



# AJUNTAMENT DE DÉNIA

TURISME

## >> ESTUDIOS TURÍSTICOS

### 1) ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN EN LAS PLAYAS DE DÉNIA

El Departamento de Turismo elabora anualmente un estudio que valora la importancia y satisfacción de los servicios y recursos que ofrecen las playas de Dénia, al objeto tener en cuenta los resultados para una planificación correcta y asimismo, dotarnos de una autoevaluación.

A modo de resumen se plasman seguidamente los datos principales:

#### **Objetivo final:**

INVESTIGAR y ANALIZAR mediante técnicas cuantitativas, la CALIDAD DE SERVICIO ofrecida por LAS PLAYAS DE DÉNIA A LOS USUARIOS FINALES DE LAS MISMAS, es decir a sus propios “clientes” – Satisfacción final del servicio.

Para responder a dicho objetivo se partió de un cuestionario semiestructurado elaborado en castellano, inglés y francés.

El Informe final analiza fundamentalmente el perfil del usuario, la satisfacción y expectativas de servicio, así como un indicador detallado de cada servicio (balizado, instalaciones en playas, limpieza, seguridad, socorrismo etc...)

#### **Ficha técnica del Estudio:**

**Universo:** El total de población (residentes y visitantes) que acuden y hacen uso de las playas durante el mes Agosto 2004.

**Técnica:** Directa en las playas de Dénia, por el Departamento de Campo de Empymer.

**Muestra:** Reparto cuasi-proporcional (ya que en las playas de menor longitud se ha sobredimensionado la muestra para conseguir menores errores estratificados) de la misma por zona de playas según longitud kilométrica de cada una de ellas. Zonas: Punta del Raset/Les Marines/ les deveses/La Marineta Casiana/ Les Rotes/La Cala.

Selección mediante muestreo aleatorio simple. Muestra válida: 475 Error muestral: 4,58 %

**Nivel de Confianza:** Del 95,50 %



# AJUNTAMENT DE DÉNIA

TURISME

## Motivos de elección de Dénia:

- Por la tranquilidad
- Por las playas
- Por tener familiares / amigos
- Por el Clima
- Por cercanía / proximidad
- Por la poca masificación
- Por tener casa-apartamento.
- Porque le gusta Dénia
- Para conocer otros lugares
- Por el paisaje.

*La estratificación de resultados según Nacionalidad* no refleja diferencias cuantitativas, si bien si se percibe la existencia de diferencias cualitativas. Aunque prácticamente los diez motivos con mayor peso se mantienen con independencia de la nacionalidad existe una ordenación ligeramente diferente:

- Usuarios de Nacionalidad española.—principal motivo: La Tranquilidad.
- Usuarios de Nacionalidad Extranjera: Pincipal Motivo: el clima (la tranquilidad ocupa el 4º lugar)

**Del total de usuarios entrevistados, un 14,32 % corresponde a Residentes y un 85,68 % corresponde a no-residentes.**

*\* los siguientes resultados son sobre el total de la muestra (residentes y no-residentes)*

**El Tipo de alojamiento** de dicho 85,68 % de usuarios no-residentes se distribuye de la siguiente manera:

- 29,47 % utilizan un establecimiento turístico
- 23,16 % utilizan residencia propia
- 14,53 % utilizan vivienda de amigos y/o familiares.
- 15,79 % son excursionistas (vienen a pasar el día)
- 2,74 % no especifican.



# AJUNTAMENT DE DÈNIA

TURISME

## Antigüedad como usuario de las playas de los no-residentes:

- 31,16 % : “hace más de 10 años”
- 9,68 % : Entre 5 y 10 años
- 16,84 % : Entre 2 y 5 años
- 4,63 % : desde el año pasado
- 23,16 % : primera vez
- 0,21 % no sabe

## Duración de la estancia de los no-residentes:

- Un 32,63% del total de la muestra (un 38,08% del total de no-residentes) :duración inferior a una semana
- 10,25 % una semana
- 14,74 % entre 8 y 15 días.
- 17,26 % : entre 16 días y un mes
- 6,32 % más de un mes.
- 3,79 % no sabe.

## Cuando visita las playas (los no-residentes)

Aunque el 87,22 % visitan las playas en Agosto (la encuesta se realiza en Agosto), el 37,10 % visita las mismas en Julio, el 19,90 % durante fines de Semana y puentes, el 16,46 % en Semana Santa, el 6,63 % durante todo el año , el 1,72% en Septiembre, el 5,90 % en otros momentos (Navidad, Fallas, etc), 1,72 % ns/nc.

*\*Porcentajes referidos al total del estrato no-residente.*

## Tipo de comercio a los que acuden:

- 66,58 % Supermercados
- 27,52 % Pequeño comercio
- 24,82 % Mercado Municipal
- 24,08 % Mercadillo
- 20,88 % Hipermercado
- 11,55 % a ninguno
- 0,74 % ns/nc.

*\*Porcentajes referidos al total del estrato no-residente.*



# AJUNTAMENT DE DÉNIA

TURISME

## Percepción del servicio

### Satisfacción según procedencia:

- Los ingleses y franceses son los que mejor grado de satisfacción muestran
- Como norma general los extranjeros están más satisfechos con el servicio que los españoles.

### Satisfacción según zona o playa escogida:

- La Cala naturista de la Torre del Gerro y la playa de la Punta del Raset obtienen las mejores valoraciones para la variable Satisfacción Global
- Las playas con mayor extensión son las que obtienen peores valoraciones, exceptuando Les Rotes.
- La playa con peor puntuación es la Marineta Casiana.

### Expectativas Globales:

El índice de cumplimiento de expectativas global obtenido es del **73,68 %**, es decir, las expectativas de los usuarios se ven cubiertas en un 73,68 %.

#### Según procedencia:

Usuarios Nacionales: cumplimiento de expectativas en un 71,22 %

Usuarios Extranjeros: cumplimiento de expectativas en un 79,27 %

## 2) ENCUESTAS CONSELLERÍA DE TURISME

La Consellería de Turisme elabora anualmente un cuestionario de encuesta que distribuye en todas las Tourist Infos de la Comunidad Valenciana y que, una vez efectuadas, realiza un informe al respecto.

Durante la temporada Estival 2004 se realizaron en la Oficina de Turismo Dénia un total de **115 encuestas** con el siguiente objetivo:

- Conocer la valoración por parte de la demanda sobre el nivel de calidad que ofrecen los diferentes servicios que componen la oferta turística del municipio.
- Conocer la valoración por parte de la demanda de diferentes aspectos de la información que proporciona la Oficina de Turismo Dénia.



# AJUNTAMENT DE DÈNIA

TURISME

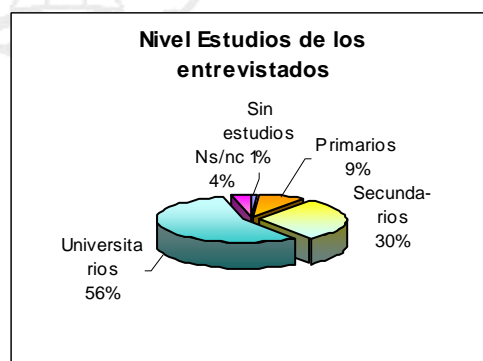
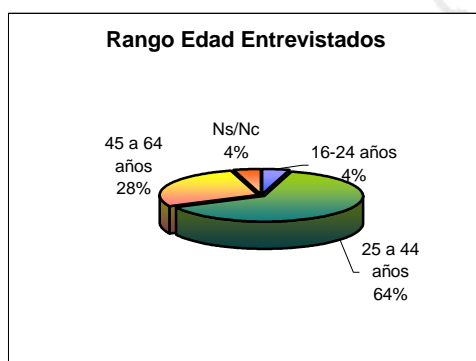
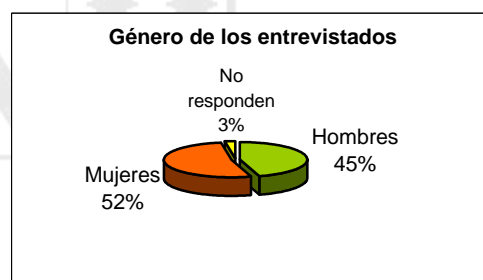
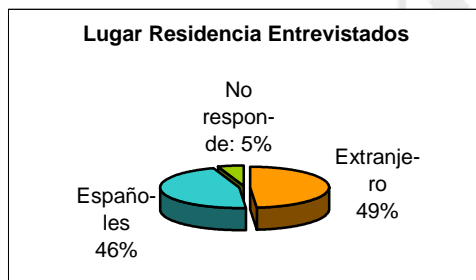
El proceso de encuesta se ha realizado durante los meses de Julio, Agosto y primera quincena Septiembre, periodo de máxima afluencia de visitantes.

Cabe mencionar que, aunque la encuesta proporciona información sobre el perfil de usuario así como de la calidad de la Oficina de Turismo y la percepción del visitante sobre la oferta turística del destino, no se trata de una encuesta que cumpla estrictamente con los criterios de representatividad de la población, por lo que no pretende llegar más lejos de lo que realmente es su función: proporcionar información útil para analizar el funcionamiento de la oferta turística.

## Principales resultados:

### Perfil de los encuestados:

Las encuestas se han realizado de forma aleatoria, observando tras la recopilación de información que :



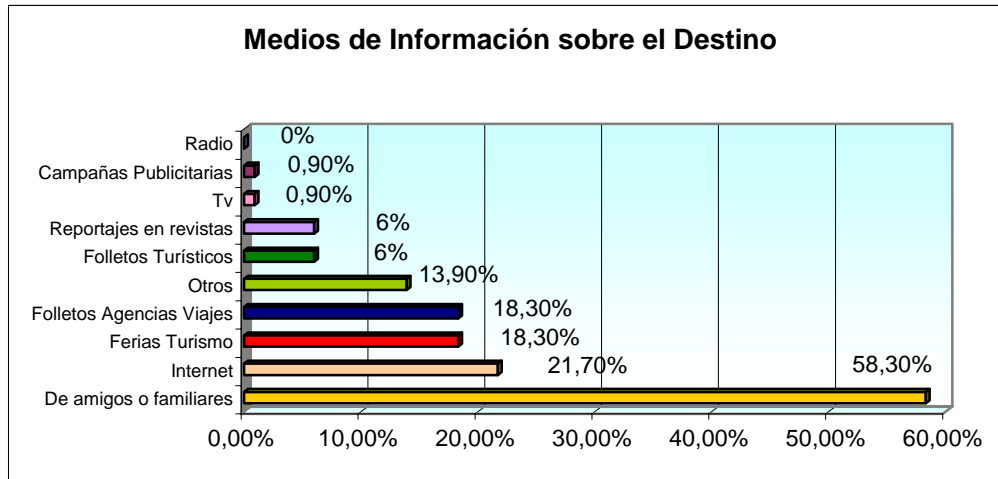


# AJUNTAMENT DE DÈNIA

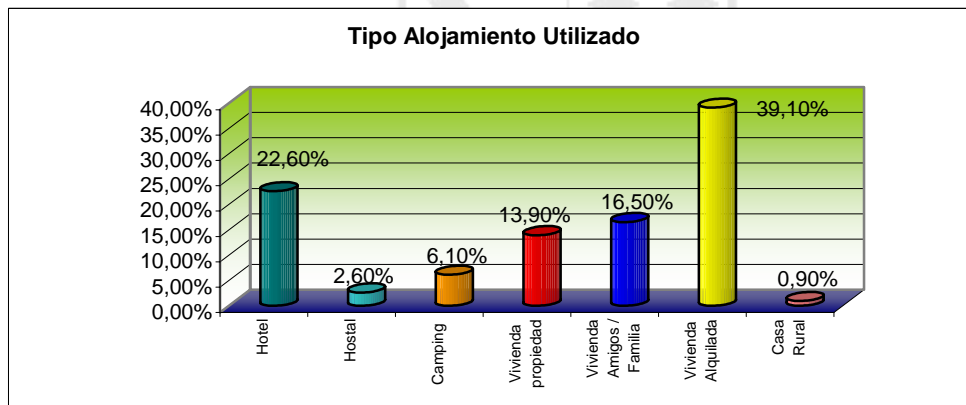
TURISME

## Medios de Información sobre el Destino:

A continuación observamos que la mayor parte de las personas encuestadas se informaron sobre Dénia a través de amigos o familiares, así como destacamos que en 2º lugar sea Internet el medio más utilizado.



En cuanto al tipo de alojamiento utilizado durante la estancia:



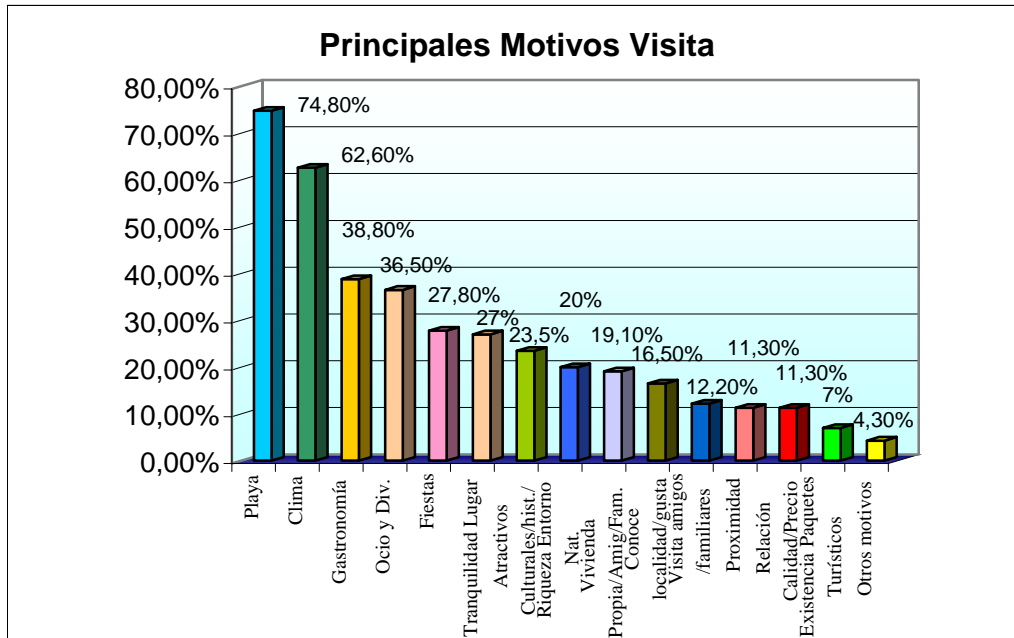
*Respuesta Múltiple: es posible que durante su estancia alguno de los encuestados haya empleado más de una modalidad de alojamiento.*



# AJUNTAMENT DE DÉNIA

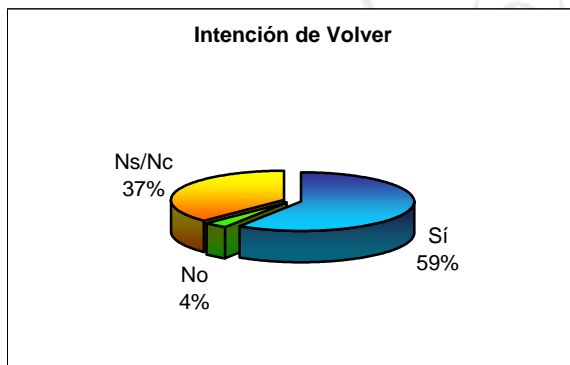
TURISME

En cuanto a los **principales motivos de visita**, destacan la Playa y el clima, seguido de la Gastronomía y las actividades de ocio y diversión.



*Respuesta Múltiple*

En referencia a la intención de volver a Dénia:





# AJUNTAMENT DE DÉNIA

TURISME

Si observamos la valoración de la Oficina de Turismo Dénia:

La puntuación media global otorgada por los usuarios de la Oficina de Turismo Dénia entrevistados es de 9,3 en una escala de 0 a 10.

