

**INFORME SOBRE LA
ENCUESTA *TOURIST-INFO*
BENISSA PLAYA
(VERANO 2004)**

1.- NOTAS METODOLÓGICAS

El carácter dinámico de la demanda turística hace cada vez más necesaria la transmisión de información entre usuarios y agentes que intervienen en la producción turística, con el objetivo de adaptar continuamente la oferta a las necesidades y exigencias de la demanda. En esta dirección está planteada la Encuesta *Tourist-Info*.

El proceso de la Encuesta *Tourist-Info* correspondiente al verano de 2004 se ha realizado durante los meses de julio, agosto y la primera quincena de septiembre, periodo de máxima afluencia de visitantes a los municipios turísticos de la Comunidad Valenciana.

Con esta encuesta se trata de investigar distintos aspectos de la información ofrecida a los usuarios de un elevado número de oficinas y puntos de información de la red *Tourist-Info*, de cara a su utilización en un programa de mejora de la calidad de estos servicios promovido por el área responsable de la misma.

Cabe mencionar que, aunque la encuesta proporciona información sobre el perfil de los usuarios de la *Red de Tourist-Info*, así como de la calidad de las oficinas y la percepción sobre la oferta turística de la Comunidad Valenciana, esto no significa que los resultados sean fiables para el conjunto de la Comunidad Valenciana y sus municipios. Este hecho no implica que la información no sea útil, ya que el contenido de la encuesta se dirige a captar problemas de funcionamiento de la oferta turística, y estos pueden ser detectados con una muestra que no cumpla estrictamente los criterios de representatividad del conjunto de la población.

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

- Valoración por parte de la demanda del nivel de **calidad** que ofrecen los diferentes **servicios** que componen la oferta turística de los municipios donde se ubican las oficinas de información.
- Valoración de diferentes aspectos de la **información** que proporciona la red Tourist-Info.

Adicionalmente se investigan aspectos relacionados con la caracterización del turista y del viaje de vacaciones, preguntando la edad, el sexo, los estudios realizados, la zona de residencia, la forma de organización del viaje, el tipo de alojamiento y el transporte utilizado.

La población encuestada corresponde a todos los turistas mayores de 16 años que visitan las oficinas de la *Red Tourist-Info*. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de las oficinas se estableció una **metodología tendente a la aleatoriedad**. El sistema consistió en pasar el cuestionario los días impares del calendario al primer turista que visitaba la oficina o punto de información a las 11 a.m., y los días pares a las 6 p.m.

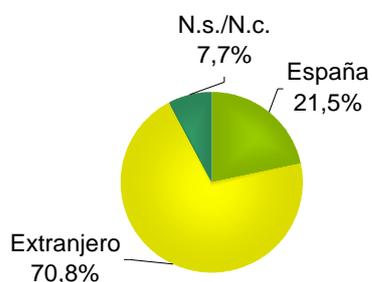
La periodicidad tiene un carácter totalmente estacional concentrándose en los picos de mayor actividad, de manera que los problemas o deficiencias de la oferta puedan ponerse fácilmente de manifiesto. De todas formas debe tenerse muy presente que el muestreo no sigue un proceso riguroso de random ni es un muestreo aleatorio simple estratificado (por cuotas).

Por último hay que tener muy en cuenta que los resultados referidos a una sola oficina de información turística únicamente tienen un valor relativo y poco significativo ya que, además de las carencias metodológicas mencionadas, el número de cuestionarios aportados por una oficina dista mucho de ser el adecuado para el conocimiento de la demanda del destino o de la propia oficina. No obstante, sí resulta una aproximación a tener en cuenta por los empleados y responsables de la oficina de información turística.

2.- PRINCIPALES RESULTADOS

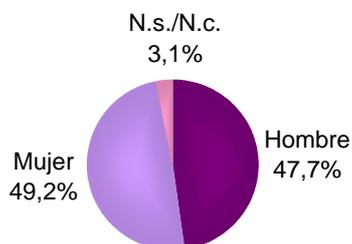
De los 65 cuestionarios cumplimentados en la oficina de Benissa - Playa, el 70,8% de los mismos fue realizado por personas residentes en el extranjero y el 21,5% por residentes dentro del territorio español.

Lugar de residencia



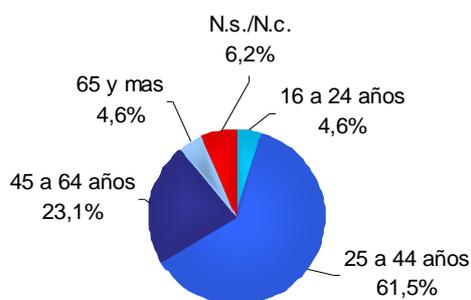
Las cuotas de la muestra respecto al género de los entrevistados son similares, siendo ligeramente inferior el número de hombres entrevistados (47,7%) respecto al de mujeres (49,2%). El 3,1% no respondió a la pregunta referente a su sexo.

Sexo de los encuestados



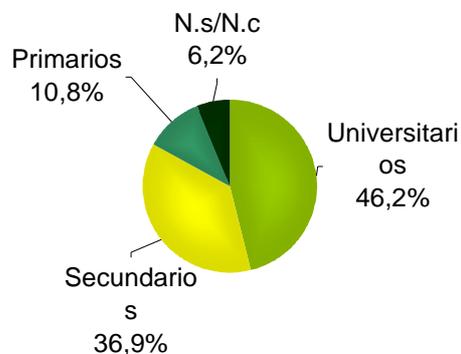
El porcentaje de cuestionarios recibidos según el segmento de edad corresponde, por orden de importancia, al de 25-44 años, de 45-64 años, de 16 a 24 años y de 65 años o más.

Rangos de edad de los entrevistados



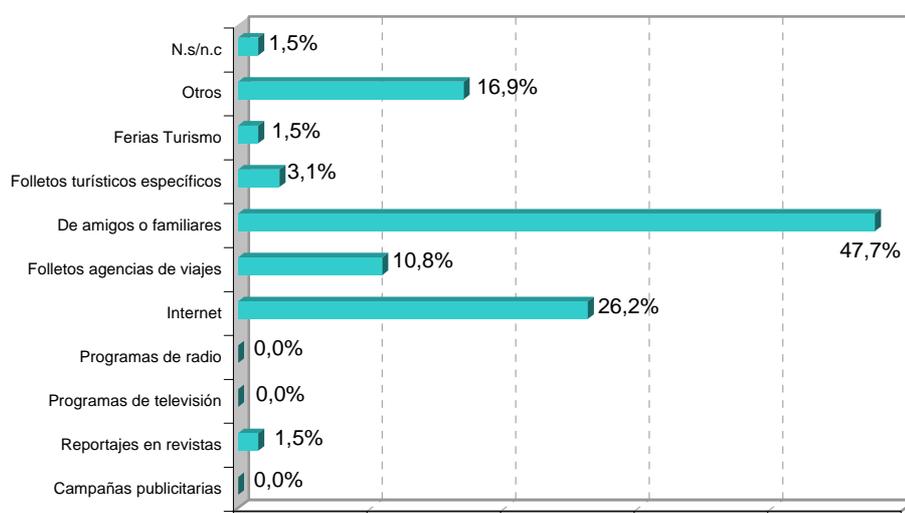
El 46,2% de los cuestionarios fue realizado por personas con un nivel formativo superior (universitario). El 36,9% de los cuestionarios proceden de los usuarios de la *Tourist-Info* con un nivel de estudios secundarios, el 10,8% ha sido cumplimentado por personas con estudios primarios y ninguno de los encuestados declara no tener estudios. El 6,2% de los entrevistados no proporcionaron información sobre su nivel de estudios.

Nivel de estudios



La mayor parte de las personas encuestadas se informaron sobre Benissa a través de amigos o familiares (47,7%). Internet así como otros medios son también canales importantes de información sobre el destino (26,2% y 16,9% respectivamente). Ninguno de los usuarios entrevistados dice haberse informado a través de campañas publicitarias o programas de radio y televisión¹.

Medios de información sobre el destino

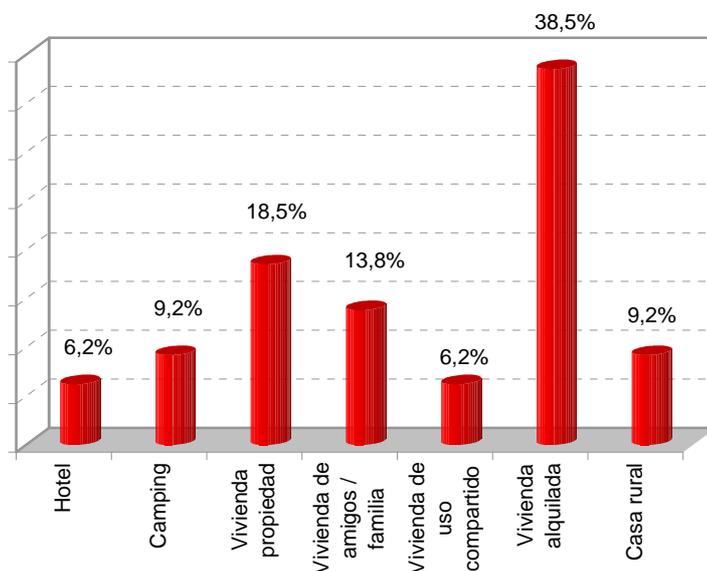


Los tipos de alojamiento² utilizados por los entrevistados son, fundamentalmente, la vivienda alquilada (38,5%), la vivienda en propiedad (18,5%) y la vivienda de amigos o familiares (13,8%).

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.

² 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.

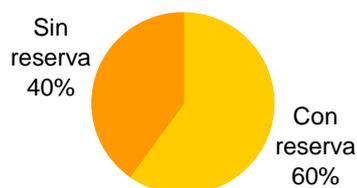
Tipo de alojamiento utilizado



El 80% de los usuarios encuestados en la oficina Tourist-Info de Benissa playa emplearon el automóvil en su viaje al lugar de vacaciones, siendo el medio de transporte más empleado con diferencia. El 1,5% declara haber utilizado el autobús, un 3,1% el tren y el 35,4% afirma haber empleado también el avión. Un 1,5% dice haber usado otros medios de transporte distintos a los anteriores³.

Entre las personas encuestadas el 60% realizó algún tipo de reserva para organizar el viaje, mientras que el 40% no efectuó ninguna.

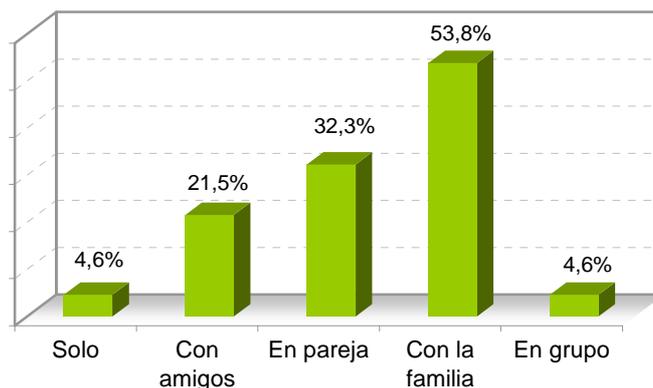
Forma de organización del viaje



³ OBS: La suma de los porcentajes de uso de todas las modalidades de transporte es superior al 100%. Esto es debido a que esta cuestión es de respuesta múltiple, es posible que en su desplazamiento alguno de los encuestados haya empleado más de un medio de transporte.

La mayoría de los entrevistados ha visitado el destino con su familia (53,8%). A continuación destaca el grupo de usuarios acompañados por su pareja (32,3%). Un 21,5% de los entrevistados dice visitar el municipio con amigos, un 4,6% solos y otro 4,6% en grupo⁴.

Con quién visitan el municipio



Los principales motivos por los que los turistas encuestados visitan la localidad de Benissa playa, en orden de importancia, son:

- Playa (53,8%)
- Clima (52,3%)
- Riqueza entorno natural (41,5%)
- Tranquilidad lugar (36,9%)
- Conoce localidad/gusta (24,6%)
- Gastronomía (20%)
- Vivienda propia/amigos/familia (20%)
- Ocio y diversión (16,9%)
- Atractivos culturales/históricos/monumentales (13,8%)
- Visita amigos/familiares (12,3%)
- Relación calidad/precio (12,3%)
- Fiestas (10,8%)
- Otros motivos (9,2%)
- Proximidad (7,7%)
- Existencia paquetes turísticos atractivos(1,5%)
- N.s/N.c (1,5%)

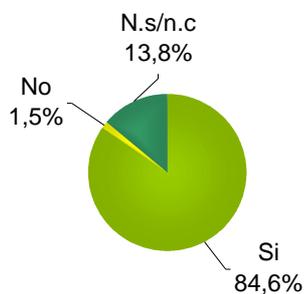
⁴ OBS: La suma de todos los porcentajes es superior a 100, debido a que la cuestión referente a las personas con las que viaja el encuestado es de respuesta múltiple. Es posible que, por ejemplo, alguno de los encuestados viaje con su familia y, además, con amigos.

Las actividades que realizan o piensan realizar los entrevistados son diversas, destacando:

- Playa (87,7%)
- Paseos (64,6%)
- Degustaciones gastronómicas (47,7%)
- Deportes náuticos (44,6%)
- Visitas museos/monumentos (32,3%)
- Fiestas (32,3%)
- Senderismo/cicloturismo/rutas (29,2%)
- Compras artesanía/regionales (29,2%)
- Otras compras (24,6%)

En cuanto a la pregunta realizada a las personas entrevistadas, referente a su intención de volver a visitar Benissa playa, 55 de los 65 encuestados dijeron que sí y únicamente uno de ellos declaró no tener intención de hacerlo. Nueve de los encuestados no se pronunciaron al respecto.

Intención de volver



El elevado porcentaje de turistas que ha declarado su intención de volver a Benissa refleja la fidelidad su demanda.

El 70,8% de los cuestionarios ha sido cumplimentado por personas que se alojan en la localidad y el 29,2% por excursionistas (no pernoctaron en el municipio).

2.- VALORACIÓN DE LA OFICINA

Uno de los aspectos fundamentales por los que se realiza el proceso de encuestado anual en las oficinas y puntos de información turística de la Red Tourist Info de la Comunidad Valenciana es el de conocer cómo valoran los usuarios la calidad de sus servicios.

La puntuación media global otorgada por los usuarios de la oficina de Benissa playa entrevistados es de 9,4 en una escala de 0 a 10, valoración 0,1 puntos por encima de la de la media global obtenida para el total de oficinas y puntos de información que han participado este verano en la encuesta.

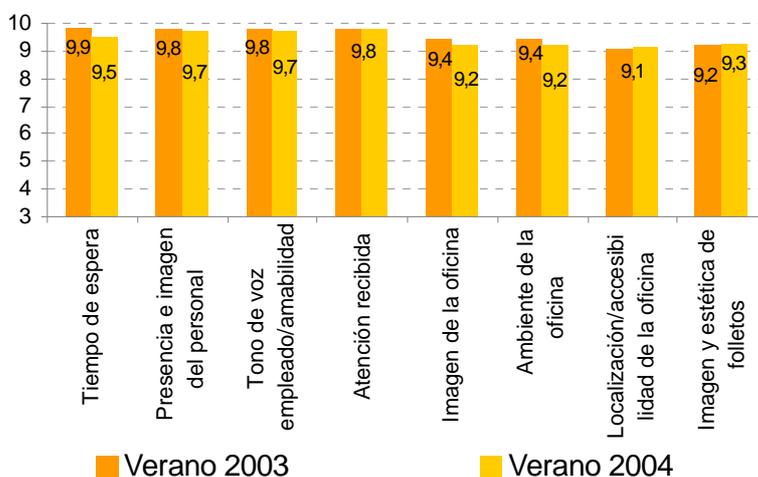
En la tabla que presentamos a continuación se muestran los resultados de la valoración de la Tourist-Info en los distintos aspectos de calidad propuestos en la encuesta. En ella se puede apreciar que la valoración media es excelente en todos los aspectos de calidad, si bien las mejores puntuaciones las reciben aquellos referentes al personal de la oficina (presencia e imagen del personal, amabilidad y atención recibida).

Aspectos de calidad considerados	Media
Tiempo de espera	9,5
Presencia e imagen del personal	9,7
Tono de voz empleado/amabilidad	9,7
Atención recibida	9,8
Imagen de la oficina	9,2
Ambiente de la oficina	9,2
Localización/accesibilidad de la oficina	9,1
Imagen y estética de folletos	9,3
MEDIA GLOBAL	9,4

Encontramos cuatro aspectos valorados por debajo de la media global de la oficina con las puntuaciones más bajas; el ambiente, la imagen y la localización y accesibilidad de la oficina, así como la imagen y estética de los folletos.

Las valoraciones medias de estos aspectos de calidad han sido muy similares a las registradas en el verano de 2003.

Comparación de las valoraciones



El cómputo global de los datos referentes a la información que a los encuestados les gustaría obtener y no les ha sido proporcionada nos informa de un elevado índice de no respuesta (75,4%). Esto indica que la información que han recibido los usuarios de la oficina de Benissa playa entrevistados ha resultado satisfactoria para la gran mayoría de ellos. No obstante encontramos algunos encuestados a los que les gustaría recibir información que no les ha sido facilitada. En la siguiente tabla se indica el tipo de información demandada acompañada del porcentaje de entrevistados que desearían haberla recibido.

Tipo de información	% de entrevistados
Planos/mapas	10,8%
Información activ.ocio/recreativas	7,7%
Otros	6,2%
Información sobre rutas	3,1%
Información gastronómica del municipio	3,1%
Información oferta cultural/histórica	3,1%