a 65 anys i de 36 a 45 anys, grups que també són els més nombrosos per als residents a Espanya, tal com mostra el gràfic 3B:

GRÀFIC 3B: EDAT SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA (EN %)

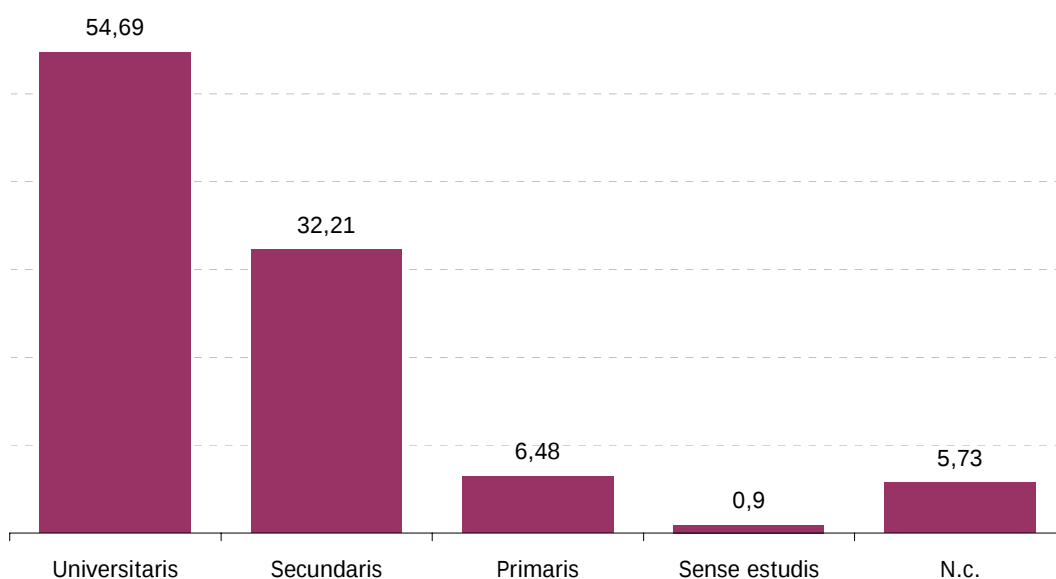


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.4. Nivell d'estudis

Quant a l'anàlisi **del nivell d'estudis aconseguït** per la població de la mostra, dels resultats obtinguts s'extrau que el 54,69% posseeix estudis universitaris, el 32,21% estudis secundaris, el 6,48% estudis primaris i tan sols el 0,9% no té alguna titulació acadèmica. El 5,73% dels qüestionaris no facilita resposta a aquesta pregunta.

GRÀFIC 4: NIVELL D'ESTUDIS (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

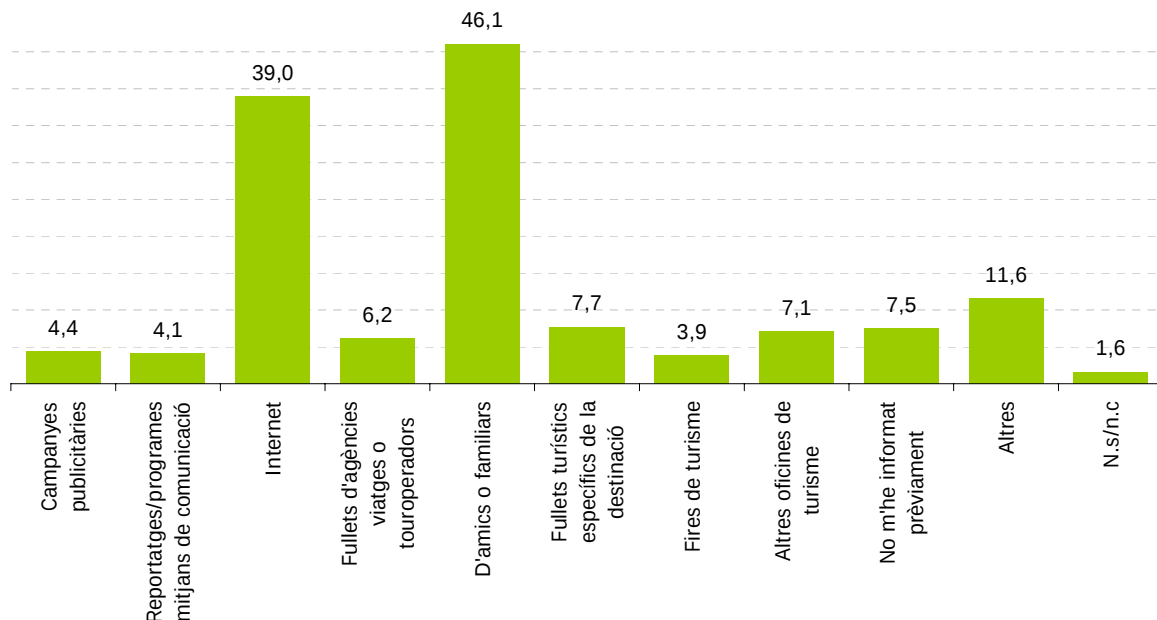
Més de la meitat d'enquestats disposa de títol universitari, això reflecteix, en aquest cas, que un major nivell cultural propícia una major inquietud a l'hora de visitar una determinada destinació i per tant la necessitat demanar major informació sobre el mateix.

3. CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

3.1. Canals d'informació sobre destinacions turístiques

Un aspecte interessant és el coneixement dels **canals informatius que han utilitzat els enquestats per a obtenir informació de la destinació visitada**. S'observa que el **principal canal d'informació** ha sigut els **amics o familiars** (46,1%). El segon canal més utilitzat és **Internet** (39%), seguit d'altres **mitjans** (11,6%) i de **fullets turístics específics de la destinació** (7,7%).

GRÀFIC 5: MITJANS D'INFORMACIÓ EMPRATS (EN %)

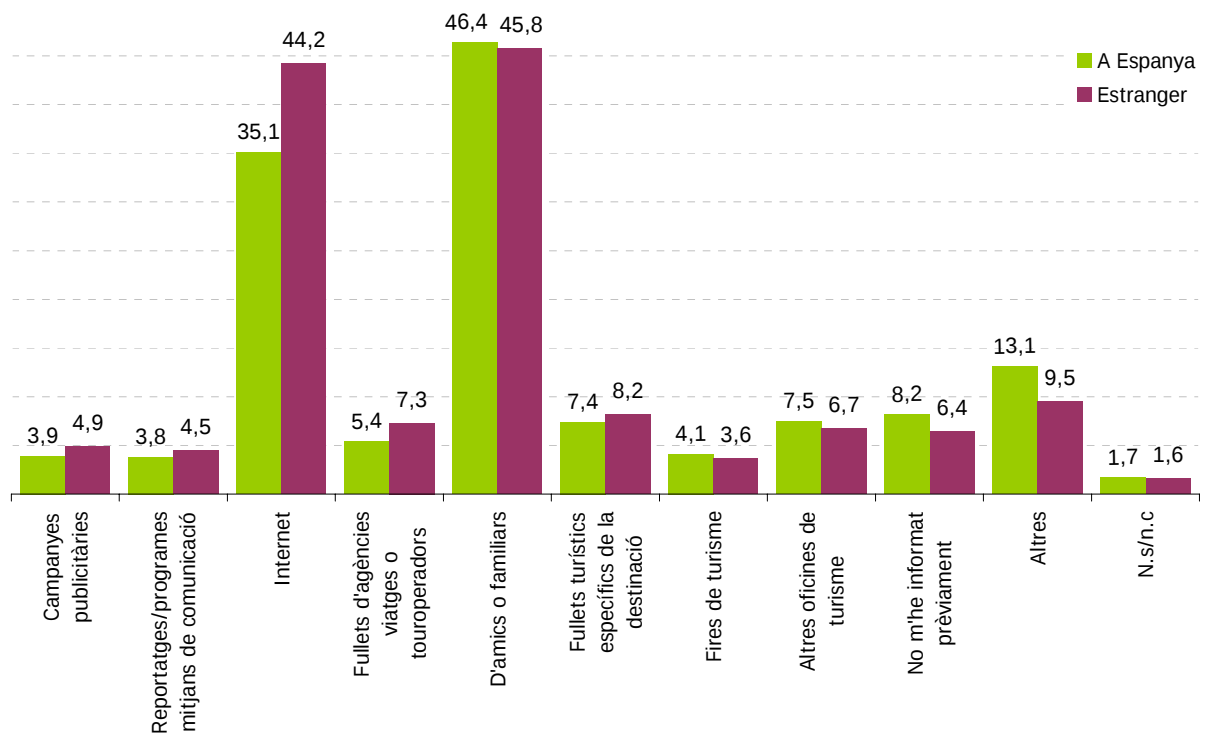


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Si desagreguem la informació anterior segons el lloc de residència dels enquestats, s'observen algunes diferències: els residents en l'estranger van rebre informació del municipi visitat a través d'Internet majoritàriament en un 44,2%, enfront dels residents a Espanya amb un 35,1%.

La recomanació a través d'**amics o familiars** continua sent el mitjà a través del qual es rep, en major grau, la informació del municipi visitat, un 45,8% els estrangers enfront d'un 46,4% els espanyols.

GRÀFIC 5A: MITJANS D'INFORMACIÓ EMPLEATS SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA
(EN %)

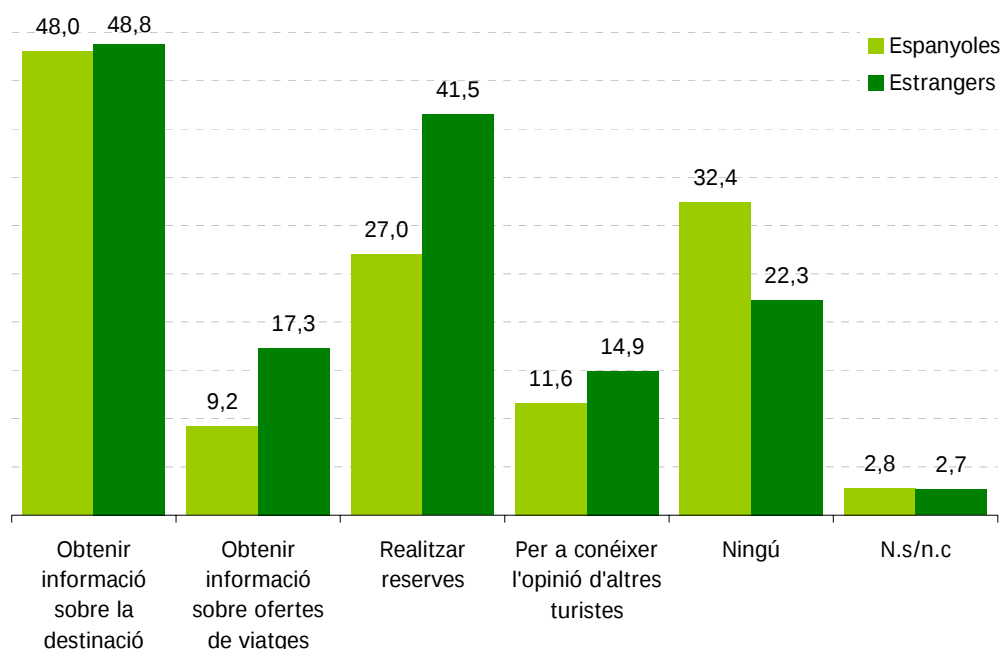


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

L'àmbit turístic **Internet** és un instrument imprescindible de comunicació entre l'oferta i la demanda i un any més, s'observa la **tendència creixent de l'ús d'aquesta ferramenta** per a obtenir tot tipus d'informació sobre les destinacions, empreses i servicis.

Davant de la pregunta sobre **quin ús s'ha realitzat d'Internet per a la preparació de la seua visita** al municipi en què han sigut enquestats, un **48,3 %** d'ells, van afirmar haver recorregut a **Internet per a obtenir informació sobre la destinació**, dada que aconseguix **un 48,8 % per a la demanda estrangera**. Cal destacar la diferència a l'hora de **realitzar reserves *online*** entre els enquestats segons el seu lloc de residència, hi ha una diferència entre ambdós de 15 punts percentuals (27% els espanyols enfront del 41,5% els estrangers). El gràfic 6 mostra els resultats obtinguts en la pregunta relativa a l'ús realitzat d'Internet pels enquestats en les oficines *Tourist Info* segons el seu lloc de residència:

GRÀFIC 6: ÚS REALIZAT D'INTERNET (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Un altre aspecte d'interés és el coneixement de la **pàgina web turística del municipi visitat**. El 44,9% de la població enquestada ha visitat la dita pàgina web. Aquest percentatge augmenta fins al 48,9% entre els que pernocten en el municipi on han realitzat l'enquesta.

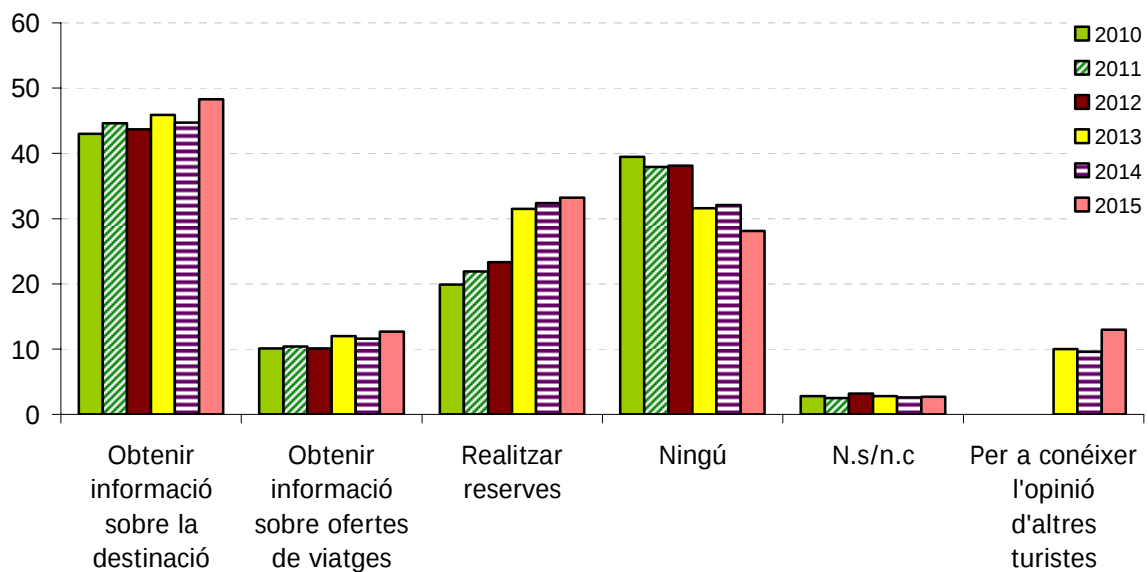
Si analitzem els resultats **segons el canal de comunicació empleat per a obtenir informació de la Comunitat Valenciana** els resultats revelen que, del total de persones que van utilitzar Internet, un **70,3 %** ho van fer per a obtenir informació de la destinació.

3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2015

Es constata un ús creixent d'Internet pels enquestats en les oficines; s'ha passat, d'un 43% en 2010 que van afirmar haver obtingut informació per a la seua visita al municipi, a través d'aquest mitjà, a un 48,3% en 2015. També s'aprecia un **marcat ascens en l'ús d'aquesta ferramenta per a realitzar reserves**, que ha passat d'un 19,9% en 2010 a un 33,2% en 2015.

En 2013 es va introduir una nova opció de resposta, que és l'ús d'Internet per a **conèixer l'opinió d'altres turistes** respecte del municipi, que ha passat del 10% en 2013 al 13% en 2015.

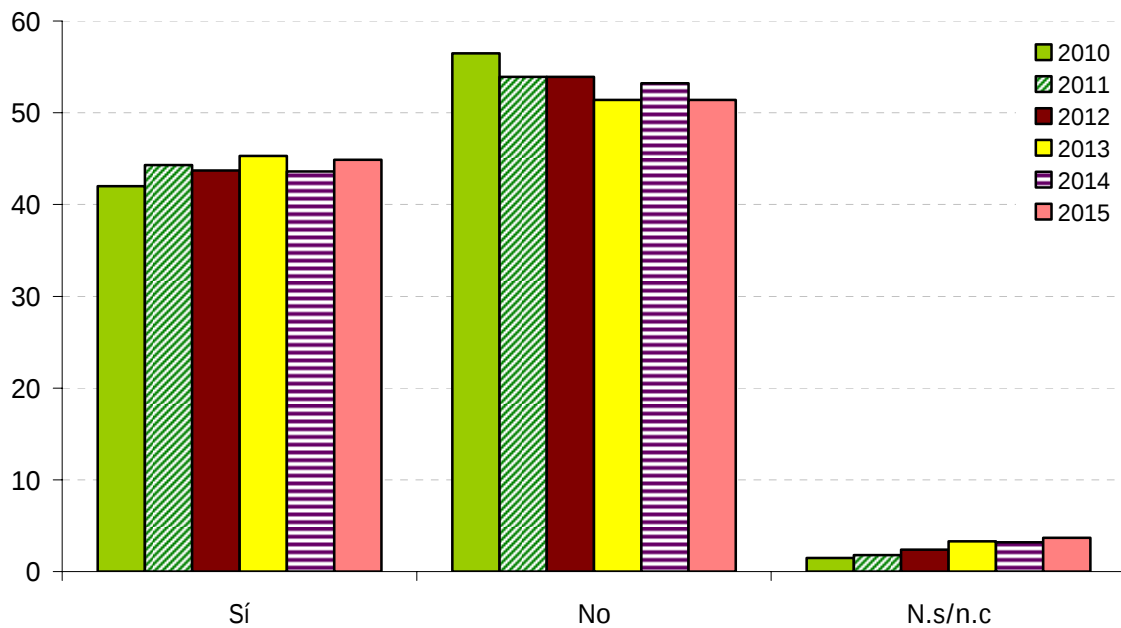
GRÀFIC 6A: EVOLUCIÓ DE L'US REALITZAT D'INTERNET PER A LA PREPARACIÓ DE LA VISITA AL MUNICIPI 2010-2015



Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 i 2015

S'aprecia un increment entre els que afirmen haver visitat la pàgina web del municipi, d'un 42% en 2010 al 44,9% de 2015.

GRÀFIC 6B: EVOLUCIÓ DE L'ACCÉS A LA PÀGINA WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPI
2010-2015



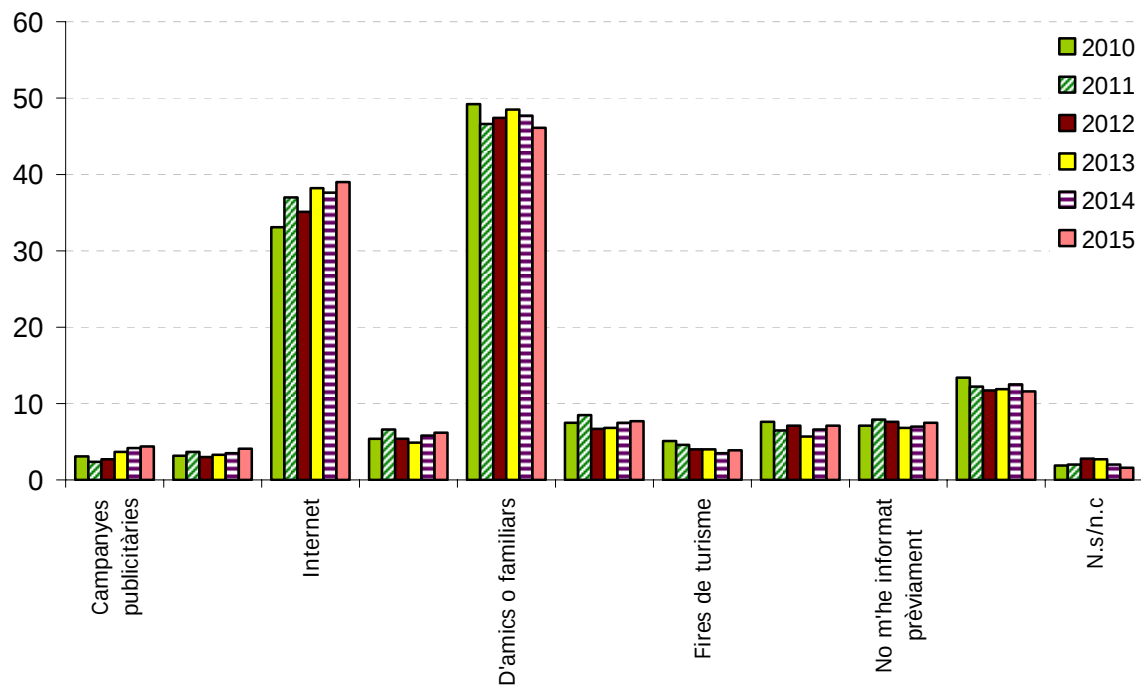
Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 i 2015

El mitjà més habitual d'obtenció d'informació sobre el municipi és a través d'**amics o familiars**, en l'evolució del qual s'aprecia un lleuger descens, passant d'un 49,2% en 2010 a un 46,1% en 2015.

En segon lloc i com a mitjà més habitual d'obtenció d'informació torna a ser **Internet**, l'evolució del qual torna a mostrar-se positiva, en 2010 un 33,1% dels enquestats va obtenir informació a través d'aquest mitjà, passant a ser en 2015 un 39%.

S'aprecia un increment entre els que van rebre informació del municipi a través de **campanyes publicitàries**, passant en 2010 del 3,1% al 4,4% en 2015 i en relació a què van rebre informació a través de **fires de turisme**, s'observa una tendència decreixent, havent passat del 5,1% en 2010 al 3,9% en 2015.

GRÀFIC 6C: EVOLUCIÓ DELS MITJANS A TRAVÉS DELS QUALS VA REBRE INFORMACIÓ
SOBRE EL MUNICIPI 2010-2015



F

Font: elaboración propia en base a los datos de las encuestas de verano 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

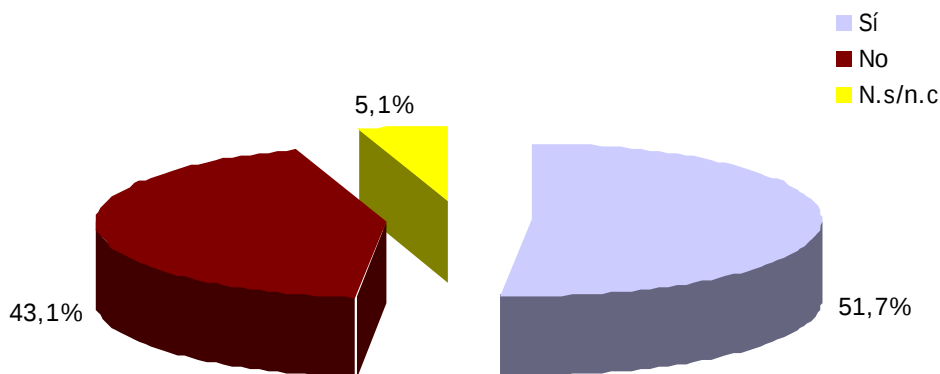
3.3. Reserves

Més de la meitat de la mostra ha organitzat el seu viatge a la destinació **efectuant reserva prèvia** (51,7%).

Dins del grup que sí que realitza algun tipus de reserva prèvia quan organitza les seues vacances, el **39,7%** efectua la seua reserva en **hotels** i el **26,4%** realitza la seua reserva en un **habitatge llogat**, al contrari, aquells **enquestats que no realitzen cap tipus de reserva prèvia**, òbviament s'allotgen majoritàriament en **habitatge en propietat** (34%) i en **habitatges d'amics i familiars** (26%) i en **habitatge llogat** (16,8%).

Els estrangers enquestats que realitzen algun tipus de reserva prèvia aconseguixen el 56,1%, enfront del 48,4% dels residents a Espanya enquestats.

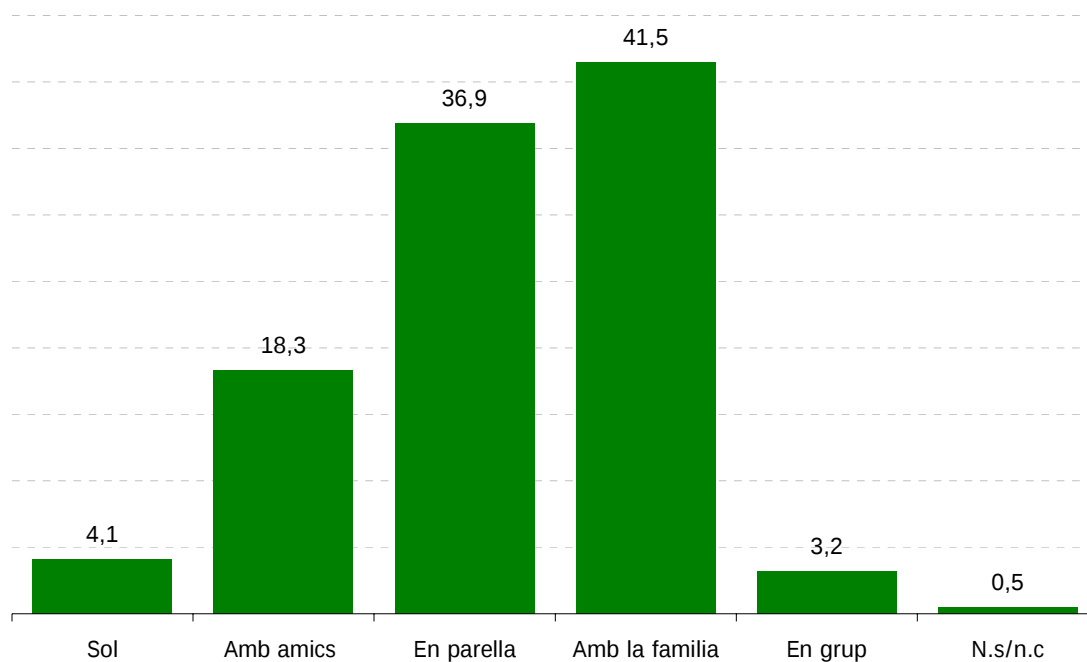
GRÀFIC 7: RESERVA PRÈVIA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Els enquestats que afirmen haver realitzat **reserva**, viatgen majoritàriament **en família** (41,5%), **en parella** (36,9%) i amb **amics** (18,3%).

GRÀFIC 8: GRUPS DE VIATGE AMB RESERVA (EN %)

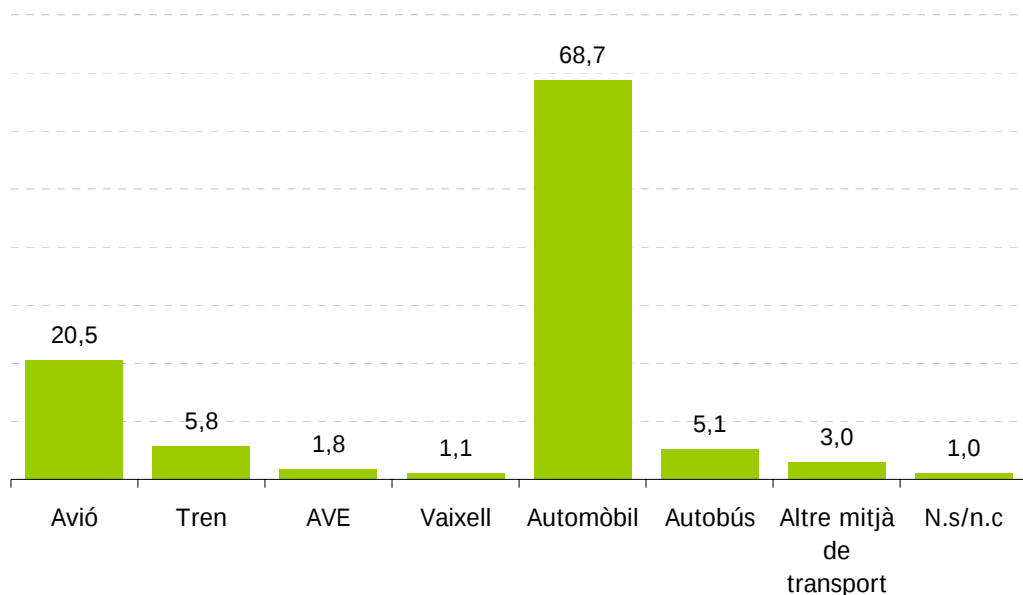


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

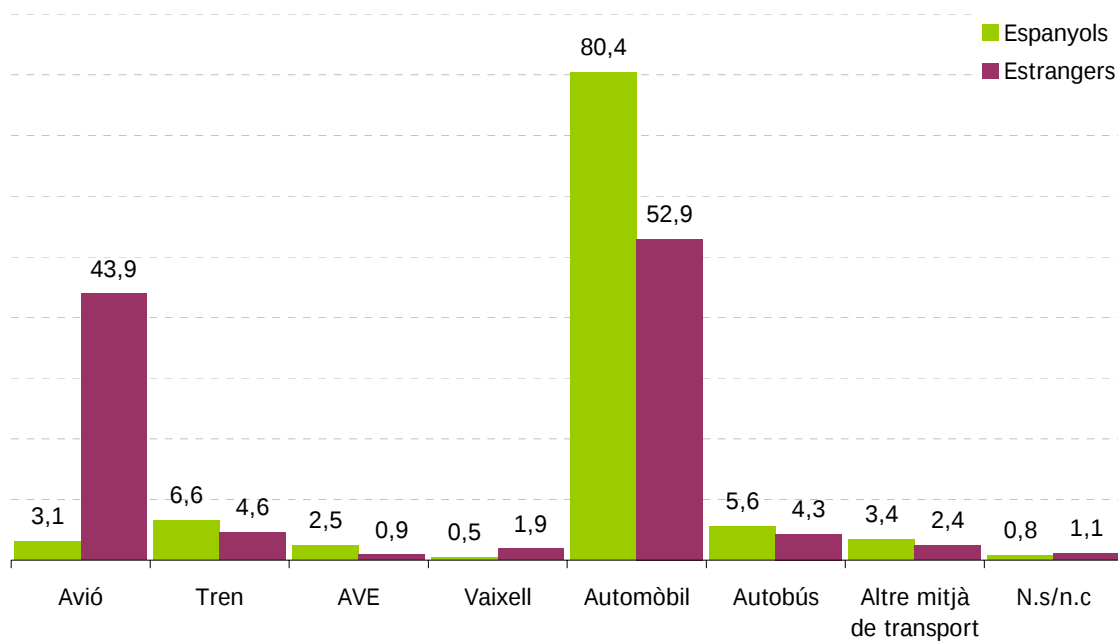
3.4. Mitjà de transport utilitzat

El **mitjà de transport a la destinació vacacional** més utilitzat és l'automòbil (68,7%) i a continuació, però amb un percentatge prou menor, es troba l'avió (20,5%). No obstant això, hi ha notables diferències segons el lloc de residència de l'enquestat. Els **residents a Espanya** fan ús principalment de l'**automòbil** per als seus desplaçaments (80,4%), emprant l'avió només en un 3,1% dels casos. No obstant això, els **residents en l'estranger** enquestats, es desplacen principalment en **automòbil** (52,9%) i amb **avió** (43,9%).

GRÀFIC 9: MITJÀ DE TRANSPORT UTILITZAT (EN %)



GRÀFIC 9A: MITJÀ DE TRANSPORT EMPRAT SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA (EN%)

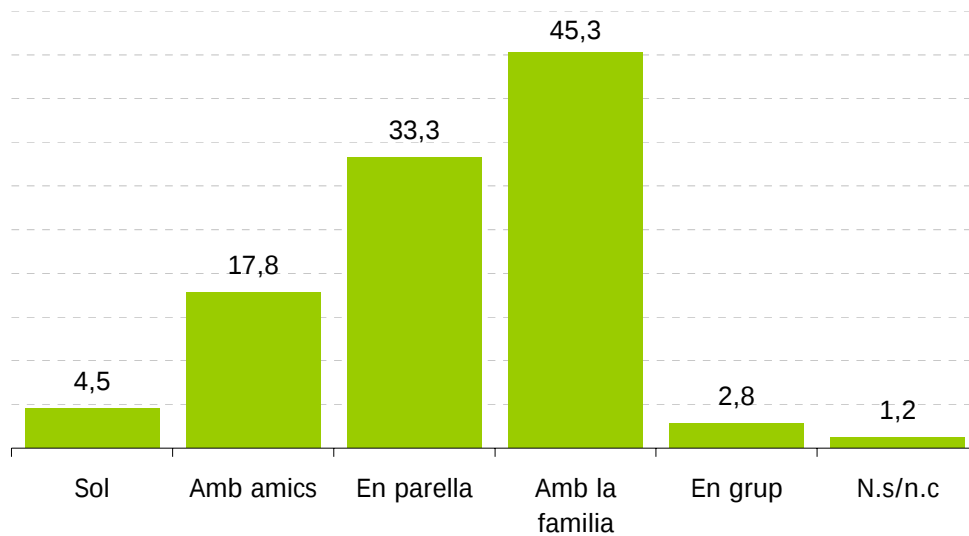


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

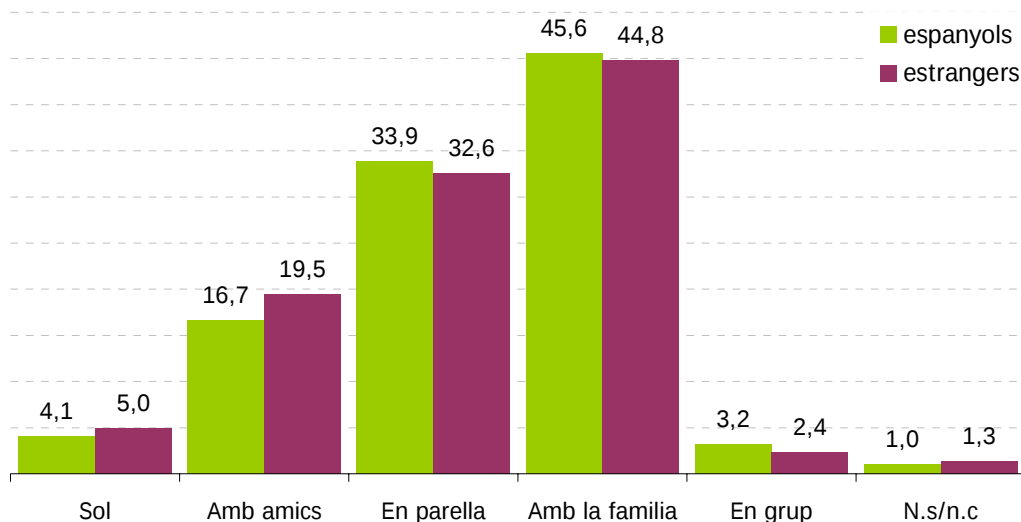
3.5. Composició del grup de viatge

La mostra ha indicat que realitza principalment el seu viatge amb la **família** (45,3%), a continuació en **parella** (33,3%) i en menor grau amb **amics** (17,8%). Si desglossem els resultats entre residents a Espanya i en l'estranger, aquesta dada a penes pateix variació, ja que entre els estrangers, la família també constitueix el principal grup de viatge durant la seua visita a la Comunitat Valenciana, seguit de la parella i amics.

GRÀFIC 10: COMPOSICIÓ DEL GRUP DE VIATGE (EN %)



GRÀFIC 10A: COMPOSICIÓ GRUP DE VIATGE SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA

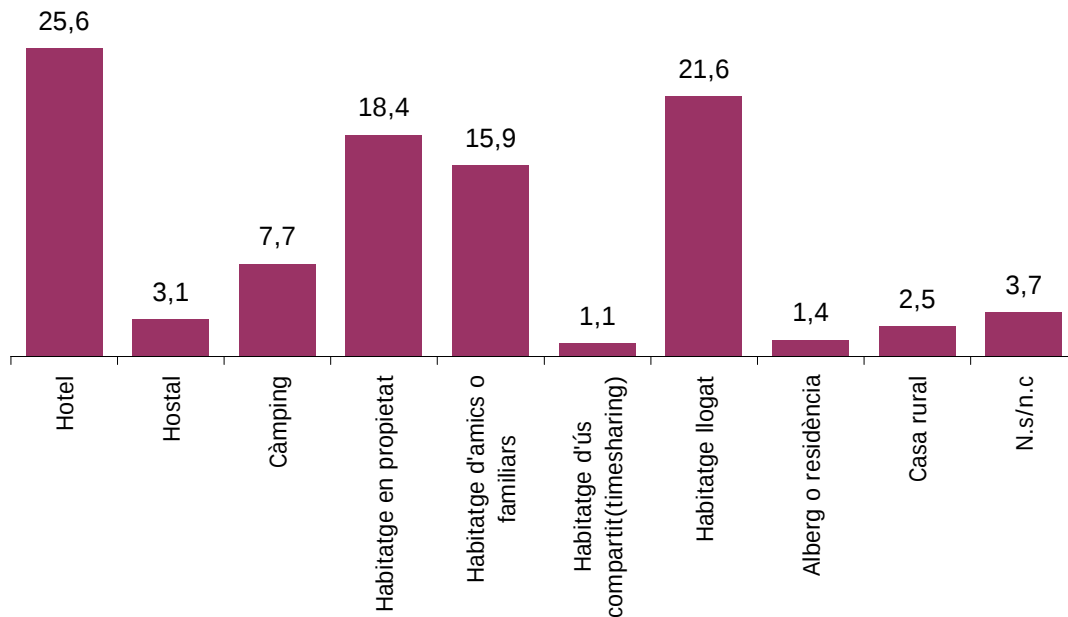


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

3.6. Allotjament utilitzat

Respecte al tipus d'allotjament **utilitzat durant l'estada**, destaquen l'hotel (25,6%), la habitatge llogat (21,6%), la habitatge en propietat (18,4%) i la habitatge d'amics o familiars (15,9%)¹.

GRÀFIC 11: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT (EN %)

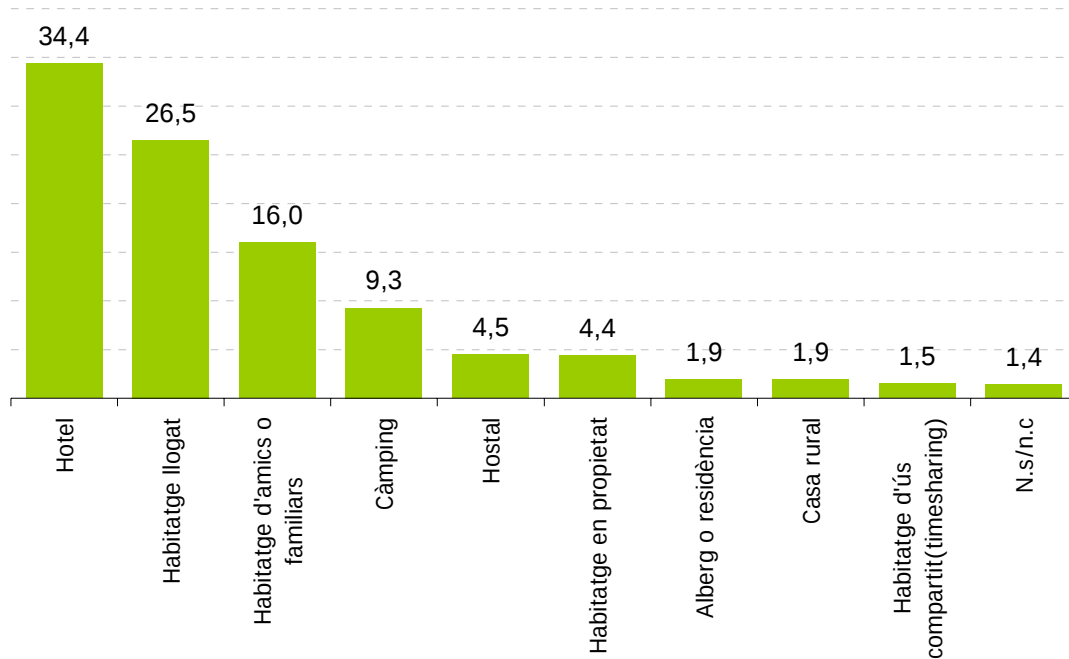


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Del total d'enquestats (7.737), el 65,30% afirma que no és la seua primera estada de vacances/oci en la Comunitat Valenciana i aquests s'allotgen majoritàriament en habitatge en propietat (25,2%), hotel (21,8%) i habitatge llogat (19,3%). L'orde de preferència en l'allotjament per part dels enquestats que van apuntar que era la seua primera estada de vacances/oci en la Comunitat Valenciana (31,86%) va ser hotel (34,4%), habitatge llogat (26,5%) i habitatge d'amics o familiars (16%). (Veure gràfics 11A i 11B).

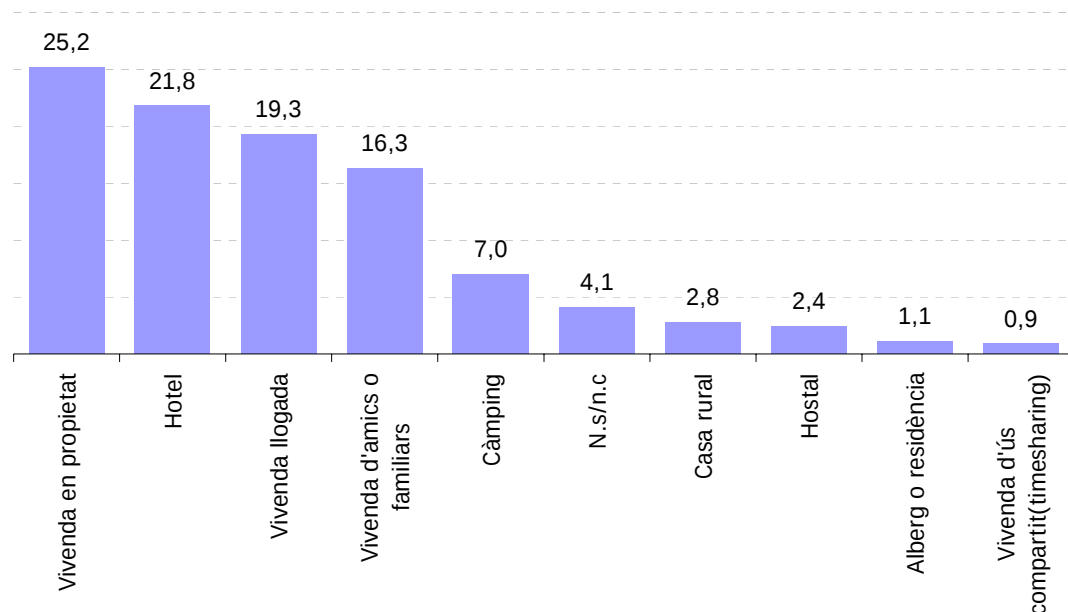
¹ La suma de tots els percentatges d'ús de totes les modalitats d'allotjament és superior al 100%. Açò és degut al fet que aquesta qüestió és de resposta múltiple, és possible que durant la seua estada algun dels enquestats hi haja empleat més d'una modalitat d'allotjament.

GRÀFIC 11A: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT PELS ENQUESTATS EN LA SEUA PRIMERA ESTADA DE VACACIONS/OCI A LA COMUNITAT VALENCIANA



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

GRÀFIC 11B: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT PELS QUE JA HAN GAUDIT D'ESTADA DE VACACIONS/OCI A LA COMUNITAT VALENCIANA

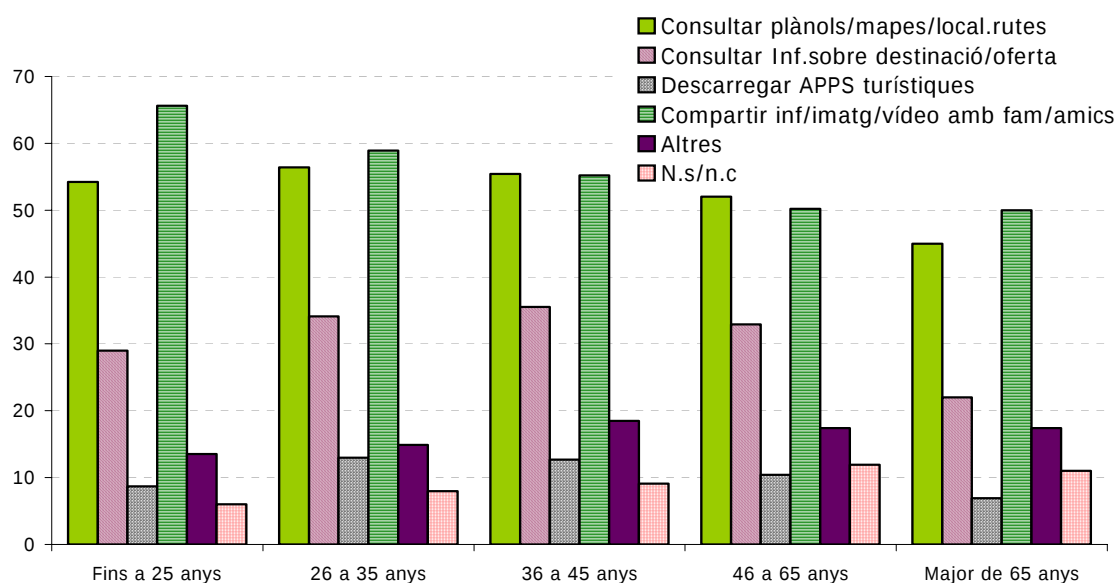


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Si desagreguem les dades **segons el país de residència**, s'observa que dins del grup de

residents a Espanya destaquen els que s'allotgen en hotel (27,1%), en habitatge en propietat (22,2%), els que fan ús d'habitatge de lloguer (16,6%) i habitatges d'amics o familiars (14,1%). Dins del grup de **residents en l'estranger** destaquen els que fan ús d'habitatge llogat (28,5%), els que s'han allotjat en hotel (23,5%), els que s'allotgen en habitatges d'amics o familiars (18,4%) i els que s'allotgen en habitatge en propietat (13,3%). (Veure gràfic 12).

GRÀFIC 12: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA

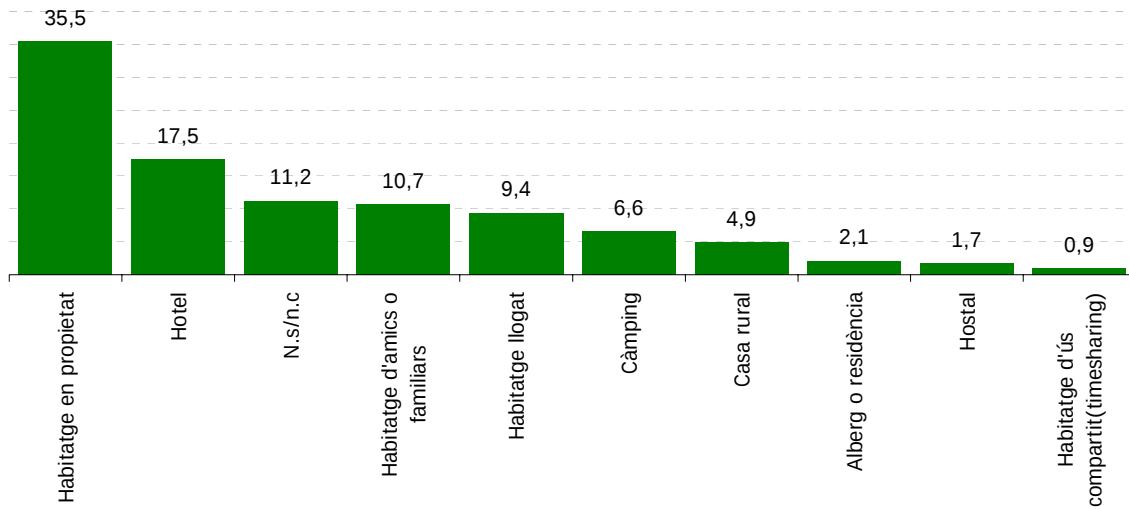


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

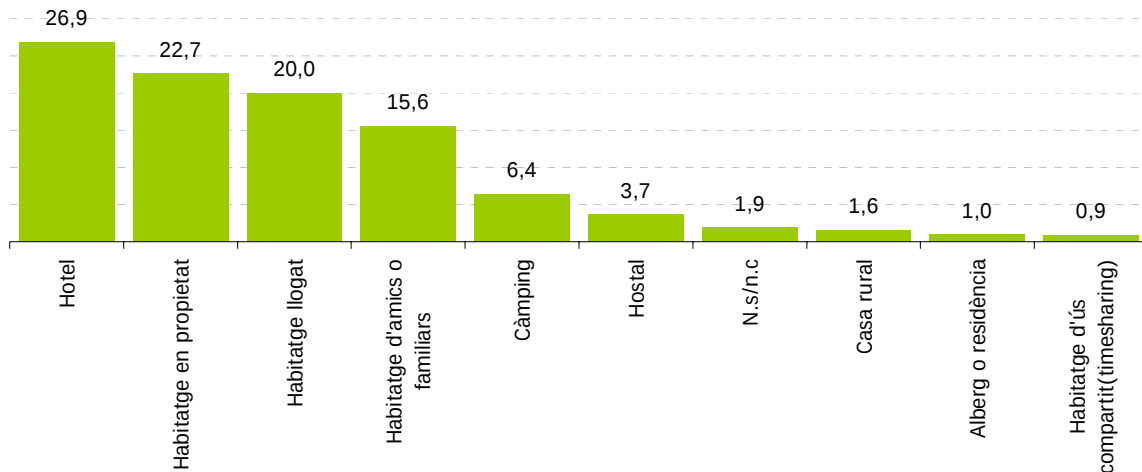
Desagregant les **dades de residents a Espanya per comunitats autònomes** i en relació als grups de procedència més nombrosos -Comunitat Valenciana, Madrid, Catalunya, País Basc, Castella i Lleó i Aragó-, els resultats quant a les modalitats d'allotjament preferides pels enquestats, encara que en diferent orde de preferència, estarien dividits en dos grups: en primer lloc el compost per habitatge en propietat, hotel, habitatge d'amics o familiars i habitatge llogat, i un segon grup, que en menor grau prefereix allotjar-se en càmping, hostel i casa rural, sent el càmping l'únic allotjament que, per a tots els grups de procedència, se situa en quinta posició de preferència.

A continuació es pot apreciar gràficament les principals modalitats d'allotjament segons CCAA de procedència:

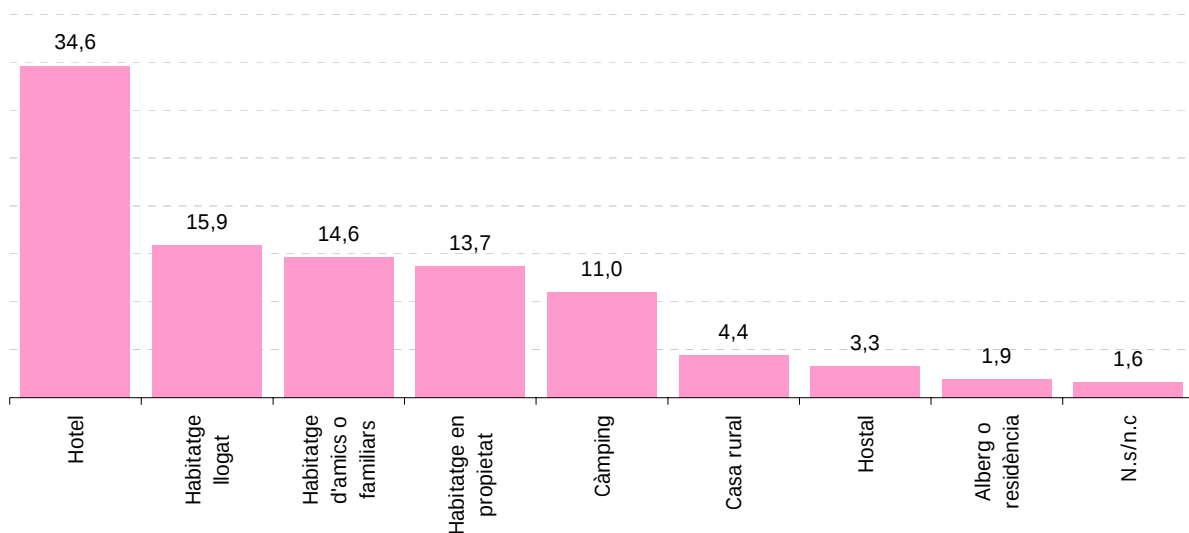
GRÀFIC 12A: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS DE LA COMUNITAT VALENCIANA (EN %)



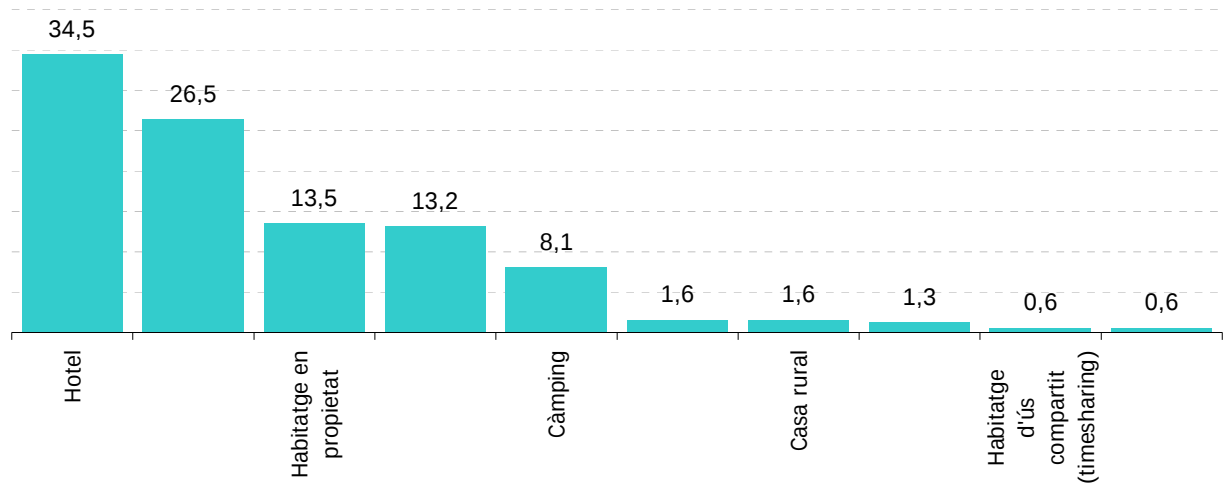
GRÀFIC 12B: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS DE LA COMUNITAT DE MADRID (EN %)



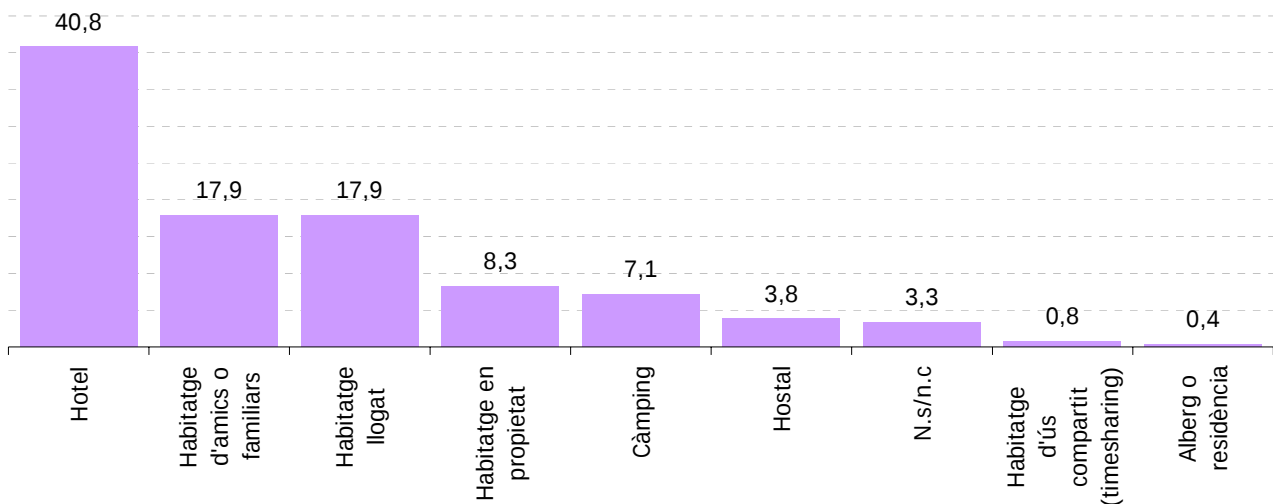
GRÀFIC 12C: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS DE CATALUNYA (EN %)



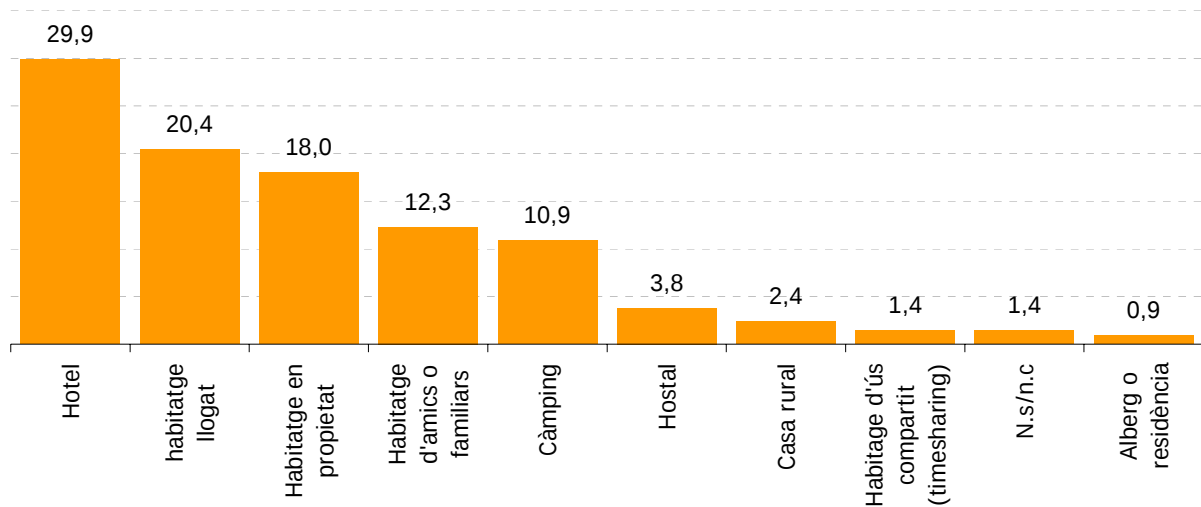
GRÀFIC 12D: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS DE PAÍS BASC (EN %)



GRÀFIC 12E: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS DE CASTELLA I LLEÓ (EN %)



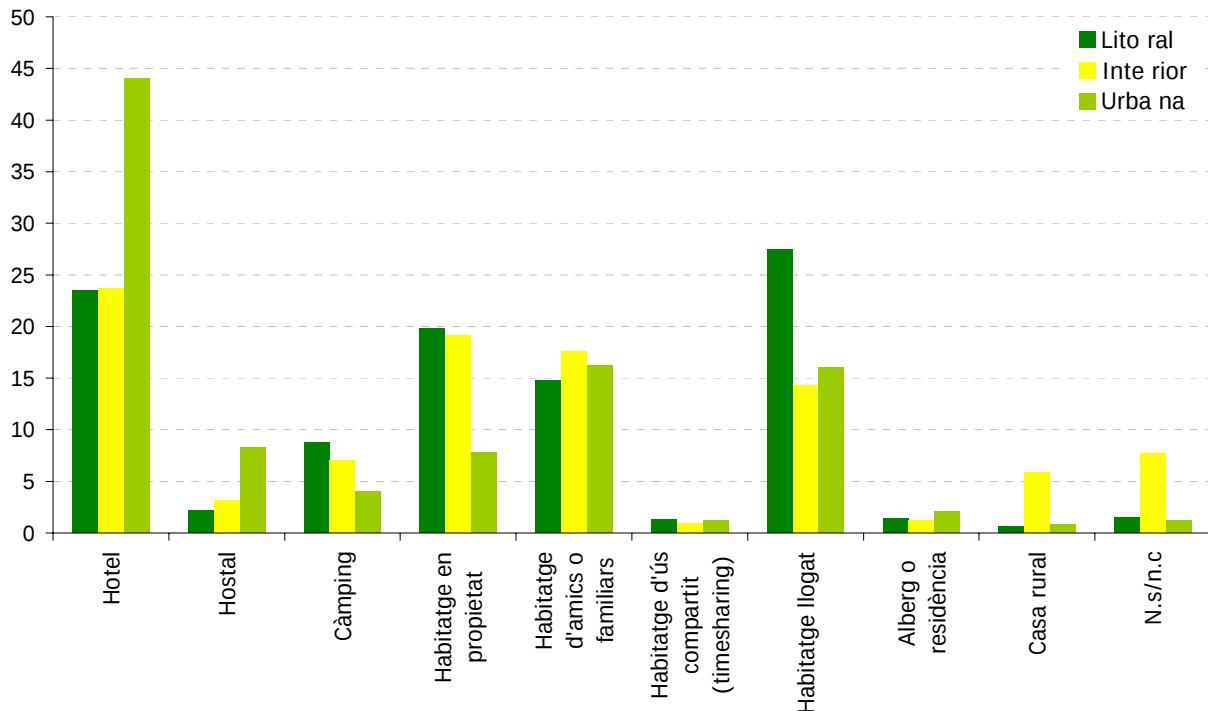
GRÀFIC 12F: MODALITAT ALLOTJATIVA PER ALS PROCEDENTS D'ARAGÓ (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Així mateix s'aprecien diferències en el tipus d'allotjament depenent de la ubicació de l'oficina, és a dir, depenent de la seua localització, al mitjà litoral, interior o urbana:

GRÀFIC 13: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT SEGONS UBICACIÓ DE L'OFICINA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

A aquest respecte, hi ha un major percentatge d'enquestats **en oficines** classificades com a **urbanes** que **s'allotgen en hotels** (44%) i en habitatges d'amics o familiars (16,2%) i quasi idèntic percentatge en habitatge llogat (16%). Els enquestats en oficines ubicades en **àmbit litoral** han empleat principalment l'**habitatge llogat** (27,5%) i hotel (23,5%). Els enquestats en **oficines d'interior** s'allotgen majorment en **hotels** (23,7%) i en habitatge en propietat (19,1%).

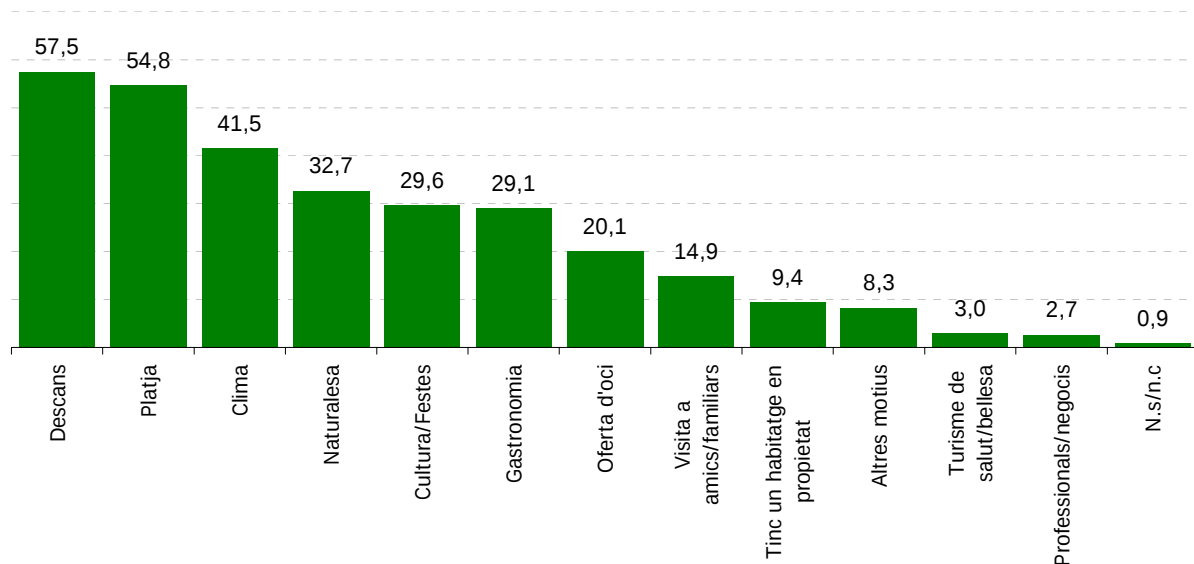
També és d'interés observar el tipus d'allotjament **empleat** pels **diferents grups de viatge**. Les persones que viatgen **en família** utilitzen principalment l'habitatge llogat (59,9%), els que viatgen **en parella** s'allotgen majoritàriament en hotel (47,9%) i els que viatgen **amb amics** empren en major grau l'hostal (28,1%), els que viatgen **en grup** s'allotgen majoritàriament en albergs o residències (24,3%), igual que els que viatgen **sols**, que s'allotgen principalment en alberg o residència (14%).

3.7. Principals motius de la visita al municipi on va ser enquestat

Un aspecte que resulta de gran interès és conèixer els motius que han incentivat als usuaris de la xarxa Tourist Info a visitar el municipi on han sigut enquestats.

Segons els resultats obtinguts, les **sis principals motivacions** són, per orde d'importància: el **descans**, la **platja**, el **clima**, la **naturalesa**, la **cultura/festes** i la **gastronomia**.

GRÀFIC 14: MOTIUS DE VISITA (EN %)

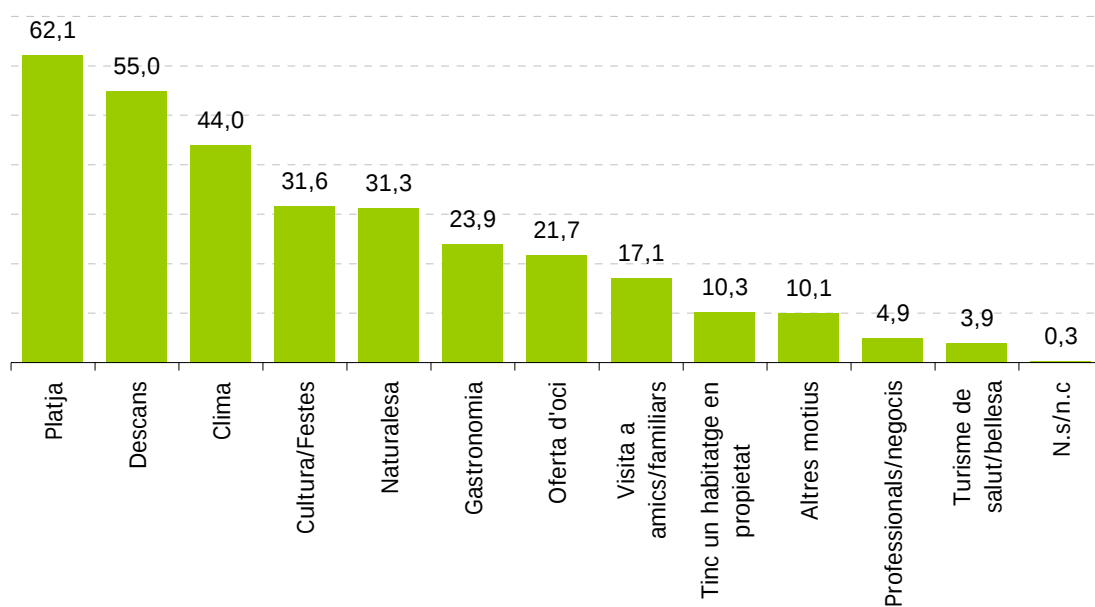


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

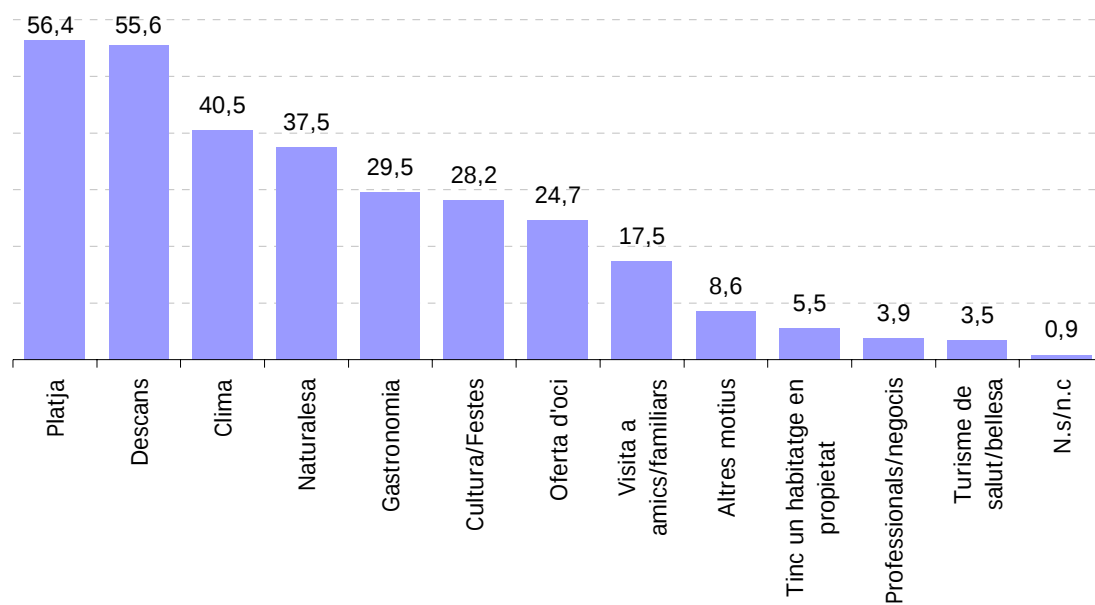
Per a tots els **segments d'edat** els motius de visita, encara que amb lleugera variació en la seua orde, són els mateixos: platja, descans, clima, naturalesa, cultura/festes, gastronomia i oferta d'oci.

A continuació es pot apreciar gràficament els principals motius de visita segons grup d'edat:

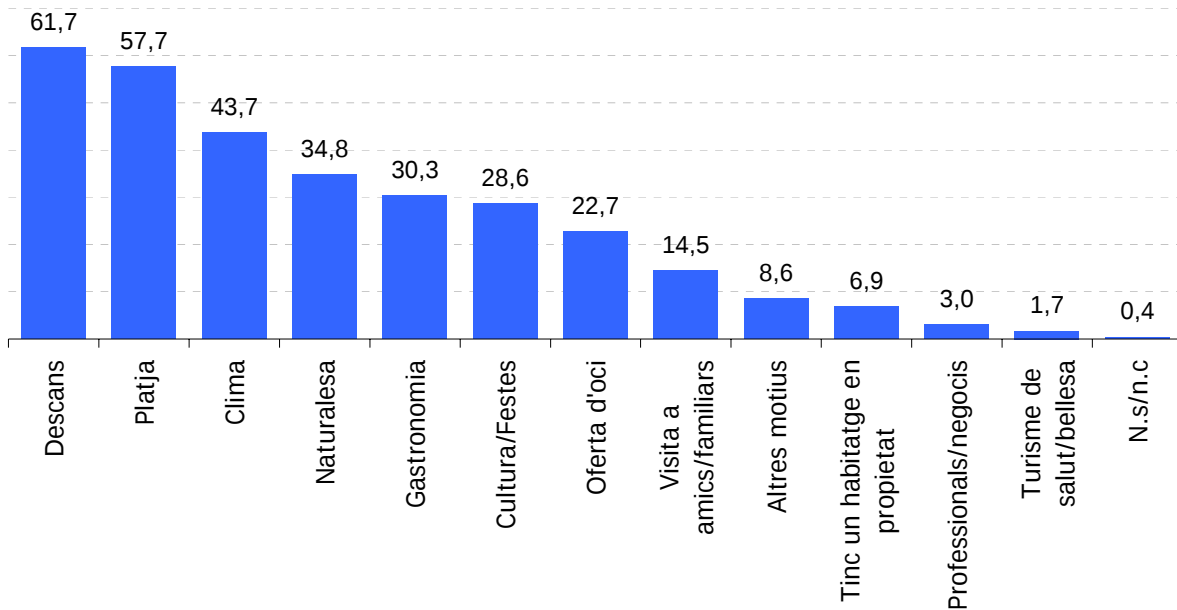
GRÀFIC 14A: GRUP FINS A 25 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



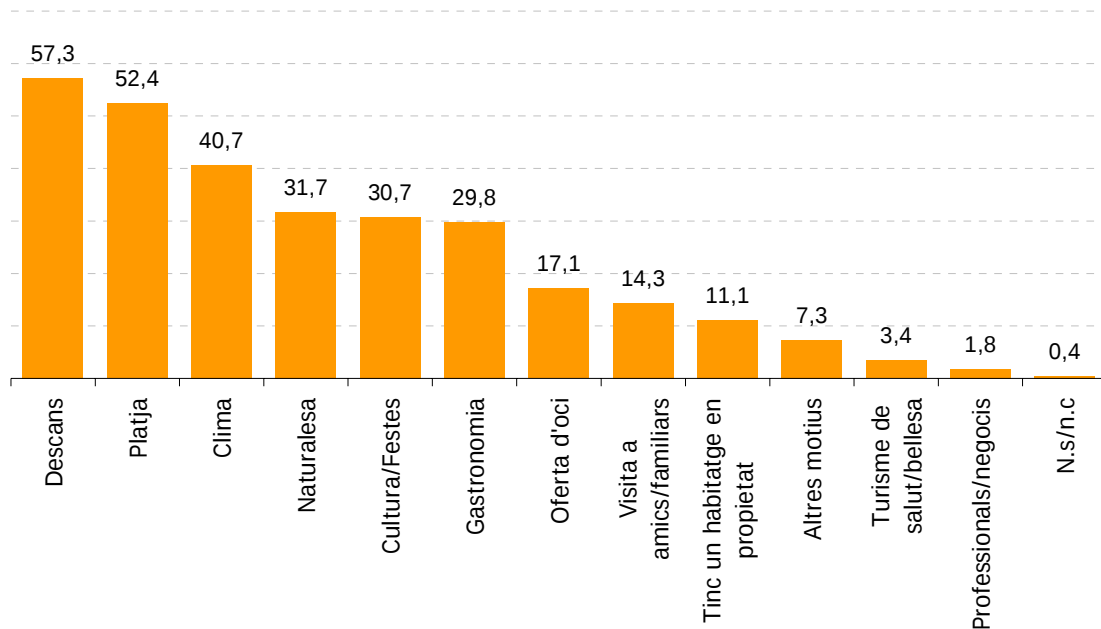
GRÀFIC 14B: GRUP 26-35 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



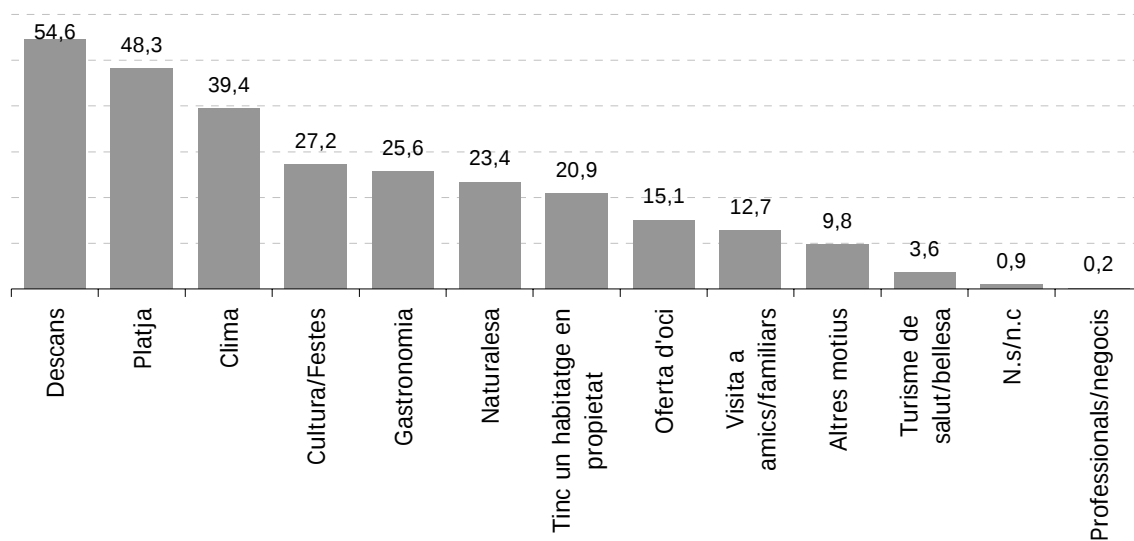
GRÀFIC 14C: GRUP 36-45 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



GRÀFIC 14D: GRUP 46-65 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



GRÀFIC 14E: GRUP MAJOR 65 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Segons la ubicació de l'oficina i la ubicació del municipi on l'usuari de la Tourist Info ha sigut enquestat, s'observa que tenen més pes unes motivacions o altres, segons es detalla a continuació:

1. Usuaris enquestats en **oficines de litoral**:

- Platja
- Descans
- Clima
- Gastronomia
- Naturalesa

2. Usuaris enquestats en **oficines d'interior**:

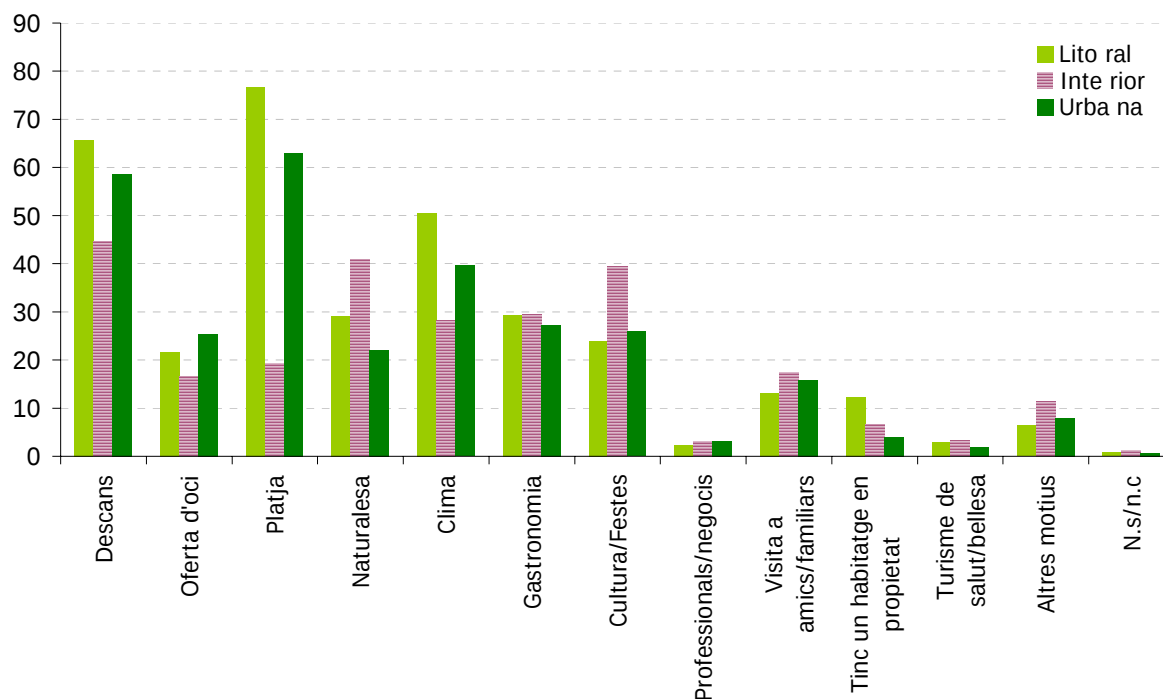
- Descans
- Naturalesa
- Cultura/Festes
- Gastronomia
- Clima

3. Usuaris enquestats en **oficines d'àmbit urbà**:

- Platja²
- Descans
- Clima
- Gastronomia
- Cultura/Festes

² Cal tindre present que la majoria d'oficines qualificades com a "urbanes" tenen platges en el seu terme municipal. Ex.: València, Alacant.

GRÀFIC 15: MOTIUS DE VISITA SEGONS LA UBICACIÓ DE L'OFICINA ON ES VA REALITZAR L'ENQUESTA (EN %)

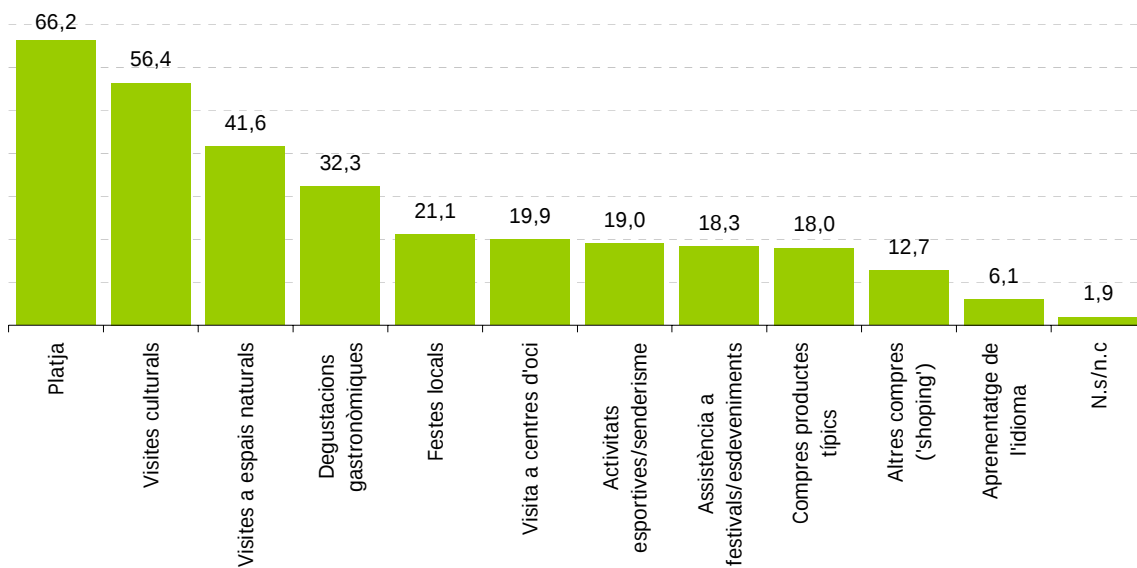


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

3.8. Activitats previstes o realitzades en el municipi on va ser enquestat

Les **cinc principals activitats** realitzades o que pensen realitzar els enquestats durant la seua estada en el municipi on han omplert l'enquesta són, per orde d'importància: **anar a la platja** (66,2%), **visites culturals** (56,4%), **visitar espais naturals** (41,6%), **degustacions gastronòmiques** (32,3%) i assistir a les seues **festes locals** (21,1%)

GRÀFIC 16: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES (EN %)

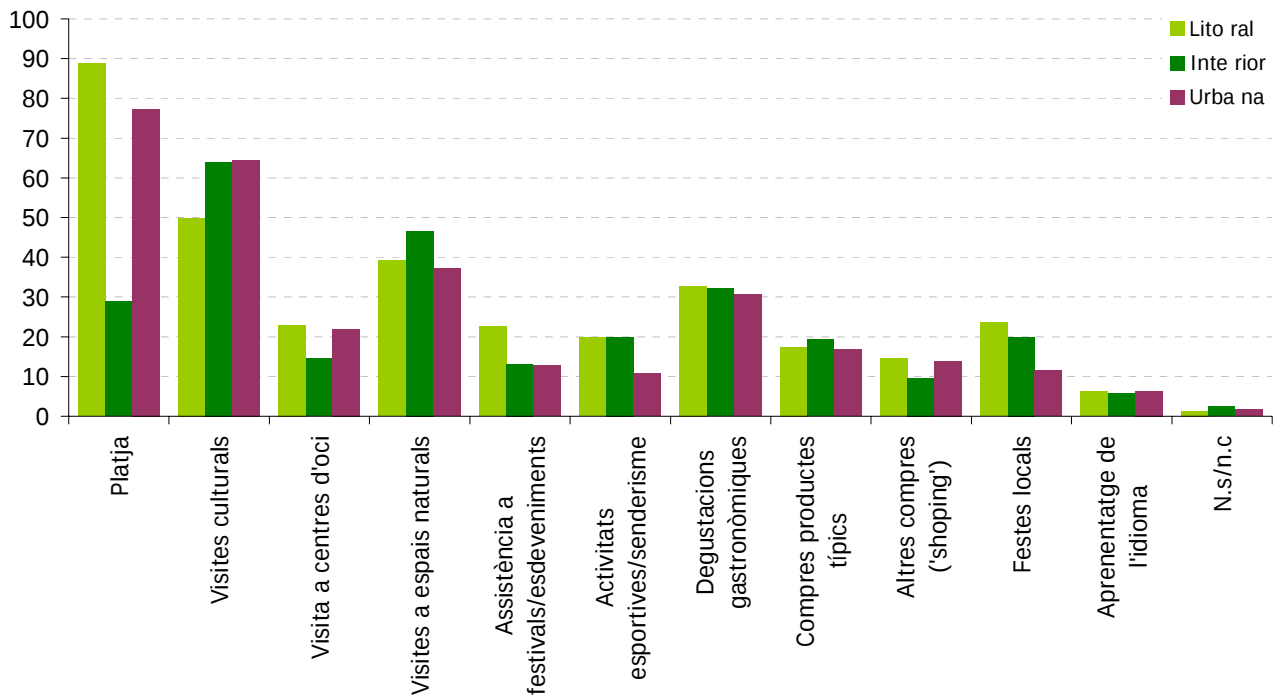


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

A pesar de la ubicació de l'oficina, **les quatre activitats principals realitzades o que pensen realitzar** els enquestats durant la seua estada en el municipi on han omplert l'enquesta, coincideix en tots els tipus d'oficina, independentment de la seua ubicació. El patró observat és el següent:

<u>Oficines de litoral</u>	<u>Oficines d'interior</u>	<u>Oficines urbanes</u>
1. Platja	1. Visites culturals	1. Platja
2. Visites culturals	2. Visites a espais naturals	2. Visites culturals
3. Visites a espais naturals	3. Degustacions gastronòmiques	3. Visites a espais naturals
4. Degustacions gastronòmiques	4. Platja	4. Degustacions gastronòmiques
5. Festes locals	5. Activitats esportives/senderisme	5. Visita a centres d'oci
6. Visita a centres d'oci	6. Festes locals	6. Compres productes típics

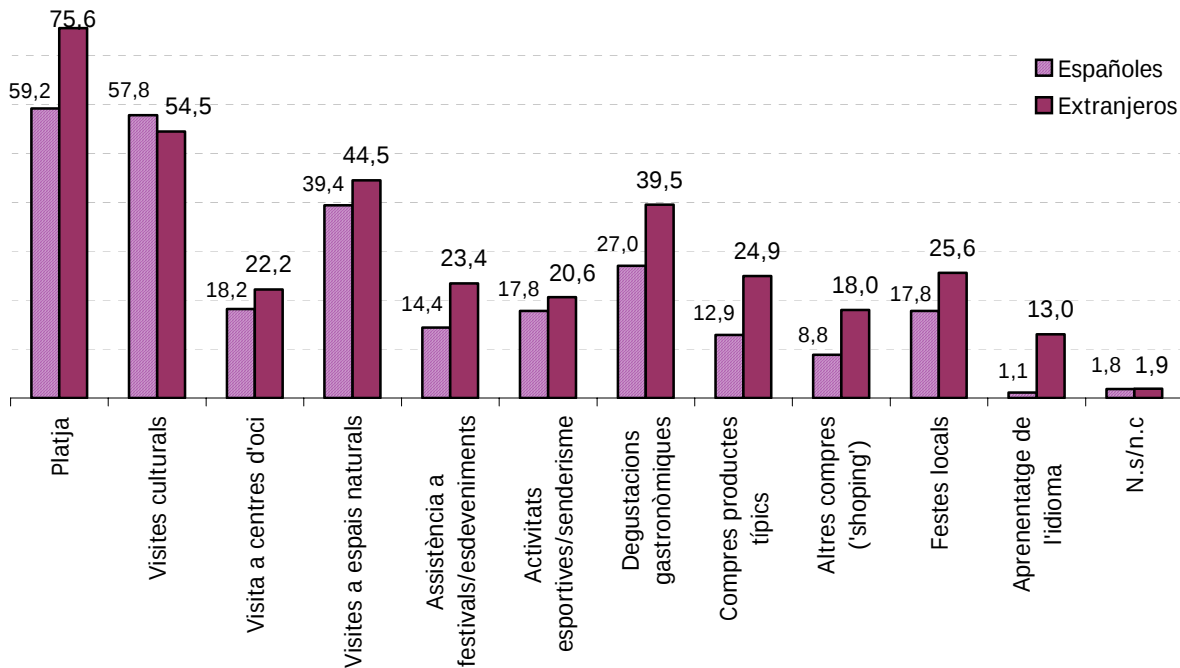
GRÀFIC 17: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES SEGONS UBICACIÓ DE L'OFICINA ON ES VA REALITZAR L'ENQUESTA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Realitzant l'anàlisi segons l'**origen de l'enquestat**, s'observa que els residents en l'estranger presenten una actitud més activa, ja que inclús sent la mostra menor que la d'enquestats que resideixen a Espanya, han aportat un nombre més gran de respostes en tots els ítems valorats en la pregunta, a excepció de **visites culturals**.

GRÀFIC 18: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA
(EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

El qüestionari inclou una pregunta amb l'objectiu d'esbrinar si l'enquestat té **coneixement de l'agenda d'activitats festives i culturals del municipi visitat**. A aquest respecte, un 45,6% de la mostra va manifestar conèixer la dita programació. Aquest percentatge augmenta fins al 50,9% entre els que van indicar pernoctar en el municipi

3.9. Ús de telèfons intel·ligents i tauletes tàctils

En l'Enquesta d'Estiu 2013 es van introduir 3 preguntes més en el qüestionari, relatives a l'ús de telèfons intel·ligents i tauletes tàctils durant la visita, per part dels enquestats.

De la informació arreplegada en 2015, es desprén que el **75,9%** dels enquestats, declara ser **usuari de** telèfon intel·ligent i tauleta tàctil **amb accés a Internet**, açò són 5.869 usuaris, dels 7.737 enquestats. El primer any que es va introduir aquesta qüestió, en 2013, aquesta xifra va ser del 61,1%, és a dir 4.350 usuaris de les 7.121 enquestes i en 2014 va ser del 70,3% (5.221 usuaris, dels 7.426 enquestats); tot això ens tira un **increment en el nombre d'usuaris enquestats del 35 % en 2015 respecte al 2013**.

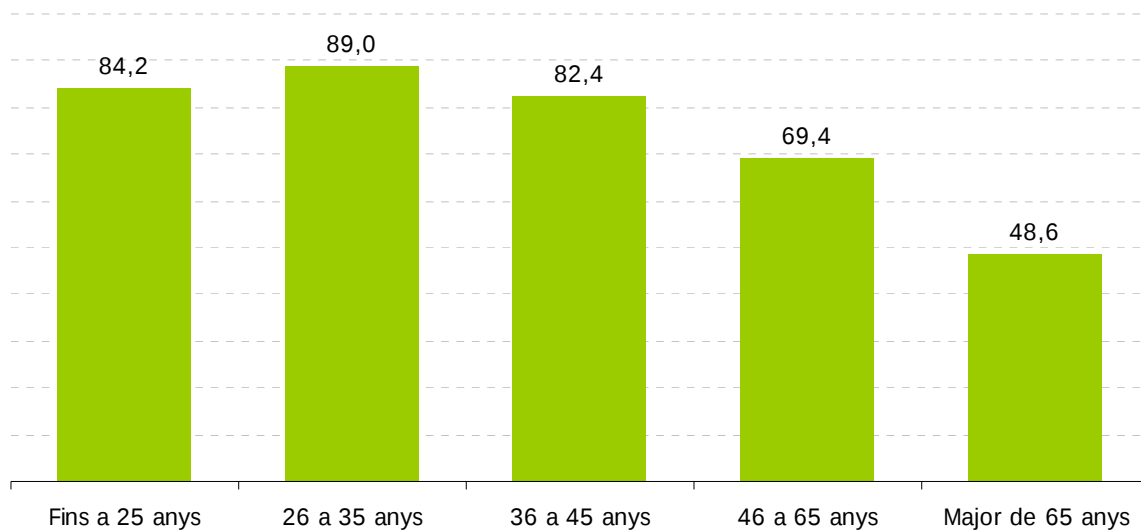
El 52% dels enquestats usuaris de telèfon intel·ligent o tauleta tàctil declara que ho va a utilitzar durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 36,8% farà ús de dites dispositives si en el lloc de destinació existeix *wifi* gratuïta.

Analitzant la informació segons grups d'edat, s'observa que el grup de 26 a 35 anys és el que en major grau afirma ser usuari d'este tipus de dispositius (89%) i en menor grau el de majors de 65 anys (48,6%). Si s'observa el nivell d'estudis, s'aprecia que, a major nivell d'estudis l'ús és major; no hi ha diferència significativa entre l'ús que realitzen hòmens i dones (77,5% i 75,7% respectivament); quant als residents i estrangers, s'observa que els residents a Espanya manifesten que realitzaran ús de la seua connexió pròpia a Internet en major grau que els estrangers (61,9% enfront d'un 37,7%) i l'ús de *wifi* gratuïta és opció triada en un 26,1% dels residents a Espanya enfront del 52,5% dels estrangers.

El ús més gran de *wifi* gratuïta per part dels estrangers i en menor grau de la connexió pròpia a Internet, es revertirà, probablement, a partir del 15 de juny del 2017, data en què està prevista la supressió del càrrec per itinerància³ dins de la Unió Europea, si no es produeix un nou ajornament en aquesta mesura.

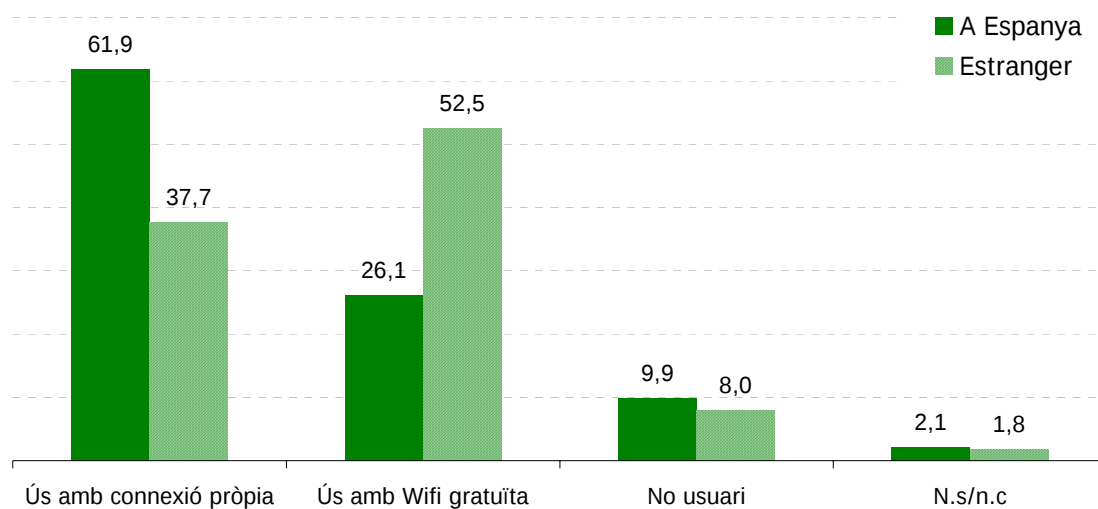
³ Capacitat d'enviar i rebre telefonades, enviar missatges o navegar per Internet en xarxes mòbils en un Estat membre diferent del de l'origen de l'operador.

GRÀFIC 18A: USUARIS DE TELÈFONS INTEL·LIGENTS O TAULETES TÀCTILS (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

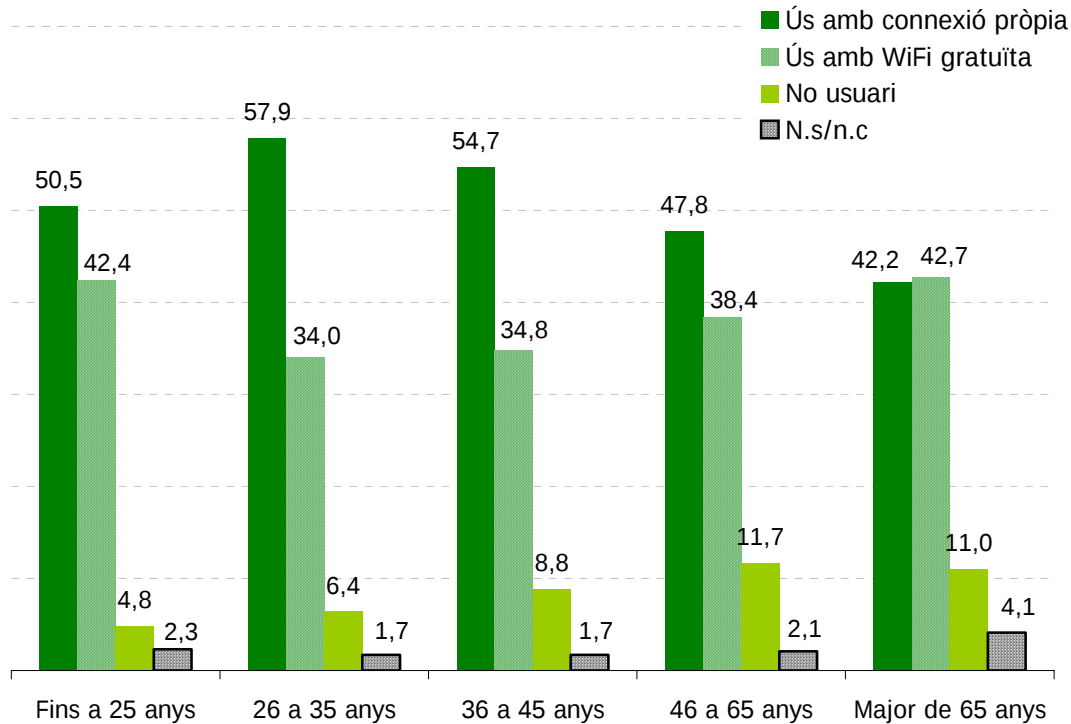
GRÀFIC 18B: MODE D'ÚS DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA SEGONS RESIDÈNCIA (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

El següent gràfic mostra el percentatge d'usuaris que, per a tots els grups d'edat, disposen en gran manera de connexió pròpia a Internet, sent els més nombrosos els enquestats d'entre 26 i 35 anys (amb un 57,9%):

GRÀFIC 18C: MODE D'ÚS DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA (EN %)

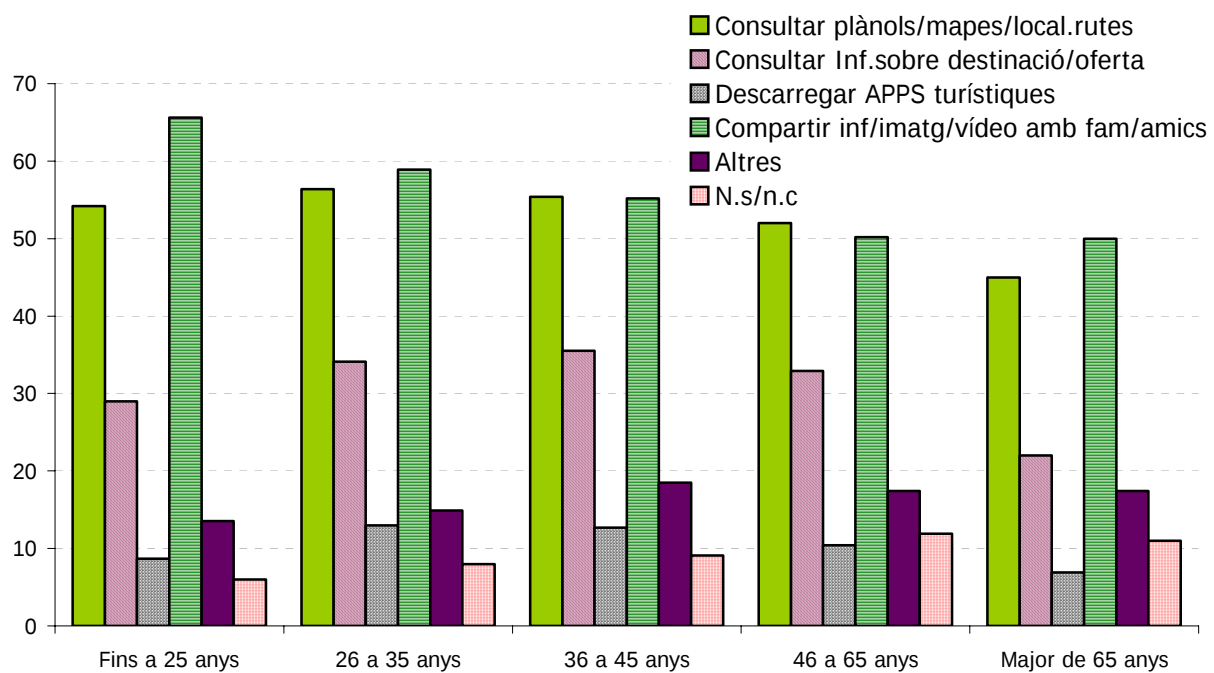


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Quant a l'ús que es va a donar a aquests dispositius, és molt interessant constatar que **per a tots els grups d'edat**, coincidixen els tres usos principals que donaran a aquests dispositius: **compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics, consulta de plànols, mapes, localitzacions i rutes i consultar informació sobre la destinació/oferta.**

El grup de 26 a 35 anys, són els que en major percentatge es descarreguen *APPS* turístiques (un 13% enfront del 6,9% del grup de majors de 65 anys).

GRÀFIC 18D: UTILITAT DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

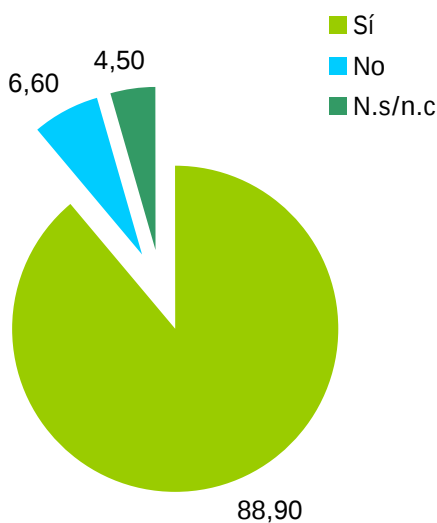
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA

4.1. Fidelitat a la destinació

El 31,9% dels enquestats van assenyalar que era la seua **primera visita a la Comunitat Valenciana**, mentre que un 65,3% del total va indicar haver estat **en més d'una ocasió**. Desagregant la mostra segons el lloc de residència, un 75,9% dels residents a Espanya han indicat que repeteixen visita a la Comunitat Valenciana, mentre que del total d'estrangers enquestats un 51,0% hi ha assenyalat que ja ha estat en la Comunitat Valenciana en més d'una ocasió.

D'altra banda, un 88,9% del total d'enquestats va assenyalar la seua **intenció de tornar a visitar el municipi**.

GRÀFIC 19: INTENCIÓ DE TORNAR AL MUNICIPI (EN %)



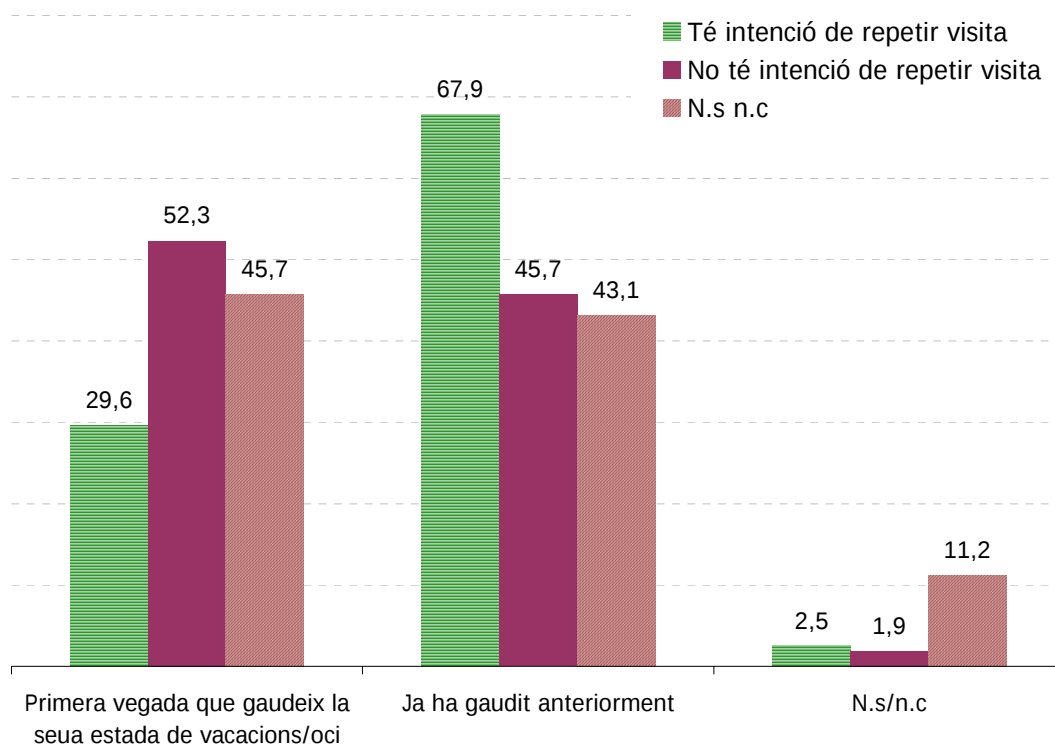
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Analitzant els resultats segons les diferents variables de classificació, destaca que els enquestats en oficines de litoral mostren un major grau de fidelitat (90,4% pretenen tornar a visitar-ho), i també s'aprecien diferències segons la nacionalitat, sent els **residents a Espanya els més partidaris de tornar a visitar el municipi** (91,4%

enfront del 85,4% de resposta dels residents en l'estranger).

Es constata un elevat índex de fidelitat per a les persones enquestades que ja coneixen la destinació (65,3%), d'aquests, el 67,9% manifesta que repetirà visita i, no obstant això, per als que vénen per primera vegada (31,9% del total d'enquestats), el percentatge de què manifesten que no repetiran visita també és elevat (52,3%)

GRÀFIC 19A: INTENCIÓ DE REPETIR VISITA A LA COMUNITAT VALENCIANA
(EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

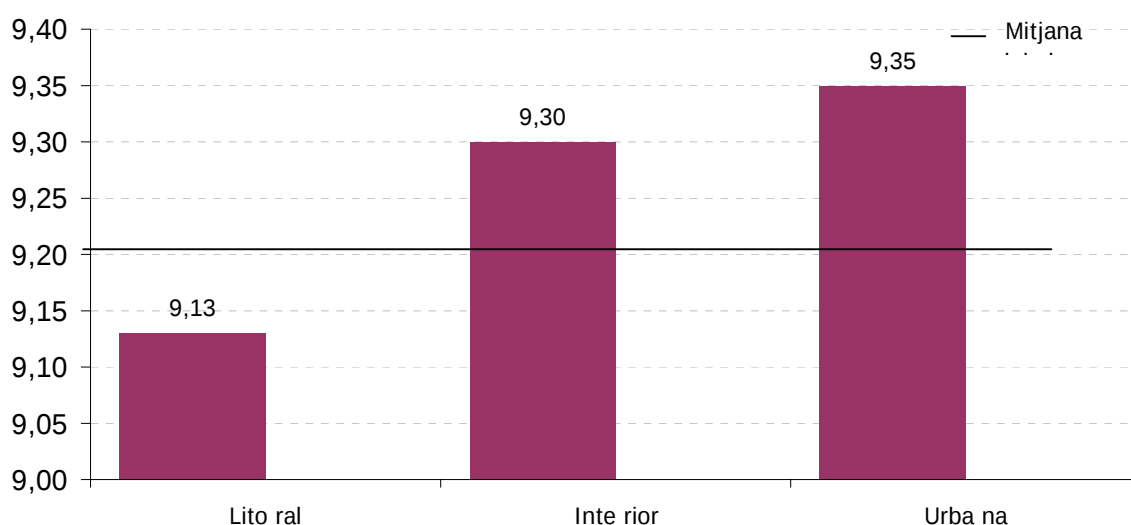
4.2 Satisfacció d'expectatives

Una altra pregunta realitzada per a avaluar el **grau de satisfacció del municipi visitat** investiga sobre la satisfacció d'expectatives per part del visitant, resultant que entre una escala de 0 a 10, sent 0 la puntuació més baixa i 10 la més alta, la **mitjana** obtinguda ha sigut de **9,21 punts**. Desglossant aquest resultat segons la ubicació de l'oficina, les oficines urbanes han aconseguit la puntuació més alta (9,35 punts), no presentant diferències significatives respecte a les de litoral (9,13 punts) o d'interior (9,30 punts).

Del total d'enquestats que té **intenció de tornar a visitar el municipi**, el 90,9% afirma pernoctar en el nostre territori. També és destacable l'índex **de fidelitat a la destinació**, ja que, tant els que pernocten com els excursionistes repeteixen visita en un 62,8% i un 73,5% respectivament.

Igualment és d'interés conèixer la puntuació mitjana atorgada pels enquestats que han manifestat que no tornaran a visitar la destinació, valorant la satisfacció de les seues expectatives del municipi visitat amb 8,62 punts sobre 10, mentre que les persones que van indicar que tornaran a visitar la destinació, van concedir una puntuació mitjana de 9,25 punts.

GRÀFIC 19B: GRAU DE SATISFACCIÓ DEL MUNICIPI VISITAT SEGONS TIPUS D'OFICINA (EN %)



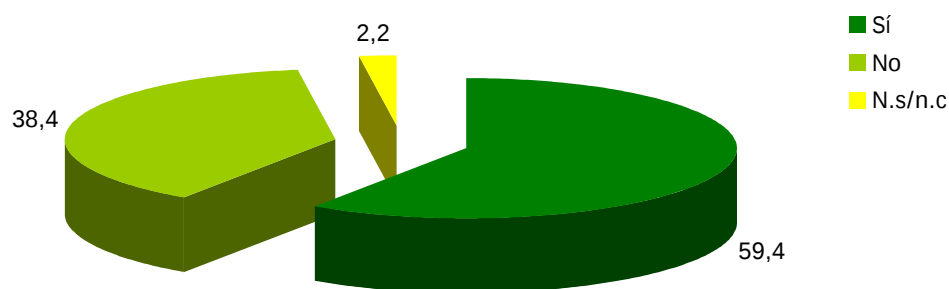
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

5. VALORACIÓ DE LA QUALITAT OFERIDA PER LA XARXA TOURIST INFO

Un dels aspectes fonamentals pels quals es realitza tots els estius l'enquesta Tourist Info en les oficines d'informació turística de la Comunitat Valenciana és conèixer la valoració dels usuaris del nivell de **qualitat** dels seus servicis i instal·lacions.

Abans de mostrar les dites valoracions, a continuació es detallen els resultats de les preguntes realitzades en el qüestionari amb objectiu de conèixer el grau de coneixement de la xarxa Tourist Info per part de l'enquestat.

GRÀFIC 20: CONEIX LA XARXA TOURIST INFO (EN%)

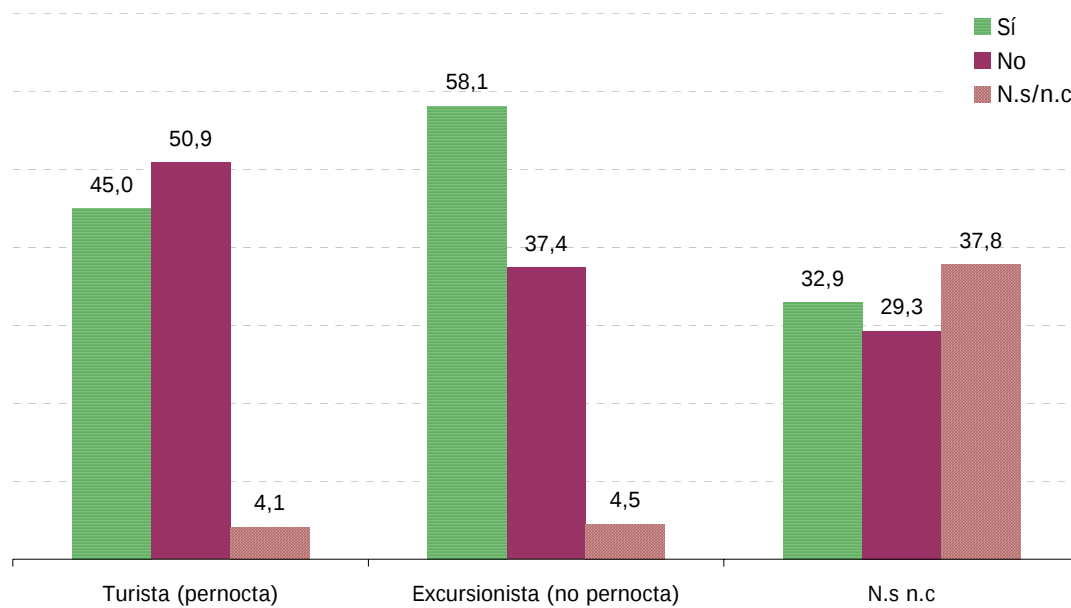


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Tal com mostra el gràfic 20, un 59,4% va afirmar conèixer la xarxa d'oficines. El percentatge augmenta fins al 67,9% en el cas d'enquestats en oficines d'interior. Si es distingeix entre lloc de residència, la diferència és notable, ja que un 66,8% dels residents a Espanya van declarar conèixer la xarxa, pel 49,4% d'estrangers.

A més, quasi la meitat dels enquestats (el 48,4%), va declarar haver acudit a més d'una oficina Tourist Info durant la seua estada en la Comunitat Valenciana i, del total de persones que han visitat unes quantes oficines, més de la meitat (el 58,1%) són excursionistes, és a dir no pernocten en el municipi, tal com es mostra en el següent gràfic:

GRÀFIC 20A: VISITES A MÉS D'UNA OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA SEGONS SI PERNOCTA O NO (EN%)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Valoració de la qualitat de les oficines Tourist Info

En la Taula 3 s'exposen les valoracions atorgades als aspectes proposats en l'enquesta; un any més es pot apreciar que la **puntuació mitjana és molt elevada**, tenint en compte que 0 és el valor més baix o que expressa major insatisfacció i 10 el valor més alt o que expressa el grau de satisfacció més elevat per part de l'enquestat:

Taula 3.- Valoració de la qualitat de les Oficines Tourist Info

	MITJANA GLOBAL	Mitjana Litoral	Mitjana Interior	Mitjana Urbana
Temps d'espera	9,54	9,52	9,53	9,71
Presència/imatge personal	9,62	9,62	9,57	9,79
To veu empleat/amabilitat	9,65	9,66	9,60	9,82
Atenció rebuda	9,61	9,62	9,55	9,78
Imatge de l'oficina	9,34	9,30	9,38	9,42
Ambient de l'oficina	9,38	9,37	9,37	9,45
Localització/accessibilitat oficina	9,16	9,16	9,14	9,25
Imatge i estètica material informatiu	9,35	9,32	9,35	9,47
Oferta informació en idiomes	9,32	9,32	9,26	9,52
Horari atenció públic	9,33	9,33	9,30	9,39
Fiabilitat/claredat informació rebuda	9,57	9,58	9,53	9,69
Mitjana global	9,44	9,44	9,42	9,57

Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

És evident que aquestes puntuacions tan elevades estan influenciades per factors que de forma involuntària condicionen a l'enquestat (la realització del qüestionari en el mateix lloc que s'està avaluant).

Com es pot observar en el següent quadro, la valoració general concedida pels usuaris enquestats és molt semblant a la d'anys anteriors:

Taula 4.- Valoració de la qualitat de les Oficines Tourist Info. Període 2001-2014

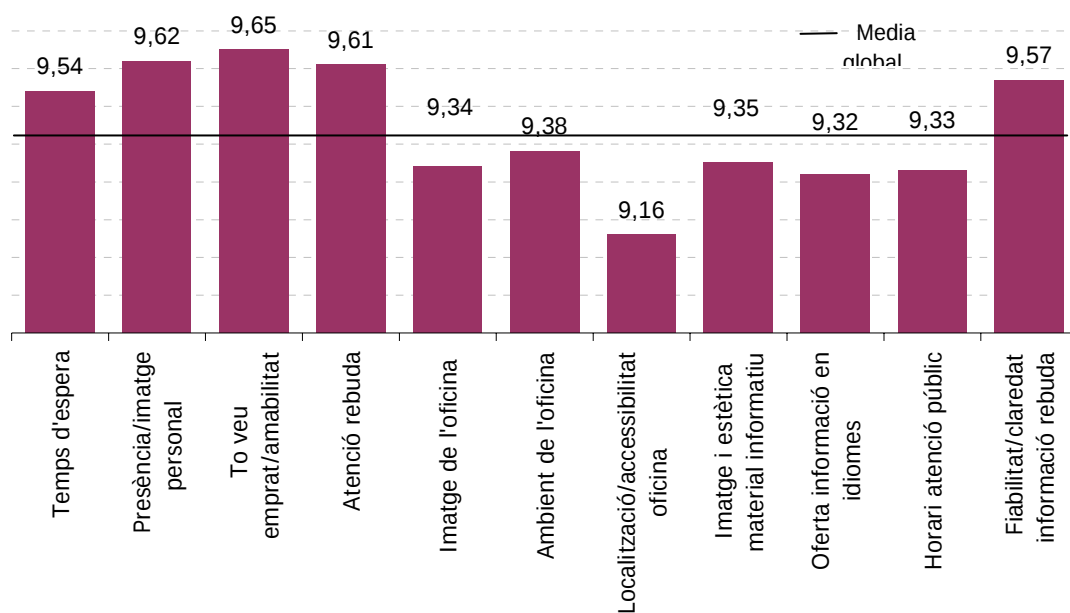
ANY	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mitjana global	9,2	9,1	9,3	9,3	9,1	9,1	9,2	9,2	9,2	9,2	9,3	9,4	9,4	9,4

Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Representant els resultats de forma gràfica, en el gràfic 21 es mostra la valoració dels ítems que s'han considerat útils per a conèixer la qualitat de les oficines d'informació turística.

Sent la **puntuació mitjana de 9,44 punts**, els aspectes que superen la dita valoració es qualifiquen de ben valorats, i aquells altres que tenen un resultat per davall de la valoració mitjana, es consideren factors en què es podria treballar per a la seua millora. Observant el gràfic s'aprecien ràpidament dos grups d'ítems avaluats:

GRÀFIC 21: VALORACIÓ QUALITAT TOURIST INFO



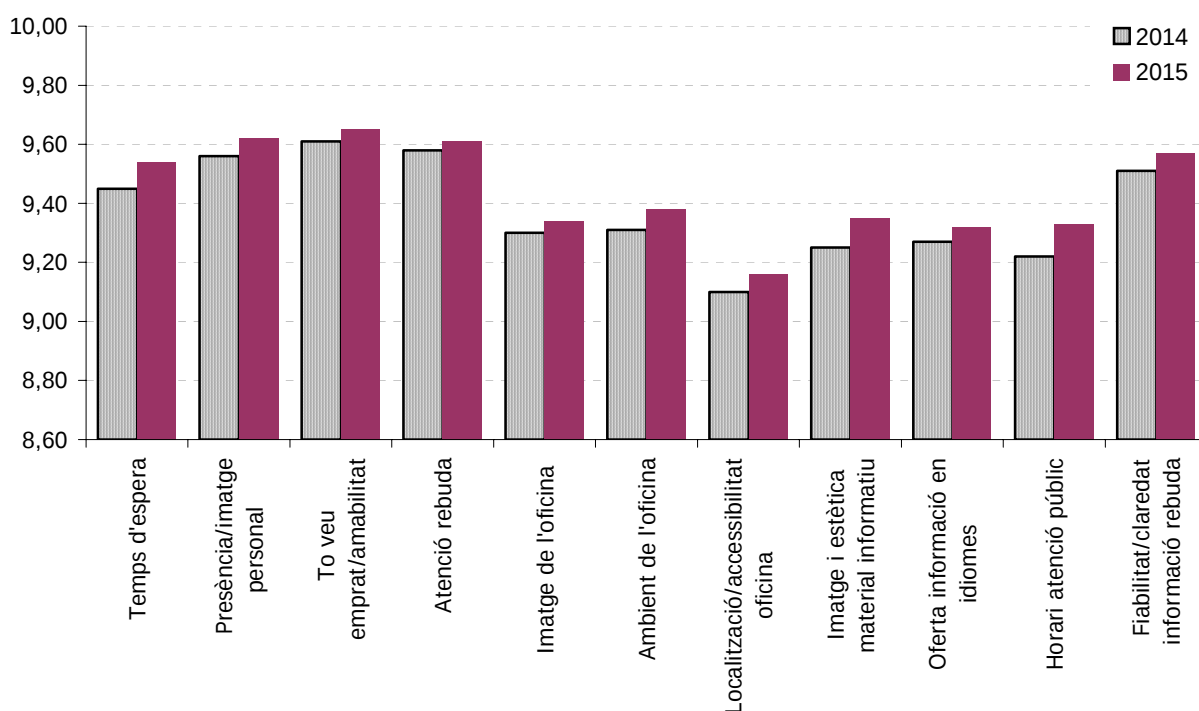
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

• **Els relacionats amb els recursos humans:** Temps d'espera, presència i imatge del personal, to de veu empleat/amabilitat i atenció rebuda i fiabilitat/claredat de la informació rebuda, han sigut **valorats per damunt de la mitjana**.

• **Els relacionats amb les instal·lacions i ferramentes de treball:** Imatge i ambient de l'oficina, localització/accessibilitat de fullets i llistats, material en idiomes i horari d'atenció al públic, que han sigut **valorats per davall de la mitjana** a excepció d'imatge i estètica del material informatiu la valoració de les quals és superior a la mitjana.

Com s'observa en el gràfic 22, en 2015, tots els ítems valorats han experimentat un lleuger increment respecte a l'any anterior:

GRÀFIC 22: VALORACIÓ QUALITAT TOURIST INFO. EVOLUCIÓ 2014-2015

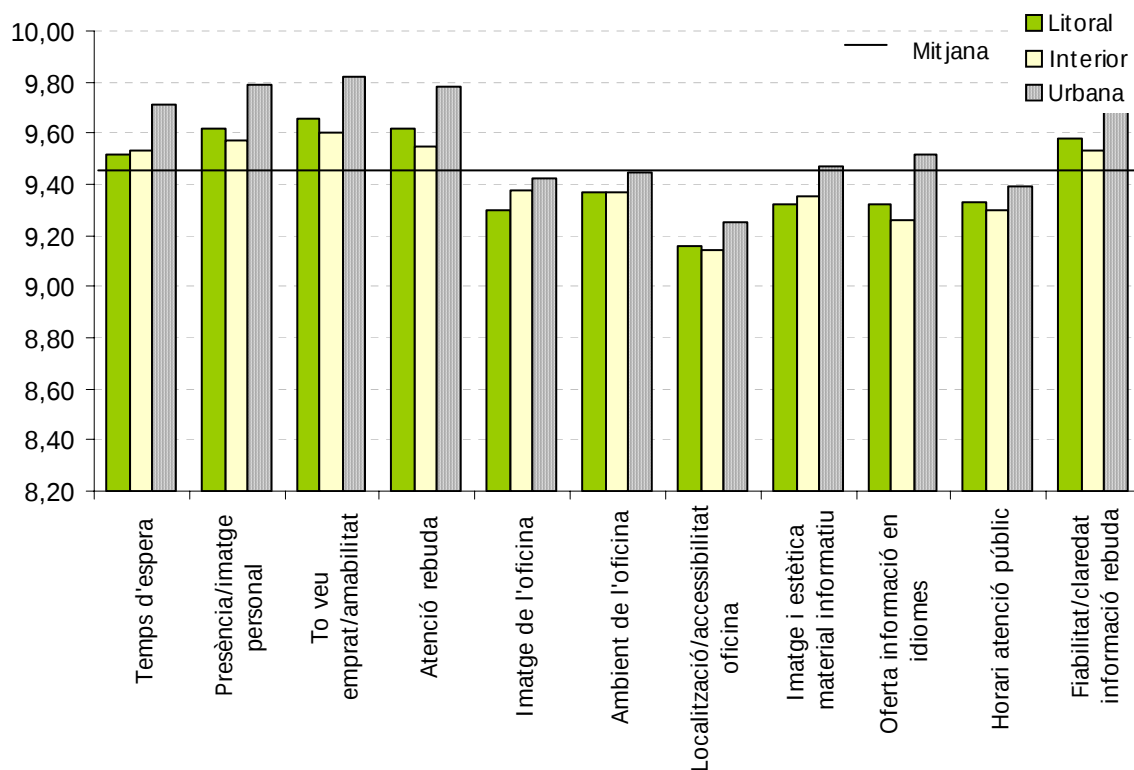


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Any	Qüestionaris procesats
2014	7.426
2015	7.737

En el gràfic 23 s'aprecia la valoració aportada pels enquestats segons la ubicació de l'oficina.

GRÀFIC 23: VALORACIÓ TOURIST INFO SEGONS ZONA



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

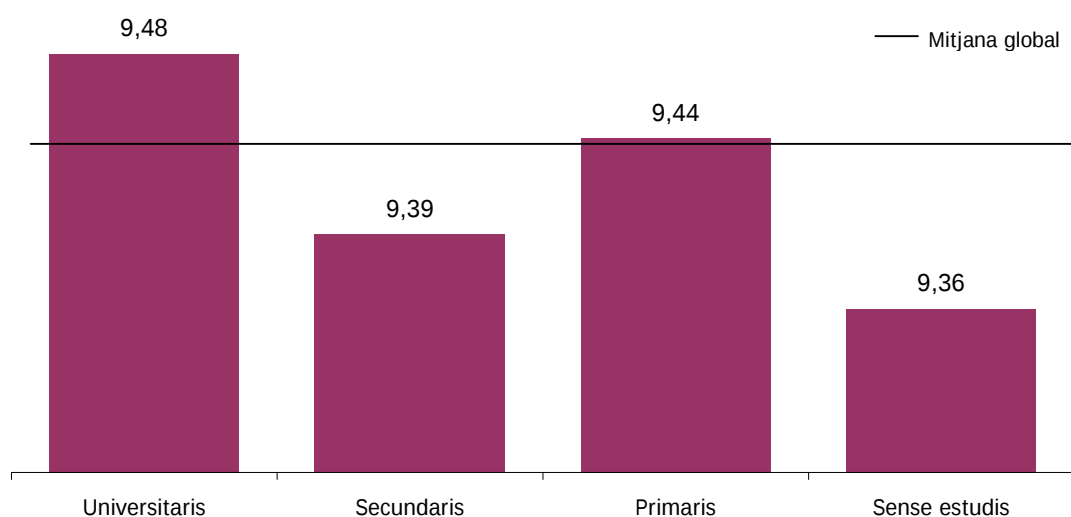
La visió general del gràfic mostra resultats bastant homogenis entre els tres grups d'oficines, si bé, la presència/imatge de personal i el to de veu emprat/amabilitat, atenció rebuda i fiabilitat/claredat informació rebuda, són els ítems que major puntuació han obtingut en totes les oficines.

Analitzant el nivell de satisfacció dels enquestats en funció de diverses variables de classificació, s'aprecia un patró bastant definit que és el següent:

- ✓ Per a tots els **grups d'edat**, la variable “To de veu emprat/amabilitat” és la millor valorada, seguida de “Atenció rebuda” i “Presència i imatge del personal”.
- ✓ Atenent al **lloc de residència**, tant els residents en l'estranger com els residents a Espanya han expressat una satisfacció més elevada en els variables: “To de veu emprat/amabilitat”, “Atenció rebuda” i “Presència i imatge del personal”.

- ✓ Per **nivell formatiu** s'aprecia que per al grup “universitaris” la valoració de tots els ítems és superior a la de la resta, tenint una mitjana global superior, tal com pot observar-s'en el següent gràfic:

GRÀFIC 23A: VALORACIÓ QUALITAT TOURIST INFO SEGONS NIVELL D'ESTUDIS
(EN %)

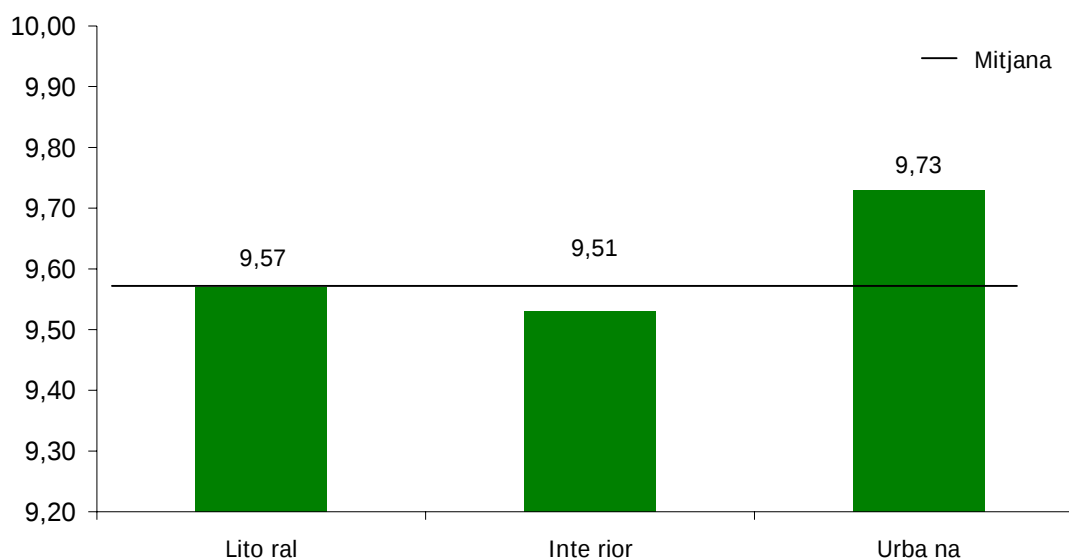


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Per **sexes**, s'aprecia una lleugera diferència, sent les dones més satisfetes que els homes en tots els ítems valorats quant al nivell de satisfacció.

Es va considerar igualment d'interés conèixer en quin grau **l'oficina visitada va complir favorablement les expectatives que l'usuari s'ha creat**. Les respostes obtingudes reflecteixen una dada molt positiva per a la valoració de la qualitat de la Xarxa, ja que en una escala d'1 a 10, la **puntuació mitjana** obtinguda ha sigut de **9,57 punts**. No existeixen diferències rellevants entre les oficines de litoral, urbanes o d'interior, compartint valoració en aquest aspecte.

GRÀFIC 24: L'OFICINA VA COMPLIR AMB LES SEUES EXPECTATIVES



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Finalitzant l'avaluació de les oficines Tourist Info, s'ha volgut analitzar un últim indicador relacionat amb la qualitat de la informació rebuda, en particular aquest indicador avalua el nombre d'**enquestats que no han rebut de forma completa la informació que inicialment van sol·licitar**. El còmput global de les dades aportades en aquest epígraf ens informa d'un **elevat índex d'abstenció en la resposta** (83,7%), la qual cosa ens indica que la informació que reben els usuaris de les oficines de la xarxa Tourist Info ha resultat satisfactòria per a la gran majoria d'ells:

Taula 5: Una altra informació que li haguera agradat rebre al visitant

TIPUS D'INFORMACIÓ	%
Plànols, mapes	4,3
Oferta gastronòmica del municipi	3,0
Activitats oci-recreatives	2,7
Allotjament	1,3
Informació sobre rutes	3,4
Oferta cultural, històrica del municipi	3,0
Infraestructures/serv.públics municipi	2,1
Recursos naturals	2,4
Altres	4,1
N.s/n.c	83,7

Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

6. CONCLUSIONS

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

- ✓ El 57,4% són residents a Espanya i el 42,6% en l'estranger.
- ✓ Entre els enquestats que resideixen a Espanya destaquen el 31,03% de residents a la **Comunitat Valenciana**, el 23,63% dels procedents de la **Comunitat de Madrid** i en tercer lloc **Catalunya** amb 8,19%. Entre el grup d'estrangers enquestats, el 35,38% procedeix de **França**, el 16,28% del **Regne Unit** i el 8,38% de **Bèlgica**.
- ✓ El 54,69% de la mostra posseeix **estudis universitaris**, el 32,21% estudis secundaris i el 6,48% estudis primaris.

CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

- ✓ Els principals **canals d'informació** emprats per a informar-se sobre la destinació visitada van ser amics i familiars en primer lloc (46,1%) i en segon lloc Internet (39%).
- ✓ **Internet és una eina utilitzada de manera creixent**, un 48,3% dels enquestats va recaptar informació sobre la destinació a través d'aquest mitjà, aconseguint fins a un 48,8% els estrangers.
- ✓ Del total de persones enquestades que **han visitat la pàgina web del municipi**, el 48,9% pernocta en el municipi on han realitzat l'enquesta.
- ✓ El 51,7% ha realitzat algun tipus de **reserva** prèvia enfront del 43,1% que no la va realitzar i del total dels quals va realitzar reserva, el 55% pernocta a la Comunitat.

- ✓ Els viatgers **gaudeixen de la seua estada** a la Comunitat Valenciana majoritàriament **amb la família** (el 45,3% dels enquestats), seguits per la parella (33,3%) i en menor mesura amb amics (17,8%), aquest ordre coincideix tant per als que viatgen amb reserva com els que no.
- ✓ El **mitjà de transport** més utilitzat va ser l'automòbil (68,7% de la mostra), és el més utilitzat tant pels residents a Espanya (80,4%) com pels residents en l'estranger (52,9%).
- ✓ La tipologia principal d'**allotjament** de la mostra va ser: hotel (25,6%), habitatge llogat (21,6%), habitatge en propietat (18,4%) i habitatge d'amics o familiars (15,9%).
- ✓ Les sis principals **motivacions** de viatge a la Comunitat Valenciana per part dels enquestats en les oficines Tourist Info són descans (57,5%), platja (54,8%), el clima (41,5%), naturalesa (32,7%), cultura/festes (29,6%) i la gastronomia (29,1%).
- ✓ Les cinc principals **activitats** dels enquestats són anar a la platja (66,2%), visites culturals (56,4%), visites a espais naturals (41,6%), degustacions gastronòmiques (32,3%), festes locals (21,1%).
- ✓ El 75,9% dels enquestats és **usuari de dispositius tipus telèfons intel·ligents o tauletes tàctils** i d'ells el 52% manifesta que ho utilitza durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 36,8% indica que utilitza wifi gratuïta.
- ✓ L'ús que van a donar a aquests dispositius coincideix per a tots els grups d'edat enquestats: *compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics, consulta de plànols, mapes, localitzacions i rutes i consultar informació sobre la destinació/ofereix.*

VALORACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA COM A DESTINACIÓ VACACIONAL

- ✓ El grau de **satisfacció d'expectatives** del municipi visitat per l'usuari de la xarxa Tourist Info ha sigut de **9,21** punts sobre 10.
- ✓ **Elevat índex de fidelitat a la destinació**: el 65,3% del total d'enquestats declara que ja ha gaudit anteriorment d'una estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana i d'aquests, el 62,8% afirma pernoctar a la Comunitat.
- ✓ El **88,9%** del total d'enquestats indica que pensa **tornar a visitar el municipi**, aconseguint fins a un 90,9%. Els enquestats que pernocten en el municipi on han sigut enquestats i que afirmen tenir intenció de tornar.

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE LA XARXA *TOURIST *INFO

- ✓ Un 59,4% de la mostra va declarar conèixer la Xarxa Tourist Info.
- ✓ Un 48,4% dels enquestats va manifestar haver visitat més d'una oficina de la Xarxa, aconseguint un 58,2% els usuaris enquestats en les Oficines d'Interior que van afirmar haver visitat més d'una oficina.
- ✓ La **valoració mitjana** de les oficines de la Xarxa Tourist Info ha sigut d'excel·lent, amb una **puntuació mitjana de 9,44 punts sobre 10**.
- ✓ En la valoració general, han obtingut una puntuació per sobre de la mitjana els aspectes relacionats amb els recursos humans, i també aspectes com a temps d'espera i fiabilitat/claredat informació rebuda.
- ✓ Per a les **tres tipologies d'oficines** els ítems millor valorats han sigut el **to de veu emprat/amabilitat**, l'**atenció rebuda** i la **presència i imatge del personal**, li segueixen a continuació **temps d'espera** i **fiabilitat/claredat informació rebuda**.
- ✓ El grau mitjà de **satisfacció d'expectatives** de l'oficina visitada ha sigut de **9,57** punts sobre 10, aconseguint 9,73 en les oficines urbanes.

ANNEX I.- FITXA TÈCNICA

UNIVERS

Usuaris de la xarxa *Tourist Info* de la Comunitat Valenciana.

ÀMBIT DE L'ESTUDI

Comunitat Valenciana.

GRANDÀRIA MOSTRAL

7.737 qüestionaris vàlids, pertanyent 4.222 qüestionaris a 56 oficines del grup “litoral”, 2.767 qüestionaris a 47 oficines de “interior” i 748 qüestionaris a 8 oficines d'àmbit “urbà”.

PERÍODE D'ENQUESTAT

Des del dia 1 de juliol fins el 15 de setembre de 2015.

TÈCNICA UTILITZADA

Qüestionari autoadministrat amb respostes tancades (binàries, multirresposta i likert).

TIPUS DE MOSTREIG

Aleatori entre els usuaris de 111 oficines de la Xarxa Tourist Info de la Comunitat Valenciana.

ERROR MOSTRAL

No considerat pel que els resultats no són extrapolables sinó una aproximació.

ANNEX II.- RELACIÓ D'OFICINES TOURIST INFO PARTICIPANTS

Per a realitzar la classificació d'oficines s'han tingut en compte variables com són el nombre d'habitants del municipi on se situa l'oficina, la ubicació geogràfica del municipi i les modalitats turístiques més practicades.

Taula 4.- Relació d'oficines Tourist Info

Interior: total 47 oficines

TOURIST INFO AIELO DE MALFERIT
TOURIST INFO ALBAIDA
TOURIST INFO ALCOI
TOURIST INFO ALMORADÍ
TOURIST INFO ALT TÚRIA
TOURIST INFO ALZIRA
TOURIST INFO AIORA
TOURIST INFO BANYERES DE MARIOLA
TOURIST INFO BOCAIRENT
TOURIST INFO BUNYOL
TOURIST INFO CALLOSA D'EN SARRIÀ
TOURIST INFO CAMP DE TÚRIA
TOURIST INFO CANET D'EN BERENGUER
TOURIST INFO CASTALLA
TOURIST INFO CINCTORRES
TOURIST INFO COCENTAINA
TOURIST INFO COFRENTS
TOURIST INFO XEST
TOURIST INFO EL CASTELL DE GUADALEST
TOURIST INFO ELDA
TOURIST INFO GATA DE GORGOS
TOURIST INFO IBI
TOURIST INFO XALANS
TOURIST INFO LA VALL D'UIXÓ
TOURIST INFO LLÍRIA

TOURIST INFO MONFORT
TOURIST INFO MORELLA
TOURIST INFO NOVELDA
TOURIST INFO ONDA
TOURIST INFO ONDA - CASTELL
TOURIST INFO ONTINYENT
TOURIST INFO ORIOLA - CENTRE
TOURIST INFO PATERNA
TOURIST INFO PEGO I LES VALLS
TOURIST INFO QUESA
TOURIST INFO REQUENA
TOURIST INFO RIBA-ROJA DE TÚRIA
TOURIST INFO SAGUNT
TOURIST INFO SAN FULGENCI
TOURIST INFO SOGORB
TOURIST INFO SERRA
TOURIST INFO SIMAT DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO VALL DE POP
TOURIST INFO VILA-REAL
TOURIST INFO VILLENA
TOURIST INFO XÀTIVA
TOURIST INFO XIXONA

Litoral: total 56 oficines

TOURIST INFO ALBORAIA - PORT SAPLAYA
TOURIST INFO ALBORAIA - PATACONA
TOURIST INFO ALCOSSEBRE
TOURIST INFO ALTEA
TOURIST INFO BENICARLÓ
TOURIST INFO BENICÀSSIM
TOURIST INFO BENICÀSSIM - HELIÓPOLIS
TOURIST INFO BENICÀSSIM - TORRE SANT VICENT
TOURIST INFO BENIDORM - CENTRE
TOURIST INFO BENIDORM - RACÓ LOIX
TOURIST INFO BENISSA
TOURIST INFO BENISSA - PLATJA
TOURIST INFO BORRIANA - L'ARENAL
TOURIST INFO CALP - PENYAL
TOURIST INFO CULLERA
TOURIST INFO CULLERA - PLATJA
TOURIST INFO DAIMÚS
TOURIST INFO DÉNIA
TOURIST INFO DÉNIA - PLAÇA EL CONSELL
TOURIST INFO EL CAMPELLO
TOURIST INFO EL CAMPELLO - PLATJA MUCHAVISTA
TOURIST INFO EL POBLE NOU DE BENITATXELL
TOURIST INFO EL PUIG
TOURIST INFO ELX - ELS ARENALS DEL SOL
TOURIST INFO FINESTRAT
TOURIST INFO GANDIA
TOURIST INFO GANDIA - PLATJA (FARO 1)
TOURIST INFO GANDIA - PLATJA (FARO 2)

TOURIST INFO GRAU DE CASTELLÓ
TOURIST INFO L'ALFÀS DEL PI - PLATJA
TOURIST INFO LA MARINA D'ELX
TOURIST INFO LA VILA JOIOSA
TOURIST INFO OLIVA
TOURIST INFO ORIOLA - PLATJA
TOURIST INFO ORPESA
TOURIST INFO ORPESA - AMPLÀRIES
TOURIST INFO PENÍSCOLA
TOURIST INFO PENÍSCOLA - PEÑISMAR
TOURIST INFO PENÍSCOLA - PORT
TOURIST INFO EL PILAR DE LA FORADADA
TOURIST INFO PILES
TOURIST INFO PUÇOL
TOURIST INFO SAGUNT - PLATJA
TOURIST INFO SANTA POLA
TOURIST INFO SANTA POLA - CENTRE
TOURIST INFO SUECA
TOURIST INFO TAVERNES DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO TEULADA - MORAIRA
TOURIST INFO TORREBLANCA
TOURIST INFO TORREBLANCA PLATJA
TOURIST INFO TORREVELLA
TOURIST INFO VINARÒS
TOURIST INFO VINARÒS-ZONA SUD
TOURIST INFO XÀBIA - ARENAL
TOURIST INFO XÀBIA - CENTRE
TOURIST INFO XÀBIA - PORT

Urbanes: total 8 oficines:

TOURIST INFO ALACANT
TOURIST INFO ALACANT - AJUNTAMENT
TOURIST INFO ALACANT - RENFE
TOURIST INFO CASTELLÓ
TOURIST INFO ELX
TOURIST INFO MANISES
TOURIST INFO VALÈNCIA - PAU
TOURIST INFO AEROPORT D'ALACANT - ELX

ANNEX III.- QÜESTIONARI TOURIST INFO 2015



Enquesta Tourist Info 2015

OFICINA

Data:

[1] - Està vostè gaudint o va a gaudir d'una estada per motiu d'oci/vacances permotant en aquest municipi?

☐ Sí ☐ No

[2] - És la primera vegada que gaudeix d'una estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana?

☐ Sí ☐ No

[3] - On us allotjeu?

- ☐ Hotel
- ☐ Hostal
- ☐ Camping
- ☐ Vivenda en propietat
- ☐ Vivenda d'amics o familiars
- ☐ Vivenda d'us compartit (timesharing)
- ☐ Vivenda alquilada
- ☐ Alberg o residència
- ☐ Casa rural

[4] - Quin és el mitjà principal de transport que ha utilitzat en el seu viatge al lloc de destinació?

- ☐ Avió
- ☐ Tren ☐ AVE
- ☐ Vaixell
- ☐ Automòbil
- ☐ Autobús
- ☐ Altre mitjà de transport

[5] - Ha realitzat alguna reserva per a organitzar aquest viatge a la Comunitat Valenciana?

☐ Sí ☐ No

[6] - Amb qui està gaudint de la seua estada a la Comunitat Valenciana?

- ☐ Sol
- ☐ Amb amics
- ☐ En parella
- ☐ Amb la família
- ☐ En grup

[7] - Quin ús ha realitzat d'Internet per a la preparació de la seua visita a aquest municipi?

- ☐ Obtindre informació sobre la destinació
- ☐ Obtindre informació de les ofertes de viatges
- ☐ Realitzar reserves
- ☐ Per a conèixer l'opinió d'altres turistes
- ☐ Cap

[8] - Ha visitat la pàgina web turística d'aquest municipi?

☐ Sí ☐ No

[9] - A través de quins mitjans va rebre informació sobre aquest municipi? (pot assenyalar diverses opcions).

- ☐ Campanyes publicitàries
- ☐ Reportatges / Programes en els mitjans de comunicació
- ☐ Internet
- ☐ Fulls d'agències de viatges o touoperadors
- ☐ D'amics o familiars
- ☐ Fulls turístics específics de la destinació
- ☐ Fires de turisme
- ☐ Altres oficines de turisme
- ☐ No m'he informat prèviament
- ☐ Uns altres

[10] - És usuari d'un *smartphone* o *tablet* amb connexió a Internet? (En cas negatiu, passe a la pregunta 13)

☐ Sí ☐ No

[11] - Va a utilitzar-lo durant la seua visita?

- ☐ Sí, amb la meua connexió a Internet
- ☐ Sí, amb WiFi gratuït
- ☐ No

[12] - En cas afirmatiu, quin ús fa del seu *smartphone* o *tablet*? (Pot assenyalar diverses opcions).

- ☐ Consultar plans, mapes, localitzacions o rutes
- ☐ Consultar informació sobre la destinació i l'oferta
- ☐ Descarregar APPS turístiques
- ☐ Compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics.
- ☐ Altres

[13] - Coneix la programació d'activitats festives i culturals d'aquesta localitat?

☐ Sí ☐ No

[14] - Indique amb una X el principal motiu pel que visita aquesta localitat (pot assenyalar diverses opcions).

- ☐ Descans
- ☐ Oferta d'oci
- ☐ Platja
- ☐ Natura
- ☐ Clima
- ☐ Gastronomia
- ☐ Cultura/Festes
- ☐ Professionals/negocis
- ☐ Visites a amics i familiars
- ☐ Tinc un habitatge en propietat
- ☐ Turisme de salut/bellesa
- ☐ Altres motius

[15] - Indique amb una X les activitats a les quals ha dedicat o pensa dedicar el seu temps durant la seua estada en aquesta localitat (pot assenyalar diverses opcions).

- ☐ Platja
- ☐ Visites culturals
- ☐ Visites a centres d'oci
- ☐ Visites a espais naturals
- ☐ Assistència a festivals / esdeveniments
- ☐ Activitats esportives/senderisme
- ☐ Degustacions gastronòmiques
- ☐ Compres de productes típics
- ☐ Altres compres ("shopping")
- ☐ Festes locals
- ☐ Aprenentatge de l'idioma

[16] - Té intenció de tornar a visitar aquest municipi?

☐ Sí ☐ No

[17] - Coneix la xarxa d'oficines d'informació turística (Xarxa Tourist Info) de la Comunitat Valenciana?

☐ Sí ☐ No

continua
al dors

[18] - Si està gaudint d'una estada d'oci/vacances a la Comunitat Valenciana ha visitat més d'una oficina d'informació turística (Tourist Info)?

☐ Sí ☐ No

[19] - En quina mesura (sent 0 molt insatisfet i 10 molt satisfet) valora els següents aspectes de la QUALITAT d'aquesta oficina d'informació turística (Tourist Info)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Temps d'espera	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Presència i imatge del personal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
To de veu empleat/amabilitat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Atenció rebuda	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Imatge de l'oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ambient de l'oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Localització/accessibilitat de l'oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Imatge i estètica del material informatiu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oferta d'informació en idiomes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Horari d'atenció al públic	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fiabilitat i claredat de la informació i documentació rebuda	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[20] - Assenyal amb una X el tipus d'informació que li haguera agradat rebre i NO li ha estat proporcionada:

- | | |
|--|--|
| ☐ Plànols, mapes | ☐ Informació sobre rutes |
| ☐ Ofertes gastronòmiques del municipi | ☐ Oferta cultural, històrica del municipi |
| ☐ Activitats d'oci - recreatives | ☐ Infraestructures/serveis públics del municipi |
| ☐ Allotjament | ☐ Recursos naturals |
| ☐ Uns altres | |

[21] - En quina mesura (sent 0 molt insatisfet i 10 molt satisfet):

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ha satisfet AQUESTA OFICINA les seues expectatives?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ha satisfet AQUEST MUNICIPI les seues expectatives?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lloc de residència habitual				Sexe	
☐ França	☐ Holanda	☐ Irlanda	☐ Bèlgica	☐ Home	
☐ Alemanya	☐ Regne Unit	☐ Itàlia		☐ Dona	
☐ Altres països (indicar país):					
Espanya:					
☐ Andalusia	☐ Catalunya	☐ Com. de Madrid	☐ Com. Valenciana		
☐ Galícia	☐ Castilla y León	☐ País Vasco	☐ Canàries		
☐ Castilla-La Mancha	☐ Región de Murcia	☐ Aragón	☐ Extremadura		
☐ Astúries	☐ Balears	☐ Navarra	☐ Cantàbria		
☐ La Rioja	☐ Ceuta	☐ Melilla			
Nivell d'estudis aconseguits					
☐ Estudis Universitaris					
☐ Estudis Secundaris					
☐ Estudis Primaris					
☐ Sense estudis					
Any de naixement					
(Anote, per favor, els quatre dígitos):					

Si desitja disposar de més informació sobre aquesta enquesta, per favor, escanege amb el seu smartphone o tablet aquest codi QR.

