

**INFORME SOBRE LA
ENCUESTA *TOURIST INFO*
Benissa
(VERANO 2006)**

1. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA

Un año más, la *Agència Valenciana del Turisme* apuesta por la mejora de la calidad del producto turístico valenciano y la búsqueda de la satisfacción del visitante de la Comunitat Valenciana, siendo una de las estrategias el empleo de herramientas metodológicas de trabajo que aporten información de primera mano sobre cuestiones específicas que ayuden a lograr estos objetivos. En esta dirección está planteada la Encuesta *Tourist Info*, que consiste en el aprovechamiento de la posibilidad que brinda la consolidada red de oficinas *Tourist Info* como servicio post-venta al visitante para, a través de sus opiniones, obtener información que permita evaluar aspectos de interés, no solo de la demanda y de la oferta turística de la Comunitat Valenciana, sino también de las propias oficinas de la red y aplicar los resultados en programas de mejora de calidad.

El proceso de la Encuesta *Tourist Info* correspondiente al verano de 2.006 se ha realizado durante los meses de julio, agosto y la primera quincena de septiembre, periodo de máxima afluencia de flujos de visitantes a los municipios turísticos de la Comunitat Valenciana.

En cuanto a los resultados que se exponen en el presente informe, debe tenerse en cuenta que al haber sido obtenidos a partir de la **información facilitada exclusivamente por usuarios de oficinas de la Red Tourist Info**, no se pueden considerar a nivel estadístico de representatividad suficiente como para extrapolarlos, tanto al conjunto de la demanda de la Comunitat Valenciana, en el caso de la información relativa a los encuestados, como al conjunto de municipios de la Comunitat Valenciana, en el caso de la información relativa a la evaluación de éstos. Sin embargo esta encuesta sí resulta significativa para el universo de personas que visitan las oficinas de la red *Tourist Info* y además la información resulta muy útil empleada junto con otras herramientas, ya que puede ser de gran ayuda en la implantación de sistemas de evaluación de la calidad y mejora de la oferta turística.

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

OBJETIVOS DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO

- Conocer el perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- Averiguar el grado de satisfacción del usuario de la red acerca de su visita a la Comunitat Valenciana.
- Evaluar el nivel de calidad de las oficinas que componen la red ***Tourist Info***.

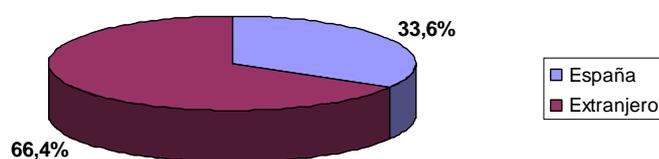
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron las oficinas Tourist Info en Santa Pola dentro del período de encuestado. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de las oficinas, se ha establecido una **metodología tendente a la aleatoriedad**. El sistema consiste en pasar el cuestionario los días impares del calendario al primer turista que visite la oficina a las 11:00 h. y los días pares a las 18:00 h.

De todas formas, debe tenerse muy presente que el muestreo no sigue un proceso riguroso de *random* ni es un muestreo aleatorio simple estratificado (por cuotas).

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

De los 113 cuestionarios cumplimentados en *Tourist Info* Benissa y Benissa-Playa, el 33,6% de los mismos fue realizado por personas residentes en territorio español y el 66,4% por residentes en el extranjero.

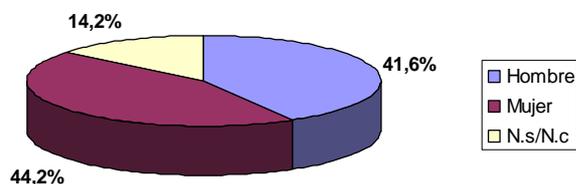
GRAFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Las cuotas de la muestra respecto al género de los encuestados revelan que el porcentaje de mujeres es ligeramente mayor que el de hombres (44,2% y 41,6% respectivamente).

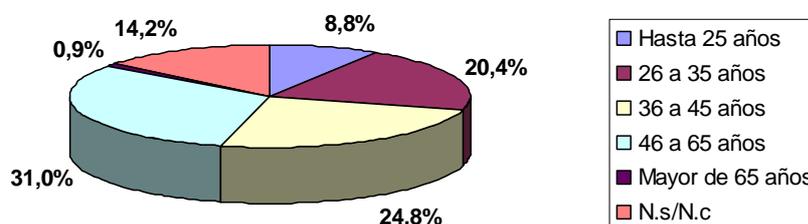
GRAFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

El grupo de edad de mayor importancia ha sido el de personas de 46 a 65 años, con un 31% de respuestas, seguido de las personas entre 36 y 45 años (24,8%). Un porcentaje similar de respuesta han aportado las personas entre 26 y 35 años (20,4%) y bastante menor es el porcentaje de personas hasta 25 años (8,8%) y de personas mayores de 65 años (0,9%).

GRAFICO 3: EDAD

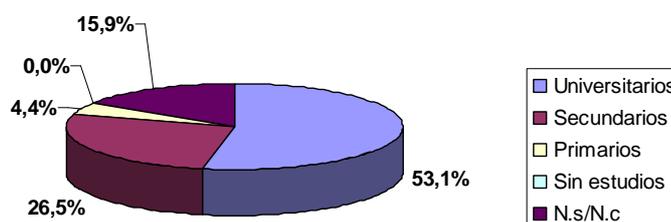


FUENTE:
Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

En los resultados obtenidos acerca del

nivel de estudios alcanzado por la muestra, destacan sobre el total los que poseen titulación universitaria (53,1%) y estudios secundarios (26,5%).

GRAFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS

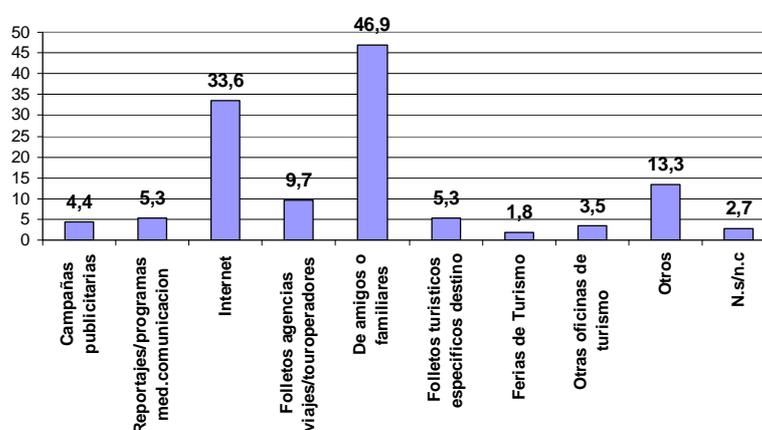


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

La mayor parte de las personas encuestadas se informaron sobre Benissa a través de los amigos o familiares¹ (46,9%). Internet es también una herramienta muy utilizada por los encuestados, con un 33,6% de respuesta.

GRÁFICO 5: MEDIOS UTILIZADOS PARA OBTENER INFORMACION DEL DESTINO (EN %)

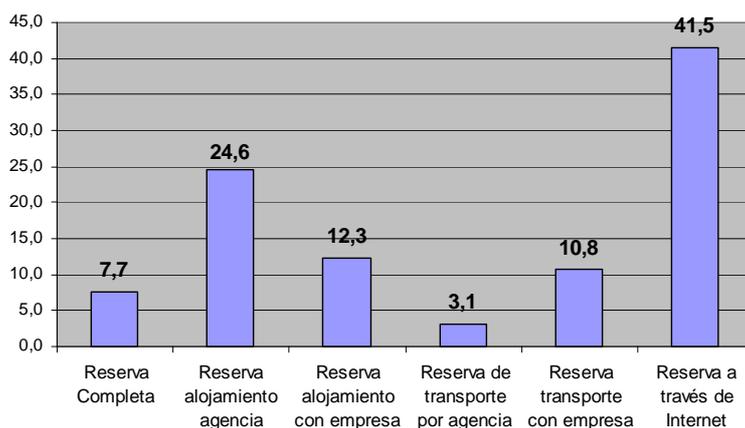


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

¹ OBS: La suma de los porcentajes de uso de todos los medios de información es superior al 100%. Esto es debido a que esta cuestión es de respuesta múltiple, es posible que los encuestados hayan conocido el destino a través de más de un canal de información.

Entre las personas encuestadas el 52,2% realizó algún tipo de reserva para organizar el viaje, mientras que el 42,5% no efectuó ninguna. Entre los que contestaron afirmativamente haber realizado alguna reserva, destaca que casi la mitad manifestaron haber utilizado Internet (41,5%).

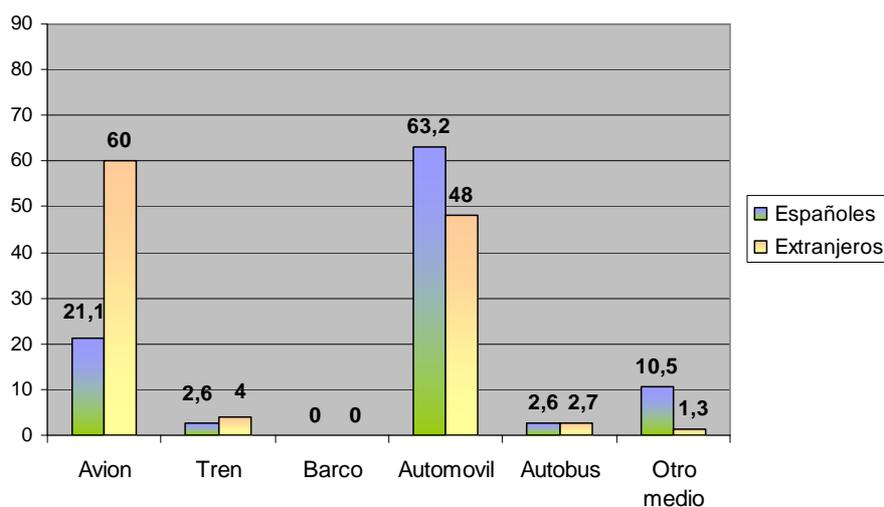
GRAFICO 6: TIPO RESERVA EFECTUADA (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Observando el gráfico 7, se aprecia que los medios de transporte empleados tanto por extranjeros como por españoles son muy similares, aunque el avión es utilizado en un porcentaje mucho mayor por los extranjeros (60% frente al 21,1% de respuesta de residentes en España).

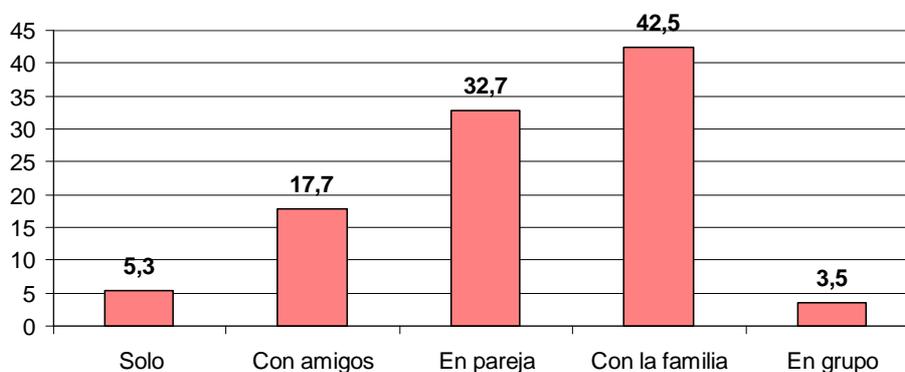
GRAFICO 7: MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Destaca el carácter familiar del viaje de los encuestados en las oficinas de turismo de Benissa, donde el 42,5% manifestó visitar el destino con la familia. A continuación destaca el grupo de usuarios acompañados por su pareja (32,7%) y los que viajan con amigos (17,7%).

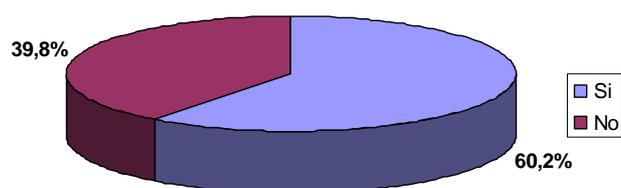
GRAFICO 8: VIAJE INDIVIDUAL O COLECTIVO (EN%)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

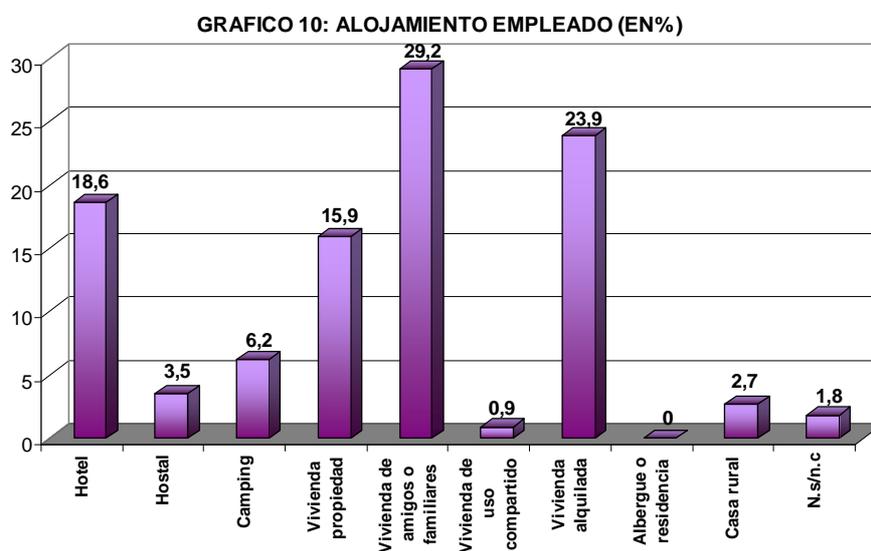
El 60,2% de los cuestionarios han sido cumplimentados por personas que se alojan en la localidad y el 39,8% por excursionistas (no pernoctaron en el municipio).

GRÁFICO 9: ALOJAMIENTO EN BENISSA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los tipos de alojamiento³ más utilizados por los encuestados fueron la vivienda de amigos o familiares (29,2%), la vivienda alquilada (23,9%), el hotel (18,6%) y la vivienda en propiedad (18,5%).



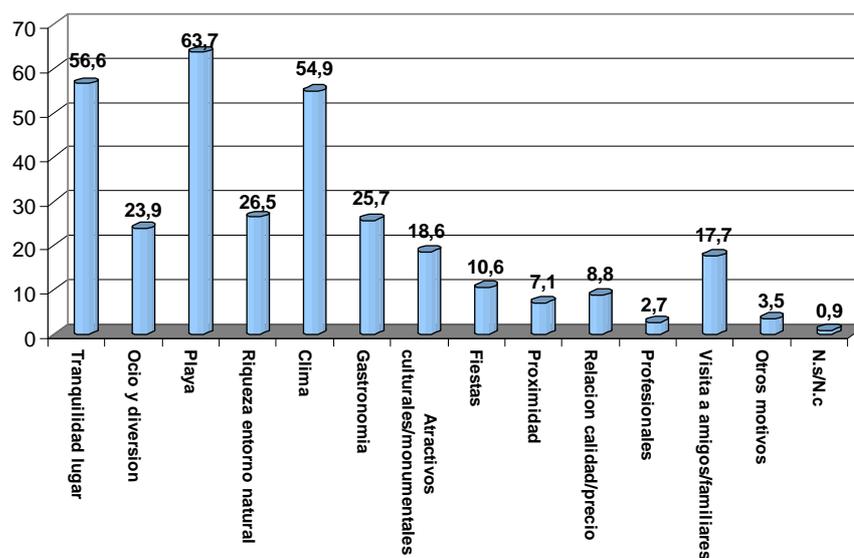
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

³ OBS: La suma de los porcentajes de uso de todas las modalidades de alojamiento es superior al 100%. Esto es debido a que se trata de una cuestión de respuesta múltiple, es posible que durante su estancia alguno de los encuestados haya empleado más de una modalidad de alojamiento.

4. VALORACIÓN DEL MUNICIPIO Y SU OFERTA TURÍSTICA

Los cinco principales motivos⁴ por los que los encuestados en las oficinas Tourist Info de Benissa visitan dicha localidad, en orden de importancia, son:

GRAFICO 11: MOTIVOS POR LOS QUE VISITA BENISSA (EN %)



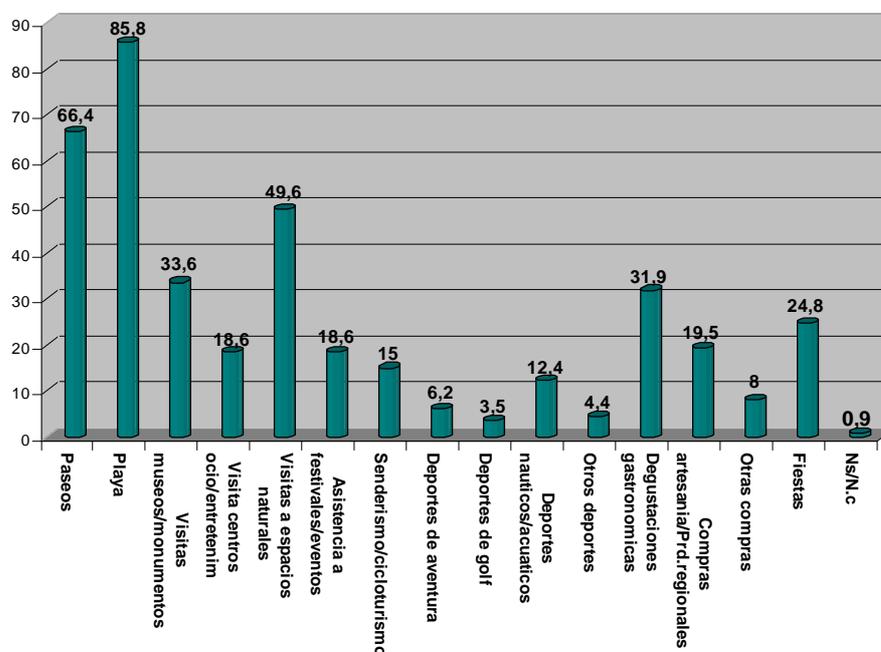
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

- Playa (63,7%)
- Tranquilidad del lugar (56,6%)
- Clima (54,9%)
- Riqueza del entorno natural (26,5%)
- Gastronomía (25,7%)

⁴ OBS: La suma de los porcentajes es superior al 100%. Esto es debido a que se trata de una cuestión de respuesta múltiple, es posible que los encuestados visiten el municipio por varios motivos.

Las cinco actividades⁵ que realizan o piensan realizar los encuestados por orden de importancia son:

GRAFICO 12: ACTIVIDADES (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

- Playa (85,8%)
- Paseos (66,4%)
- Visitas a espacios naturales (49,6%)
- Visitas museos/monumentos (33,6%)
- Degustaciones gastronómicas (31,9%)
- Fiestas (24,8%)

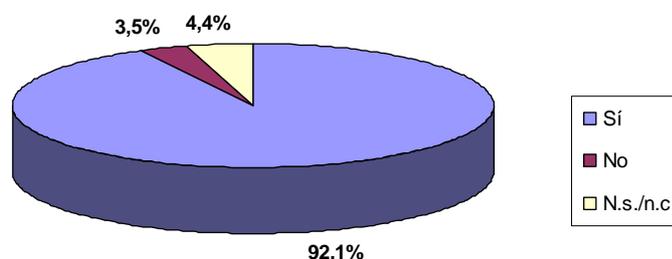
⁵ OBS: La suma de los porcentajes es superior al 100%. Esto es debido a que se trata de una cuestión de respuesta múltiple, es posible que los encuestados realicen varias actividades durante su visita.

Como finalización del apartado de evaluación de la calidad del municipio visitado a continuación se muestran los resultados de las preguntas relacionadas con la satisfacción y grado de fidelidad del encuestado al destino visitado.

En el **grado de satisfacción de expectativas** del usuario de las oficinas de Benissa sobre este municipio, la puntuación obtenida ha sido de 9,10 puntos sobre la máxima puntuación que es 10. Este dato es ligeramente superior al de la media de municipios del grupo litoral, que es al que pertenece Benissa (8,63).

En cuanto a la **intención por parte del usuario para volver a visitar el municipio** los resultados demuestran un grado de fidelidad muy elevado por parte del encuestado, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

GRAFICO 13: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENISSA (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

5.- VALORACIÓN DE LA OFICINA

Con la finalidad de cumplir uno de los principales objetivos de la Encuesta *Tourist Info*, a continuación se exponen los resultados obtenidos en relación a la valoración que ha concedido el usuario a la oficina donde ha sido atendido.

Los ítems que han sido escogidos se dividen en dos grupos:

- **Los relacionados con los recursos humanos:** Tiempo de espera, presencia e imagen del personal, tono de voz empleado/amabilidad y atención recibida.
- **Los relacionados con las instalaciones y herramientas de trabajo:** Imagen, localización/accesibilidad de la oficina, imagen y estética de folletos y listados y ambiente de la oficina. Este año han sido introducidos **nuevos ítems para su evaluación** también clasificados dentro de este grupo. Los aspectos nuevos son el material en idiomas, horario de atención al público y fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida.

En líneas generales, los ítems que han obtenido mejor puntuación han sido los que componen el primer grupo, encontrándose la mayoría de aspectos susceptibles de mejora en el apartado de instalaciones y herramientas de trabajo.

Tabla 1: Valoración de las oficinas Tourist Info de Benissa por parte del usuario encuestado

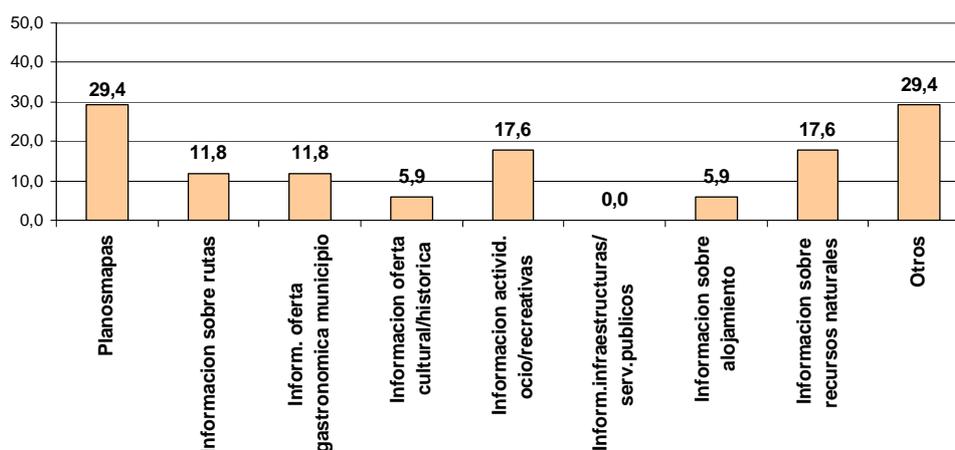
ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	
Presencia e imagen del personal	
Tono de voz empleado / amabilidad	
Atención recibida	
Imagen de la oficina	
Ambiente de la oficina	
Localización/accesibilidad de la oficina	
Imagen y estética de folletos y listados	
Material en idiomas	
Horario de atención al público	
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	
Media total	

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

En el cuestionario se formuló una pregunta para conocer en que grado **la oficina visitada cumplió favorablemente las expectativas creadas por el usuario**. El resultado global aporta una puntuación media de **9,51 puntos** sobre la máxima que es 10.

Por otra parte, el cómputo global de los datos obtenidos referentes a la **información que a los encuestados les gustaría obtener y no les ha sido proporcionada** nos informa de un índice de no respuesta del 85%. Esto indica que la información que han recibido los usuarios encuestados en las *Tourist Info* de Benissa ha resultado satisfactoria para un porcentaje muy elevado. El gráfico 14 muestra los porcentajes de respuesta sobre el total de encuestados que echaron en falta algún tipo de información⁶:

GRÁFICO 14: INFORMACIÓN NO PROPORCIONADA (EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

⁶ OBS: La suma de los porcentajes es superior al 100%. Esto es debido a que se trata de una cuestión de respuesta múltiple, es posible que los encuestados hayan echado información relacionada con diversas materias.