

**INFORME DE RESULTATS
ENQUESTA TOURIST INFO
XIX EDICIÓ
(ESTIU 2016)
COMUNITAT VALENCIANA**



INTRODUCCIÓ.....	5
1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA.....	7
2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES.....	9
2.1. Lloc de residència.....	9
2.2. Sexe.....	12
2.3. Edat.....	13
2.4. Nivell d'estudis.....	15
3. CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE.....	17
3.1. Canals d'informació sobre destinacions turístiques.....	17
3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2016.....	19
3.3. Reserves.....	23
3.4. Mitjà de transport utilitzat.....	24
3.5. Composició del grup de viatge.....	26
3.6. Allotjament utilitzat.....	27
3.7. Principals motius de visita.....	29
3.8. Activitats previstes o realitzades.....	33
3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils.....	36
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA.....	41
4.1. Fidelitat a la destinació.....	41
4.2. Satisfacció d'expectatives.....	42
5. VALORACIÓ DE LA QUALITAT OFERIDA PER LA XARXA TOURIST INFO.....	43
6. CONCLUSIONS.....	49
ANNEX I: FITXA TÈCNICA.....	53
ANNEX II: RELACIÓ D'OFICINES TOURIST INFO PARTICIPANTS.....	55
ANNEX III: QÜESTIONARI TOURIST INFO 2016.....	59

INTRODUCCIÓ

El pes del turisme a la Comunitat Valenciana en 2015 ha experimentat un increment interanual del 6% aconseguint els 13.423 milions d'euros, la qual cosa suposa una aportació del Turisme al PIB de la Comunitat del 13,2% i una quota a l'ocupació del 14,4% (258.885 persones), segons les dades de l'últim estudi d'Impacte Econòmic del Turisme a la Comunitat Valenciana 2015.

Segons les dades de Turespaña i Institut Nacional d'Estadística, la demanda turística de la Comunitat Valenciana, estimada en 23 milions de turistes, va créixer en 2015 un 5,2%. Per la seua banda, el total de pernoctacions, estimat en 156 milions, es va incrementar un 4,5%, concentrant la província d'Alacant el 58,5% de la demanda turística regional.

Així mateix, la demanda nacional, estimada en 16,3 milions de viatges, es va situar en 2015 en nivells propers a abans de la crisi, destacant l'increment de la despesa total (9%) per sobre de l'increment de viatges (5,6%), mentre que la demanda estrangera, estimada en 6,5 milions, va aconseguir nous màxims històrics, amb un increment del 4,3% en el nombre de turistes i del 4,1% en la seua despesa total.

Per la seua banda, el nombre de pernoctacions en establiments hotelers, estimat en 26,5 milions, va créixer en 2015 en el conjunt de la Comunitat Valenciana un 5,1%, superant el màxim històric aconseguit en 2007, mentre que l'oferta allotjativa extrahotelera va mostrar també un gran dinamisme, superant els 16 milions de pernoctacions, amb un creixement interanual del 10% i aconseguint màxims històrics tant en demanda nacional com a estrangera.

Aquests resultats evidencien la fortalesa i consistència del sector turístic valencià, sent, no obstant això, necessari seguir treballant dia a dia i conjuntament amb la totalitat dels agents turístics valencians en tots aquells àmbits que enforteixen la competitivitat present i futura com a destinació turística (planificació estratègica, qualificació del capital humà, qualitat en els serveis, recerca i innovació aplicada, promoció segmentada...), instruments tots ells necessaris per construir entre tots un turisme més sostenible, ètic, responsable i participatiu des de la governança col·laborativa.

I, és precisament en un d'aquests àmbits de cooperació bàsica amb els agents turístics, el de la transferència de coneixement que aporta valor per a la presa intel·ligent de decisions, en el qual, un any més, posem a la disposició de tots ells i del conjunt de la ciutadania la publicació institucional *Perfil del Turista Usuari de la Xarxa Tourist Info (estiu 2016)*.

En estreta col·laboració amb els municipis, aquesta publicació analitza el perfil i motivació dels usuaris de la Xarxa Tourist Info i contribueix a l'aposta que mantenim per la millora en la qualitat de productes i serveis turístics i la cerca de la plena satisfacció del turista que visita la Comunitat Valenciana.

La Xarxa Tourist Info, pel seu nivell de servei i cobertura al llarg de tot el territori de la Comunitat Valenciana, constitueix un element proper 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 de la demanda.

Dins del procés emprès 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 divuitena edició, s'ha consolidat com una de les principals eines corporatives de gestió de l'excel·lència turística en les oficines i com un mitjà per optimitzar la informació i el coneixement derivat de la labor diària de la Xarxa.

1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA

El procés de l'Enquesta Tourist Info corresponent a l'estiu del 2016 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 121 oficines Tourist Info participants ha estat de 6.923.

En aquesta edició es disposa d'una major informació en relació al lloc de residència dels enquestats, com que no hi ha mostra suficient per a totes les nacionalitats, la desagregació de dades és la relativa a espanyols, europeus i americans tractant-se la resta de nacionalitats de manera agregada.

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

Tenint en compte aquestes limitacions i avantatges, l'enquesta Tourist Info recull 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.

Ha de tenir-se present que el mostreig no segueix un procés rigorós de *random* ni és un mostreig aleatori simple estratificat (per quotes).

València, novembre del 2016

Àrea de Coneixement i Intel·ligència Turística

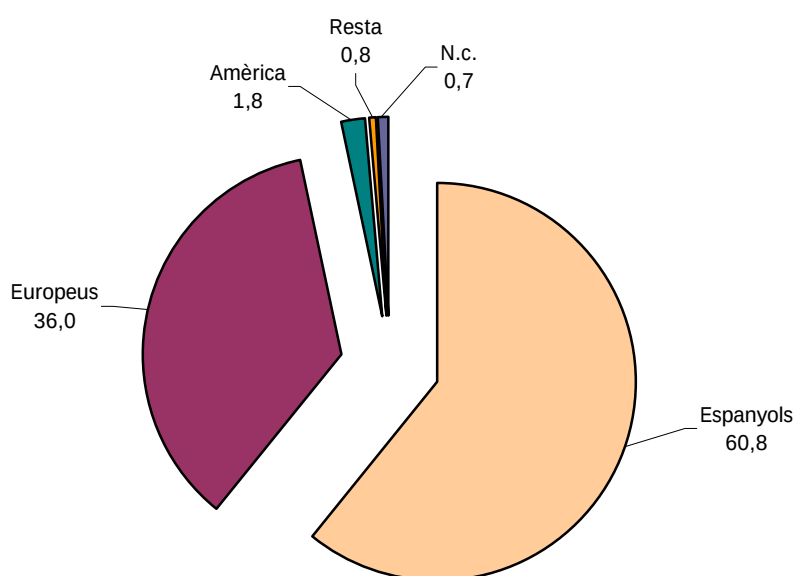
Agència Valenciana del Turisme

2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

2.1. Lloc de residència

El nombre de qüestionaris vàlids tabulats ha sigut de 6.923, dels quals el 60,8% correspon a residents a Espanya, el 36,0% a residents a Europa, 1,8% Amèrica i el 0,8% a altres països. El 0,7% no va contestar a aquesta pregunta.

GRÀFIC 1: LLOC DE RESIDÈNCIA (EN %)



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

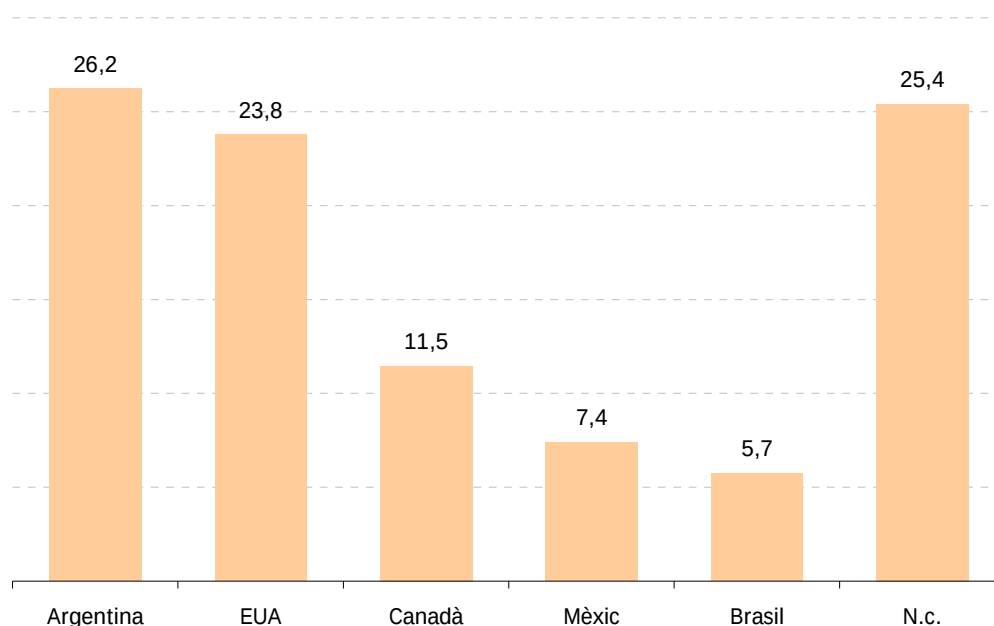
Del total d'enquestats **residents a Espanya**, procedeixen majoritàriament de la mateixa Comunitat Valenciana (32%), la Comunitat de Madrid (20,3%), Catalunya (8,1%).

Quant als residents en **l'estranger**, la majoria procedeix de països europeus (93,4%); el grup més nombrós és el procedent de **França** (39,3%), seguit de **Regne Unit** (19,3%) i **Bèlgica** (8,1%).

Del total d'enquestats procedents **d'Amèrica** (122 enquestes) que representen un 1,8% del total d'enquestes, els principals països de procedència es reflecteixen en

el següent gràfic:

GRÀFIC 1A: PAÍS D'ORIGEN DELS AMERICANS ENQUESTATS (EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris, base total enquestats americans.

La resta de països (d'Àsia, Àfrica i Oceania) com que no disposen d'una mostra significativa, es tracten les dades de manera agregada.

L'ordre percentual de procedències nacionals i europees, que es desprèn de l'enquesta, és el següent:

TABLA 1: ORDRE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES NACIONALS, SEGONS CCAA DE PROCEDÈNCIA:

Comunitat Autònoma	%
Comunitat Valenciana	32,10
Comunitat de Madrid	20,31
Catalunya	8,13
Castella i Lleó	6,13
País Basc	5,84
Castella-La Manxa	5,25
Aragó	4,89
Resta CCAA	17,34

TABLA 2: ORDRE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES EUROPEES SEGONS PAÍS DE RESIDÈNCIA:

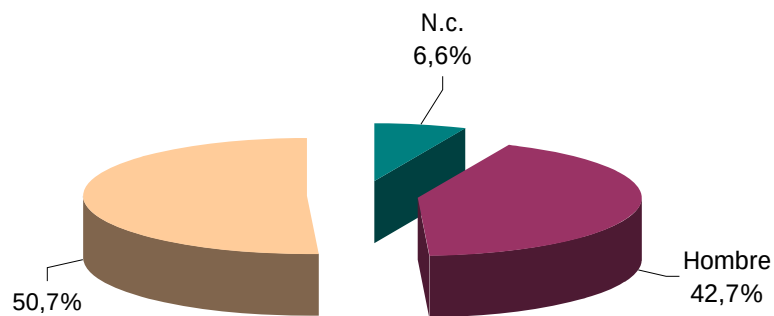
País	%
FRANÇA	39,32
REGNE UNIT	19,28
BÉLGICA	8,07
ALEMANYA	7,87
HOLANDA	5,22
ITÀLIA	4,94
IRLÀNDA	3,41
RESTA	18,45

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

2.2. Sexe

La distribució per **gènere** de la demanda es correspon amb un 50,7% de dones i un 42,7% d'homes. Un 6,6% dels enquestats no van respondre aquesta qüestió.

GRÀFIC 2: SEXE (EN %)

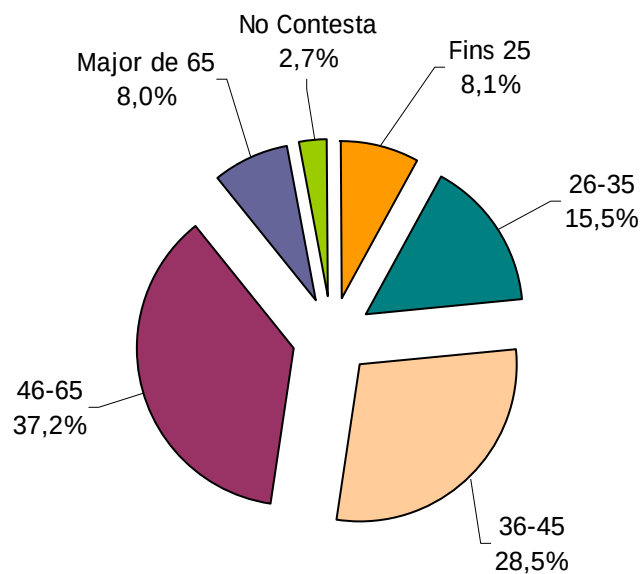


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.3. Edat

Atenent **l'estructura d'edats**, el percentatge més gran d'enquestats té entre 46 i 65 anys (37%), el segon grup en importància són les persones entre els 36 i 45 anys (28%), els segueixen les persones de 26 a 35 anys (16%) i els grups menys nombrosos són els menors de 25 i els majors de 65 anys (tots dos grups amb un 8%). Un 3% no va facilitar informació sobre la seua edat.

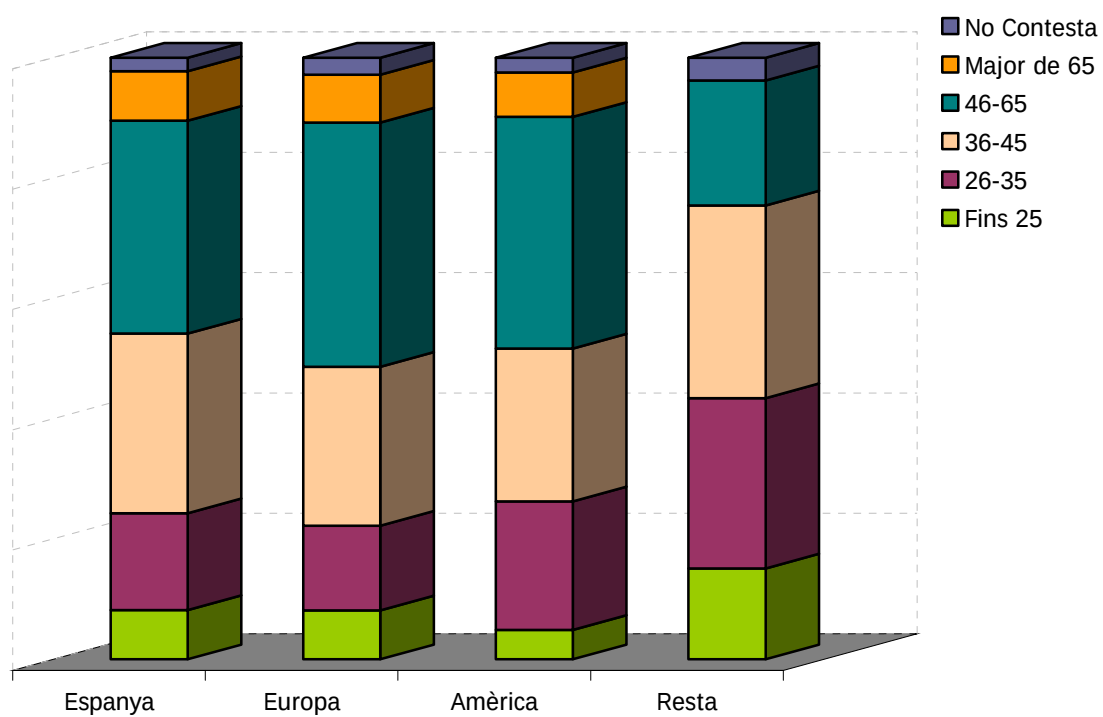
GRÀFIC 3A: VOLUM DE ENQUESTATS PER GRUPS D'EDAT (EN %)



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

Del desglossament dels resultats segons lloc de residència, s'aprecia la mateixa tendència, si bé per a la resta de països, la mostra més nombrosa té entre 36 a 45 anys, tal com mostra el gràfic 3B:

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

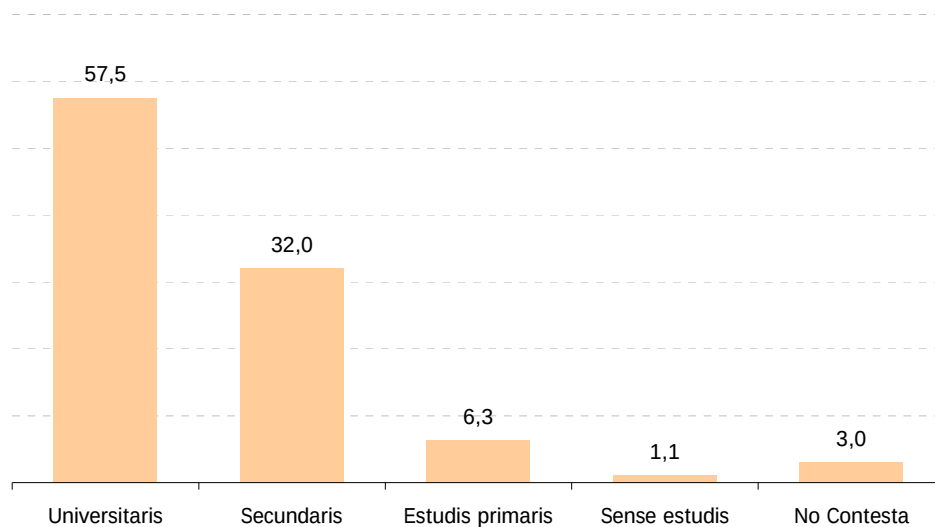


Font: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

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 57,5% posseeix estudis universitaris, el 32% estudis secundaris, el 6,3% estudis primaris i tan sols l'1,1% no té alguna titulació acadèmica. El 3% 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, açò reflecteix, en aquest cas, que un major nivell cultural propicia una major inquietud a l'hora de visitar una determinada destinació i per tant la necessitat de recaptar major informació sobre el mateix.

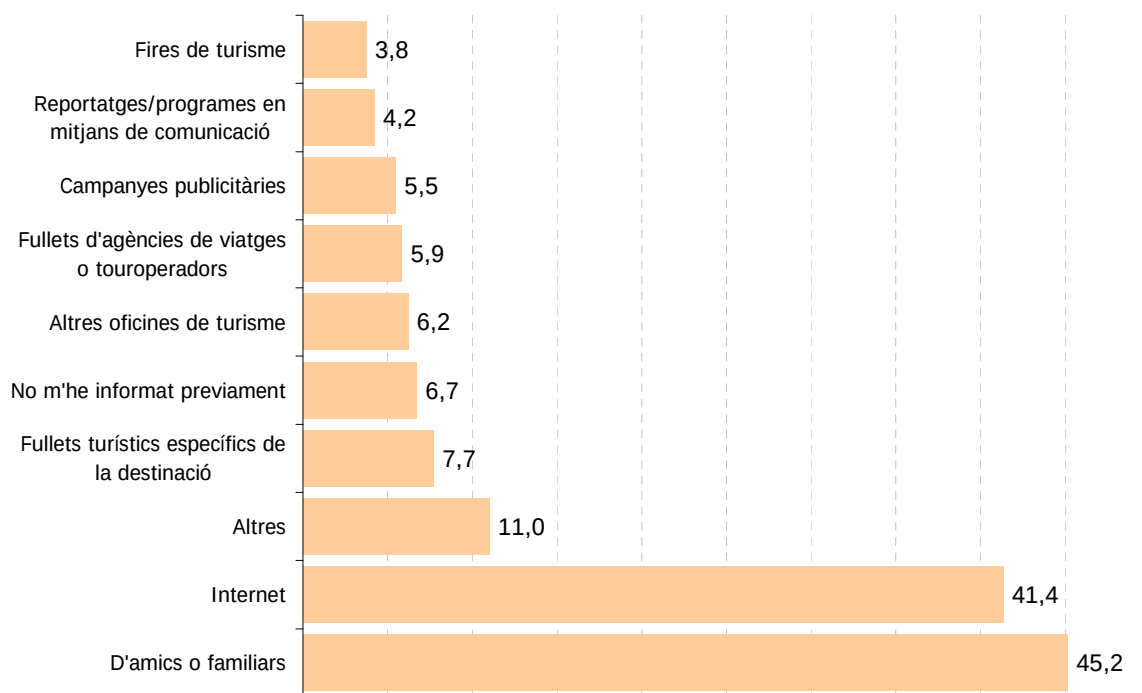
Si desagreguem aquesta informació segons el lloc de residència, és similar per a tots els grups.

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**, de cara a una correcta planificació dels canals triats a l'hora de diversificar la despesa en publicitat. S'observa que el principal canal d'informació ha sigut els **amics o familiars** (45,2%). El segon canal més utilitzat és **Internet** (41,4%), seguit d'altres mitjans (11,6%) i de **fullets turístics** específics de la destinació (7,7%). És destacable que els **tres mitjans menys assenyalats** han sigut per aquest ordre: Fires de turisme (3,8%), Reportatges/programes en mitjans de comunicació (4,2%) i Campanyes publicitàries (5,5%).

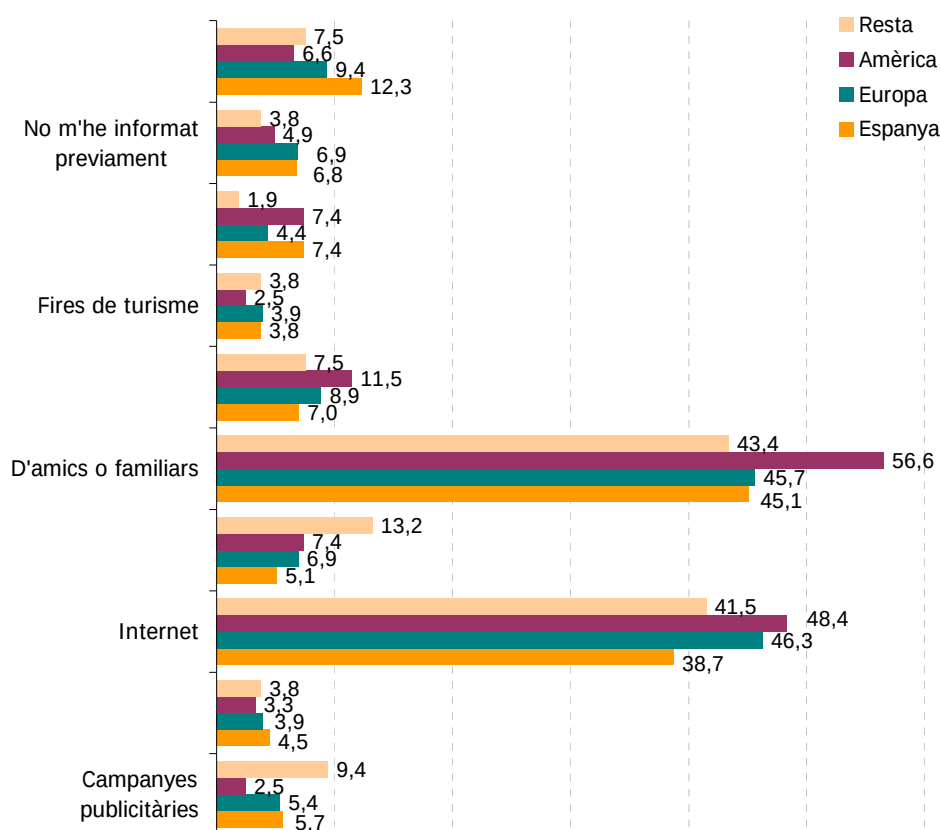
GRÀFIC 5: MITJANS D'INFORMACIÓ EMPRATS (EN %)



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

Si desagreguem la informació anterior segons el lloc de residència dels enquestats, s'observa que tots els enquestats s'informen en primer lloc a través d'amics o familiars, seguit d'Internet, menys els residents europeus, que inverteixen aquests dos canals i s'informen en primer lloc a través d'Internet.

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



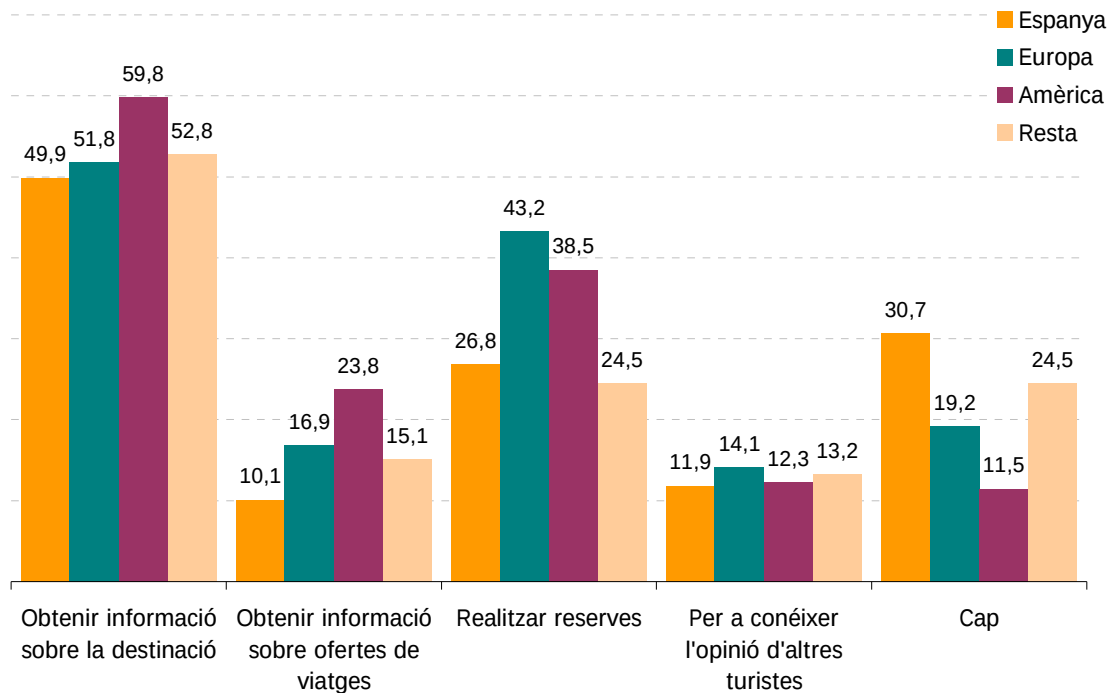
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Per a tots els grups segons lloc de residència, s'observa la mateixa tendència que reflecteix el gràfic 5 quant als canals emprats per a informar-se de la destinació, Internet és el mitjà en el qual s'han de centrar els esforços; xicotetes accions poden proporcionar una tornada important.

Davant la pregunta sobre **quin ús s'ha realitzat d'Internet per a la preparació de la seua visita** al municipi en el qual han sigut enquestats, un 50,4% d'ells, van afirmar haver recorregut a **Internet per a obtenir informació sobre la destinació**, dada que aconseguix un 59,8% per a la demanda americana i un 52,8% per a la demanda de la

resta de països. A l'hora de **realitzar reserves en línia** entre els enquestats segons el seu lloc de residència, és destacable que per als residents a Espanya suposa un 26,8%, per als europeus un 43,2% i per als americans un 38,5%. 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 REALITZAT D'INTERNET (EN %)



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

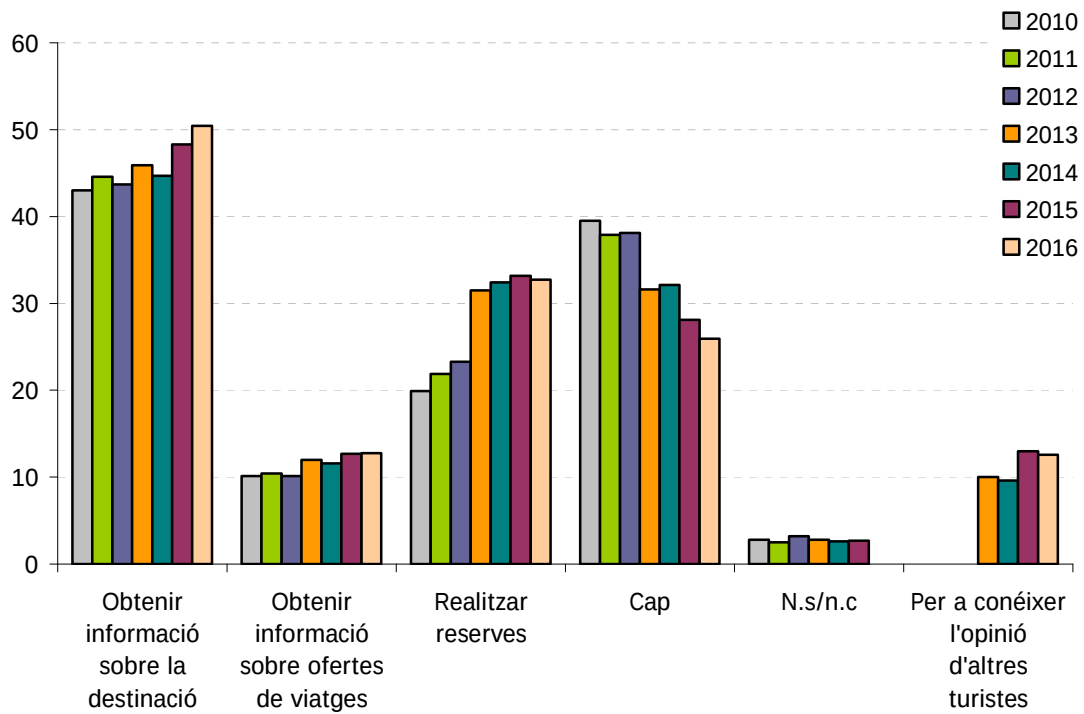
Un altre aspecte d'interès és el coneixement de la **pàgina web turística del municipi visitat**. El 45,4% de la població enquestada ha visitat aquesta pàgina web, aconseguint el 46,6 els residents nacionals, 45,1% els europeus, 32,8% els americans i el 37,7% la resta.

3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2016

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 més de la meitat en 2016 (50,4%). També s'aprecia un **marcat ascens en l'ús d'aquesta eina per a realitzar reserves**, que ha passat d'un 19,9% en 2010 a un 32,7% en 2016.

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 2016.

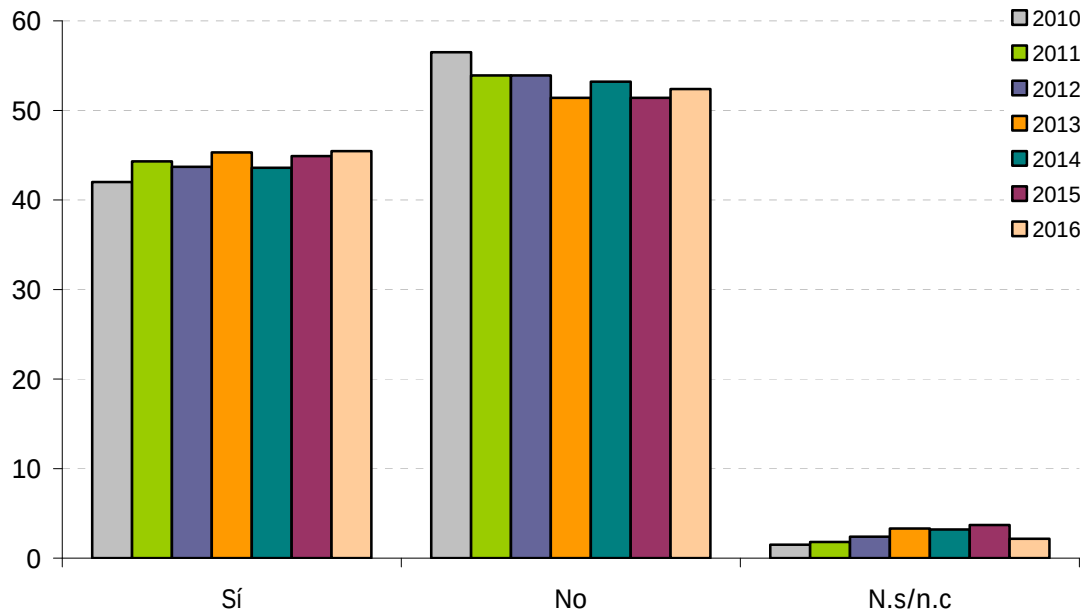
GRÀFIC 6A: EVOLUCIÓ DE L'ÚS REALITZAT D'INTERNET PER A LA PREPARACIÓ DE LA VISITA AL MUNICIPI 2010-2016



Font: elaboració pròpia en base a les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 i 2016

S'aprecia un increment entre els quals afirmen haver visitat la pàgina web del municipi, d'un 42% en 2010 al 45,4% del 2016.

GRÀFIC 6B: EVOLUCIÓ DE L'ACCES A LA PÀGINA WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPI 2010-2016



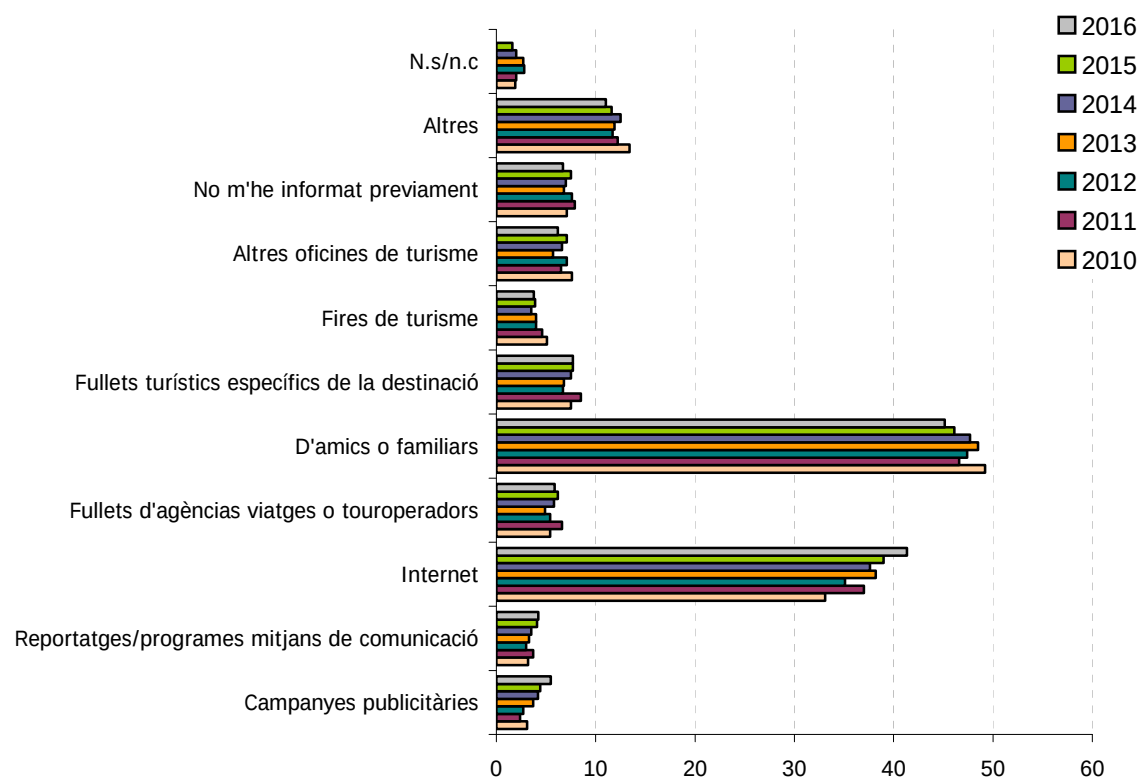
Font: elaboració pròpia en base a les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 i 2016.

El mitjà més habitual d'obtenció d'informació sobre el municipi és a través **d'amics o familiars**, en l'evolució dels quals s'aprecia un descens, passant d'un 49,2% en 2010 a un 45,2% en 2016.

En segon lloc i com a mitjà més habitual d'obtenció d'informació torna a ser **Internet**, l'evolució de la 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 2016 un 41,4%.

S'observa una **tendència decreixent** en relació als quals van rebre informació a través de **fires de turisme**, havent passat del 5,1% en 2010 al 3,8% en 2016. També en un xicotet percentatge els que indiquen s'han informat mitjançant **campanyes publicitàries**, ha passat del 3,1% en 2010 al 5,5% en 2016, si ben ambdues opcions són poc significatives, dada també reflectida en els gràfics 5 i 5A.

GRÀFIC 6C: EVOLUCIÓ DELS MITJANS A TRAVÉS DELS QUALS VA REBRE INFORMACIÓ
SOBRE EL MUNICIPI 2010-2016



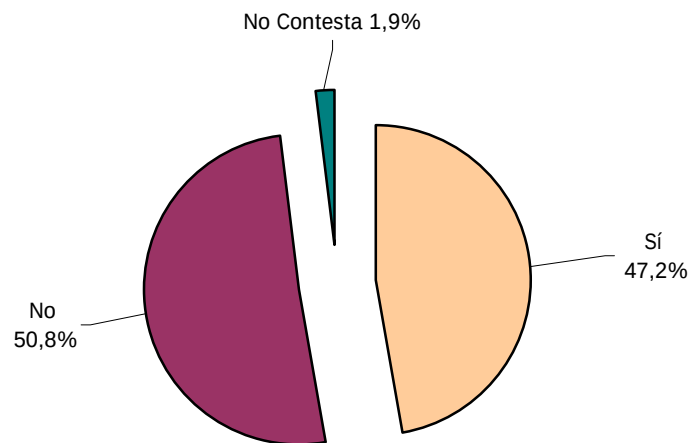
Font: elaboració pròpia en base a les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 i 2016.

3.3. Reserves

Prop de la meitat de la mostra ha organitzat el seu viatge a la destinació **efectuant reserva prèvia** (47,2%).

Els europeus són els estrangers enquestats que realitzen algun tipus de reserva prèvia en major mesura, aconsegueixen el 52,4%, enfront del 45,1 dels americans, el 44,9% dels residents a Espanya i el 41,5% de la resta d'enquestats d'altres països.

GRÀFIC 7: RESERVA PRÈVIA (EN %)

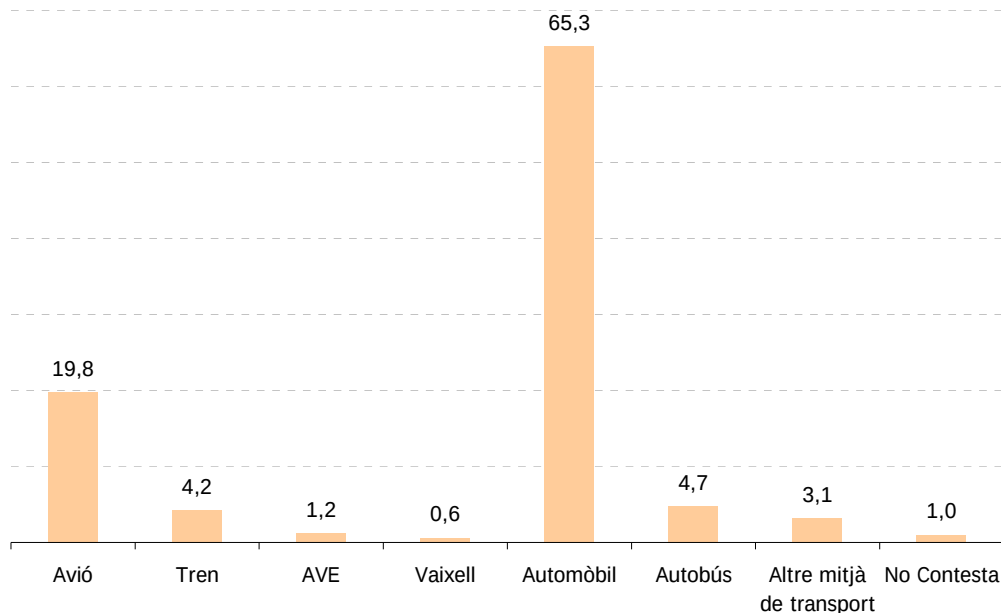


FONT: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris.

3.4. Mitjà de transport utilitzat

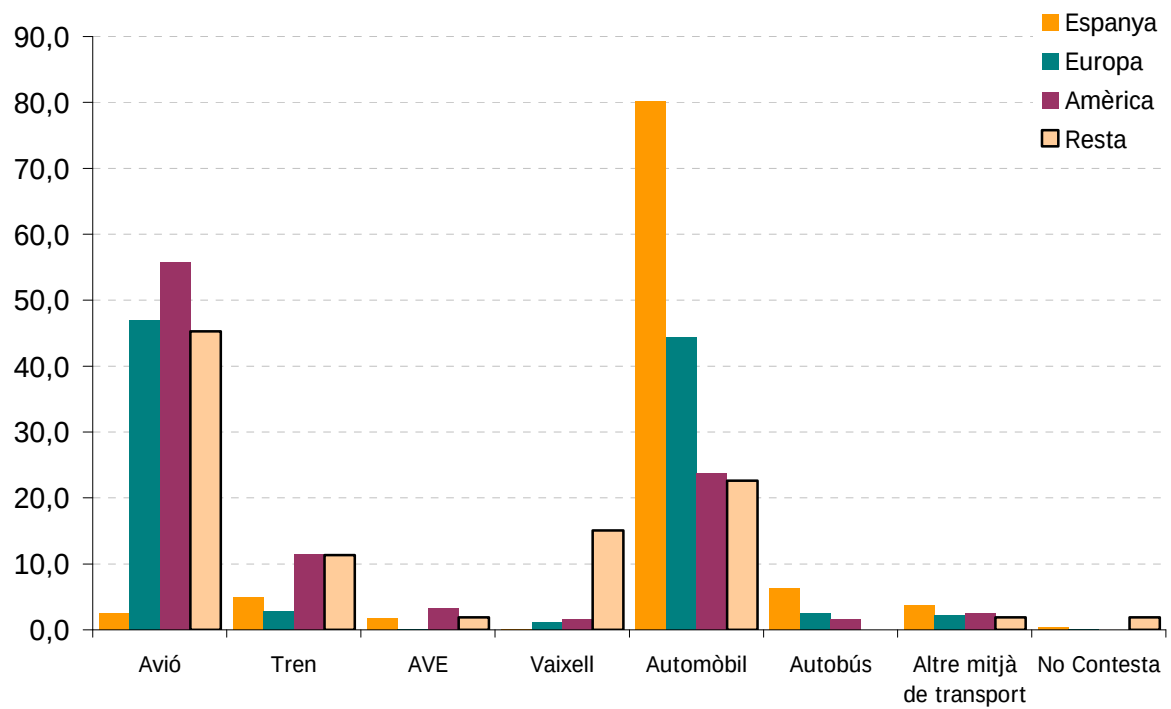
El **mitjà de transport a la destinació vacacional** més utilitzat és l'automòbil (65,3%) seguit de l'avió (19,8%). No obstant això, hi ha notables diferències segons el lloc de residència de l'enquestat. Els **residents a Espanya** fan ús principalment de l'**automòbil** per als seus desplaçaments (80,2%), emprant l'avió només en un 2,5% dels casos. No obstant això, els **residents a Europa** enquestats, es desplacen principalment amb **avió** (46,9%) i en **automòbil** (44,3%), també la resta d'estrangers no europeus es desplacen en major mesura amb avió seguit d'automòbil; s'observa que per als enquestats estrangers de la resta de països, el transport més utilitzat en tercer lloc és el vaixell, en un 15,1%.

GRÀFIC 8: MITJÀ DE TRANSPORT EMPRAT (EN %)



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

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

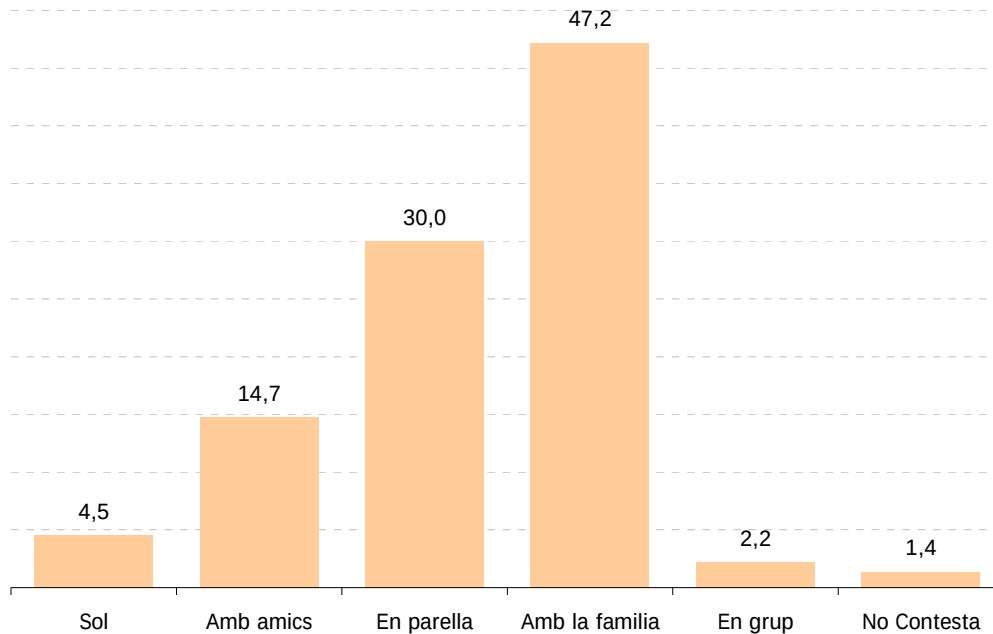


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

3.5. Composició del grup de viatge

La mostra ha indicat que realitza principalment el seu viatge amb la **família** (47,2%), a continuació en **parella** (30%) i en menor mesura amb **amics** (14,7%)¹. Si desglossem els resultats, segons el lloc de residència, s'observa que l'ordre de la composició del grup de viatge és idèntic per a totes les nacionalitats.

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



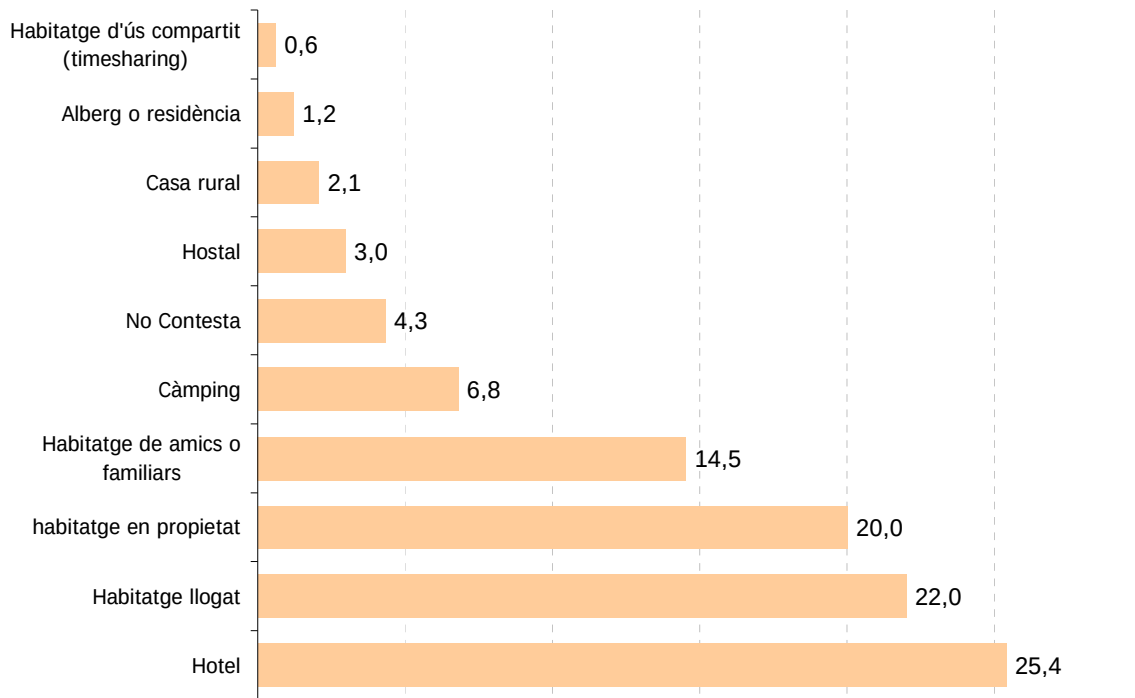
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

¹ La suma de tots els percentatges és superior a 100, ja que la qüestió referent a les persones amb la qual viatja l'enquetat és de resposta múltiple. És possible que, per exemple, algun dels enquestats viatgen amb la seua família i, a més, amb amics.

3.6. Allotjament utilitzat

Respecte al tipus **d'allotjament utilitzat durant l'estada**, destaquen l'hotel (25,4%), l'habitatge llogat (22%), l'habitatge en propietat (20%) i l'habitatge d'amics o familiars (14,5%)².

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



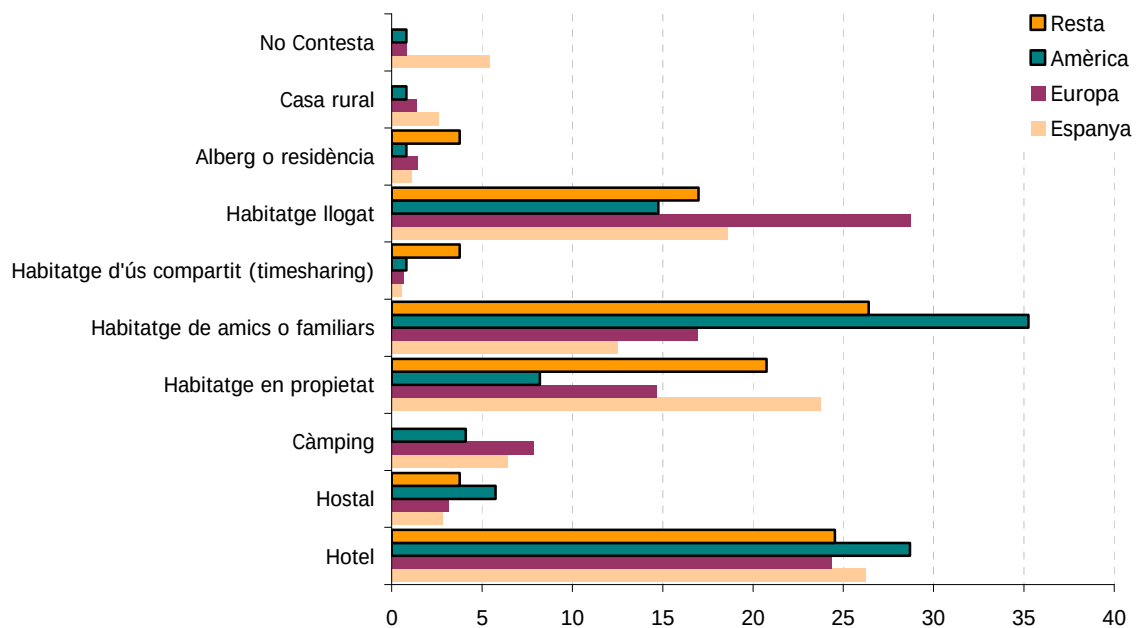
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Del total d'enquestats, el 66,4% afirma que no és la seua primera estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana.

L'ordre de preferència en l'allotjament per part dels enquestats segons el lloc de residència es reflecteix en el següent gràfic:

² La suma de tots els percentatges d'ús de totes les modalitats d'allotjament és superior al 100%. Açò és a causa que aquesta qüestió és de resposta múltiple, és possible que durant la seua estada algun dels enquestats haja emprat més d'una modalitat d'allotjament.

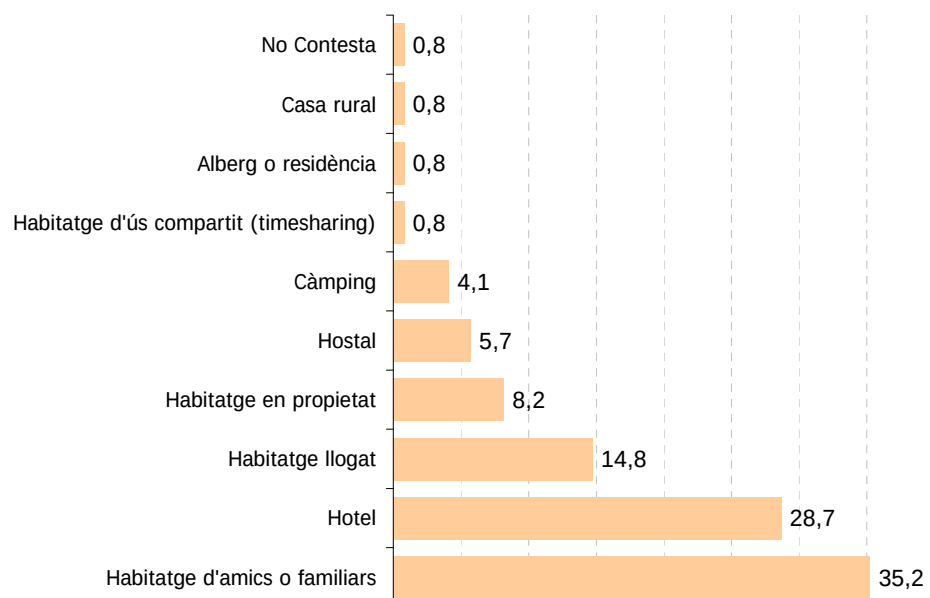
GRÀFIC 12: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA (EN %)



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

Si observamos a los residentes americanos, el orden de preferencia a la hora de alojarse es el siguiente:

GRÀFIC 13: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT PELS RESIDENTS AMERICANS (EN %)



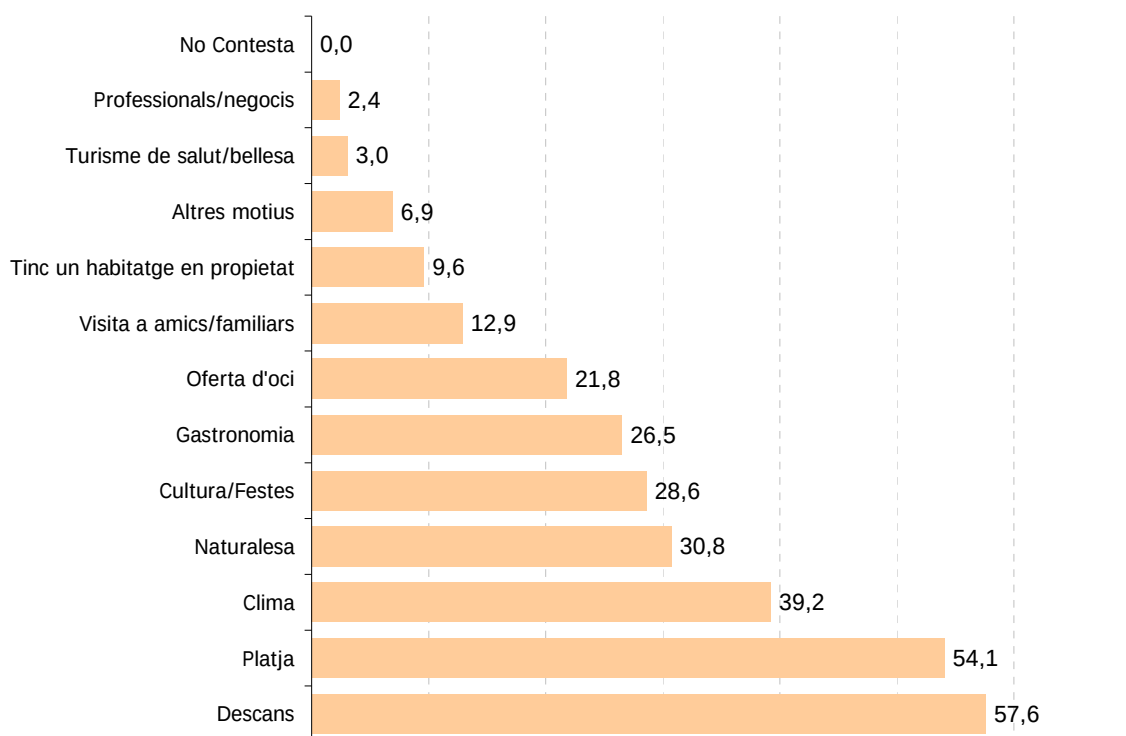
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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 ordre d'importància: el **descans**, la **platja**, el **clima**, la **naturalesa**, la **cultura/festes** i la **gastronomia**.

GRÀFIC 13A: MOTIUS DE VISITA (EN %)

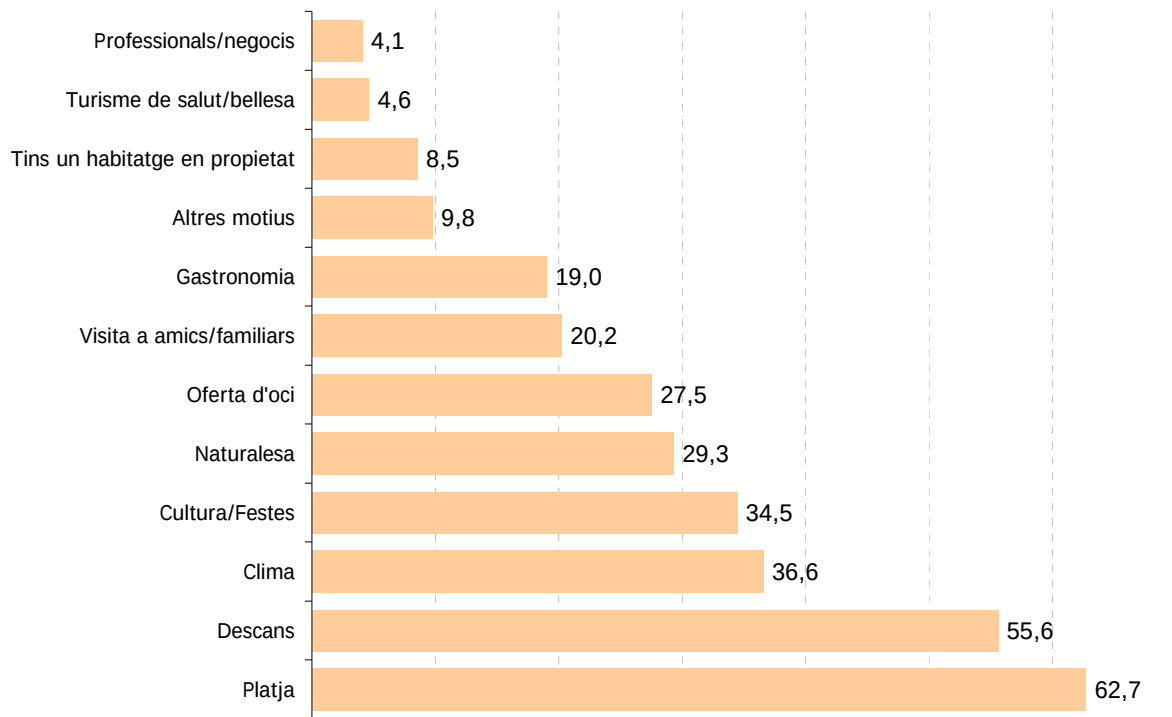


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

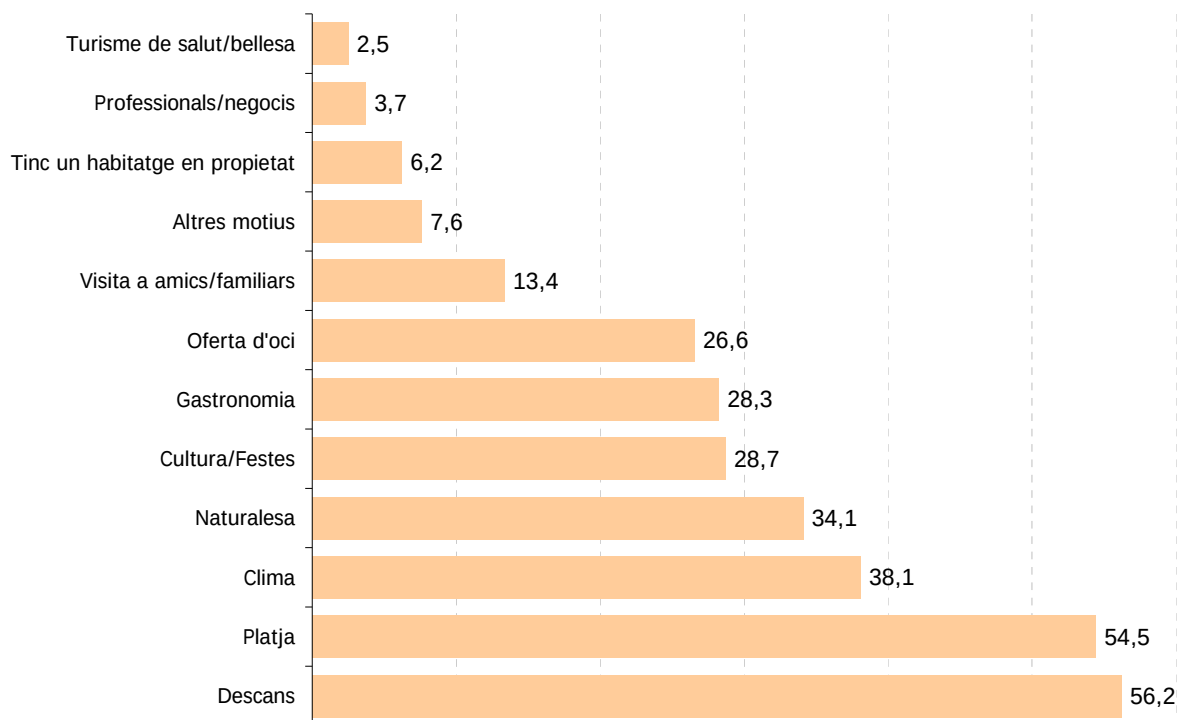
Per a tots els **segments d'edat** els motius de visita, encara que amb lleugera variació en el seu ordre, són els mateixos: platja, descans, clima, naturalesa, cultura/festes, gastronomia i oferta d'oci.

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

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

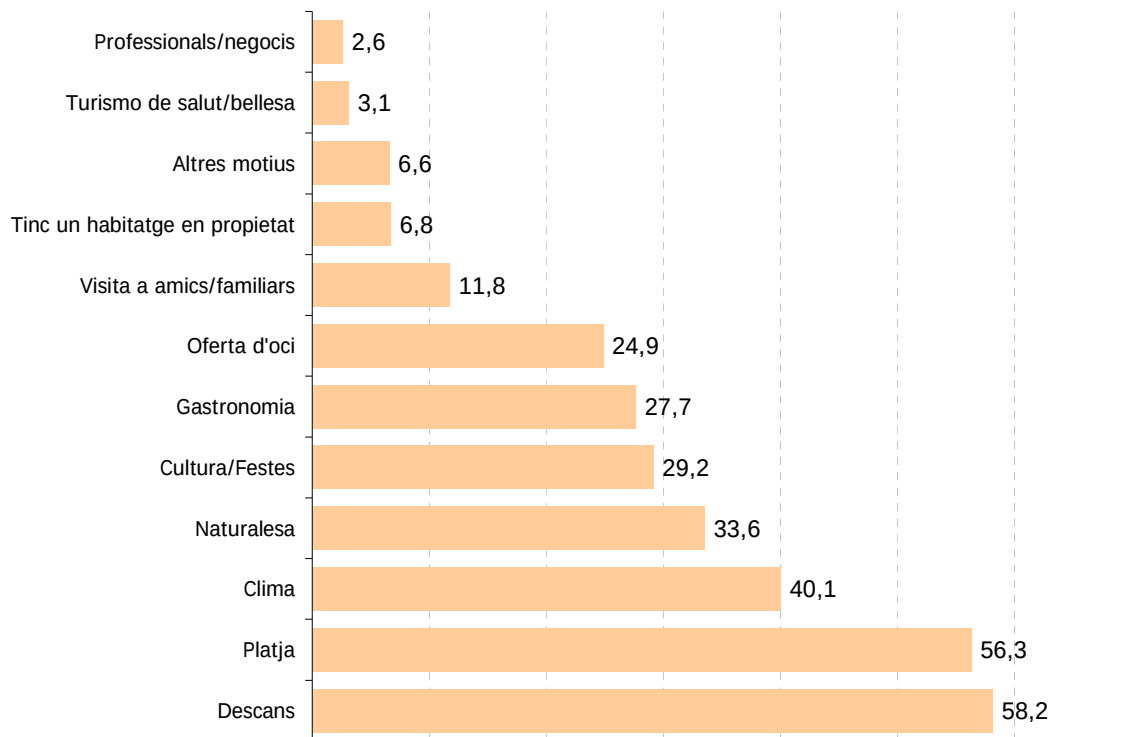


GRÀFIC 14B: GRUP 26-35 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)

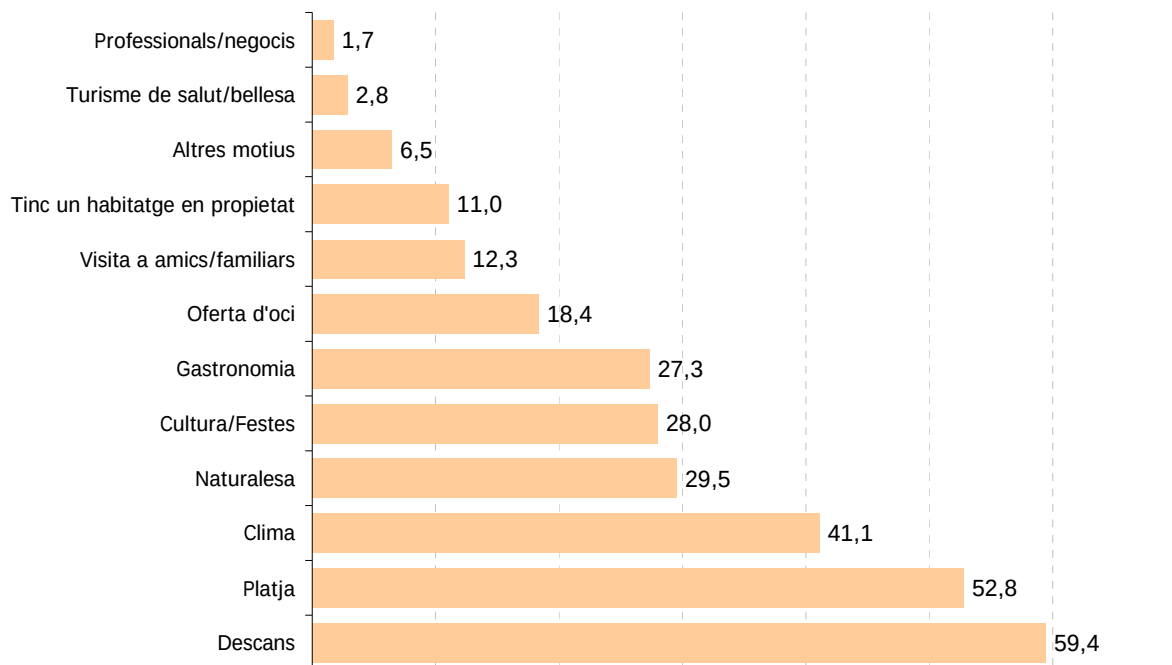


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

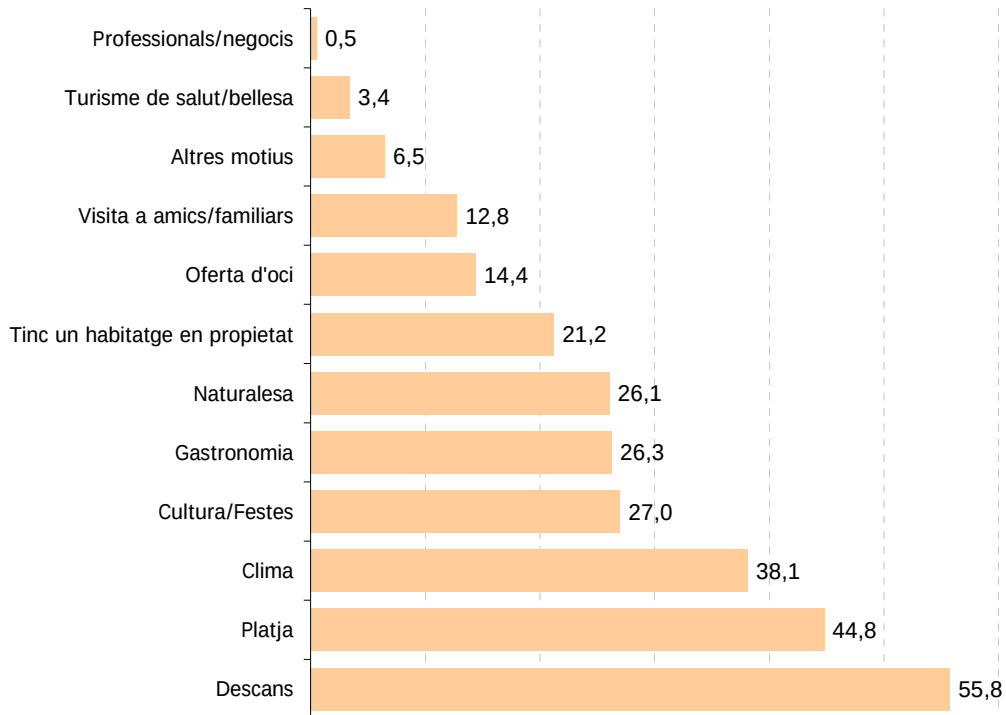
GRÀFIC 14C: GRUP 36-45 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



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

Si desagreguem els motius de visita per nacionalitats, s'observa que per als residents a Espanya l'ordre motivador coincideix amb el reflectit en el gràfic 13A; els residents europeus han manifestat que en primer lloc vénen per la platja, seguit del descans, clima, naturalesa, gastronomia, cultura/festes, oferta d'oci, visita amics i familiars i per tenir habitatge en propietat.

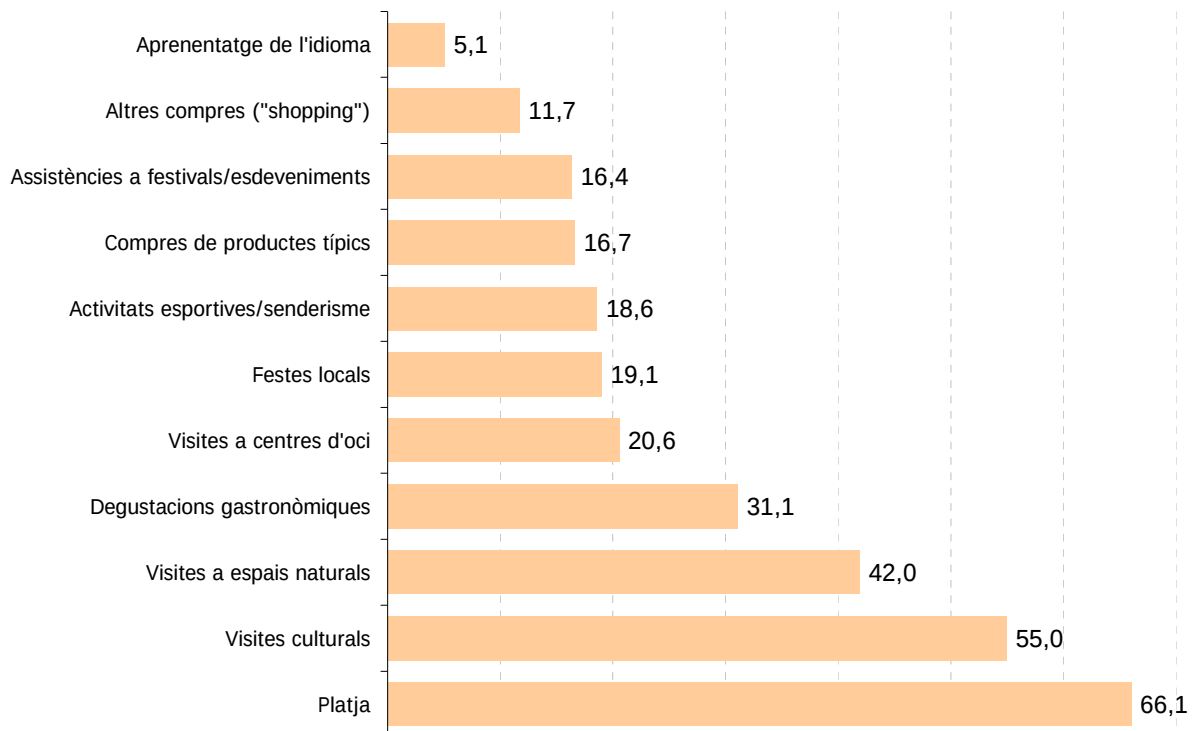
L'ordre que reflecteixen els residents americans enquestats és: descans, platja, cultura/festes, visita amics/familiars, gastronomia, clima, naturalesa, oferta d'oci i uns altres.

Per als residents de la resta de països, l'ordre dels motius són: descans, platja, oferta d'oci, clima, cultura/festes, visita amics/familiars, naturalesa, gastronomia, habitatge en propietat, altres motius, negocis i turisme de salut/bellesa.

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 emplenat l'enquesta són, per ordre d'importància: **anar a la platja** (66,1%), **visites culturals** (55%), **visitar espais naturals** (42%), **degustacions gastronòmiques** (31,1%) i **visites als seus centres d'oci** (20,6%).

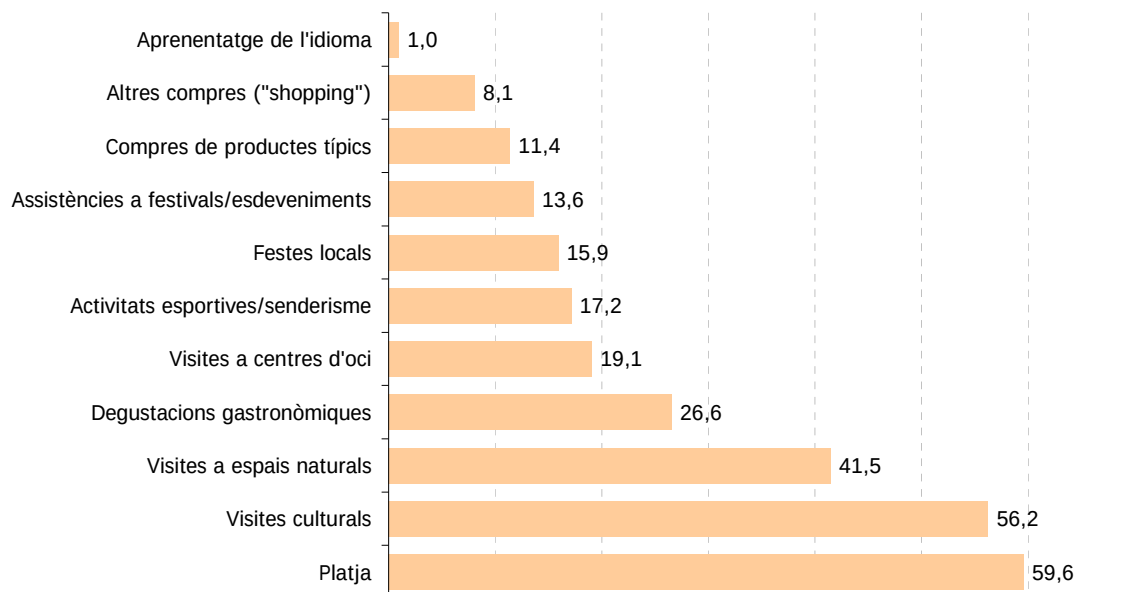
GRÀFIC 15: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES (EN %)



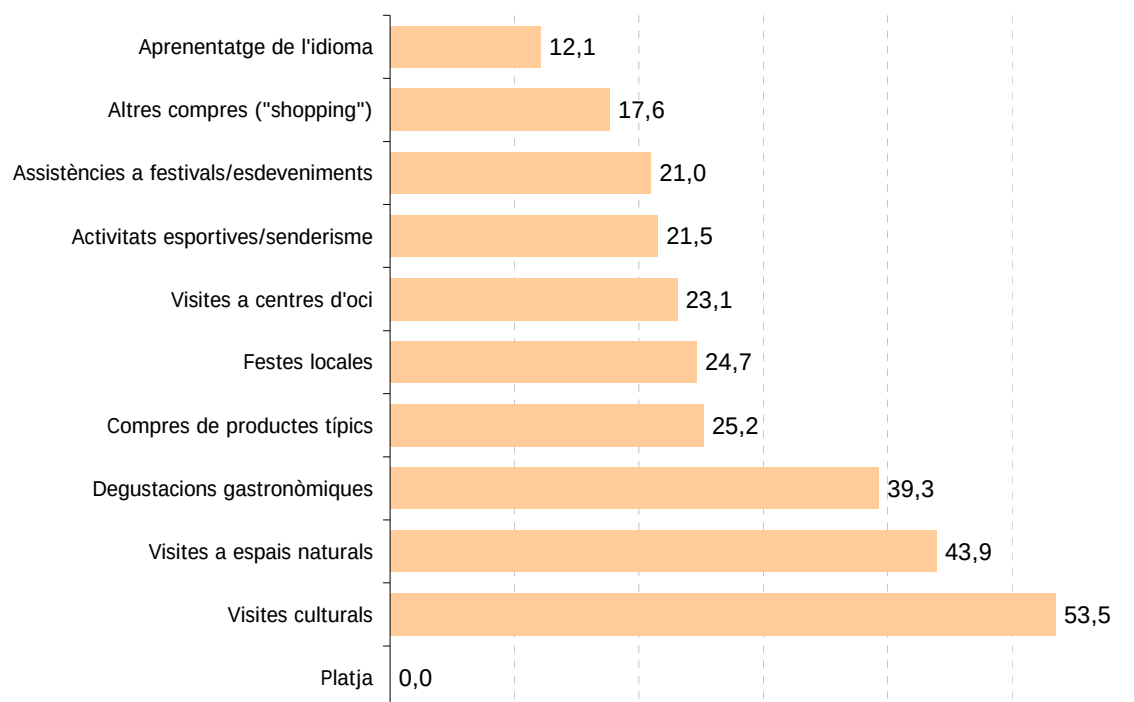
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Si desagreguem la informació per procedències, s'observa el següent:

GRÀFIC 15A: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES PELS ESPANYOLS (EN %)

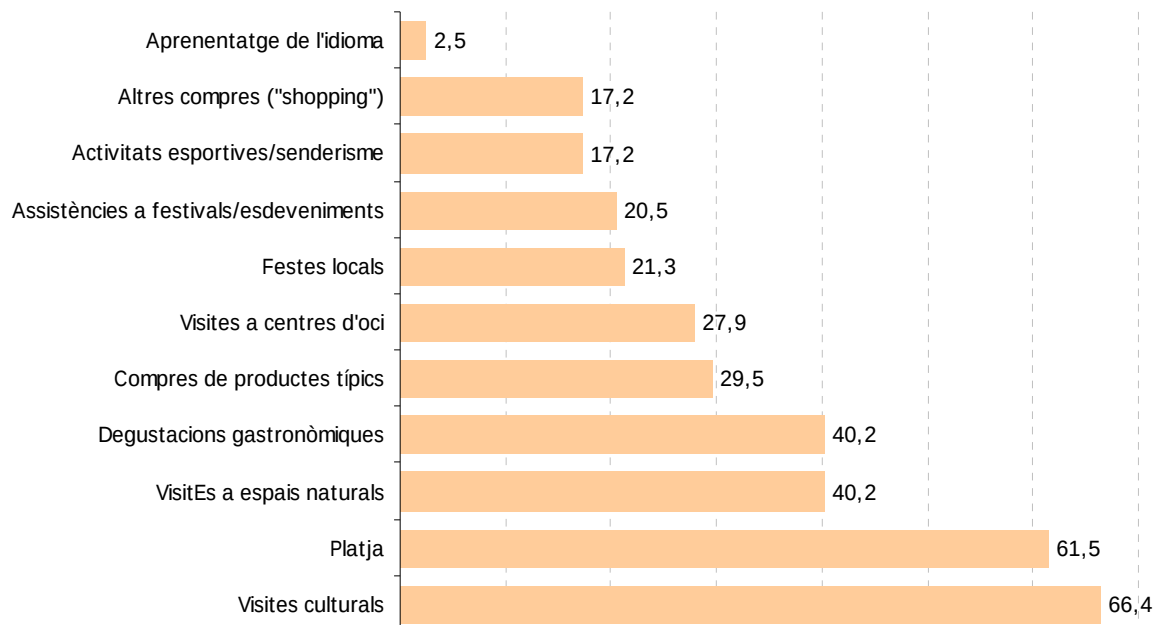


GRÀFIC 15B: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES PELS EUROPEUS (EN %)



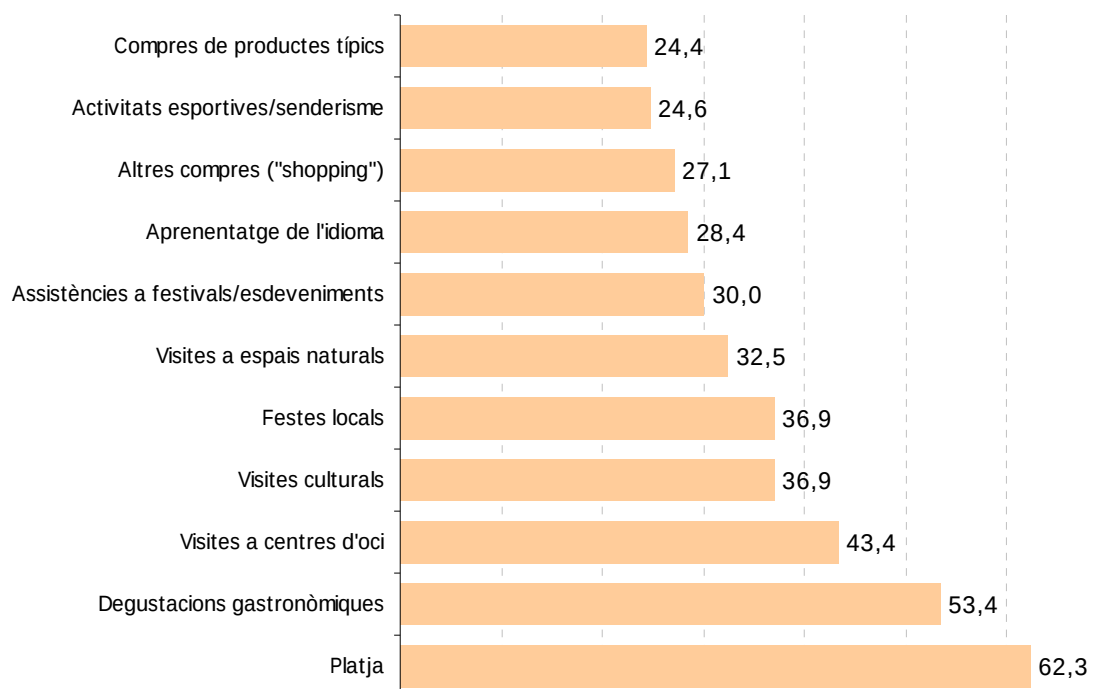
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

GRÀFIC 15C: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES PELS AMERICANS (EN %)



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

GRÀFIC 15D: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES PER LA RESTA DE PROCEDÈNCIES (EN %)



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

3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils

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

De la informació arreplegada en 2016, es desprén que el 79,6% dels enquestats, declara ser usuari de telèfon intel·ligent o tauleta amb accés a Internet, açò són 5.513 usuaris, dels 6.923 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 el que ens llança un increment en el nombre d'usuaris enquestats que declara ser usuari del 26,7% en 2016 pel que fa a 2013.

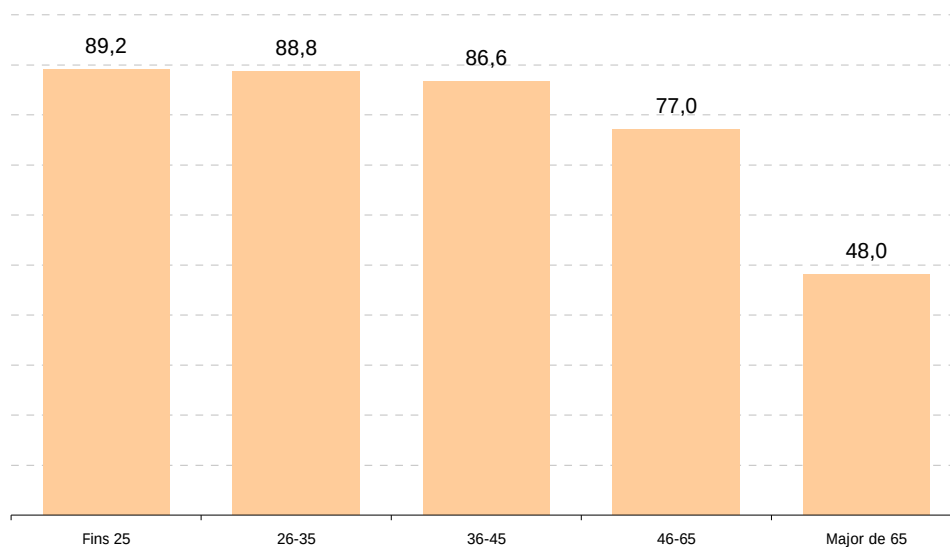
El 46,4% dels enquestats usuaris de telèfon intel·ligent o tauleta declara que ho utilitzarà durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 25,7% farà ús de dites dispositives si en el lloc de destinació existeix wifi gratuït.

Analitzant la informació segons grups d'edat, s'observa que el grup de menor edat és el que en major mesura afirma ser usuari d'aquest tipus de dispositius (89,2%) i en menor mesura el de majors de 65 anys (48%). 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 homes i dones (80% i 80,6% 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 mesura que els estrangers (57,8% els espanyols enfront d'un 29,4% els europeus, 27% dels americans i 35,8% de la resta) i l'ús de wifi gratuïta és opció escollida en un 14,9% dels residents a Espanya enfront del 43,1% dels europeus, el 47,5% els americans i el 34% de la resta.

El ús més gran de wifi gratuït per part dels estrangers i en menor mesura de la connexió pròpia a Internet, es revertirà, probablement, a partir del 15 de juny de 2017, data en la qual està prevista la supressió del càrrec per roaming o itinerància³ dins de la Unió Europea, si no es produeix un nou ajornament i abans que acabe 2016 han d'establir-se els límits que regulen les trucades, missatges i consum d'internet des d'altres països de l'eurozona.

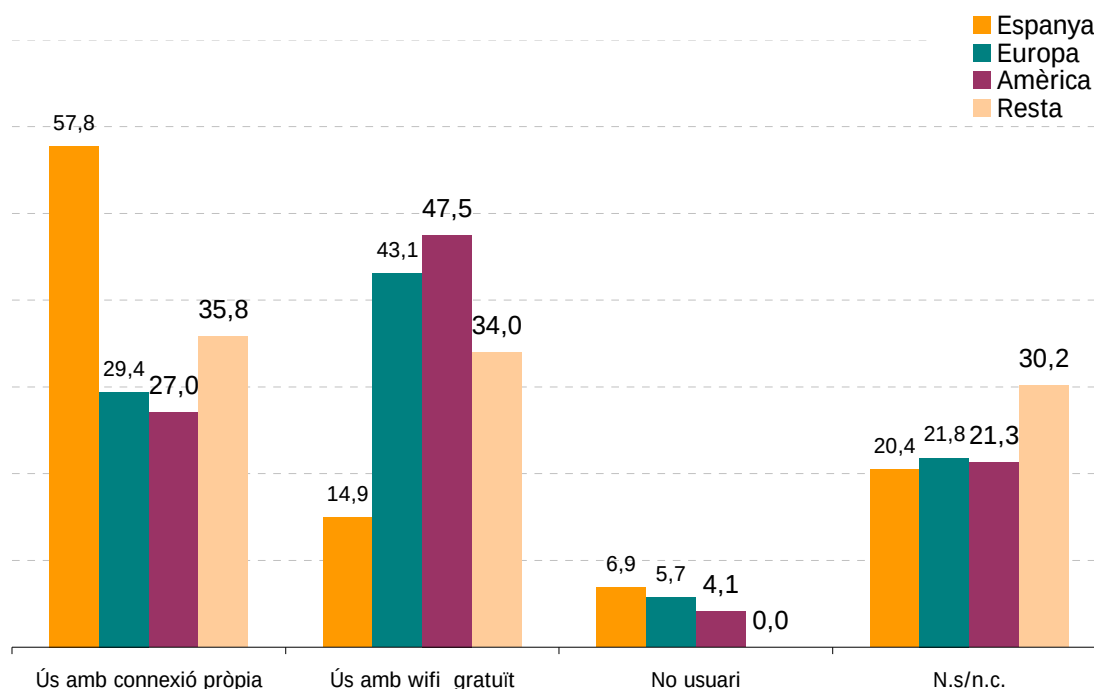
³ Capacitat d'enviar i rebre trucades, enviar missatges o navegar per Internet en xarxes mòbils en un Estat membre diferent del de l'origen de l'operador.

GRÀFIC 16: USUARIS DE TELÈFONS INTEL·LIGENTS O TAULETES PER GRUPS DE EDAT (EN %)



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

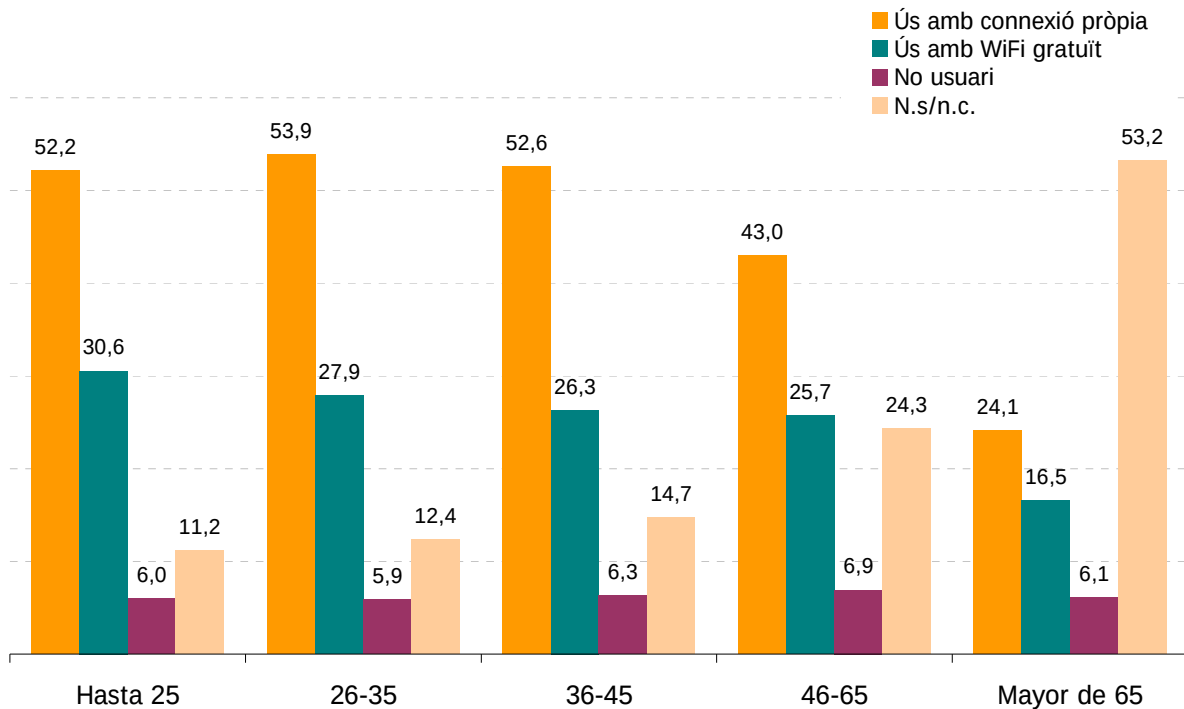
GRÀFIC 17: MANERA D'ÚS DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA SEGONS RESIDÈNCIA (EN %)



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 53,9%):

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

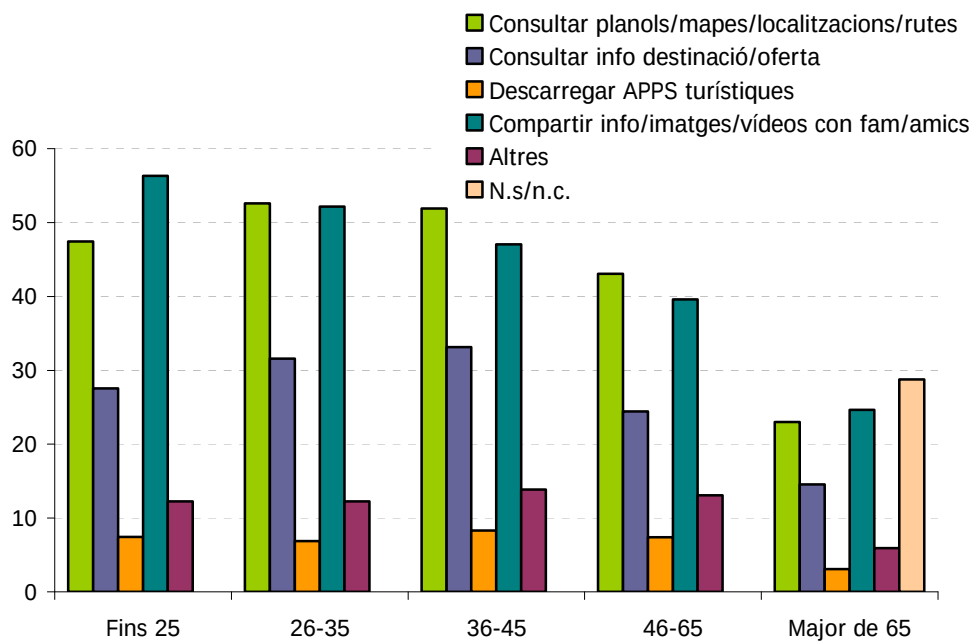


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Quant a **l'ús que es donarà a aquests dispositius**, és molt interessant constatar que **per a tots els grups d'edat**, coincideixen 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 36 a 45 anys, són els que en major percentatge es descarreguen APPS turístiques (un 8,3% enfront del 3,1% del grup de majors de 65 anys).

GRÀFIC 18A: UTILITAT DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA



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

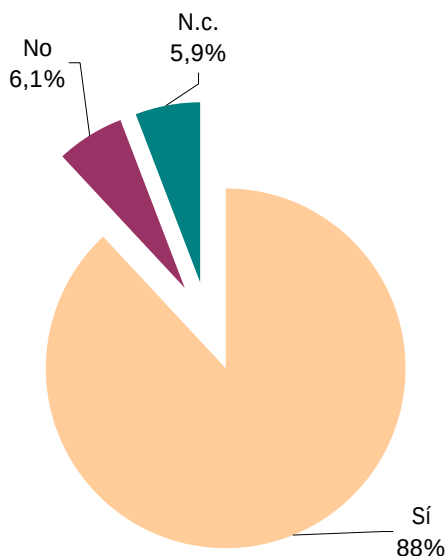
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA

4.1. Fidelitat a la destinació

El 31,7% dels enquestats van assenyalar que era la seua **primera visita a la Comunitat Valenciana**, mentre que un 66,4% del total va indicar haver estat **en més d'una ocasió**. Desagregant la mostra segons el lloc de residència, un 78,6% dels residents a Espanya han indicat que repeteixen visita a la Comunitat Valenciana, mentre que del total d'estrangers residents a Europa enquestats un 49,2% ha assenyalat que ja ha estat a la Comunitat Valenciana en més d'una ocasió, els americans en un 32,8% i la resta 41,5%.

D'altra banda, un 88% 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

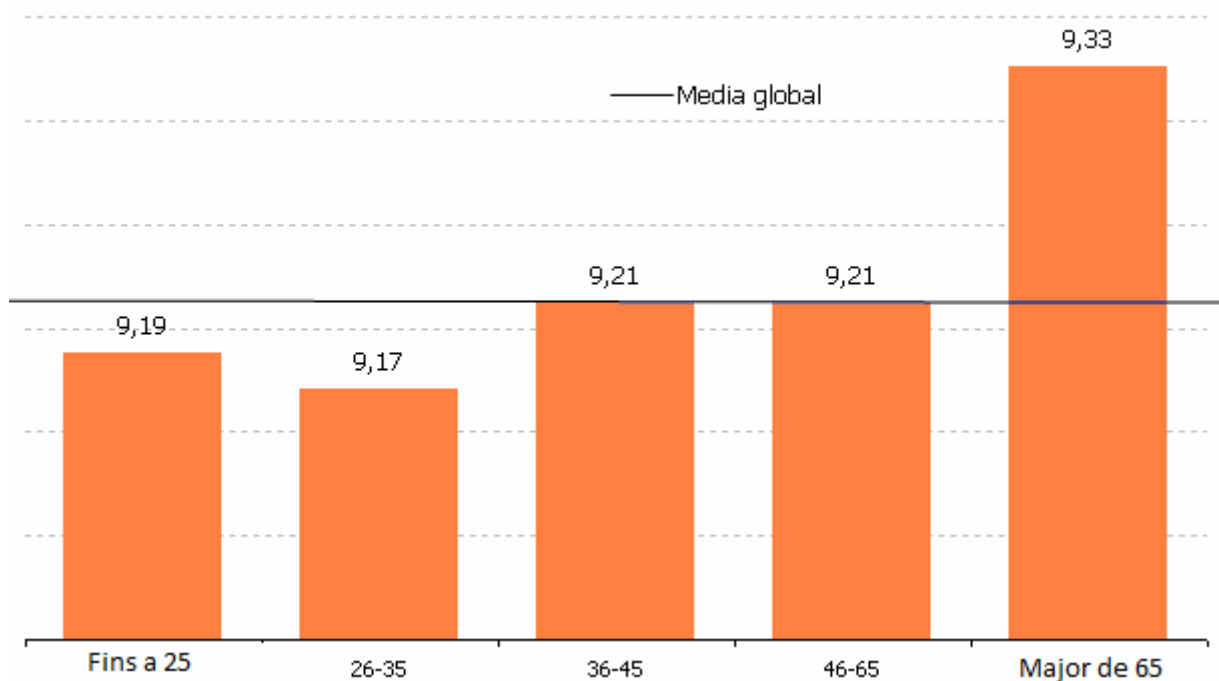
Analitzant els resultats segons les diferents variables de classificació, s'aprecien diferències segons la nacionalitat, sent els **residents a Espanya els més partidaris de tornar a visitar el municipi** (91% enfront del 85,2% de resposta dels residents europeus, 79,5% els americans i 84,9% la resta).

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**, puntuació similar per a totes les variables.

Si observem el grau de satisfacció del municipi visitat per trams d'edat, s'observa que el grup de major edat és el que més satisfet està en relació al municipi visitat.

GRÀFIC 19A: GRAU DE SATISFACCIÓ DEL MUNICIPI VISITAT SEGONS EDAT (EN %)



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

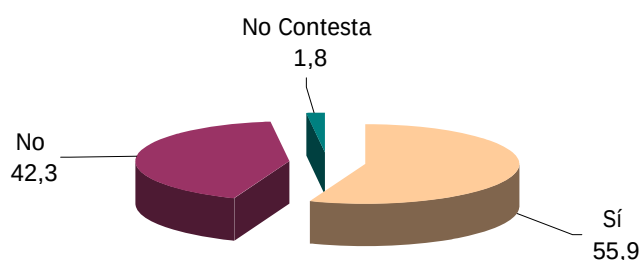
Desagregant aquesta informació pel lloc de residència, els més satisfets són els americans, amb una mitjana del 9,40 sobre 10; en segon lloc els espanyols amb 9,22 i els europeus i la resta comparteix 9,19 sobre 10.

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 serveis i instal·lacions.

Abans de mostrar aquestes 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.

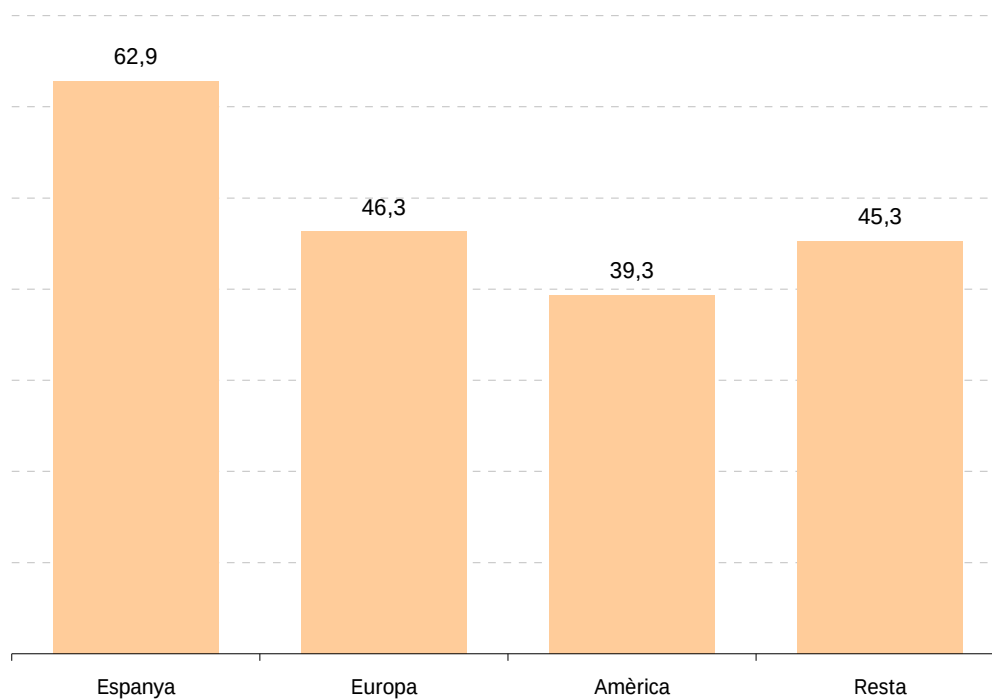
GRÀFIC 20: CONEIX LA XARXA TOURIST INFO (EN%)



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

Tal com mostra el gràfic 20, un 55,9% va afirmar conèixer la xarxa d'oficines. Els valors que mostren els resultats per a les variables edat, sexe o nivell d'estudis aporten dades molt similars; si es distingeix entre el lloc de residència (Gràfic 20A), s'aprecia una variació significativa, del 62,9% dels residents a Espanya que van declarar conèixer la xarxa, el 43,6% dels europeus, el 39,3% dels americans i el 45,3% de la resta de països enquestats:

GRÀFIC 20A: GRAU DE CONEIXEMENT DE LA XARXA TOURIST INFO SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA (EN%)



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

A més, quasi la meitat dels enquestats (el 46,6%), va declarar haver acudit a més d'una oficina Tourist Info durant la seua estada a la Comunitat Valenciana, sent el valor molt similar per a totes les variables analitzades.

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
Temps d'espera	9,54
Presència/imatge personal	9,61
To veu emprat/amabilitat	9,65
Atenció rebuda	9,63
Imatge de l'oficina	9,28
Ambient de l'oficina	9,35
Localització/accessibilitat oficina	9,17
Imatge i estètica material informatiu	9,30
Oferta informació en idiomes	9,26
Horari atenció públic	9,25
Fiabilitat/claredat informació rebuda	9,54
Mitjana global	9,42

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 quadre, la valoració general concedida pels usuaris enquestats és molt similar a la d'anys anteriors:

Taula 4.- Valoració de la qualitat de les Oficines Tourist Info. Període 2001-2016

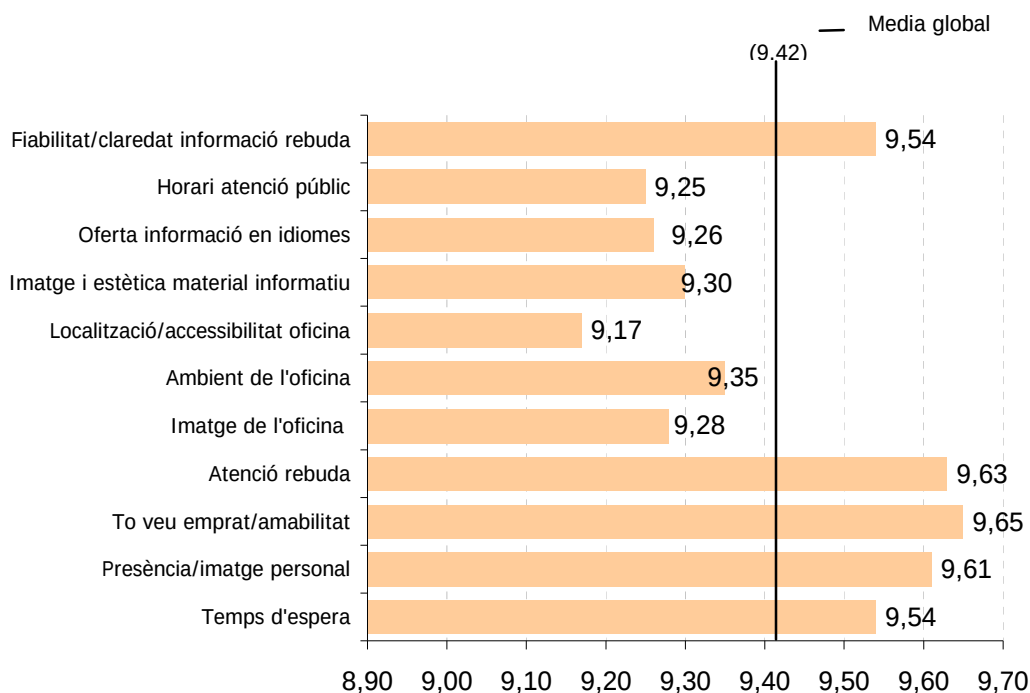
ANY	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007-2010	2011	2012-2016
Mitjana global	9,2	9,1	9,3	9,3	9,1	9,1	9,2	9,3	9,4

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 9,42 punts**, els aspectes que superen aquesta valoració es qualifiquen de ben valorats, i aquells altres que tenen un resultat per sota de la valoració mitjana, es consideren factors en els quals 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 emprat/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 eines 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 sota de la mitjana** a excepció d'imatge i estètica del material informatiu, la valoració del qual és superior a la mitjana.

Analitzant el nivell de satisfacció dels enquestats en funció de les 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 de l'emprat/amabilitat" és la millor valorada, seguida d'"Atenció rebuda" i "Presència i imatge del personal".
- Respecte al **lloc de residència**, tant els residents en l'estranger com els residents a Espanya han expressat una satisfacció més elevada en les variables: "To de veu de l'emprat/amabilitat", "Atenció rebuda" i "Presència i imatge del personal".
- Per **nivell formatiu o sexe** no hi ha variacions significatives

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**. Per a totes les variables analitzades el valor és molt similar a la mitjana.

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 (70,1%), 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	4,4
Oferta gastronòmica del municipi	3,4
Activitats oci-recreatives	3,7
Allotjament	2,9
Informació sobre rutes	2,6
Oferta cultural, històrica del municipi	2,0
Infraestructures/serv.públics municipi	1,0
Recursos naturals	2,3
Altres	7,6
N.s/n.c	70,1

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

6. CONCLUSIONS

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

- El 60,8% són residents a Espanya i el 38,5% en l'estranger; no contesten el 0,7%.
- Del total d'estrangers enquestats el 93,4% són residents europeus, el 4,6% americans i el 2% resideix en la resta de països.
- Del total d'americans enquestats, les principals procedències són: Argentina (26,2%), EUA (23,8%), Canadà (11,5%), Mèxic (7,4%) i Brasil (5,7%). No contesta país de procedència el 25,4% dels americans enquestats.
- Entre els enquestats que resideixen a Espanya destaquen el 32% de residents a la **Comunitat Valenciana**, el 20,3% dels procedents de la **Comunitat de Madrid** i en tercer lloc **Catalunya** amb 8,1%. Entre el grup d'estrangers enquestats, el 93,43% són residents europeus, d'ells, el 39,3% procedeix de **França**, el 19,2% del **Regne Unit** i el 8% de **Bèlgica**.
- El 57,5% de la mostra posseeix **estudis universitaris**, el 32% estudis secundaris i el 6,3% estudis primaris.
- Del total d'enquestats, el 50,7% són dones i el 42,7% homes.

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 (45,2%) i, en segon lloc, Internet (41,4%).
- **Internet és una eina utilitzada de manera creixent**, un 49,9% dels enquestats va recaptar informació sobre la destinació a través d'aquest mitjà, aconseguint fins a un 59,8% els residents americans.

- El 45,4% dels enquestats ha **visitat la pàgina web del municipi**.
- El 47,2% ha realitzat algun tipus de **reserva** prèvia, arribant al 52,4% els europeus que realitzen reserva prèvia.
- Els viatgers **gaudeixen de la seua estada** a la Comunitat Valenciana majoritàriament **amb la família** (el 47,2% dels enquestats), seguits per la parella (30%) i en menor mesura amb amics (14,7%). Aquest ordre és el mateix per a totes les nacionalitats.
- El **mitjà de transport** més utilitzat va ser l'automòbil (65,3% de la mostra), és el més utilitzat tant pels residents a Espanya (80,2%) com pels residents europeus (44,3%).
- La tipologia principal d'**allotjament** de la mostra va ser: hotel (25,4%), habitatge llogat (22%), habitatge en propietat (20%) i habitatge d'amics o familiars (14,5%).
- Les sis principals **motivacions** de viatge a la Comunitat Valenciana per part dels enquestats en les oficines Tourist Info són descans (57,6%), platja (54,1%), el clima (39,2%), naturalesa (30,8%), cultura/festes (28,6%) i la gastronomia (26,5%).
- Les sis principals **activitats** dels enquestats són anar a la platja (66,1%), visites culturals (55%), visites a espais naturals (42%), degustacions gastronòmiques (31,1%), visita a centres d'oci (20,6%) i festes locals (19,1%).
- El 79,6% dels enquestats és **usuari de dispositius tipus telèfon intel·ligent o tauleta** i d'ells el 46,4% manifesta que ho utilitza durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 25,7% indica que utilitza *wifi* gratuït.
- L'ús que donaran 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/oferta ».

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. Sent els americans els més satisfets, amb una puntuació de 9,40 punts.
- **Elevat índex de fidelitat a la destinació:** el 66,4% del total d'enquestats declara que ja ha gaudit anteriorment d'una estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana.
- El **88 %** del total d'enquestats indica que pensa **tornar a visitar el municipi**, arribant al 91% els residents nacionals.

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE LA XARXA TOURIST INFO

- Un 55,9% de la mostra va declarar conèixer la Xarxa Tourist Info.
- Un 46,6% dels enquestats va manifestar haver visitat més d'una oficina de la Xarxa.
- La **valoració mitjana** de les oficines de la xarxa Tourist Info ha sigut d'excel·lent, amb una **puntuació mitjana de 9,42 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 totes les variables analitzades (grups d'edat, sexe, nivell d'estudis i país de residència) els ítems millor valorats han sigut el **to de veu emprat/amabilitat, l'atenció rebuda i la presència i imatge del personal**.

- El grau mitjà de **satisfacció d'expectatives de l'oficina visitada** ha sigut de **9,57 punts** sobre 10.

ANNEX I.- FITXA TÈCNICA

UNIVERS

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

ÀMBIT DE L'ESTUDI

Comunitat Valenciana.

GRANDÀRIA MOSTRAL

6.923 qüestionaris vàlids.

PERÍODE D'ENQUESTAT

Des del dia 1 de juliol fins el 15 de setembre de 2016.

TÈCNICA UTILITZADA

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

TIPUS DE MOSTREIG

Aleatori entre els usuaris de 121 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

Taula 4.- Relació d'oficines Tourist Info participants

Núm. d'ordre	Oficinas	Total qüestionaris completats
1	TOURIST INFO OROPESA DEL MAR - AMPLARIES	313
2	TOURIST INFO ALICANTE	186
3	TOURIST INFO CULLERA	161
4	TOURIST INFO VINARÒS	153
5	TOURIST INFO GANDIA - PLAYA (FARO 1)	149
6	TOURIST INFO TORREBLANCA	129
7	TOURIST INFO CASTELLÓN	102
8	TOURIST INFO ALCOSSEBRE	101
9	TOURIST INFO EL PUIG	99
10	TOURIST INFO LLÍRIA	93
11	TOURIST INFO LA VALL D'UIXÓ	91
12	TOURIST INFO ONDA	86
13	TOURIST INFO ORIHUELA - CENTRO	85
14	TOURIST INFO BENICÀSSIM	84
15	TOURIST INFO SEGORBE	82
16	TOURIST INFO SAGUNTO - PLATJA	81
17	TOURIST INFO CINCTORRES	81
18	TOURIST INFO XÀTIVA	80
19	TOURIST INFO PEÑÍSCOLA	80
20	TOURIST INFO ALTO TURIA	80
21	TOURIST INFO DÉNIA	79
22	TOURIST INFO ALCOY	79
23	TOURIST INFO PILAR DE LA HORADADA	78
24	TOURIST INFO ELX	78
25	TOURIST INFO XÀBIA - PORT	78
26	TOURIST INFO BENISSA - PLAYA	78
27	TOURIST INFO GATA	78
28	TOURIST INFO DÉNIA - PLAZA EL CONSELL	77
29	TOURIST INFO ONTINYENT	77
30	TOURIST INFO XÁBIA - ARENAL	77
31	TOURIST INFO AIELO DE MALFERIT	77
32	TOURIST INFO AEROPUERTO DE ALICANTE – ELCHE	77
33	TOURIST INFO ALZIRA	77
34	TOURIST INFO L'ALFÀS DEL PI – PLATJA	77
35	TOURIST INFO LA MARINA D'ELX	76
36	TOURIST INFO EL CASTELL DE GUADALEST	76
37	TOURIST INFO BOCAIRENT	73
38	TOURIST INFO BENICÀSSIM – HELIÓPOLIS	73
39	TOURIST INFO BENICARLÓ	73
40	TOURIST INFO SANTA POLA	72
41	TOURIST INFO BENIDORM - CENTRO	72
42	TOURIST INFO BANYERES DE MARIOLA	72
43	TOURIST INFO OROPESA DEL MAR	71

Nº de orden	Oficinas	Total cuestionarios completados
44	TOURIST INFO EL POBLE NOU DE BENITATXELL	70
45	TOURIST INFO TORREVIEJA	70
46	TOURIST INFO EL CAMPELLO	70
47	TOURIST INFO ONDA-CASTELL	69
48	TOURIST INFO QUESA	68
49	TOURIST INFO ELX - ELS ARENALS DEL SOL	68
50	TOURIST INFO VALENCIA - MARINA REAL JUAN CARLOS I	67
51	TOURIST INFO TEULADA - MORAIRA	66
52	TOURIST INFO LA VILA JOIOSA	66
53	TOURIST INFO TORREBLANCA PLAYA	66
54	TOURIST INFO GANDIA – PLAYA (FARO 2)	65
55	TOURIST INFO ALICANTE - RENFE	65
56	TOURIST INFO SERRA	65
57	TOURIST INFO XÀBIA - CENTRE	65
58	TOURIST INFO XIXONA	65
59	TOURIST INFO PILES	64
60	TOURIST INFO REQUENA	63
61	TOURIST INFO TAVERNES DE LA VALLDIGNA	63
62	TOURIST INFO IBI	63
63	TOURIST INFO BENIDORM – RINCÓN LOIX	62
64	TOURIST INFO BENICÀSSIM - TORRE SAN VICENTE	62
65	TOURIST INFO SAN FULGENCIO	61
66	TOURIST INFO CALLOSA D'EN SARRIÀ	61
67	TOURIST INFO RIBA-ROJA DE TÚRIA	59
68	TOURIST INFO GRAO DE CASTELLÓN	59
69	TOURIST INFO SAGUNTO	58
70	TOURIST INFO CASTALLA	58
71	TOURIST INFO ORIHUELA - PLAYA	57
72	TOURIST INFO CALPE - PEÑÓN	57
73	TOURIST INFO BALCO DE L'ALGAR	56
74	TOURIST INFO MANISES	56
75	TOURIST INFO BENISSA	54
76	TOURIST INFO AYORA	51
77	TOURIST INFO ALTEA	50
78	TOURIST INFO VALENCIA – PAZ	50
79	TOURIST INFO OLIVA	50
80	TOURIST INFO OLIVA - PLAYA	50
81	TOURIST INFO SANTA POLA – CENTRO	48
82	TOURIST INFO SIMAT DE LA VALLDIGNA	48
83	TOURIST INFO GUARDAMAR	45
84	TOURIST INFO PEGO I LES VALLS	39
85	TOURIST INFO BURRIANA - L'ARENAL	35
86	TOURIST INFO MORELLA	34
87	TOURIST INFO FINESTRAT- LA CALA	33
88	TOURIST INFO BUÑOL	33
89	TOURIST INFO ALBORAYA - PORT SAPLAYA	29
90	TOURIST INFO EL CAMPELLO - PLAYA MUCHAVISTA	27
91	TOURIST INFO VALL DE POP	25
92	TOURIST INFO CAMP DE TÚRIA	17

Nº de orden	Oficinas	Total cuestionarios completados
93	TOURIST INFO COCENTAINA	17
94	TOURIST INFO NOVELDA	16
95	TOURIST INFO PETRER	12
96	TOURIST INFO JÉRICA	11
97	TOURIST INFO CHESTE	11
98	TOURIST INFO MONTANEJOS	11
99	TOURIST INFO FINESTRAT	11
100	TOURIST INFO SANTA POLA - GRAN ALACANT	11
101	TOURIST INFO ALGEMESÍ	8
102	TOURIST INFO ELDA	8
103	TOURIST INFO COFRENTES	7
104	TOURIST INFO VILA-REAL	7
105	TOURIST INFO SUECA	6
106	TOURIST INFO ALMORADÍ	6
107	TOURIST INFO ALICANTE - PLAYA SAN JUAN	5
108	TOURIST INFO MONFORTE DEL CID	5
109	TOURIST INFO MOIXENT	4
110	TOURIST INFO EL PERELLÓ	4
111	TOURIST INFO VILLENA	4
112	TOURIST INFO PUÇOL	3
113	TOURIST INFO DAIMÚS	3
114	TOURIST INFO ALTURA	2
115	TOURIST INFO ADEMUZ	1
117	TOURIST INFO DOLORES	1
118	TOURIST INFO XILXES	1
119	TOURIST INFO NAVAJAS	1
120	TOURIST INFO ELS POBLETS	1
121	TOURIST INFO BENASSAL	1
122	TOURIST INFO CABANES	1

ANNEX III.- QÜESTIONARI TOURIST INFO 2016

 GENERALITAT VALENCIANA		 COMUNITAT VALENCIANA		Encuesta Tourist Info 2016	
		OFICINA		Fecha:	

[1] - ¿Está usted disfrutando/va a disfrutar de una estancia por motivos de ocio/vacaciones, pernctando 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 (timesharing)

☐ 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 este viaje a la Comunitat Valenciana?

☐ Sí ☐ No

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

☐ Solo

☐ Con amigos

☐ En pareja

☐ Con la familia

☐ En grupo

[7] - ¿Qué uso ha realizado 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 touroperadores

☐ De amigos o familiares

☐ Folletos turísticos específicos del destino

☐ Ferias de turismo

☐ Otras oficinas de turismo

☐ No me he informado previamente

☐ Otros

[10] - ¿Es usuario de un smartphone o tablet con conexión a Internet? (En caso negativo, pase a la pregunta 13).

☐ Sí ☐ No

[11] - ¿Lo va a utilizar durante su visita?

☐ Sí, con mi conexión a Internet

☐ Sí, con WiFi gratuito

☐ No

[12] - En caso afirmativo ¿Qué uso hace de su smartphone o tablet? (Puede señalar varias opciones)

☐ Consultar planos, mapas, localizaciones o rutas

☐ Consultar información sobre el destino y la oferta

☐ Descargar APPS turísticas

☐ Compartir información, imágenes y videos con familiares y amigos

☐ Otros

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

☐ Sí ☐ No

[14] - 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

[15] - Indique con una X las actividades a las que ha dedicado o piensa dedicar su tiempo durante su estancia en esta 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

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

☐ Sí ☐ No

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

☐ Sí ☐ No



continúa
al dorso

[18] - Si está disfrutando de una estancia de ocio/vacaciones en la Comunitat Valenciana, ¿ha visitado más de una oficina de información turística (Tourist Info)?

☐ Sí ☐ No

[19] - 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	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Presencia e imagen del personal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tono de voz empleado/amabilidad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Atención recibida	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Imagen de la oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ambiente de la oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Localización/accesibilidad de la oficina	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Imagen y estética del material informativo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oferta de información en idiomas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Horario de atención al público	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[20] - Marque con una X el tipo de información que le hubiera gustado recibir y que NO le ha sido proporcionada:

- | | |
|--|--|
| ☐ Planos, mapa | ☐ Información sobre rutas |
| ☐ Oferta gastronómica del municipio | ☐ Oferta cultural, histórica del municipio |
| ☐ Actividades de ocio-recreativa | ☐ Infraestructuras/servicios públicos del municipio |
| ☐ Alojamiento | ☐ Recursos naturales |
| ☐ Otros | |

[21] - 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	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ha satisfecho ESTE MUNICIPIO sus expectativas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lugar de residencia habitual: ☐ Francia ☐ Holanda ☐ Irlanda ☐ Bélgica ☐ Alemania ☐ Reino Unido ☐ Italia ☐ Otros países (indicar país):				Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer	
España: ☐ Andalucía ☐ Cataluña ☐ Com. de Madrid ☐ Com. Valenciana ☐ Galicia ☐ Castilla y León ☐ País Vasco ☐ Canarias ☐ Castilla - La Mancha ☐ Región de Murcia ☐ Aragón ☐ Extremadura ☐ Asturias ☐ Baleares ☐ Navarra ☐ Cantabria ☐ La Rioja ☐ Ceuta ☐ Melilla					
Nivel de estudios alcanzado: ☐ Estudios Universitarios ☐ Estudios Secundarios ☐ Estudios Primarios ☐ Sin estudios				Año de nacimiento (anote, por favor, los cuatro dígitos)	