

**INFORME ANUAL  
DE RESULTADOS  
DE LAS ENCUESTAS 2024  
DE LA OFICINA DE TURISMO DE  
PILAR DE LA HORADADA**



**pilar de la horadada**  
ALICANTE | mar monte y sol

**Realizado por la Oficina de Turismo de Pilar de la Horadada.**

# ÍNDICE

1. Introducción	Pág 1
2. Metodología de trabajo empleada	Pág 1
3. Características sociodemográficas	Pág 1
4. Valoración del conocimiento de la Red Tourist Info	Pág 5
5. Valoración de la calidad ofrecida por la Tourist Info de Pilar de la Horadada	Pág 6
6. Valoración del destino visitado y de la Tourist Info de Pilar de la Horadada	Pág 7
7. Comparativa con 2023 y conclusiones 2024	Pág 7

ANEXO 1: Encuesta

# 1. INTRODUCCIÓN.

Como cada año, la Tourist Info de Pilar de la Horadada utiliza la Encuesta Tourist Info como medio para conocer la popularidad de la Red Tourist info y el nivel de satisfacción con respecto al municipio y la oficina de turismo y para recabar información acerca del perfil del usuario que visita Pilar de la Horadada para poder así satisfacer sus expectativas y necesidades.

Con toda la información obtenida tras el análisis de estas encuestas se diseñan programas anuales de mejora de la calidad del servicio y se apuesta por el desarrollo de otros proyectos que puedan beneficiar al municipio, tanto turísticamente como en calidad de vida para los residentes.

# 2. METODOLOGÍA DE TRABAJO EMPLEADA.

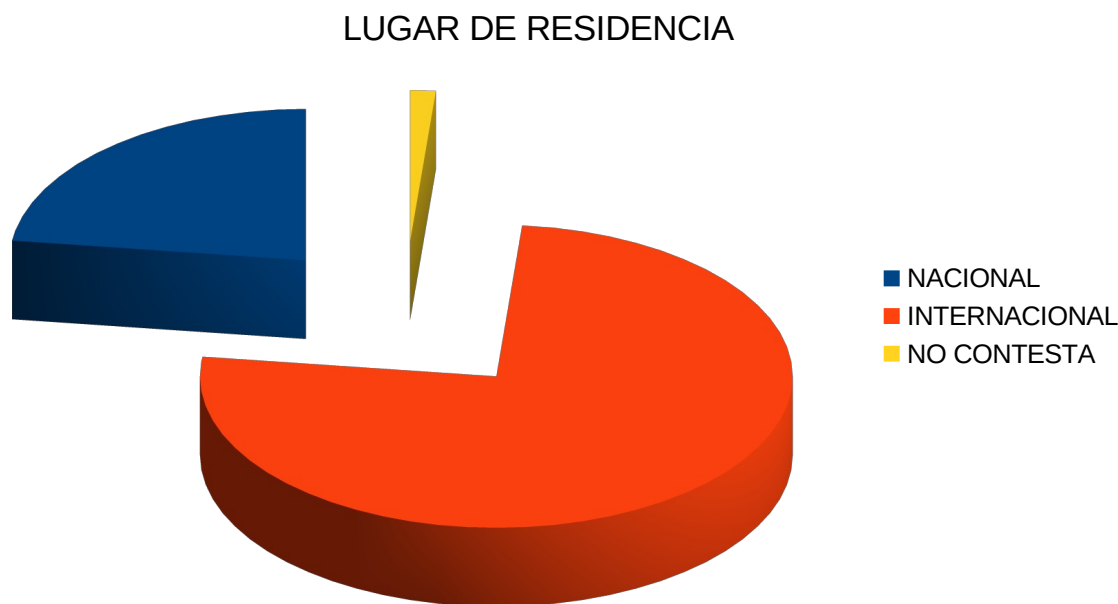
El proceso de la Encuesta Tourist Info se ha realizado tanto en temporada alta como en periodo de baja afluencia y se han tabulado un total de 148 cuestionarios.

La población encuestada corresponde a usuarios mayores de 16 años que visitan la Tourist Info de Pilar de la Horadada. Para evitar sesgos producidos en la entrega de encuestas por parte del personal de la oficina se ha establecido una metodología tendente a la aleatoriedad. El sistema consiste en pasar el cuestionario a aquellos visitantes a los que se les ha proporcionado una gran cantidad de información.

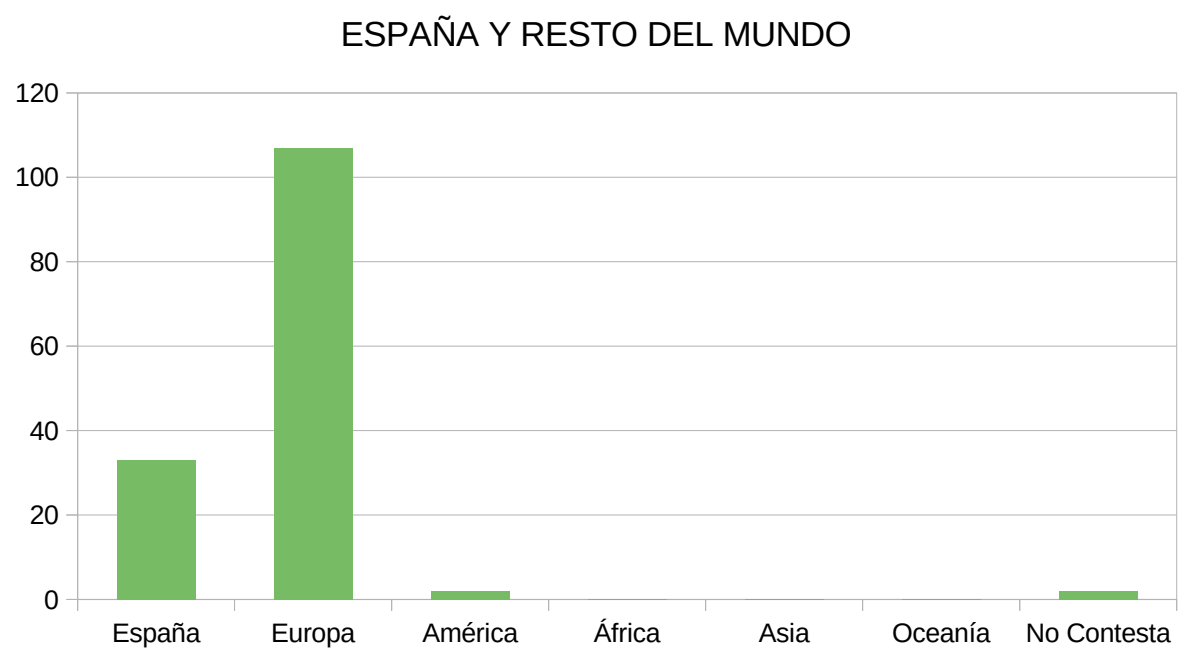
# 3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.

## A) LUGAR DE RESIDENCIA.

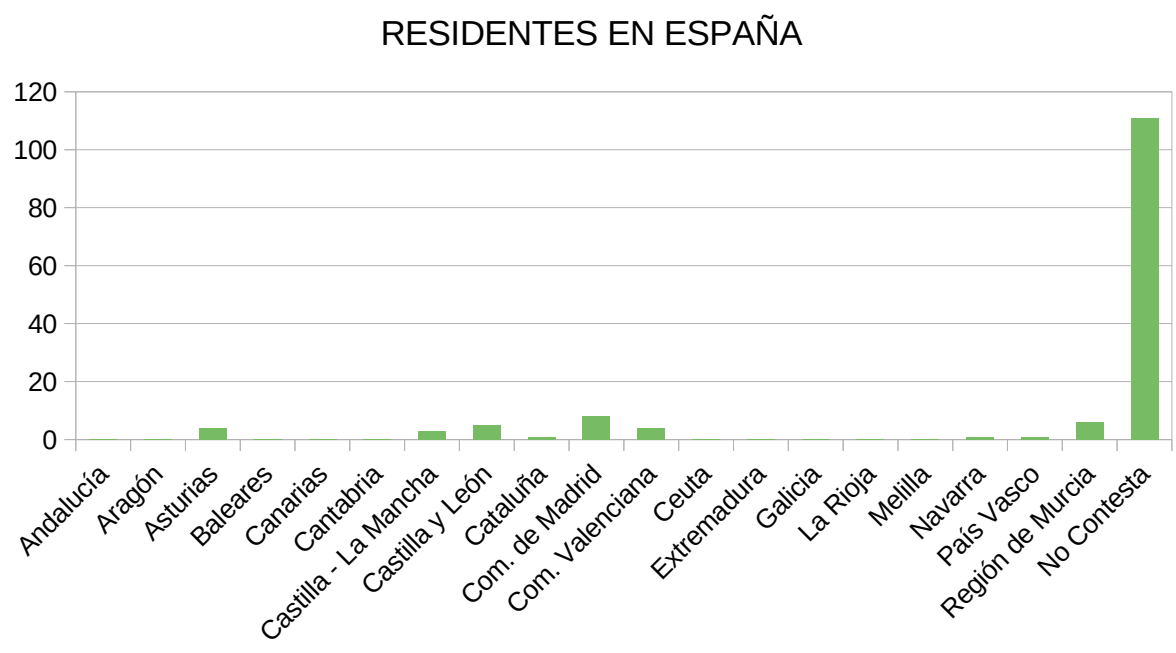
Del total de **144 cuestionarios**, el **22,92%** han sido rellenados por residentes en España, el **75,69%** han sido rellenados por ciudadanos internacionales y el **1,39%** no ha respondido.



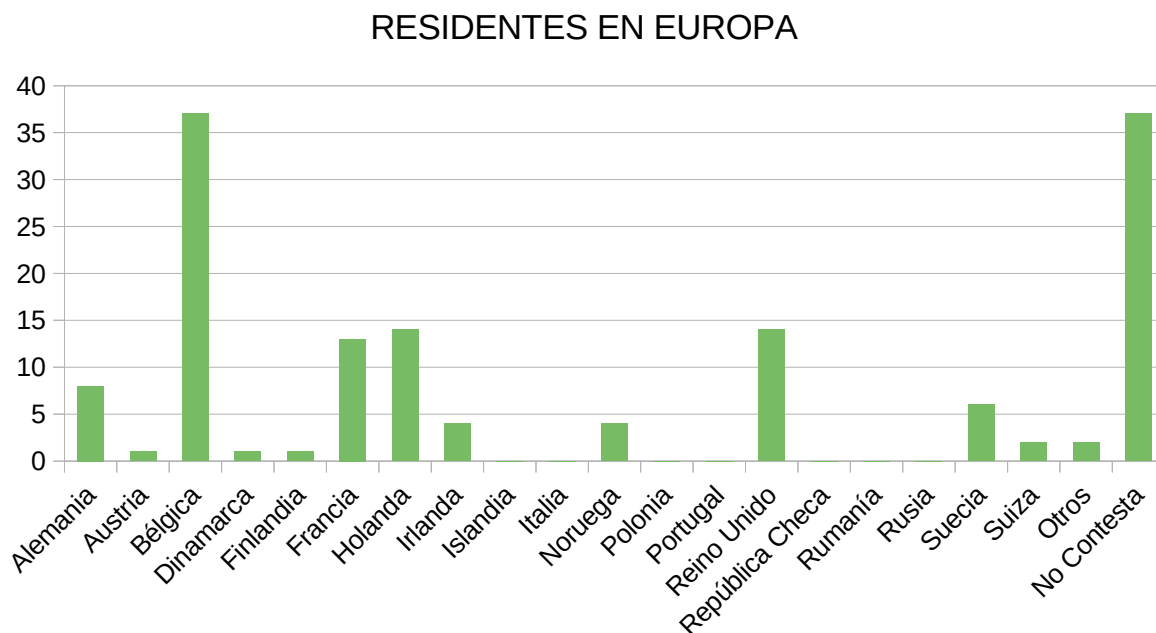
En el siguiente gráfico podemos señalar que los encuestados internacionales proceden todos de Europa.



Si diferenciamos entre residentes en el territorio español, los grupos más numerosos proceden de la Región de Murcia y de la Comunidad de Madrid.

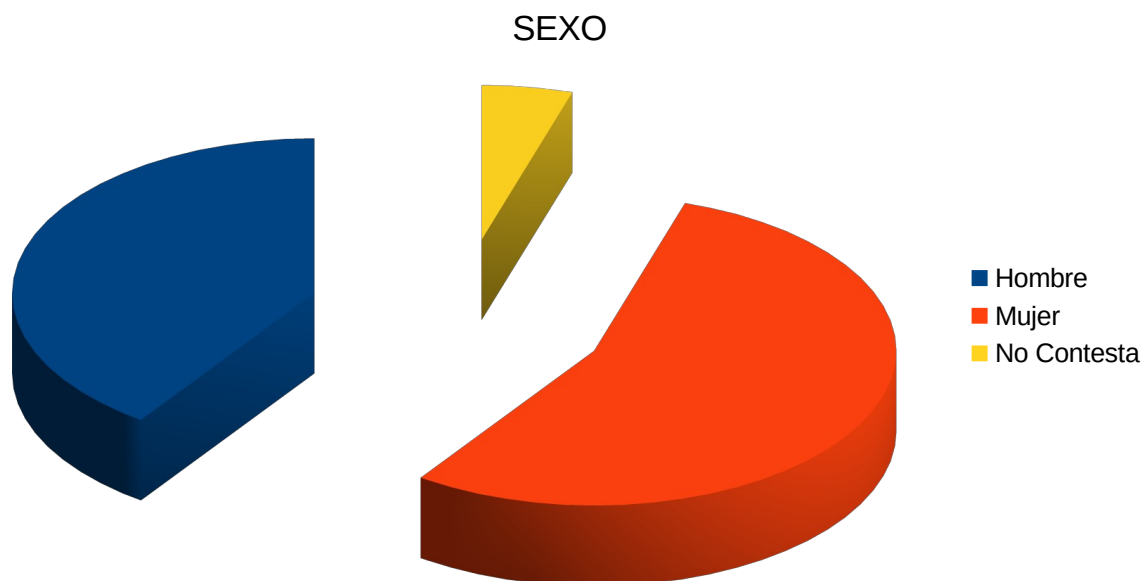


Y si nos fijamos en los en los visitantes procedentes de Europa los grupos más numerosos son de Bélgica, Holanda, Reino Unido y Francia.



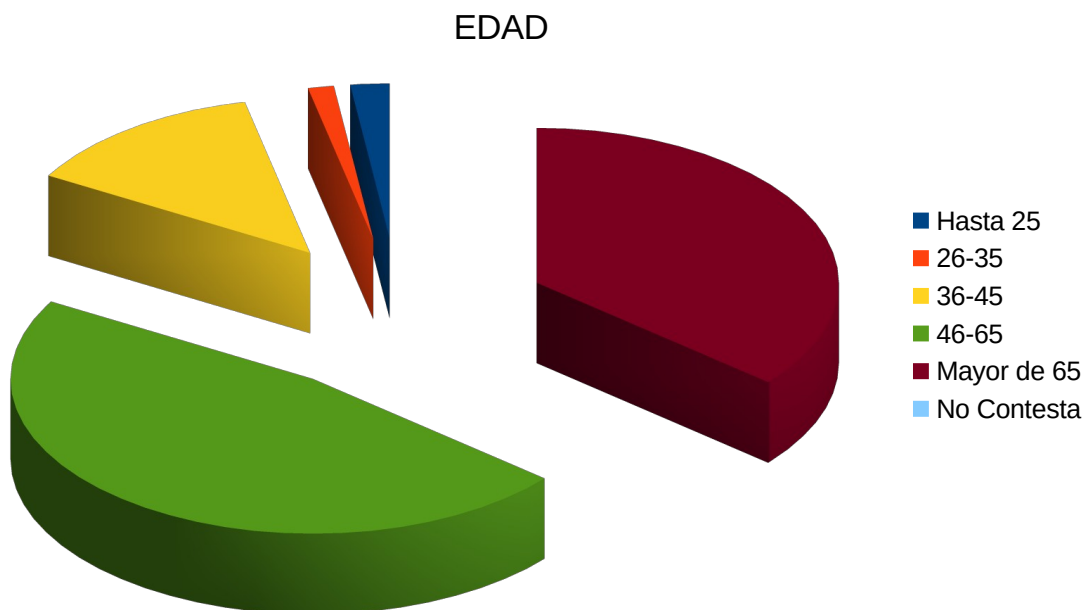
## B) SEXO.

La distribución por género de la demanda se corresponde con un **40,27%** de hombres y un **54,86%** de mujeres. Un **4,86%** de los encuestados no respondieron a esta cuestión.



### C) EDAD.

Atendiendo a la estructura de edades, el mayor porcentaje de encuestados son los que tienen entre **46 y 65 años (el 47,22%)**, muy seguidos del grupo de edad mayores de 65 años (el **36,11%**).



### D) NIVEL DE ESTUDIOS.

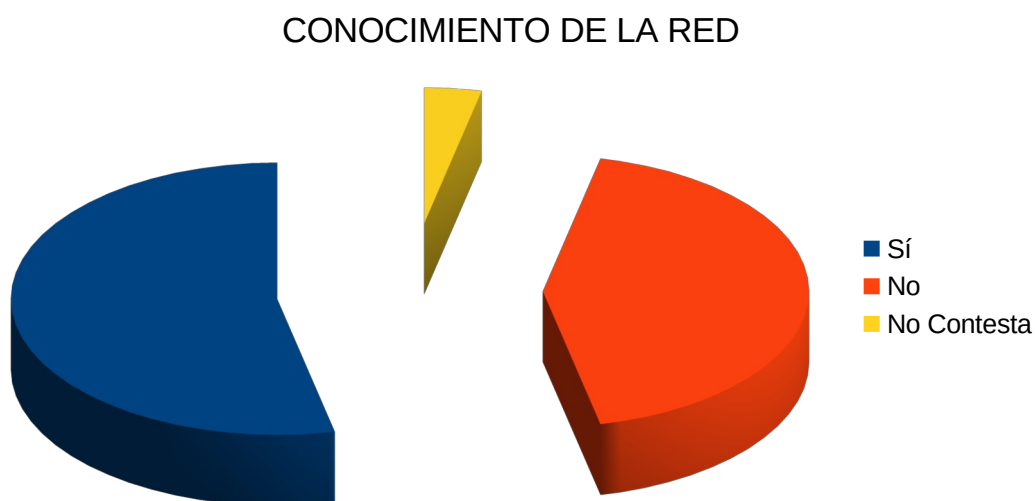
En cuanto al análisis del nivel de estudios alcanzado por la población de la muestra, de los resultados obtenidos se extrae que el **45,13%** posee estudios universitarios y el **42,36%** estudios secundarios.



Constituye un dato llamativo que casi la mitad de los usuarios que visitan la oficina de turismo dispone de título universitario. Ello refleja que un mayor nivel cultural propicia una mayor inquietud a la hora de visitar un determinado destino y por tanto la necesidad de recabar mayor información sobre el mismo.

#### 4. VALORACIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO.

Al formular a los usuarios de la Tourist Info de Pilar de la Horadada si tienen conocimiento de las red de oficinas de la Tourist Info, el **53,47%** afirma conocer la Red Tourist Info, el **43,05%** no la conoce y un **3,47%** no ha contestado a dicha pregunta.



Otra de las preguntas de la encuesta es si ha visitado más de una oficina de información turística. En este caso, el **29,73%** de los usuarios reconoce no haber visitado otras oficinas frente al **67,57%** de usuarios, que afirman haberlas visitado. Un **2,70%** de los encuestados no responde a esta pregunta.



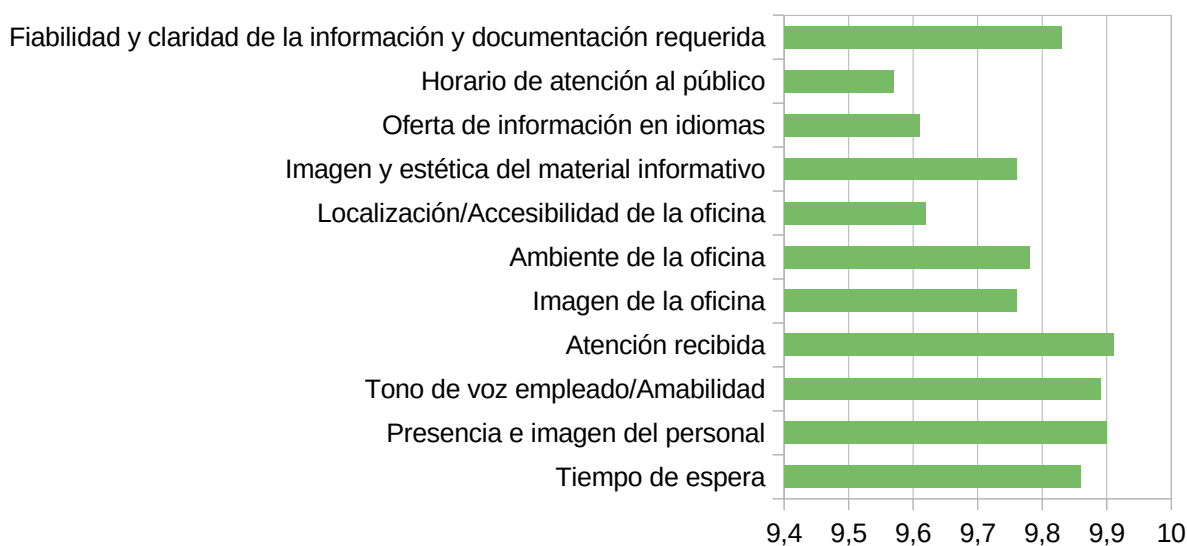
## 5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA TOURIST INFO DE PILAR DE LA HORADADA.

En la siguiente tabla se exponen las valoraciones otorgadas a los aspectos propuestos en la encuesta:

Tiempo de espera	9,86
Presencia e imagen del personal	9,90
Tono de voz empleado/Amabilidad	9,89
Atención recibida	9,91
Imagen de la oficina	9,76
Ambiente de la oficina	9,78
Localización/Accesibilidad de la oficina	9,62
Imagen y estética del material informativo	9,76
Oferta de información en idiomas	9,61
Horario de atención al público	9,57
Fiabilidad y claridad de la información y documentación requerida	9,83
Media de satisfacción de los encuestados	9,77

Teniendo en cuenta que **0** es el valor más bajo o que expresa mayor insatisfacción y **10** el valor más alto o el que expresa el valor más alto de satisfacción, podemos afirmar que la Tourist Info de Pilar de la Horadada tiene el aprobado de sus encuestados. He aquí el gráfico los datos obtenidos:

### VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA RED TOURIST INFO DE PILAR DE LA HORADADA



## **6. VALORACIÓN DEL DESTINO VISITADO Y DE LA TOURIST INFO DE PILAR DE LA HORADADA.**

En el cuestionario hay dos preguntas referentes a la satisfacción de las expectativas del usuario, tanto con el municipio como con la oficina.

Teniendo en cuenta que **0** es totalmente insatisfactorio y **10** muy satisfactorio, hemos de decir que tanto municipio como oficina tienen una puntuación de sobresaliente.

- La media de satisfacción del municipio es de **9,88**.
- La media de satisfacción de la oficina es de **9,5**.

## **7. COMPARATIVA CON 2023 Y CONCLUSIONES 2024**

Como viene pasando anteriormente, los cambios a rasgos generales de un año al siguiente son mínimos. Esto es debido a uno de los rasgos característicos de los turistas que nos visitan por su lealtad y fidelidad, lo que proporciona estabilidad al destino; esto produce un efecto acumulativo, porque los turistas repiten su estancia y nos asegura unos ingresos constantes.

Para la Concejalía de Turismo es importante mantener el grado de satisfacción de estos turistas, incluso superarlo, ya que es un factor determinante de cara a conseguir y mantener la lealtad esperada por su parte.

En consecuencia de los resultados obtenidos de las diferentes encuestas e informes, trazamos anualmente proyectos enfocados a la mejora de la calidad del servicio al visitante así como actividades que enriquecen el tiempo de ocio de estos y la calidad de vida de los residentes.

De este modo, año tras año nos esforzamos en mantener los estándares de exigencia que nos marcan las distintivos de calidad Q e ISO 9001 y fomentamos actividades enfocadas tanto al ocio familiar, como al deportivo, cultural o gastronómico. Tenemos programas de eventos para el público infantil.

Por otro lado, la percepción de un alto grado de satisfacción es un factor que favorece la difusión gratuita y recomendación del destino turístico entre amigos, familiares y conocidos. Nos agrada saber que este valor va aumentando cada año.

A continuación resumiremos los datos que hemos obtenido de las encuestas en cuatro bloques principales.

### **A) CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.**

El **22,92%** de los usuarios son de origen nacional y el **75,69%** ha sido internacional. De los encuestados residentes en España la mayoría son de la Región de Murcia y de la Comunidad de Madrid. En el grupo de los extranjeros encuestados, todos eran del continente europeo y la mayoría de Bélgica, Holanda, Reino Unido y Francia.

En comparación con el año anterior, en 2023 la mayoría de nuestros encuestados también eran de procedencia internacional (**72,30%** en 2023) e igualmente de Bélgica, Reino Unido y Francia. Nos alegra ver que nuestros fieles turistas extranjeros pueden volver a viajar con normalidad tras el pico más alto de restricciones de la pandemia. En referencia al turismo nacional, el año pasado el porcentaje de encuestados nacionales fue de un **27,03%** y provenían de Comunidad Valenciana, Madrid y Murcia, como en 2023.

Este año vuelven a ser las mujeres las personas que más encuestas rellenan. En 2023 el porcentaje fue de **54,73%** frente al **42,57%** que eran hombres y en 2024 de **54,86%** frente al **40,27%** de hombres.

Con respecto a la edad y al nivel de estudios, la mayoría de turistas siguen estando dentro del rango de edad de entre 46 y 65 años (un **45,95%** en 2023 y un **47,22%** en 2024) y tienen estudios universitarios (un **45,95%** en 2023 y un **45,13%** en 2024) por delante de los que tenían estudios secundarios (un **35,14%** en 2023 y un **42,36%** en 2024).

## **B) VALORACIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA RED TOURIST INFO.**

Si bien en 2023 el **49%** de los encuestados conocían la Red Tourist Info, este año el porcentaje asciende al **53,47%** y de ellos un **29,73%** había visitado más de una Tourist Info en sus vacaciones en 2023, frente al **34%** de 2024.

## **C) VALORACIÓN DE PILAR DE LA HORADADA COMO DESTINO VACACIONAL Y DE LA TOURIST INFO MUNICIPAL.**

La media de satisfacción de la calidad de servicios prestados en este año en la oficina de turismo es de **9,77**, un poco más baja que el año anterior, que fue de **9,93**.

## **D) VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA TOURIST INFO DE PILAR DE LA HORADADA.**

Y la nota media en referencia a la satisfacción del municipio tiene un **9,5** como media en 2024. En 2023 se obtuvo un **9,3** de nota.