

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benicàssim-Casa Abadía  
(de Enero a Junio de 2013)**

**1. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA**

**2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**

2.1. Lugar de residencia

2.2. Sexo

2.3. Edad

2.4. Nivel estudios

**3. VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM**

**4. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST  
INFO BENICÀSSIM CASA ABADÍA**

**5. 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 las propias oficinas de la red y aplicar los resultados en programas de mejora de calidad.

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.

Evaluar el nivel de calidad de las oficinas que componen la red *Tourist Info*.

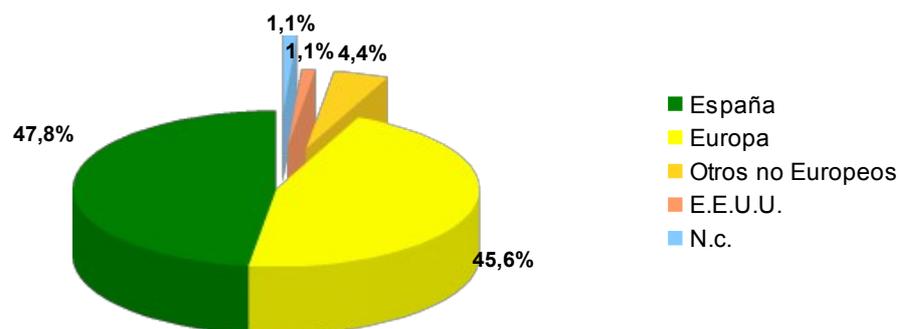
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron *Tourist Info* Benicàssim-Casa Abadía durante los meses de enero a junio del año 2013. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del 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

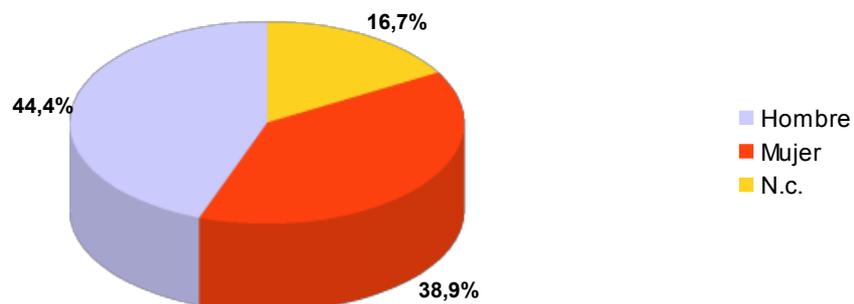
GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

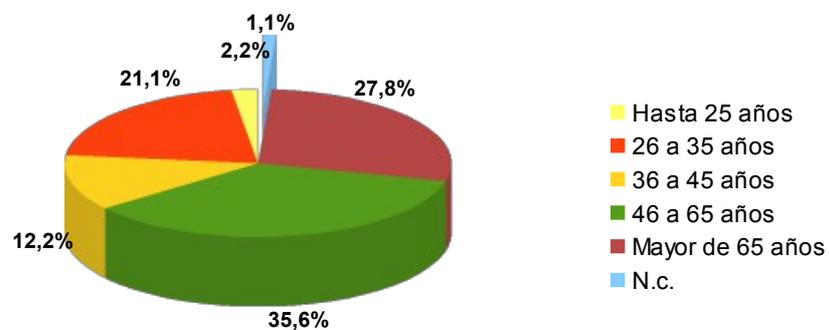
GRÁFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.3. Edad

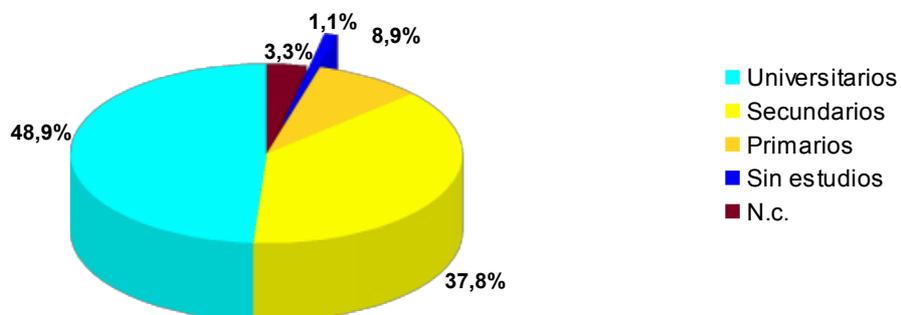
GRÁFICO 3: EDAD



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.4. Nivel de estudios

GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

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

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,16 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benicàssim-Casa Abadía por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,84
Presencia e imagen del personal	9,78
Tono de voz empleado / amabilidad	9,89
Atención recibida	9,87
Imagen de la oficina	9,59
Ambiente de la oficina	9,71
Localización/accesibilidad de la oficina	9,38
Imagen y estética del material informativo	9,58
Oferta de información en idiomas	9,57
Horario de atención al público	9,61
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,74
<b>Media total</b>	<b>9,69</b>

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,81 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

## 5. CONCLUSIONES

### 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- El 47,8% de los encuestados residen en España y el 45,6% en Europa.
- La muestra corresponde a un 44,4% de hombres y un 38,9% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 46 y 65 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 48,9% sobre el total.

### 2. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,16 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

### 3. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENICÀSSIM CASA ABADÍA

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,69 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido el tono de voz y la amabilidad recibida por el personal.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,81 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benicàssim.

### TAMAÑO MUESTRAL

90 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de enero hasta el 30 de junio de 2013.

### TÉCNICA UTILIZADA

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

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproxi-  
mación.

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benicàssim-Casa Abadía  
(VERANO 2013)**

## **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 Benicàssim

3.7 Uso de smartphones o tablets con acceso a Internet

## **4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM**

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 BENICÀSSIM CASA ABADÍA**

## **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 2013 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***.

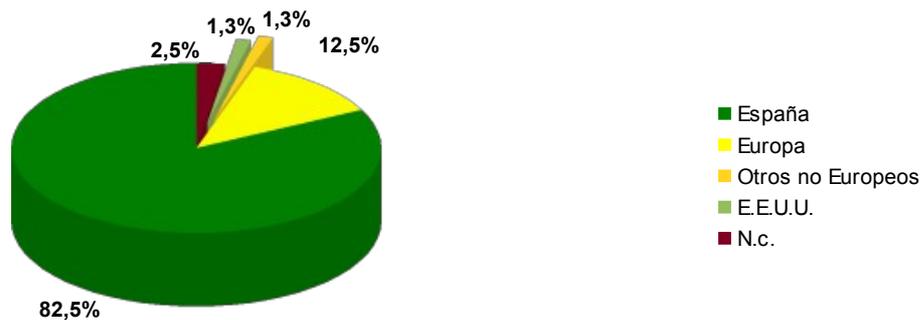
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron Tourist Info Benicàssim-Casa Abadía dentro del período de encuestado. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de las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

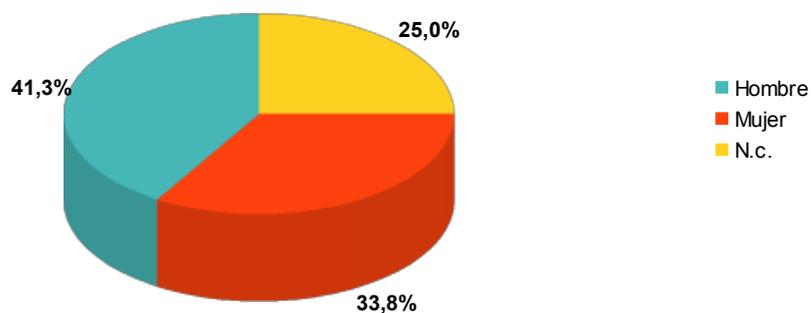
GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

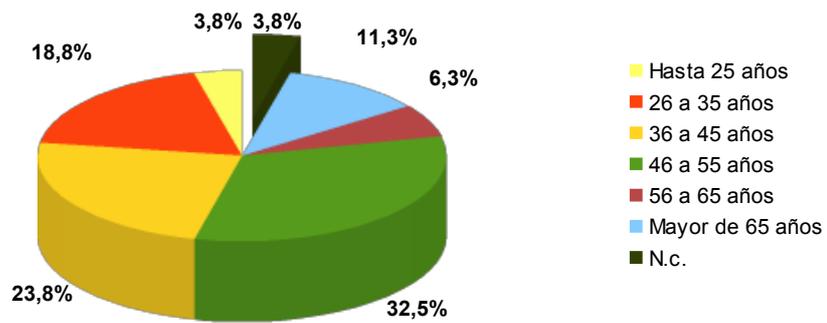
GRÁFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.3. Edad

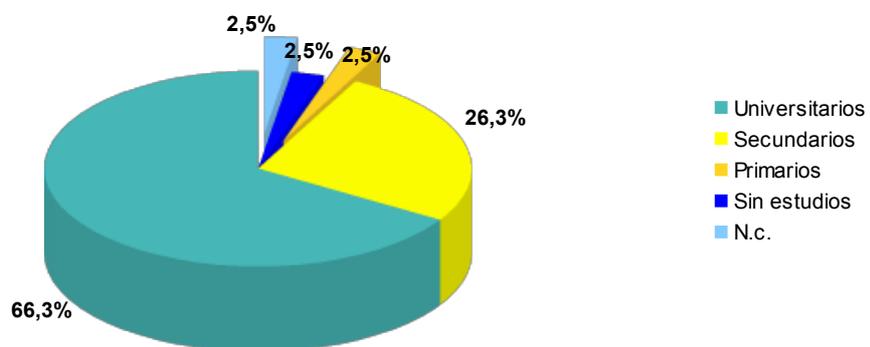
**GRÁFICO 3: EDAD**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.4. Nivel de estudios

**GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS**

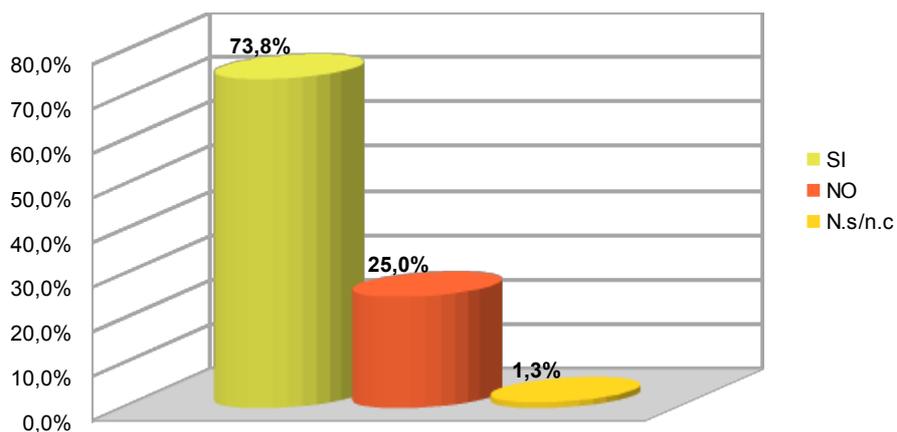


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

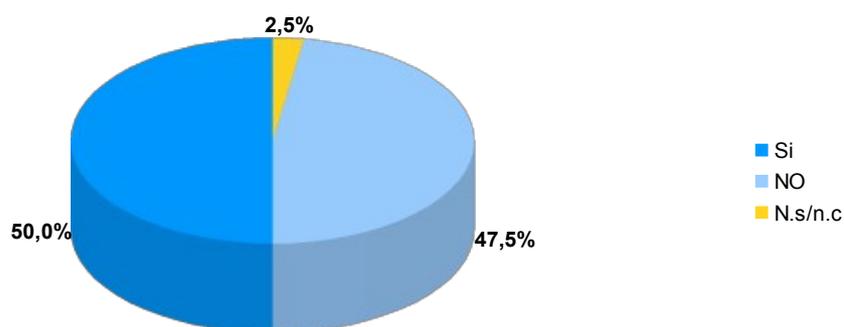
#### 3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

**GRÁFICO 5: DISFRUTA ESTANCIA OCIO/VACACIONES EN BENICÀSSIM**



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

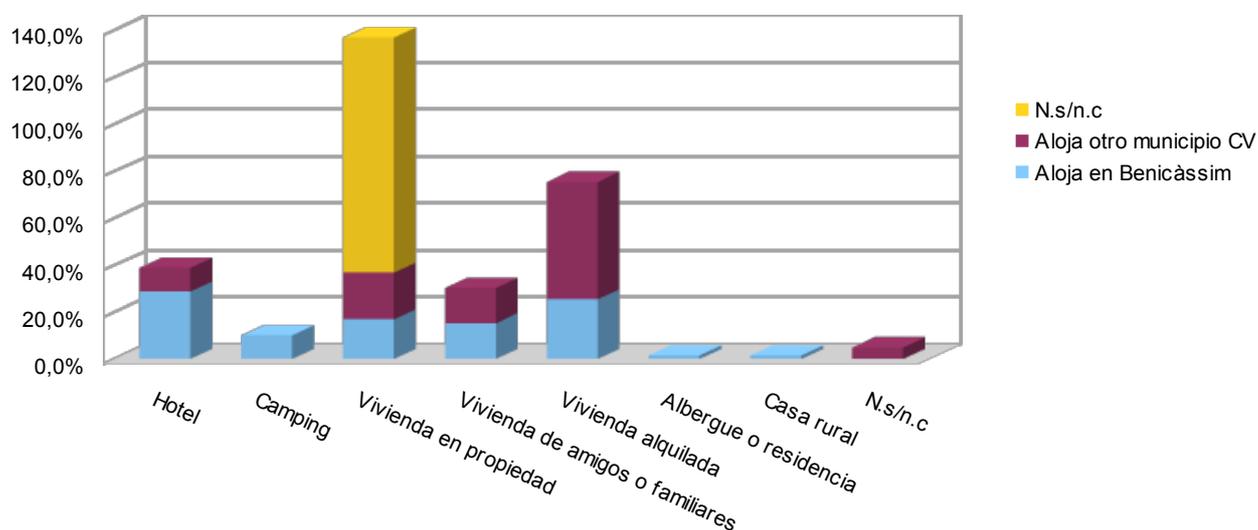
**GRÁFICO 6: VISITAS WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPIO**



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

### 3.2. Alojamiento empleado<sup>1</sup>

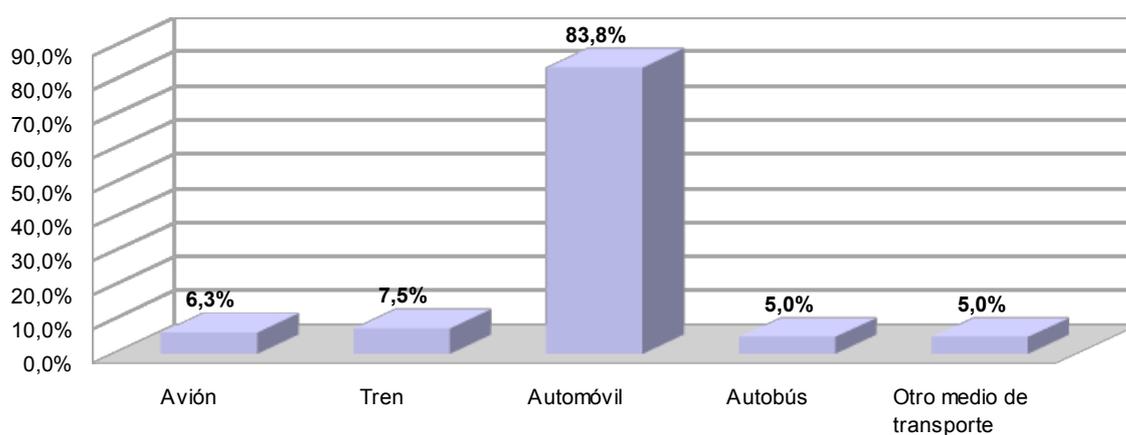
**GRÁFICO 7: ALOJAMIENTO EMPLEADO**



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**

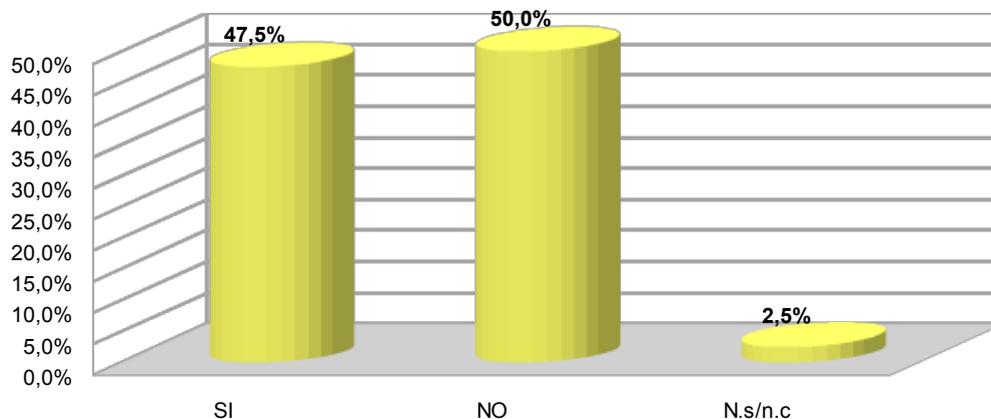


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>1</sup>Base: Encuestados que pernoctan en Benicàssim u otro municipio de la Comunidad Valenciana

### 3.4. Reservas

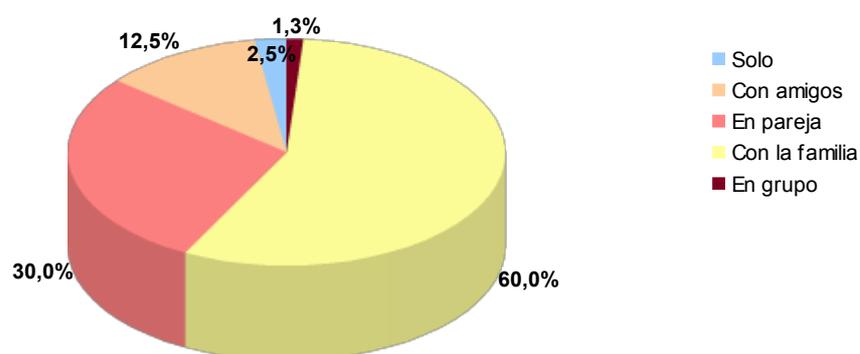
**GRÁFICO 9: REALIZACIÓN DE RESERVA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3.5. Composición del grupo de viaje

**GRÁFICO 10: COMPOSICIÓN GRUPO DE VIAJE**

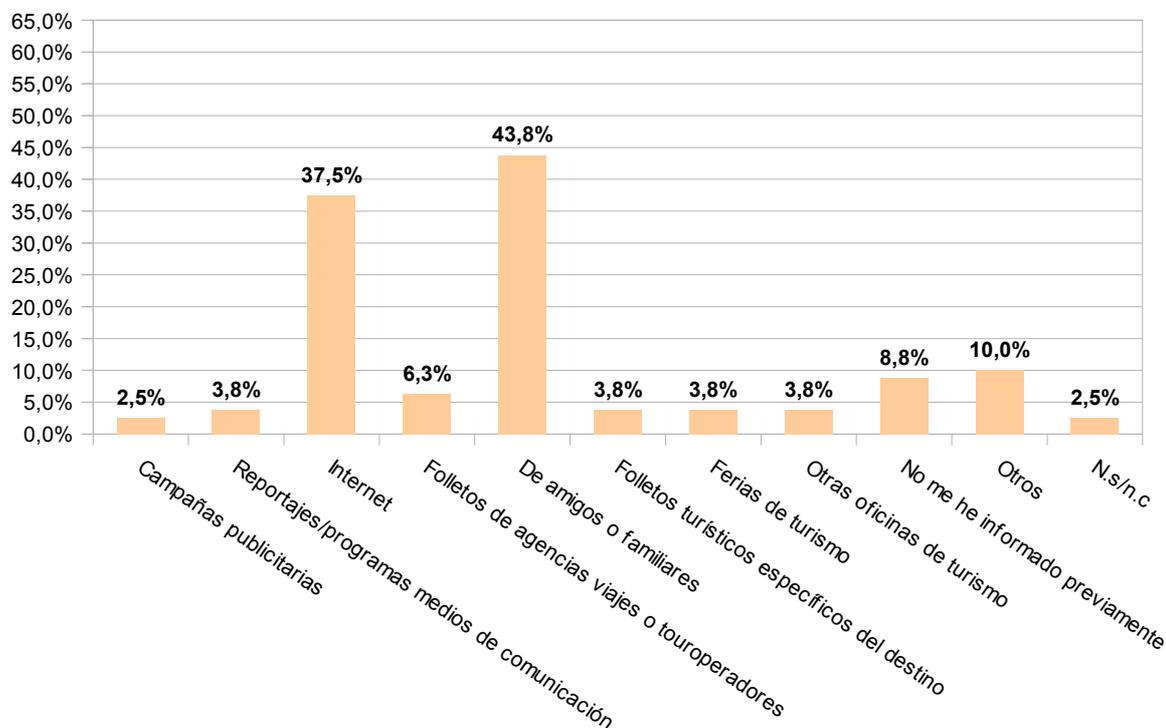


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>2</sup>

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

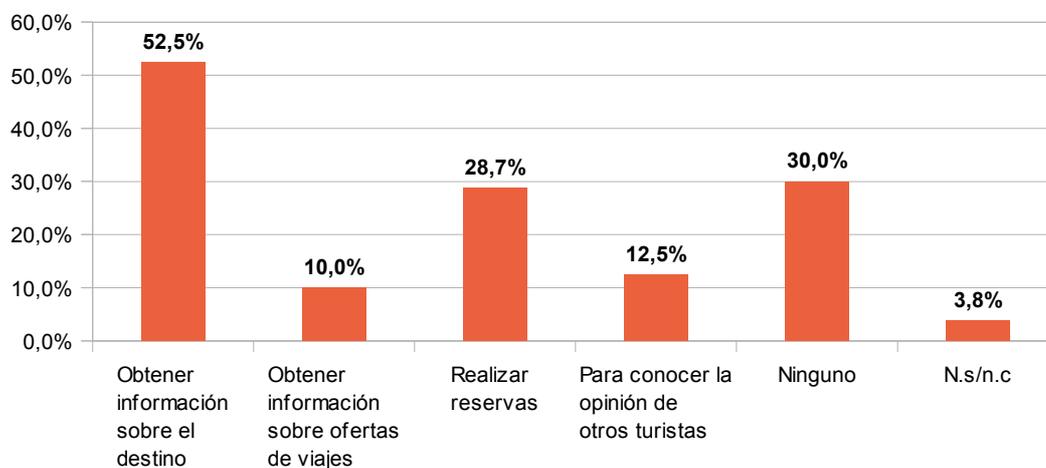
### 3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Benicàssim

**GRÁFICO 11: MEDIOS EMPLEADOS PARA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

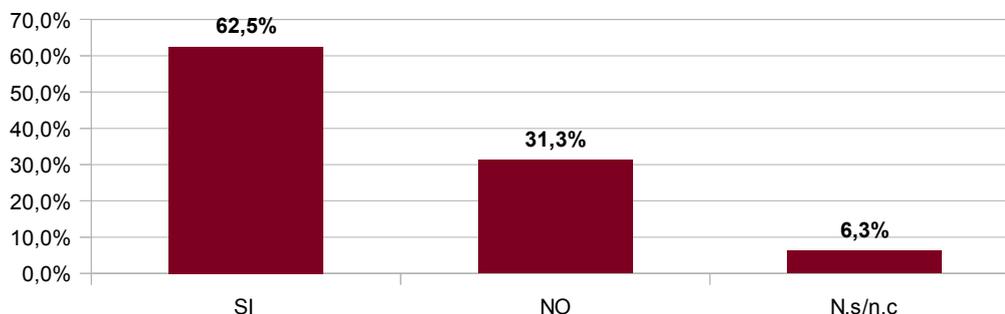
**GRÁFICO 12: USO DE INTERNET EN PREPARACIÓN VISITA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

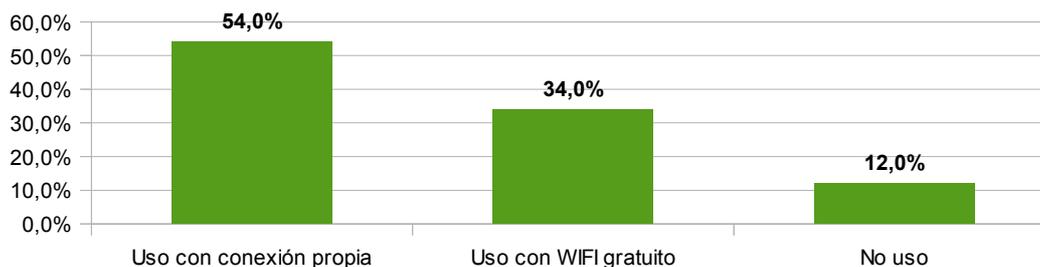
### 3.7. Uso de smartphone o tablets con acceso a Internet

**GRÁFICO 13: USO DE SMARTPHONE O TABLETS**



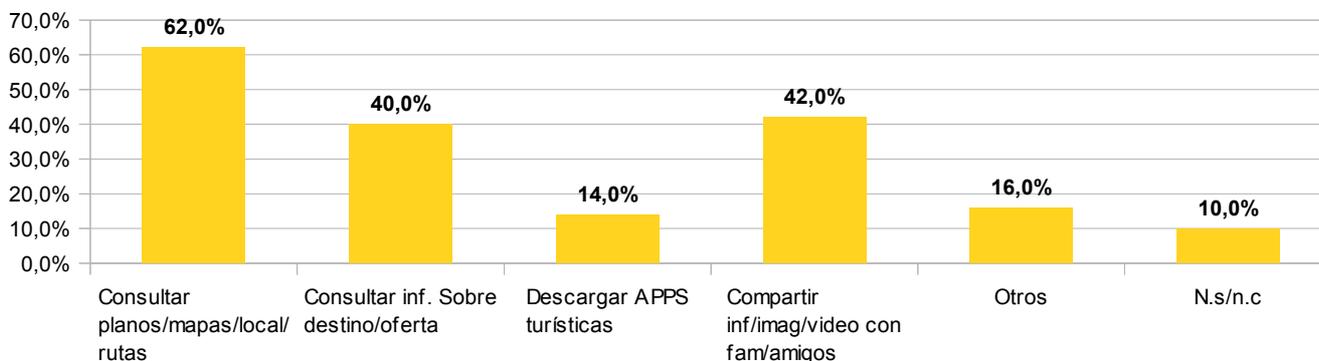
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 14: MODO DE USO DE DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



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

**GRÁFICO 15: UTILIDAD DE LOS DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



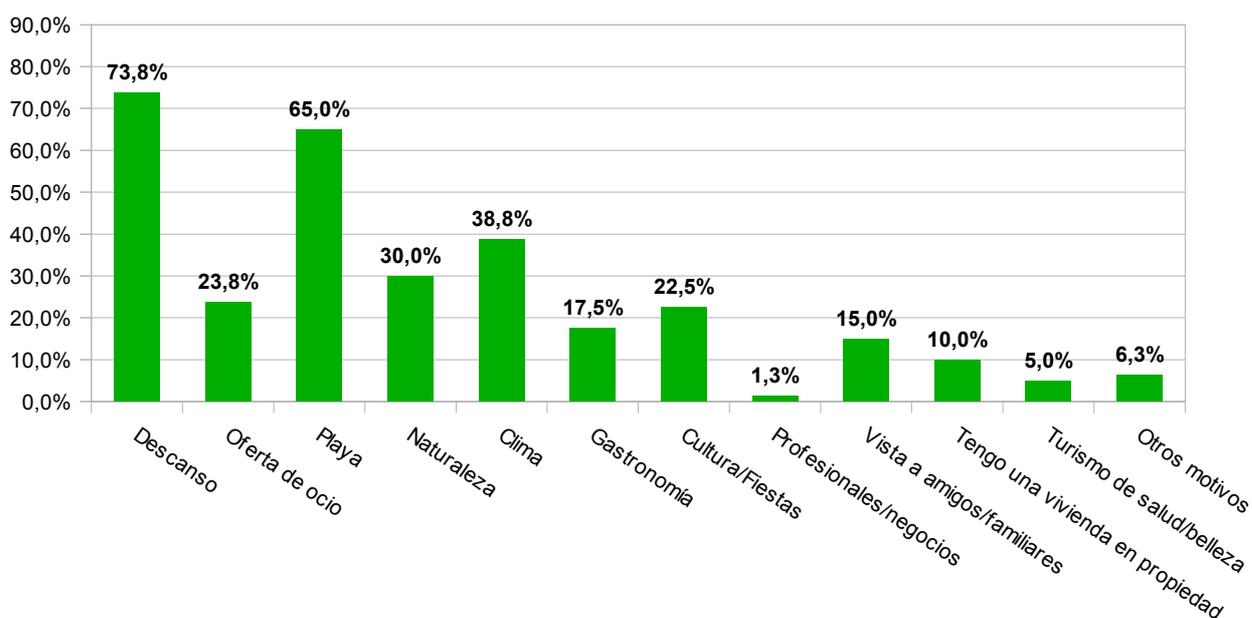
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Base: encuestados que son usuarios de smartphone o tablet con conexión a internet.

## 4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

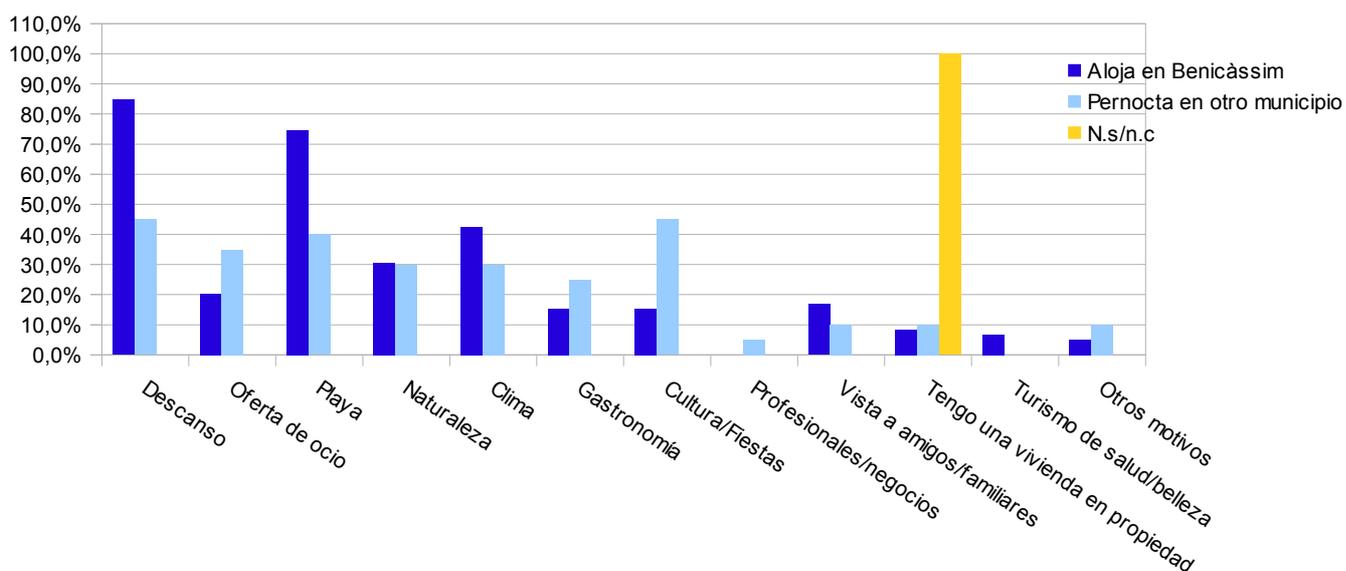
### 4.1. Principales motivos de la visita a Benicàssim<sup>4</sup>

GRÁFICO 16: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

GRÁFICO 17: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM

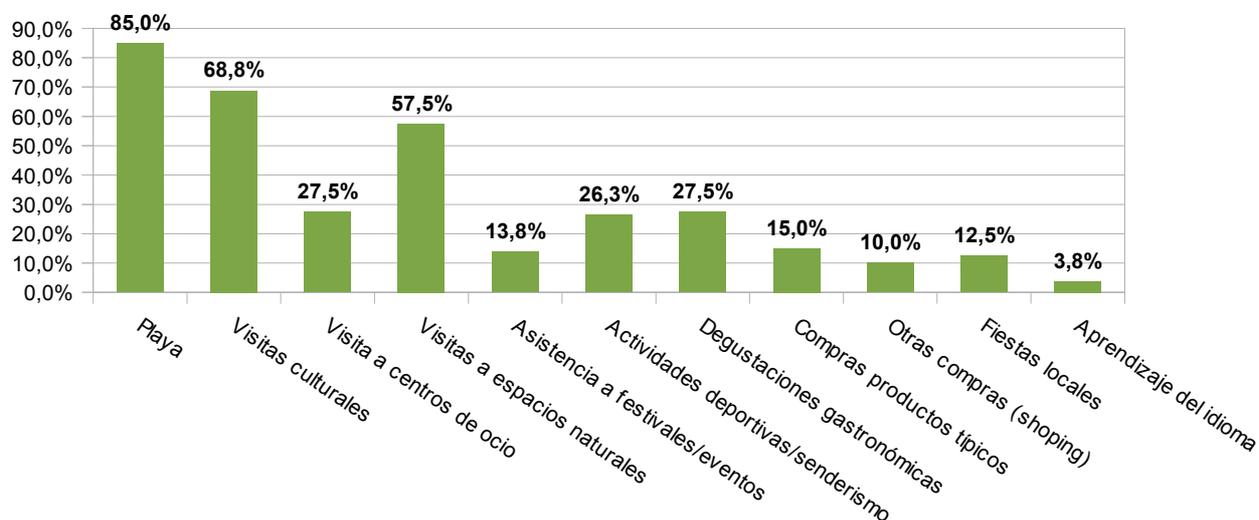


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>4</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.

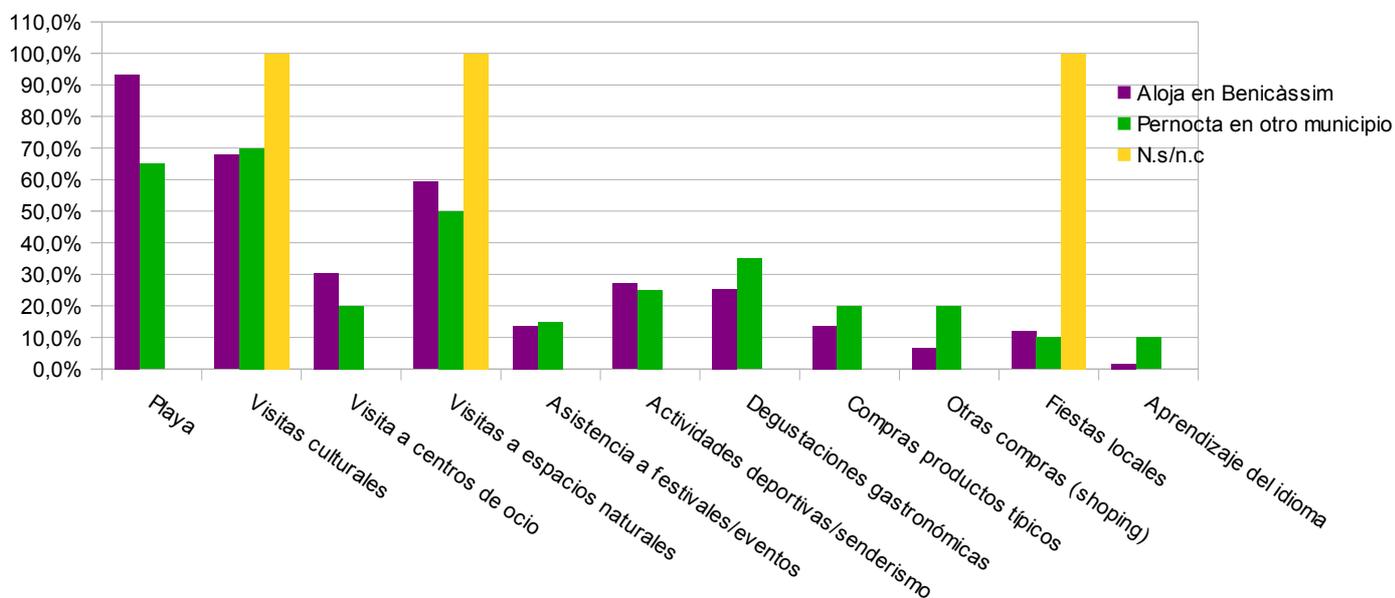
4.2. Actividades previstas o realizadas en Benicàssim<sup>5</sup>

**GRÁFICO 18: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 19: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**

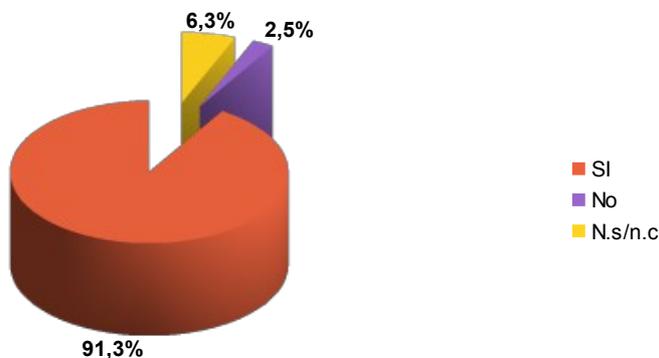


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

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

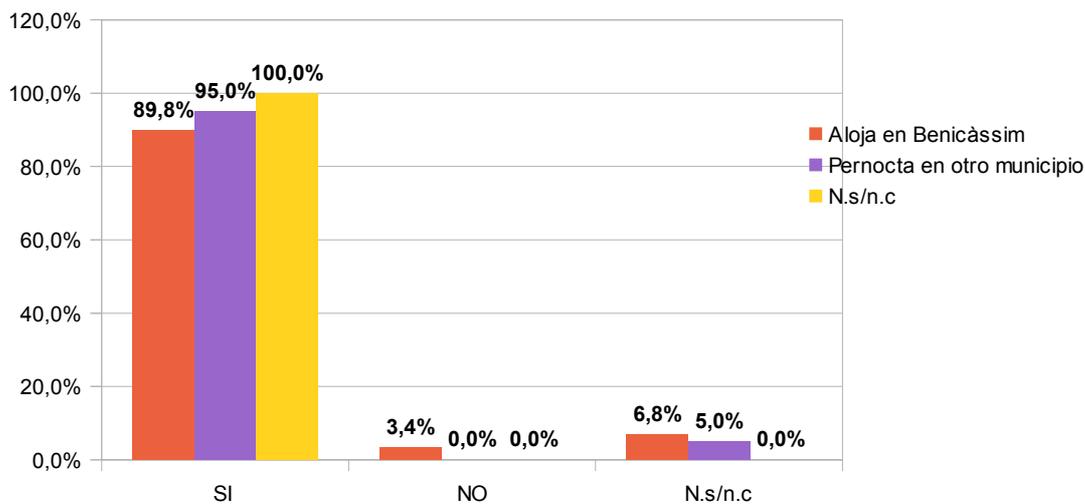
### 4.3. Fidelidad al destino

**GRÁFICO 20: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 21: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 4.4 Satisfacción de expectativas

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,17 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

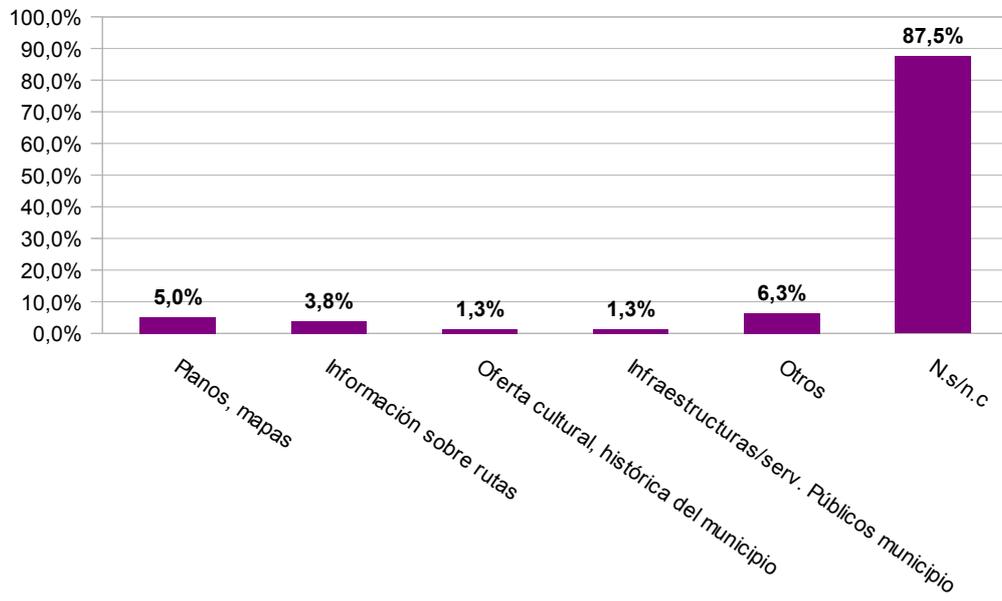
**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benicàssim-Casa Abadía por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,75
Presencia e imagen del personal	9,81
Tono de voz empleado / amabilidad	9,80
Atención recibida	9,74
Imagen de la oficina	9,63
Ambiente de la oficina	9,66
Localización/accesibilidad de la oficina	9,43
Imagen y estética del material informativo	9,58
Oferta de información en idiomas	9,62
Horario de atención al público	9,40
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,74
<b>Media total</b>	<b>9,65</b>

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,69 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

**GRÁFICO 22: INFORMACIÓN NO PROPORCIONADA**



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

## 6. CONCLUSIONES

### 4. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- El 82,5% de los encuestados residen en España.
- La muestra corresponde a un 41,3% de hombres y un 33,8% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es de 46 a 55 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 66,3% sobre el total.

### 5. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- El 73,8% de los usuarios encuestados pernocta en Benicàssim.
- Los encuestados que se alojan en Benicàssim emplean el Hotel y la vivienda alquilada como medio de alojamiento.
- El automóvil es el medio de transporte más empleado, por un 83,8% de la muestra.
- Un 50,0% indicó no haber realizado ningún tipo de reserva en la preparación de su viaje.
- Los viajeros encuestados, mayoritariamente viajan en familia un 60,0%, un 30,0% con su pareja y un 12,5% con amigos.
- Los principales canales de información empleados para informarse sobre el destino visitado, fueron amigos y familiares (43,8%), y en segundo lugar Internet (37,5%).
- Internet es una herramienta utilizada de manera creciente, 52,5% de los encuestados recabo información sobre el destino a través de este medio.
- El 50% de los encuestados han visitado la página web del municipio.
- El 62,5% de los encuestados es usuario de dispositivos tipo smartphone o tablet, y de ellos 54,0% manifiesta que lo utiliza durante su visita con conexión propia a Internet y el 34,0% indica que utiliza Wifi gratuito.

### 6. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

- El principal motivo de visita a Benicàssim es el descanso con un 73,8%.

- La principal actividad prevista o practicada por los encuestados es la playa.
- Un 91,3% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benicàssim.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,17 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

#### **7. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENICÀSSIM CASA ABADÍA**

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,65 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido la presencia e imagen del personal.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,69 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benicàssim.

### TAMAÑO MUESTRAL

80 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de julio de 2013 hasta el 15 de septiembre de 2013.

### TÉCNICA UTILIZADA

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

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproxi-  
mación.

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benicàssim-Heliópolis  
(VERANO 2013)**

## **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 Benicàssim

3.7 Uso de smartphones o tablets con acceso a Internet

## **4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM**

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 BENICÀSSIM HELIÓPOLIS**

## **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 2013 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***.

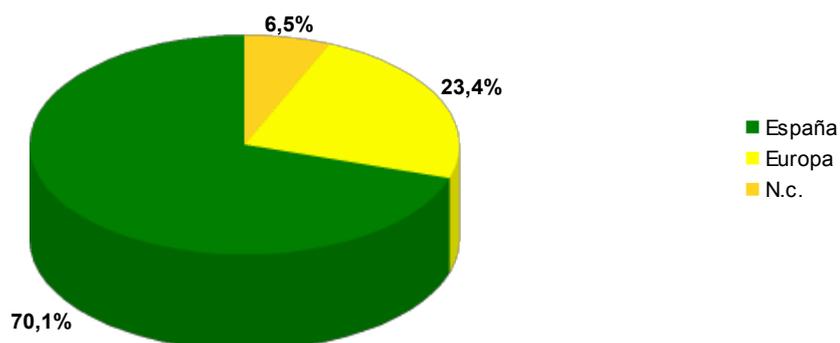
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron Tourist Info Benicàssim-Heliópolis dentro del período de encuestado. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de las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

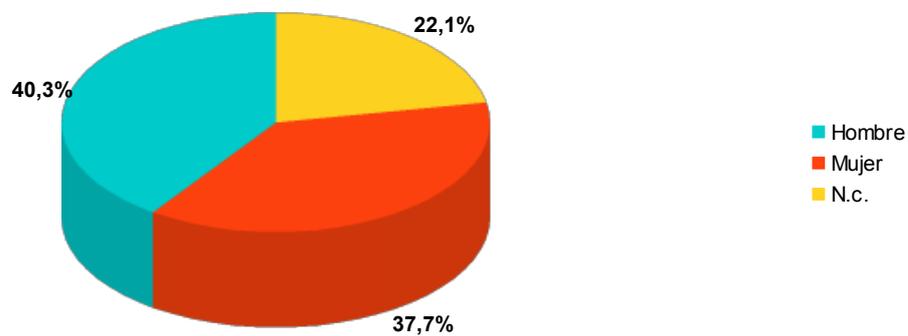
GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

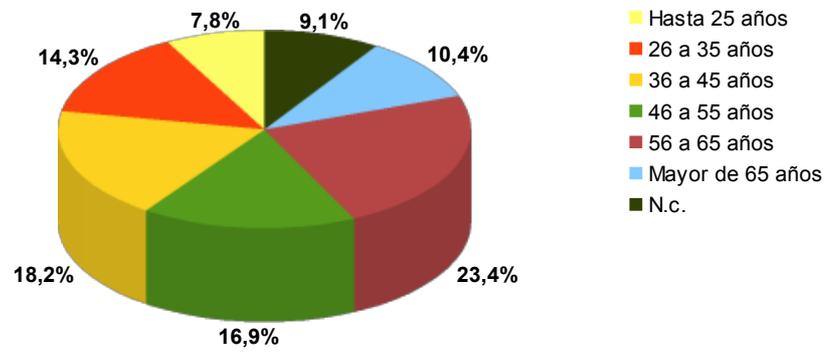
GRÁFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.3. Edad

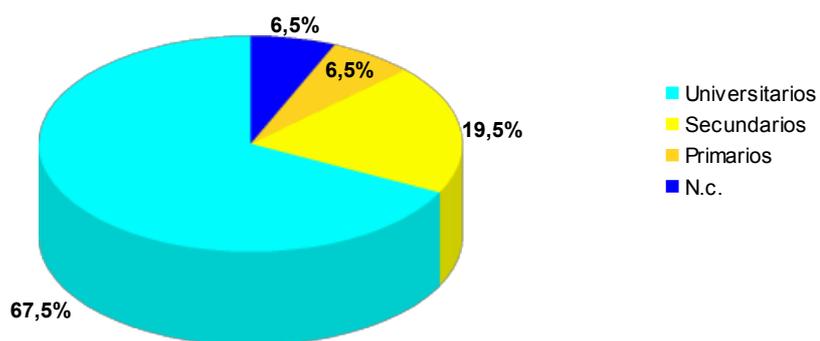
**GRÁFICO 3: EDAD**



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

### 2.4. Nivel de estudios

**GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS**

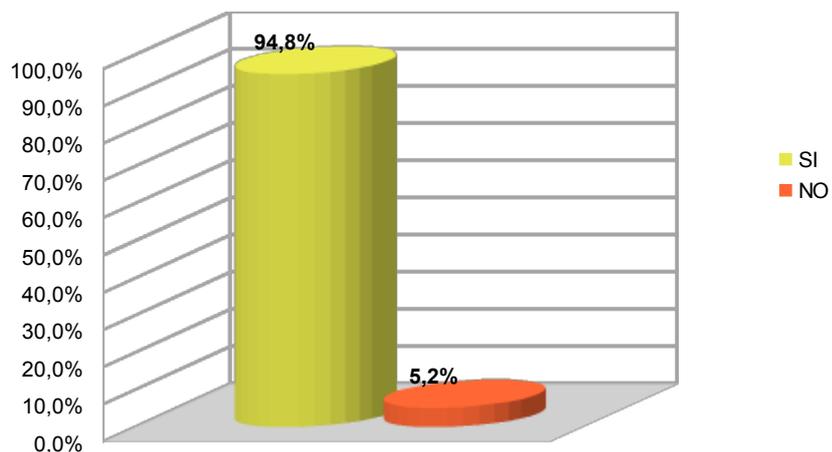


*FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios*

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

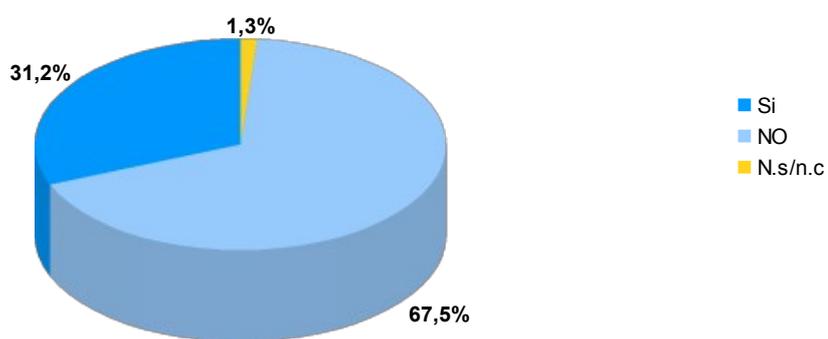
#### 3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

**GRÁFICO 5: DISFRUTA ESTANCIA OCIO/VACACIONES EN BENICÀSSIM**



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

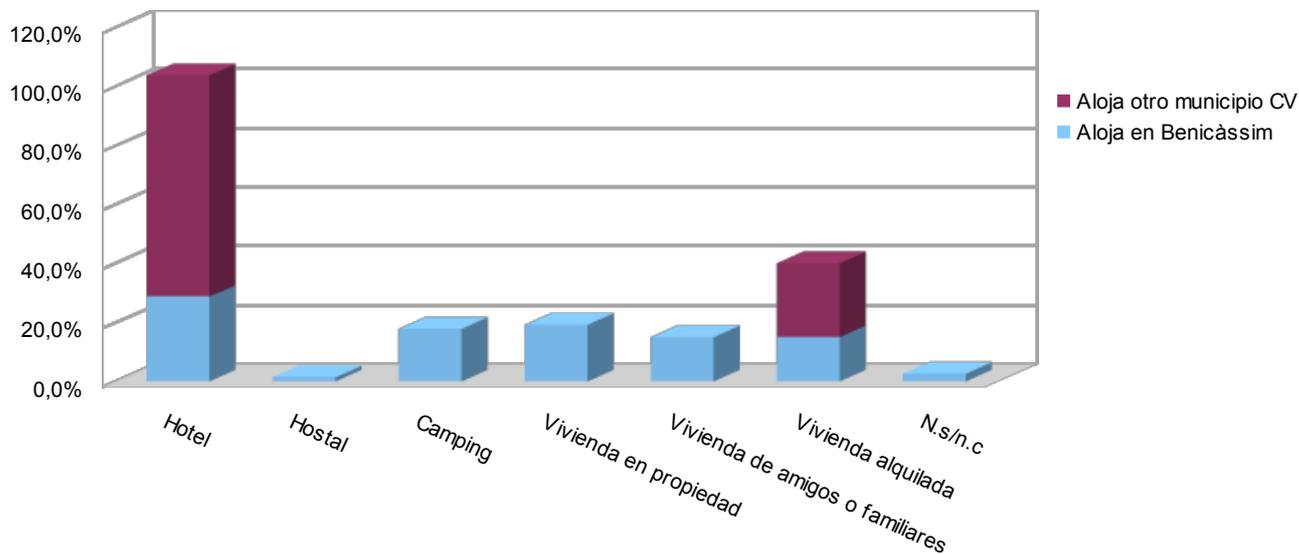
**GRÁFICO 6: VISITAS WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPIO**



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

### 3.2. Alojamiento empleado<sup>6</sup>

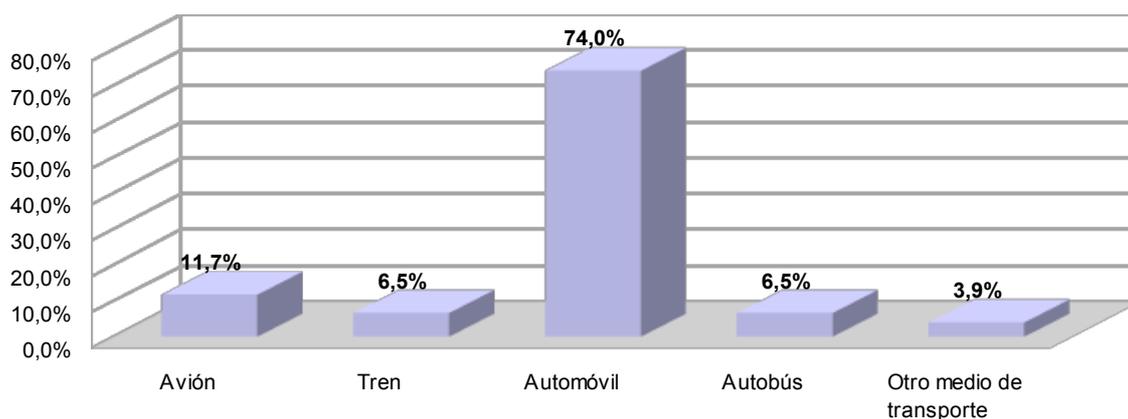
**GRÁFICO 7: ALOJAMIENTO EMPLEADO**



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**

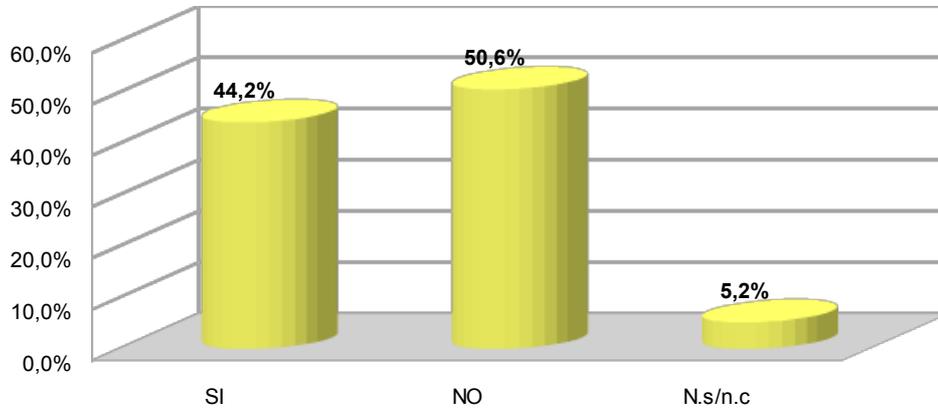


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>6</sup>Base: Encuestados que pernoctan en Benicàssim u otro municipio de la Comunidad Valenciana

### 3.4. Reservas

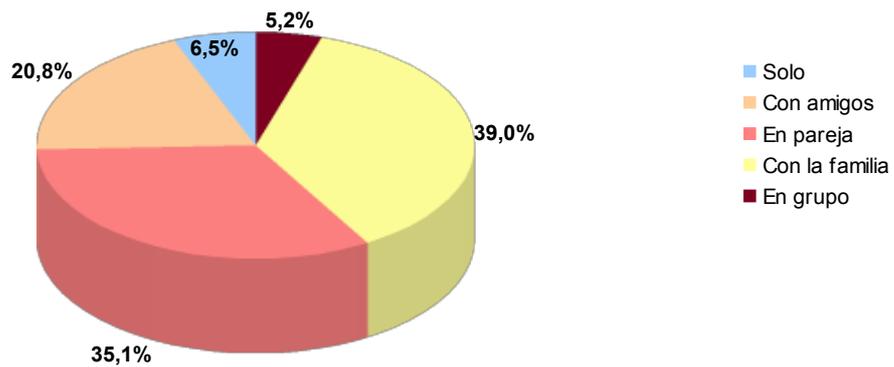
**GRÁFICO 9: REALIZACIÓN DE RESERVA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3.5. Composición del grupo de viaje

**GRÁFICO 10: COMPOSICIÓN GRUPO DE VIAJE**

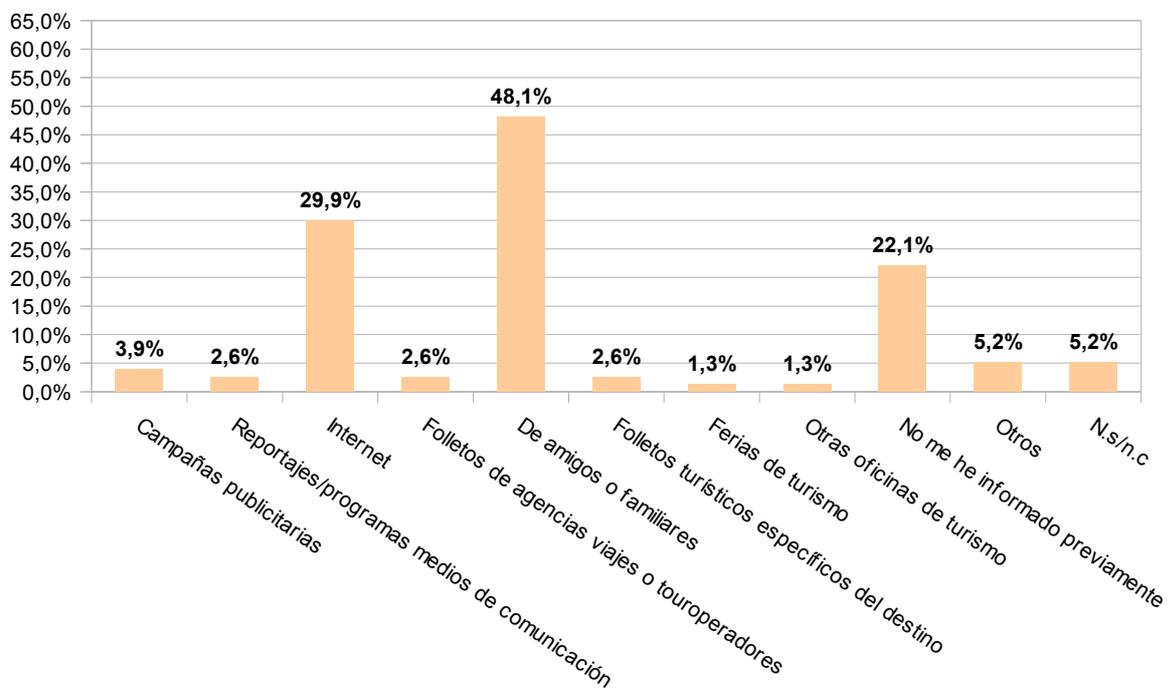


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Base: encuestados que pernoctan en Benicàssim u otro municipio de la Comunidad Valenciana

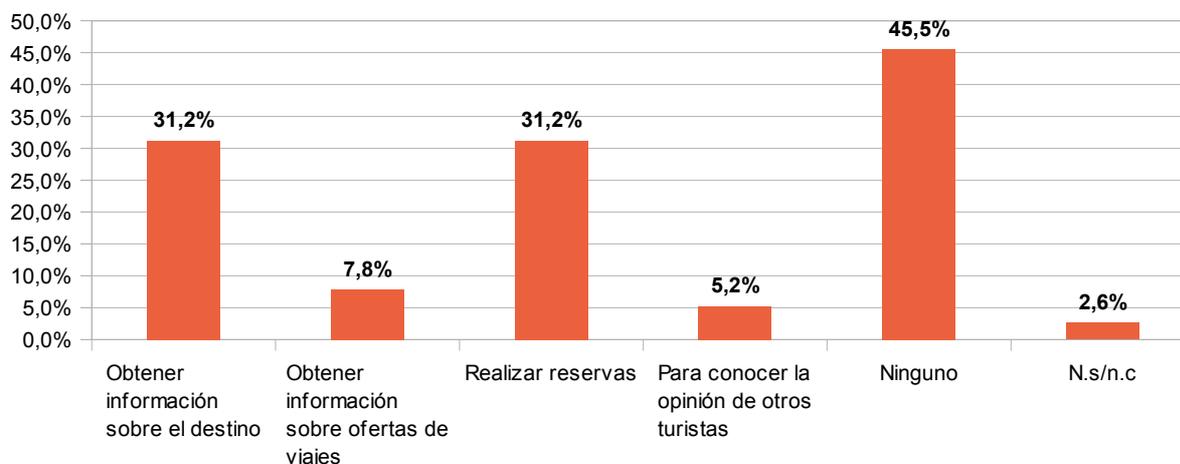
### 3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Benicàssim

**GRÁFICO 11: MEDIOS EMPLEADOS PARA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

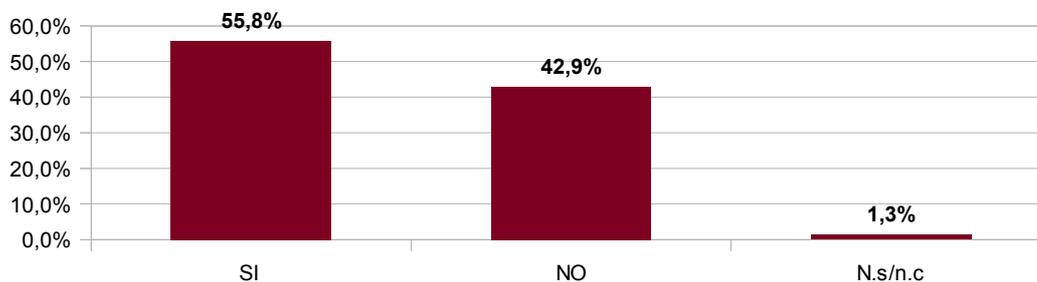
**GRÁFICO 12: USO DE INTERNET EN PREPARACIÓN VISITA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

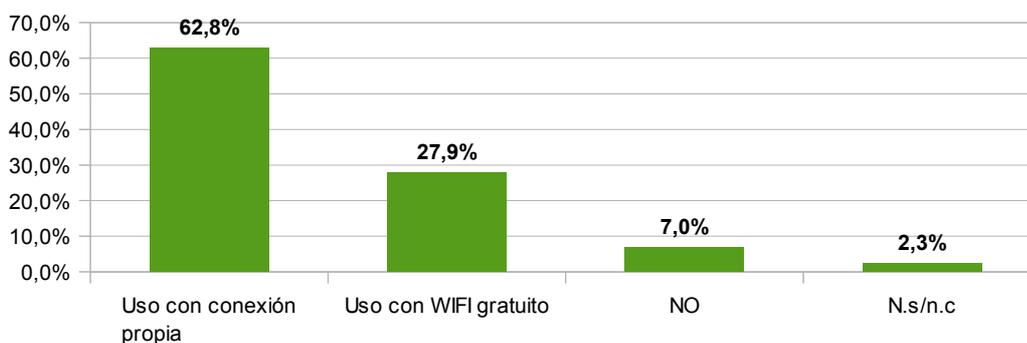
### 3.7. Uso de smartphone o tablets con acceso a Internet

**GRÁFICO 13: USO DE SMARTPHONE O TABLETS**



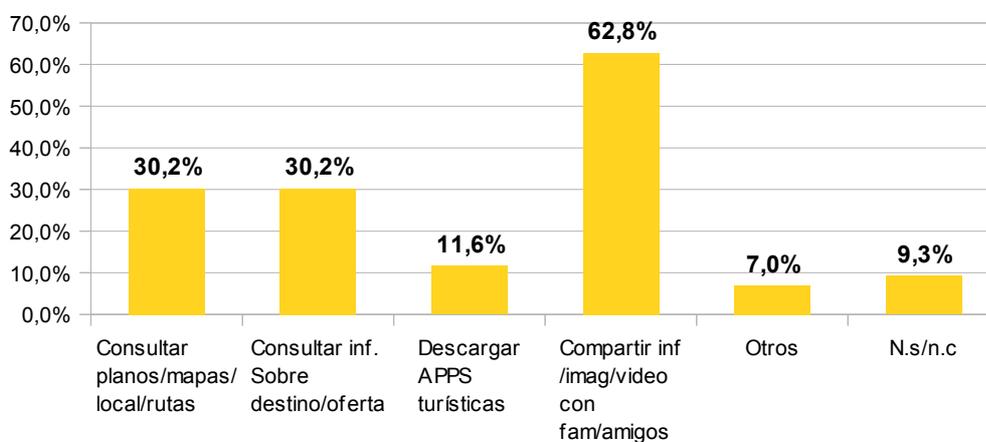
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 14: MODO DE USO DE DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>8</sup>

**GRÁFICO 15: UTILIDAD DE LOS DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



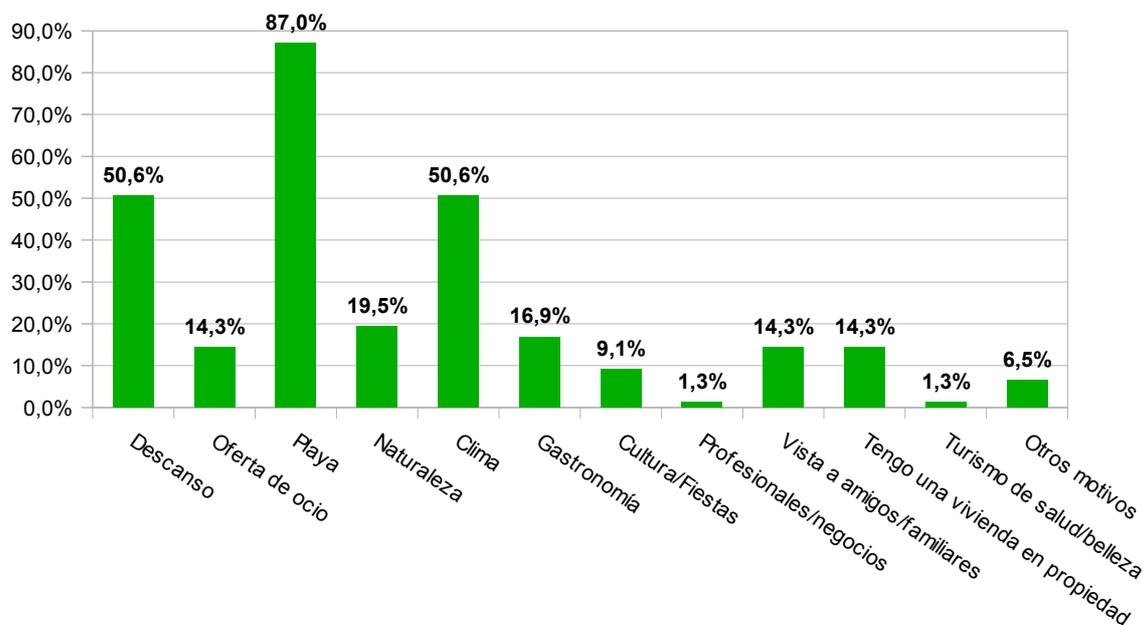
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>3</sup>

<sup>8</sup> Base: encuestados que son usuarios de smartphone o tablet con conexión a internet.

#### 4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

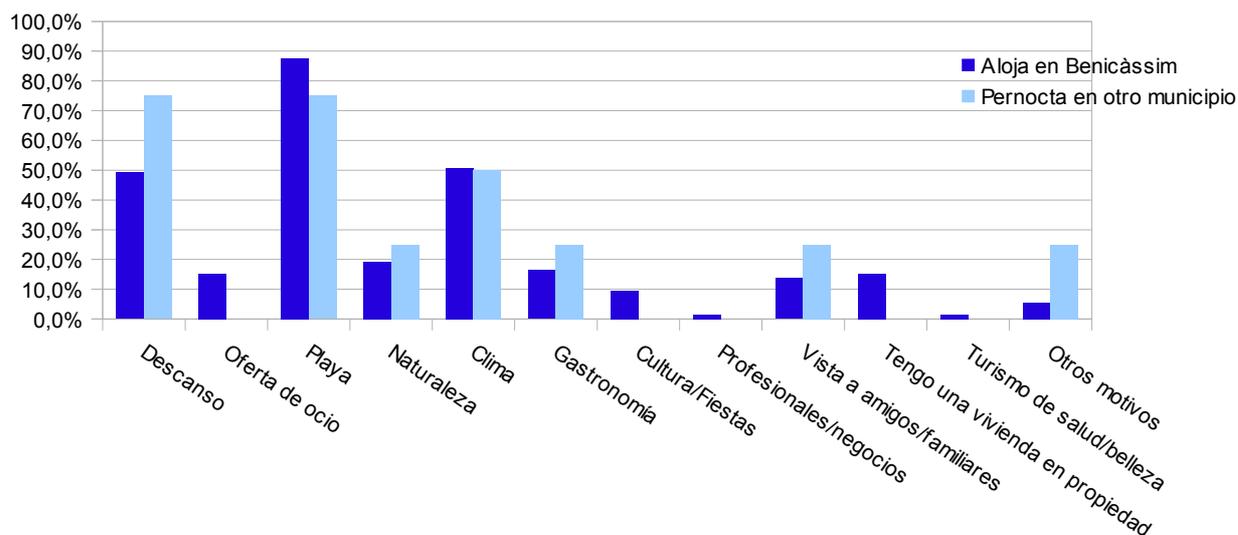
##### 4.1. Principales motivos de la visita a Benicàssim<sup>9</sup>

**GRÁFICO 16: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 17: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM**

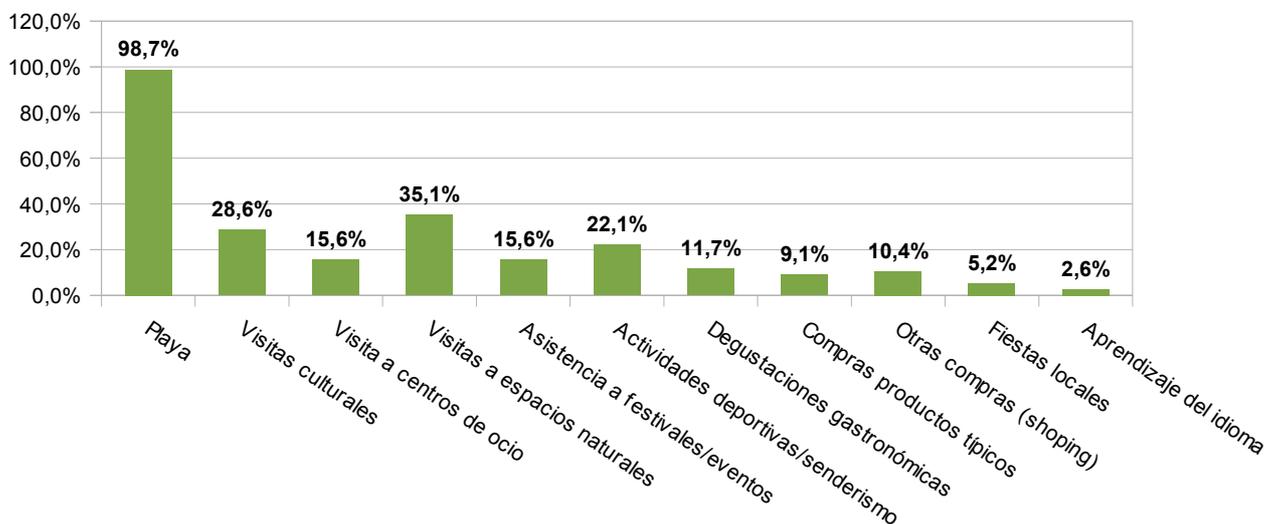


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>9</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.

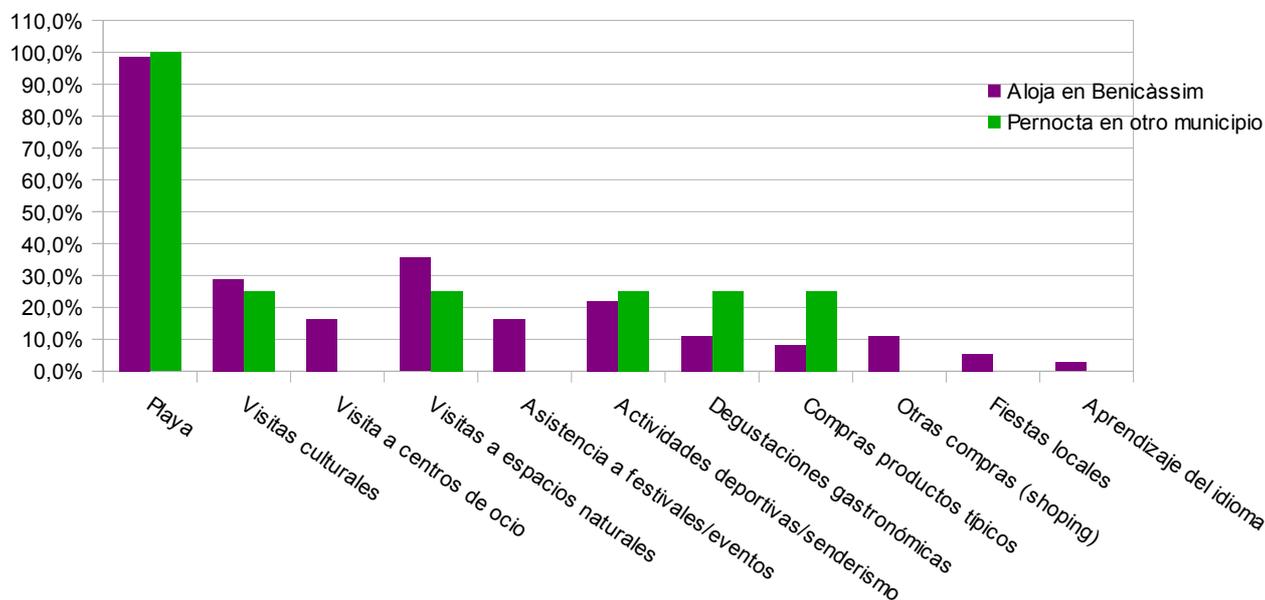
4.2. Actividades previstas o realizadas en Benicàssim<sup>10</sup>

**GRÁFICO 18: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 19: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**

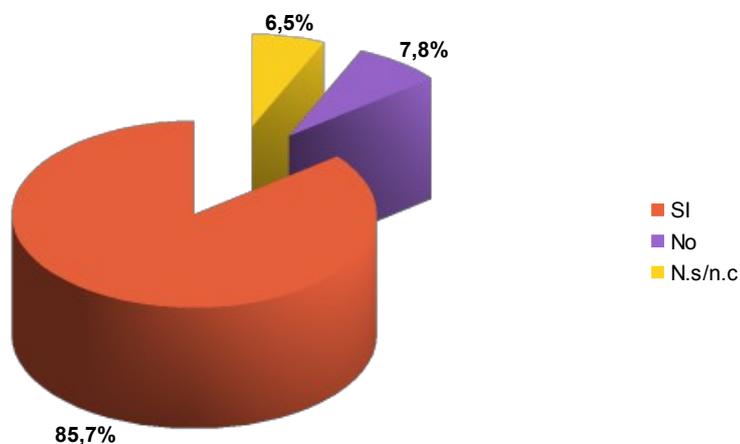


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>10</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.

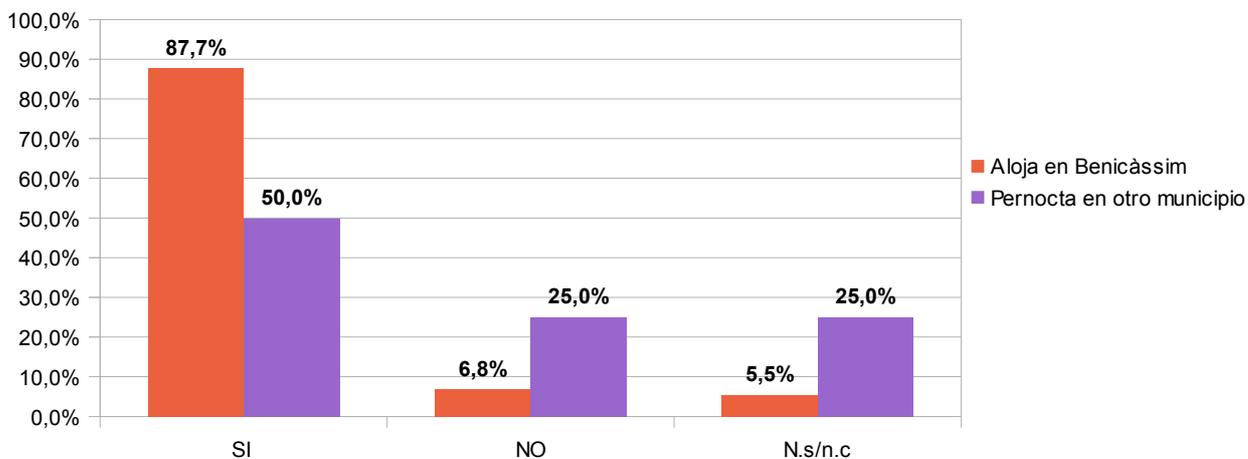
### 4.3. Fidelidad al destino

**GRÁFICO 20: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 21: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 4.4 Satisfacción de expectativas

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Heliópolis que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 8,97 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

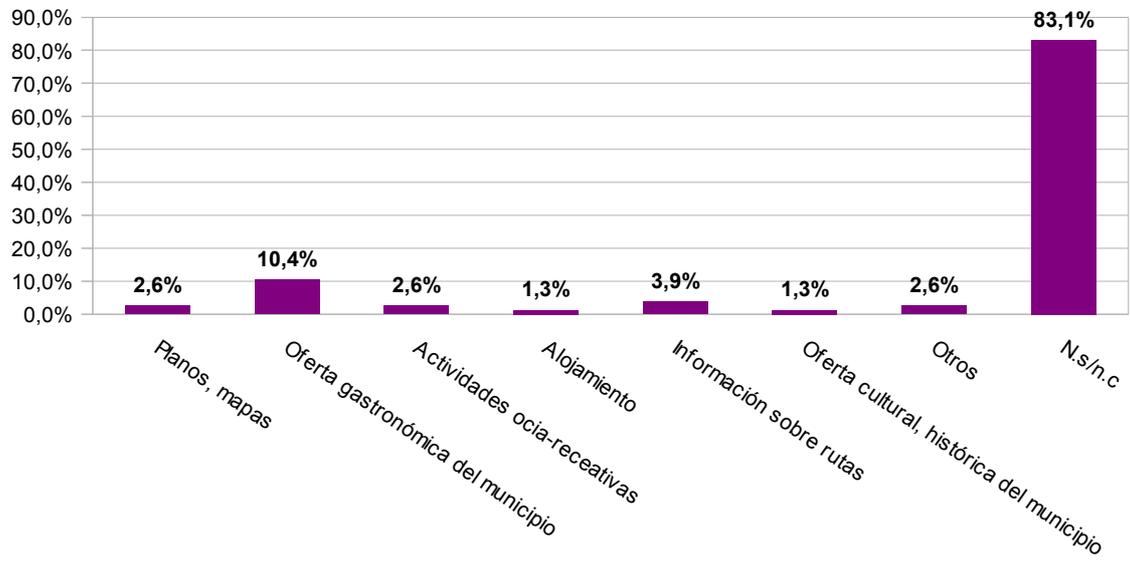
**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benicàssim-Heliópolis por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,79
Presencia e imagen del personal	9,87
Tono de voz empleado / amabilidad	9,88
Atención recibida	9,79
Imagen de la oficina	9,35
Ambiente de la oficina	9,46
Localización/accesibilidad de la oficina	9,10
Imagen y estética del material informativo	9,00
Oferta de información en idiomas	9,41
Horario de atención al público	9,64
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,72
<b>Media total</b>	<b>9,55</b>

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

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Heliópolis que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,68 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

**GRÁFICO 22: INFORMACIÓN NO PROPORCIONADA**



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

## 6. CONCLUSIONES

### 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- El 70,1% de los encuestados residen en España.
- La muestra corresponde a un 40,3% de hombres y un 37,7% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es de 56 a 65 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 67,5% sobre el total.

### 2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- El 94,8% de los usuarios encuestados pernocta en Benicàssim.
- Los encuestados que se alojan en Benicàssim emplean el Hotel como medio de alojamiento (28,8%).
- El automóvil es el medio de transporte más empleado, por un 74,0% de la muestra.
- Un 50,6% indicó no haber realizado ningún tipo de reserva en la preparación de su viaje.
- De los viajeros encuestados, viajan en familia un 39,0%, un 35,1% con su pareja y un 20,8% con amigos.
- Los principales canales de información empleados para informarse sobre el destino visitado, fueron amigos y familiares (48,1%), y en segundo lugar Internet (29,9%).
- Internet es una herramienta utilizada de manera creciente, 31,2% de los encuestados recabo información sobre el destino, y 31,2% realizó algún tipo de reservas a través de este medio.
- El 31,2% de los encuestados han visitado la página web del municipio.
- El 55,8% de los encuestados es usuario de dispositivos tipo smartphone o tablet, y de ellos 62,8% manifiesta que lo utiliza durante su visita con conexión propia a Internet y el 27,9% indica que utiliza Wifi gratuito.

### 3. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

- El principal motivo de visita a Benicàssim es la playa con un 87,0%.

- La principal actividad prevista o practicada por los encuestados es la playa.
- Un 85,7% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benicàssim.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 8,97 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,55 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido el tono de voz empleado y la amabilidad.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,68 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Heliópolis

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benicàssim.

### TAMAÑO MUESTRAL

77 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de julio de 2013 hasta el 15 de septiembre de 2013.

### TÉCNICA UTILIZADA

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

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Heliópolis.

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproxi-  
mación.

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benicàssim-Torre San Vicente  
(VERANO 2013)**

## **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 Benicàssim
- 3.7 Uso de smartphones o tablets con acceso a Internet

## **4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM**

- 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 BENICÀSSIM TORRE SAN VICENTE**

## **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 2013 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***.

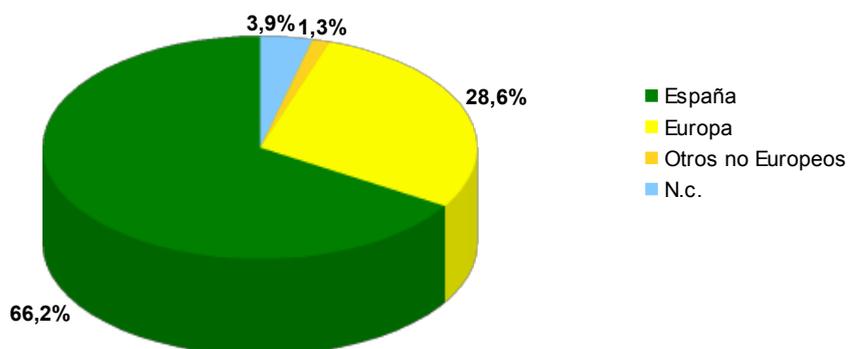
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron Tourist Info Benicàssim-Torre San Vicente dentro del período de encuestado. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal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

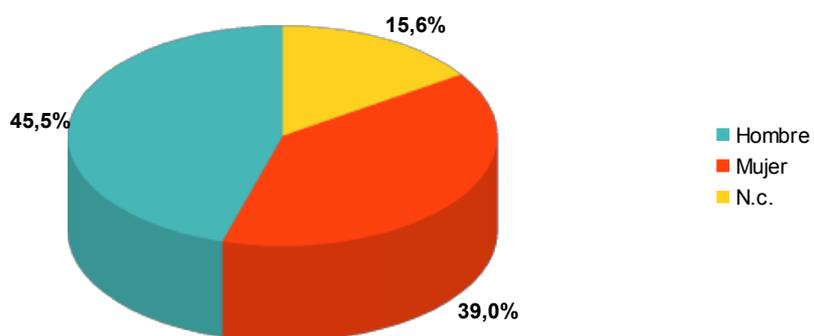
GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

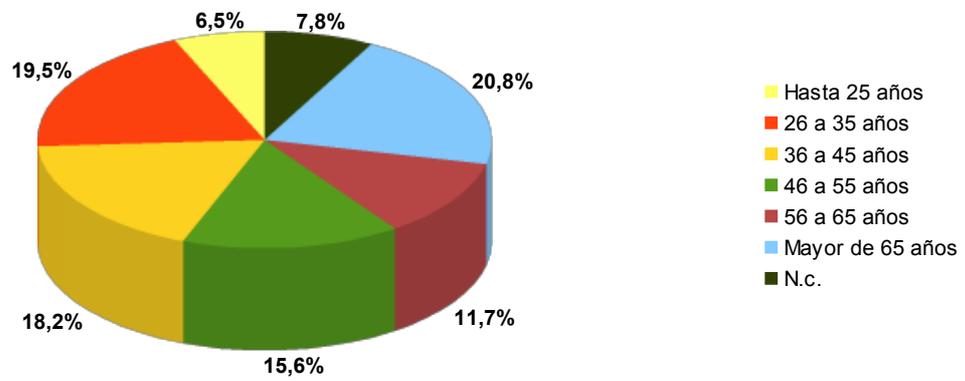
GRÁFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.3. Edad

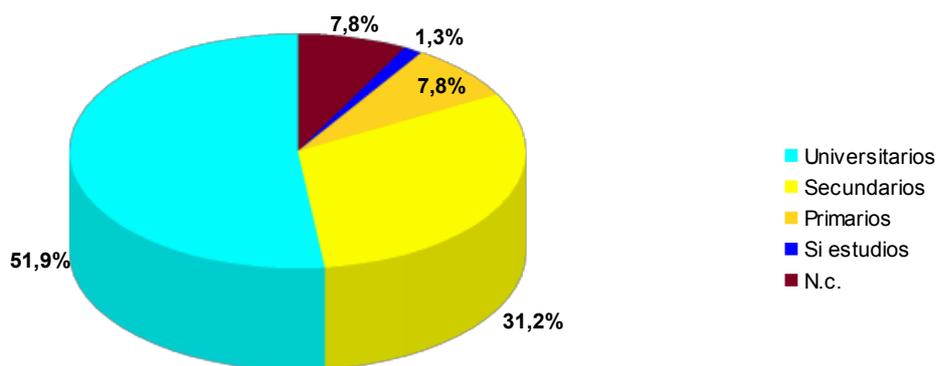
GRÁFICO 3: EDAD



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.4. Nivel de estudios

GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS

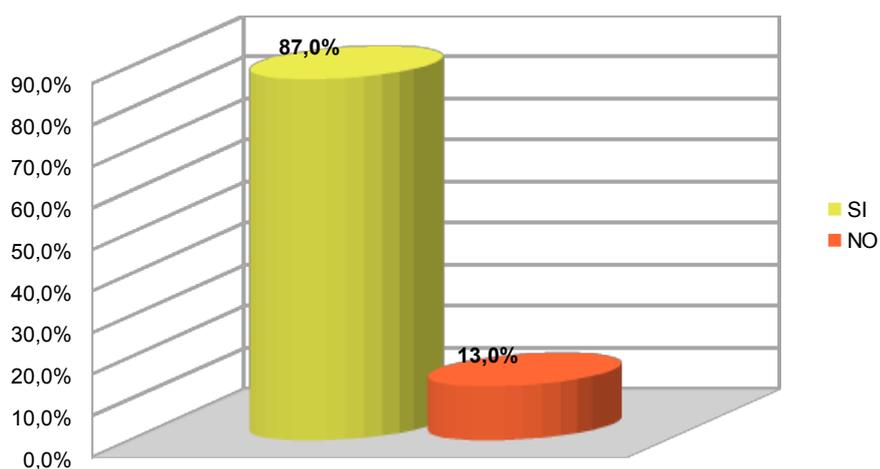


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

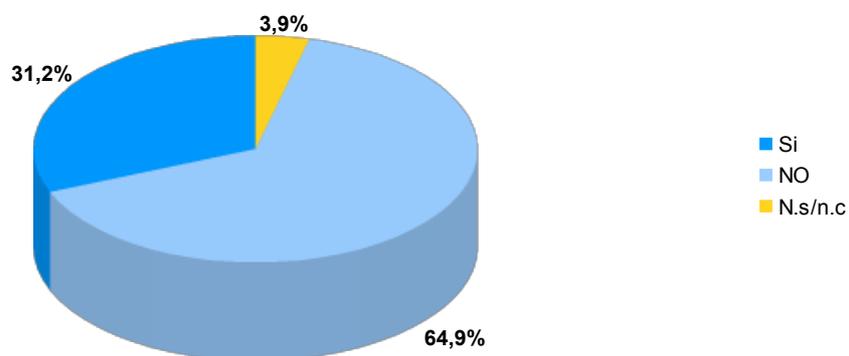
#### 3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

**GRÁFICO 5: DISFRUTA ESTANCIA OCIO/VACACIONES EN BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

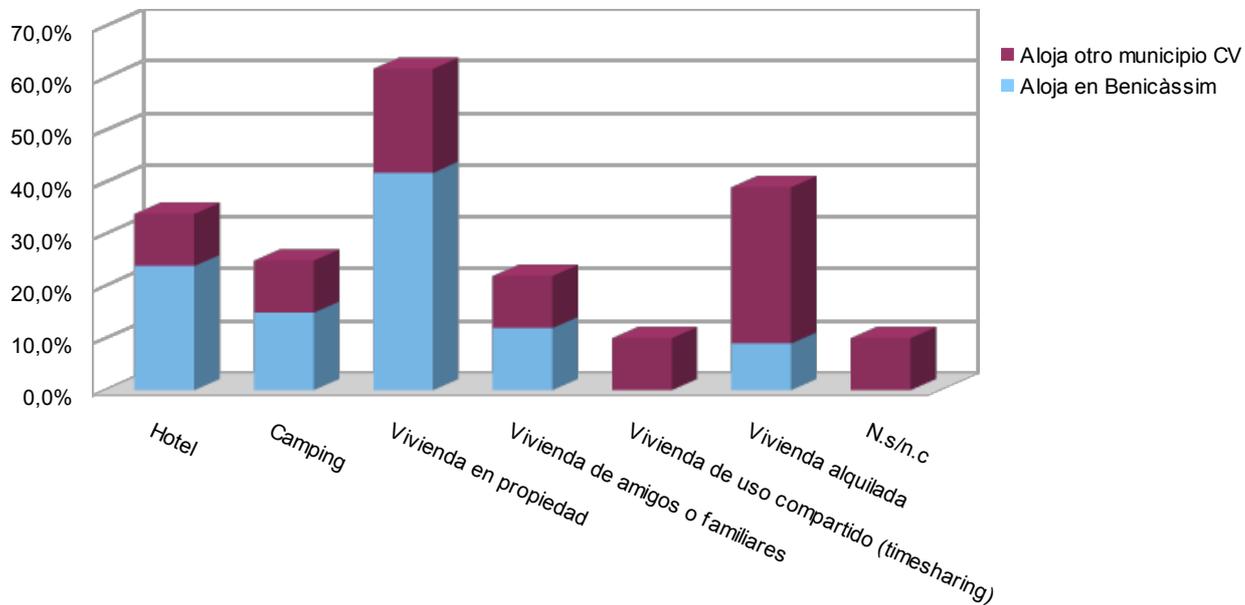
**GRÁFICO 6: VISITAS WEB TURÍSTICA DEL MUNICIPIO**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3.2. Alojamiento empleado<sup>11</sup>

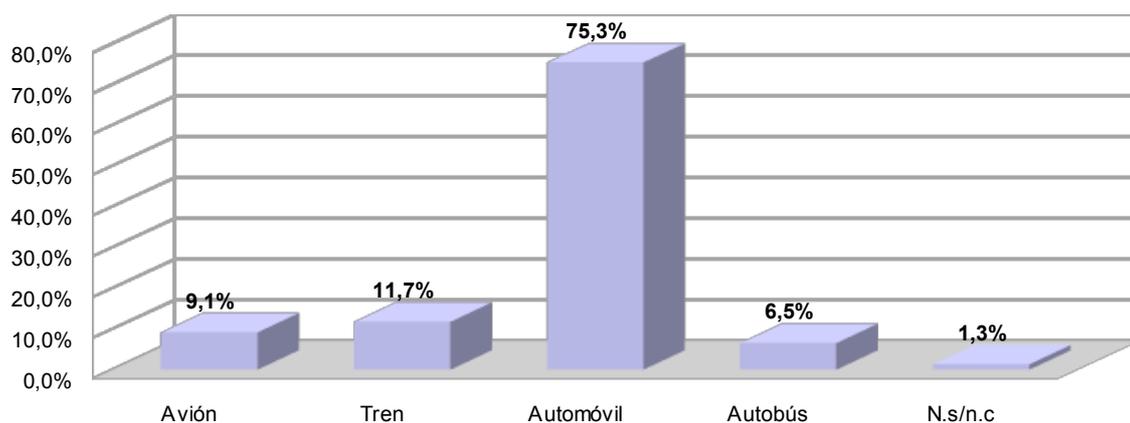
**GRÁFICO 7: ALOJAMIENTO EMPLEADO**



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**

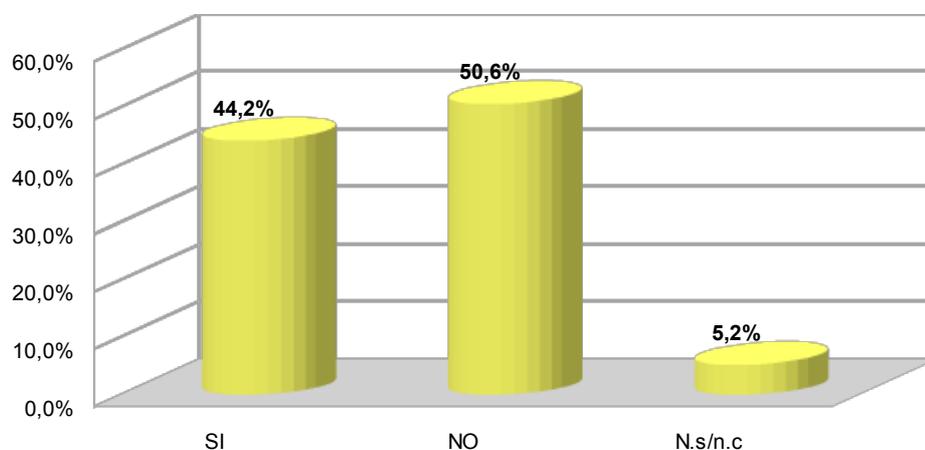


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>11</sup> Encuestados que pernoctan en Benicàssim u otro municipio de la Comunidad Valenciana

### 3.4. Reservas

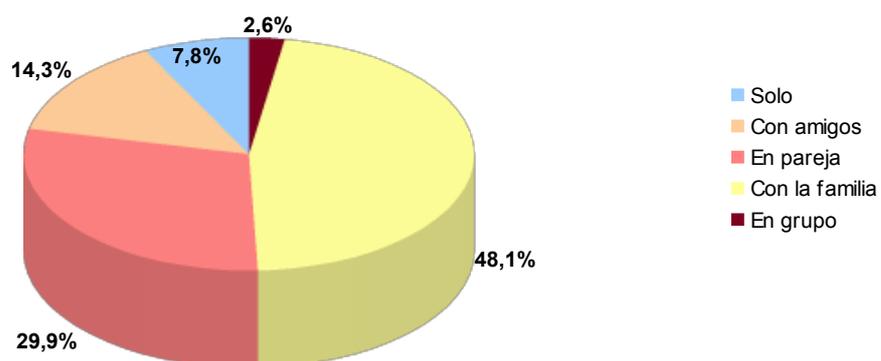
**GRÁFICO 9: REALIZACIÓN DE RESERVA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 3.5. Composición del grupo de viaje

**GRÁFICO 10: COMPOSICIÓN GRUPO DE VIAJE**

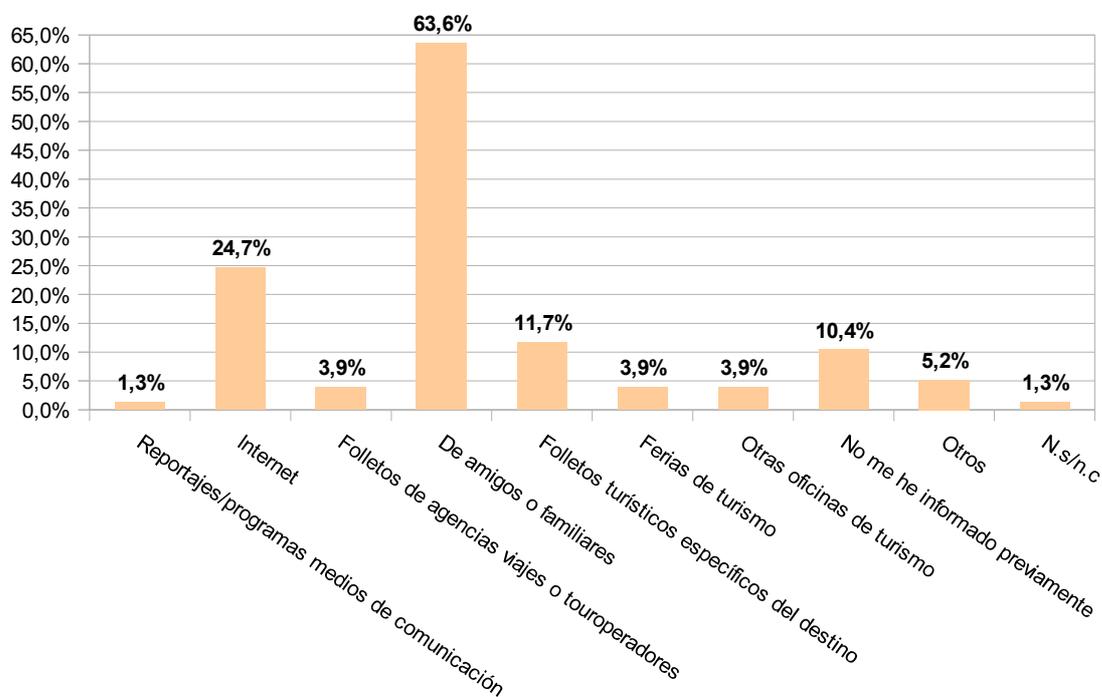


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Encuestados que pernoctan en Benicàssim u otro municipio de la Comunidad Valenciana

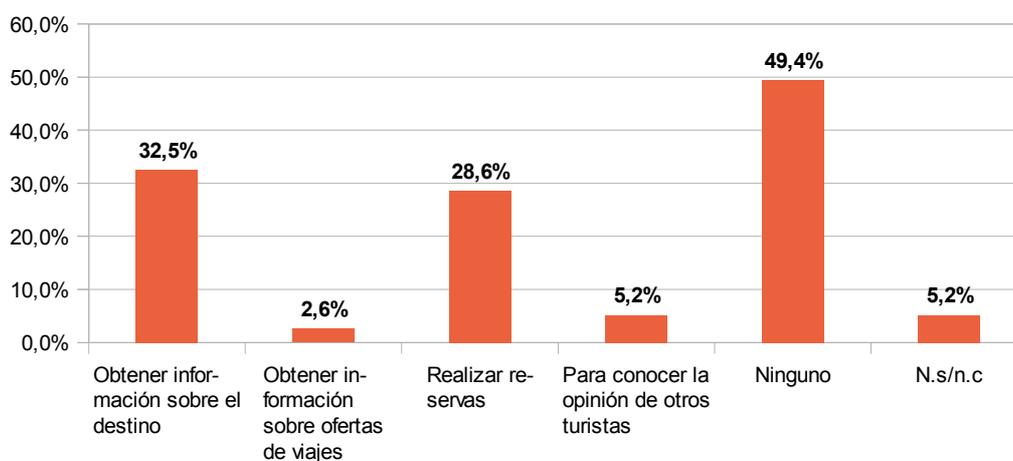
### 3.6. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Benicàssim

**GRÁFICO 11: MEDIOS EMPLEADOS PARA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

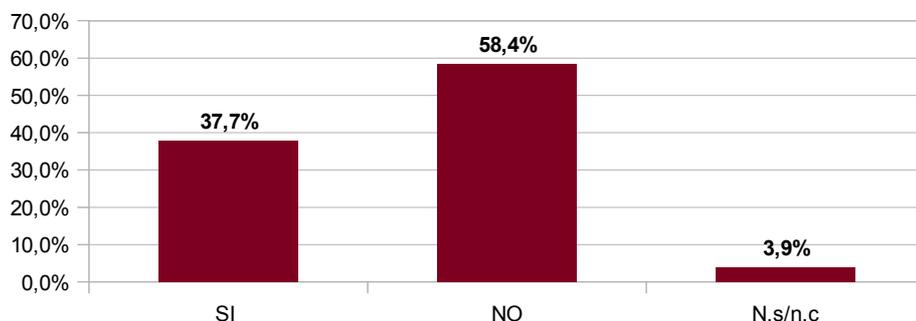
**GRÁFICO 12: USO DE INTERNET EN PREPARACIÓN VISITA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

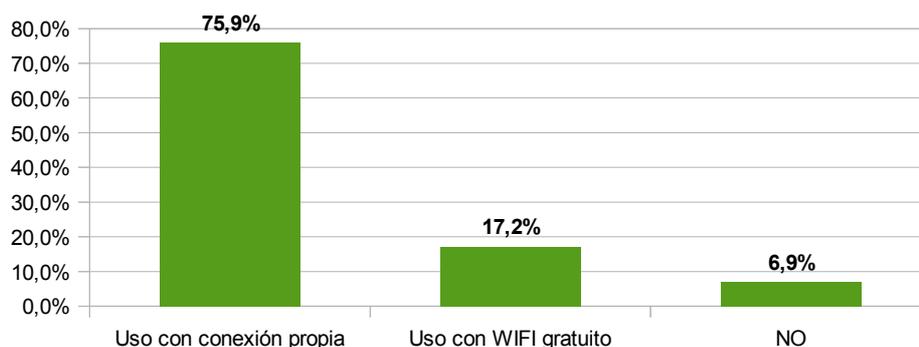
### 3.7. Uso de smartphone o tablets con acceso a Internet

**GRÁFICO 13: USO DE SMARTPHONE O TABLETS**



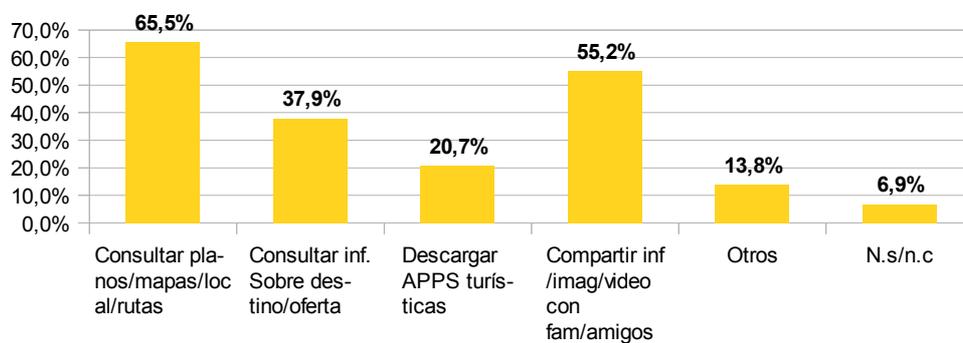
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 14: MODO DE USO DE DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios<sup>13</sup>

**GRÁFICO 15: UTILIDAD DE LOS DISPOSITIVOS DURANTE SU VISITA**



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

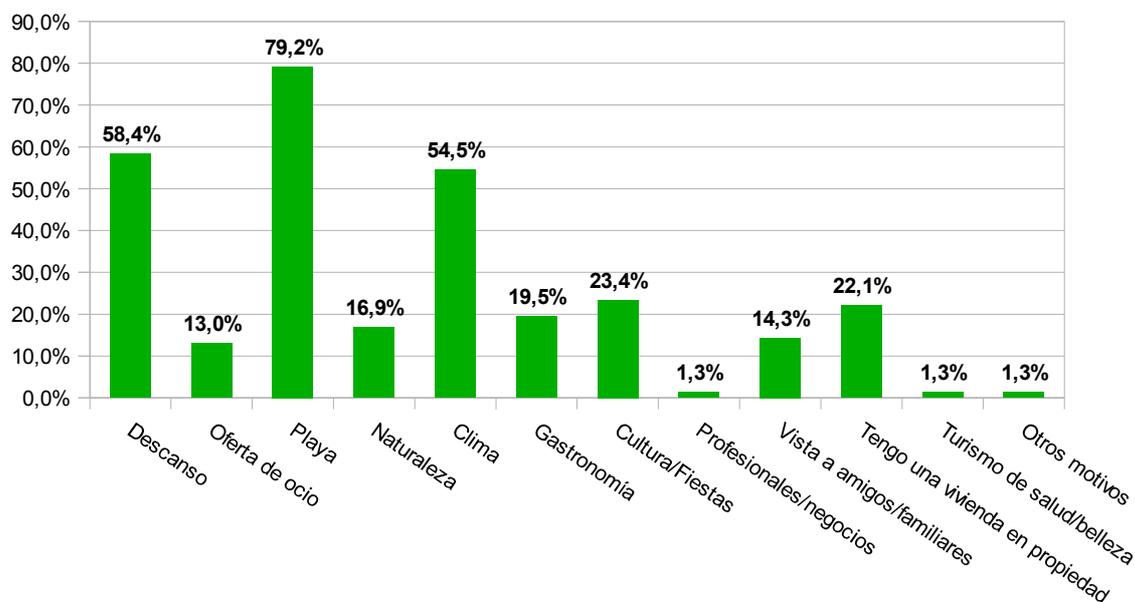
<sup>13</sup> Encuestados que son usuarios de smartphone o tablet con conexión a internet.

<sup>4</sup> La suma de todos los porcentajes es superior a 100. Esto es debido a que la cuestión referente a utilización es de respuesta múltiple, es decir, es posible que uno o más de los encuestados hayan marcado varias opciones como respuesta.

## 4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

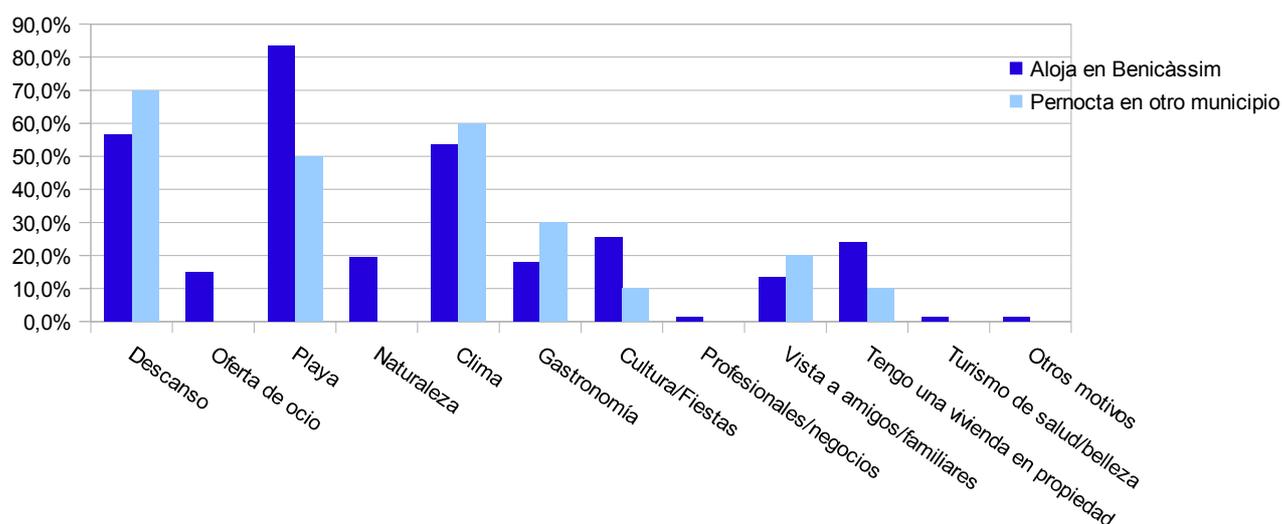
### 4.1. Principales motivos de la visita a Benicàssim<sup>14</sup>

**GRÁFICO 16: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 17: MOTIVOS DE VISITA A BENICÀSSIM**

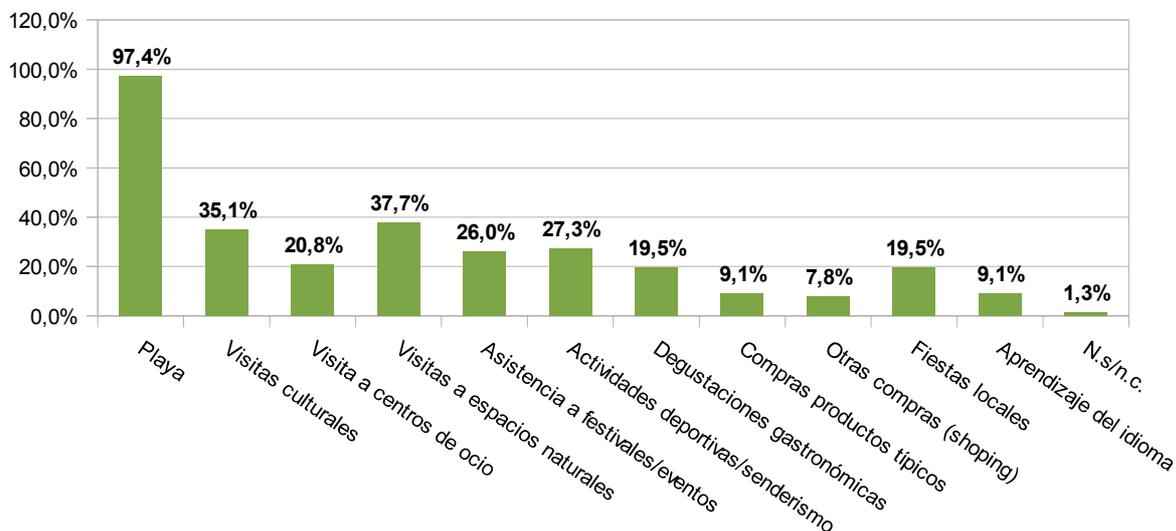


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>14</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.

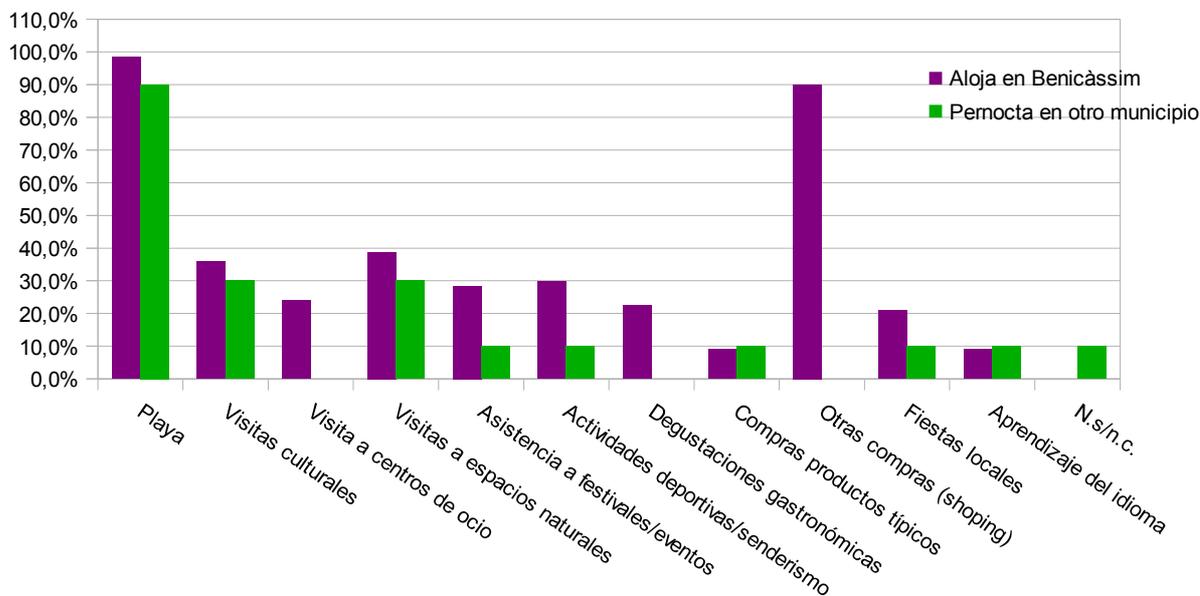
4.2. Actividades previstas o realizadas en Benicàssim<sup>15</sup>

**GRÁFICO 18: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 19: ACTIVIDADES PREVISTAS O REALIZADAS EN BENICÀSSIM**

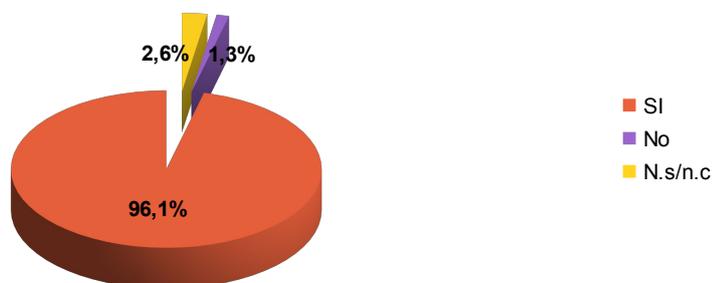


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

<sup>15</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.

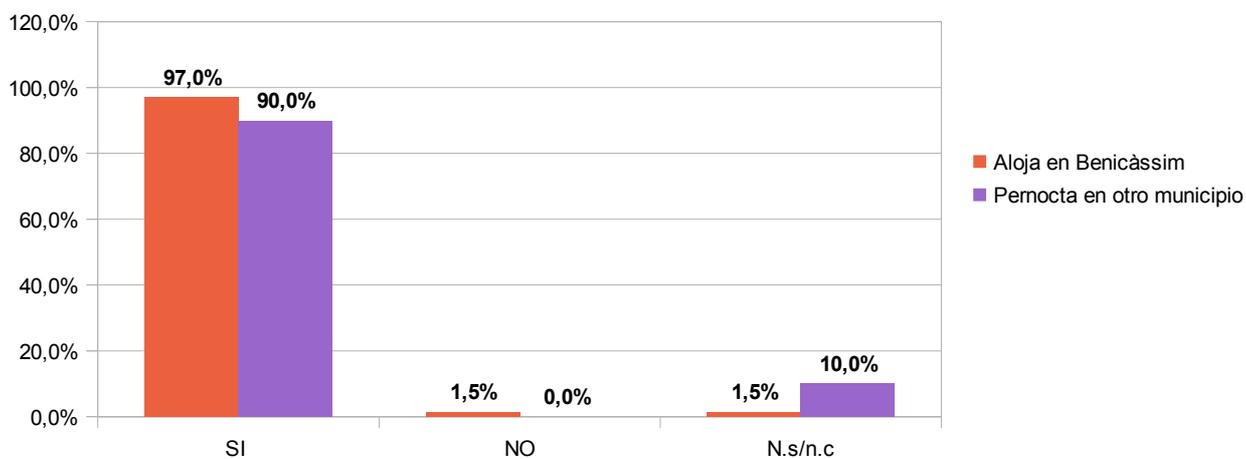
### 4.3. Fidelidad al destino

**GRÁFICO 20: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

**GRÁFICO 21: INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR BENICÀSSIM**



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 4.4 Satisfacción de expectativas

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Torre San Vicente que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 8,92 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

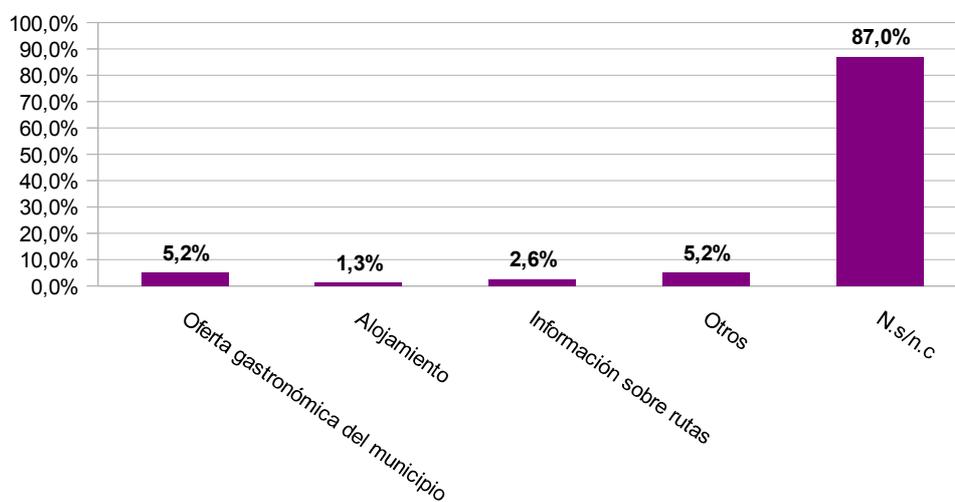
**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benicàssim-Torre San Vicente por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,66
Presencia e imagen del personal	9,56
Tono de voz empleado / amabilidad	9,64
Atención recibida	9,64
Imagen de la oficina	9,41
Ambiente de la oficina	9,44
Localización/accesibilidad de la oficina	9,29
Imagen y estética del material informativo	9,20
Oferta de información en idiomas	9,44
Horario de atención al público	9,31
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,51
<b>Media total</b>	<b>9,46</b>

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Torre San Vicente que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,61 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

**GRÁFICO 22: INFORMACIÓN NO PROPORCIONADA**



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

## 6. CONCLUSIONES

### 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- El 66,2% de los encuestados residen en España.
- La muestra corresponde a un 45,5% de hombres y un 39,0% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es, mayores de 65 años con un 20,8% y de 26 a 35 años un 19,5%.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 51,9% sobre el total.

### 2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- El 87,0% de los usuarios encuestados pernocta en Benicàssim.
- Los encuestados que se alojan en Benicàssim emplean la vivienda de su propiedad como medio de alojamiento (41,8%).
- El automóvil es el medio de transporte más empleado, por un 75,3% de la muestra.
- Un 50,6% indicó no haber realizado ningún tipo de reserva en la preparación de su viaje.
- De los viajeros encuestados, viajan en familia un 48,1%, un 29,9% con su pareja y un 14,3% con amigos.
- Los principales canales de información empleados para informarse sobre el destino visitado, fueron amigos y familiares (63,6%), y en segundo lugar Internet (24,7%).
- Internet es una herramienta utilizada de manera creciente, 32,5% de los encuestados recabo información sobre el destino, y 28,6% realizó algún tipo de reservas a través de este medio.
- El 31,2% de los encuestados han visitado la página web del municipio.
- El 37,7% de los encuestados es usuario de dispositivos tipo smartphone o tablet, y de ellos 75,9% manifiesta que lo utiliza durante su visita con conexión propia a Internet y el 17,2% indica que utiliza Wifi gratuito.

### 3. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

- El principal motivo de visita a Benicàssim es la playa con un 79,2%.

- La principal actividad prevista o practicada por los encuestados es la playa (97,2%)
- Un 96,1% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benicàssim.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 8,92 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

#### **4. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENICÀSSIM TORRE SAN VICENTE**

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,46 puntos sobre 10.
- El ítem mejor valorado ha sido el Tiempo de Espera.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,61 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Torre San Vicente

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benicàssim.

### TAMAÑO MUESTRAL

77 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de julio de 2013 hasta el 15 de septiembre de 2013.

### TÉCNICA UTILIZADA

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

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Heliópolis.

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproxi-  
mación.

**INFORME SOBRE LA  
ENCUESTA *TOURIST INFO*  
Benicàssim-Casa Abadía  
(de Octubre a Diciembre de 2013)**

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

## **2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**

2.1 Lugar de residencia

2.2 Sexo

2.3 Edad

2.4 Nivel estudios

## **3. VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM**

## **4. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENICÀSSIM CASA ABADÍA**

## **5. 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 las propias oficinas de la red y aplicar los resultados en programas de mejora de calidad.

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.
- Evaluar el nivel de calidad de las oficinas que componen la red ***Tourist Info***.

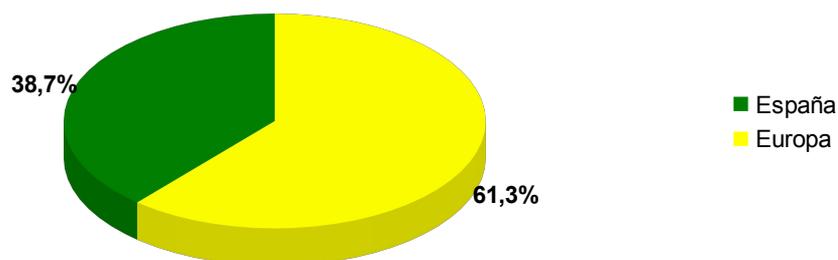
La población encuestada a partir de la cual se ha realizado el presente informe corresponde a todos los usuarios mayores de 16 años que visitaron *Tourist Info* Benicàssim-Casa Abadía durante los meses de octubre a diciembre del año 2013. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte 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).

## 2.1 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

### 2.1. Lugar de residencia

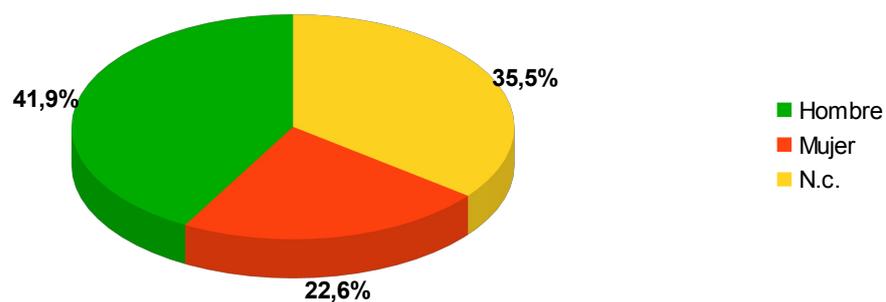
GRÁFICO 1: LUGAR DE RESIDENCIA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.2. Sexo

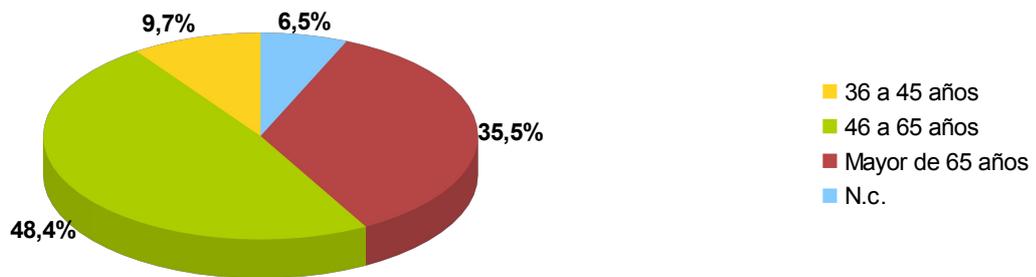
GRÁFICO 2: SEXO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

### 2.3. Edad

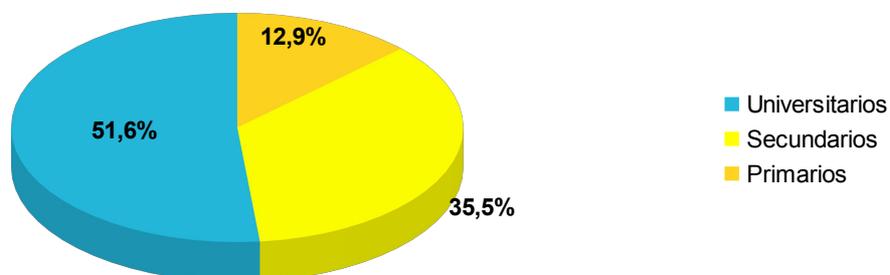
**GRÁFICO 3: EDAD**



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

### 2.4. Nivel de estudios

**GRÁFICO 4: NIVEL DE ESTUDIOS**



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

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

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,54 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

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

**Tabla 1: Valoración de Tourist Info Benicàssim-Casa Abadía por parte del usuario encuestado**

ÍTEMS A VALORAR	MEDIA GLOBAL
Tiempo de espera	9,87
Presencia e imagen del personal	9,94
Tono de voz empleado / amabilidad	9,94
Atención recibida	9,94
Imagen de la oficina	9,84
Ambiente de la oficina	9,83
Localización/accesibilidad de la oficina	9,61
Imagen y estética del material informativo	9,70
Oferta de información en idiomas	9,67
Horario de atención al público	9,57
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,81
<b>Media total</b>	<b>9,79</b>

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

Los usuarios de Tourist Info Benicàssim Casa Abadía que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,87 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina.

## 5. CONCLUSIONES

### 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- El 38,7% de los encuestados residen en España y el 61,36% en Europa.
- La muestra corresponde a un 41,9% de hombres y un 22,6% de mujeres.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 46 y 65 años.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 51,6% sobre el total.

### 2. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENICÀSSIM

- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,54 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

### 3. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENICÀSSIM CASA ABADÍA

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,79 puntos sobre 10.
- Los ítems mejor valorados ha sido, la presencia e imagen del personal, el tono de voz y amabilidad, y la atención recibida por el personal.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación media de 9,87 puntos sobre 10.

## ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO

Usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ÁMBITO DEL ESTUDIO

Benicàssim.

### TAMAÑO MUESTRAL

31 cuestionarios válidos.

### PERIODO DE ENCUESTADO

Desde el día 1 de octubre hasta el 31 de diciembre de 2013.

### TÉCNICA UTILIZADA

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

### TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la oficina *Tourist Info* Benicàssim Casa Abadía

### ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproxi-  
mación.