

**INFORME DE RESULTATS
ENQUESTA *TOURIST INFO*
XVII EDICIÓ
(ESTIU 2014)
COMUNITAT VALENCIANA**



INTRODUCCIÓ.....	5
1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPLEADA.....	7
2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES.....	9
2.1. Lloc de residència.....	9
2.2. Sexe.....	11
2.3. Edat.....	12
2.4. Nivell d'estudis.....	13
3. CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE.....	15
3.1. Canals d'informació sobre destinacions turístiques.....	15
3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2014.....	18
3.3. Reserves.....	21
3.4. Mitjà de transport utilitzat.....	23
3.5. Composició del grup de viatge.....	24
3.6. Allotjament utilitzat.....	25
3.7. Principals motius de visita.....	30
3.8. Activitats previstes o realitzades.....	35
3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils.....	38
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA.....	43
4.1. Fidelitat a la destinació.....	43
4.2. Satisfacció d'expectatives.....	45
5. VALORACIÓ DE LA QUALITAT OFERIDA PER LA XARXA TOURIST INFO.....	47
6. CONCLUSIONS.....	55
ANNEX I: FITXA TÈCNICA.....	59
ANNEX II: RELACIÓ D'OFICINES TOURIST INFO PARTICIPANTS.....	61
ANNEX III: QÜESTIONARIO TOURIST INFO 2014.....	63

INTRODUCCIÓ

El balanç turístic de 2013 en la Comunitat Valenciana va ser en el seu conjunt molt positiu, s'ha rebut la visita de prop de 23 milions de turistes, d'ells 16,8 milions eren residents a Espanya i 6 milions de turistes estrangers.

La demanda turística en 2013 va créixer un 2,4% impulsada per l'augment de la demanda internacional, tant en nombre de turistes, els quals es van incrementar un 11,6% respecte al 2012, com en el seu gasto total, amb un augment del 13% en termes interanuals, aconseguint ambdós indicadors el seu màxim històric.

Per la seua banda, la demanda nacional, a pesar de la complexa situació econòmica, va incrementar les seues pernoctacions en la Comunitat Valenciana un 5,5% fins a aconseguir els 95,5 milions en tot tipus d'allotjament, contribuint a pal·liar el lleuger descens del nombre de viatges (-0,5%) enfront de 2012.

Esta reactivació de l'activitat turística en 2013 s'ha traduït en un increment del 5,8% en el nombre d'ocupats en el sector turístic, segons l'Enquesta de Població Activa, la qual cosa reforça el paper estratègic d'este sector sobre l'economia de la Comunitat.

Per modalitats allotjatives, cal destacar, que el conjunt de l'allotjament col·lectiu reglat (hotels, apartaments, càmpings i allotjament rural) va registrar 39 milions de pernoctacions, amb un increment interanual del 4,1%, mentres que l'oferta de places va créixer un 1,3%, destacant l'increment experimentat pels apartaments (2,7%).

Estos resultats han contribuït sens dubte a consolidar durant 2013 a la Comunitat Valenciana entre les destinacions que lideren el sector turístic espanyol, assentats en gran manera en el desenrotllament d'actuacions en àmbits tan estratègics com són l'impuls a la intel·ligència turística, la innovació, la qualitat i sostenibilitat d'empreses i destinacions, la qualificació permanent dels professionals del sector i la promoció dels nostres productes i destinacions en el mercat nacional i internacional.

En este sentit, necessitem de ferramentes, que ens permeten una anàlisi profunda de l'activitat per a percebre les tendències d'un mercat en constant evolució i una adequació permanent a les exigències de la demanda. 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.

Un d'estos instruments d'anàlisi en relació al perfil i motivacions dels nostres visitants, és l'Enquesta *Tourist Info* que, des de l'Agència Valenciana del Turisme i en estreta col·laboració amb els municipis, contribuïx 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 2014 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 conflüixen 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 dessetena edició, s'ha consolidat com una de les principals ferramentes corporatives de gestió de l'excel·lència turística en les oficines i com un mitjà per a optimitzar la informació i el coneixement derivat de la labor diària de la Xarxa.

1. METODOLOGIA DE TREBALL EMPLEADA

El procés de l'Enquesta *Tourist Info* corresponent a l'estiu de 2014 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 7.426.

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

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

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

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

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

València, octubre 2014

Àrea de Foment de la Competitivitat Turística

Agència Valenciana del Turisme

2. CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

2.1. Lloc de residència

El nombre de qüestionaris vàlids tabulats ha sigut de 7.426, dels quals el 60,3% correspon a residents a Espanya i el 39,7% 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** (29,36%), la **Comunitat de Madrid** (25,56%), i **Catalunya** (9,12%).

Quant als **residents en l'estranger** el grup més nombrós és el procedent de **França** (36%), **Regne Unit** (18,47%) i **Alemanya** (8,23%). 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	29,36
Comunitat de Madrid	25,56
Catalunya	9,12
País Basc	6,48
Aragó	5,50
Castella i Lleó	5,18
Castella-La Manxa	4,89
Resta CCAA	13,90

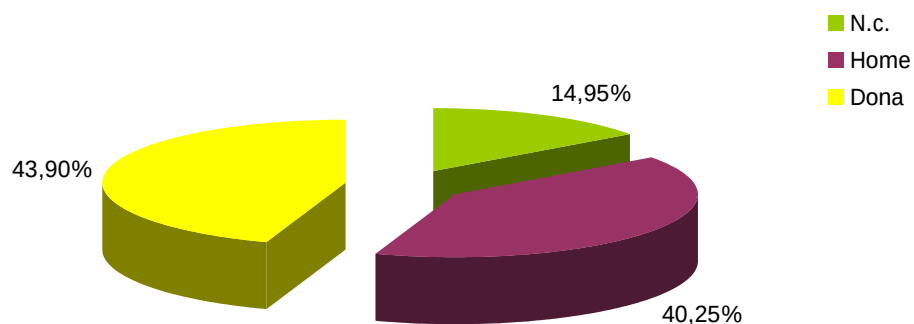
TABLA 2: ORDE PERCENTUAL DE PROCEDÈNCIES SEGONS PAÍS DE RESIDÈNCIA:

País	%
FRANÇA	35,99
REGNE UNIT	18,47
ALEMANYA	8,23
BÈLGICA	6,54
HOLANDA	5,73
ITÀLIA	3,39
IRLANDA	2,58
RESTA	19,08

2.2. Sexe

La distribució per **gènere** de la demanda es correspon amb un 44,80% de dones i un 40,25% d'hòmens. Un 14,95% dels enquestats no van respondre esta qüestió.

GRÀFIC 2: SEXE (EN %)



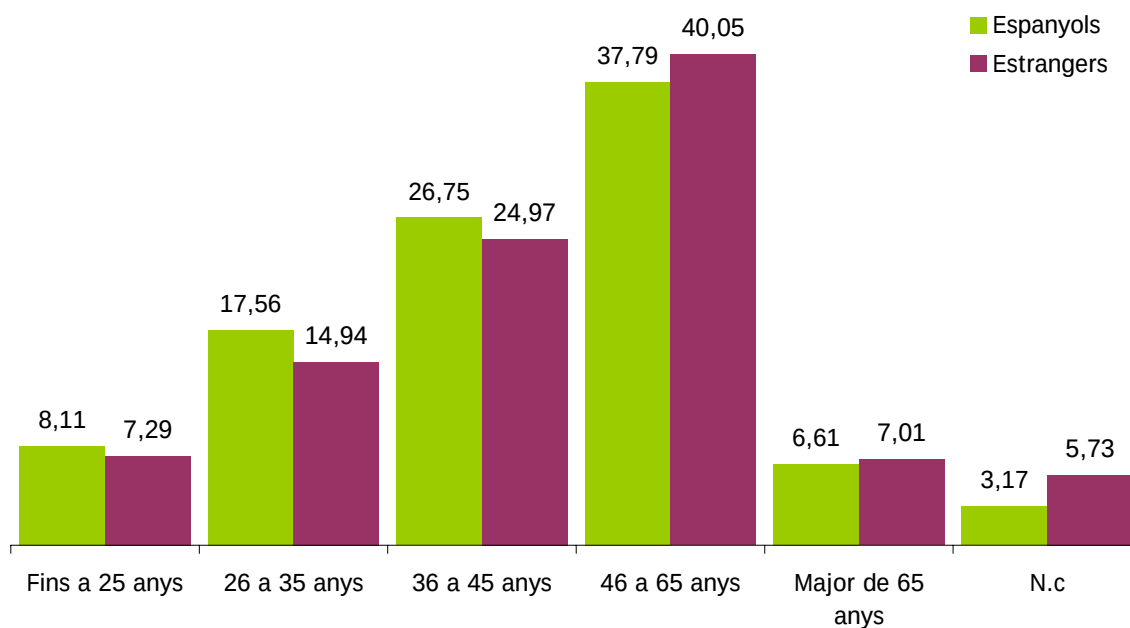
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.3. Edat

Atenent a l'**estructura d'edats**, el major percentatge d'enquestats té entre 46 i 65 anys (38,69%), el segon grup en importància són les persones entre els 36 i 45 anys (26,04%), els segueixen les persones de 26 a 35 anys (16,52%) i els grups menys nombrosos són els menors de 25 anys (7,78%) i les persones majors de 65 anys (6,77%). Un 4,19% 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 són els de 46 a 65 anys i de 36 a 45 anys, grups que també són els més nombrosos per als residents a Espanya, tal com mostra el gràfic 3:

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

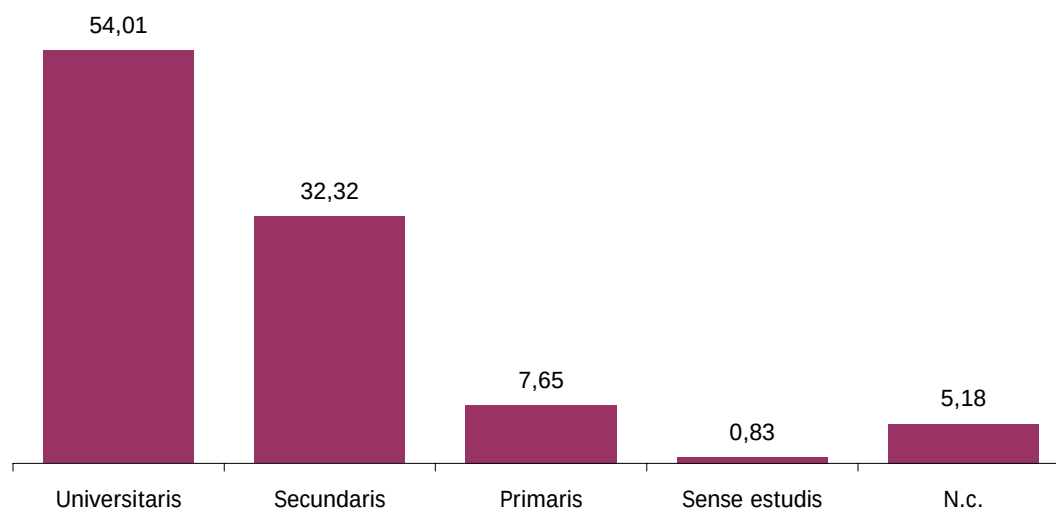


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

2.4. Nivell d'estudis

Quant a l'anàlisi **del nivell d'estudis aconseguit** per la població de la mostra, dels resultats obtinguts s'extrau que el 54,01% posseïx estudis universitaris, el 32,32% estudis secundaris, el 7,65% estudis primaris i tan sols el 0,83% no té alguna titulació acadèmica. El 5,18% dels qüestionaris no facilita resposta a esta pregunta.

GRÀFIC 4: NIVELL D'ESTUDIS (EN %)



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

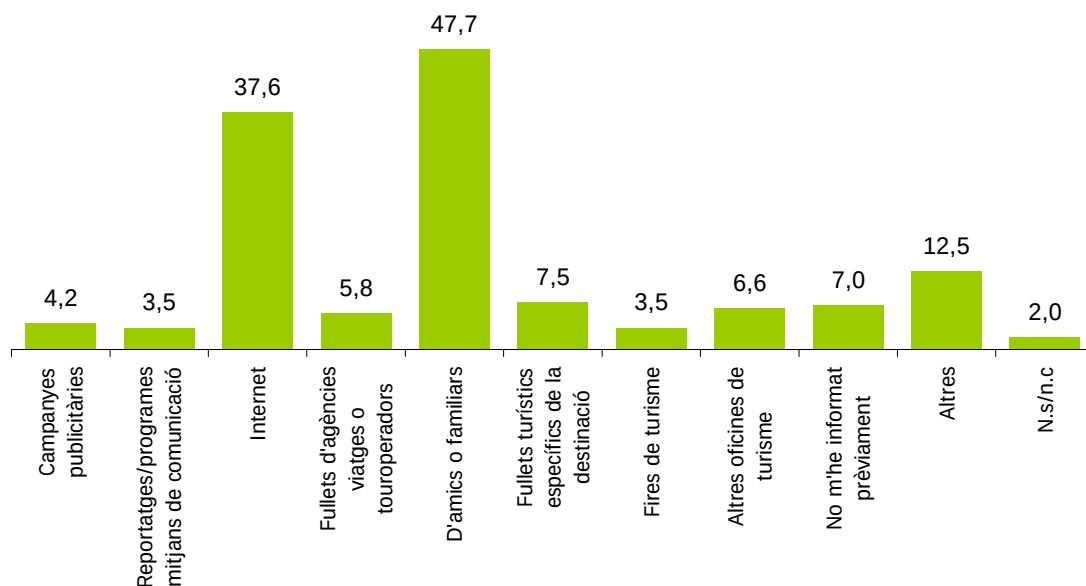
Més de la mitat d'enquestats disposa de títol universitari, això reflecteix, en este cas, que un major nivell cultural propícia una major inquietud a l'hora de visitar una determinada destinació i per tant la necessitat demanar major informació sobre el mateix.

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** (47,7%). El segon canal més utilitzat és **Internet** (37,6%), seguit d'altres **mitjans** (12,5%) i de **fullets turístics específics de la destinació** (7,5%).

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

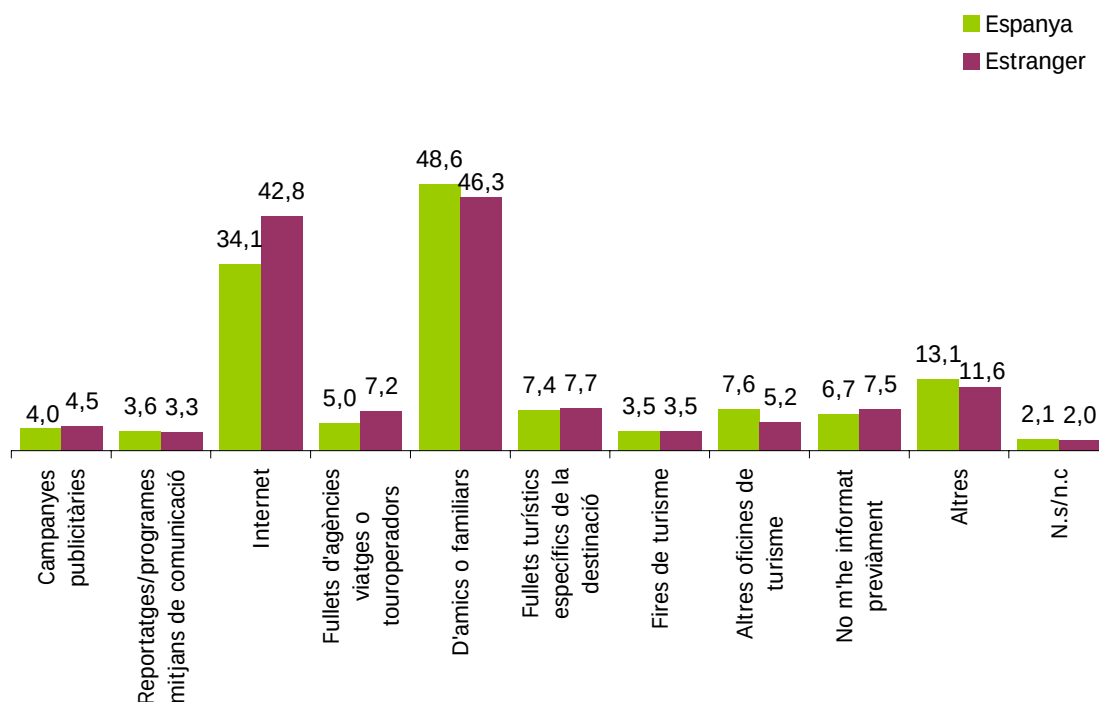


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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 42,8%, enfront dels residents a Espanya amb un 34,1%.

La recomanació a través d'**amics o familiars** continua sent el mitjà per mitjà del qual es rep en major grau la informació del municipi visitat, un 46,3% els estrangers enfront d'un 48,6% els espanyols.

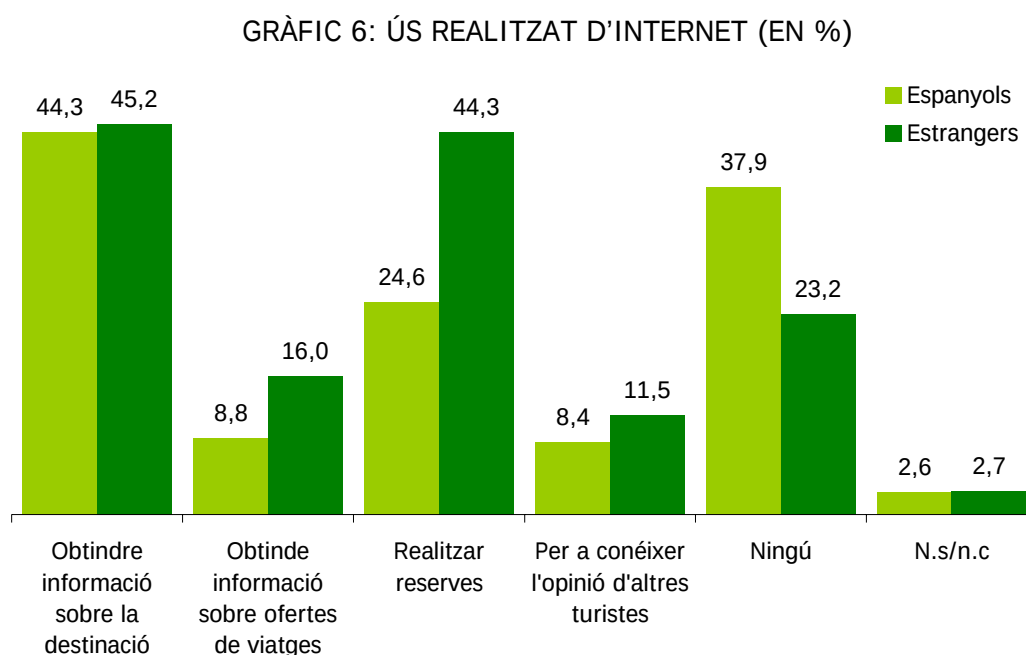
GRÀFIC 5A: MITJANS D'INFORMACIÓ EMPLEATS SEGONS LLOC DE RESIDÈNCIA
(EN %)



Font: Elaboració pròpia a partir de la explotació de qüestionaris

En l'àmbit turístic **Internet** és un instrument imprescindible de comunicació entre l'oferta i la demanda i un any més, s'observa la **tendència creixent de l'ús d'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 **44,7 %** d'ells, va afirmar haver recorregut a **Internet per a obtenir informació sobre la destinació**, dada que aconseguix **un 45,2 % per a la demanda estrangera**. Cal destacar la diferència a l'hora de **realitzar reserves online** entre els enquestats segons el seu lloc de residència, amb una diferència entre ambdós de quasi 20 punts percentuals (24,6% els espanyols enfront del 44,3% els estrangers). El gràfic 6 mostra els resultats obtinguts en la pregunta relativa a l'ús realitzat d'Internet pels enquestats en les oficines *Tourist Info* segons el seu lloc de residència:



Font: Elaboració pròpia a partir de la explotació de qüestionaris

Un altre aspecte d'interés és el coneixement de la **pàgina web turística del municipi visitat**. El 43,6% de la població enquestada ha visitat la dita pàgina web. Este percentatge augmenta fins al 46,8% entre els que s'allotgen en el municipi on han realitzat l'enquesta.

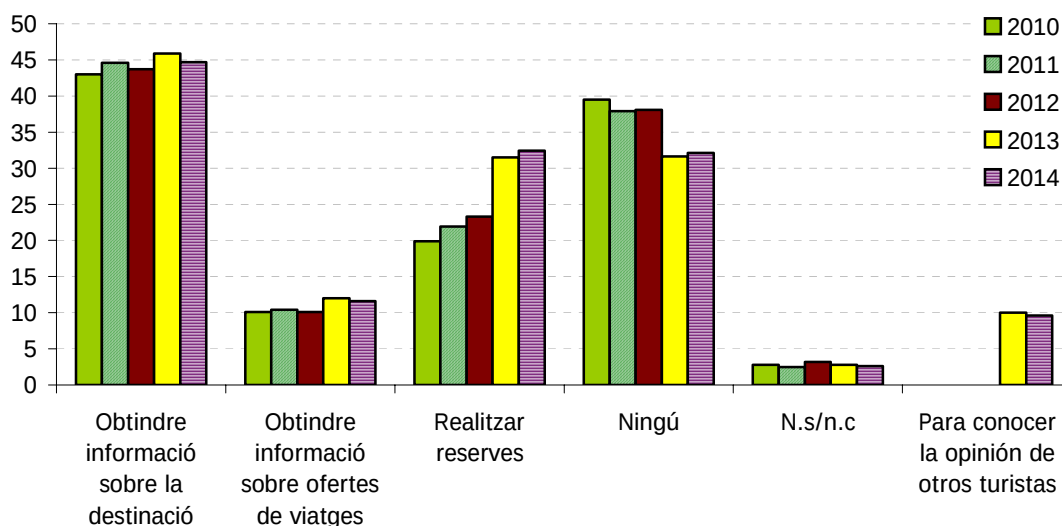
Si analitzem els resultats **segons el canal de comunicació empleat per a obtenir informació de la Comunitat Valenciana** els resultats revelen que, del total de persones que van utilitzar Internet, un **65,4 %** coneix la pàgina web turística del municipi on ha omplert l'enquesta.

3.2. Evolució de l'ús d'Internet 2010-2014

Es constata un ús creixent d'Internet pels enquestats en els 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'este mitjà, a un 44,7% en 2014. També s'aprecia un **ascens en l'ús d'esta ferramenta per a realitzar reserves**, que hi ha passat d'un 19,9% en 2010 a un 32,4% en 2014.

En 2013 és va introduir una nova opció de resposta, que és l'ús d'Internet per a **conèixer l'opinió d'altres turistes** respecte del municipi, tant l'any passat com este, el percentatge d'enquestats que va marcar esta opció ha sigut del 10%.

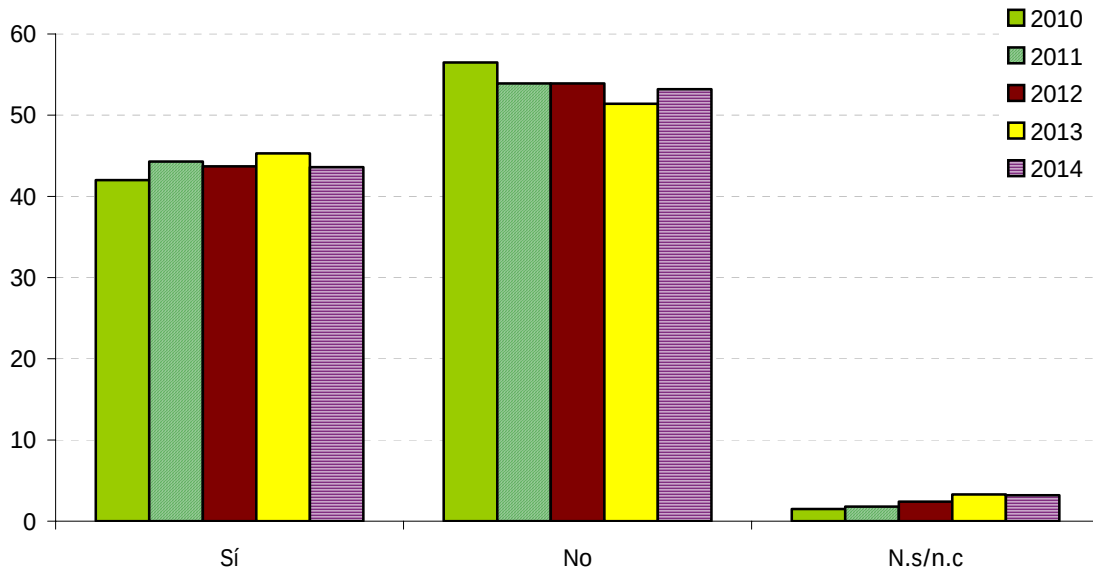
GRÀFIC 6A: EVOLUCIÓ DE L'ÚS REALITZAT D'INTERNET PER A LA PREPARACIÓ DE LA VISITA AL MUNICIPI 2010-2014



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

S'aprecia un increment entre els que afirmen haver visitat la pàgina web del municipi, d'un 42% en 2010 al 43,6% de 2014.

GRÀFIC 6B: EVOLUCIÓ DE L'ACCES A LA PÀGINA WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPI
2010-2014

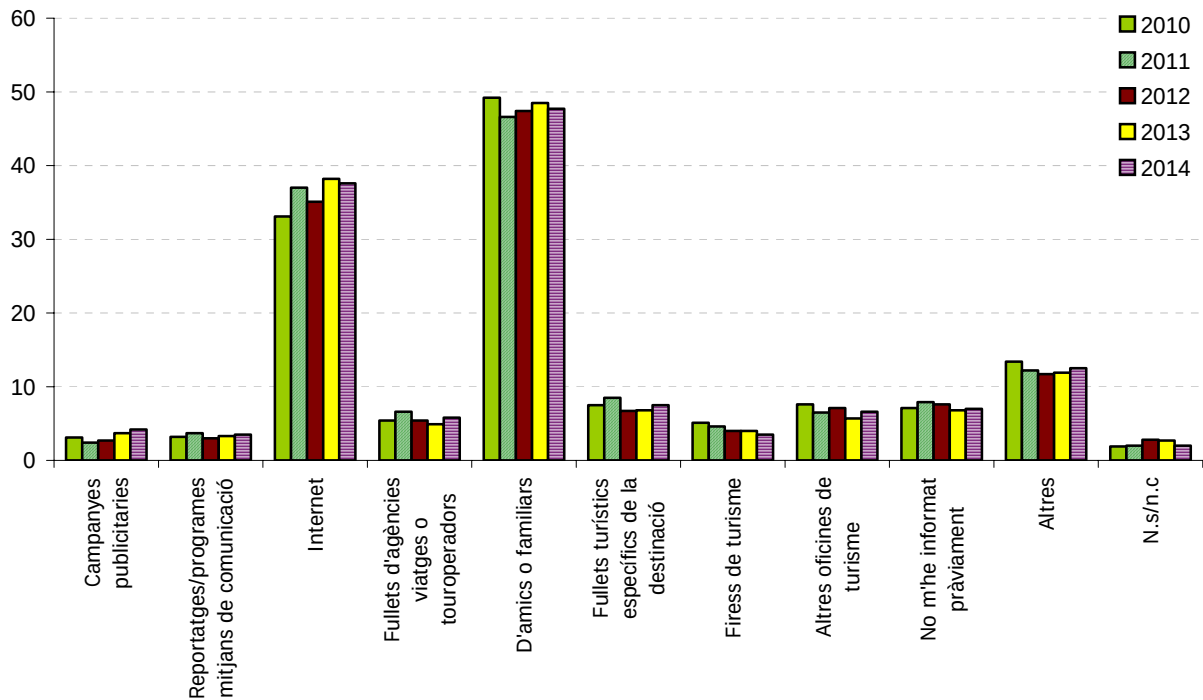


Font: elaboració pròpia basant-se en les dades de les enquestes d'estiu 2010, 2011, 2012, 2013 i 2014.

El mitjà més habitual d'obtenció d'informació sobre el municipi és a través d'amics o **familiars**, en l'evolució del qual s'aprecia un lleuger descens, passant d'un 49,2% en 2010 a un 47,7% en 2014.

En segon lloc i com a mitjà més habitual d'obtenció d'informació torna a ser **Internet**, l'evolució del qual torna a mostrar-se positiva, en 2010 un 33,1% dels enquestats va obtenir informació a través d'este mitjà, passant a ser en 2014 un 37,6%.

GRÀFIC 6C: EVOLUCIÓ DELS MITJANS A TRAVÉS DELS QUALS VA REBRE
INFORMACIÓ SOBRE EL MUNICIPI 2010-2014



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

3.3. Reserves

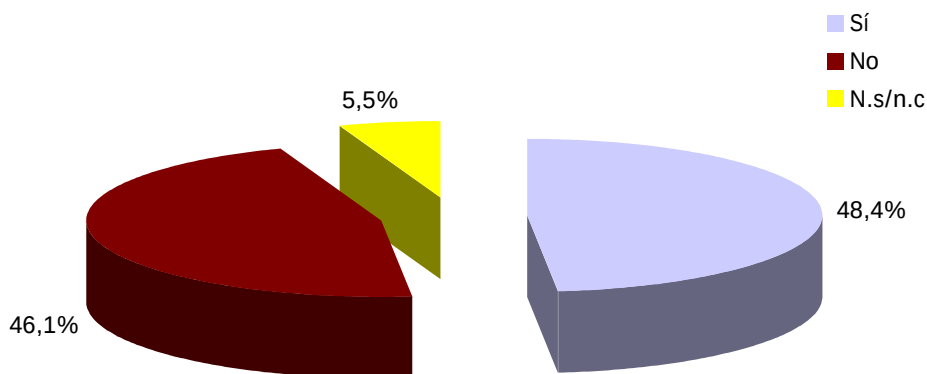
Prop de la mitat de la mostra ha organitzat el seu viatge a la destinació **efectuant reserva prèvia** (48,4%).

Del total d'enquestats que van afirmar haver realitzat alguna reserva per a organitzar el seu viatge, el 51,3% pernocta en la Comunitat.

Dins del grup que sí que realitza algun tipus de reserva prèvia quan organitza les seues vacances, el **39,4 %** efectua la seua reserva en **hotels** i el **28,5 %** 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** (38,7%) i en **vivendes d'amics i familiars** (25,1%).

Els estrangers enquestats que realitzen algun tipus de reserva prèvia aconseguixen el 56,3%, enfront del 43,2% dels residents a Espanya enquestats.

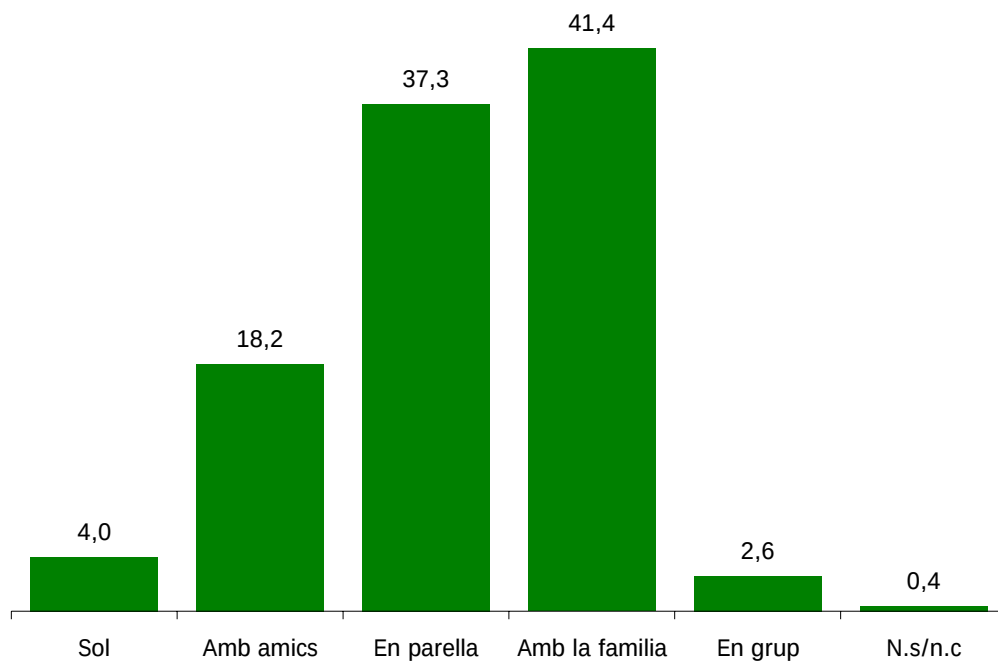
GRÀFIC 7: RESERVA PRÈVIA (EN %)



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

Els enquestats que afirmen haver realitzat **reserva**, viatgen majoritàriament **en família** (41,4%) i **en parella** (37,3%) i amb **amics** (18,2%).

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

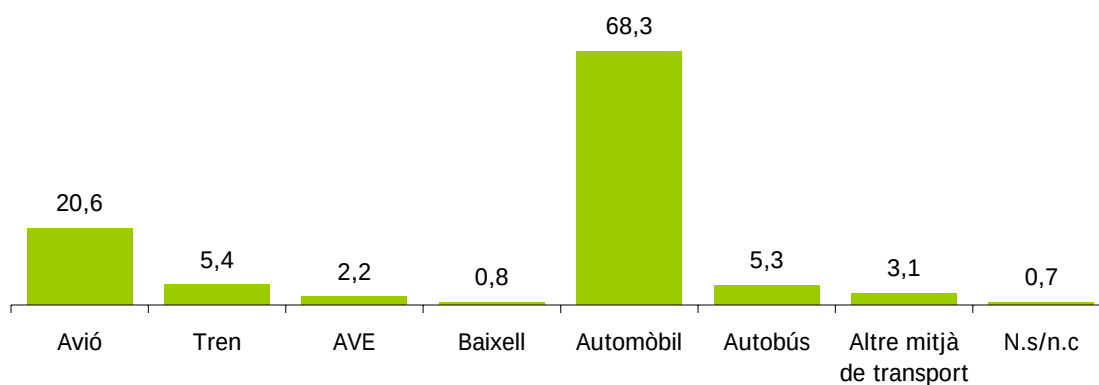


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

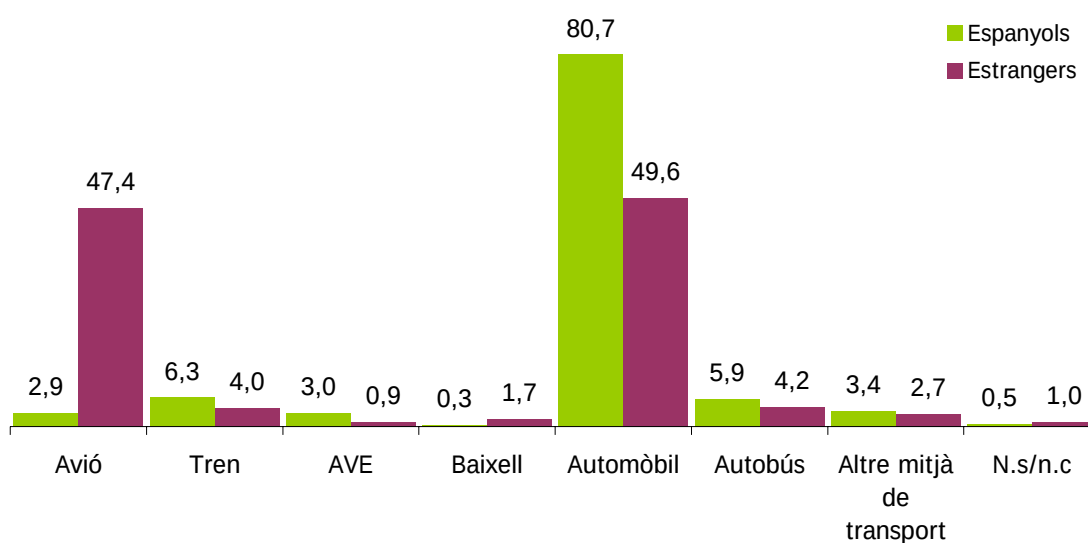
3.4. Mitjà de transport utilitzat

El **mitjà de transport a la destinació vacacional** més utilitzat és l'automòbil (68,3%) i a continuació, però amb un percentatge prou menor, es troba l'avió (20,06%). No obstant això, hi ha notables diferències segons el lloc de residència de l'enquetat. Els **residents a Espanya** fan ús principalment de l'**automòbil** per als seus desplaçaments (80,7%), emprant l'avió només en un 2,9% dels casos. No obstant això, els **residents en l'estranger** enqustats, es desplacen principalment en **automòbil** (49,6%) i amb **avió** (47,4%).

GRÀFIC 9: MITJÀ DE TRANSPORT EMPLEAT (EN %)



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

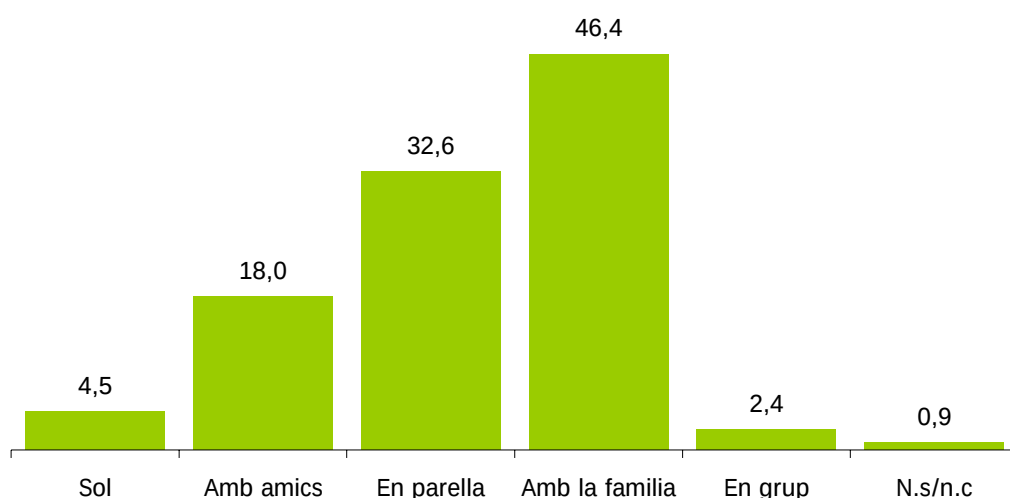


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

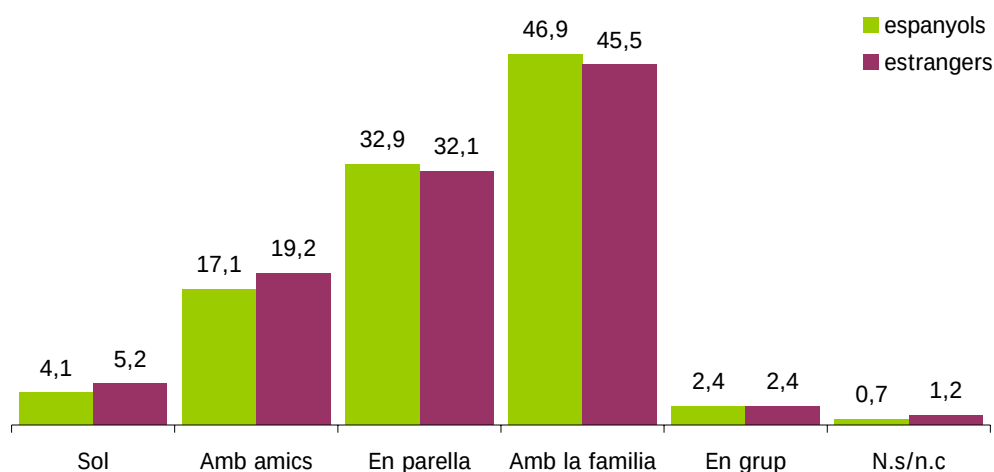
3.5. Composició del grup de viatge

La mostra ha indicat que realitza principalment el seu viatge amb la **família** (46,4%), a continuació en **parella** (32,6%) i en menor grau amb **amics** (18,0%)¹. 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



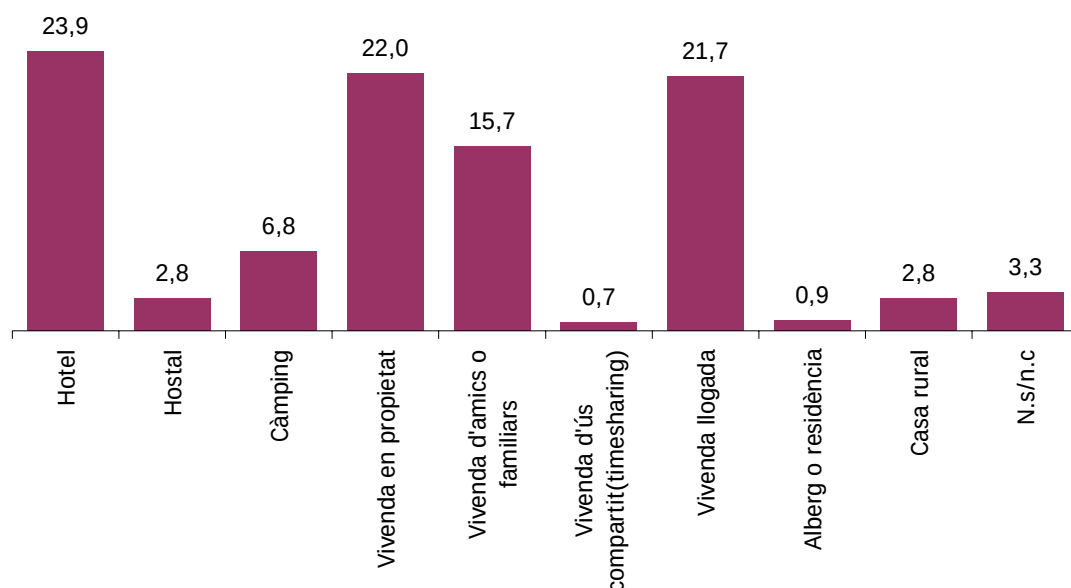
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

¹ La suma de tots els percentatges és superior a 100, pel fet que la qüestió referent a les persones amb què viatja l'enquestat és de resposta múltiple. És possible que, per exemple, algun dels enquestats viatge 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 (23,9%), la vivenda en propietat (22%) la vivenda llogada (21,7%), i la vivenda d'amics o familiars (15,7%)².

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

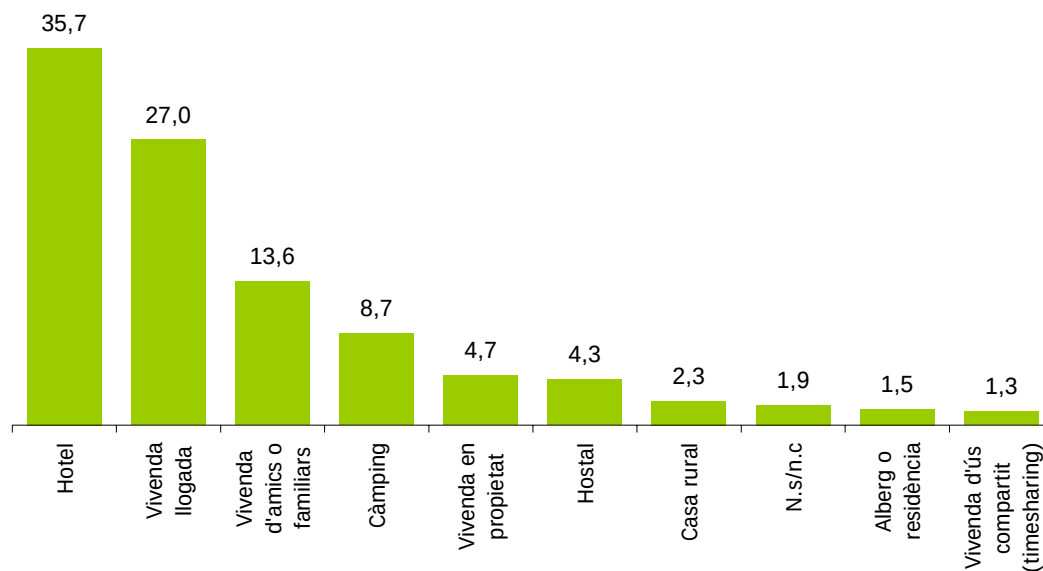


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

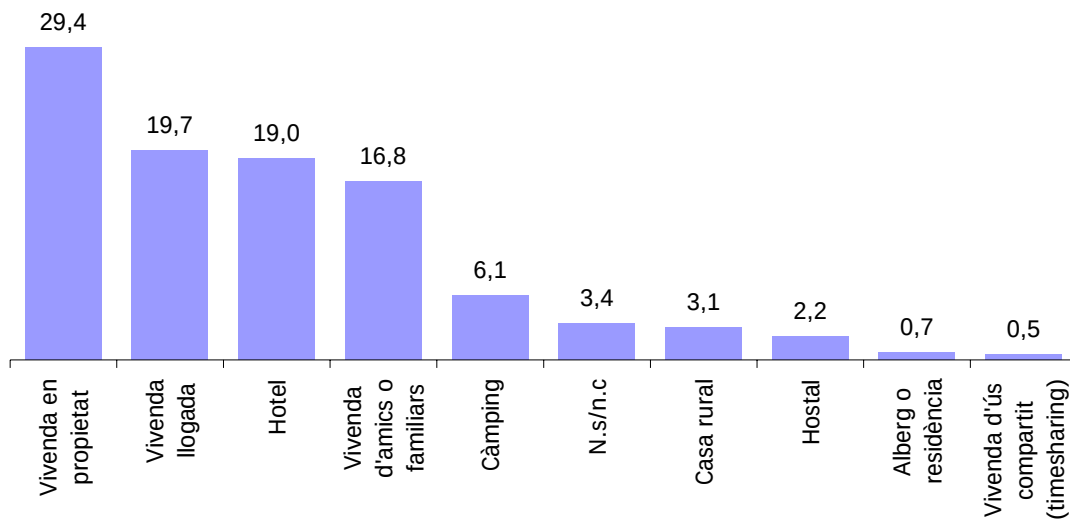
Del total d'enquestats (7.426), el 67,84% afirma que no és la seua primera estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana i estos s'allotgen majoritàriament en vivenda en propietat (29,4%), vivenda llogada (19,7%) i hotel (19%). L'orde de preferència en l'allotjament per part dels enquestats que van apuntar que era la seua primera estada de vacances/oci a la Comunitat Valenciana (29,56%) va ser hotel (35,7%), vivenda llogada (27%) i vivenda d'amics o familiars (13,6%). (Veure gràfics 11A i 11B)

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

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



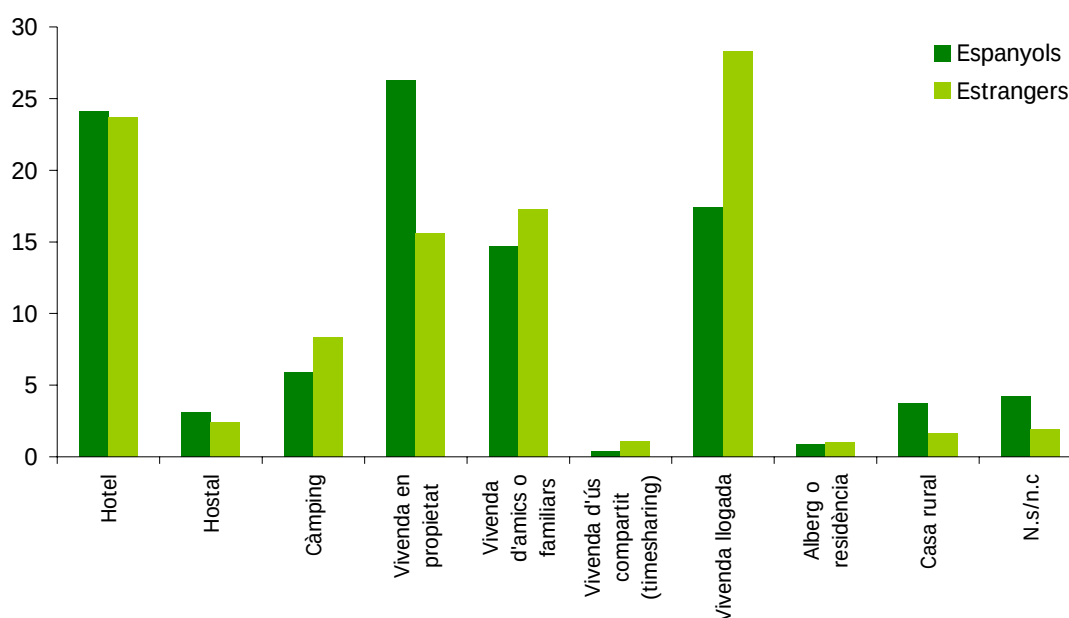
GRÀFIC 11B: TIPUS D'ALLOTJAMENT EMPLEAT PELS ENQUESTATS QUE JA HAN GAUDIT D'ESTADA DE VACACIONS/OCI A LA COMUNITAT VALENCIANA



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

Si desagreguem les dades **segons el país de residència**, s'observa que dins del grup de **residents a Espanya** destaquen els que s'allotgen en vivenda en propietat (26,3%), en hotel (24,1%), els que fan ús de vivenda de lloguer (17,4%) i vivendes d'amics o familiars (14,7%). Dins del grup de **residents en l'estranger** destaquen els que fan ús de vivenda llogada (28,3%), els que s'han allotjat en hotel (23,7%), els que s'allotgen en vivendes d'amics o familiars (17,3%) i els que s'allotgen en vivenda en propietat (15,6%). (Veure gràfic 12).

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

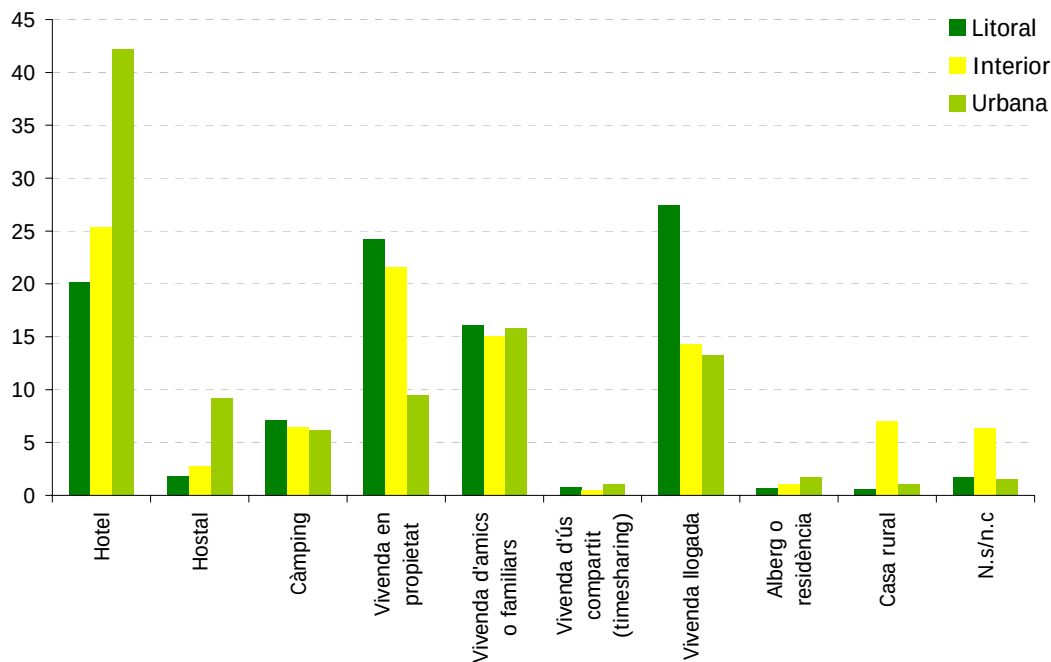


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Desagregant les **dades de residents a Espanya per comunitats autònomes** i en relació als grups de procedència més nombrosos, els resultats distingixen dos grups, el grup compost pels usuaris de **vivenda en propietat**, compost pels residents en la pròpia Comunitat Valenciana (34,1% del total d'enquestats que residixen en esta comunitat autònoma), Aragó (29,7%) i la Comunitat de Madrid (31,4%); i el grup d'usuaris d'allotjament **hoteler** procedent de Catalunya i País Basc (34,3% i 26,9% 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 EMPLEAT 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** (42,2%) i en vivendes d'amics o familiars (15,8%). Els enquestats en oficines ubicades en **àmbit litoral** han empleat principalment la vivenda en lloguer (27,5%) i la vivenda en propietat (24,2%). Els enquestats en **oficines d'interior** s'allotgen majorment en hotels (25,4%) i en vivenda en propietat (21,6%) i com és lògic, es va manifestar per part dels usuaris **enquestats en oficines d'interior un major ús de cases rurals** (7%) enfront de la resta de les zones (inferior a l'1,1%).

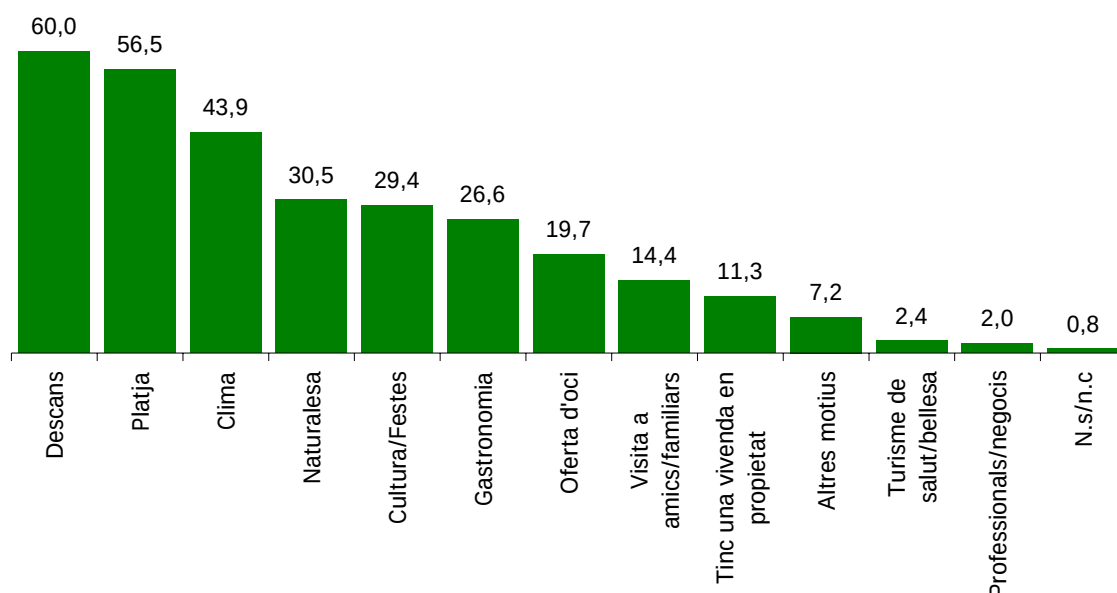
També és d'interés observar el tipus d'allotjament **empleat** pels **diferents grups de viatge**. Les persones que viatgen **en família** utilitzen principalment la vivenda en propietat (61,1%), els que viatgen **en parella** s'allotgen majoritàriament en hotel (47,8%) i els que viatgen **amb amics** empren vivenda d'amics o familiars (27,2%), els que viatgen **en grup** s'allotgen majoritàriament en albergs o residències (15,09%) i finalment els que viatgen **sols** s'allotgen principalment en hostals (16,2%).

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 incentivats 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 14: MOTIUS DE VISITA (EN %)

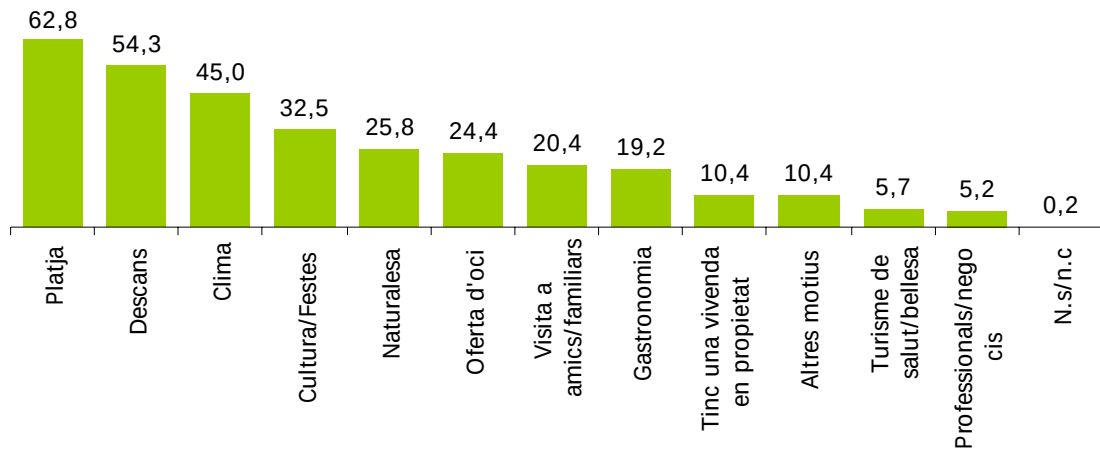


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

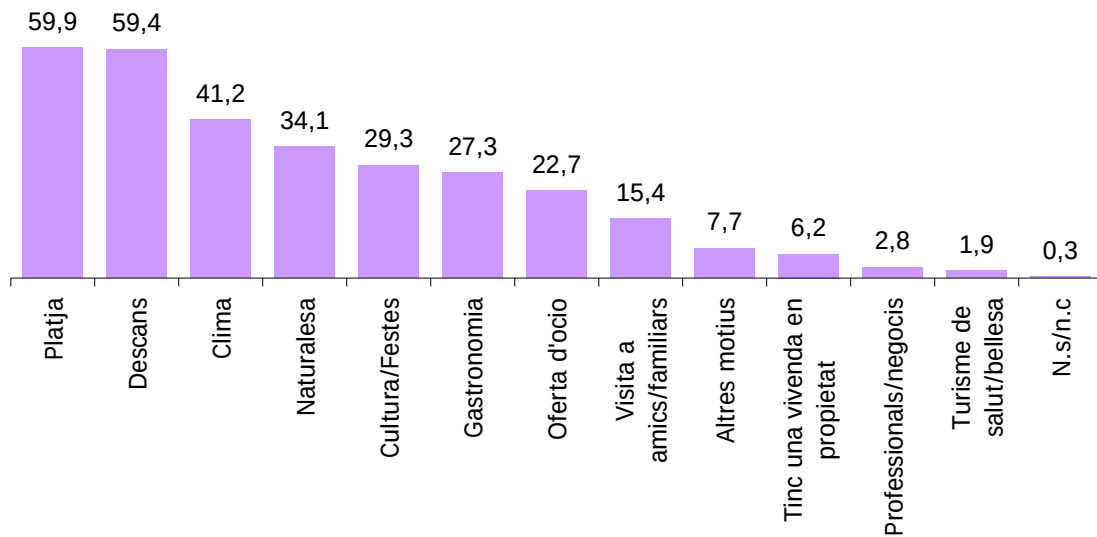
Per a tots els **segments d'edat** els motius de visita, encara que amb lleugera variació en la seua orde, són els mateixos: descans, platja, clima, naturalesa, cultura/festes i gastronomia, si bé per al grup d'edat més jove, la gastronomia queda en octau lloc de preferència. Destacar que són els grups de menors 25 anys i de 26 a 35 anys els que anteposen la Platja al Descans, i per als de major edat és el Descans la primera motivació, seguit de la Platja. El Clima és la motivació en tercer lloc per a tots els grups d'edat.

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

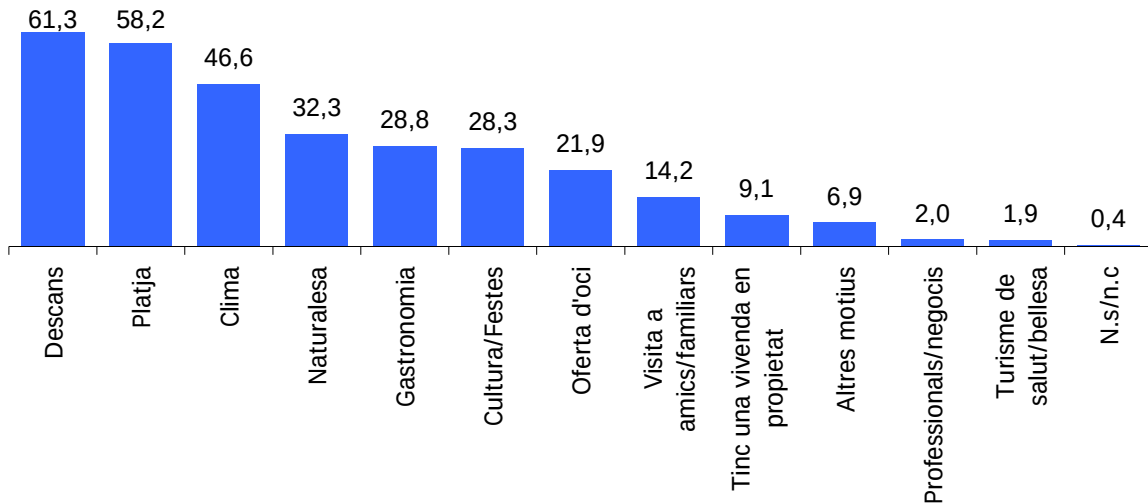
GRÀFIC 14A: GRUP FINS A 25 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



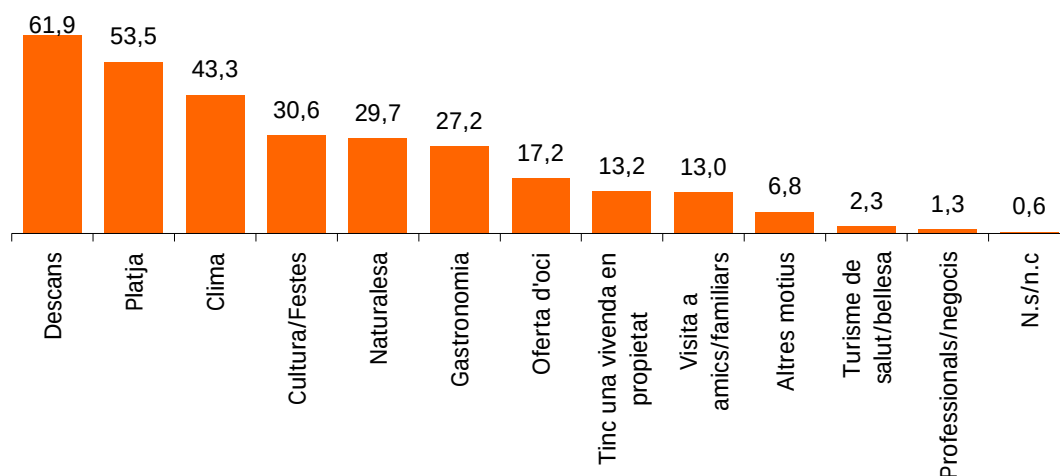
GRÀFIC 14B: GRUP 26-35 AÑOS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



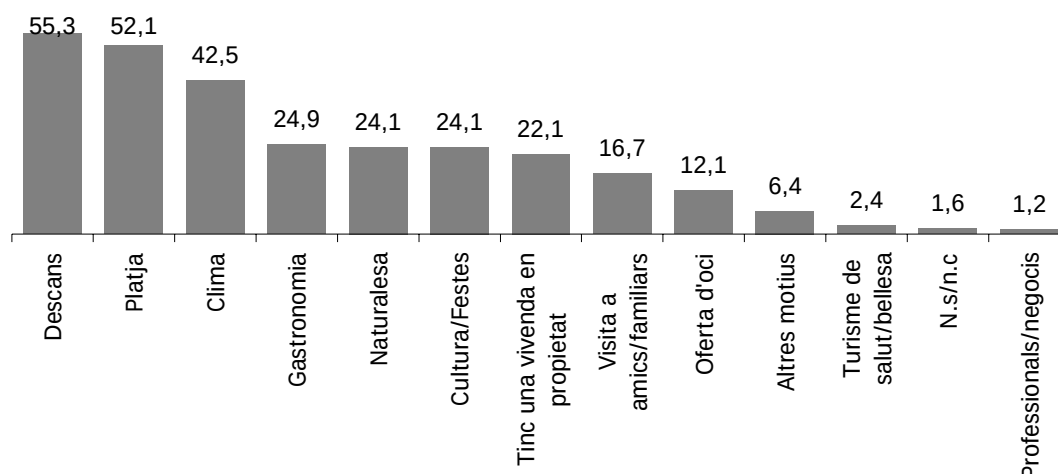
GRÀFIC 14C: GRUPO 36-45 ANYS, MOTIUS DE VISITA (EN %)



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



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



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

En relació a la Gastronomia com motivador de la visita, s'observa que, a major edat dels enquestats, major rellevància se li concedix: d'estar en octau lloc per orde d'importància entre els motius de visita al municipi on va ser enquestat per al grup de menor edat, passa al quart lloc, per al grup de majors de 65 anys.

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

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

- Platja
- Descans
- Clima
- Gastronomia
- Naturalesa

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

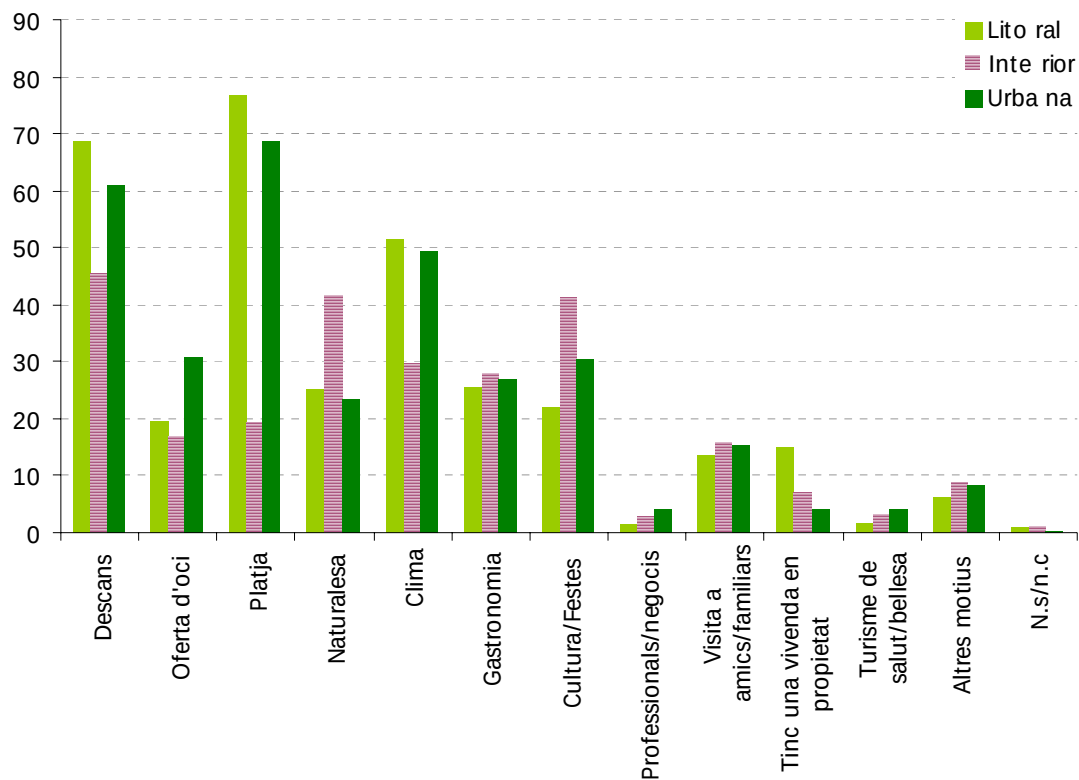
- Descans
- Naturalesa
- Cultura/Festes
- Clima
- Gastronomia

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

- Platja³
- Descans
- Clima
- Oferta d'Oci
- Cultura/Festes

³ Cal tindre present que la majoria d'oficines qualificades com "urbanes" tenen platges en el seu terme municipal. Ex.: València, Alacant.

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

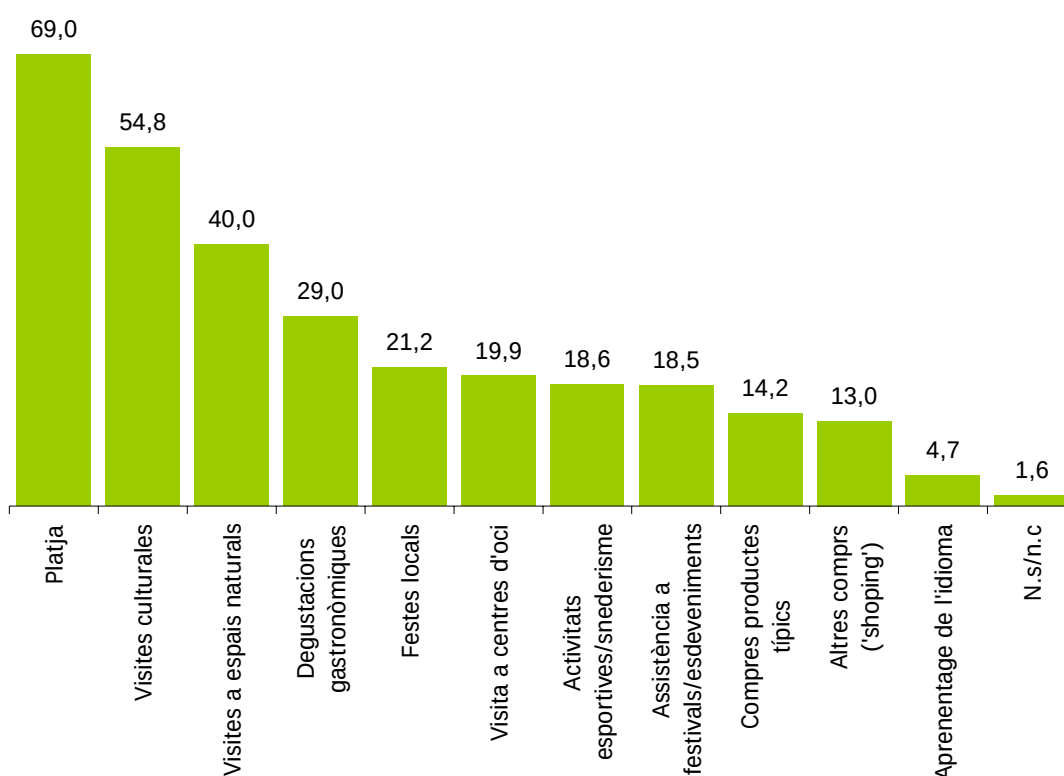


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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** (69%), **visites culturals** (54,8%), **visitar espais naturals** (40%), **degustacions gastronòmiques** (29%) i assistir a les seues **festes locals** (21,2%)

GRÀFIC 16: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES (EN %)

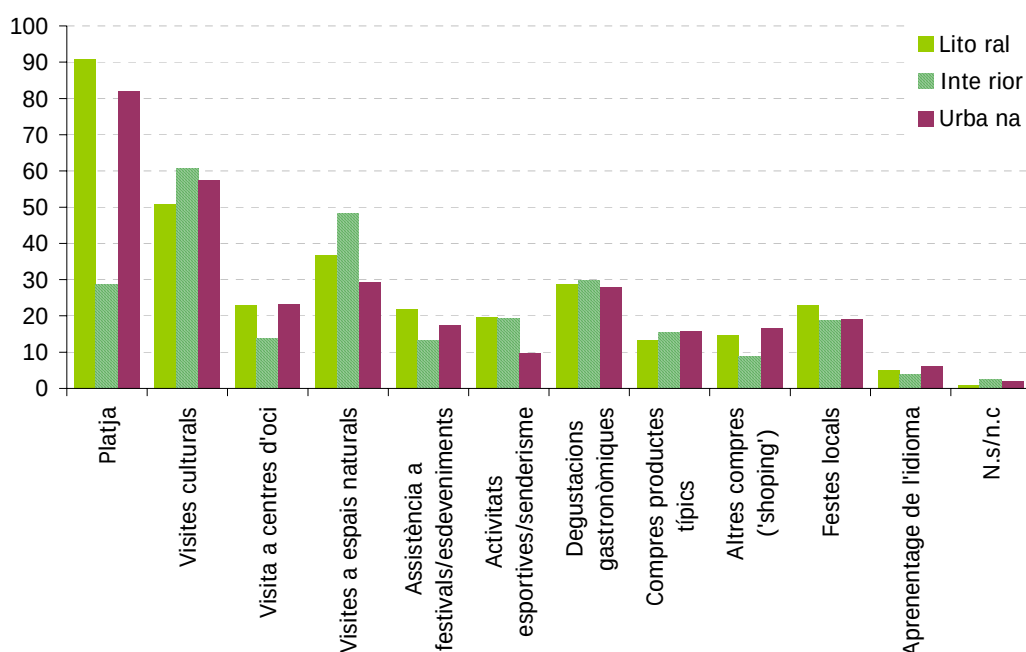


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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

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

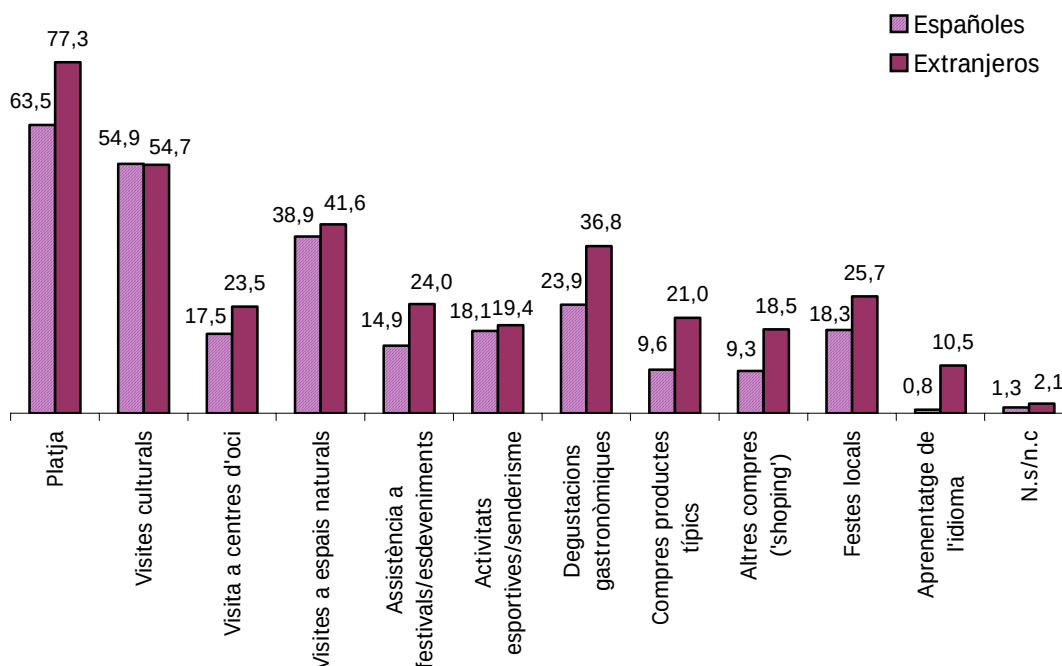
GRÀFIC 17: ACTIVITATS PREVISTES O REALITZADES SEGONS UBICACIÓ DE L'OFICINA ON ES VA REALITZAR L'ENQUESTA (EN %)



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 47,8% de la mostra va manifestar conèixer la dita programació. Este percentatge augmenta fins al 53,2% entre els que van indicar pernoctar en el municipi.

3.9. Ús de telèfons intel·ligents o tauletes tàctils

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

De la informació arreplegada en 2014, es desprén que el **70,3%** dels enquestats declara ser **usuari de telèfon intel·ligent o tauleta tàctil amb accés a Internet**, açò són 5.221 usuaris, dels 7.426 enquestats, xifra en absolut menyspreable tenint en compte a més que, segons els resultats de 2013, esta xifra va ser del 61,1%, és a dir 4.350 usuaris de les 7.121 enquestes, la qual cosa suposa que l'ús d'estos dispositius s'ha incrementat un 9,2% respecte a l'any passat.

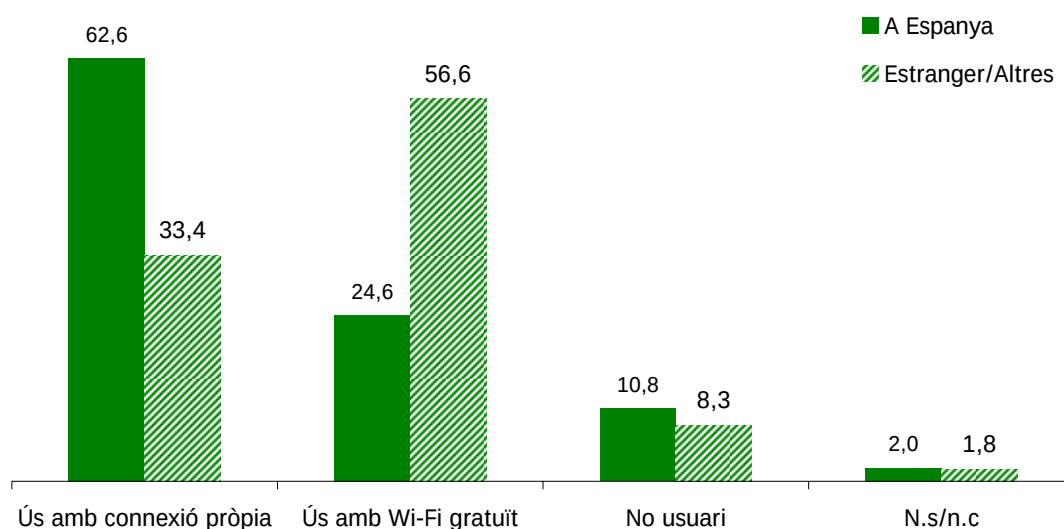
El 51,4% dels enquestats usuaris de telèfon intel·ligent o tauleta tàctil declara que ho va a utilitzar durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 36,9% farà ús de dites dispositives si en el lloc de destinació existix *Wi-Fi* gratuït.

Analitzant la informació segons grups d'edat, s'observa que el grup de menor edat és el que en major grau afirma ser usuari d'este tipus de dispositius (84,8%) i en menor grau el de majors de 65 anys (36,4%). Si s'observa el nivell d'estudis, s'aprecia que, a major nivell d'estudis l'ús és major; no hi ha diferència significativa entre l'ús que realitzen hòmens i dones; quant als residents i estrangers, s'observa que els residents a Espanya manifesten que realitzaran ús de la seua connexió pròpia a Internet en major grau que els estrangers (62,6% enfront d'un 33,4%) i l'ús de *Wi-Fi* gratuïta és opció triada en un 24,6% dels residents a Espanya enfront del 56,6% dels estrangers.

El major ús de *Wi-Fi* gratuït per part dels estrangers i en menor grau de la connexió pròpia a Internet, es revertirà, probablement, a partir de 2015, data en què està prevista l'eliminació del càrrec per itinerància⁴ dins de la Unió Europea, si no es produïx un ajornament en esta mesura.

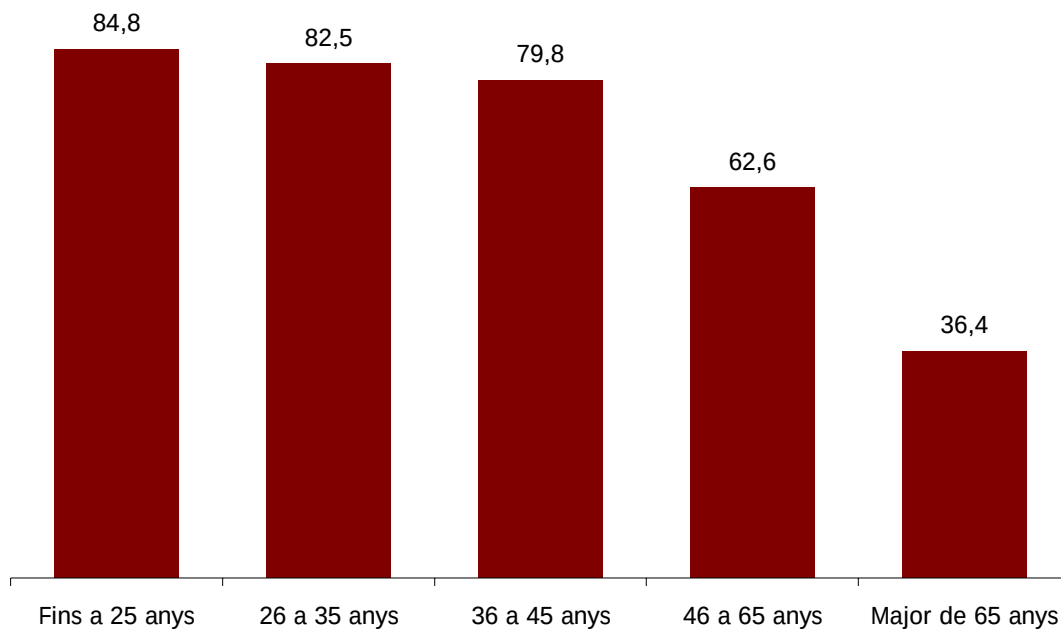
⁴ La itinerància és la capacitat d'enviar i rebre telefonades en xarxes mòbils fora de l'àrea de servici local de la pròpia companyia, és a dir, dins de la zona de servici d'una altra empresa del mateix país, o bé durant una estada en un altre país diferent, amb la xarxa d'una empresa estrangera.

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



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

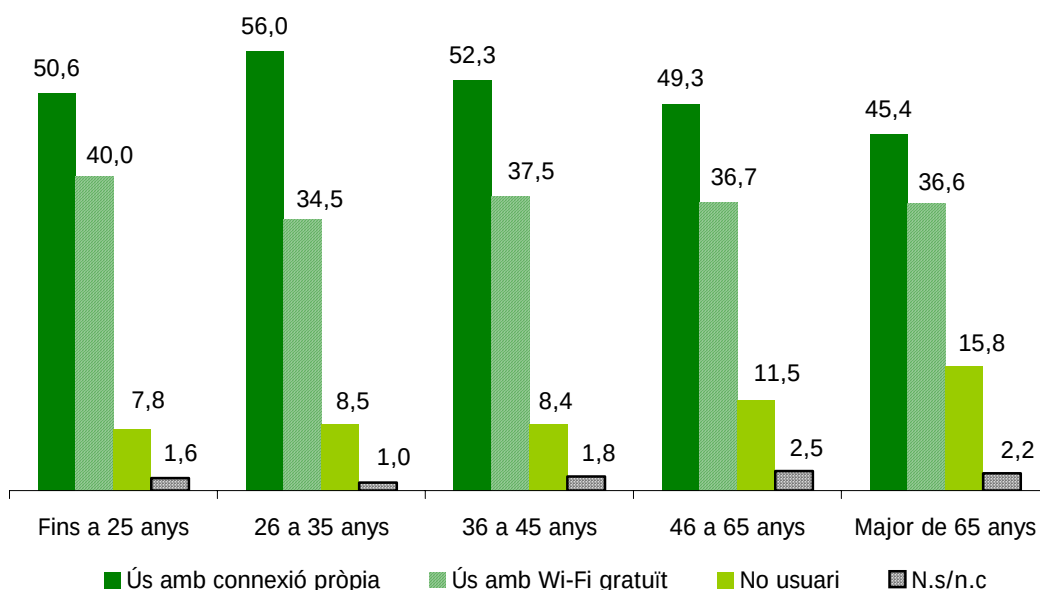
GRÀFIC 18B: USUARIS DE TELÈFONS INTEL·LIGENTS O TAULETES TÀCTILS (EN %)



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 56%):

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

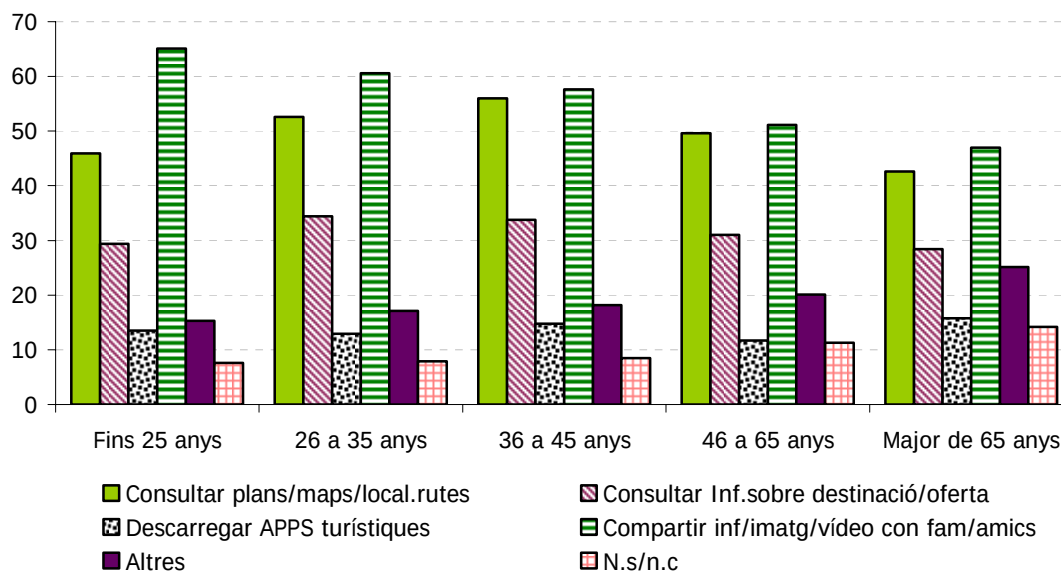


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Quant a l'ús que es va a donar a estos dispositius, és molt interessant constatar que **per a tots els grups d'edat**, els tres primers usos que donaran a estos dispositius tenen el mateix orde d'importància: en primer lloc **compartir informació, imatges i vídeos amb familiars i amics**, seguit de la **consulta de plans, mapes, localitzacions i rutes** i en tercer lloc **consultar informació sobre la destinació/oferta**.

És destacable que és el grup de majors de 65 anys, els que en major percentatge es descarreguen Apps turístiques (un 15,8% enfront del 12,9% del grup de 26 a 35 anys).

GRÀFIC 18D: UTILITAT DE DISPOSITIUS DURANT LA SEUA VISITA



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

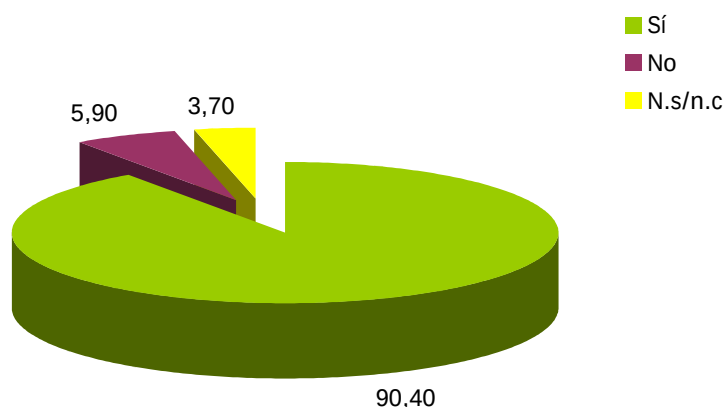
4. VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ VISITADA

4.1. Fidelitat a la destinació

El 29,6% dels enquestats van assenyalar que era la seua **primera visita a la Comunitat Valenciana**, mentre que un 67,8% del total va indicar haver estat **en més d'una ocasió**. Desagregant la mostra segons el lloc de residència, un 78,5% dels residents a Espanya han indicat que repetixen visita a la Comunitat Valenciana, mentre que del total d'estrangers enquestats un 51,6% hi ha assenyalat que ja ha estat en la Comunitat Valenciana en més d'una ocasió.

D'altra banda, un 90,4% del total d'enquestats va assenyalar la seua **intenció de tornar a visitar el municipi**.

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

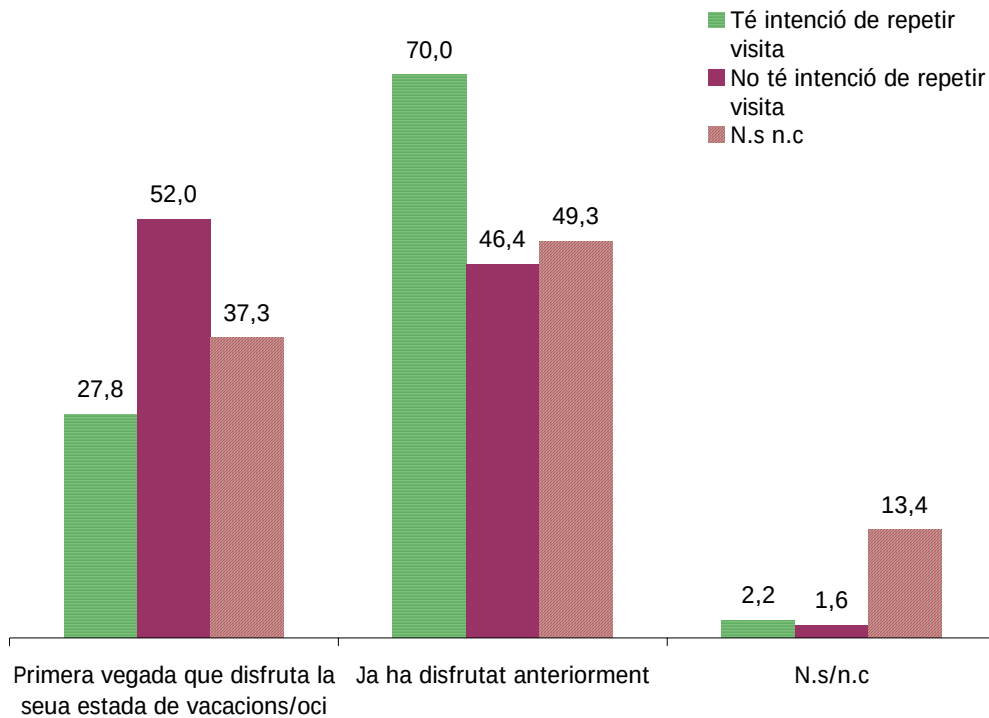


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Analitzant els resultats segons les diferents variables de classificació, destaca que els enquestats en oficines de litoral mostren un major grau de fidelitat (91,7% 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** (92,8% enfront del 86,9% de resposta dels residents en l'estranger).

Es constata un elevat índex de fidelitat per a les persones enquestades que ja coneixen la destinació (67,8%), d'estos, el 70% manifesta que repetirà visita i, no obstant això, per als que vénen per primera vegada (29,6% del total d'enquestats), el percentatge de què manifesten que no repetiran visita també és elevat (52%).

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



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

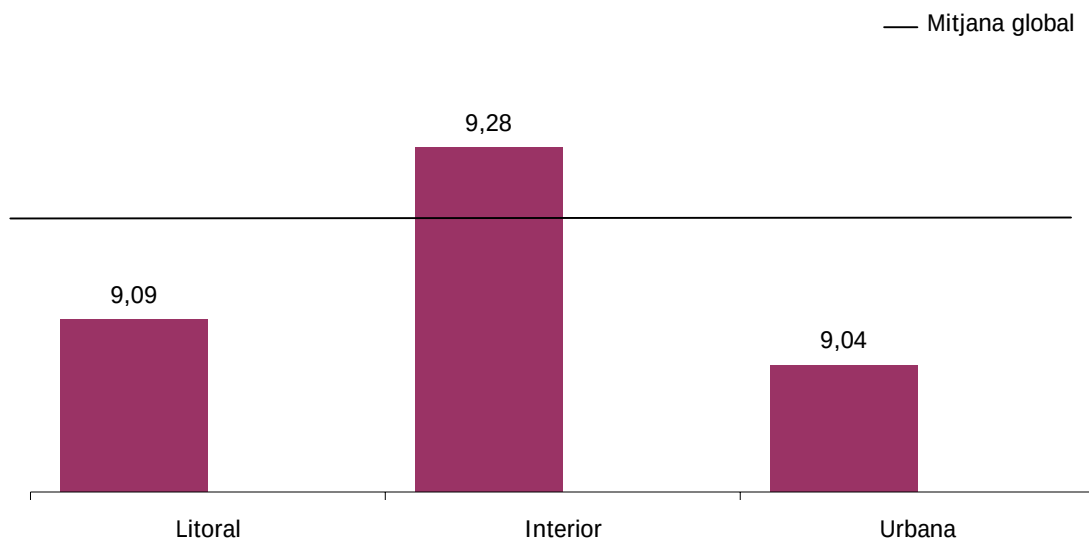
4.2 Satisfacció d'expectatives

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 **9,15 punts**. Desglossant este resultat segons la ubicació de l'oficina, els municipis d'interior han aconseguit la puntuació més alta (9,28 punts), no presentant diferències significatives respecte a les de litoral (9,09 punts) o urbanes (9,04 punts).

Del total d'enquestats que té intenció de tornar a visitar el municipi, el 92,2% afirma pernoctar en el nostre territori i del total de què ja han estat anteriorment, pernocten el 66,1%.

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 8,38 punts sobre 10, mentres que les persones que van indicar que tornaran a visitar la destinació, van concedir una puntuació mitjana de 9,20 punts.

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



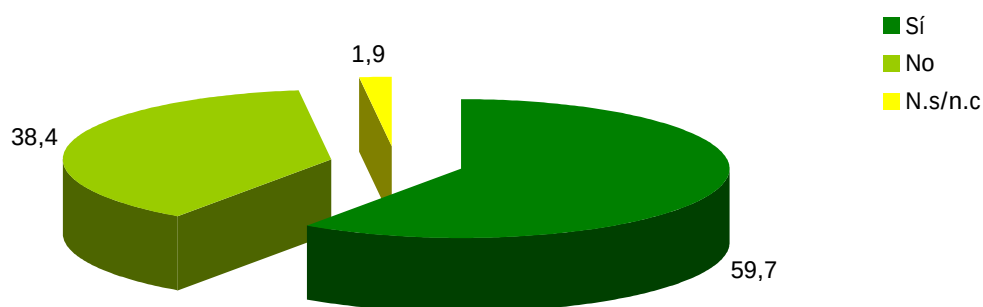
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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

Un dels aspectes fonamentals pels 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%)

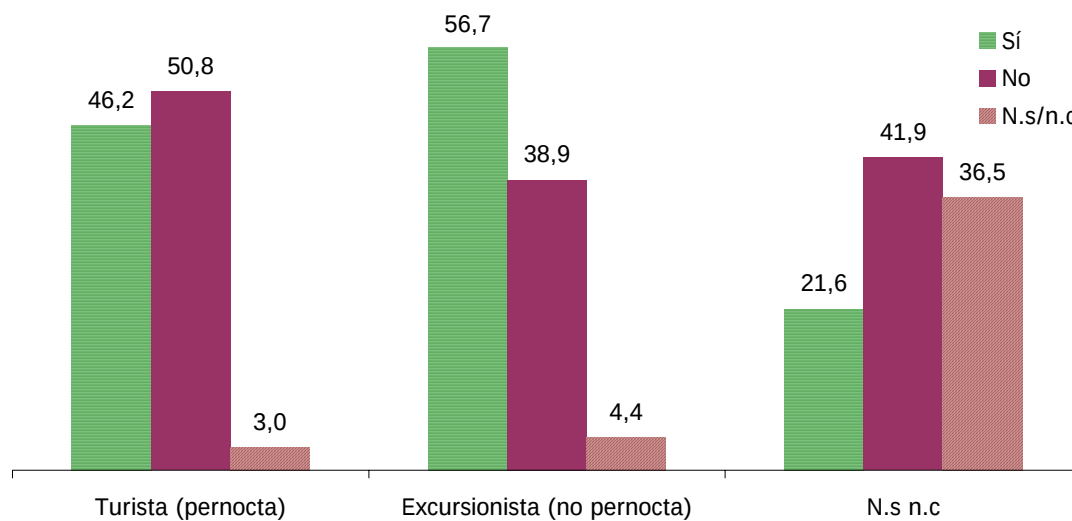


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

Tal com mostra el gràfic 20, un 59,7% va afirmar conèixer la xarxa d'oficines. El percentatge augmenta fins al 67,2% en el cas d'enquestats en oficines d'interior. Si es distingeix entre lloc de residència, la diferència és notable, ja que un 66,8% dels residents a Espanya van declarar conèixer la xarxa, pel 49% d'estrangers.

A més, quasi la mitat dels enquestats (el 48,6%), va declarar haver acudit a més d'una oficina Tourist Info durant la seua estada en la Comunitat Valenciana i, del total de persones que han visitat unes quantes oficines, més de la mitat (el 56,7%) són excursionistes, és a dir no pernocten en el municipi, tal com es mostra en el següent gràfic:

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



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

Valoració de la qualitat de les oficines Tourist Info

En la Taula 3 s'exposen les valoracions atorgades als aspectes proposats en l'enquesta; un any més es pot apreciar que la **puntuació mitjana és molt elevada**, tenint en compte que 0 és el valor més baix i 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 Urbano
Temps d'espera	9,45	9,43	9,47	9,46
Presència/imatge personal	9,56	9,57	9,53	9,61
To veu empleat/amabilitat	9,61	9,62	9,57	9,66
Atenció rebuda	9,58	9,58	9,55	9,64
Imatge de l'oficina	9,30	9,26	9,39	9,26
Ambient de l'oficina	9,31	9,30	9,35	9,21
Localització/accesibilitat oficina	9,10	9,14	9,06	8,96
Imatge i estètica material informatiu	9,25	9,22	9,30	9,23
Oferta informació en idiomes	9,27	9,26	9,27	9,31
Horari atenció públic	9,22	9,24	9,20	9,15
Fiabilitat/claretat informació rebuda	9,51	9,52	9,49	9,56
Mitjana global	9,38	9,38	9,38	9,37

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 2001-2014

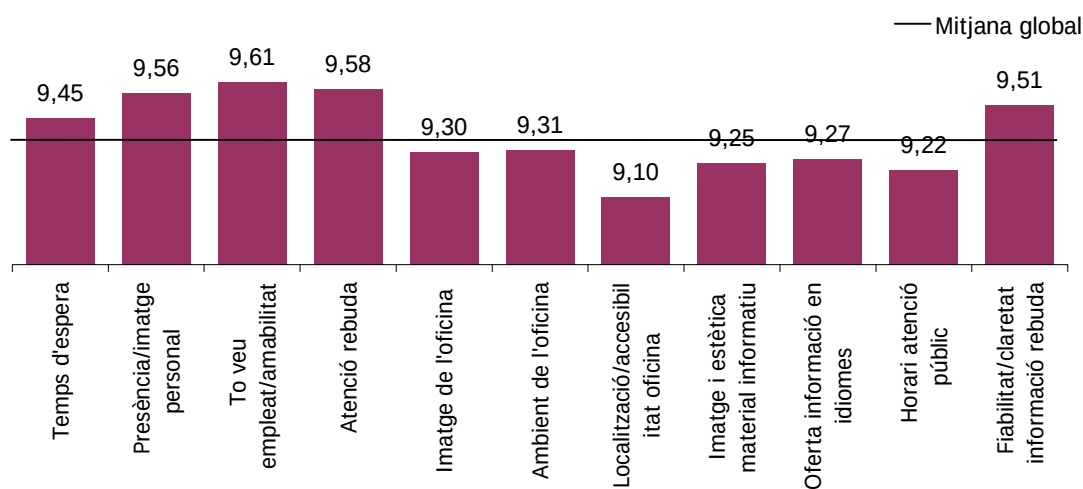
ANY	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mitjana global	9,2	9,1	9,3	9,3	9,1	9,1	9,2	9,2	9,2	9,2	9,3	9,4	9,4	9,4

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

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

Sent la **puntuació mitjana de 9,38 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



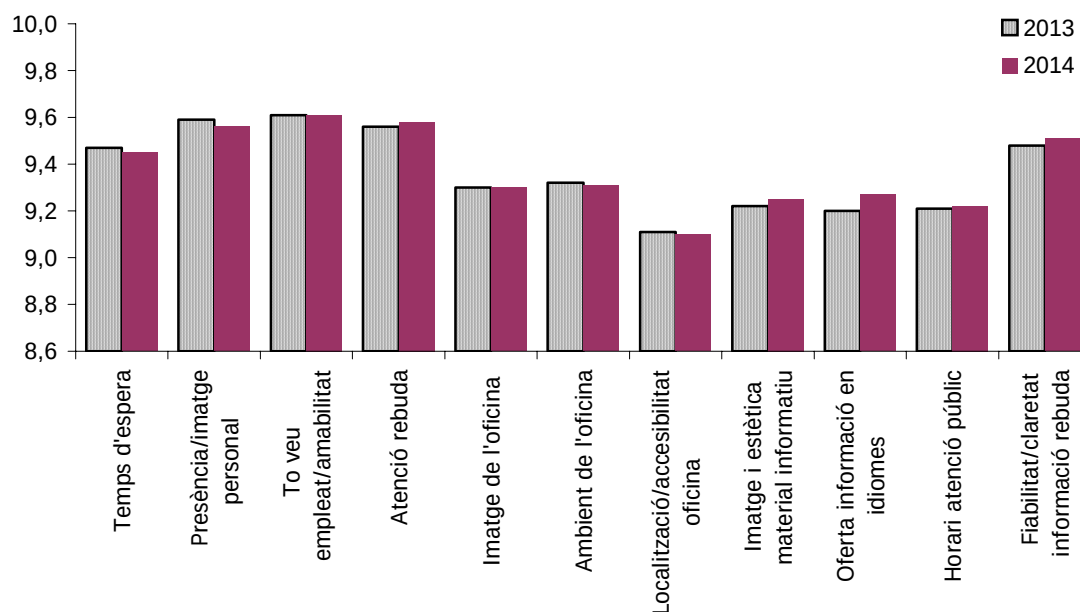
Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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

• **Els relacionats amb les instal·lacions i ferramentes de treball:** Imatge i ambient de l'oficina, localització/accessibilitat, 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 s'observa en el gràfic 22, en 2014, cinc dels ítems valorats han experimentat un lleuger increment respecte a l'any anterior: atenció rebuda, imatge i estètica del material informatiu, oferta informació en idiomes, horari d'atenció al públic i fiabilitat/claredat informació rebuda:

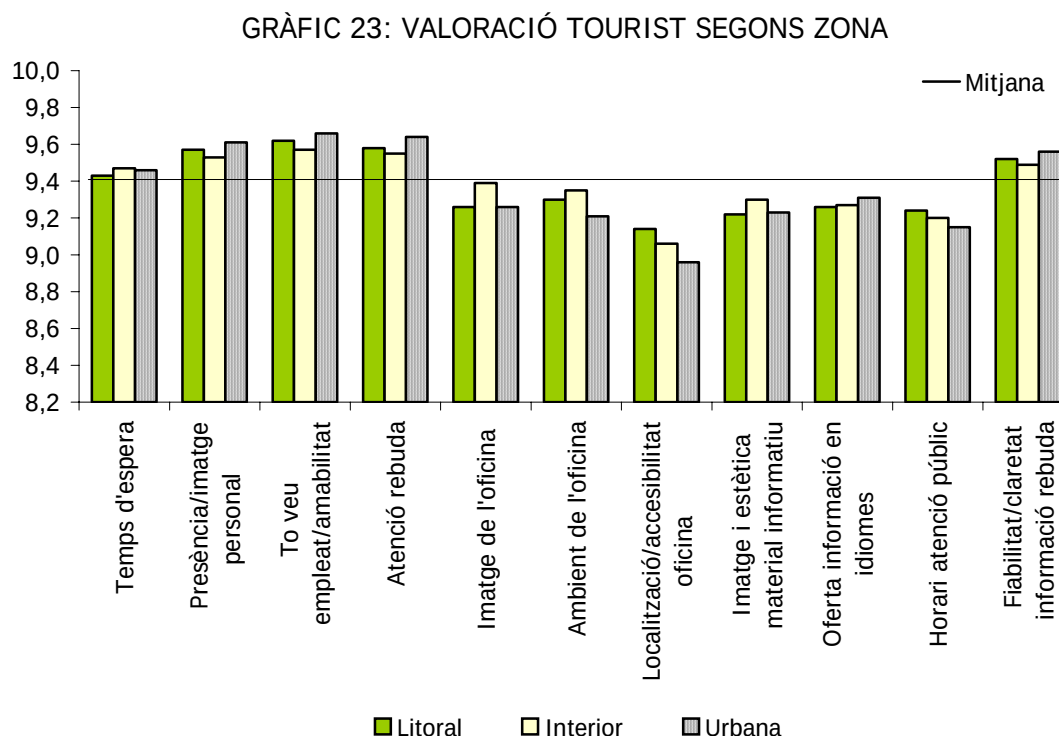
GRÀFIC 22: VALORACIÓ QUALITAT TOURIST INFO. EVOLUCIÓ 2013-2014



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

Any	Qüestionaris processats
2013	7.121
2014	7.426

En el gràfic 23 se aprecia la valoració aportada per los encuestados según la ubicación de la oficina.



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

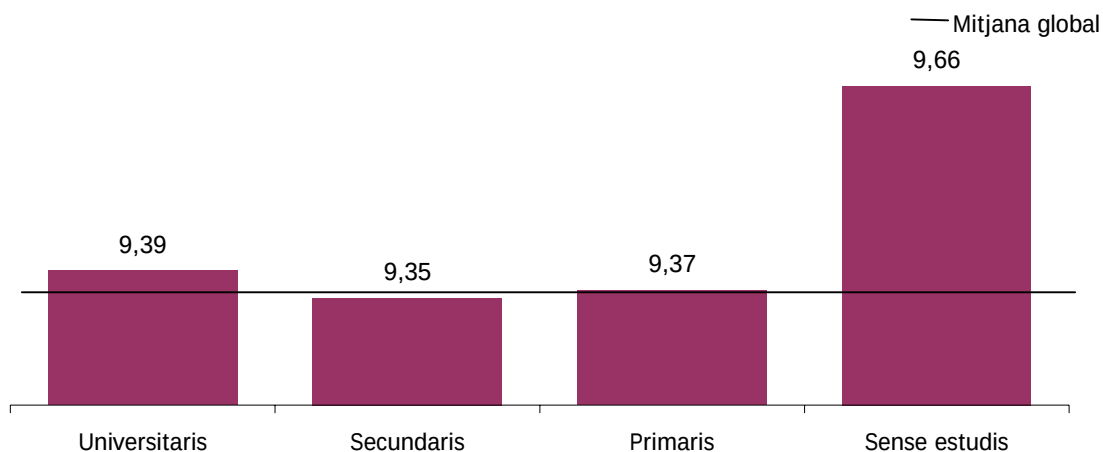
La visió general del gràfic mostra resultats prou homogenis entre els tres grups d'oficines, si bé, la presència/imatge de personal i el to de veu empleat/amabilitat i atenció rebuda, són els ítems que major puntuació han obtingut en totes les oficines. La mitjana global és 9,4 per a totes elles.

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

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

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

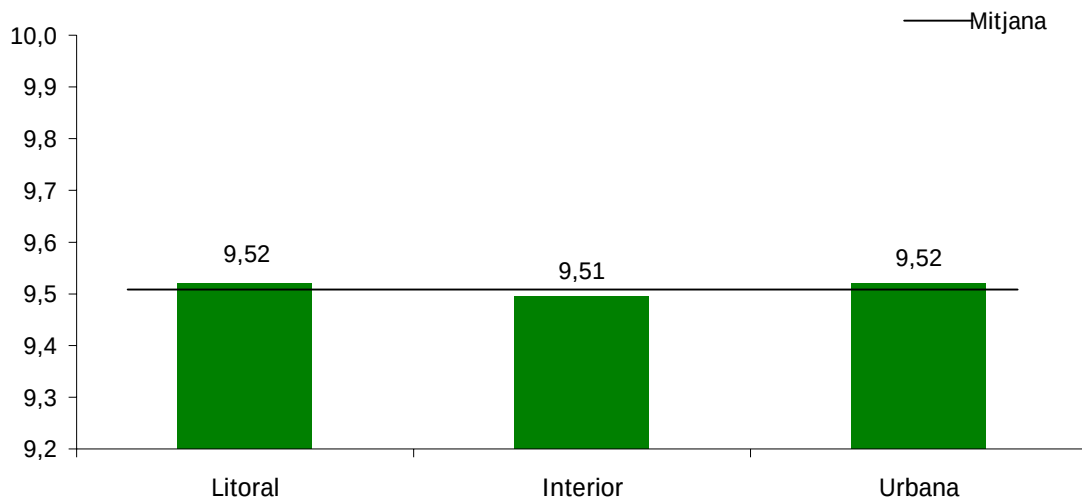


Font: Elaboració pròpia a partir de l'explotació de qüestionaris

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

Es va considerar igualment d'interés conèixer en quin grau **l'oficina visitada va complir favorablement les expectatives que l'usuari s'ha creat**. Les respostes obtingudes reflectixen 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 **9,51 punts**. No hi ha diferències rellevants entre les oficines de litoral, urbanes o d'interior, compartint 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** (85,1%), 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: Altra informació que li haguera agradat rebre al visitant

TIPUS D'INFORMACIÓ	%
Plans,mapes	3,5
Oferta gastronòmica del municipi	2,3
Activitats ocio-recreatives	1,9
Allotjament	0,8
Informació sobre rutes	3,5
Oferta cultural,històrica del municipi	2,0
Infraestructures/serv.públics municipi	1,7
Recursos naturals	1,6
Altres	4,8
N.s/n.c	85,1

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

6. CONCLUSIONS

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

- El 60,30% són residents a Espanya i el 39,70% en l'estranger.
- Entre els enquestats que residixen a Espanya destaquen el 29,36% de residents en la **Comunitat Valenciana**, el 25,56% dels procedents de la **Comunitat de Madrid** i en tercer lloc **Catalunya** amb 9,12%. Entre el grup d'estrangers enquestats, el 36% procedix de **França**, el 18,47% del **Regne Unit** i el 8,23% d'Alemanya.
- El 54,01% de la mostra posseïx **estudis universitaris**, el 32,32% estudis secundaris i el 7,65% estudis primaris.

CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

- Els principals **canals d'informació** emprats per a informar-se sobre la destinació visitada van ser amics i familiars en primer lloc (47,7%) i en segon lloc Internet (37,6%).
- **Internet és una ferramenta utilitzada de manera creixent**, un 44,7% dels enquestats va demanar informació sobre la destinació a través d'este mitjà, aconseguint fins a un 45,2% els estrangers.
- Del total de persones enquestades que **han visitat la pàgina web del municipi**, el 46,8% pernocta en el municipi.
- El 48,4% ha realitzat algun tipus de **reserva** prèvia enfront del 46,1% que no la va realitzar i del total de què va realitzar reserva, el 51,3% pernocta en la Comunitat.
- Els grups de **viatgers que van realitzar reserva**, viatgen majoritàriament **en família**, un 41,4% de la mostra, el 37,3% **amb la seua parella** i el 18,2% **amb amics**.

- Els viatgers **disfruten de la seua estada** en la Comunitat Valenciana majoritàriament **amb la família** (el 46,4% dels enquestats), seguits per la parella (32,6%) i en menor grau amb amics (18%).
- El **mitjà de transport** més utilitzat va ser l'automòbil (68,3% de la mostra), és el més utilitzat tant pels residents a Espanya (80,7%) com pels residents en l'estranger (49,6%).
- La tipologia principal d'allotjament de la mostra va ser: hotel (23,9%), vivenda en propietat (22%), vivenda llogada (21,7%) i vivenda d'amics o familiars (15,7%).
- Les sis principals **motivacions** de viatge a la Comunitat Valenciana per part dels enquestats en les oficines *Tourist Info* són descans (60%), platja (56,5%), el clima (43,9%), naturalesa (30,5%), cultura/festes (29,4%) i la gastronomia (26,6%).
- Les sis principals **activitats** dels enquestats són anar a la platja (69%), visites culturals (54,8%), visites a espais naturals (40%), degustacions gastronòmiques (29%), festes locals (21,2%) i visita a centres d'oci (19,9%).
- El 70,3% dels enquestats és usuari de dispositius tipus telèfon intel·ligent o tauleta tàctil i d'ells el 51,4% manifesta que ho utilitza durant la seua visita amb connexió pròpia a Internet i el 36,9% 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 **9,15** punts sobre 10.
- **Elevat índex de fidelitat a la destinació:** el 67,8% del total d'enquestats declara que ja ha disfrutat anteriorment d'una estada de vacances/oci en la Comunitat Valenciana i d'estos, el 66,1% afirma pernoctar en la Comunitat.

- El **90,4%** del total d'enquestats indica que pensa **tornar a visitar el municipi**, aconseguint fins a un 91,7%. Els enquestats en oficines ubicades en el litoral, que afirmen tindre intenció de tornar.

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DE LA XARXA TOURIST INFO

- Un 59,7% de la mostra va declarar conèixer la Xarxa *Tourist Info*.
- Un 48,6% dels enquestats va manifestar haver visitat més d'una oficina de la Xarxa, aconseguint un 57,3% 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 9,38 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.
- Per a les **tres tipologies d'oficines** els ítems millor valorats han sigut el **to de veu empleat/amabilitat**, l'atenció **rebuda** i la **presència i imatge del personal**.
- El grau de **satisfacció d'expectatives** de l'oficina visitada ha sigut de **9,51 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

7.426 qüestionaris vàlids, pertanyent 4.007 qüestionaris a 54 oficines del grup "litoral", 2.755 qüestionaris a 46 oficines de "interior" i 664 a 8 oficines d'àmbit "urbà".

PERÍODE D'ENQUESTAT

Des del dia 1 de juliol fins al 15 de setembre del 2014.

TÈCNICA UTILITZADA

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

TIPUS DE MOSTRATGE

Aleatori entre els usuaris de 108 oficines de la Xarxa *Tourist Info* de la Comunitat Valenciana.

ERROR MOSTRAL

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

ANNEX II.- RELACIÓ D'OFICINES *TOURIST INFO* PARTICIPANTS

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

Taula 4.- Relació d'oficines Tourist Info

Interior: total 46 oficines

TOURIST INFO ALCOI	TOURIST INFO ONDA
TOURIST INFO ALMORADÍ	TOURIST INFO ONDA - CASTELL
TOURIST INFO BANYERES DE MARIOLA	TOURIST INFO SEGORBE
TOURIST INFO CALLOSA D'EN SARRIÀ	TOURIST INFO VILA-REAL
TOURIST INFO CASTALLA	TOURIST INFO ADEMUZ
TOURIST INFO CASTELL DE GUADALEST	TOURIST INFO AIELO DE MALFERIT
TOURIST INFO COCENTAINA	TOURIST INFO ALTO TURIA
TOURIST INFO DOLORES	TOURIST INFO ALZIRA
TOURIST INFO ELDA	TOURIST INFO AYORA
TOURIST INFO GATA	TOURIST INFO BOCAIRENT
TOURIST INFO IBI	TOURIST INFO BUÑOL
TOURIST INFO MONFORTE DEL CID	TOURIST INFO CAMP DE TÚRIA
TOURIST INFO NOVELDA	TOURIST INFO CHESTE
TOURIST INFO ORIHUELA - CENTRO	TOURIST INFO COFRENTES
TOURIST INFO PEGO I LES VALLS	TOURIST INFO LLÍRIA
TOURIST INFO POBLE NOU DE BENITATXELL	TOURIST INFO ONTINYENT
TOURIST INFO SAN FULGENCIO	TOURIST INFO REQUENA
TOURIST INFO VALL DE POP	TOURIST INFO RIBA-ROJA DEL TÚRIA
TOURIST INFO VILA DE BIAR	TOURIST INFO SAGUNTO
TOURIST INFO VILLENA	TOURIST INFO SERRA
TOURIST INFO XIXONA	TOURIST INFO SIMAT DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO CINCTORRES	TOURIST INFO XÀTIVA
TOURIST INFO LA VALL D'UIXÓ	
TOURIST INFO MORELLA	

Litoral: total 54 oficines

TOURIST INFO ALACANT – SANT JOAN	TOURIST INFO GUARDAMAR
TOURIST INFO ALTEA	TOURIST INFO LA MARINA D'ELX
TOURIST INFO BENIDORM – CENTRE	TOURIST INFO LA VILA JOIOSA
TOURIST INFO BENIDORM – RACÓ LOIX	TOURIST INFO ORIHUELA - PLATJA
TOURIST INFO BENISSA	TOURIST INFO PILAR DE LA HORADADA
TOURIST INFO BENISSA – PLATJA	TOURIST INFO SANTA POLA
TOURIST INFO CALP PENYAL	TOURIST INFO SANTA POLA - CENTRE
TOURIST INFO DÉNIA	TOURIST INFO TEULADA
TOURIST INFO EL CAMPELLO	TOURIST INFO TORREVIEJA
TOURIST INFO ELX – ELS ARENALS DEL SOL	TOURIST INFO TORREVIEJA - LA MATA
TOURIST INFO FINESTRAT	TOURIST INFO XÀBIA - ARENAL

TOURIST INFO XÀBIA - CENTRE	TOURIST INFO CULLERA
TOURIST INFO XÀBIA - PORT	TOURIST INFO CULLERA - PLATJA
TOURIST INFO ALCOSSEBRE	TOURIST INFO DAIMÚS
TOURIST INFO BENICARLÓ	TOURIST INFO EL PUIG
TOURIST INFO BENICARLÓ - MORRONGO	TOURIST INFO GANDIA
TOURIST INFO BENICÀSSIM	TOURIST INFO GANDIA – PLATJA (FAR 1)
TOURIST INFO BENICÀSSIM - HELIÓPOLIS	TOURIST INFO GANDIA – PLATJA (FAR 2)
TOURIST INFO BENICÀSSIM - TORRE SANT VICENT	TOURIST INFO MIRAMAR
TOURIST INFO BURRIANA - L'ARENAL	TOURIST INFO OLIVA
TOURIST INFO GRAO DE CASTELLÓ	TOURIST INFO OLIVA-PLATJA
TOURIST INFO OROPESA DEL MAR	TOURIST INFO PILES
TOURIST INFO OROPESA DEL MAR - AMPLARIES	TOURIST INFO SAGUNTO - PLATJA
TOURIST INFO PENÍSCOLA	TOURIST INFO SUECA
TOURIST INFO PENÍSCOLA - PEÑISMAR	TOURIST INFO TAVERNES DE LA VALLDIGNA
TOURIST INFO PENÍSCOLA - PORT	
TOURIST INFO TORREBLANCA	
TOURIST INFO TORREBLANCA -TORRENOSTRA	
TOURIST INFO VINARÒS	

Urbanas: total 8 oficines:

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

ANNEX III.- QÜESTIONARI TOURIST INFO 2014



Enquesta Tourist Info 2014

OFICINA Data:

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

☐ Sí ☐ No

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

☐ Sí ☐ No

[3] - On us allotjen?

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

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

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

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

☐ Sí ☐ No

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

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

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

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

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

☐ Sí ☐ No

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

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

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

☐ Sí ☐ No

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

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

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

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

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

☐ Sí ☐ No

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

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

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

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

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

☐ Sí ☐ No

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

☐ Sí ☐ No

continua
al dors

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

☐ Sí ☐ No

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

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

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

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

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

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

Lloc de residència habitual: ☐ França ☐ Holanda ☐ Irlanda ☐ Bèlgica ☐ Alemanya ☐ Regne Unit ☐ Itàlia ☐ Altres països (indicar país):				Sexe: ☐ Home ☐ Dona	
Espanya: ☐ Andalusia ☐ Catalunya ☐ Com. de Madrid ☐ Com. Valenciana ☐ Galícia ☐ Castella i León ☐ País Basc ☐ Canàries ☐ Castilla-La Mancha ☐ Regió de Murcia ☐ Aragó ☐ Extremadura ☐ Asturies ☐ Balears ☐ Navarra ☐ Cantàbria ☐ La Rioja ☐ Ceuta ☐ Melilla					
Nivell d'estudis aconseguït: ☐ Estudis Universitaris ☐ Estudis Secundaris ☐ Estudis Primaris ☐ Sense estudis				Any de naixement (Anot, per favor, els quatre dígit):	

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

