

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benissa-Playa  
(VERANO 2007)**

## **1. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA**

## **2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**

2.1. Lugar de residencia

2.2. Sexo

2.3. Edad

2.4. Nivel estudios

## **3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE**

3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

3.2. Alojamiento empleado

3.3. Medio de transporte utilizado en el viaje a la Comunitat Valenciana

3.4. Reservas

3.5. Composición del grupo de viaje

3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Benissa

## **4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA AL MUNICIPIO DE BENISSA**

4.1. Principales motivos de la visita al municipio

4.2. Actividades previstas o realizadas en el municipio

4.3. Fidelidad al destino

4.4. Satisfacción de expectativas

## **5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENISSA-PLAYA**

## **6. CONCLUSIONES**

## **ANEXO I.- FICHA TÉCNICA**

## 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 2.007 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***.

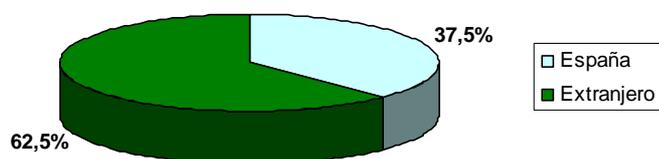
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron Tourist Info Benissa-playa dentro del período de encuestado. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de las oficinas, 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

### 2.1. Lugar de residencia

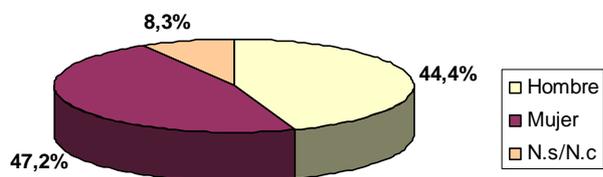
GRAFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

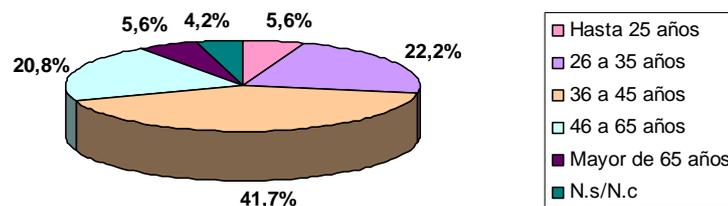
GRAFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

## 2.3. Edad

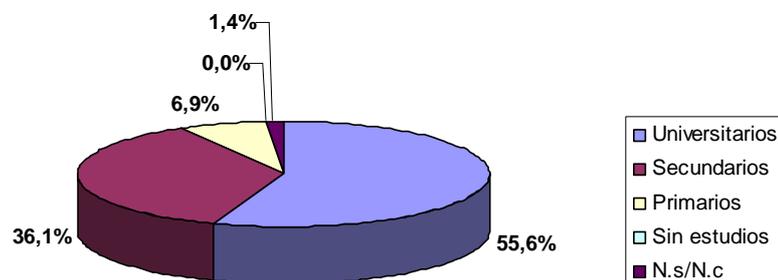
GRAFICO 3:EDAD



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

## 2.4. Nivel de estudios

GRAFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS



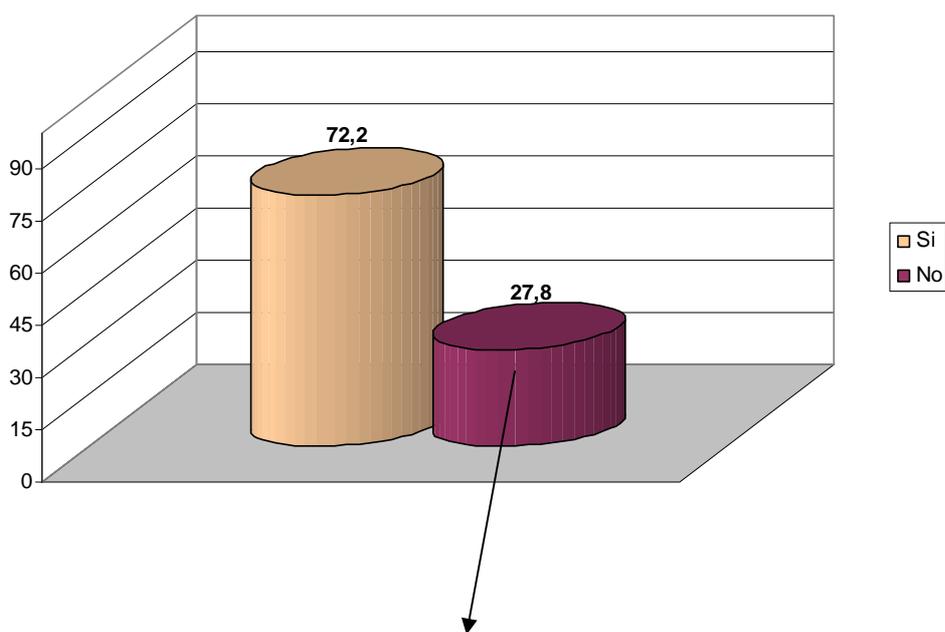
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

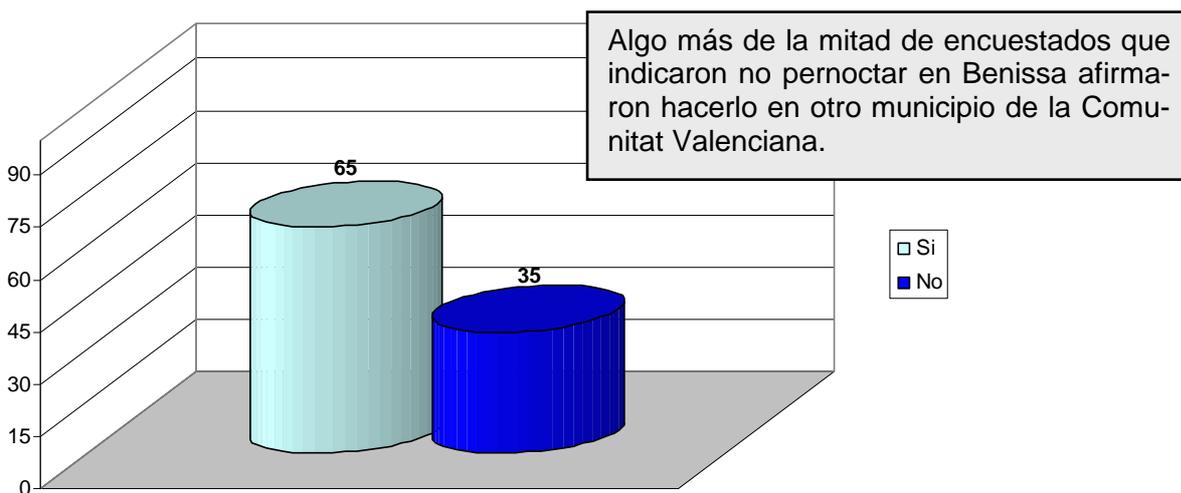
#### 3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 5: DISFRUTA ESTANCIA OCIO/VACACIONES EN BENISSA (EN %)**



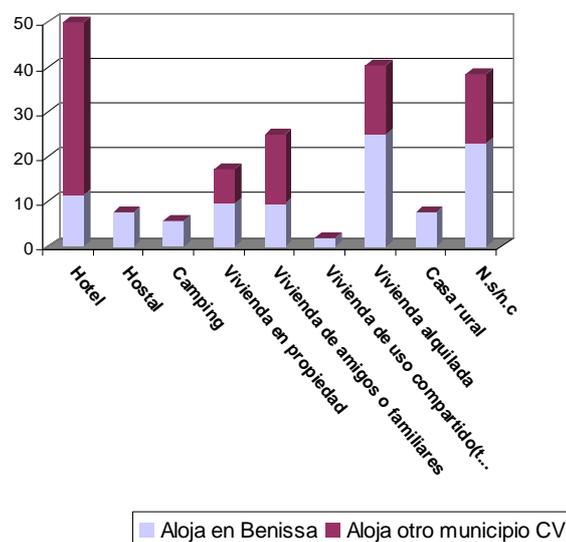
**GRÁFICO 6: DISFRUTA ESTANCIA EN OTRO MUNICIPIO DE CV (EN %)**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.2. Alojamiento empleado<sup>2</sup>

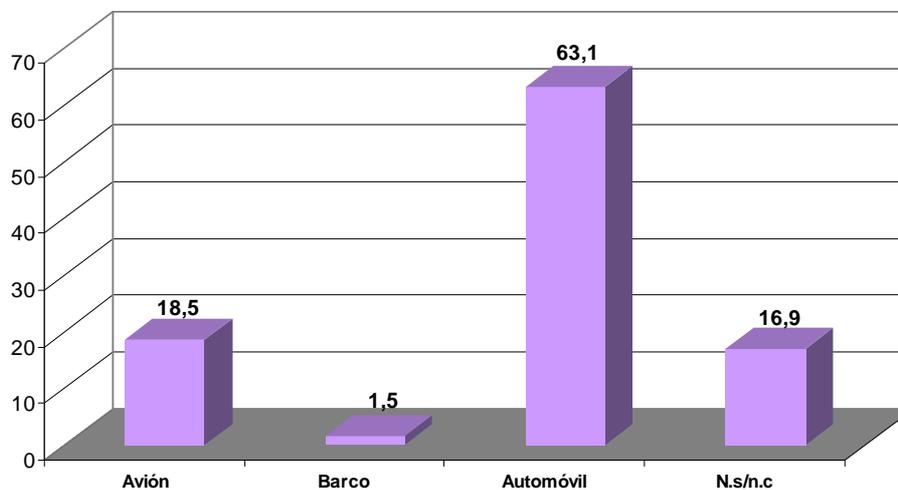
GRÁFICO 7: ALOJAMIENTO EMPLEADO EN (%)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

## 3.3. Medio de transporte utilizado en el viaje al destino vacacional

GRÁFICO 8: MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO (EN%)

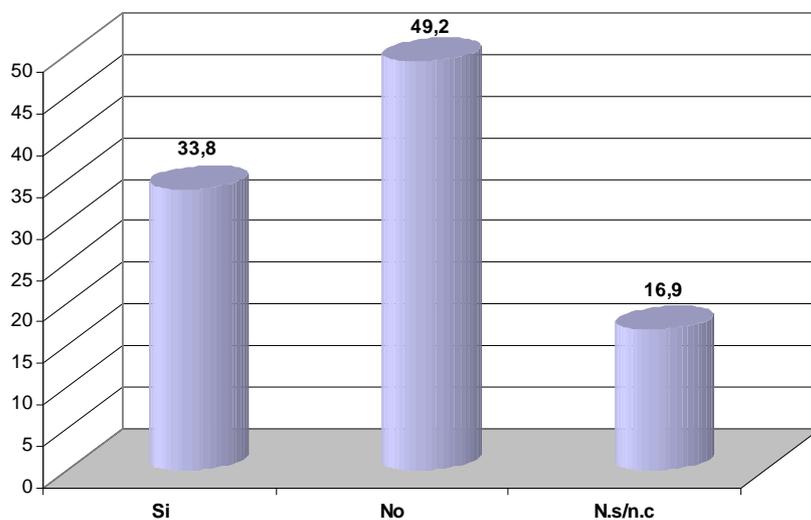


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>2</sup> Base: Encuestados que pernoctan en Benissa u otro municipio de la Comunidad Valenciana

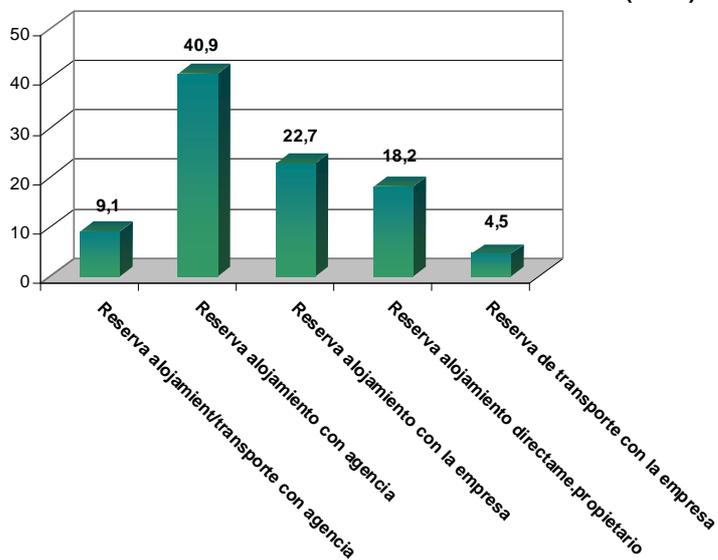
## 3.4. Reservas

GRÁFICO 9: REALIZACIÓN DE RESERVA (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

GRÁFICO 10: TIPO DE RESERVA REALIZADA (EN%)

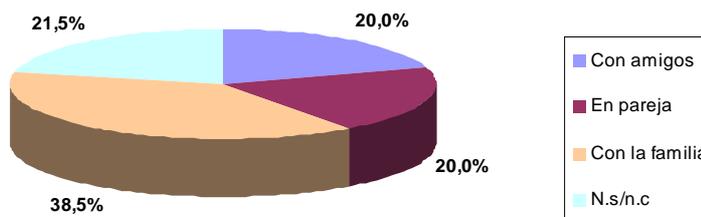


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Base: encuestados que pernoctan en Benissa u otro municipio de la Comunitat Valenciana que han indicado haber realizado algún tipo de reserva.

## 3.5. Composición del grupo de viaje

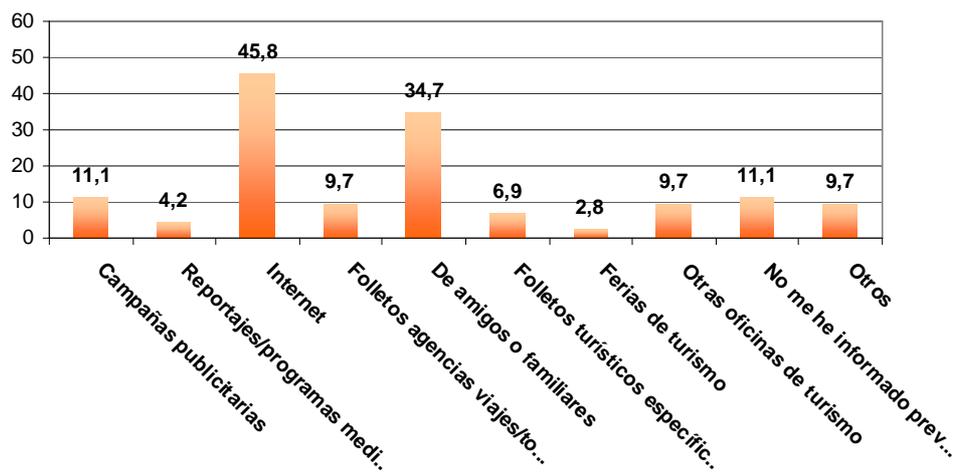
GRÁFICO 11: COMPOSICIÓN GRUPO DE VIAJE



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>4</sup>

## 3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Benissa

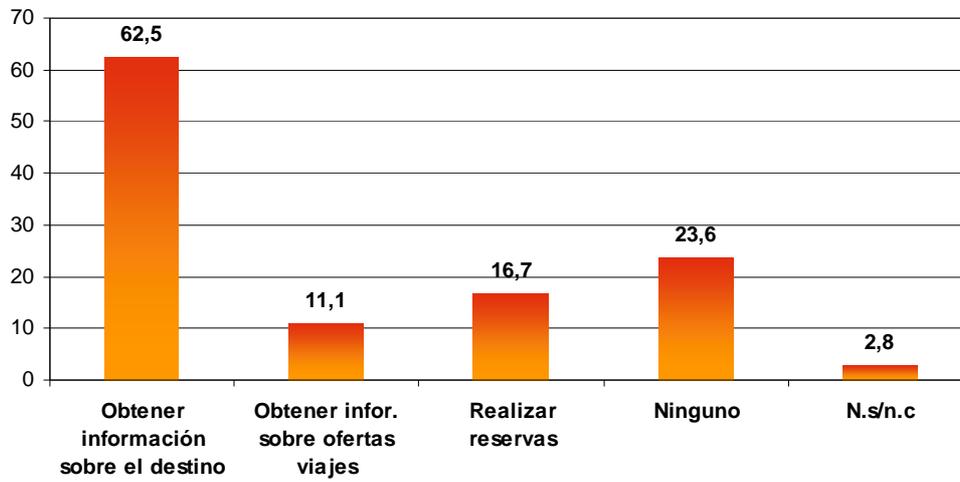
GRÁFICO 12: MEDIOS EMPLEADOS PARA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>4</sup> Base: encuestados que pernoctan en Benissa u otro municipio de la Comunitat Valenciana.

**GRÁFICO 13: USO DE INTERNET EN PREPARACIÓN VISITA  
(EN %)**

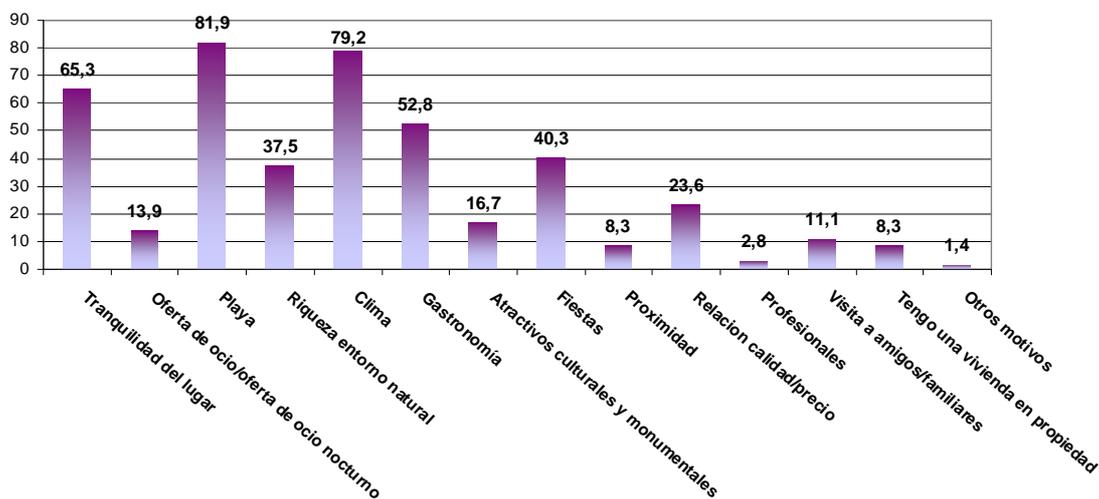


*FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios*

## 4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA AL MUNICIPIO DE BENISSA

### 4.1. Principales motivos de la visita a Benissa<sup>5</sup>

GRÁFICO 14: MOTIVOS DE VISITA A BENISSA (EN %)

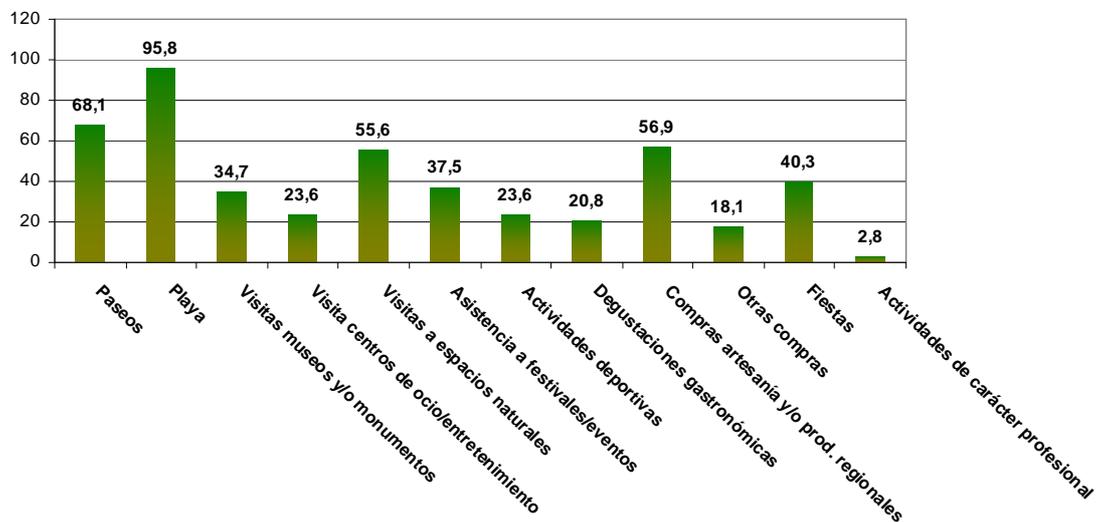


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>5</sup> La suma de todos los porcentajes es superior a 100. Esto es debido a que la cuestión referente a motivaciones es de respuesta múltiple, es decir, es posible que uno o más de los encuestados hayan marcado varias opciones como respuesta.

4.2. Actividades previstas o realizadas en Benissa<sup>6</sup>

GRÁFICO 15: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENISSA (EN %)

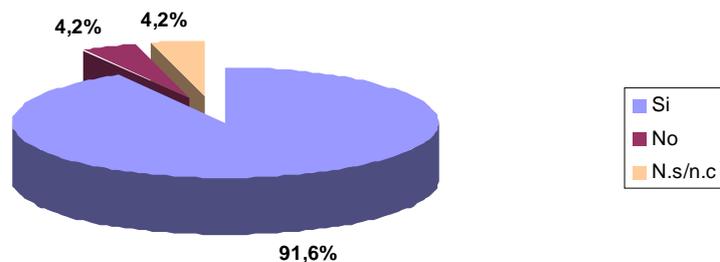


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>6</sup> La suma de todos los porcentajes es superior a 100. Esto es debido a que la cuestión referente a actividades es de respuesta múltiple, es decir, es posible que uno o más de los encuestados hayan marcado varias opciones como respuesta.

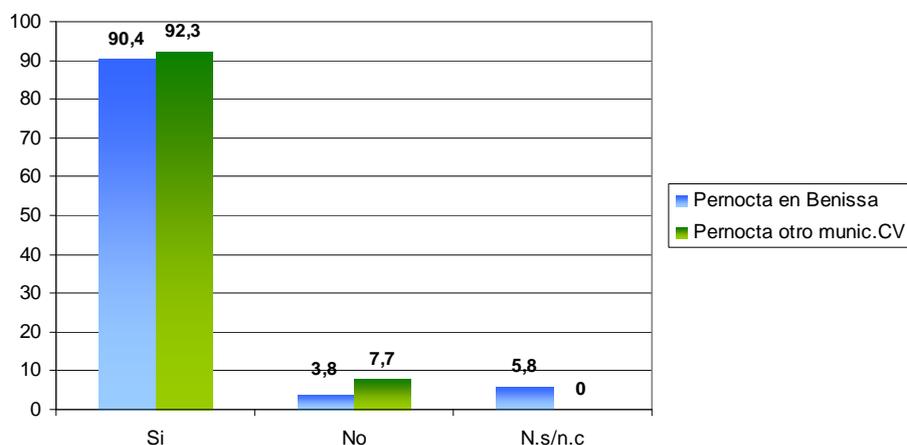
## 4.3. Fidelidad al destino

**GRÁFICO 16: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENISSA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 17: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENISSA (EN %)**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

## 4.4 Satisfacción de expectativas

Los usuarios de Tourist Info Benissa que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 8,44 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

## 5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA

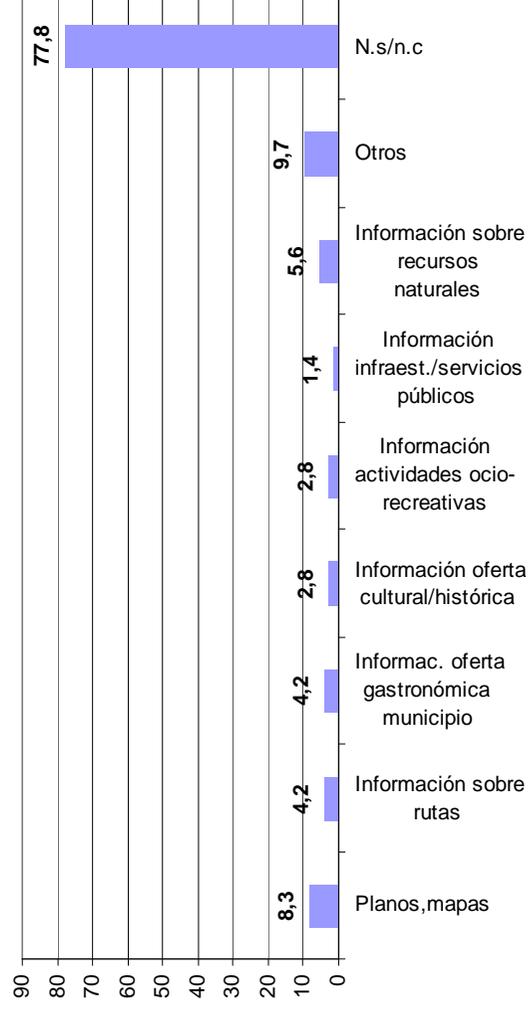
**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benissa-playa por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,65
Presencia e imagen del personal	9,72
Tono de voz empleado / amabilidad	9,76
Atención recibida	9,58
Imagen de la oficina	9,03
Ambiente de la oficina	9,24
Localización/accesibilidad de la oficina	8,88
Imagen y estética de folletos y listados	8,93
Material en idiomas	8,94
Horario de atención al público	9,19
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,34
<b>Media total</b>	<b>9,30</b>

*FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios*

Los usuarios de Tourist Info Benissa-playa que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,53 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

GRÁFICO 20: INFORMACIÓN NO PROPORCIONADA (EN %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

## 6. CONCLUSIONES

### 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Algo más de la mitad de los encuestados residen en el extranjero.
- La muestra corresponde a un 44,4% de hombres y un 47,2% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 36 y 45 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 55,6% sobre el total.

### 2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Un 72,2% pernocta en Benissa.
- Entre los que contestaron que no pernoctan en este municipio, algo más de la mitad afirmó hacerlo en otro de la Comunitat Valenciana.
- Los encuestados que se alojan en Benissa emplean principalmente la vivienda alquilada, la vivienda en propiedad y la de amigos o familiares.
- El automóvil es el medio de transporte más empleado por la muestra.
- La mayoría de encuestados (49,2%), no han realizado ningún tipo de reserva en la preparación de su viaje.
- Del grupo de encuestados que han realizado reserva destacan los que han gestionado la reserva de alojamiento a través de agencia de viajes.
- La mayoría de encuestados señalan viajar en familia.
- El principal medio para la obtención de información turística sobre Benissa ha sido a través de Internet.
- La muestra ha empleado Internet principalmente para obtener información del destino.

### **3. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENISSA**

- Los principales motivos de visita de los turistas a Benissa son la playa, el clima y la tranquilidad del lugar.
- Las principales actividades previstas o practicadas por los encuestados que pernoctan en el municipio son la playa, realizar paseos y adquirir artesanía y/o productos regionales.
- Un 91,6% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benissa.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 8,44 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

### **4. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENISSA**

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,30 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido la amabilidad y el tono de voz empleado por parte del personal.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,53 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benissa-playa.

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benissa.

### TAMAÑO MUESTRAL

72 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de julio de 2007 hasta el 15 de septiembre de 2007.

### TÉCNICA UTILIZADA

Cuestionario autoadministrado con respuestas cerradas (binarias, multirres-  
puesta y Likert).

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benissa.

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una apro-  
ximación.