

INFORME DE RESULTATS
ENQUESTA *TOURIST INFO*
(ESTIU 2013)
COMUNITAT VALENCIANA



INTRODUCCIÓ	3
METODOLOGIA DE TREBALL EMPRADA.....	5
2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES	6
2.1. Lloc de residència	6
2.2. Sexe	8
2.3. Edat	9
2.4. Nivell estudis	10
3. CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE	11
3.1. Canals d'informació sobre destinacions turístiques	11
3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2009-2013	14
3.3. Reserves	17
3.4. Mitjà de transport utilitzat en el viatge a la destinació vacacional	19
3.5. Composició del grup de viatge	20
3.6. Allotjament utilitzat	21
3.7. Principals motius de la visita	24
3.8. Activitats previstes o realitzades.....	27
3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils.....	30
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA	33
4.1. Fidelitat a la destinació.....	33
4.2 Satisfacció d'expectatives	35
5. VALORACIÓ DE LA QUALITAT OFERIDA PER LA XARXA TOURIST INFO.....	36
6. CONCLUSIONS.....	43
ANNEX I.- FITXA TÈCNICA	46
ANNEX II.- RELACIÓ D'OFICINES TOURIST INFO PARTICIPANTS	47
ANNEX III.- QÜESTIONARI TOURIST INFO 2013	49

INTRODUCCIÓ

El turisme té un clar protagonisme en el conjunt de la Comunitat Valenciana per la seua contribució a l'economia regional, l'ocupació i el benestar dels ciutadans, comptant amb més de 22 milions de turistes que ens trien cada any per a compartir, amb nosaltres, les seues vacances i temps d'oci.

D'acord amb les operacions estadístiques Frontur i Familitur elaborades per Turespaña, la Comunitat Valenciana va superar, en 2012, els 22 milions de turistes en tot tipus d'allotjament, la qual cosa va suposar un increment interanual del 6,3%.

Els espanyols realitzen una mitjana de 3 milions de viatges de vacances d'estiu a la Comunitat Valenciana, esta tipologia va experimentar el seu mínim en 2008, mentres que el seu màxim es va aconseguir en 2011, amb 3,3 milions; en 2012 s'ha produït un descens del 5,8%. Al contrari el nombre de pernoctacions s'ha incrementat un 2,8% en 2012, per la feta que l'estada mitjana, estimada en 14,9 dies, s'incrementa per primera vegada des de 2009.

A pesar de la conjuntura tan canviant i incerta en la que ens trobem i en línia amb les metes estratègiques del Pla Estratègic Global del Turisme de la Comunitat Valenciana 2010-2020, es planteja incrementar el núm. de turistes i el seu gasto, augmentant la rendibilitat econòmica i social del turisme en la Comunitat. Preveu aconseguir els 27 milions de turistes en 2020, amb un increment de la demanda estrangera del 39%, arribant als 7.1 milions (5 milions en 2010).

Per a això precisem de ferramentes, que ens permeten un coneixement profund de l'activitat que permeta una constant adequació a les exigències de la demanda i a les tendències en permanent evolució del mercat. Per a això, s'ha de buscar noves fórmules i instruments capaços d'impulsar una oferta cada vegada més diversa, més diferenciada i de major qualitat.

Una d'estes ferramentes 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 busca de la plena satisfacció del turista que visita la Comunitat Valenciana.

En este sentit, l'Enquesta Tourist Info 2013 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 pròpies oficines.

La Xarxa Tourist Info, pel seu nivell de servici i cobertura al llarg de tot el territori de la Comunitat Valenciana, constituïx un element pròxim on conflüïxen 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 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, esta Enquesta, que complix la seua setzena 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 EMPRADA

El procés de l'*Enquesta Tourist Info* corresponent a l'estiu de 2013 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 **108 oficines Tourist Info participants** ha sigut de **7.121**.

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 suficient 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 biaixos 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 2013

Àrea d'Innovació, Estudis i Qualitat Turística

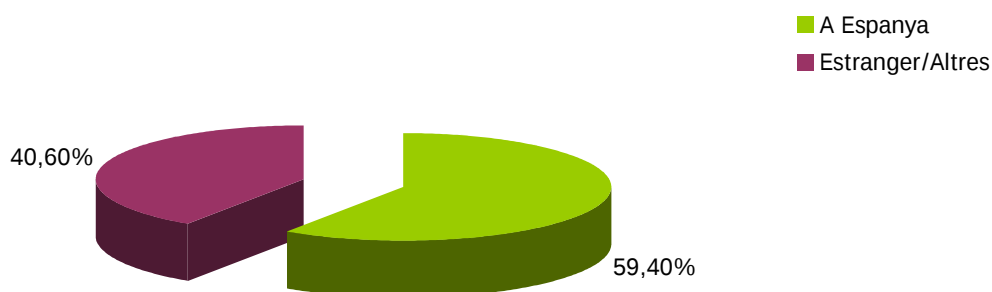
Agència Valenciana del Turisme

2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

2.1. Lloc de residència

El nombre de qüestionaris vàlids tabulats ha sigut de 7.121, dels quals el 59,4% correspon a residents a Espanya i el 40,6% 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** procedix majoritàriament de la pròpia **Comunitat Valenciana** (31,7%), la **Comunitat de Madrid** (22,9%), i **Catalunya** (9,2%).

Quant als **residents en l'estranger** el grup més nombrós és el procedent de **França** (34,5%), **Regne Unit** (20,2%) i **Alemanya** (7,6%). Cal destacar que estos percentatges no són representatius de la realitat de la demanda estrangera que visita la Comunitat Valenciana, les principals procedències de la qual sí es corresponen, però no així el volum, ja que el principal mercat d'origen és el britànic, en lloc del francès. Esta 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	31,7
Comunitat de Madrid	22,9
Catalunya	9,2
País Basc	6,8
Aragó	5,8
Castella i Lleó	5,2
Castella-La Manxa	4,1
Resta CCAA	14,5

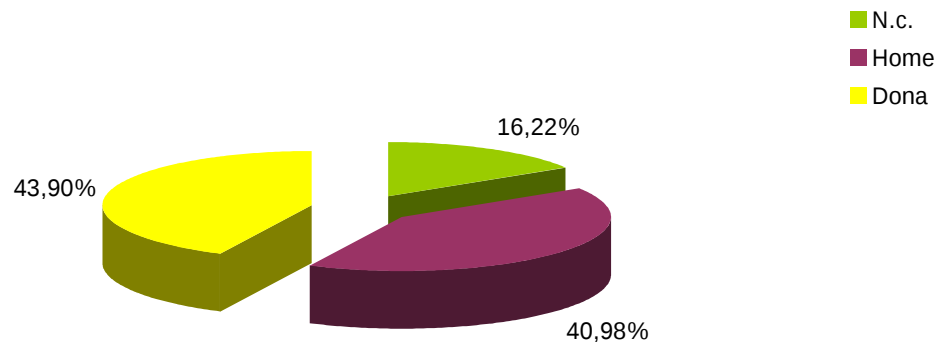
TAULA 2: ORDE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES SEGONS PAÍS DE RESIDÈNCIA:

País	%
FRANÇA	34,5
REGNE UNIT	20,2
ALEMANYA	7,6
BÈGICA	7,0
HOLANDA	5,6
ITÀLIA	4,0
IRLANDA	3,7
RESTA	17,4

2.2. Sexe

La distribució per **gènere** de la demanda es correspon amb un 43,90% de dones i un 40,98% d'hòmens. Un 16,22% dels enquestats no van respondre esta qüestió.

GRÀFIC 2: SEXE (EN %)



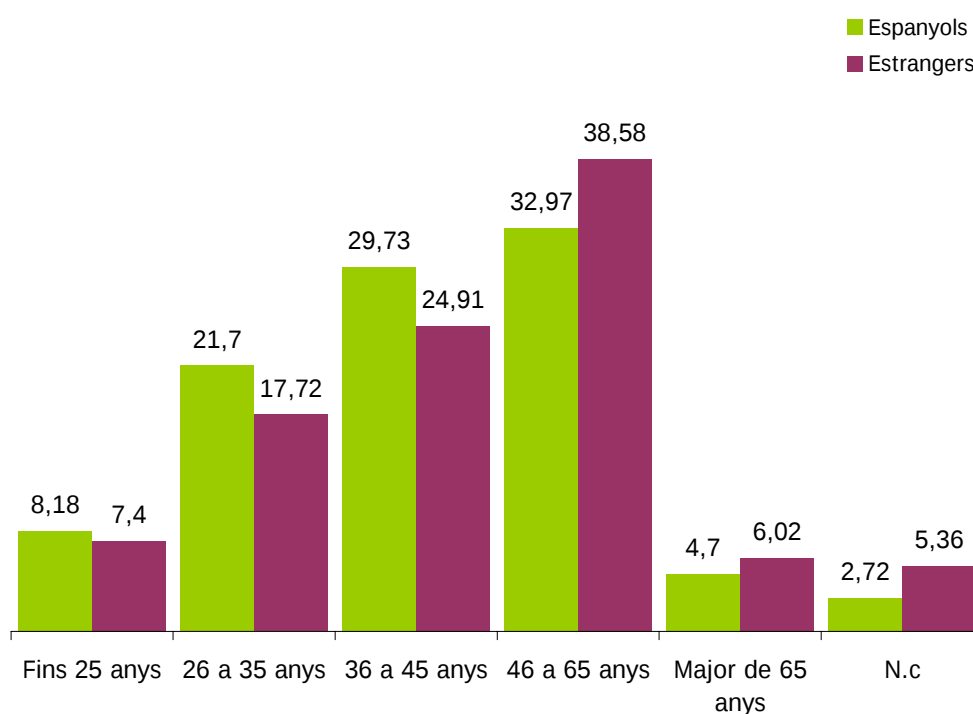
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.3. Edat

Atenent a l'estructura **d'edats**, el major percentatge d'enquestats té entre 46 i 65 anys (35,2%), el segon grup en importància són les persones entre els 36 i 45 anys (27,7%), els segueixen les persones de 26 a 35 anys (20%) i els grups menys nombrosos són els menors de 25 anys (7,8%) i les persones majors de 65 anys (5,2%). Un 3,7% no va facilitar informació sobre la seua edat.

Si es realitza un desglossament dels resultats **segons el lloc de residència** dels enquestats, s'aprecia que els grups de major edat estrangers (de 45 a 65 anys i majors de 65 anys) són més nombrosos i per a la resta de grups d'edat, són els residents a Espanya, els de major quantia, tal com mostra el gràfic 3:

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

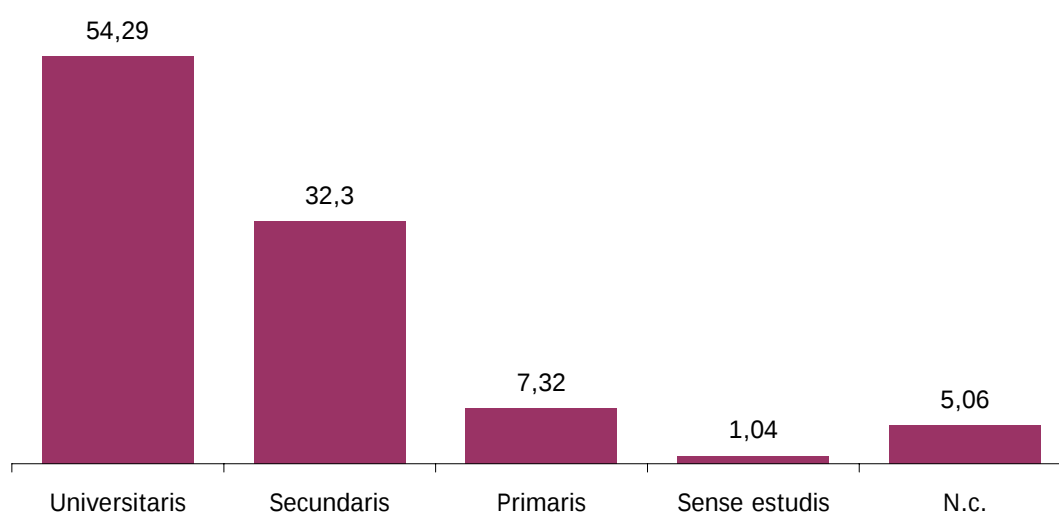


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.4. Nivell estudis

Quant a l'anàlisi **del nivell d'estudis aconseguit** per la població de la mostra, dels resultats obtinguts s'extrau que el 54,29% posseïx estudis universitaris, el 32,3% estudis secundaris, el 7,32% estudis primaris i tan sols l'1,04% no té alguna titulació acadèmica. El 5,06% dels qüestionaris no facilita resposta a esta pregunta.

GRÀFIC 4: NIVELL D'ESTUDIS (EN %)



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

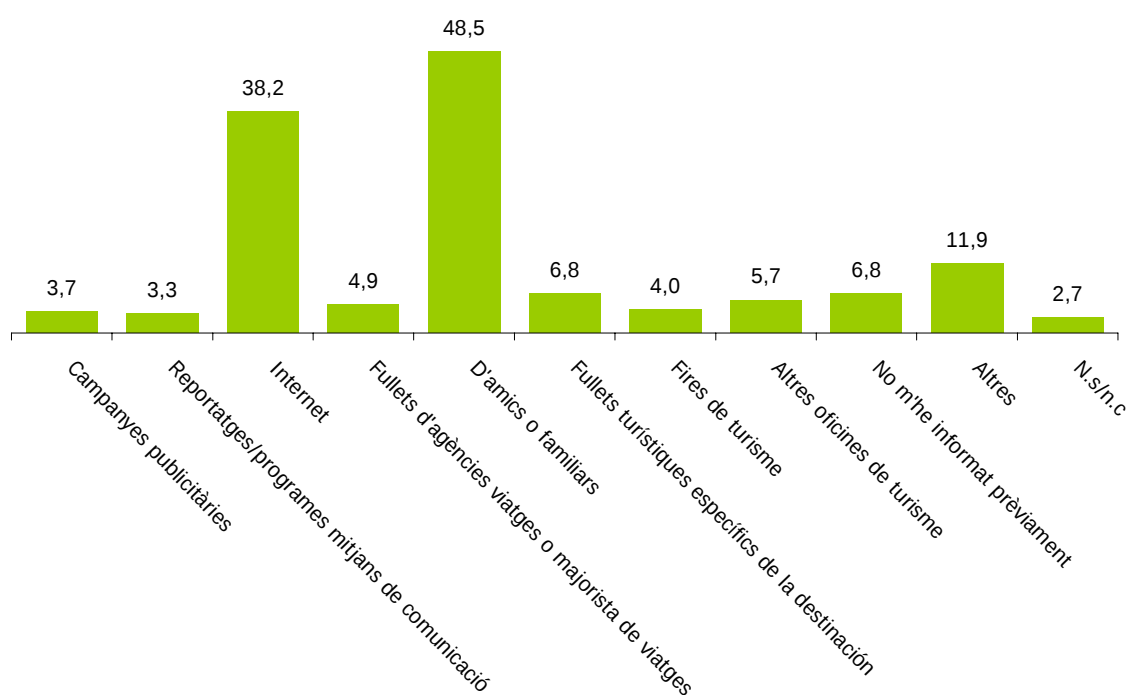
Més de la mitat d'enquestats disposa de títol universitari, això reflecteix, en este cas, que un major nivell cultural propícia una major inquietud a l'hora de visitar una determinada destinació i per tant la necessitat de demanar major informació sobre el mateix.

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 (48,5%)**. El segon canal més utilitzat és **Internet (38,2%)**, seguit d'altres **mitjans (11,9%)** i de **fullets turístics específics de la destinació (6,8%)**.

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

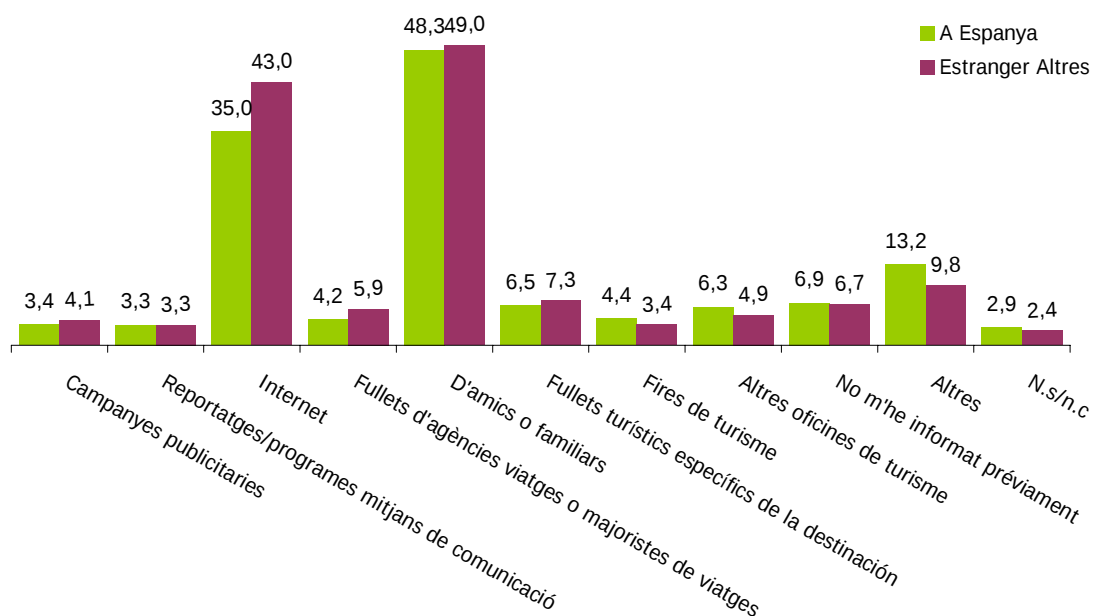


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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 43%, enfront dels residents a Espanya amb un 35%.

La recomanació a través d'**amics o familiars** continua sent el mitjà del qual es rep en major grau la informació del municipi visitat, un 49% els estrangers enfront d'un 48,3% els espanyols.

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



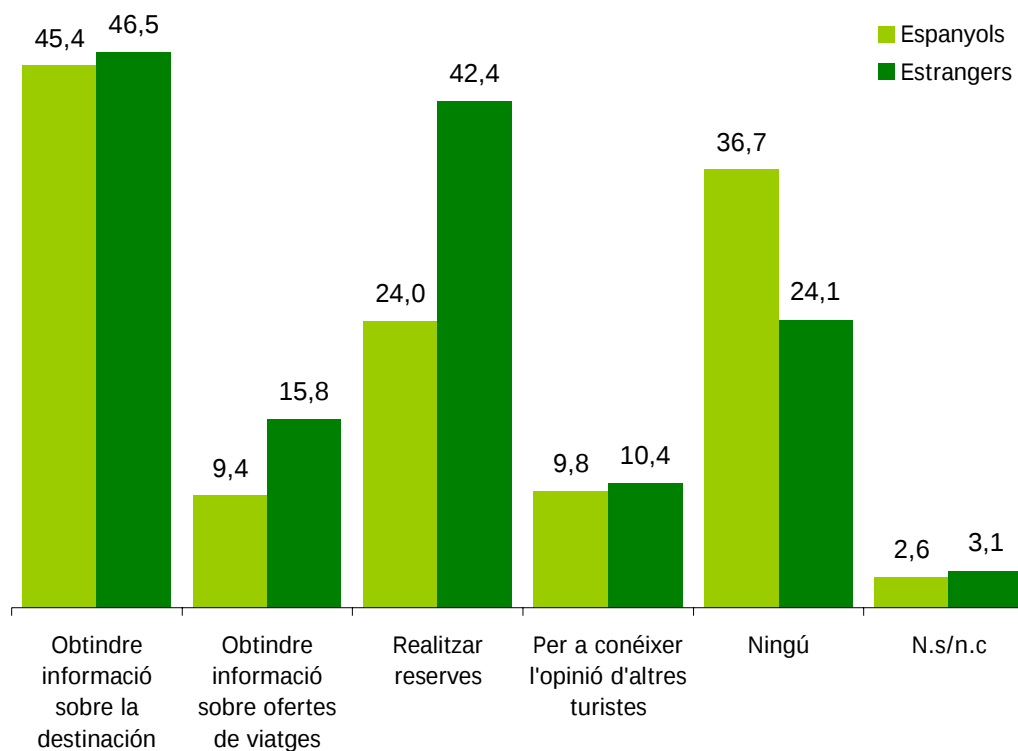
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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

Davant de la pregunta sobre **quin ús ha realitzat d'Internet per a la preparació de la seua visita** al municipi en què han sigut enquestats, un **45,9%** d'ells, va afirmar haver recorregut a **Internet per a obtenir informació sobre la destinació**, dada que aconseguix un **46,5%** per a la demanda estrangera.

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'interés és el coneixement de la **pàgina web turística del municipi visitat**. El 45,3% de la població enquestada ha visitat la dita pàgina web. Este percentatge augmenta fins al 48,8% entre els que s'allotgen en el municipi on han realitzat l'enquesta.

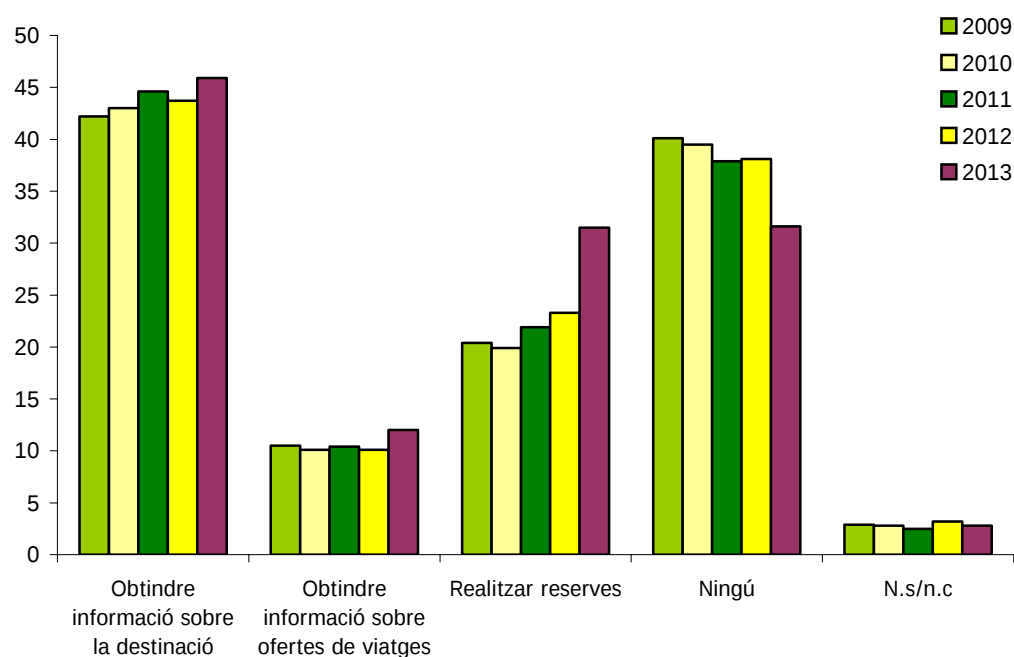
Si analitzem els resultats **segons el canal de comunicació emprat per a obtenir informació de la Comunitat Valenciana** els resultats revelen que, del total de persones que van utilitzar Internet, un **65,9%** coneix la pàgina web turística del municipi on ha omplit l'enquesta.

3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2009-2013

Es constata un ús creixent d'Internet pels enquestats en les oficines durant l'època estival; s'ha passat, d'un 42,2% en 2009 que van afirmar haver obtingut informació per a la seua visita al municipi, a través d'este mitjà, a un 45,9% en 2013. També s'aprecia un ascens en l'ús d'esta ferramenta per a realitzar reserves, que ha passat d'un 20,4% en 2009 a un 31,5% en 2013.

En 2013, el 10% dels enquestats indica que, per a la preparació de la seua visita al municipi, ha recorregut a Internet per a **conèixer l'opinió d'altres turistes**. Esta opció de resposta s'introdueix enguany.

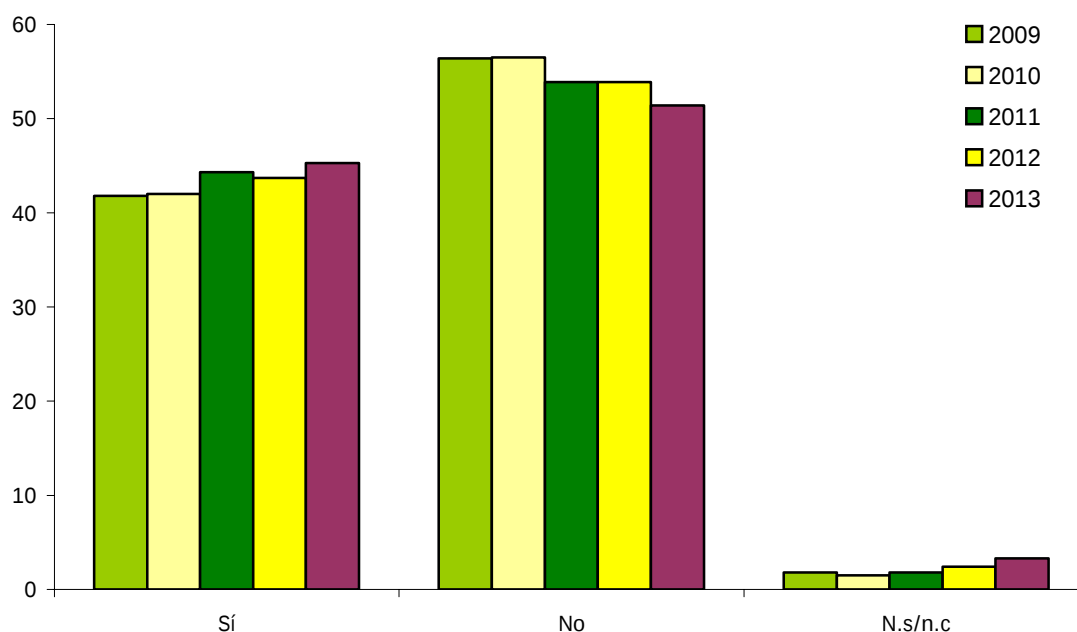
GRÀFIC 6A: EVOLUCIÓ DE L'ÚS REALITZAT D'INTERNET PER A LA PREPARACIÓ DE LA VISITA AL MUNICIPI 2009-2013



Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013.

S'aprecia un increment entre els que afirmen haver visitat la pàgina web del municipi, d'un 41,8% en 2009 al 45,3% de 2013

GRÀFIC 6B: EVOLUCIÓ DE L'ACCÉS A LA PÀGINA WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPI 2009-2013

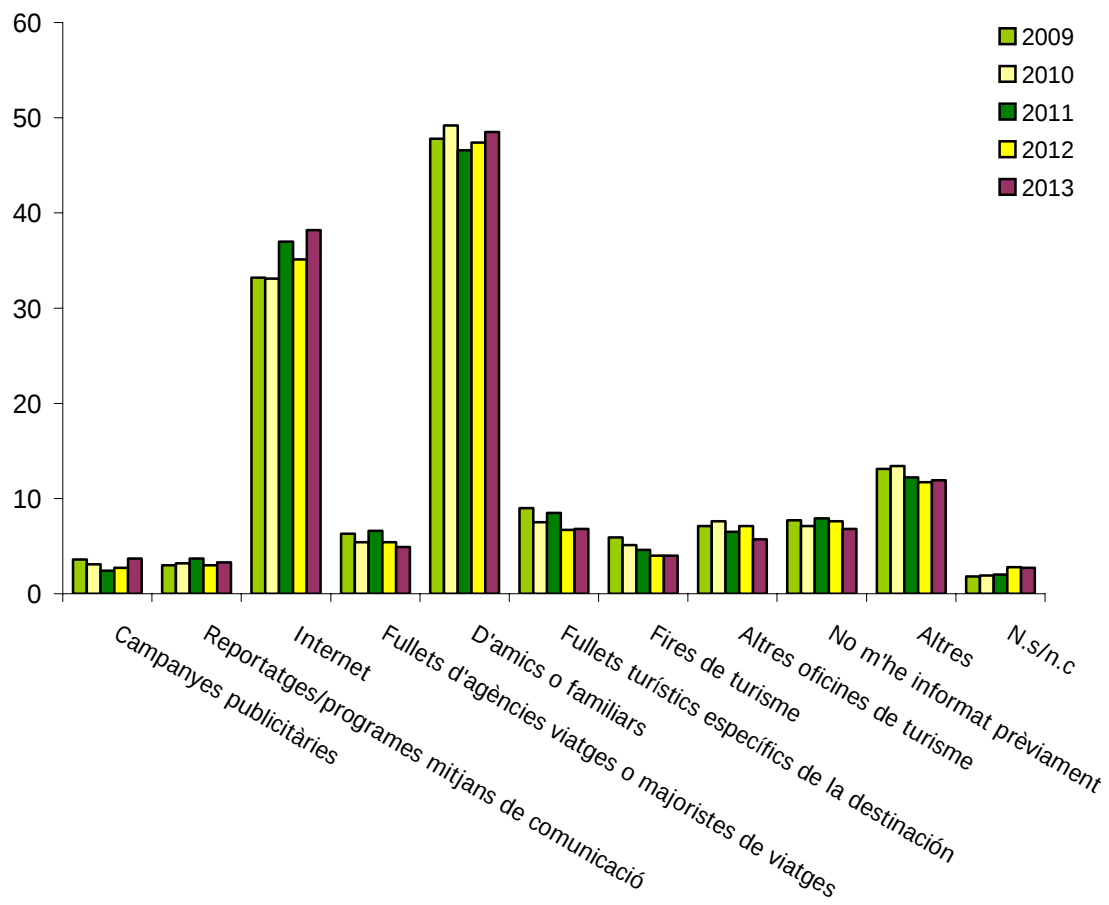


Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013.

El mitjà més habitual d'obtenció d'informació sobre el municipi és a través d'**amics o familiars**, l'evolució del qual es manté estable sent en 2009 del 47,8% i en 2013 del 48,5%.

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 2009 un 33,2% dels enquestats va obtenir informació a través d'este mitjà, passant a ser en 2012 un 38,2%.

GRÀFIC 6C: EVOLUCIÓ DELS MITJANS A TRAVÉS DE QUÈ VA REBRE INFORMACIÓ
DEL MUNICIPI 2009-2013



Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2009, 2010, 2011, 2012 i 2013.

3.3. Reserves

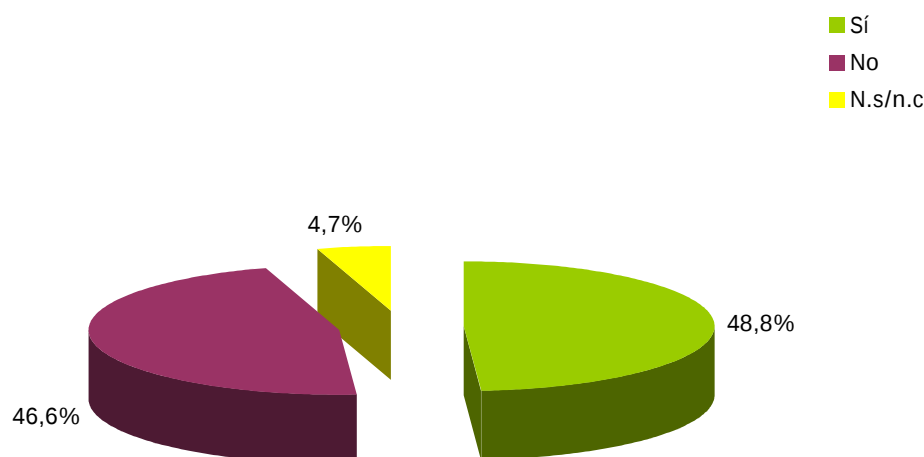
Prop de la mitat de la mostra ha organitzat el seu viatge a la destinació **efectuant reserva prèvia** (48,8%).

Del total d'enquestats que van afirmar haver realitzat alguna reserva per a organitzar el seu viatge, el 51,7% pernocta en la Comunitat.

Dins del grup que sí que realitza algun tipus de reserva prèvia quan organitza les seues vacances, el **40,3 %** efectua la seua reserva en **hotels** i el **27,3** realitza la seua reserva en una **vivenda llogada**, al contrari, aquells **enquestats que no realitzen cap tipus de reserva prèvia**, s'allotgen majoritàriament en **vivenda en propietat** (36,9%) i en **vivendes d'amics i familiars** (26,2%).

Els estrangers enquestats que realitzen algun tipus de reserva prèvia aconseguixen el 54,1%, enfront del 45,1% dels residents a Espanya enquestats.

GRÀFIC 7: RESERVA PRÈVIA (EN %)

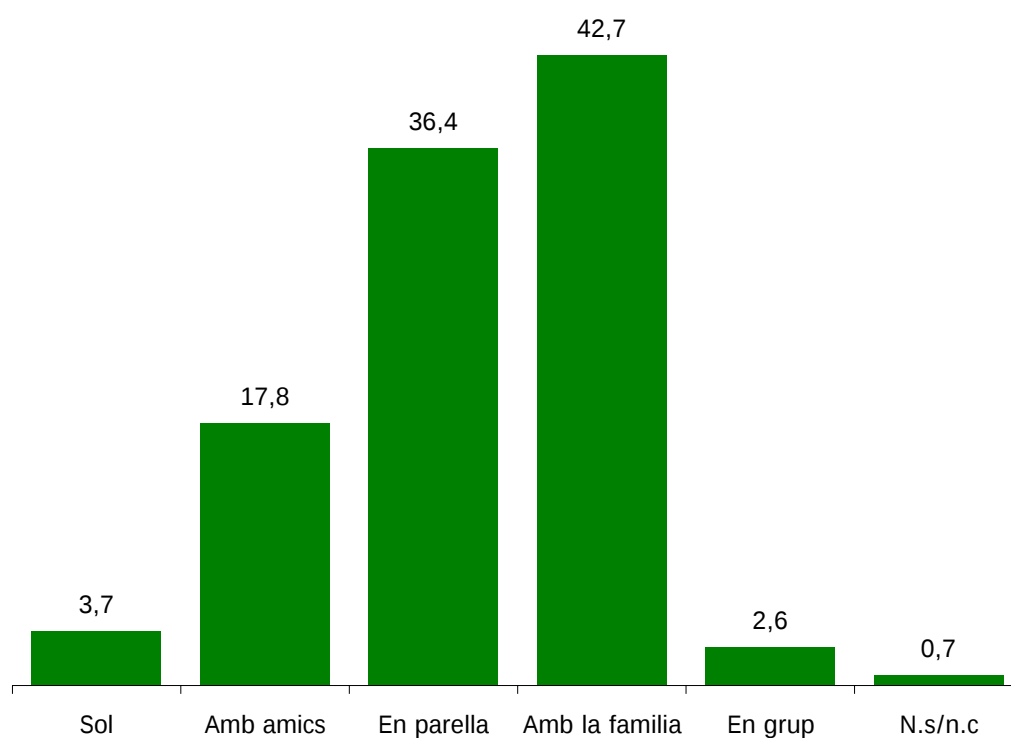


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Els que **no han realitzat algun tipus de reserva** suposen un 46,6% de la mostra. Este grup hi ha empleat com a mitjà d'allotjament principal la **vivenda en propietat**, utilitzada per un 36,9% sobre el total d'enquestats que van indicar no haver realitzat reserva i la **vivenda d'amics i familiars** (26,2%).

Els enquestats que afirmen haver realitzat **reserva**, viatja majoritàriament **en família** (42,7%) i **en parella** (36,4%).

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

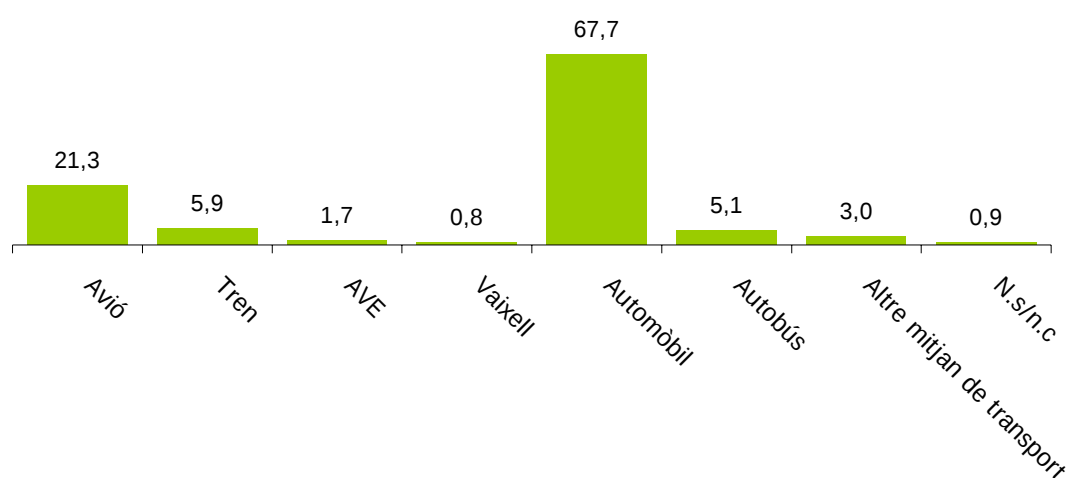


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

3.4. Mitjà de transport utilitzat en el viatge a la destinació vacacional

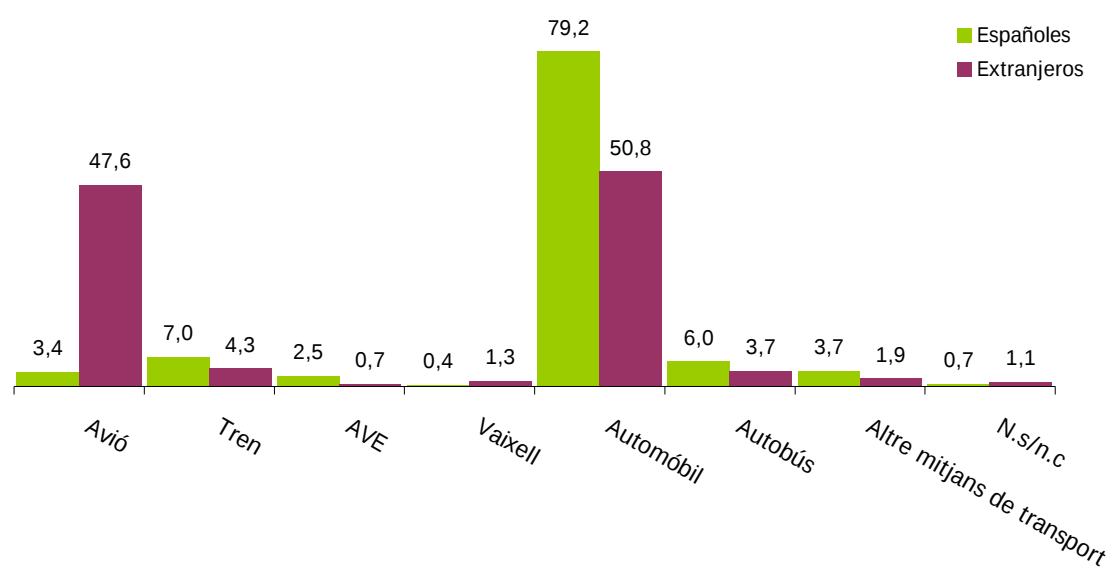
El **mitjà de transport** més utilitzat és l'automòbil (67,7%) i a continuació, però amb un percentatge prou menor, es troba l'avió (21,3%). No obstant això, hi ha notables diferències segons el lloc de residència de l'enquestat. Els **residents a Espanya** fan ús principalment de l'**automòbil** per als seus desplaçaments (**79,2%**), emprant l'avió només en un 3,4% dels casos. No obstant això, els **residents en l'estranger** enquestats, es desplacen principalment en **automòbil** (50,8%) i amb **avió** (47,6%).

GRÀFIC 9: MITJANS DE TRANSPORT EMPRAT (EN %)



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

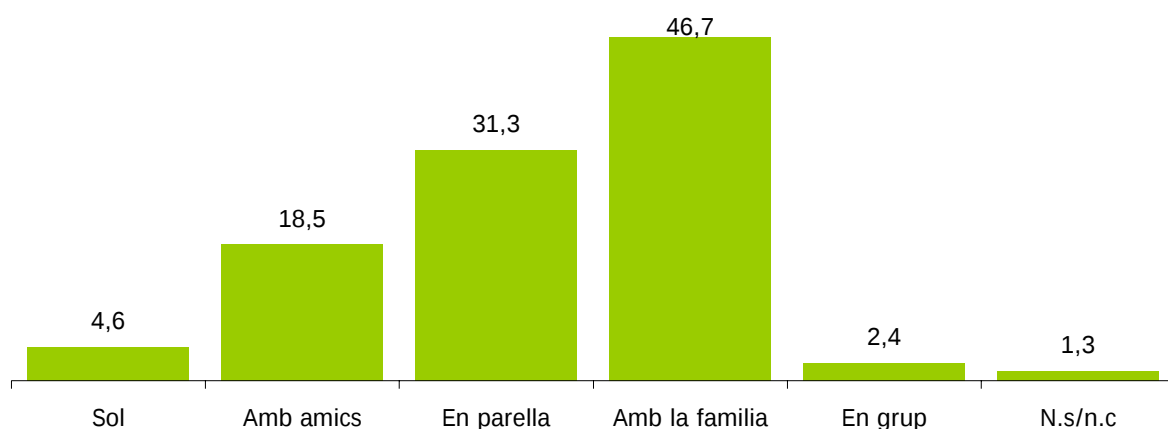
GRÀFIC 9A: MITJANS DE TRANSPORT EMPRAT SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA (EN%)



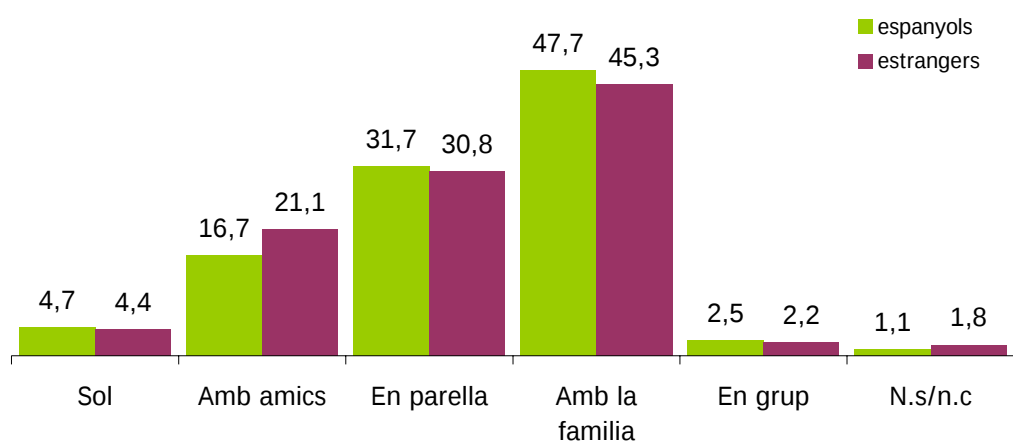
3.5. Composició del grup de viatge

La mostra ha indicat que realitza principalment el seu viatge amb la **família** (46,7%), a continuació en **parella** (31,3%) i en menor grau amb **amics** (18,5%). Si desglossem els resultats entre residents a Espanya i en l'estranger, esta dada a penes patix variació, ja que entre els estrangers la família també constituïx 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

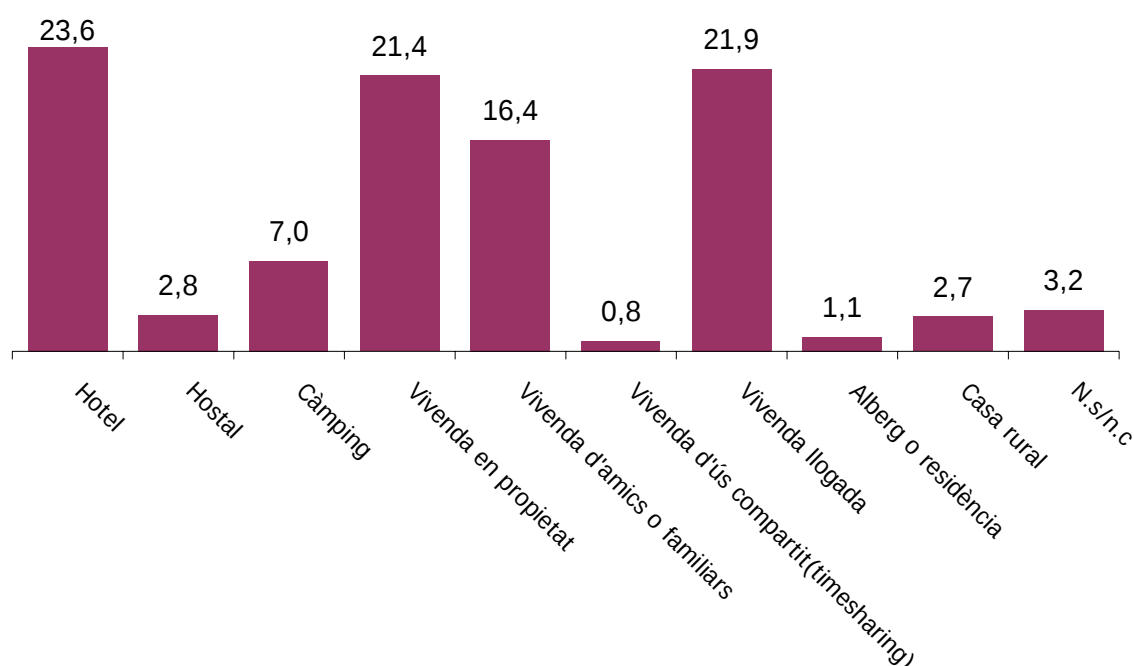


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

3.6. Allotjament utilitzat

Respecte al tipus d'allotjament **utilitzat durant l'estada**, destaquen l'hotel (23,6%), la vivenda llogada (21,9%), la vivenda en propietat (21,4%) i la vivenda d'amics o familiars (16,4%).

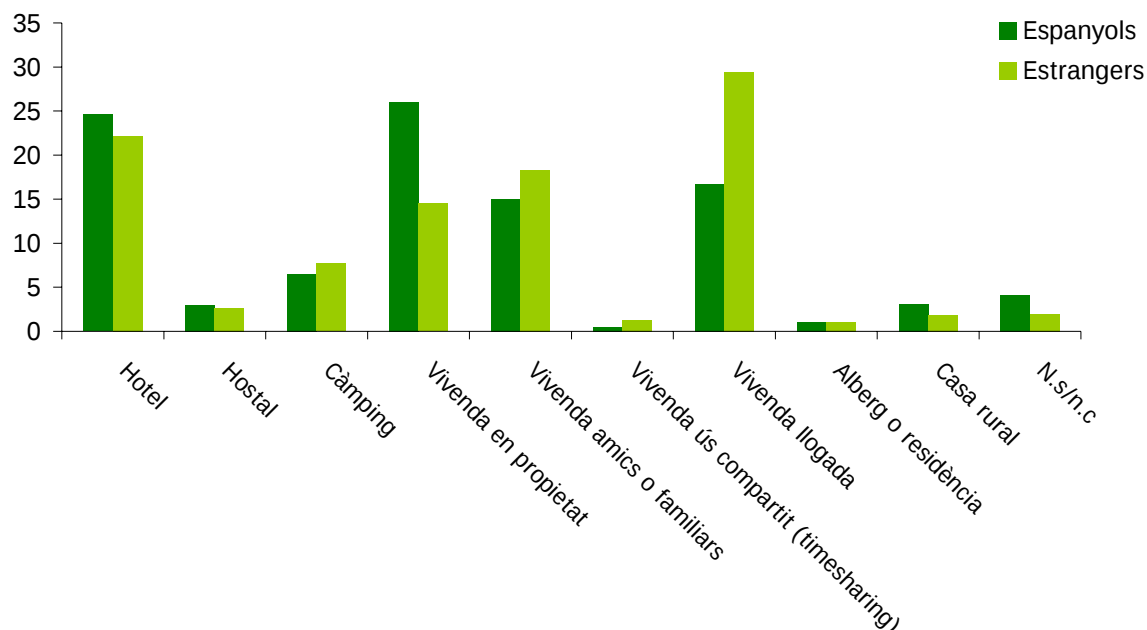
GRÀFIC 11: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPRAT (EN %)



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 vivenda en propietat (26%), en hotel (24,6%), els que fan ús de vivenda de lloguer (16,7%) i vivendes d'amics o familiars (15%). Dins del grup de **residents en l'estranger** destaquen els que fan ús de vivenda llogada (29,4%), els que s'han allotjat en hotel (22,2%), els que s'allotgen en vivendes d'amics o familiars (18,3%) i els que s'allotgen en vivenda en propietat (14,5%). (Veure gràfic 12).

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

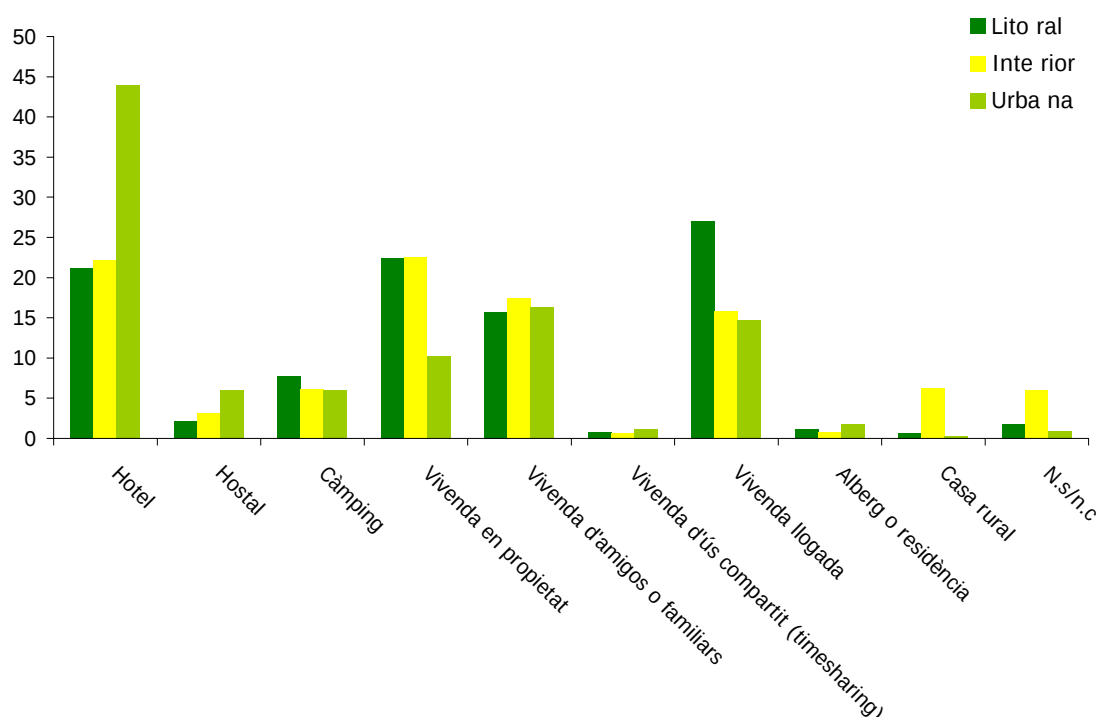


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Desagregant les **dades de residents a Espanya per comunitats autònomes** segons la seua importància pel nombre de qüestionaris omplerts, els resultats distingixen dos grups, el grup compost pels usuaris de **vivenda en propietat**, compost pels residents en la pròpia Comunitat Valenciana (36,7% del total d'enquestats que residixen en esta comunitat autònoma), Aragó (32,8%) i la Comunitat de Madrid (31,8%); i el grup d'usuaris d'allotjament **hoteler** procedent de Catalunya i País Basc (31,1% i 27,9% respectivament).

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 medi litoral, interior o urbà:

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



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

A este respecte, hi ha un major percentatge d'enquestats **en oficines** classificades com a **urbanes** que **s'allotgen en hotels** (44%) i en vivendes d'amics o familiars (16,3%). Els enquestats en oficines ubicades en **àmbit litoral** han emprat principalment la vivenda en lloguer (27%) i la vivenda en propietat (22,4%). Els enquestats en **oficines d'interior** s'allotgen majorment en vivenda en propietat (22,6%) i en hotels (22,2%) i com és lògic, es va manifestar per part dels usuaris **enquestats en oficines d'interior un major ús de cases rurals** (6,3%) enfront de la resta de les zones (inferior a l'1%).

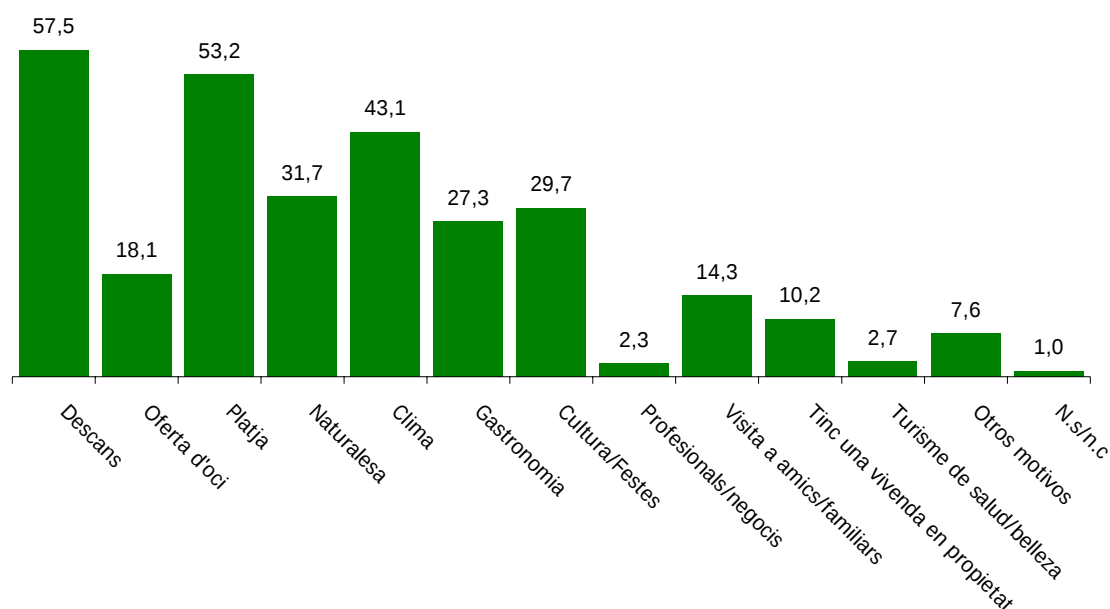
També és d'interés observar el tipus d'allotjament **emprat** pels **diferents grups de viatge**. Les persones que viatgen **en família** utilitzen principalment la vivenda llogada (62,2%), els que viatgen **en parella** s'allotgen majoritàriament en hotel (48,9%) i els que viatgen **amb amics** empen vivenda d'amics o familiars (28,5%), finalment els que viatgen **en grup** s'allotgen majoritàriament en albergs o residències (16,7%).

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: **descans**, la **platja**, el **clima**, **naturalesa**, **cultura/festes** i **gastronomia**.

GRÀFIC 14: MOTIUS DE VISITA (EN %)



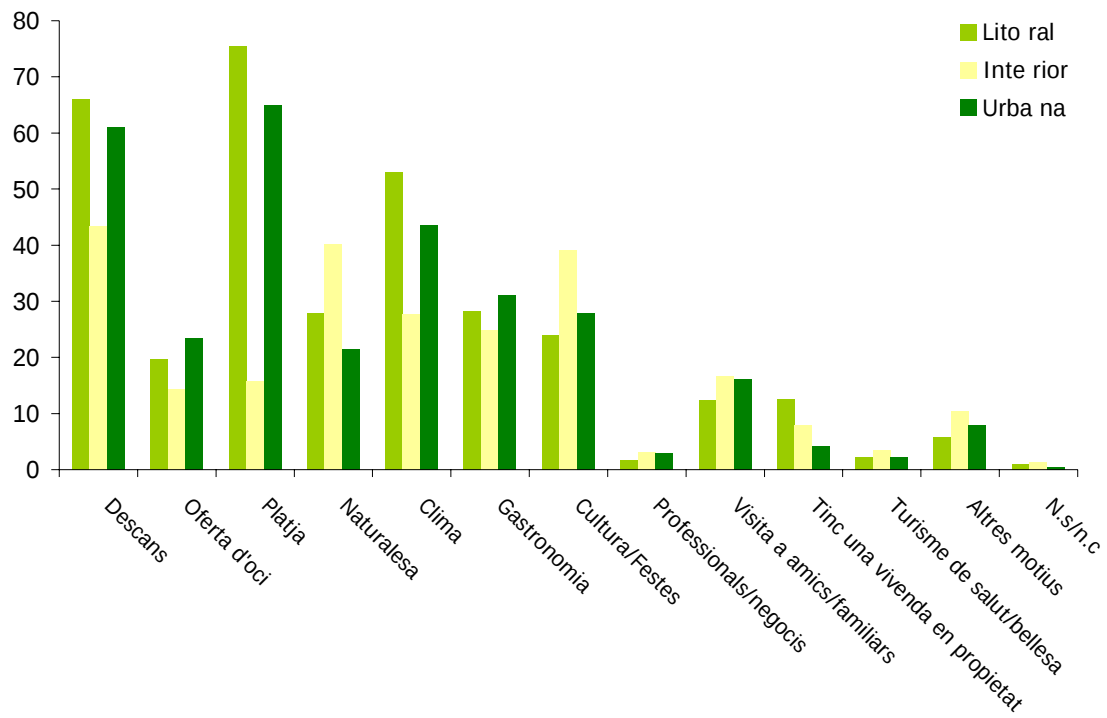
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Per a tots els **segments d'edat** els motius de visita segueixen el mateix orde d'importància: platja, descans, clima, naturalesa, cultura/festes i gastronomia, si bé hi ha una inversió d'este orde per als grups de major edat que situen el descans per damunt de la platja.

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:

- Usuaris enquestats en **oficines de litoral**:
 - Platja
 - Descans
 - Clima
 - Gastronomia
 - Naturalesa
- Usuaris enquestats en **oficines d'interior**:
 - Descans
 - Naturalesa
 - Cultura/Festes
 - Clima
 - Gastronomia
- Usuaris enquestats en **oficines d'àmbit urbà**:
 - Platja
 - Descans
 - Clima
 - Gastronomia
 - Cultura/Festes

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

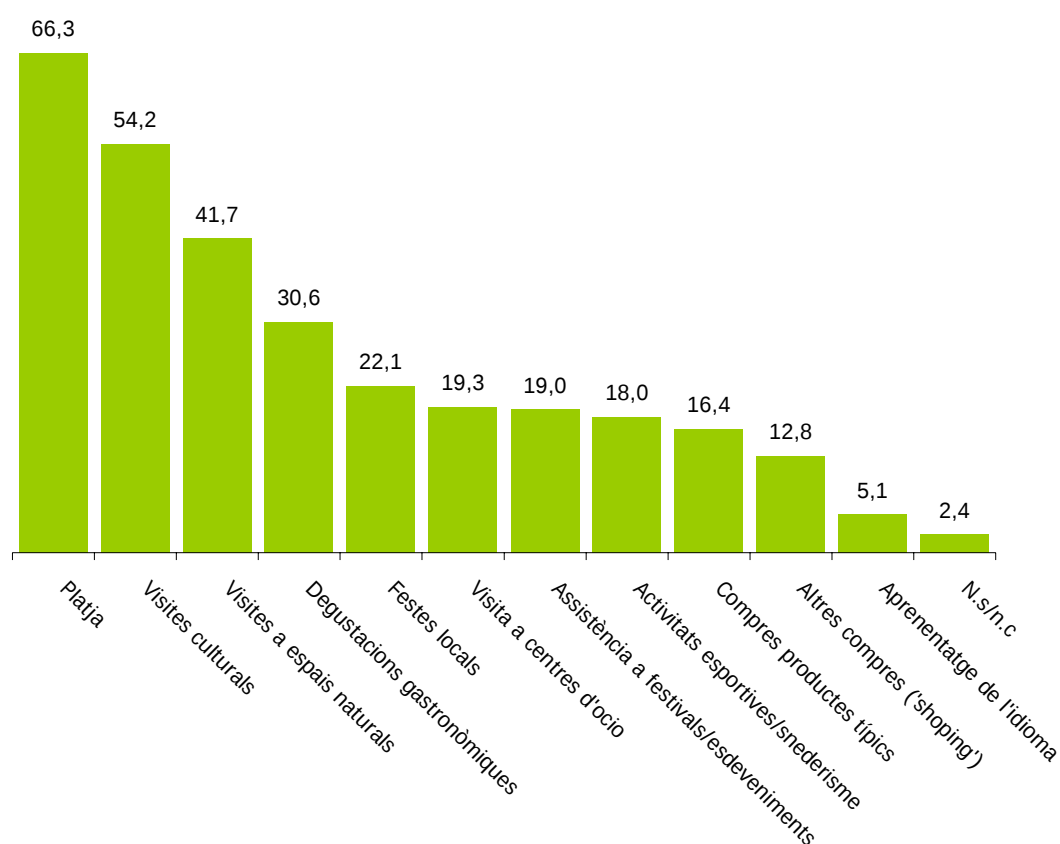


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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 omplit l'enquesta són, per orde d'importància: **anar a la platja** (66,3%), **visites culturals** (54,2%), **visitar espais naturals** (41,7%), **degustacions gastronòmiques** (30,6%) i assistir a les seues **festes locals** (22,1%)

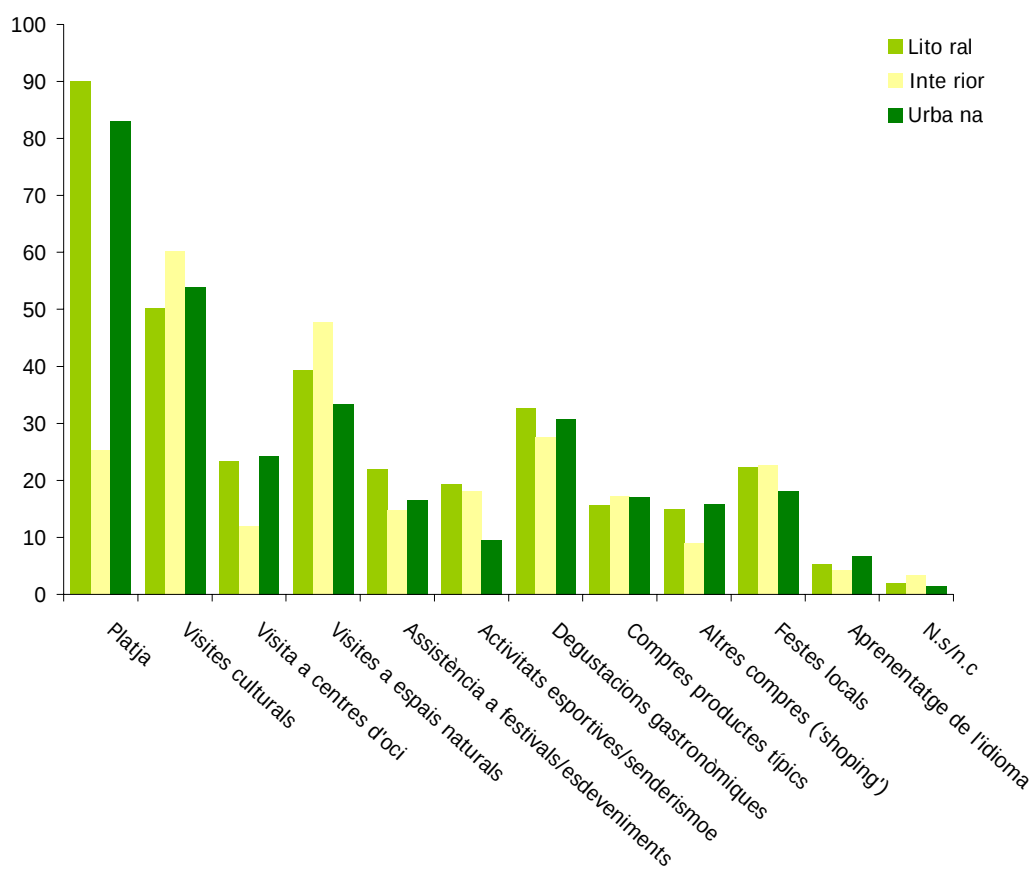
GRÀFIC 16: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES (EN %)



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

Segons la ubicació de l'oficina on es va dur a terme l'enquesta, s'aprecia que els enquestats en **oficines urbanes i de litoral** principalment van o pensen anar a la **platja** en primer lloc i realitzar **visites culturals** en segon lloc, els enquestats en les oficines d'interior, dediquen el seu temps principalment a **visites culturals i visites a espais naturals**.

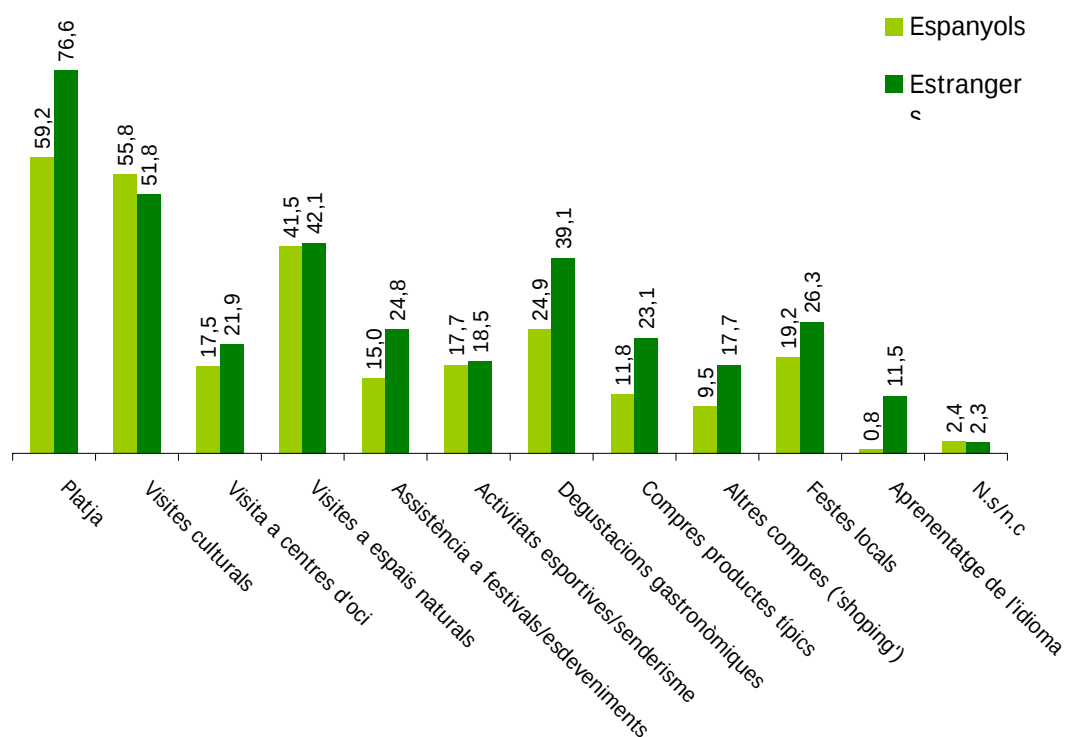
GRÀFIC 17: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES SEGONS UBICACIÓ DE L'OFICINA ON ES VA REALITZAR L'ENQUESTA (EN %)



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 residixen 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 este respecte, un 49,4% de la mostra va manifestar conèixer la dita programació. Este percentatge augmenta fins al 53,9% entre els que van indicar pernoctar en el municipi.

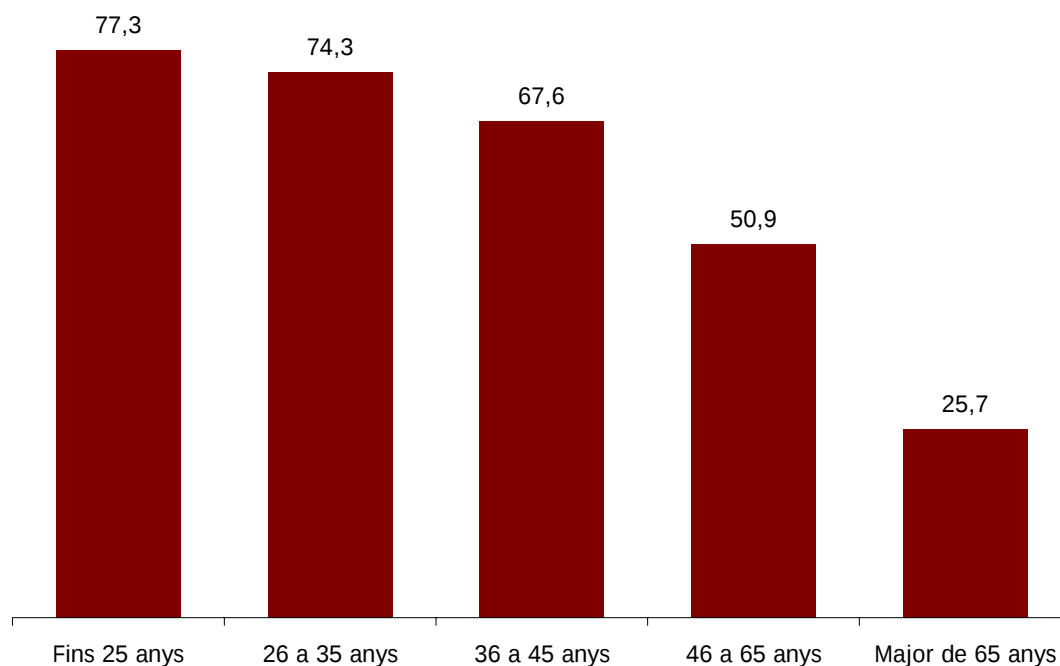
3.9. Ús de telèfons intel·ligent o tauletes tàctils

En l'Enquesta d'Estiu 2013 s'han introduït 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, es desprén que el **61,1 %** dels enquestats declara ser **usuari** de telèfon intel·ligent i tauleta tàctil **amb accés a Internet**. D'estos, el 53,7% declara que ho va a utilitzar durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 33,6% farà ús de dites dispositives si en el lloc de destinació existix WiFi gratuït.

Analitzant la informació segons grups d'edat, s'observa que el grup més jove (fins a 25 anys) és el que en major grau disposa d'este tipus de dispositius i en menor grau el de majors de 65 anys; encara que és el grup de 25 a 35 anys el que disposa connexió pròpia a Internet majoritàriament. També s'aprecia que, a major nivell d'estudis, major també és l'ús d'esta ferramenta; no s'aprecia gran diferència entre l'ús que realitzen hòmens i dones o residents i estrangers.

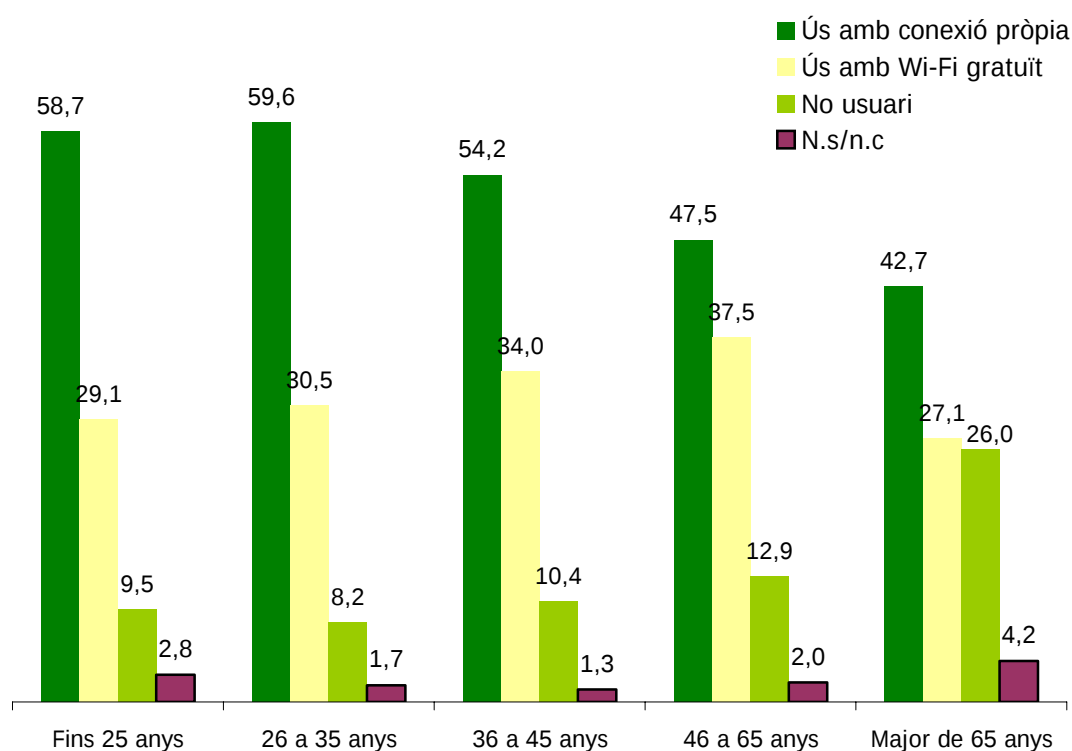
GRÀFIC 18A: USUARIS DE TELÈFONS INTEL·LIGENTS O TAULETES TÀCTILS (EN %)



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 59,6%):

GRÀFIC 18B: MODE D'ÚS DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA

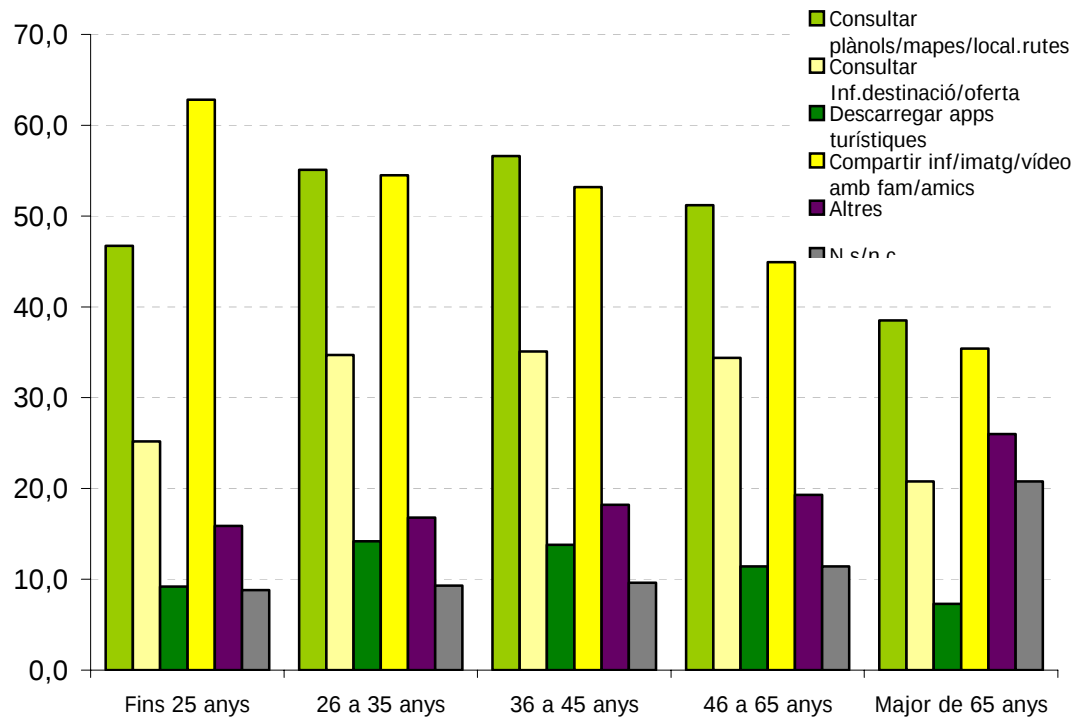


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Quant a l'ús que es va a donar a estos dispositius, és molt interessant constatar que els usuaris més joves (fins a 25 anys) utilitzen estos dispositius per a **compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics** en un 62,8%, seguit de la **consulta de planols, mapes, localitzacions i rutes** en un 46,7%.

Els enquestats de la resta de grups d'edat afirmen, per orde d'importància, que l'ús que donarà als dispositius en primer lloc és per a **consultar planols, mapes, localitzacions i rutes** i, en segon lloc, **compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics**; esta segona opció és més nombrosa per als enquestats de menor edat, tal com es reflectix en el següent gràfic:

GRÀFIC 18C: UTILITAT DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA



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

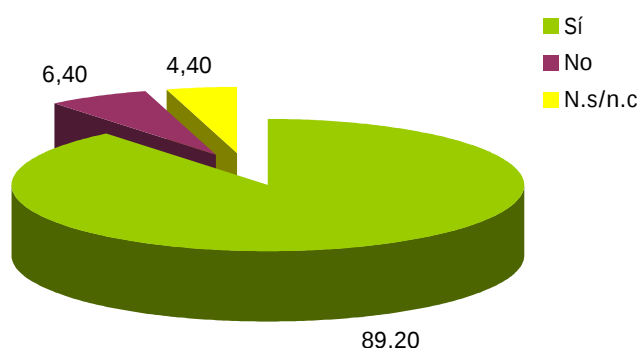
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA

4.1. Fidelitat a la destinació

El 30,7% dels enquestats van assenyalar que era la seua **primera visita a la Comunitat Valenciana**, mentre que un 66,6% del total va indicar haver estat **en més d'una ocasió**. Desagregant la mostra segons el lloc de residència, un 20,7% dels residents a Espanya ha indicat que és la seua primera visita a la Comunitat Valenciana, mentre que del total d'estrangers enquestats un 45,4% hi ha assenyalat esta opció.

D'altra banda, un 89,2% del total d'enquestats va assenyalar la seua **intenció de tornar a visitar el municipi**.

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

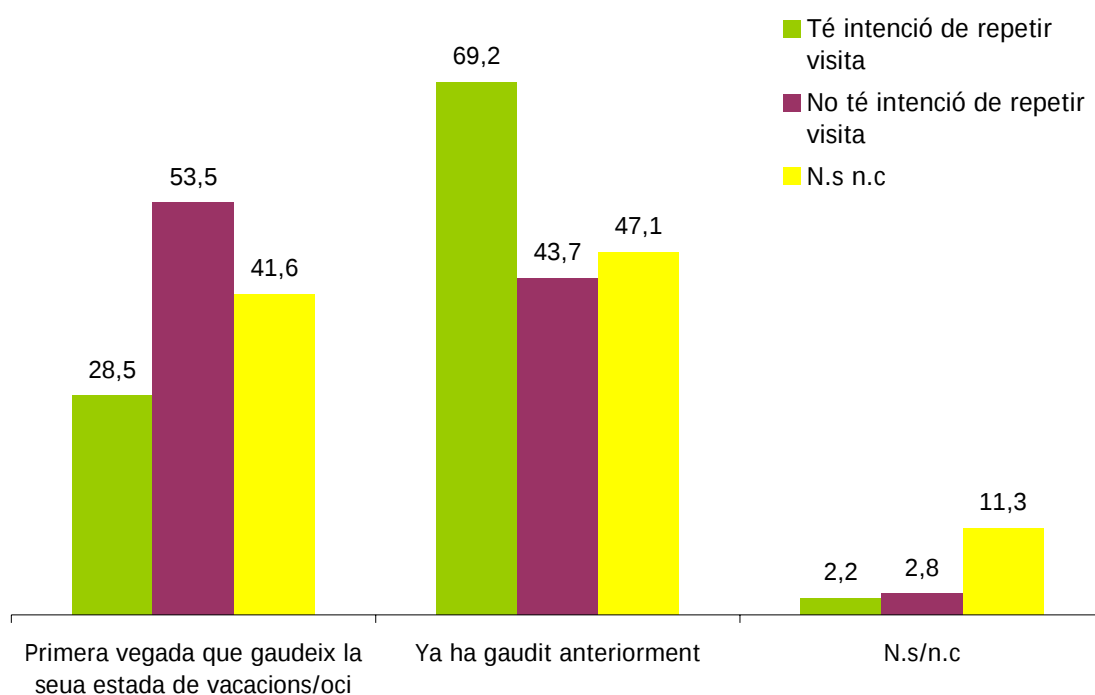


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Analitzant els resultats segons les diferents variables de classificació, destaca que els enquestats en oficines de litoral mostren un major grau de fidelitat (91% 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** (91,7% enfront del 85,6% de resposta dels residents en l'estranger).

Es constata un elevat índex de fidelitat per a les persones enquestades que ja coneixen la destinació (66,6%), d'estos el 69,2% manifesta que repetirà visita i no obstant això per als que vénen per primera vegada, el percentatge de què manifesten que no repetiran visita també és elevat (53,5%).

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 a prop de 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 **9,14 punts**. Desglossant este resultat segons la ubicació de l'oficina, els municipis d'interior han aconseguit la puntuació més alta (9,23 punts), no presentant diferències significatives respecte a les de litoral (9,09 punts) o urbanes (9,13 punts).

Del total d'enquestats que té intenció de tornar a visitar el municipi, el 91,2% afirma pernoctar en el nostre territori i del total de què ja han estat anteriorment, pernocten el 64,7%.

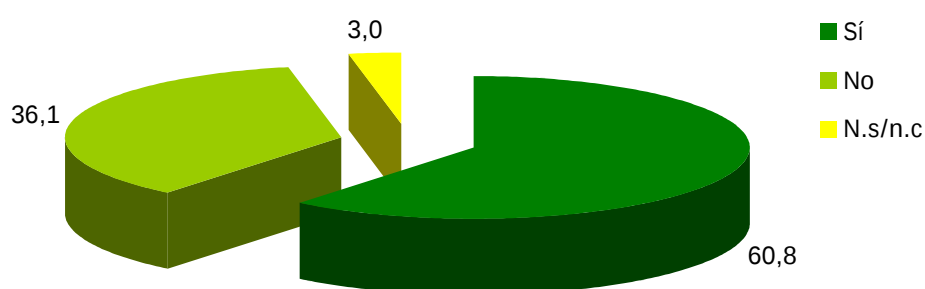
Igualment és d'interés conèixer la puntuació mitjana atorgada pels enquestats que han manifestat que no tornaran a visitar la destinació, valorant la satisfacció de les seues expectatives del municipi visitat amb 8,35 punts sobre 10, mentres que les persones que van indicar que tornaran a visitar la destinació, van concedir una puntuació mitjana de 9,21 punts.

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

Un dels aspectes fonamentals pels que 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 60,8% va afirmar conèixer la xarxa d'oficines. El percentatge augmenta fins al 68,6% en el cas d'enquestats en oficines d'interior. Si es distingix entre lloc de residència la diferència és notable, ja que un 68,5% dels residents a Espanya van declarar conèixer la xarxa, pel 49,7% d'estrangers.

Quant a les visites realitzades a altres oficines Tourist Info, un 51,1% va declarar haver acudit a més d'una durant la seua estada en la Comunitat Valenciana, però si s'analitza el resultat segons el municipi on l'enquestat pernocta, el 57,4% dels que han declarat ser excursionistes van afirmar haver visitat més d'una oficina Tourist Info.

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	9,47	9,43	9,50	9,62
Presència/imatge personal	9,59	9,57	9,59	9,65
To veu emprat/amabilitat	9,61	9,61	9,61	9,68
Atenció rebuda	9,56	9,54	9,58	9,61
Imatge de l'oficina	9,30	9,25	9,38	9,28
Ambient de l'oficina	9,32	9,29	9,38	9,27
Localització/accesibilitat oficina	9,11	9,11	9,11	9,11
Imatge i estètica material informatiu	9,22	9,18	9,30	9,17
Oferta informació en idiomes	9,20	9,24	9,13	9,19
Horari atenció públic	9,21	9,24	9,17	9,13
Fiabilitat/claretat informació rebuda	9,48	9,47	9,49	9,49
Mitjana global	9,37	9,36	9,39	9,38

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

És evident que estes 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 2001-2013

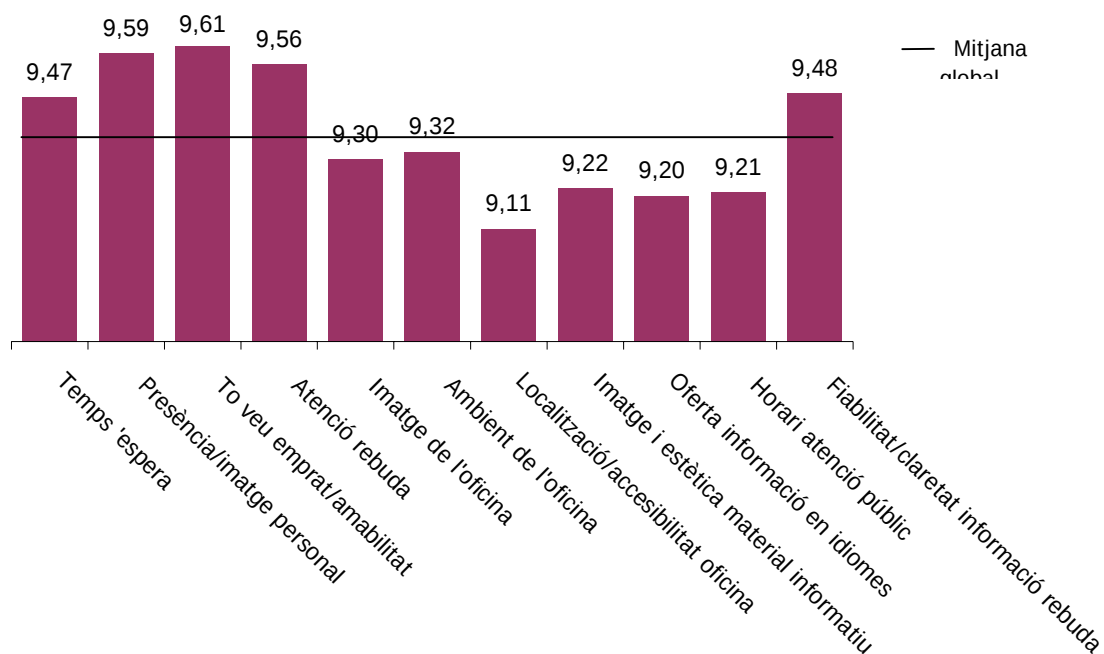
ANY	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Mitjana global	9,2	9,1	9,3	9,3	9,1	9,1	9,2	9,2	9,2	9,2	9,3	9,4	9,4

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

Representant els resultats de forma gràfica, en el gràfic 20 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 9,37 punts**, els aspectes que superen la dita valoració es qualifiquen com 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



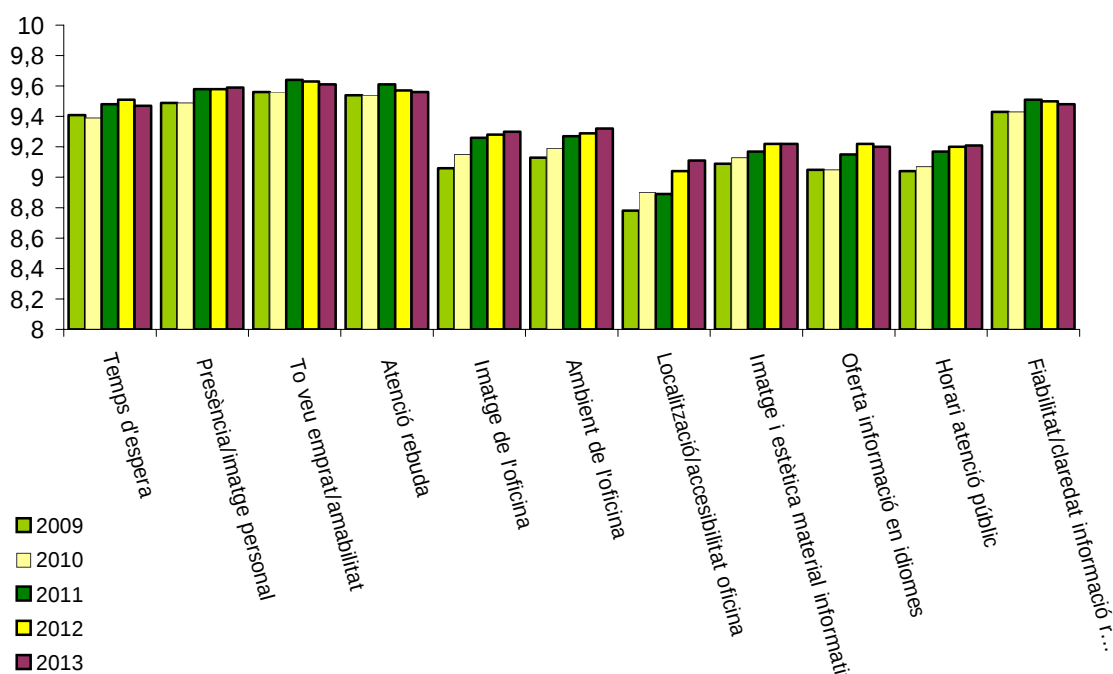
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

- **Els relacionats amb els recursos humans:** Temps d'espera, presència i imatge del personal, to de veu 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 ferramentes de treball:** Imatge i ambient de l'oficina, localització/accessibilitat, imatge i estètica de fullets i llistats, material en idiomes i horari d'atenció al públic, que han sigut **valorats per davall de la mitjana**. Com a excepció en este apartat, l'ítem "Fiabilitat i claredat de la informació rebuda" ha sigut valorat per damunt de la mitjana.

Com s'observa en el gràfic 22, en 2013, cinc dels ítems valorats han experimentat un lleuger increment respecte a l'any anterior: presència i imatge del personal, imatge i ambient de l'oficina, localització/accessibilitat i horari d'atenció al públic.

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

GRÀFIC 22: VALORACIÓ QUALITAT TOURIST INFO. EVOLUCIÓ 2009-2013

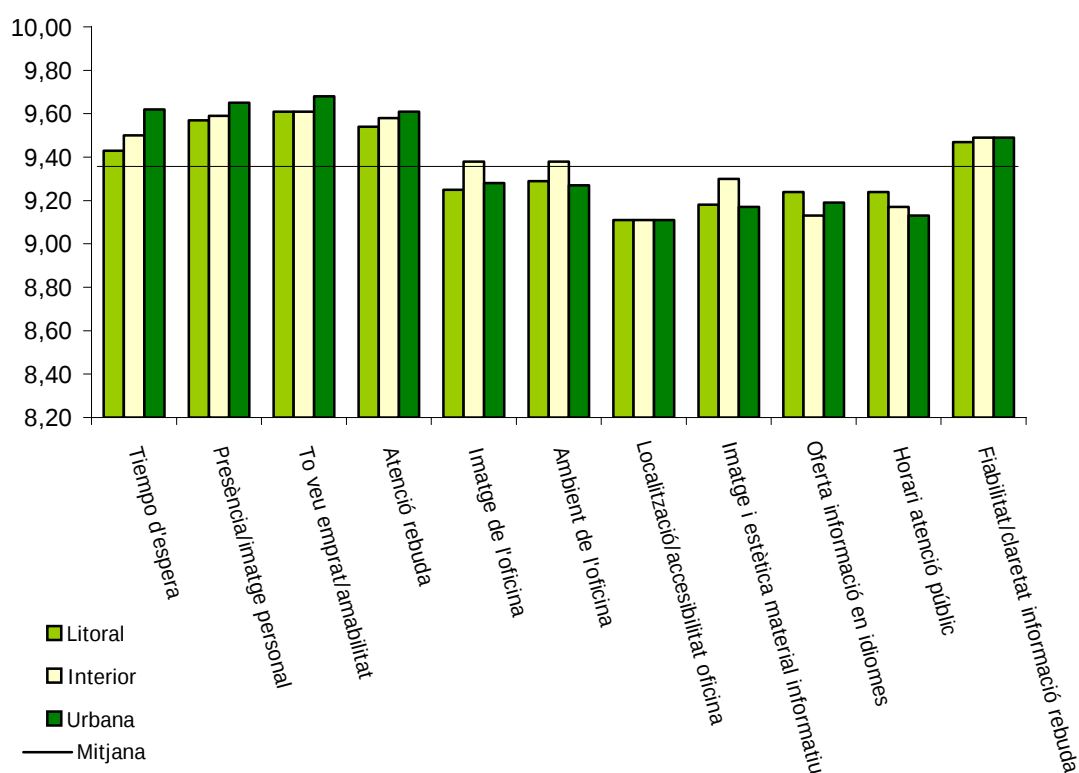


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris:

Any	Qüestionaris processats
2009	7.905
2010	7.977
2011	7.907
2012	7.429
2013	7.121

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 prou homogenis entre els tres grups d'oficines, si bé, la presència/imatge de personal i el to de veu empleat/amabilitat, són els ítems que major puntuació han obtingut en totes les oficines. La mitjana global de les oficines d'interior és la més elevada (9,39) seguida de la mitjana obtinguda per les oficines d'urbana (9,38) i litoral (9,37).

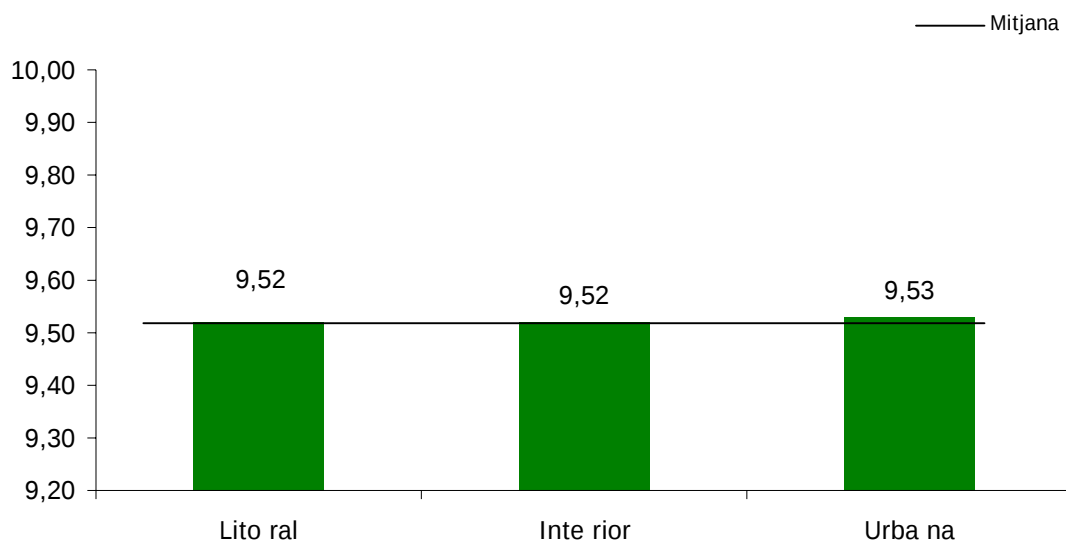
Analitzant el nivell de satisfacció dels enquestats en funció de diverses variables de classificació, s'aprecia un patró prou definit que és el següent:

- Per a tots els grups d'edat, la variable “To de veu de l'emprat/amabilitat” és la millor valorada i la segona “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 la variable “To de veu de l'emprat/amabilitat”. Els **residents** a Espanya, han expressat una satisfacció més elevada en sis dels onze ítems avaluats, si bé la mitjana de l'índex satisfacció és idèntica en ambdós grups.
- Per **nivell formatiu** s'aprecia un major índex de satisfacció en tots els ítems per al grup amb major nivell d'estudis.
- Per **sexes**, s'aprecia una lleugera diferència, sent les dones més satisfetes que els barons en tots els ítems valorats quant al nivell de satisfacció.
- La mitjana global de la puntuació oferida pels enquestats en **oficines d'interior** és la més elevada (9,39 punts sobre 10) i els tres ítems de major puntuació són: to veu emprat/amabilitat, presència/imatge personal i atenció rebuda. En les **oficines urbanes** (9,38 punts de mitjana) els ítems de major puntuació són: to veu emprat/amabilitat, presència/imatge personal i temps d'espera; finalment en les **oficines de litoral** (9,36 punts de mitjana) els ítems més valorats coincideixen amb les oficines d'interior.

És interessant ressaltar que l'ítem “To de veu de l'emprat/amabilitat” és la millor valorada per a totes les variables de classificació analitzades (per a tots els grups d'edat, nivells d'estudis, sexes i nacionalitats).

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 reflectixen un dada molt positiu 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 **9,52 punts**. Les oficines urbanes se situen lleugerament per damunt de la mitjana amb el 9,53% i les d'interior i litoral compartixen valoració en este 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 este 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 este epígraf ens informa d'un **elevat índex d'abstenció en la resposta (82,9%)**, 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: Altra informació que li haguera agradat rebre al visitant

TIPUS D'INFORMACIÓ	%
Planols, mapes	4,1
Oferta gastronòmica del municipi	3,4
Activitats oci-recreatives	2,5
Allotjament	1,0
Informació de rutes	3,1
Oferta cultural, històrica del municipi	2,2
Infraestructures/serv.públics municipi	1,5
Recursos naturals	2,0
Altres	5,6
N.s./n.c.	82,9

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

6. CONCLUSIONS

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

- El 59,40% són residents a Espanya i el 40,60% en l'estranger.
- Entre els enquestats que residixen a Espanya destaquen amb el 31,7% els de la **Comunitat Valenciana** i amb el 22,9% els procedents de la **Comunitat de Madrid**. Entre el grup d'estrangers enquestats, el 34,5% procedix de **França**, el 20,2% del **Regne Unit** i el 7,6% d'Alemanya.
- El 54,29% de la mostra posseïx **estudis universitaris**, el 32,3% estudis secundaris i el 7,32% estudis primaris.

CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

- Els principals **canals d'informació** emprats per a informar-se sobre la destinació visitat van ser amics i familiars en primer lloc (48,5%) i en segon lloc Internet (38,2%).
- **Internet és una ferramenta utilitzada de manera creixent**, un 45,9% dels enquestats va demanar informació sobre la destinació a través d'este mitjà, aconseguint fins a un 46,5% els estrangers.
- Del total de persones enquestades que **han visitat la pàgina web del municipi**, el 48,8% pernocta en el municipi.
- El 48,8% ha realitzat algun tipus de **reserva** prèvia enfront del 46,6% que no la va realitzar i del total de què va realitzar reserva, el 51,7% pernocta en la Comunitat.
- Els grups de **viatgers que van realitzar reserva**, viatgen majoritàriament **en família**, un 42,7% de la mostra, el 36,4% **amb la seua parella** i el 17,8% **amb amics**.

- Els viatgers **disfruten de la seua estada** en la Comunitat Valenciana majoritàriament **amb la família** (el 46,7% dels enquestats), seguits per la parella (31%) i en menor grau amb amics (18,5%).
- El **mitjà de transport** més utilitzat va ser l'automòbil (67,7% de la mostra).
- La tipologia principal d'allotjament de la mostra va ser: hotel (23,6%), vivenda llogada (21,9%), vivenda en propietat (21,4%), i vivenda d'amics o familiars (16,4%).
- Les sis principals **motivacions** de viatge a la Comunitat Valenciana per part dels enquestats en les oficines *Tourist Info* són descans (57,5%), platja (53,2%), el clima (43,1%), naturalesa (31,7%), cultura/festes (29,7%) i la gastronomia (27,3%).
- Les sis principals **activitats** dels enquestats són anar a la platja (66,3%), visites culturals (54,2%), visites a espais naturals (41,7%), degustacions gastronòmiques (30,6%), festes locals (22,1%). I visita a centres d'oci (19,3%).
- El 61,1% dels enquestats és usuari de dispositius tipus telèfons intel·ligents o tauletes tàctils i d'ells el 53,7% manifesta que ho utilitza durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 33,6% indica que utilitza Wi-Fi gratuït.

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 **9,14** punts sobre 10.
- El **64,7 %** dels enquestats que van afirmar pernoctar en algun municipi de la Comunitat Valenciana va declarar haver visitat la Comunitat en més d'una ocasió i el **89,2 %** del total d'enquestats indica que pensa **tornar a visitar el municipi**, aconseguint fins a un 91%. Els enquestats en oficines ubicades en el litoral, que afirmen tindre intenció de tornar.

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE LA XARXA TOURIST INFO

- Un 60,8% de la mostra va declarar conèixer la Xarxa *Tourist Info*.
- Un 51,1% dels enquestats va manifestar haver visitat més d'una oficina de la Xarxa, aconseguint un 57,7% 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 9,37 punts sobre 10**.
- En la valoració a nivell general, han obtingut una puntuació per damunt de la mitjana els aspectes relacionats amb els recursos humans, així com també aspectes com a temps d'espera i fiabilitat/claredat informació rebuda i per davall de la mitjana, la resta d'aspectes relatius a instal·lacions i ferramentes de treball.
- Les oficines ubicades en **l'interior** han sigut les millor valorades i **junt amb les urbanes**, han obtingut una puntuació per damunt de la mitjana global.
- Per a les **tres tipologies d'oficines** els ítems millor valorats han sigut el **to de veu emprat/amabilitat**, la **presència i imatge del personal**, l'atenció rebuda i el **temps d'espera**.
- El grau de **satisfacció d'expectatives** de l'oficina visitada ha sigut de **9,52 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 DE LA MOSTRA

7.121 qüestionaris vàlids, pertanyent 3.691 a oficines del grup "litoral", 2.775 a oficines de "interior" i 655 a oficines d'àmbit "urbà".

PERÍODE D'ENQUESTAT

Des del dia 1 de juliol fins al 15 de setembre del 2013.

TÈCNICA UTILITZADA

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

TIPUS DE MOSTRATGE

Aleatorio entre los usuarios de 108 oficinas de la Red *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 diverses variables com són el nombre d'habitants del municipi on s'ubica l'oficina, la ubicació geogràfica del municipi i les modalitats turístiques més practicades.

Taula 6.- Relació d'oficines Tourist Info

Interior: total 50 oficines

TOURIST INFO ADEMUZ
TOURIST INFO AIELO DE MALFERIT
TOURIST INFO ALCOY
TOURIST INFO ALMORADÍ
TOURIST INFO ALTO TURIA
TOURIST INFO ALZIRA
TOURIST INFO AYORA
TOURIST INFO BANYERES DE MARIOLA
TOURIST INFO BOCAIRENT
TOURIST INFO BUÑOL
TOURIST INFO CALLOSA DE SEGURA
TOURIST INFO CALLOSA D'EN SARRIÀ
TOURIST INFO CAMP DE TÚRIA
TOURIST INFO CASTALLA
TOURIST INFO CASTELL DE GUADALEST
TOURIST INFO CHESTE
TOURIST INFO CINCTORRES
TOURIST INFO COCENTAINA
TOURIST INFO COFRENTES
TOURIST INFO DOLORES
TOURIST INFO ELDA
TOURIST INFO GATA
TOURIST INFO IBI
TOURIST INFO LLÍRIA
TOURIST INFO MONFORTE DEL CID
TOURIST INFO MORELLA

TOURIST INFO MUTXAMEL
TOURIST INFO NAVAJAS
TOURIST INFO NOVELDA
TOURIST INFO ONDA
TOURIST INFO ONIL
TOURIST INFO ONTINYENT
TOURIST INFO ORIHUELA - CENTRO
TOURIST INFO PATERNA
TOURIST INFO PEGO I LES VALLS
TOURIST INFO PETRER
TOURIST INFO POBLE NOU DE BENITATXELL
TOURIST INFO REQUENA
TOURIST INFO RIBA-ROJA DE TÚRIA
TOURIST INFO SAGUNT
TOURIST INFO SAN FULGENCIO
TOURIST INFO SEGORBE
TOURIST INFO SERRA
TOURIST INFO SIMAT DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO VALL DE POP
TOURIST INFO VILA DE BIAR
TOURIST INFO VILA-REAL
TOURIST INFO VILLENA
TOURIST INFO XÀTIVA
TOURIST INFO XIXONA

Litoral: total 50 oficines

TOURIST INFO ALCOSSEBRE
TOURIST INFO ALTEA
TOURIST INFO BENICARLÓ
TOURIST INFO BENICARLÓ-MORRONGO
TOURIST INFO BENICÀSSIM
TOURIST INFO BENICÀSSIM - HELIÓPOLIS
TOURIST INFO BENICÀSSIM - TORRE SAN VICENTE
TOURIST INFO BENIDORM - CENTRE
TOURIST INFO BENIDORM - RINCON LOIX
TOURIST INFO BENISSA

TOURIST INFO BENISSA - PLATJA
TOURIST INFO BURRIANA - L'ARENAL
TOURIST INFO CALPE - CENTRE
TOURIST INFO CALPE - PEÑÓN
TOURIST INFO CULLERA
TOURIST INFO CULLERA - PLATJA
TOURIST INFO DÉNIA
TOURIST INFO EL CAMPELLO
TOURIST INFO ELX- ARENALES DEL SOL
TOURIST INFO GANDIA

TOURIST INFO GANDIA - PLATJA (FARO 1)
TOURIST INFO GANDIA - PLATJA (FARO 2)
TOURIST INFO GUARDAMAR
TOURIST INFO LA MARINA D'ELX
TOURIST INFO LA VILA JOIOSA
TOURIST INFO OLIVA
TOURIST INFO OLIVA - PLATJA
TOURIST INFO ORIHUELA - PLATJA
TOURIST INFO OROPESA DEL MAR
TOURIST INFO OROPESA DEL MAR - AMPLARIES
TOURIST INFO PEÑÍSCOLA
TOURIST INFO PEÑÍSCOLA - PEÑISMAR
TOURIST INFO PEÑÍSCOLA - PORT
TOURIST INFO PILAR DE LA HORADADA
TOURIST INFO PILES
TOURIST INFO SAGUNTO - PLATJA

TOURIST INFO SANTA POLA
TOURIST INFO SANTA POLA - CENTRE
TOURIST INFO SUECA
TOURIST INFO TAVERNES DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO TEULADA
TOURIST INFO TORREBLANCA
TOURIST INFO TORREBLANCA PLAYA
TOURIST INFO TORREVIEJA - LA MATA
TOURIST INFO TORREVIEJA (Alto la Casilla)
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 AEROPORT DE ALACANT-ELX
TOURIST INFO ALACANT
TOURIST INFO ALACANT - EXPLANADA
TOURIST INFO ALACANT - RENFE
TOURIST INFO CASTELLÓ
TOURIST INFO ELX
TOURIST INFO MANISES
TOURIST INFO VALÈNCIA - PAZ

ANNEX III.- QÜESTIONARI

TOURIST INFO 2013

		Encuesta Tourist Info 2013
OFICINA		Fecha: 20

- [1] - ¿Está usted disfrutando/va a disfrutar de una estancia por motivos de ocio/vacaciones, pernoctando en este municipio?
- ☐ Sí ☐ No
- [2] - ¿Es la primera vez que disfruta de una estancia de vacaciones/ocio en la Comunitat Valenciana?
- ☐ Sí ☐ No
- [3] - ¿Dónde se aloja usted?
- ☐ Hotel
☐ Hostal
☐ Camping
☐ Vivienda en propiedad
☐ Vivienda de amigos o familiares
☐ Vivienda de uso compartido (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 vídeos 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 alcanzados: ☐ Estudios Universitarios ☐ Estudios Secundarios ☐ Estudios Primarios ☐ Sin estudios		Año de nacimiento (anote, por favor, los cuatro dígitos)

Si desea disponer de más información sobre esta encuesta, por favor escanee con su smartphone o tablet este código QR.

