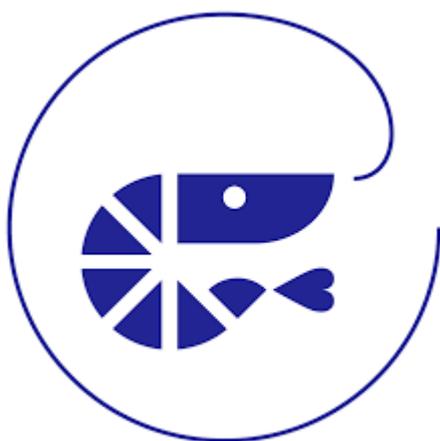


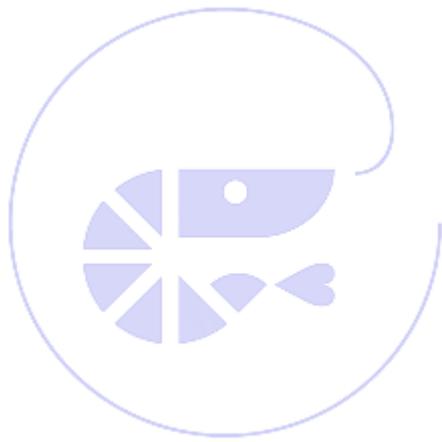


2021

Memoria Anual Visitantes

Tourist Info Vinaròs





Fecha del informe: abril 2022

El informe de este año, sigue siendo un informe atípico, no obstante, va mejorando la situación en relación al 2020. En 2021 la incidencia de la pandemia “Covid’19” sigue haciendo mella en los usuarios por las restricciones llevadas a cabo del estado y la Generalitat Valenciana en pro de la salud y bienestar de las personas. Con lo cual, la asistencia presencial para realizar peticiones de información en las oficinas del municipio va a ralentí, recuperándose, pero aún no a niveles de prepandemia. Por esa razón, no se considera que los datos reflejados, sobre todo, los de la primera parte de esta memoria, sean representativos totalmente.

Periodo analizado: En la *primera parte* del informe se analizan los resultados de las estadísticas recogidas por informador@s entre enero y diciembre 2021. Así mismo, en la *segunda parte*, se incorporarán los datos anuales 2021 de Joana, nuestro Chatbot e Inteligencia Artificial, en adelante A.I. En la *tercera parte* del informe, se analizan los resultados de la encuesta de satisfacción cumplimentada por los visitantes.

Responsable: Gabriel Quesada Marín

A continuación, se presenta el resumen de los resultados de los datos estadísticos recogidos por informador@s en el día a día de la Tourist Info Vinaròs y del Punto de Información en la Costa Sud (Este año cerrado por baja demanda “Covid’19”). Estos datos corresponden al periodo de enero a diciembre 2021.

En las páginas siguientes, se muestran los datos recogidos, tanto en forma de tabla como de gráfico. En primer lugar, se muestran los resultados referentes a números de demandas de información según procedencia (separados por visitantes nacionales y visitantes extranjeros), y en segundo lugar los datos referentes al número de tipo de consulta realizada.



CONCLUSIONES DE LAS GRÁFICAS

GRÁFICA 1 Y 2

Número de demandas según procedencia del año 2021 (Solo mostrador)



Según las encuestas, respecto a turistas nacionales, observamos que, durante el año 2021, la localidad recibió en su mayoría, visitantes de **Cataluña, Aragón, la propia Comunidad Valenciana, Madrid** y del **País Vasco** por este orden.

Respecto al año anterior, han aumentado en 532 personas, el número de turistas nacionales procedentes de **Cataluña**, 922 de **Aragón**, 240 de **C. Valenciana**, 504 de **Madrid** y en 282 del **País Vasco**.

También hacer mención que la oficina de turismo ya no se encarga de repartir, o vender elementos propiamente dichos de fiestas; como en Carnaval u otras fiestas locales, por lo que el volumen de **locales** ha descendido considerablemente. Reseñar que, en la estadística aparecen un gran número de usuarios locales que vienen a consultar a la oficina los eventos y actividades que se realizan en el municipio durante el año; además de recoger información de peticiones de amigos o familiares del exterior que vienen a visitar Vinaròs.

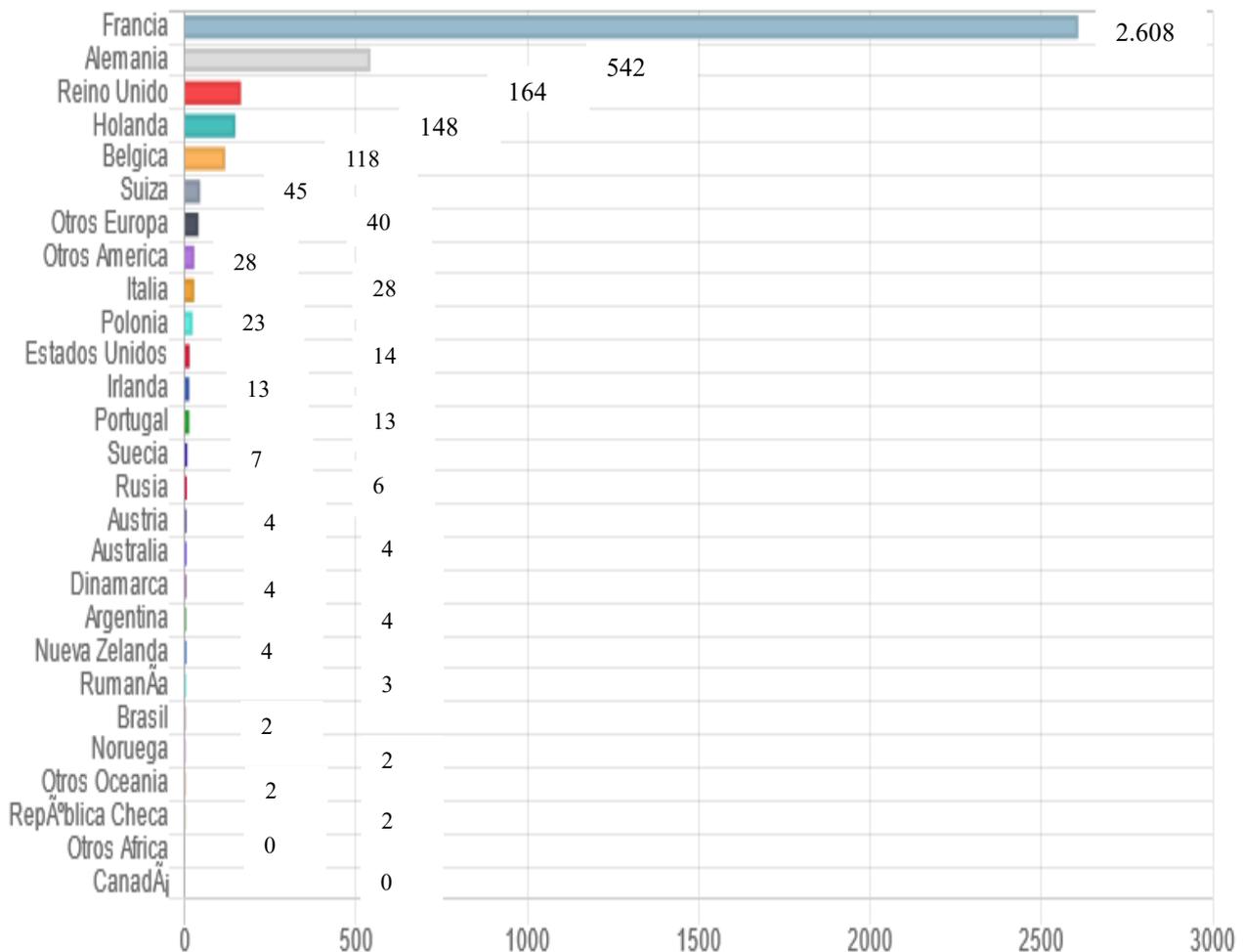




Número de demandas según procedencia del año 2021

(Solo mostrador)

Extranjeros



Este segundo gráfico presenta la procedencia internacional. Nos muestra que la mayoría de los turistas internacionales que visitaron Vinaròs durante el año 2021 procedieron de **Francia**, seguidos de **Alemania** y **Reino Unido**. Destacar el caso de **holandeses** y **belgas** con una importancia relativa alta en comparación con otros países de su entorno.

Respecto al año anterior, ha habido un ligero repunte en el número de turistas extranjeros, sobre todo de franceses y alemanes. Respecto a los usuarios holandeses y belgas, estaríamos hablando de casi el mismo número del año anterior. Destacar que los ingleses sí que han venido menos que en el año anterior, siendo la única cifra a la baja respecto al 2020.

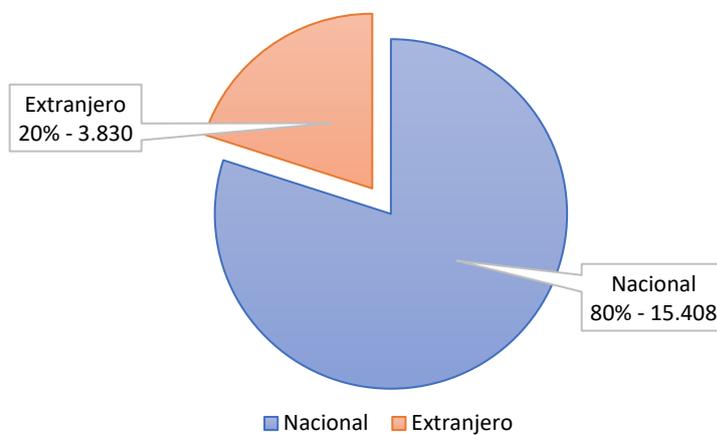




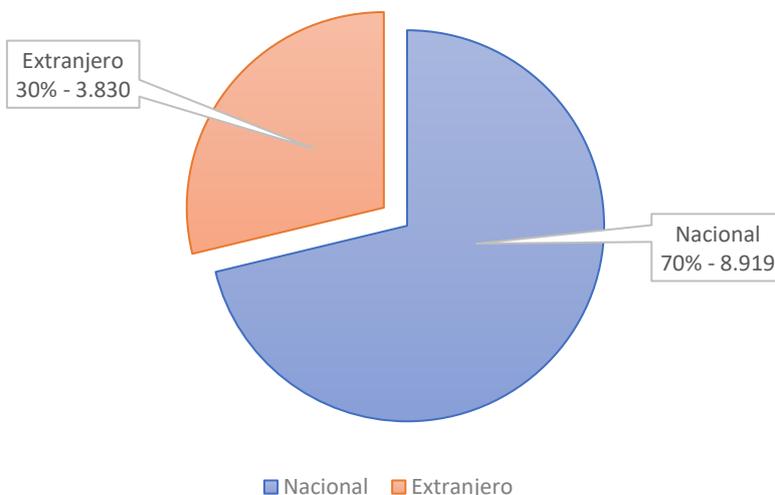
GRÁFICA 3

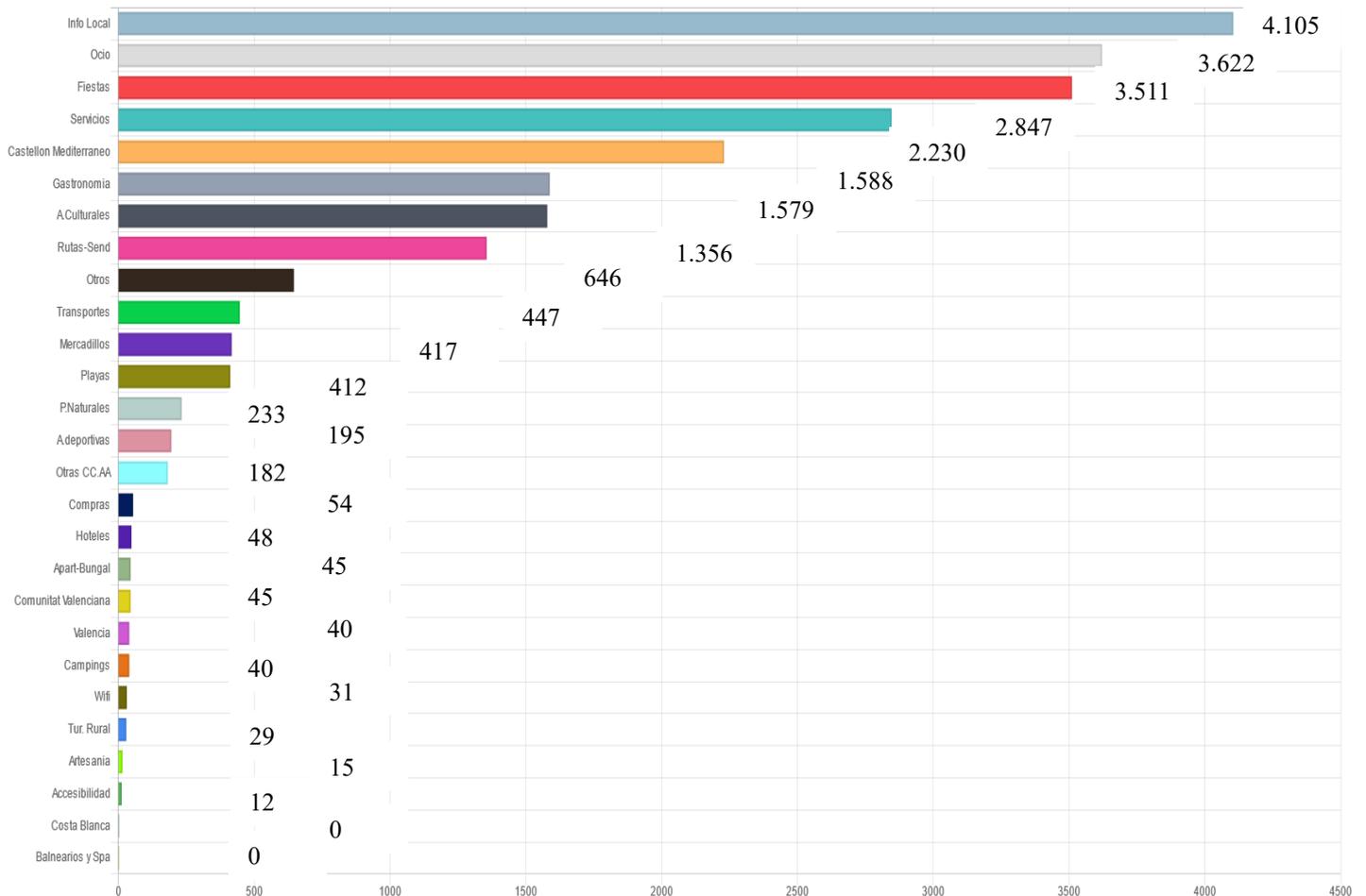
Gracias a la representación de estos gráficos observamos que el porcentaje de turistas de origen español continúa siendo el más elevado, y este 2021, aún más si cabe, por los cierres perimetrales y restricciones de movilidad. Al igual que en años anteriores, se reflejan dos gráficos, en uno de ellos, no se incluye la población local, con el objeto de apreciar con mayor claridad la diferencia real entre turistas extranjeros y los de origen nacional.

**Porcentajes por procedencia 2021
(con locales)**



**Porcentajes por procedencia 2021
(Sin locales)**



**GRÁFICA 4****Tipología de demandas solicitadas****Año 2021****Demandas acumuladas por tipo de demanda
(con locales)**

En cuanto a la **gráfica 4**, se puede observar el aumento de los intereses y solicitudes de la demanda por la recuperación con menos restricciones pandémicas.

Los elementos más demandados en 2021 y como cambio de tendencia han sido la **información local**, el **ocio**, las **fiestas**, los **servicios**, **Castellón Mediterráneo** (marca que representa a todos los atractivos de la provincia), **gastronomía**, y las **act. culturales**.

Significativamente las demandas que varían este 2021 han sido las **actividades culturales**, que han pasado de un primer puesto a un séptimo. Y el **ocio**, que de un noveno puesto en 2020 ha pasado a un segundo puesto en interés.

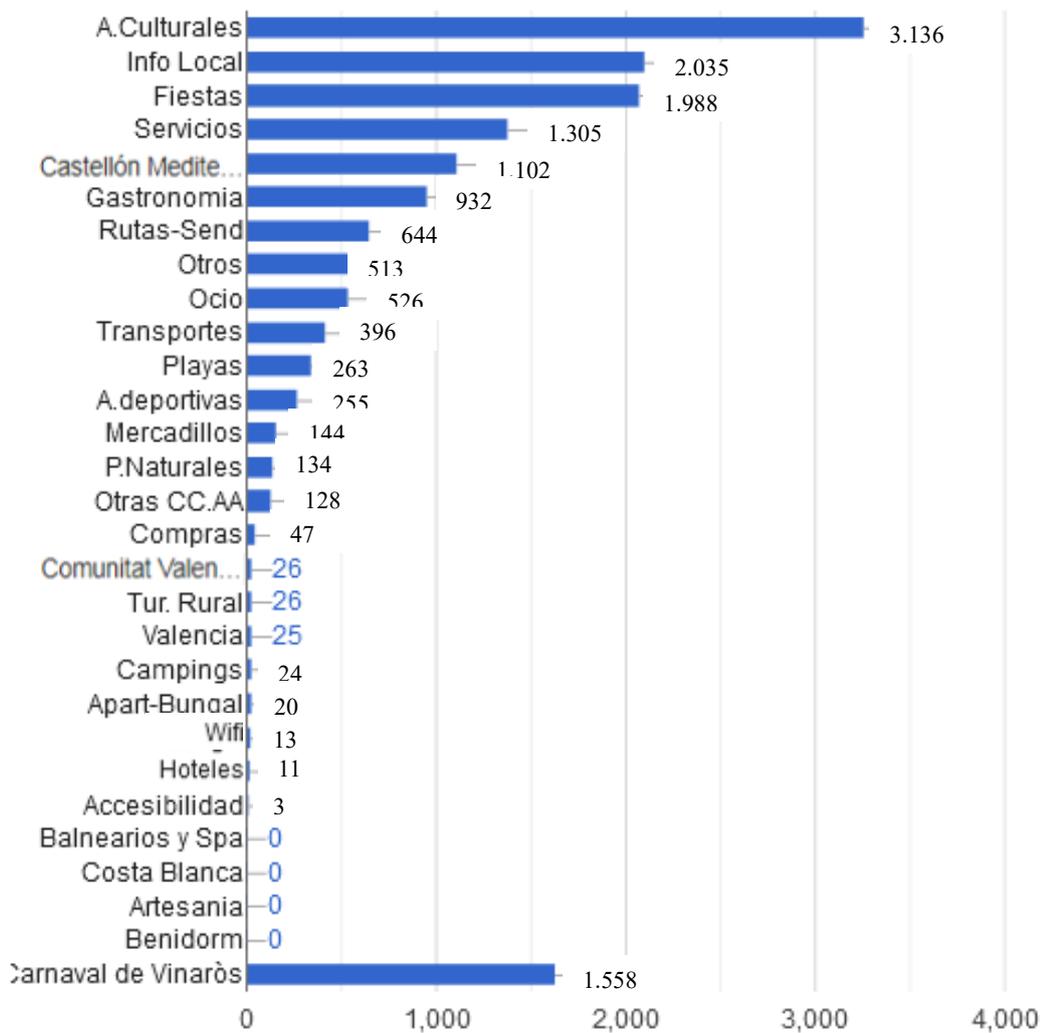




Tipología de demandas solicitadas

Año 2020

Demandas acumuladas por tipo de demanda (con locales)

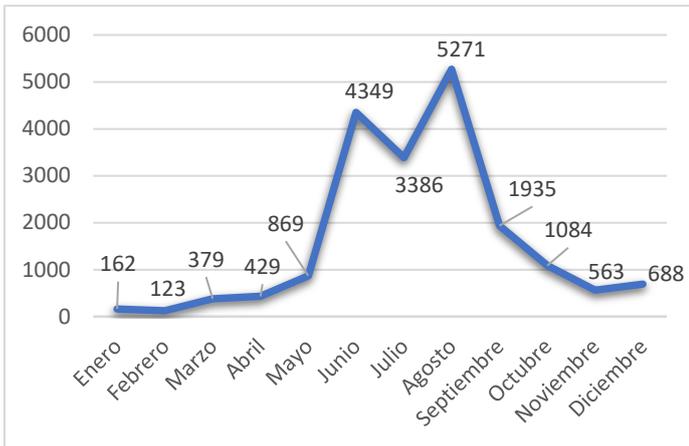




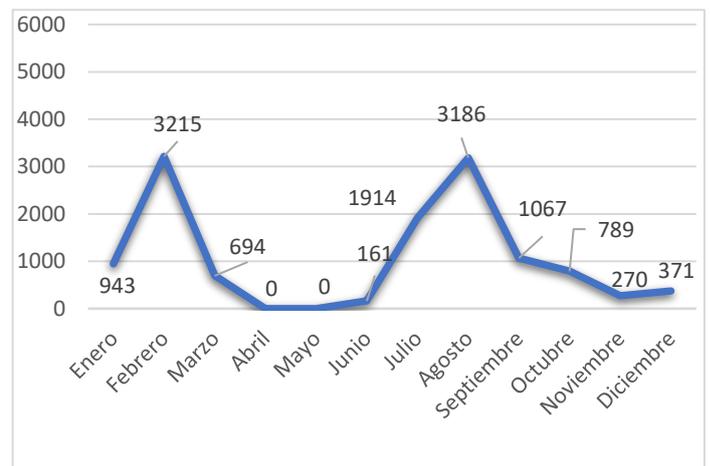
GRÁFICA 5

Comparativa sobre la estacionalidad de la demanda (Personas)

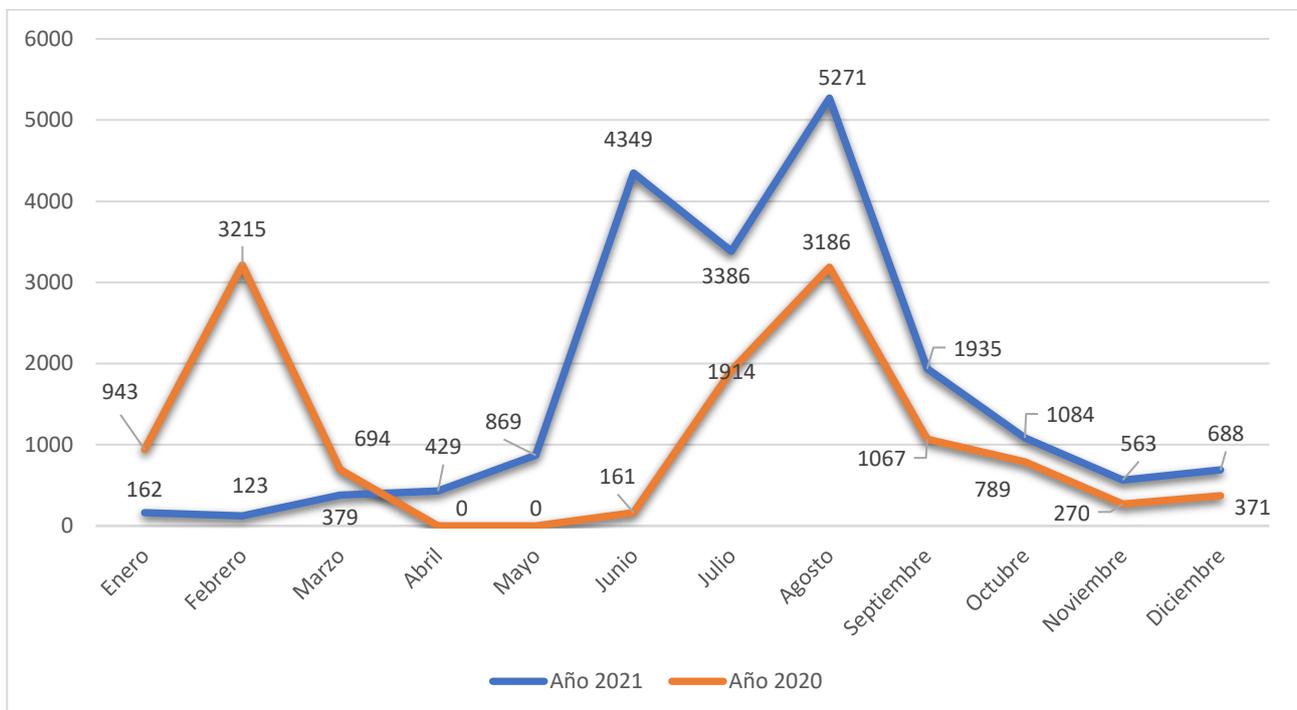
Año 2021 Flujo de demanda



Año 2020 Flujo de demanda



Flujo de demanda Conjunto



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 2021	162	123	379	429	869	4349	3386	5271	1935	1084	563	688
Año 2020	943	3215	694	0	0	161	1914	3186	1067	789	270	371





En estos gráficos observamos diferentes factores:

En lo referente al **gráfico 5**, la estacionalidad de la demanda ha variado mucho dependiendo de las restricciones “Covid” y los síntomas de mejora de las restricciones a partir del segundo semestre de 2021. Si quisiéramos extrapolar los datos a años anteriores, no serían representativos estos datos para hacer comparativas, en ningún caso.

En el primer trimestre del año se puede observar el impacto que tiene en el municipio la celebración, o no, del **Carnaval** y lo importante que es para desestacionalizar la demanda en los primeros meses del año.

Al suspenderse la **Semana Santa** de 2021, por precaución, las peticiones siguen estancadas, pero a un ritmo tímido ascendente, camino al buen tiempo estival.

Con el final de la primavera y las **fiestas de San Juan y San Pedro** atípicas, empieza a la recuperación temporal, ya que dependiendo de la incidencia “Covid”, se podían realizar más o menos actividades por seguridad.

La **temporada estival** se intentó ir hacia la normalidad, con actividades en el Vinaròs Arena (plaza de toros) y en el municipio con todas las medidas de seguridad pertinentes. Aunque en el mes de julio descendió la afluencia por la situación pandémica.

Así mismo, en el último cuatrimestre, desde septiembre hasta diciembre se intentaron celebrar actos festivos como por ejemplo la **carta pobla** o **navidades** acordes a las situaciones en ese momento.

En general, el segundo semestre de 2021 se ha notado una ligera mejoría en la afluencia de usuarios. La tendencia ha sido a la normalidad, siendo los aragoneses los que más ganas tenían de volver a ver el mar y visitarnos.



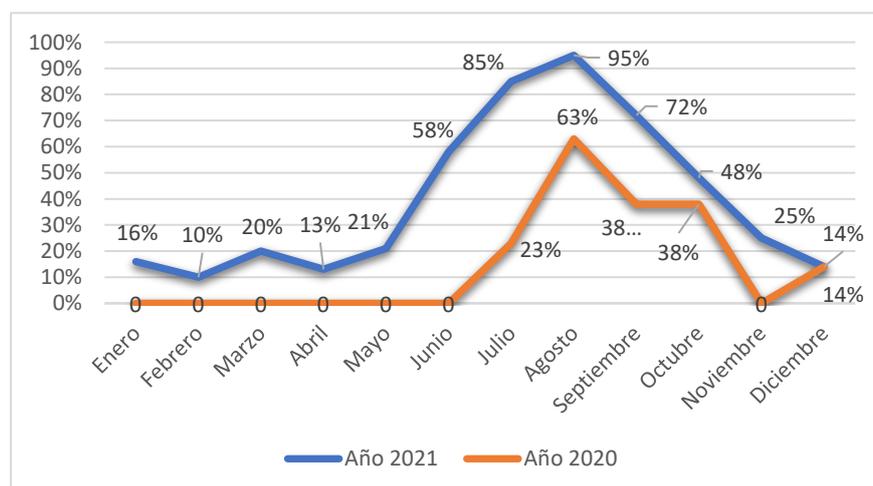
**Directorio de establecimientos de ocupación reglada en Vinaròs**

PENSIONES/HOTELES	CATEGORÍA	PLAZAS
Hotel RH VINARÒS AURA	4 *	90
Hotel RH VINARÒS PLAYA	4 *	322
Hotel CRYSTAL-PARK	3 *	59
Hotel NOU CASABLANCA	2 *	30
Hotel-Rest. DUC DE VENDÔME	2 *	23
Hotel-Rest. LA BOLERA	2 *	50
Hotel ROCA	2 *	68
Hotel-Rest. TERUEL	2 *	72
Pensión/Hostal CastellVerd	--	18
Pensión VINALUX RESORT	--	19
Habitaciones VINARÒS	--	11
Total Plazas		762

CAMPING	CATEGORÍA	PLAZAS
Camping VINARÒS	1º	541
Camping CALA PUNTAL	2º	249
Total Plazas		790

Datos Ocupación mensuales Anuales media aritmética

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 2021	16%	10%	20%	13%	21%	58%	85%	95%	72%	48%	25%	14%
Año 2020	0	0	0	0	0	0	22'56%	63%	38%	38%	0	14%



INFORME CHATBOT



TOURIST INFO Vinaròs

(Año 2021)





Presentación:

Joana es el Chatbot con A.I. que tiene la **capacidad de responder las preguntas y dudas** que formulen los usuarios de la web de “Turisme Vinaròs”, en el caso que ello no sucediera así, porque la pregunta no está insertada en la base de datos, en breve, el encargado de revisar los fallos, la contestará lo antes posible, ya que la revisión de estas preguntas se realiza diariamente. Obviamente, se requiere de un tiempo de entrenamiento para ir mejorando sus funciones.

Destacar que Joana siempre estará en **constante evolución**, ya por que los usuarios realicen nuevas preguntas que no están en la base de datos, o bien porque los gestores van ampliando la información según vaya surgiendo. Todo ello, con el fin de resolver consultas, incrementando y mejorando sus respuestas a medida que se realizan más interacciones.

Subrayar que Joana es el primer **chatbot inclusivo adaptado a personas con problemas** de visión y personas mayores. Con la información que ofrece quiere ser más accesible para las personas con discapacidades. Orientando este servicio también a la transformación hacia un territorio inteligente (inclusivo, innovador y sostenible).

Esta aplicación, inicialmente, solo estará **disponible en castellano**, para que cuando se consolide (pruebas, errores e incorporaciones...) pueda implementar su capacidad de respuesta en otros idiomas, **aplicación multi-idioma** (Valenciano, Frances, Ingles) basado, eso sí, en la tecnología propia de la empresa Semanticbots.

Conclusión:

Se considera que esta herramienta en constante evolución es positiva y efectiva para la busca de información en nuestra web. Y ayuda a la gente a rentabilizar su tiempo en la búsqueda de información concreta.



**Ficha:**

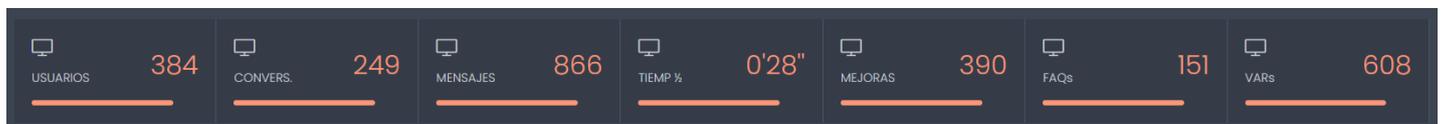
- Fecha de Nacimiento: **30 Julio 2020**
- Nombre de la Inteligencia Artificial: **Joana**
- Empresa encargada del Proyecto: **Semanticbots**
- Tecnología: **SayOBO**
- Sponsor: **Ivant·tur**
- Proyecto enmarcado en Red DTI-Cv (**Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana**)
- Colaboradores: **Tourist Info Morella, Tourist Info Santa Pola & Tourist Info Vinaròs**
- Encargados gestión en Tourist Info Vinaròs: **Gabriel Quesada Marín y José Miguel Soler Piñana**
- Funciones del Chatbot: **informar y resolver dudas de los usuarios**
- Fase experimental: **Programa Piloto**
- Inserción y visualización: en las páginas web de "Turisme Vinaròs" www.turisme.vinaros.es



TIPOLOGÍAS DE DEMANDAS

Gráfica 1

Demandas año 2021



En el año 2021 se han generado **249 conversaciones** y **866 mensajes**. El tiempo medio de conversación ha sido de **28 segundos**, generado por **384 usuarios**.

Definiciones y ejemplos para entender los datos

- **Usuarios:** es una conexión con un IP y un dispositivo determinado que al menos ha enviado un mensaje.
- **Conversaciones:** incluyen al menos dos mensajes intercambiados entre usuario y bot (que no sean bienvenida y cierre) en un espacio de un minuto aproximadamente.
- **Mensajes:** incluye todos los mensajes/preguntas que se le han enviado al Chatbot.
- **Tiempo ½:** Es el tiempo medio que cada persona interactúa con el Bot, teniendo en cuenta todos los mensajes que recibe.
- **Mejoras:** son aquellos fallos u errores que detecta el motor semántico por falta de base de conocimiento del chatbot. FAQs que se han podido corregir o incorporar en el chatbot por parte de los administradores para poder dar más cobertura a las





cuestiones de los usuarios.

- **FAQ's:** Son el número de preguntas que contiene en su base de datos el Chatbot y puede contestar.
- **VAR'S:** Son las palabras diferentes para definir una misma pregunta o palabra, según la visión de los usuarios. Ejm. Excursiones, excursión...

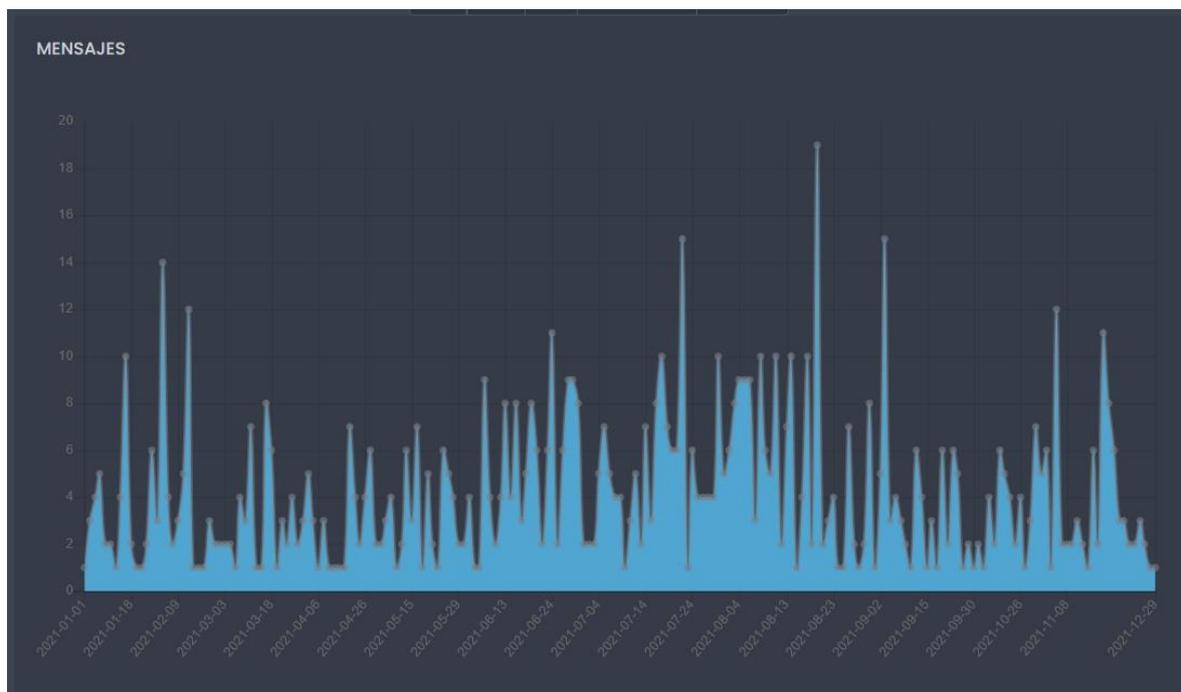
Se debe diferenciar "**usuarios**" que emiten "**mensajes simples**" y aquellos que generan "**conversaciones**".

Ejm:

- *Yo puedo preguntar al chatbot: "Farmacias de guardia", y el chatbot me da la respuesta. Si no pregunto nada más, esto es un "mensaje".*
- *Si además de "Farmacias de guardia" pregunto "Los chiringuitos están abiertos", y el chatbot también me responde, esto es una "conversación".*

Grafica 2

Numero de mensajes generados por días, desde 1 enero 2021 al 31 de diciembre 2021



Se observa que no hay un criterio ni patrón exacto, por el momento, de demandas de información por mes, ni una media exacta de los datos que se ofrece por: mensajes, conversaciones, tiempo medio, usuarios y mejoras. **Todo depende de los usuarios y su actividad**, hay meses que son más activos que otros. Hasta ahora, las cifras de cada mes





son diferentes, así que no se ha considerado hacer una media de 2021 ya que no es concluyente, ni exacta de una demanda lineal.

Desde que se inició la andadura hasta el 31 de diciembre 2021 se han realizado **558 mejoras**, las cuales hacen referencia a las preguntas que Joana aún no tenía interiorizadas.

Antes de su lanzamiento se realizaron unos **pretest** de prueba, las cuales se realizaron con todo el equipo de turismo. Brainstorming: preguntas, respuestas y mejoras antes de su lanzamiento coordinados por la empresa Semanticbots.

Una vez realizada la presentación y lanzamiento se realizaron los **Postest** abarcando 3 grupos de mejora controlados, de menor cantidad a mayor cantidad de usuarios. Esto sirvió para ir mejorando el Chatbot sin colapsar la intranet de preguntas no contestadas, para que los usuarios finales a tiempo real tuvieran un mayor número de contestaciones efectivas.

Para que no hubiera un conflicto entre los pretest y los usuarios reales el marcador de las estadísticas se reinició a 0. Aunque la primera semana de lanzamiento no se consideraría los registros totales computables, ya que los picos de realización de preguntas postest coinciden con las primeras curvas de la gráfica.

El “Top 5” de **tópicos frecuentes 2021**:

- Vinaròs – Actividades
- Vinaròs – Playas
- Vinaròs – Municipio
- Vinaròs – Monumentos
- Vinaròs – Hostelería

El “Top 5” de **preguntas más frecuentes 2021**:

- ¿Cuántas calas y playas tiene Vinaròs?
- ¿Cuáles son los 10 mejores sitios que hay que visitar en Vinaròs?
- ¿Qué tiempo hace en Vinaròs?
- Actividades fin de semana
- ¿Cuál es la agenda de Actividades?



INFORME SOBRE LA ENCUESTA

TOURIST INFO **Vinaròs**

(Año 2020)





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. Uso de las TIC (Exento en 2021 por Covid)

3.6. Composición del grupo de viaje

3.7. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Vinaròs

4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A VINARÒS

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 VINARÒS

6. CONCLUSIONES

ANEXO I.- FICHA TÉCNICA





1. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA

Un año más, la “**Regidoria de Promoció de la Ciutat e Interés Turístic de Vinaròs**”, apuesta por la mejora de la calidad del producto turístico valenciano y la búsqueda de la satisfacción del visitante de Vinaròs y 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 **año 2021**, se ha realizado durante los meses de enero a diciembre.

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

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 Vinaròs 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).

Cabe tener en cuenta, que en la anualidad 2021 se ha continuado trabajando según la metodología que fue aprobada por el Comité de Calidad de la Comunitat Valenciana según el cual, las encuestas realizadas en los meses de invierno, primavera y otoño se ha visto reducida a tan solo 4 cuestiones mientras que en los meses comprendidos entre julio y septiembre sí que se ha continuado realizando la encuesta que se solía realizar hasta ahora, con las 18 cuestiones de costumbre. No obstante, y como excepcionalidad, el comité ha decidido, en esta recta final de la pandemia, que la reducción de preguntas que hubo en 2020 vuelva casi a la normalidad y manteniendo las cuestiones añadidas con dos preguntas sobre las medidas “Covid” en la oficina y el municipio para todo el año.

Comentar que, al usuario, en este 2021, sigue siendo reticente a permanecer más de lo debido en las instalaciones de la oficina de turismo, con lo cual, después casi dos años de pandemia, sigue constando poder realizar encuesta con normalidad a parte de los problemas informáticos que han surgido a la hora de realizar las encuestas en el sistema.

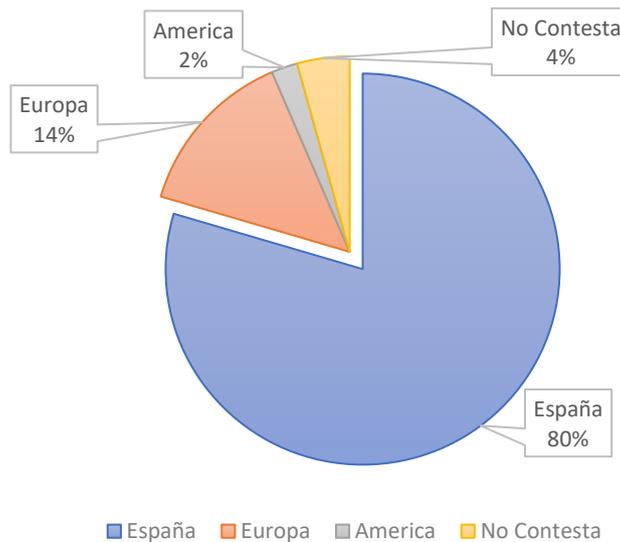


2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

2.1. Lugar de residencia:

Gráfico 1: LUGAR DE RESIDENCIA

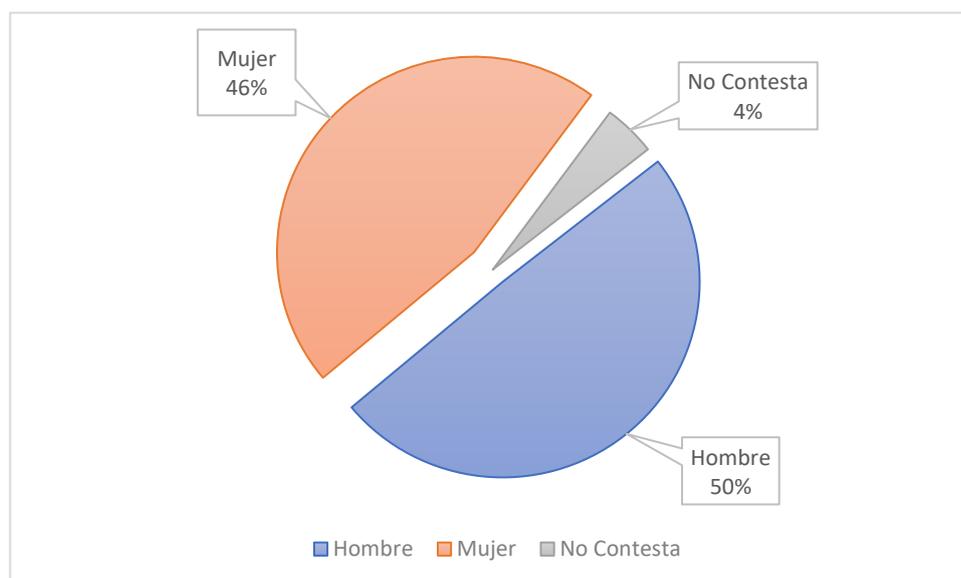
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



2.2. Sexo:

Gráfico 2: SEXO

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

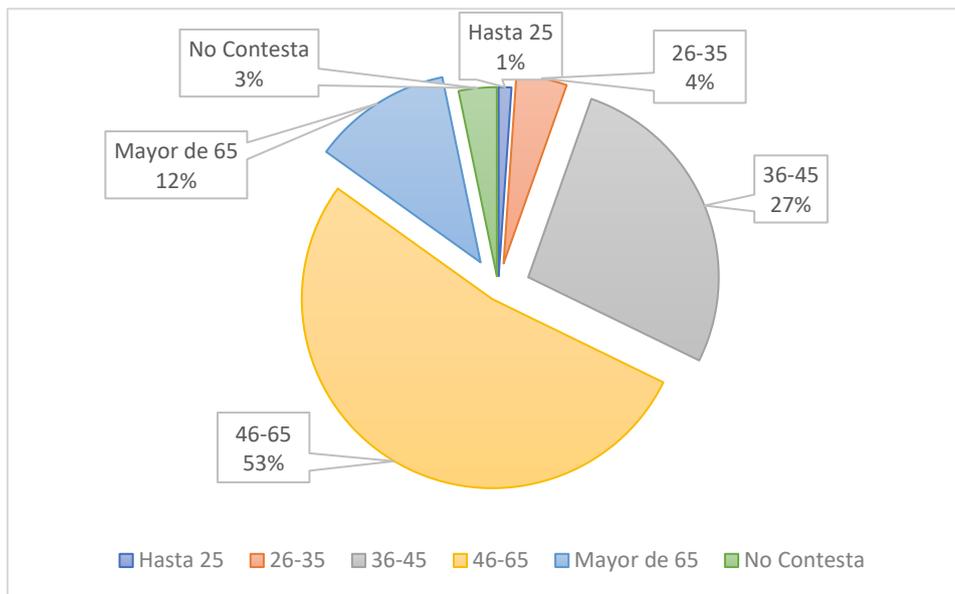




2.3. Edad:

Gráfico 3: EDAD

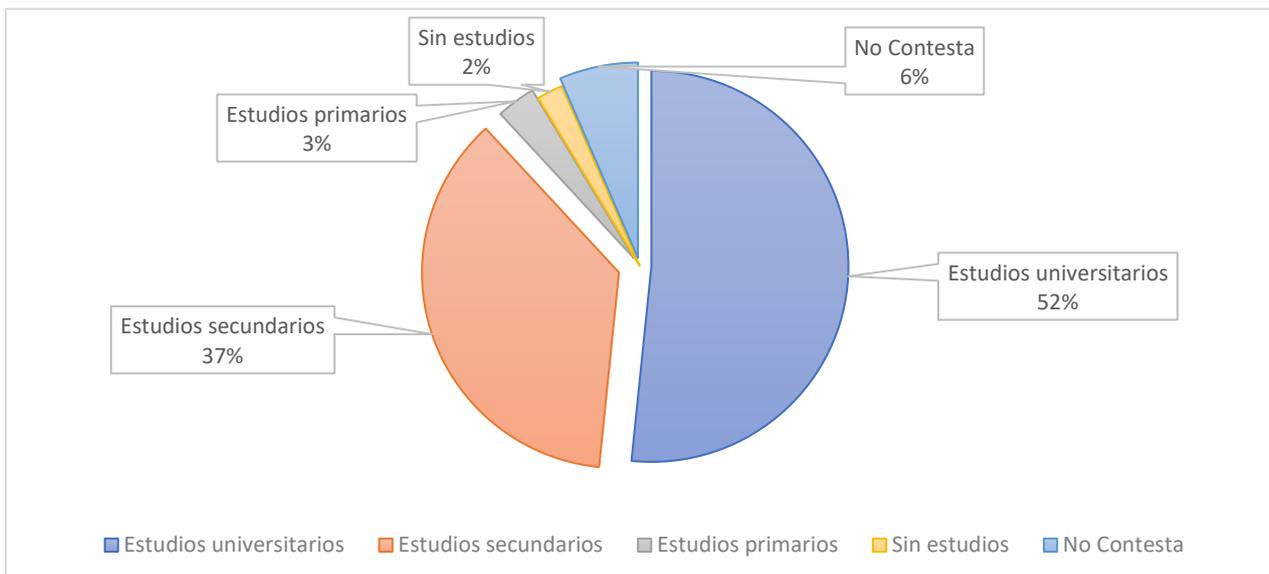
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



2.4. Nivel de estudio:

Gráfico 4: NIVEL DE ESTUDIOS

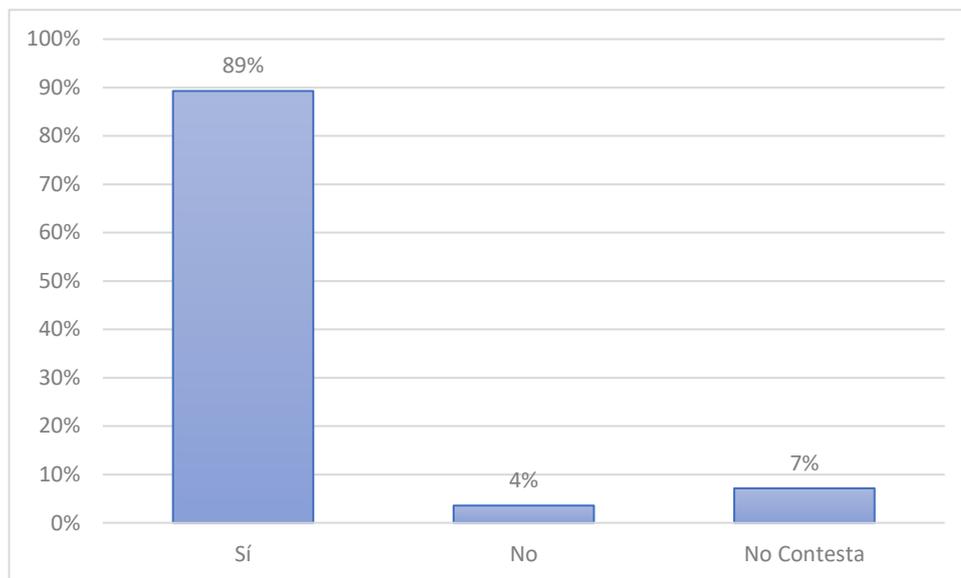
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Destino elegido durante la estancia en la Comunitat Valenciana

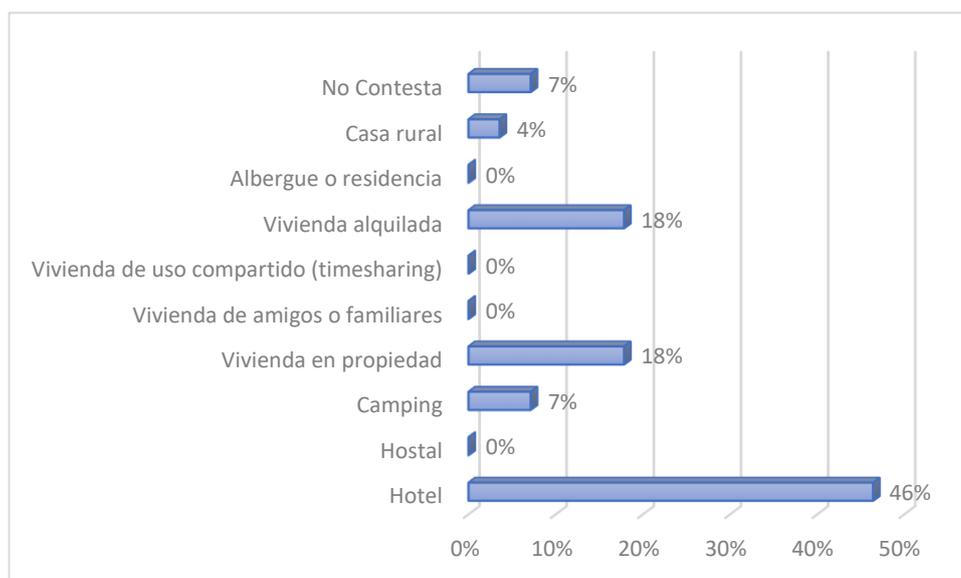
Gráfico 5: DISFRUTA ESTANCIA OCIO/VACACIONES PERNOCTANDO VINARÒS



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.2. Alojamiento empleado:

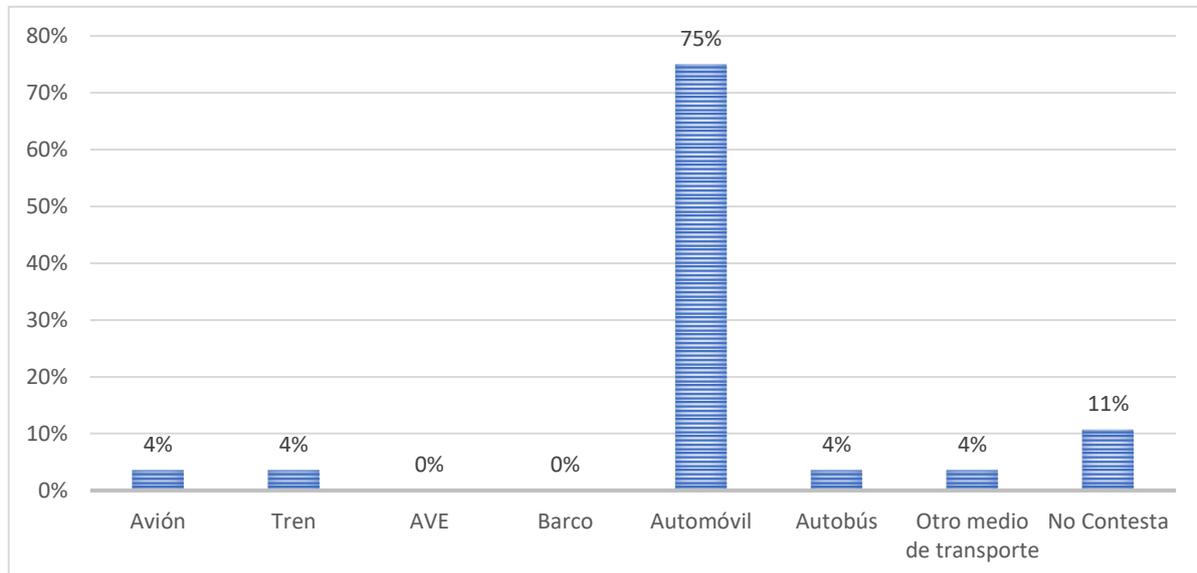
Gráfico 6: ALOJAMIENTO EMPLEADO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

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

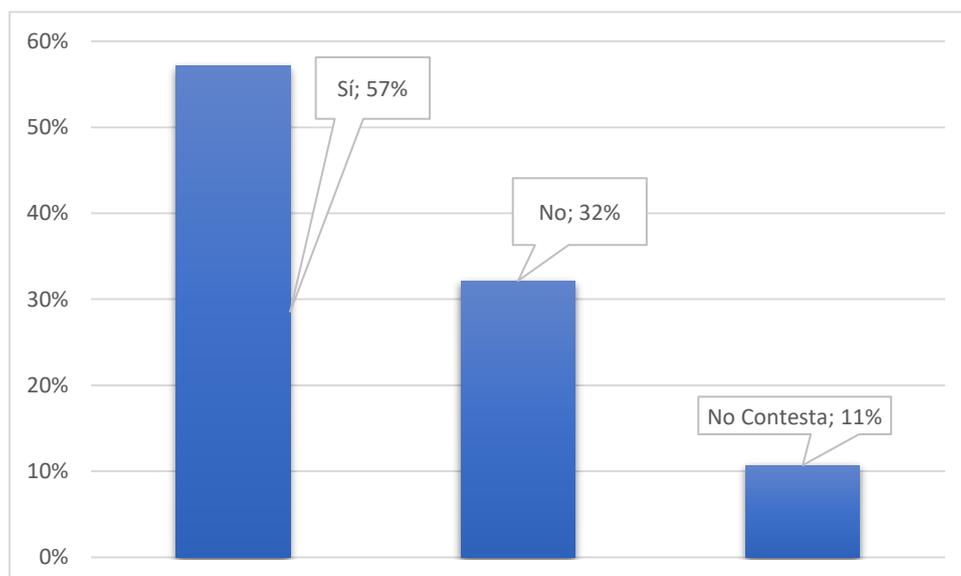
Gráfico 7: MEDIO DE TRANSPORTE EMPLEADO



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.4 Reserva:

Gráfico 8: REALIZACIÓN DE RESERVA



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

3.5. Uso de las TIC:

Gráfico 9: ¿ES USUARIO DE UN SMARTPHONE?

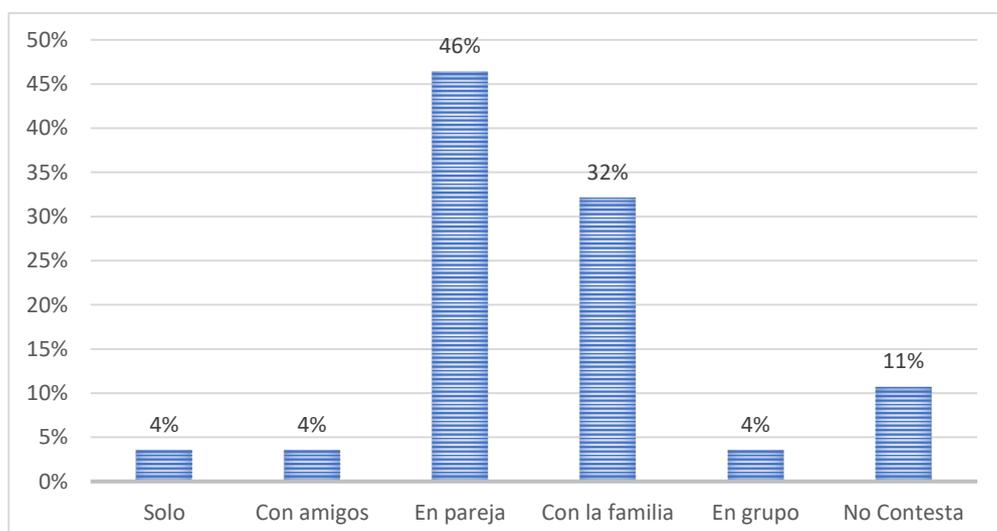
Gráfico 10: ¿LO VA A UTILIZAR?

Gráfico 12: ¿QUÉ USO HACE DE SMARTPHONE O TABLET?

Nota: Se recuerda que los siguientes datos del punto 3.5., en esta anualidad, no se han registrado ya que se ha creído conveniente aligerar la encuesta por el Comité de Calidad de Turisme Comunitat Valenciana.

3.6. Composición del grupo de viaje:

Gráfico 13: ¿CON QUIÉN ESTÁ DISFRUTANDO SU ESTANCIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA?



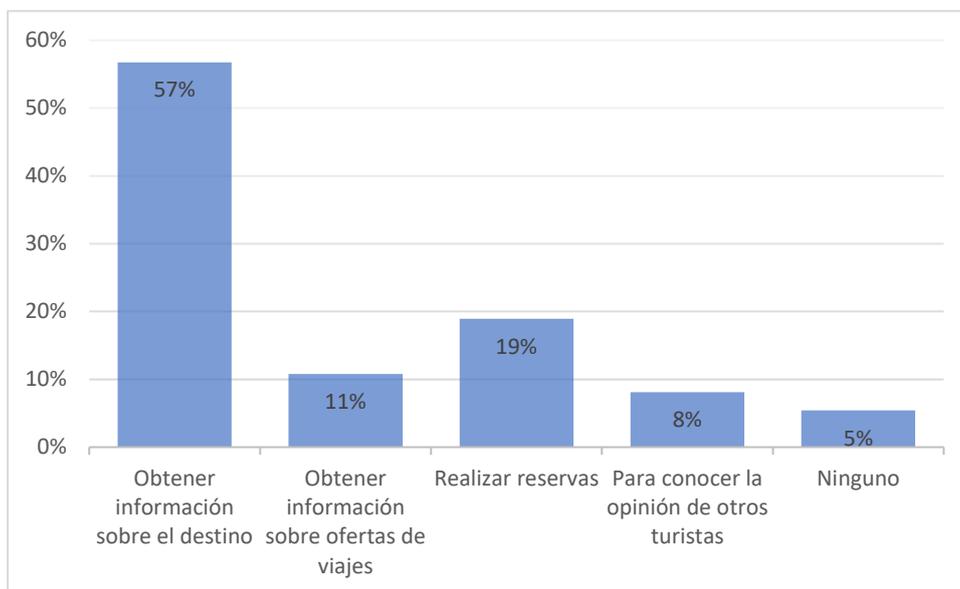
FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios¹

¹ Base: encuestados que pernoctan en Vinaròs u otro municipio de la Comunitat Valenciana.



3.7. Medios empleados para la obtención de información turística sobre Vinaròs:

Gráfico 14: ¿QUÉ USO HA REALIZADO DE INTERNET PARA LA PREPARACION DE SU VISITA A ESTE MUNICIPIO?



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

Gráfico 15: ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS RECIBIÓ INFORMACIÓN SOBRE ESTE MUNICIPIO?



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

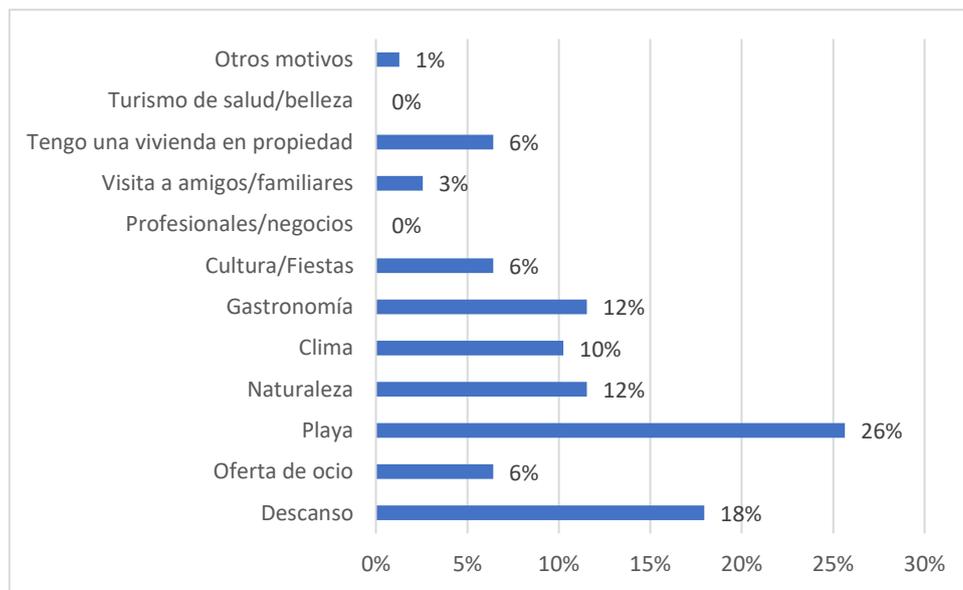




4. CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A VINARÒS

4.1. Principales motivos de la visita a Vinaròs:

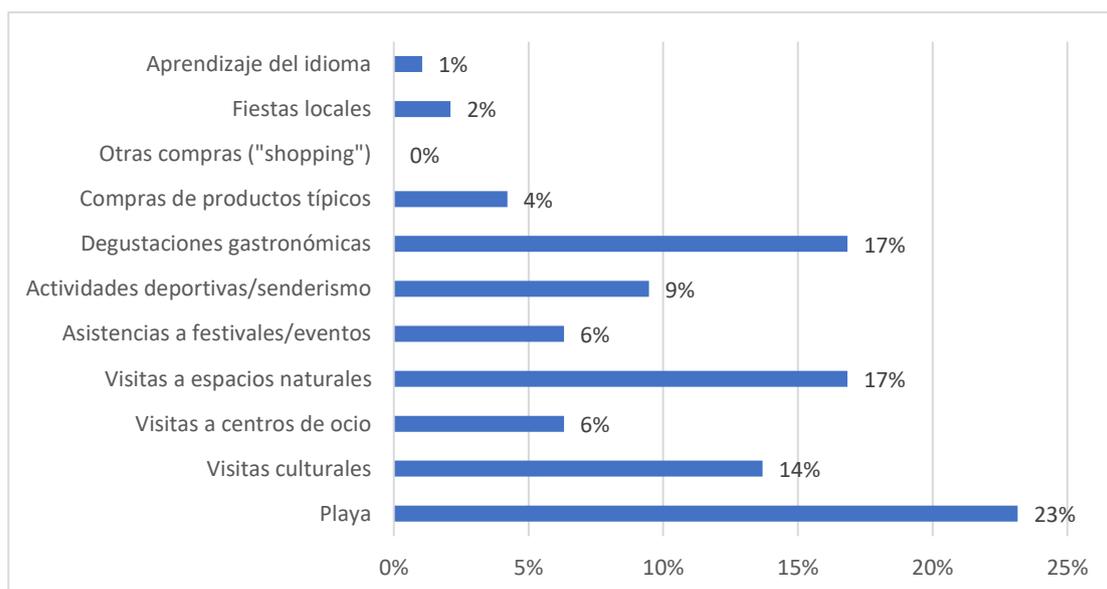
Gráfico 16: MOTIVOS DE VISITA A VINARÒS



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

4.2. Actividades previstas o realizadas en Vinaròs:

Gráfico 17: ACTIVIDADES PREVISTAS/REALIZADAS EN VINARÒS

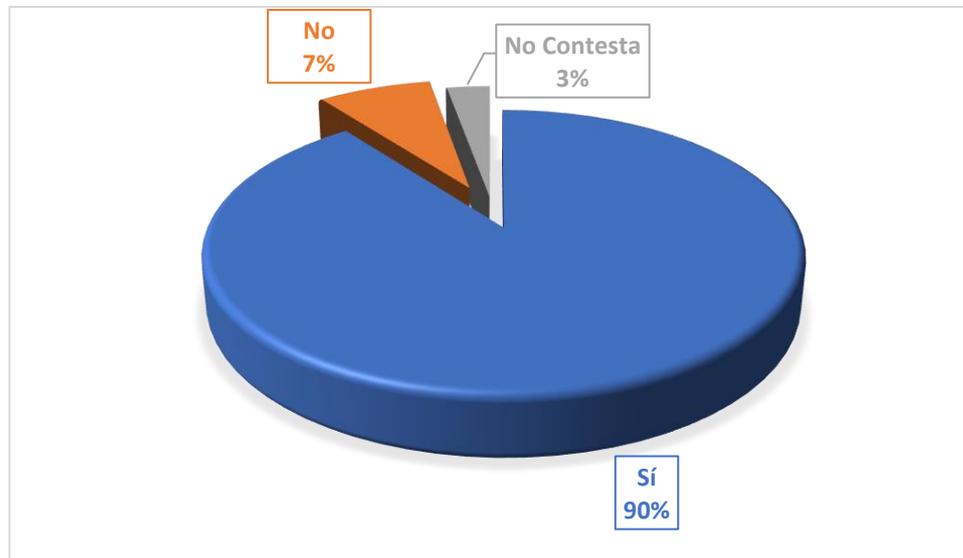


FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



4.3. **Fidelidad al destino:**

Gráfico 18: ¿TIENE INTENCIÓN DE VOLVER A VISITAR ESTE MUNICIPIO?



FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios

4.4. **Información deseada, no recibida:**

Gráfico 19: TIPO DE INFORMACIÓN QUE LE HUBIERA GUSTADO RECIBIR Y NO HA RECIBIDO.

Nota: Al igual que el punto 3.5. Se recuerda que los siguientes datos del punto 4.4., en esta anualidad, no se han registrado ya que se ha creído conveniente aligerar la encuesta por el Comité de Calidad de Turisme Comunitat Valenciana.

4.5. **Satisfacción de expectativas**

Los usuarios de Tourist Info Vinaròs que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,92 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre la oficina y de 9,88 para el municipio.

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



4.6. **Satisfacción en las medidas de seguridad para prevenir el contagio del COVID-19**

Nota: Este nuevo apartado se ha creado para valorar la opinión de los usuarios respecto a las medidas Covid tanto en el municipio como en la oficina de Turismo.

Los usuarios de Tourist Info Vinaròs que fueron encuestados otorgaron una puntuación media de 9,84 puntos sobre 10 a las instalaciones y protocolos de atención en la oficina y de 9,69 a la oferta e instalaciones turísticas y de ocio en el municipio con medidas de seguridad para prevenir el contagio del COVID-19

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios





5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO VINARÒS

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

ÍTEMS A VALORAR	2021 Covid	2020 Covid	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Tiempo de espera	9,82	9,73	9,71	9,68	9,68	9,5	9,62	9,62
Presencia e imagen del personal	9,88	9,81	9,86	9,80	9,76	9,71	9,83	9,75
Tono de voz empleado/amabilidad	9,90	9,86	9,87	9,84	9,87	9,79	9,90	9,79
Atención recibida	9,90	9,88	9,86	9,78	9,84	9,74	9,85	9,74
Imagen de la oficina	9,64	9,42	9,70	9,58	9,61	9,48	9,57	9,57
Ambiente de la oficina	9,75	9,56	9,75	9,67	9,65	9,54	9,64	9,66
Localización / accesibilidad de la oficina	9,82	9,68	9,78	9,60	9,57	9,59	9,63	9,54
Imagen y estética de folletos y listados	9,68	9,48	9,75	9,31	9,58	9,41	9,53	9,62
Material en idiomas	9,78	9,68	9,78	9,02	9,60	9,38	9,60	9,62
Horario de atención al público	9,74	9,46	9,69	9,28	9,46	9,35	9,48	9,58
Fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida	9,87	9,72	9,86	9,72	9,79	9,69	9,79	9,74
Media total	9,80	9,66	9,78	9,57	9,67	9,56	9,67	9,65

FUENTE: Elaboración propia a partir de la explotación de cuestionarios



Compromiso de Calidad Turística | Compromís de Qualitat Turística



CALIDAD TURÍSTICA





6. CONCLUSIONES

1. Características sociodemográficas:

- El 80% de los encuestados residen en España, casi el doble comparado con el año 2020.
- La muestra corresponde a un 50% de hombres y un 46% de mujeres. Curiosamente un 4% ha optado por la opción no sabe/no contesta. Esto es debido probablemente a que hacen las encuestas en pareja o simplemente no quieren indicarlo.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 46 a 65 años, seguida de a partir de 36 a 45 años y siguiéndole de cerca, los mayores de 65.
- Los encuestados con estudios universitarios representan el mayor porcentaje, con un 52% sobre el total.

2. Características del viaje:

- En lo que se refiere al alojamiento de los encuestados que se alojan en Vinaròs destaca este año el hotel con un 46%, seguido de la vivienda en propiedad con un 18 al igual que el uso de las viviendas alquiladas con un 18%.
- Respecto al año anterior, ha cambiado la tendencia, el hotel se posiciona como la opción más favorable respecto al alojamiento en viviendas de alquiler o vivienda en propiedad.
- El automóvil es el medio de transporte más empleado para llegar a Vinaròs, por un 75 % de la muestra. Al igual
- Respecto a la forma de organización del viaje, el 57% de los turistas realizó algún tipo de reserva en la preparación de su viaje contra un 32% que no organizan su viaje previamente mediante una reserva. (11% no contesta).
- El 32% manifestó viajar en familia mientras que los que lo hicieron en pareja fue la primera opción con un 46%.
- Este año el viajar en familia decae después de dos años consecutivos siendo la principal forma de viaje, rebasado esta vez por el segmento que viaja solo en pareja.
- La mayoría ha obtenido información sobre el municipio a través de familiares o amigos con un 32% o a través de Internet con un 32%.
- Un 57% ha utilizado Internet para la obtención de información turística sobre el destino mientras que un 19% también lo ha utilizado para realizar reservas.





3. Características y valoración de la visita a Vinaròs

- Las principales actividades que los encuestados piensan realizar en Vinaròs son: disfrutar de la playa en un 23%, visitas a espacios naturales en un 17%, en cuanto a gastronomía un 17%, visitas culturales en un 14%, asistencia a actividades deportivas o de senderismo 9%, asistencia a festivales y eventos con un 6%, vistas a centros de ocio 6%, comprar productos típicos en un 4%, asistir a fiestas locales un 2%, aprendizaje de idiomas 1% y Shopping 0%.
- Un 90% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Vinaròs. Estas cifras muestran una gran fidelidad del visitante.

4. Valoración de la calidad ofrecida por la oficina Tourist Info Vinaròs

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,80 puntos sobre 10. Un aumento de 0,14 centésimas respecto del año pasado.
- El ítem mejor valorado ha sido, la atención recibida, el tono de voz empleado/amabilidad por parte del personal y la presencia e imagen del personal.
- Los usuarios expresaron su satisfacción sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una valoración de 9,88 sobre 10.





ANEXO I.- FICHA TÉCNICA

UNIVERSO

Usuarios de la oficina Tourist Info Vinaròs.

ÁMBITO DEL ESTUDIO

Vinaròs.

TAMAÑO MUESTRAL

Cuestionarios válidos: **93** en la oficina central. * + Encuesta no validas no contestadas 43.

PERIODO DE ENCUESTADO

Desde enero 2021 al mes de diciembre 2021.

TÉCNICA UTILIZADA

Cuestionario autoadministrado con respuestas cerradas (binarias, multirrespuesta y likert).

TIPO DE MUESTREO

Aleatorio entre los usuarios de la Tourist Info Vinaròs.

ERROR MUESTRAL

No considerado por lo que los resultados no son extrapolables sino una aproximación.





DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA



Compromiso de Calidad Turística | Compromís de Qualitat Turística

CALIDAD TURISTICA

