

**INFORME SOBRE LA
ENCUESTA *TOURIST INFO*
Vall de Pop
(VERANO 2011)**

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 Vall de Pop

4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A LA MANCOMUNIDAD VALL DE POP

4.1. Principales motivos de la visita a la Mancomunidad

4.2. Actividades previstas o realizadas en la Mancomunidad

4.3. Fidelidad al destino

4.4. Satisfacción de expectativas

5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO VALL DE POP

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 2011 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

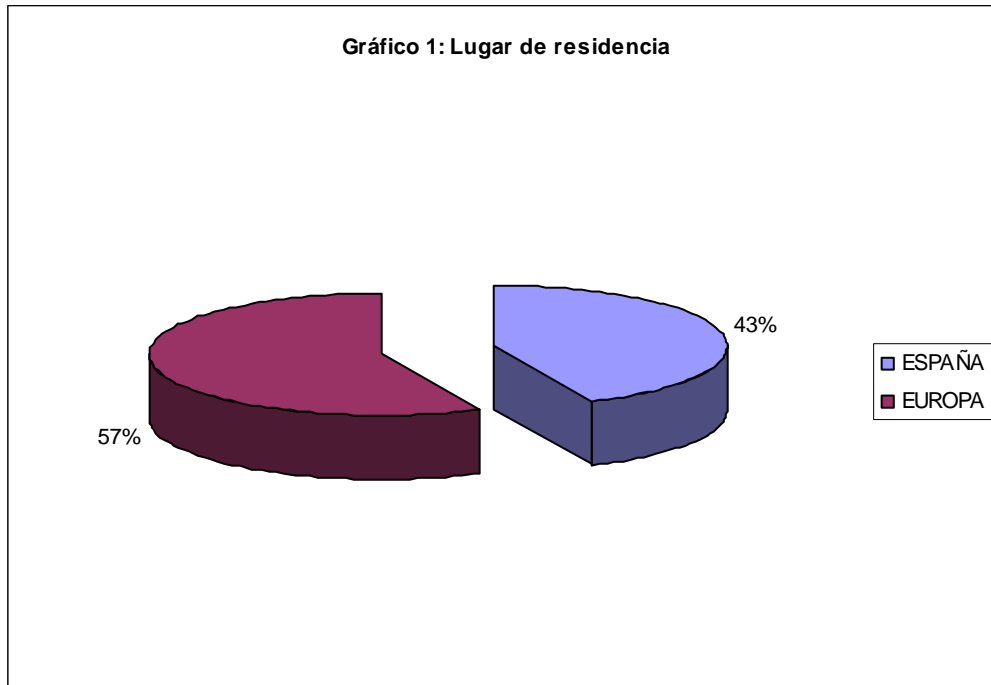
- Conocer el perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.
- Averiguar el grado de satisfacción del usuario de la red acerca de su visita a la Comunitat Valenciana.
- Evaluar el nivel de calidad de las oficinas que componen la red ***Tourist Info***.

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 Vall de Pop 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).

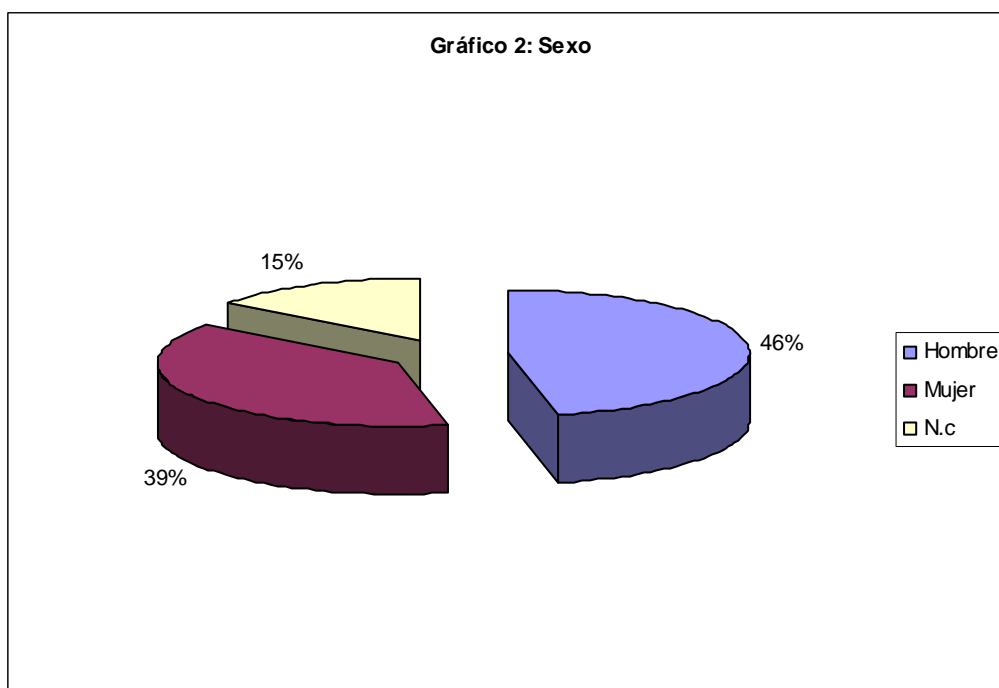
2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

2.1. Lugar de residencia



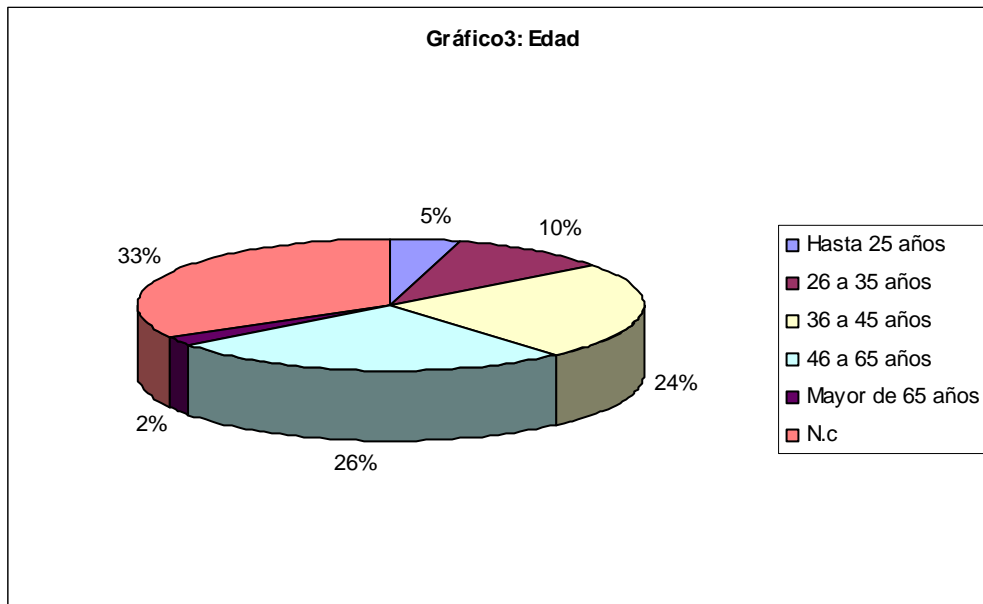
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

2.2. Sexo



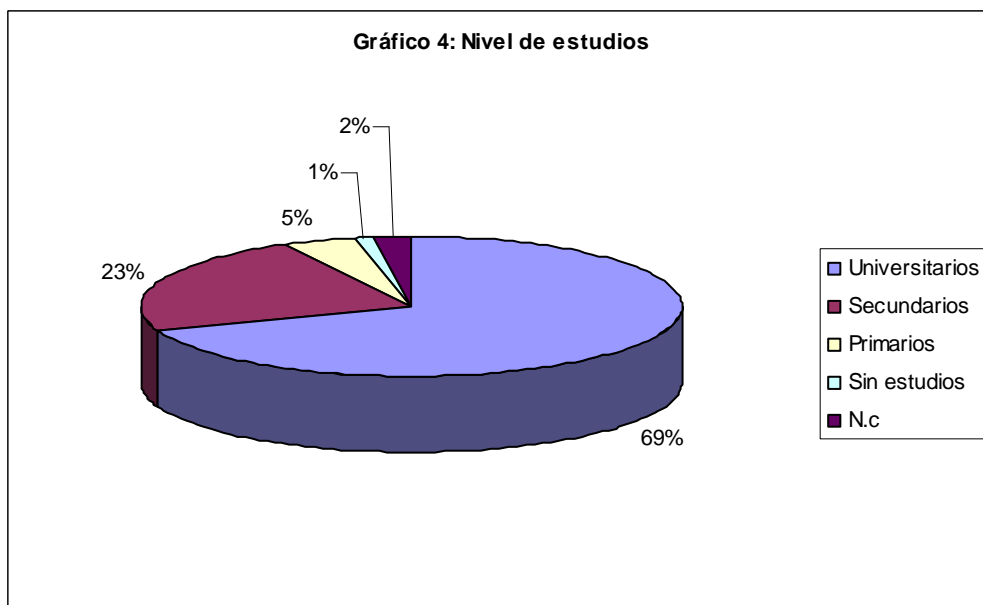
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

2.3. Edad



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

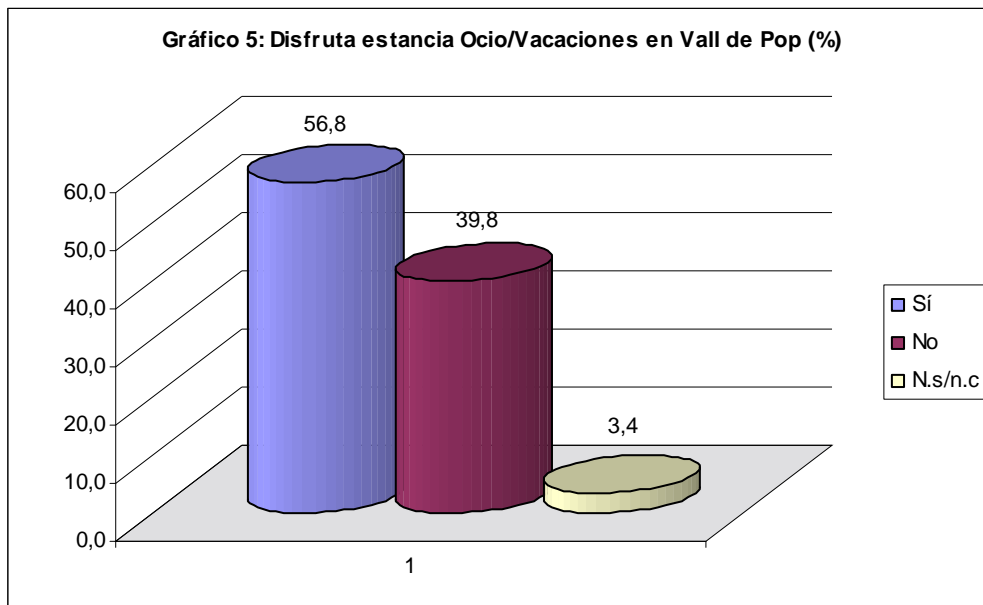
2.4. Nivel de estudios



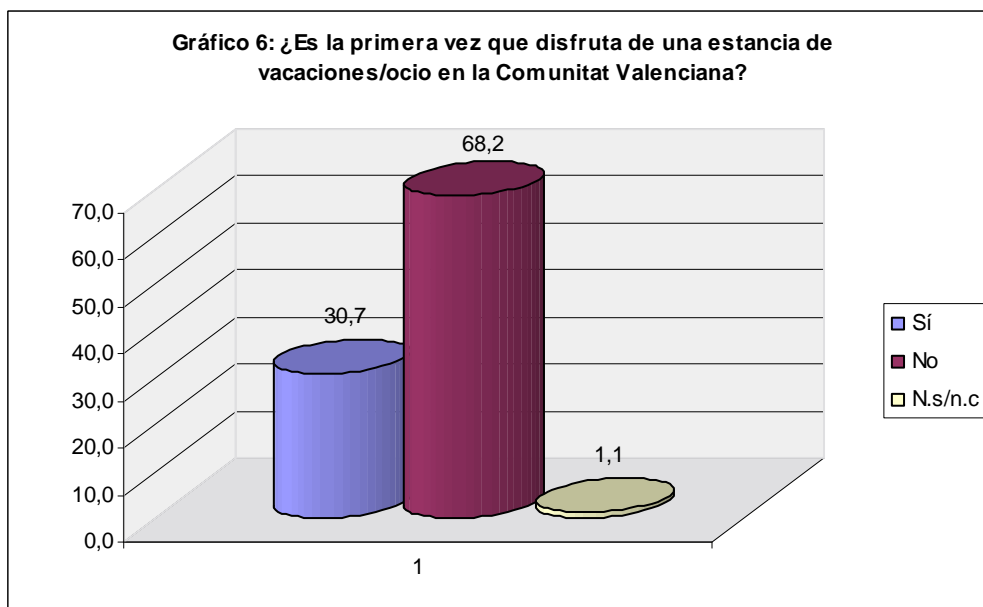
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

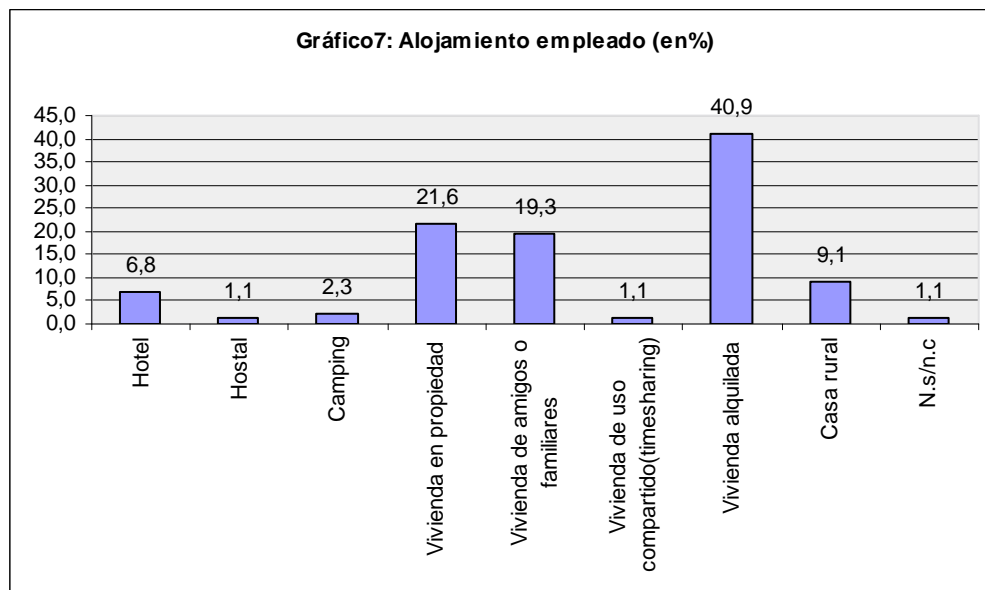


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



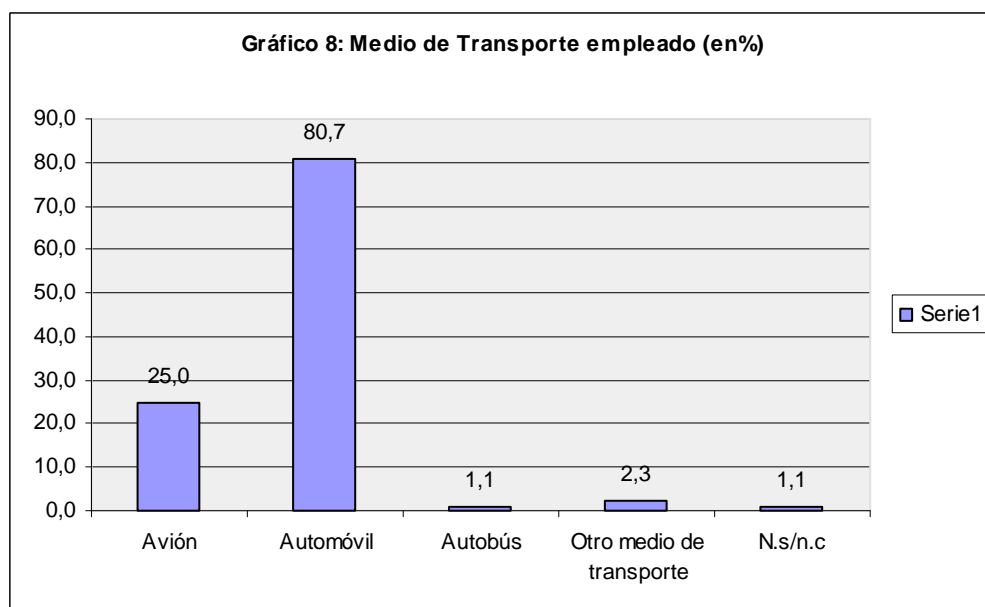
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.2. Alojamiento empleado²



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

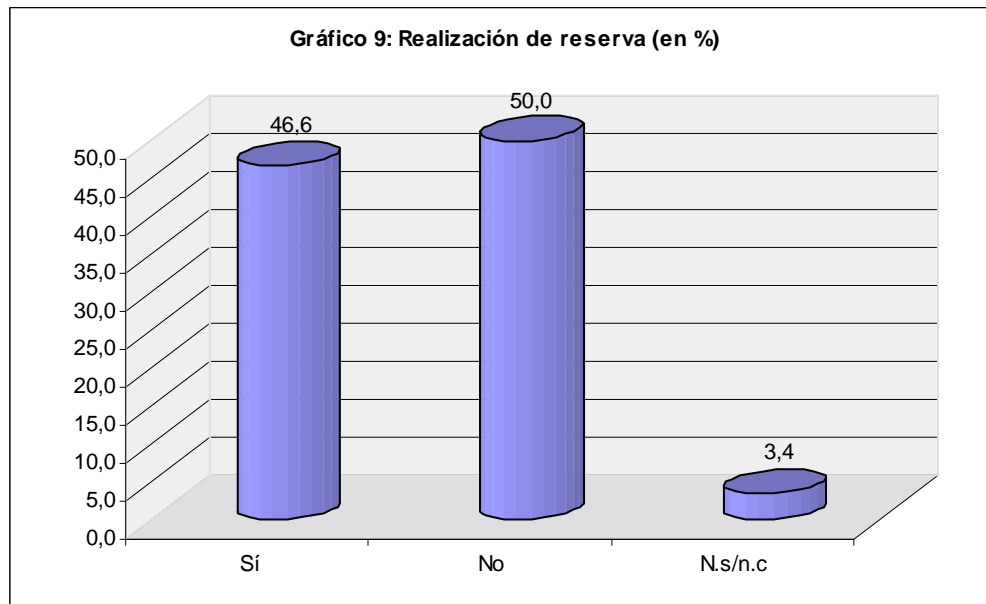
3.3. Medio de transporte utilizado en el viaje al destino vacacional



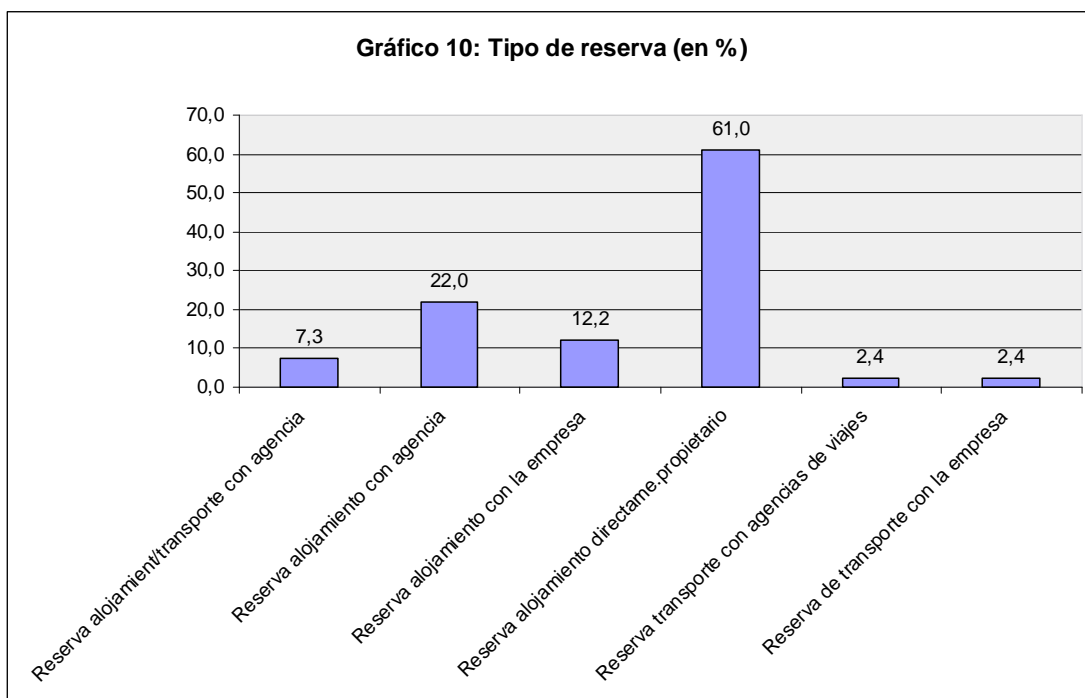
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

² Base: Encuestados que pernoctan en Vall de Pop u otro municipio de la Comunidad Valenciana

3.4. Reservas



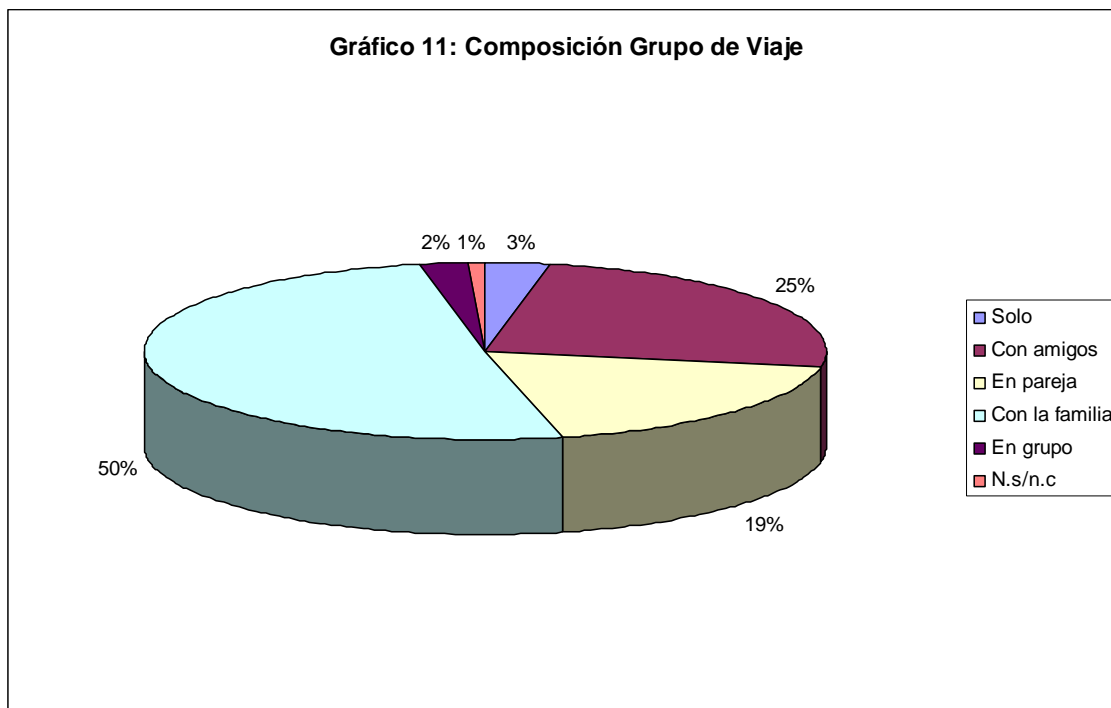
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios³

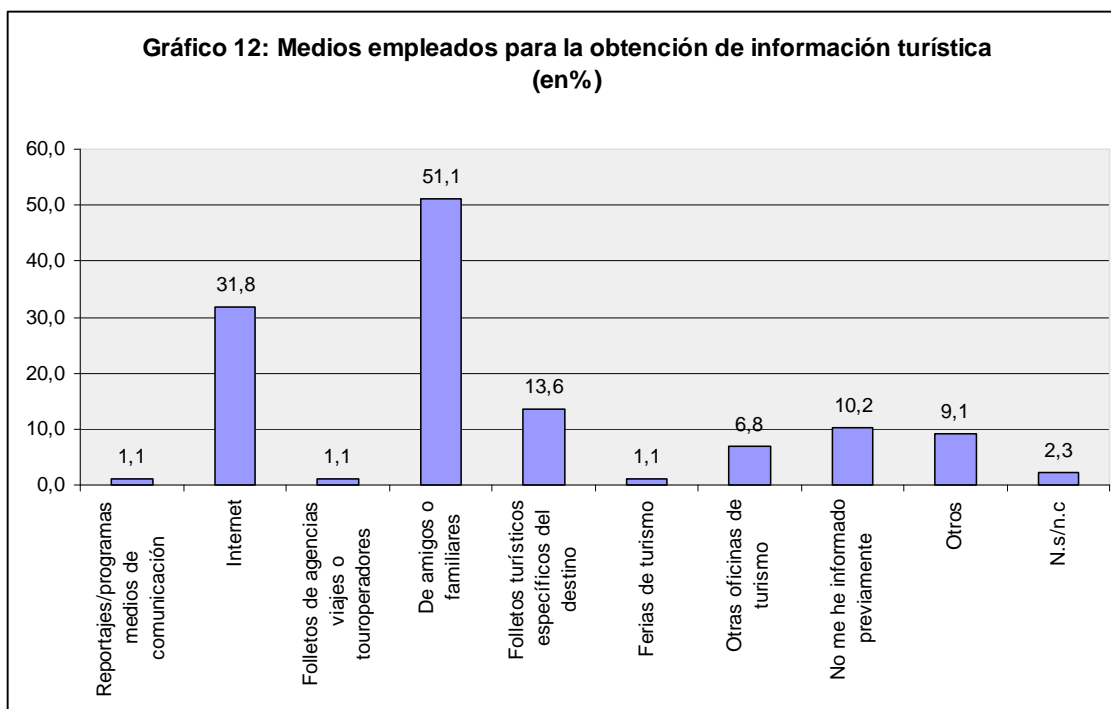
³ Base: encuestados que pernoctan en Vall de Pop u otro municipio de la Comunitat Valenciana que han indicado haber realizado algún tipo de reserva.

3.5. Composición del grupo de viaje



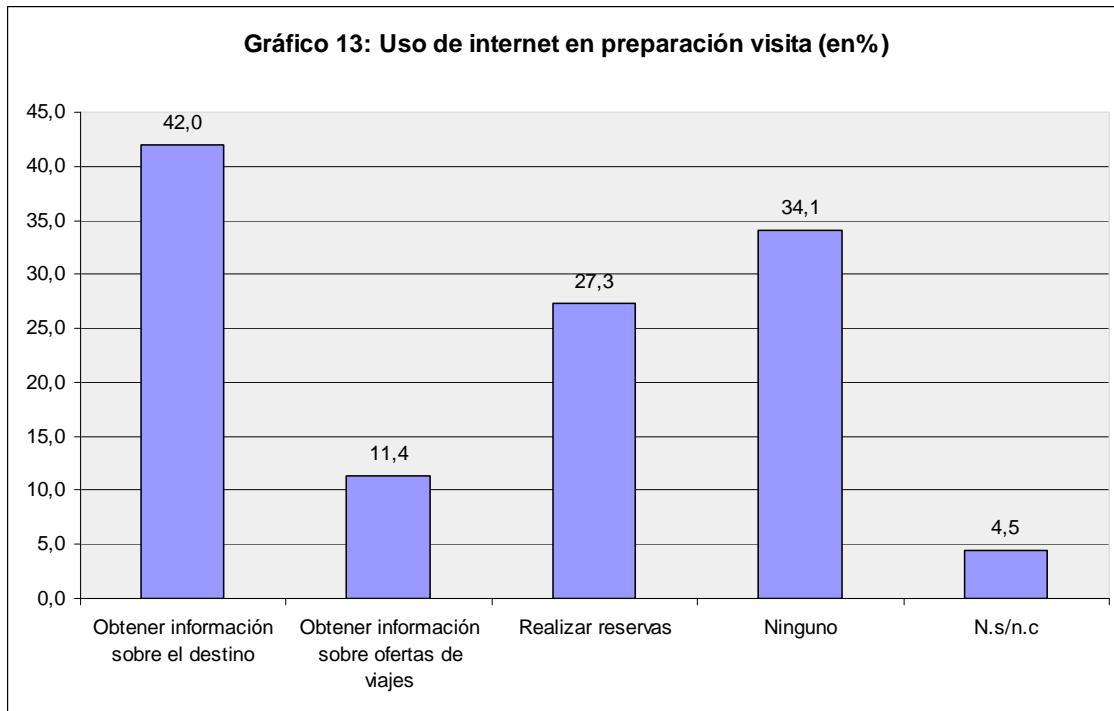
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios⁴

3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Vall de pop

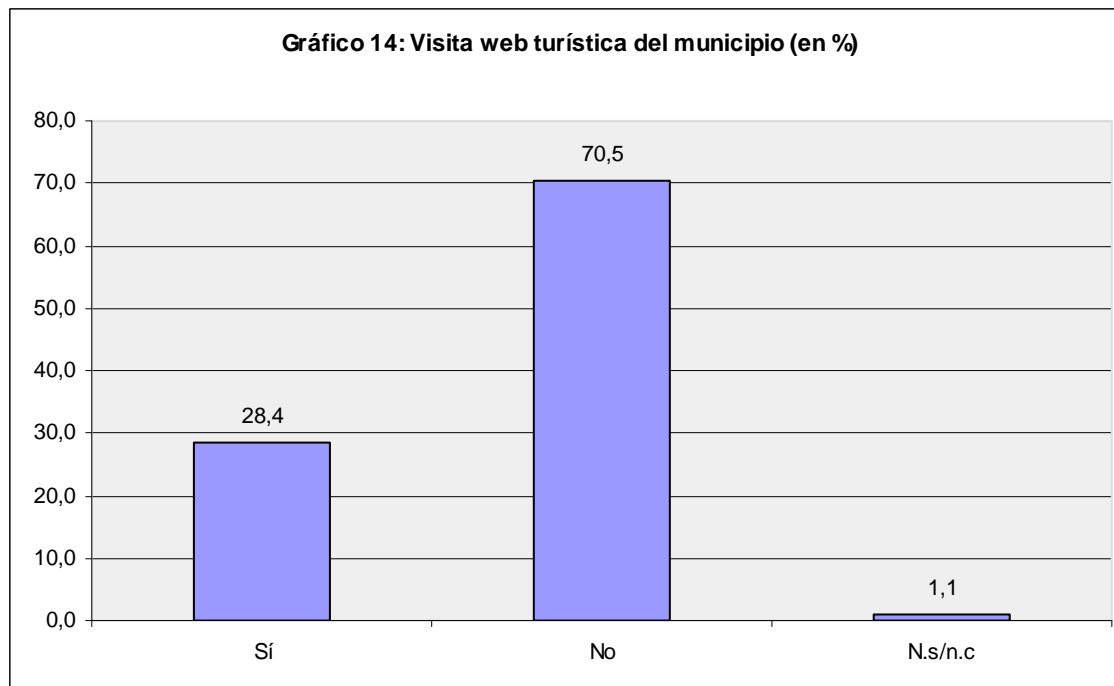


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

⁴ Base: encuestados que pernoctan en Vall de Pop u otro municipio de la Comunitat Valenciana.

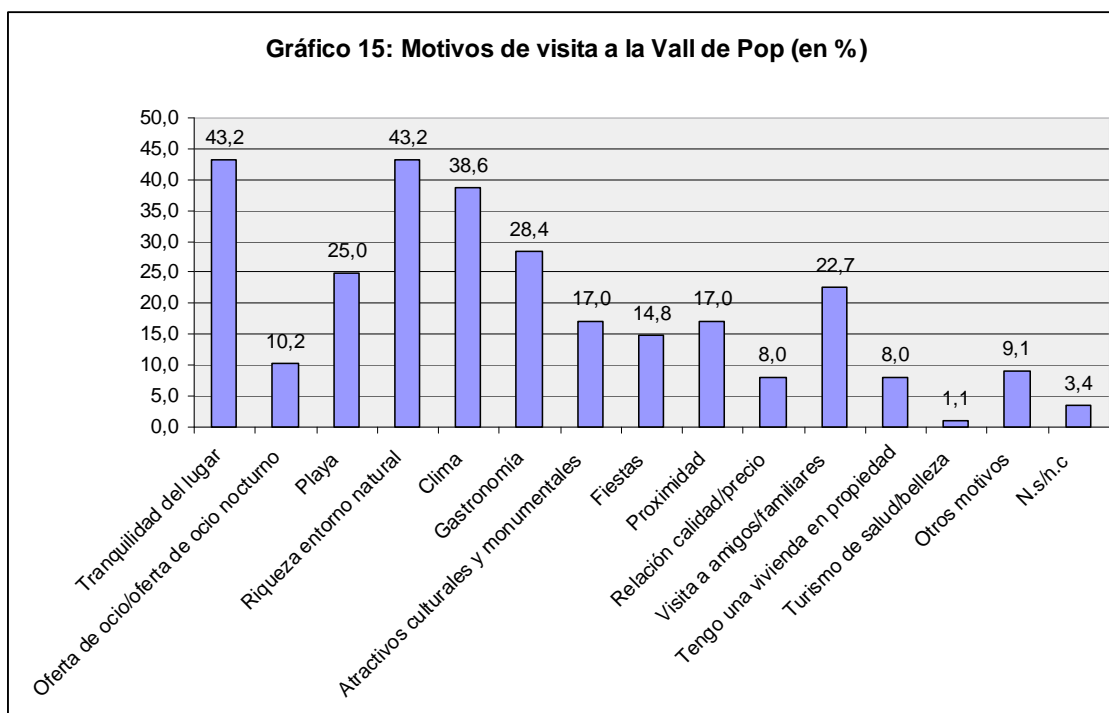


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A LA MANCOMUNIDAD VALL DE POP

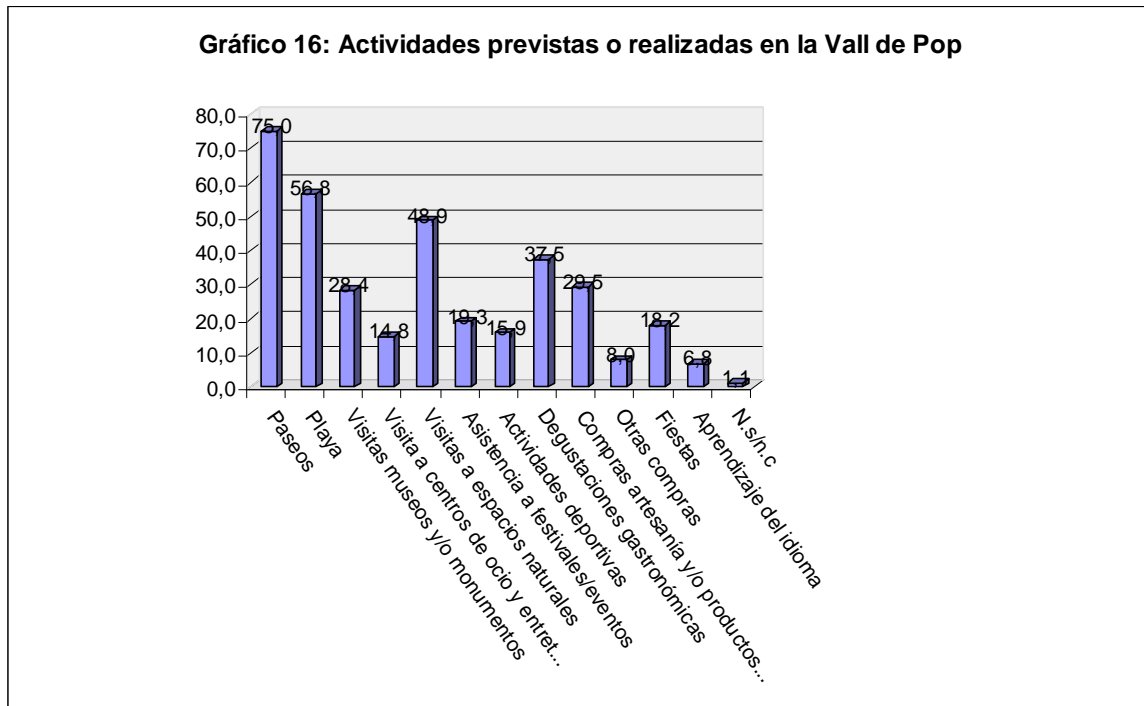
4.1. Principales motivos de la visita a Vall de Pop⁵



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

⁵ 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.

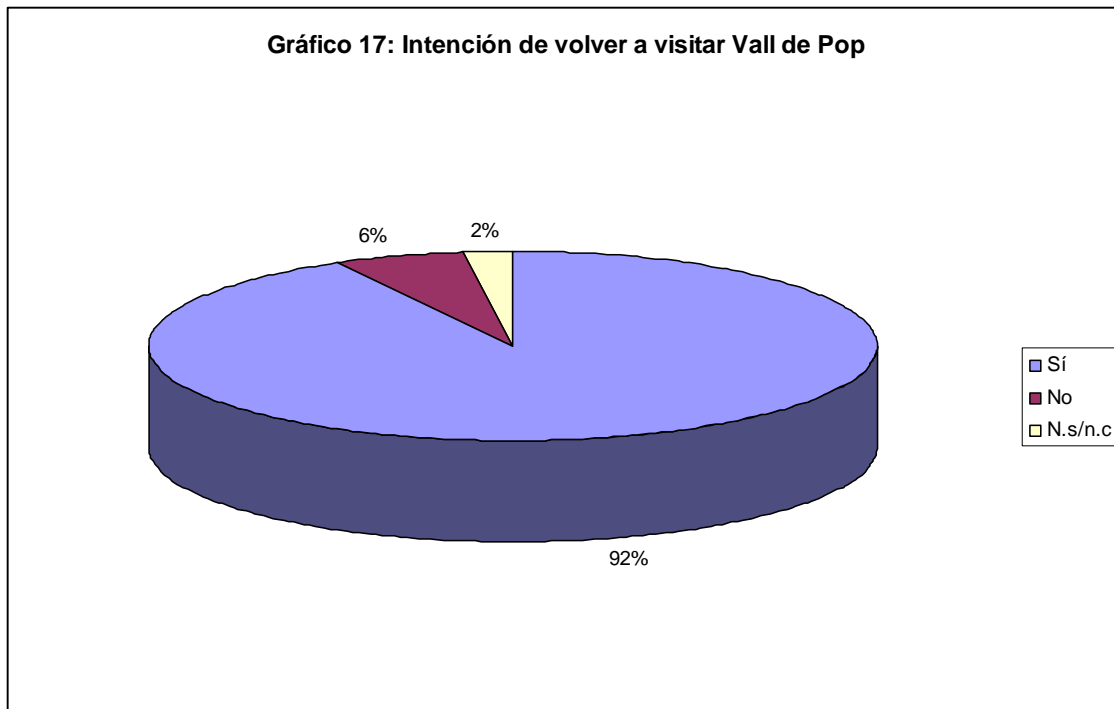
4.2. Actividades previstas o realizadas en Vall de Pop⁶



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

⁶ 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



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

4.4 Satisfacción de expectativas

Los usuarios de Tourist Vall de Pop que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,24 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la Mancomunidad.

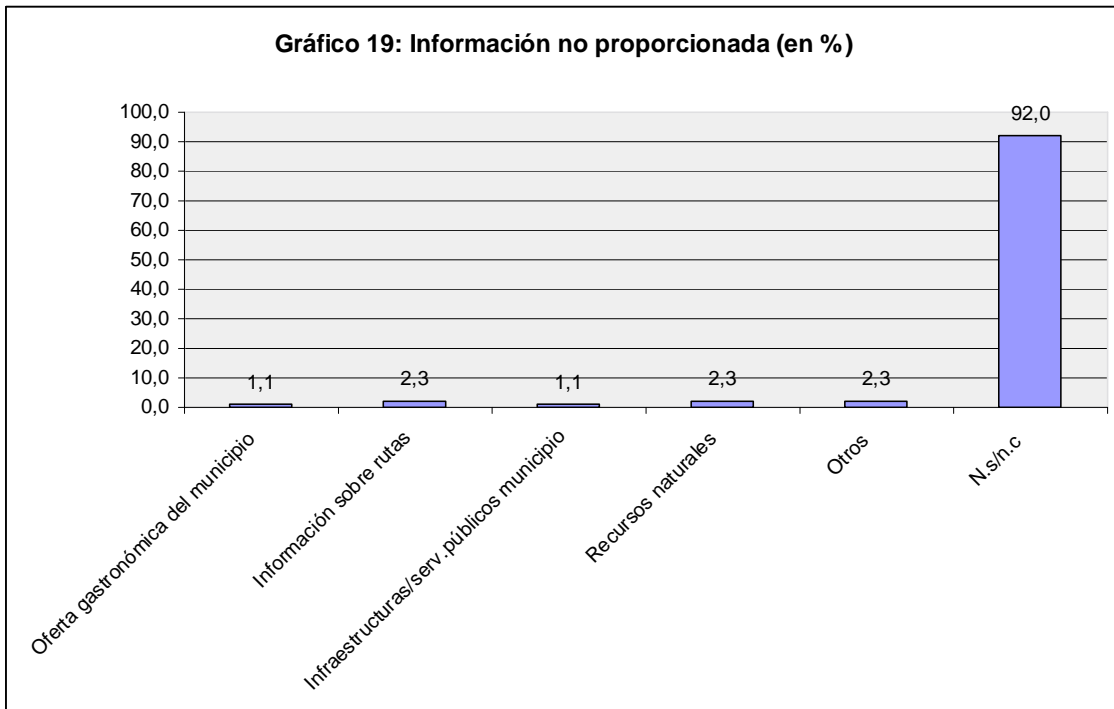
5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA

Tabla 1: Valoración de Tourist Info Vall de Pop por parte del usuario encuestado

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,82
Presencia e imagen del personal	9,82
Tono de voz empleado / amabilidad	9,84
Atención recibida	9,78
Imagen de la oficina	9,60
Ambiente de la oficina	9,66
Localización/accesibilidad de la oficina	9,61
Imagen y estética de folletos y listados	9,63
Material en idiomas	9,24
Horario de atención al público	9,18
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,62
Media total	9,61

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los usuarios de Tourist Info Vall de Pop que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,78 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

6. CONCLUSIONES

1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Más de la mitad de los encuestados residen en el extranjero.
- La muestra corresponde a un 39 % de mujeres y un 46 % de hombres.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 36 y 65 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 69% sobre el total.

2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Un 56,8 % pernocta en Vall de Pop.
- Los encuestados que se alojan en Vall de Pop emplean principalmente la vivienda alquilada, la vivienda en propiedad y la vivienda de amigos o familiares
- El automóvil es el medio de transporte más empleado por la muestra.
- La mitad de encuestados (50%), no han realizado reservas en la preparación de su viaje.
- Del grupo de encuestados que han realizado reserva destacan los que han contactado directamente con el propietario del inmueble (61,0%) y los que han contactado con la agencia para la gestión de la reserva del alojamiento (22%).
- Un 50% de encuestados señalan viajar en familia, un 25% con amigos y un 19% en pareja.
- El principal medio para la obtención de información turística sobre Vall de Pop ha sido a través de amigos y familiares e Internet.
- La muestra ha empleado Internet principalmente para obtener información sobre el destino y realizar reservas.

3. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A LA VALL DE POP

- Los principales motivos de visita de los turistas a La Vall de Pop son la riqueza del entorno natural, la tranquilidad del lugar y el clima.
- Las principales actividades previstas o realizadas por los encuestados que pernoctan en la Mancomunidad son los paseos, la playa y visitar espacios naturales.
- Un 92% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Vall de Pop.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,24 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la Mancomunidad.

4. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO VALL DE POP

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,61 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido la amabilidad esperada por parte del personal y la atención recibida.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,78 puntos sobre 10.

ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Vall de Pop

ÁMBITO DEL ESTUDIO

Vall de Pop

TAMAÑO MUESTRAL

88 cuestionarios válidos.

PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de julio de 2011 hasta el 15 de septiembre de 2011.

TÉCNICA UTILIZADA

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

TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Vall de Pop.

ERROR MUESTRAL

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