



ALBEN
Ingeniería y Marketing

Gijón | Turismo



SERVICIO MUNICIPAL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

INFORME ANUAL

FEBRERO 2015

INDICE

Página

Objetivos y metodología. Ficha técnica

3

Servicio Infogijón

7

Servicios de Infogijón utilizados. Frecuencia de uso.

8

Canales precursores de la existencia de Infogijón

12

Medios utilizados para solicitar los servicios de Infogijón

14

Valoración del servicio ofrecido

16

Valoración de los servicios ofrecidos

17

Deficiencias en la información

34

Sugerencias de mejora

36

Características de los usuarios

37

Estancia media de los turistas

38

Procedencia de los usuarios

41

Conclusiones

43

Resumen de indicadores

44

Conclusiones

46

Anexo: Tabulación de datos

49

***Metodología y
Ficha técnica***

Objetivos y Metodología

El objetivo del presente estudio es obtener una valoración del servicio municipal de información turística de Gijón - también llamado Infogijón - por los usuarios del mismo a lo largo del año y obtener una imagen del mismo a lo largo del tiempo. El estudio plantea a su vez obtener información para la toma de decisiones y datos relativos a otros aspectos:

- Perfil del usuario que utiliza el servicio de información turística.
- Canales o medios utilizados para conocer el servicio.
- Tasa de utilización de los servicios y cómo se han solicitado.
- Satisfacción con diferentes aspectos del servicio: horario, trato, calidad de la información, accesibilidad de las oficinas. .
- Obtener posibles deficiencias de la información facilitada en dichas peticiones.
- Delimitar deficiencias y aspectos que deben ser mejorados del servicio.
- Comparar los resultados con los obtenidos en los ejercicios anteriores en la medida de lo posible.






Tal como indica la OMT, todos los viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes, siendo **turistas aquéllos que pernoctan en la ciudad y visitantes de día o excursionistas los que no pernoctan**. En este informe, utilizaremos “**visitante**” para denominar al **excursionista** o visitante de día y “**turista**” para el **usuario no residente que pernocta** en Gijón, agregando ambos, cuando así se precise bajo el término “no residente”.

Por último, se ha establecido un perfil para el usuario no residente que visita la ciudad más de cuatro veces al mes y cuyo comportamiento y actitud no se corresponde con el resto de usuarios no residentes.

La comparación con otros ejercicios será orientativa, debido a la elevada diferencia de cuestionarios realizados en los períodos anteriores y éste y que en algunos casos ha habido que adaptar.

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA

-  **Universo:** 47.927 usuarios del servicio municipal de información turística, Infogijón en el período de estudio (no se incluyen usuarios del stand de la Fiesta de la Sidra por no disponer de su procedencia).
-  **Tipo de encuesta:** Personal autocumplimentada.
-  **Tamaño de la muestra:** 1.1.516 encuestas válidas con un margen de error muestral del $\pm 2,5\%$ para un nivel de confianza del 95,5% (en la condición más desfavorable: $p=q=0,5$) para el total de la muestra y una población finita.
-  **Período del trabajo de campo:** de 1 de enero a 31 de diciembre de 2014
-  **Director Técnico:** Alfredo Álava Benito.

Características de la muestra ponderada

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Sexo	%
Hombre	43,0
Mujer	55,6
Ns/Nc	1,4
Total	100,0

Edad	%
Menor de 31 años	21,5
De 31 a 49 años	44,7
> 49 años	32,4
Ns/Nc	1,4
Total	100,0

Módulo	%
Fomento	54,9
Escalerona	44,7
Otros	0,4
Total	100,0

Procedencia	%
Residente	15,1
Resto de Asturias	4,9
Nacional	65,6
Internacional	14,2
Ns/Nc	0,2
Total	100,0

Usuario	%
Residente	15,1
Visitante	41,9
Turista	41,6
No residente habitual	0,8
Ns/Nc	0,6
Total	100,0

Período	%
Enero	1,5
Febrero	1,4
Marzo	1,9
Abril	7,1
Mayo	6,8
Junio	10,8
Julio	22,7
Agosto	29,4
Septiembre	11,7
Octubre	4,3
Noviembre	1,2
Diciembre	1,3
Total	100,0

***Servicio
Infogijón***

Frecuencia de uso de los servicios de Infogijón

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Frecuencia	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Primera vez	21,3	88,8	84,0	75,4	74,3	85,4	75,6	66,9	74,8
Ocasional	54,3	5,8	12,6	17,7	17,1	7,5	19,0	22,0	17,4
Habitual	22,8	3,4	3,0	5,9	7,2	3,9	5,1	10,0	6,6
Ns/Nc	1,6	2,0	0,4	1,0	1,4	3,2	0,4	1,1	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tres de cada cuatro usuarios acude al servicio por primera vez, dato que se eleva aún más entre los encuestados **no residentes**. El encuestado local utiliza el servicio con cierta regularidad, y más de la mitad de ellos afirma usarlo ocasionalmente (de 2 a 5 veces al año).

La **edad del usuario** es determinante en el incremento del uso del servicio. Así, el 85,4% de los menores de 31 años utiliza Infogijón por primera vez, reduciéndose al 66,9% entre los entrevistados de mayor edad.

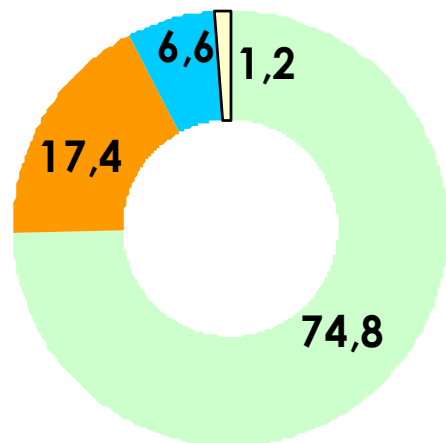
El sexo no es determinante en la frecuencia de uso del servicio.

Evolución de la frecuencia de uso de los servicios de Infogijón

Frecuencia	2011	2012	2013	2014
Primera vez	70,5	72,7	76,6	74,8
Ocasional	21,5	17,5	14,5	17,4
Habitual	7,3	9,4	7,7	6,6
Ns/Nc	0,6	0,4	1,1	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

El tracking realizado a lo largo de estos años ha ofrecido siempre un resultado parejo en cuanto a la frecuencia de uso, la mayoría de los usuarios acude por primera vez al servicio de Infogijón. En esta ocasión implica que algo más de siete de cada diez usuarios (74,8%) acuden por primera vez. El resto, 17,4% lo utilizan de modo ocasional (2 a 5 veces al año) o habitual (6,6%).

Frecuencia (% en 2014)



Servicios demandados de Infogijón

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Servicios	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Petición de información	77,7	96,9	96,7	93,4	93,5	95,5	91,9	94,9	93,4
Adquis. material turístico	48,1	19,5	32,7	27,0	33,5	28,4	31,9	29,9	30,4
Visitas guiadas	8,7	2,1	6,1	5,3	4,9	0,8	6,5	6,2	5,1
Gijón Card	0,0	2,3	3,8	3,0	1,8	2,2	2,8	1,9	2,7
Gijón Goloso	2,4	1,3	2,1	0,9	2,7	1,7	2,9	0,7	1,9
Gijón Gourmet	4,0	0,8	0,8	2,2	0,6	0,0	2,3	0,8	1,3
Otros servicios	2,4	0,8	2,6	2,2	1,6	2,9	1,9	1,2	1,9
Ruta de la Sidra	1,8	0,5	1,4	1,4	0,9	0,6	2,0	0,3	1,1
Bus turístico	2,4	1,4	2,6	1,4	2,6	0,6	2,2	2,8	2,1
Ns/Nc	0,2	0,5	0,5	0,3	0,5	0,5	0,7	0,2	0,5
Resp. múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

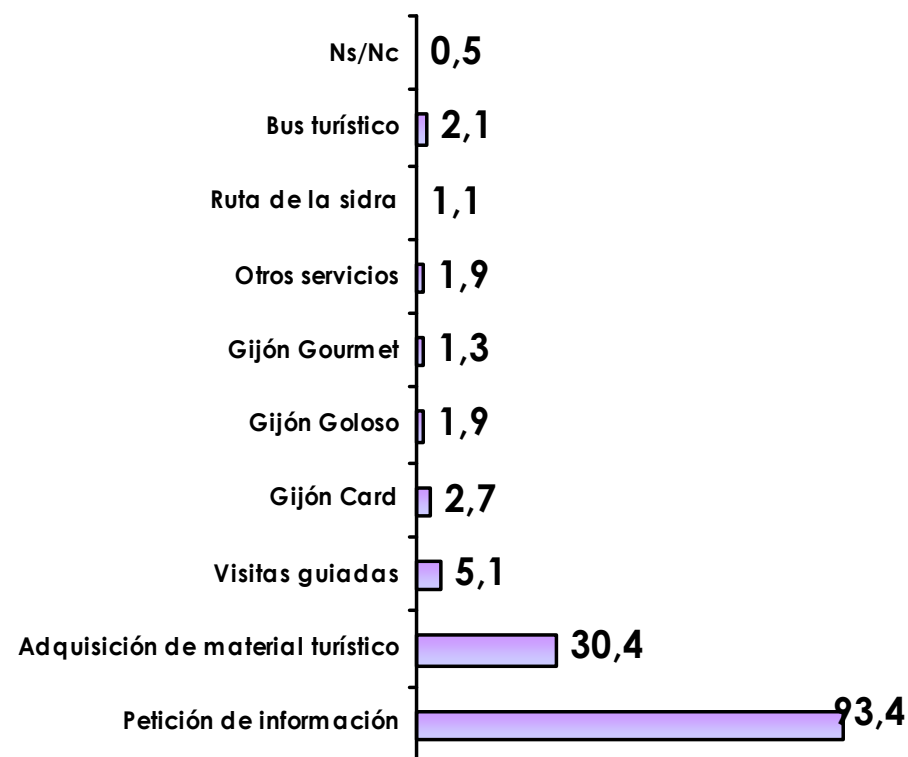
La demanda principal del colectivo encuestado es la petición de información (93,4%), alcanzando la compra de material turístico el 30,4% de las respuestas. El comportamiento de los usuarios es dispar si nos atenemos a su perfil y a su estancia en la ciudad. De este modo, **visitantes y turistas** comparten la mayor propensión a la petición de información, superando el 96% de las respuestas; sin embargo, los turistas que permanecen varios días en la ciudad se asemejan a la petición de los residentes en cuanto a la adquisición de material turístico, el uso de las visitas guiadas y de algunos de los otros servicios facilitados por Infogijón como Gijón Goloso y la Ruta de la Sidra.

Por edades, los encuestados más jóvenes utilizan un menor número de servicios, asemejándose más las peticiones de servicios del resto de tramos de edad utilizados.

Evolución de los servicios demandados de Infogijón

Servicios	2011	2012	2013	2014
Petición de información	91,6	91,4	93,8	93,4
Adquisición material turístico	29,2	27,6	25,7	30,4
Visitas guiadas	---	4,7	6,4	5,1
Gijón Card				2,7
Gijón Goloso				1,9
Gijón Gourmet				1,3
Ruta de la Sidra	7,9	9,4	6,7	1,1
Otros servicios				1,9
Bus turístico				2,1
Ns/Nc	1,4	0,8	0,6	0,5
Resp. Múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

Servicios (% en 2014)



Con la moderación necesaria debido a los cambios en la metodología de recogida de información (en los ejercicios previos el número de consultas de este período superó en todos los casos las 2.500 encuestas), se **consolidan** los resultados obtenidos en períodos anteriores.

En este ejercicio además, se ha desagregado la información referente a Otros Servicios (a partir de junio) obteniéndose los mejores resultados en Gijón Card y alcanzando en 2014 el 11% de las respuestas para el bloque de otros servicios (suma de Gijón Card hasta Bus Turístico).

Canales precursores de la existencia de Infogijón

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Canales	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Vi un punto de información	41,3	55,3	44,6	48,5	48,3	46,2	50,2	46,7	48,1
Existe en otras ciudades	14,4	18,2	17,5	15,1	18,8	17,6	16,0	18,7	17,2
Por amigos y familiares	9,3	11,2	15,4	15,6	10,7	12,9	9,5	17,5	12,8
En Internet	5,2	13,3	14,2	12,7	12,1	15,4	16,5	5,1	12,5
Empresa del sector	2,4	2,3	5,5	3,4	3,4	5,0	2,6	3,2	3,7
Publicidad	4,6	3,0	4,1	3,8	3,8	2,8	3,5	4,8	3,7
Otros	16,4	1,1	3,0	4,0	5,0	1,7	5,9	4,7	4,5
Ns/Nc	8,1	0,1	0,5	2,0	1,3	0,6	1,5	2,5	1,6
Resp. múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

Casi la mitad de los encuestados conoce el servicio por haberse encontrado con un punto de información (48,1%) y uno de cada cinco (17,2%) supuso su existencia ya que existe en otras ciudades. En ambos casos, el porcentaje obtenido entre los visitantes es mayor que el obtenido entre turistas y residentes.

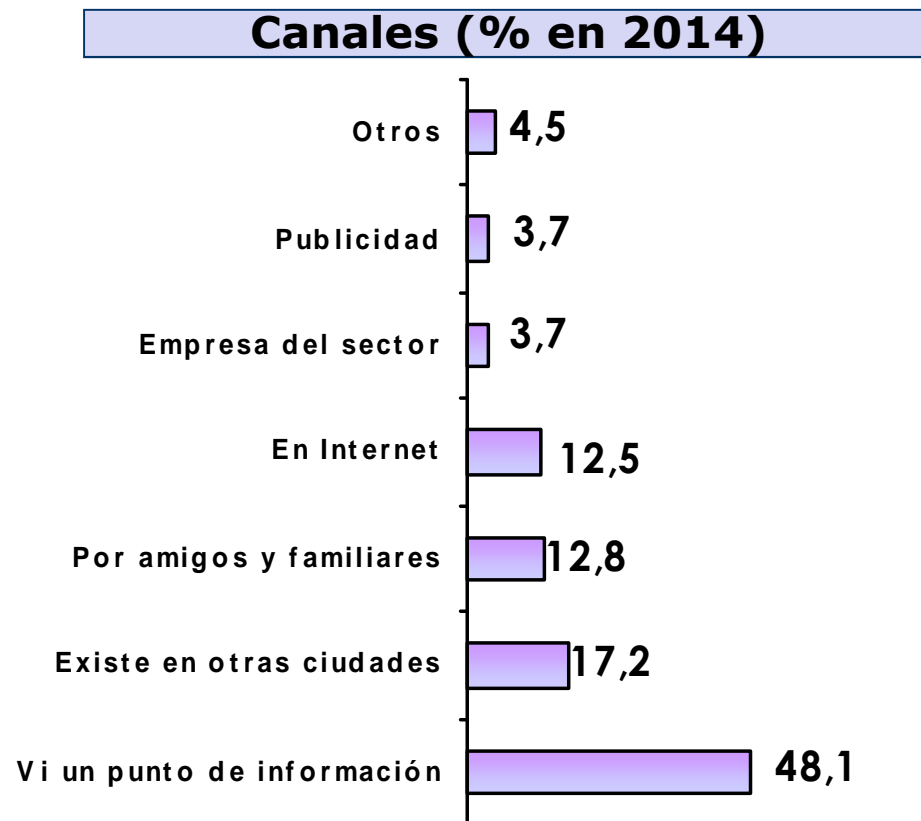
Atendiendo **al sexo** del entrevistado, existen más similitudes que diferencias, destacando en el sector masculino el ítem “por amigos y familiares” y en el femenino el “existe en otras ciudades”.

Por edades, y como en otras ocasiones, el uso de Internet tiene una tendencia decreciente, siendo mayor su grado de utilización en los tramos de edad inferiores.

El grado de utilización del servicio también marca elevadas diferencias en este punto, sobre todo en las respuestas “vi un punto de información” e Internet, que disminuyen su grado de respuesta a medida que se incrementa la frecuencia de uso.

Evolución de los canales precursores de la existencia de Infogijón

Canales	2011	2012	2013	2014
Vi un punto de información	48,9	45,1	52,9	48,1
Existe en otras ciudades	25,6	20,6	17,7	17,2
Por amigos y familiares	9,1	11,6	10,2	12,8
En Internet	9,0	11,8	9,2	12,5
Publicidad	3,7	3,8	4,3	3,7
Empresa del sector	5,4	4,0	3,9	3,7
Otros	2,5	5,7	5,4	4,5
Ns/Nc	1,2	1,1	0,5	1,6
Resp. Múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0



El servicio de Infogijón se conoce mayoritariamente por “encontrarse con un punto de información”, hecho relevante que no ha cambiado a lo largo de los años en que se realiza el estudio, si bien, disminuye con respecto a 2013, posicionándose como en otras ocasiones por debajo del 50% de las respuestas. Suponer su existencia porque existe en otras ciudades continúa su moderado descenso desde el año 2011 y sigue perdiendo importancia, que gana el boca a boca, de amigos y familiares e Internet.

Por último, las empresas del sector siguen su paulatino descenso como canal precursor y ha descendido nuevamente dos décimas, obteniendo el 3,7% de las respuestas.

Medios utilizados para solicitar los servicios de Infogijón

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

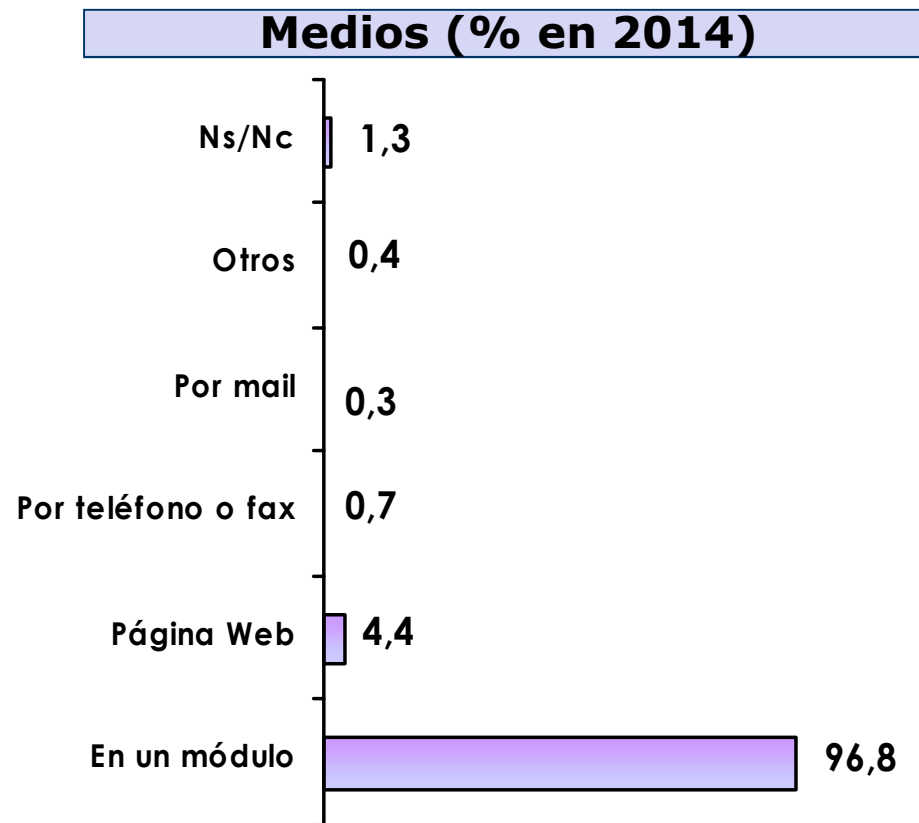
Medios	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
En un módulo (en persona)	98,5	95,2	97,6	96,8	96,8	97,0	96,8	96,5	96,8
Consultando en la página Web	6,4	3,4	4,1	3,7	5,0	3,6	6,2	2,6	4,4
Por teléfono o por fax	2,7	0,5	0,2	1,2	0,4	0,0	1,2	0,7	0,7
Por correo electrónico	0,2	0,2	0,4	0,1	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
Por correo postal	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	0,0	1,0	0,0	0,9	0,0	0,1	0,0	1,1	0,4
Ns/Nc	1,5	1,1	1,4	0,6	1,9	0,5	1,9	1,0	1,3
Resp. múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

Infogijon facilita su servicio proporcionando múltiples medios de contacto: personal, telefónico, on line, por correo postal. A pesar de todas estas facilidades, el medio principal es el presencial, como afirman realizar el 96,8% de los encuestados. La utilización de la página Web alcanza un 4,4% de las respuestas, siendo el resto de medios escasamente mencionados.

No existen diferencias reseñables atendiendo a las características de los usuarios encuestados, salvo el mayor uso de la página Web de los entrevistados de edad intermedia (6,2%) que duplican el porcentaje obtenido por el resto de grupos de edad considerados. Esta diferencia es la única observada también en función del **grado de utilización del servicio, que utilizan en mayor medida el resto de medios** .

Evolución de los medios utilizados para solicitar los servicios de Infogijón

Medios	2011	2012	2013	2014
En un módulo (en persona)	96,2	95,2	97,9	96,8
Consultando en la página web	4,2	3,6	3,3	4,4
Por teléfono o fax	0,9	0,6	0,7	0,7
Por correo electrónico	0,7	0,7	0,7	0,3
Por correo postal	0,4	0,2	0,2	0,0
Otros (señalar)	1,0	1,4	0,5	0,4
Ns/Nc	1,3	1,5	0,8	1,3
Resp. Múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0



El elevado porcentaje obtenido a lo largo de este estudio de satisfacción por la opción “en un módulo”, situándose por encima del 95% de las respuestas implica que las diferencias en la evolución de los medios utilizados son mínimas o inexistentes. La consulta de la página Web, por ejemplo, se sitúa en el intervalo del 3,3%-4,4% en los últimos años, siendo la respuesta obtenida en este ejercicio la más alta.

***Valoración del
servicio ofrecido***

Valoración del horario de atención al público

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	70,2	73,8	73,8	70,6	75,0	76,4	73,7	69,9	73,1
Satisfecho (7-8)	22,3	21,4	20,9	24,5	18,8	19,4	21,8	21,6	21,3
Indiferente (5-6)	5,1	1,7	1,5	1,7	2,8	0,8	1,7	4,0	2,3
Insatisfecho (3-4)	0,2	0,0	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,5	0,2
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,0	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,1
Ns/Nc	2,1	3,1	3,2	2,8	3,2	3,3	2,8	3,6	3,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,9	9,2	9,1	9,1	9,1	9,2	9,2	8,9	9,1

Se ha pedido a los encuestados que valoren en una escala de 1 a 10, siendo 1 la nota mínima y 10 la máxima, determinados aspectos de Infogijón que expondremos en ésta y en las siguientes diapositivas.

La nota media obtenida por el horario de atención al público es de 9,1 puntos, y tres de cada cuatro usuarios han valorado el horario con 9 ó 10 puntos. Sólo el 2,6% de los encuestados puntúan con 6 puntos o menos.

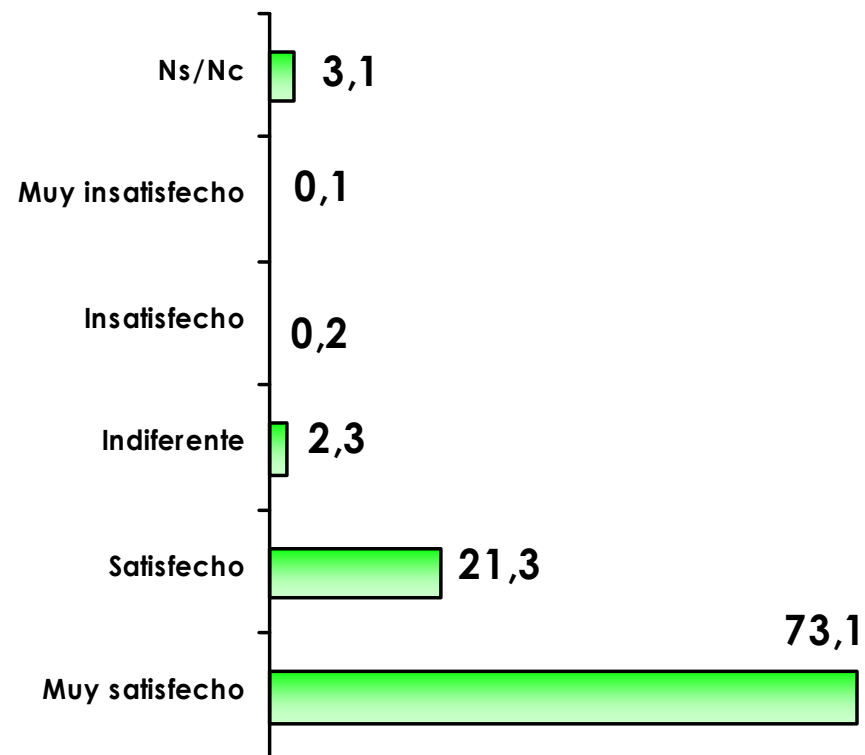
Por procedencias, los usuarios internacionales son los que mejor valoran el horario, 9,4 puntos de media, siendo el **grupo más crítico el residente, único en que la nota media no alcanza los nueve puntos, 8,9 puntos.**

Evolución del horario de atención al público

Medios	2011*	2012	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	92,4	81,7	72,3	73,1
Satisfecho (7-8)		11,6	20,1	21,3
Indiferente (5-6)	2,9	2,7	2,6	2,3
Insatisfecho (3-4)		0,9	0,2	0,2
Muy insatisfecho (1-2)		0,8	0,1	0,1
Ns/Nc	4,7	2,3	4,7	3,1
Total	100	100	100	100
Valoración. Media	---	9,0	9,1	9,1

* En 2011 la escala era: Insuficiente , Mejorable, Adecuado y Demasiado amplio.

Horario (% en 2014)



A lo largo de los años se observa la buena acogida que el horario de atención al público tiene entre los usuarios, manifestando cierta insatisfacción menos del 3% de los encuestados, incluyendo en la misma la "indiferencia". La valoración media obtenida tanto en años anteriores como cuando se dividía el período en vacacional y no vacacional se situaba en el entorno de **los nueve puntos**.

Valoración de la accesibilidad de las oficinas

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	69,2	67,0	71,1	70,5	67,9	73,4	69,4	65,8	69,1
Satisfecho (7-8)	22,8	24,9	19,6	22,3	22,4	17,3	22,0	25,4	22,1
Indiferente (5-6)	3,2	4,5	5,1	3,4	5,3	5,1	5,4	3,2	4,5
Insatisfecho (3-4)	0,5	1,1	1,0	0,9	0,8	1,3	0,8	1,0	1,0
Muy insatisfecho (1-2)	1,8	0,5	0,5	0,7	0,6	0,2	0,4	1,2	0,7
Ns/Nc	2,5	2,0	2,8	2,2	3,0	2,7	2,0	3,5	2,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,8	8,8	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9	8,8	8,9

La nota media obtenida por la accesibilidad de las oficinas es 8,9 puntos. La satisfacción es alta, y sólo un 6,2% puntúan dicha accesibilidad con 6 puntos o menos, estando menos satisfechos los encuestados mayores de 49 años.

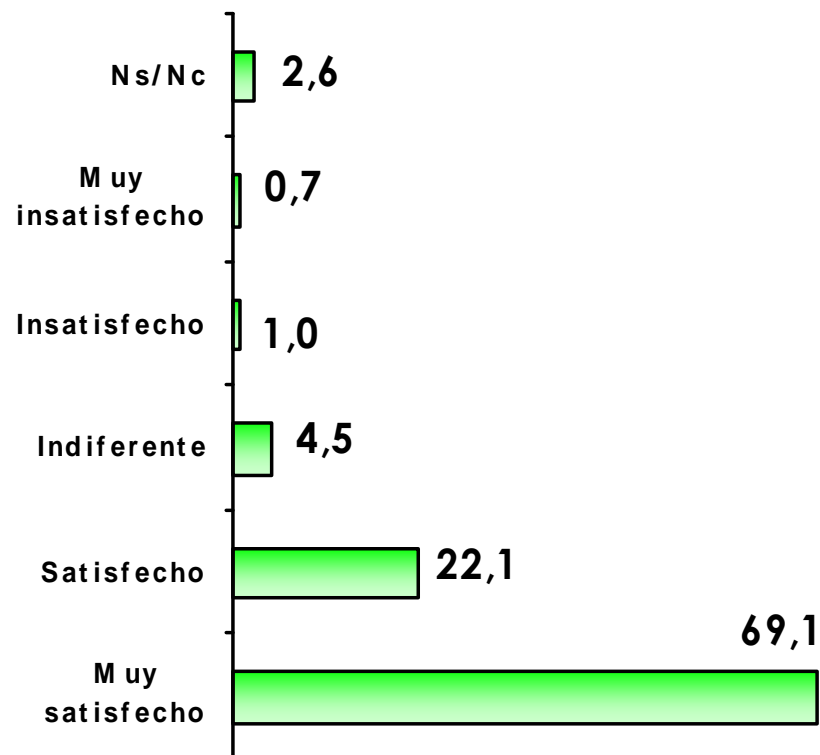
Por procedencias, se repite el perfil observado con el horario, los usuarios internacionales son los que valoran más positivamente la accesibilidad (9,1 puntos) y gijoneses y usuarios nacionales los que menos, con 8,8 puntos.

Evolución accesibilidad oficinas

Medios	2011*	2012	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	90,1	79,0	68,5	69,1
Satisfecho (7-8)		12,2	22,9	22,1
Indiferente (5-6)	4,3	1,8	4,4	4,5
Insatisfecho (3-4)		0,5	1,0	1,0
Muy insatisfecho (1-2)		3,0	0,5	0,7
Ns/Nc	5,6	3,4	2,7	2,6
Total	100	100	100	100
Valoración Media	---	8,9	8,9	8,9

* En 2011 la escala era: Sí, No

Accesibilidad (% en 2014)



La accesibilidad de las oficinas es adecuada, y nueve de cada diez encuestados optan por una puntuación de 7 ó más puntos a lo largo del tiempo. La evolución es muy similar a la indicada con el horario, situándose la valoración media en los **últimos tres años en 8,9 puntos**.

En el ejercicio 2012, el cuestionario sufrió una importante modificación y no es factible la comparación. A título de ejemplo, de asignar 10 puntos al sí y 1 punto al no, la media de 2011 hubiera sido de 9,6 puntos. Si optáramos por bajar el "Sí" a 9 puntos, hubiera sido de 8,7 puntos.

Valoración de la señalización de las oficinas

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	62,7	56,7	59,7	57,9	60,1	58,8	62,4	55,3	59,0
Satisfecho (7-8)	24,9	27,5	24,3	27,0	24,3	25,1	23,3	28,3	25,7
Indiferente (5-6)	6,3	8,4	8,1	8,1	7,8	7,7	8,6	7,0	7,9
Insatisfecho (3-4)	1,2	3,3	1,5	2,0	2,2	1,8	2,7	1,8	2,2
Muy insatisfecho (1-2)	2,0	0,9	2,8	1,4	2,1	4,4	0,7	1,6	1,9
Ns/Nc	2,8	3,2	3,6	3,6	3,4	2,2	2,4	5,9	3,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,6	8,4	8,4	8,4	8,4	8,3	8,6	8,4	8,4

La nota media obtenida por la señalización de oficinas es de 8,4 puntos, manteniendo la tendencia de que al menos tres de cada cuatro usuarios se muestren satisfechos, como hemos visto en los anteriores aspectos estudiados. Si bien, en este caso, el porcentaje de encuestados que opta por estar "Muy satisfecho" (9 ó 10 puntos), es menor, provocando una nota media inferior.

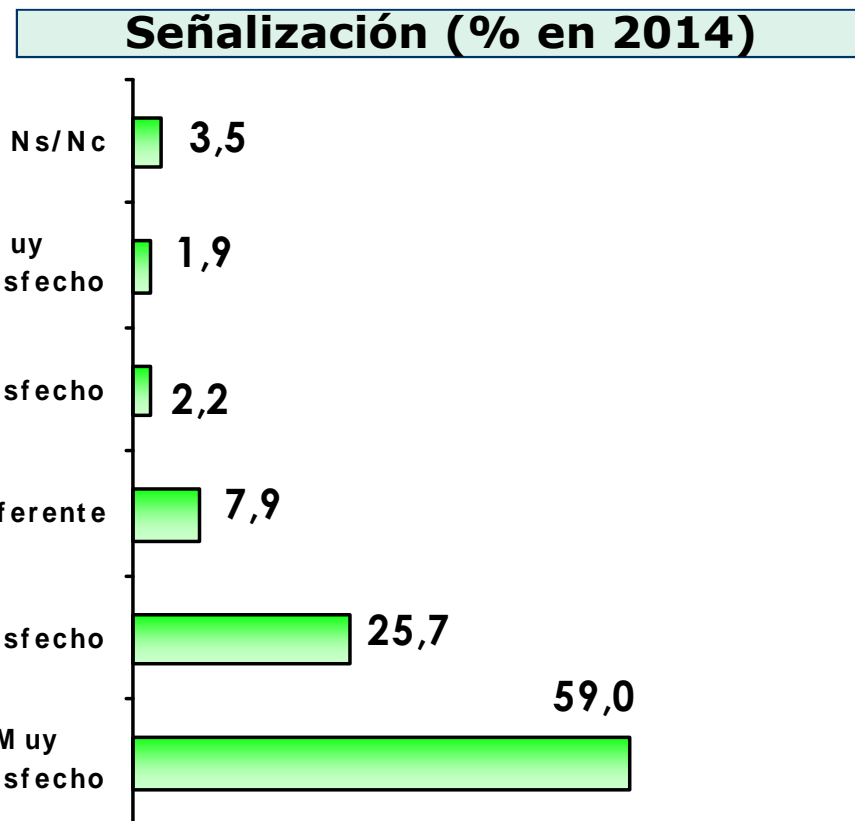
Por tipo de usuario, los denominados no residentes (visitantes y turistas) manifiestan una satisfacción menor con una valoración media de 8,4 puntos, al igual que ocurre con los encuestados más jóvenes que se reduce a 8,3 puntos.

Atendiendo a **la procedencia**, el usuario nacional es el más insatisfecho con la señalización, alcanzando en este grupo una media de 8,3 puntos y siendo el único grupo donde la puntuación por debajo de 7 puntos supera el 10% de las respuestas.

Evolución de la señalización de las oficinas

Medios	2011*	2012*	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	66,7	68,9	57,0	59,0
Satisfecho (7-8)		13,4	26,6	25,7
Indiferente (5-6)	7,4	5,6	9,6	7,9
Insatisfecho (3-4)		1,3	2,9	2,2
Muy insatisfecho (1-2)		5,8	1,1	1,9
Ns/Nc	26,0	4,9	2,9	3,5
Total	100	100	100	100
Valoración. Media	---	8,4	8,4	8,4

* En 2011 la escala era: Sí, No



La señalización es uno de los aspectos de las oficinas de Infogijón más discutidos, lo que indica la alta valoración del servicio, dado que la media obtenida en los últimos tres años es **de 8,4 puntos**. Esta elevada satisfacción general debe motivar al servicio a tratar de mejorar allí donde se manifiesta una mayor insatisfacción. En este caso, **uno de cada diez encuestados no se muestra satisfecho con la señalización (12%)**, si bien ha mejorado ligeramente respecto a 2013, donde la cifra era del 13,6%.

Valoración de la rapidez de atención del servicio Infogijón

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	91,3	89,6	89,9	89,0	90,8	92,2	90,6	88,0	90,0
Satisfecho (7-8)	8,2	7,9	8,2	9,1	6,8	5,7	8,6	7,9	7,9
Indiferente (5-6)	0,2	0,5	0,7	0,6	0,5	0,2	0,4	0,8	0,5
Insatisfecho (3-4)	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,0	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,1
Ns/Nc	0,4	1,8	1,0	1,1	1,7	1,9	0,1	2,9	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	9,6	9,6	9,5	9,5	9,6	9,7	9,5	9,5	9,6

Uno de los aspectos mejor valorados del servicio Infogijón es la rapidez en la atención, aspecto que alcanza una inestimable **media de 9,6 puntos**. De hecho, en todas las caracterizaciones realizadas de los encuestados se sitúa en ese entorno, lo que indica la calidad del servicio a lo largo del año en cuanto a rapidez.

Las mayores diferencias observadas tienen lugar en la distribución de la valoración entre Muy satisfecho y Satisfecho, sobre todo si se considera el número de veces que utiliza el servicio. Así, el 94% de los usuarios ocasionales valoran la rapidez con 9 ó 10 puntos, cifra que se reduce al 89,4% y 85,3% entre los usuarios que utilizan el servicio por primera vez y los que lo hacen habitualmente.

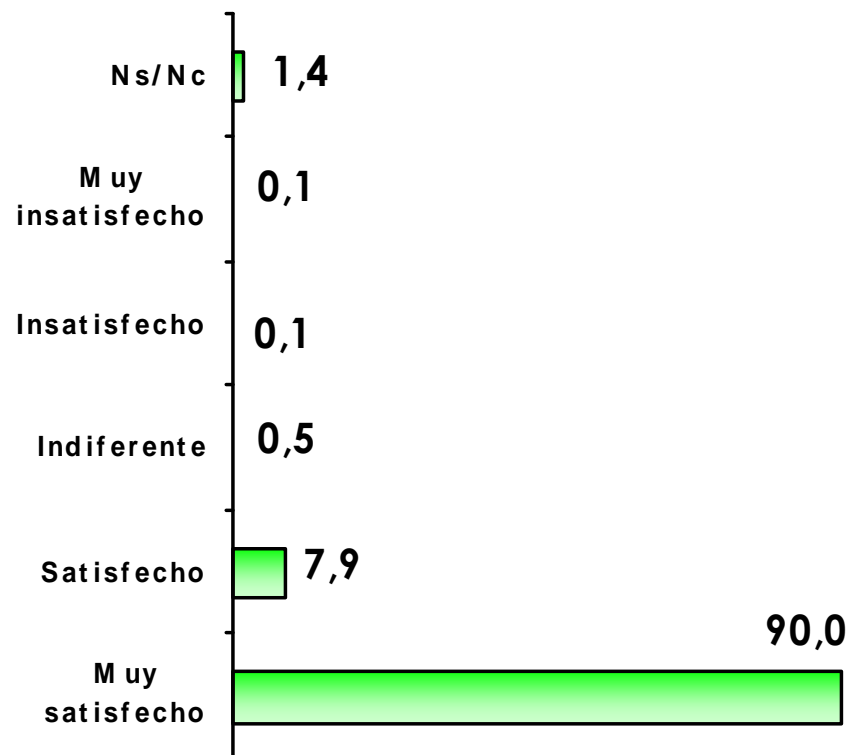
De igual modo, la mujer se muestra ligeramente más satisfecha así como los encuestados más jóvenes, pero con diferencias mínimas.

Evolución de la rapidez de atención

Medios	2011*	2012*	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	86,5	87,8	88,1	90,0
Satisfecho (7-8)	11,5	8,7	9,1	7,9
Indiferente (5-6)	1,2	1,5	1,0	0,5
Insatisfecho (3-4)	0,1	0,1	0,1	0,1
Muy insatisfecho (1-2)	0,1	0,5	0,0	0,1
Ns/Nc	0,5	1,4	1,6	1,4
Total	100	100	100	100
Valoración. Media	9,7	9,6	9,5	9,6

* En 2011 la escala era: No he sido atendido (1-2), Con demora (3-4), En el tiempo esperado (5-6), Buena (7-8), Muy buena (9-10).

Rapidez (% en 2014)



Nuevamente observamos una excelente evolución. **El porcentaje de encuestados insatisfechos es mínimo, reduciéndose en este ejercicio a menos del 1% de las respuestas.** La media desde el 2011 hasta ahora se ha mantenido en un intervalo de 9,5-9,7 puntos, lo que indica la extraordinaria valoración de la rapidez con que se atiende a los usuarios.

Valoración del trato recibido

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	97,2	94,2	95,7	95,7	94,7	96,0	95,3	95,3	95,2
Satisfecho (7-8)	2,4	3,8	2,8	3,0	3,2	2,4	3,8	1,8	3,1
Indiferente (5-6)	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Insatisfecho (3-4)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,2	0,3	0,0	0,4	0,0	0,2	0,4	0,2
Ns/Nc	0,4	1,7	1,1	1,2	1,6	1,6	0,6	2,6	1,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	9,8	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7

Al igual que con la rapidez, el trato es uno de los aspectos más valorados desde que se realiza este trabajo. Sólo el 0,3% de los encuestados valora con seis puntos o menos el trato recibido. **Más del 95% de los encuestados valoran como muy satisfactorio el trato recibido.**

No existen diferencias estadística significativas.

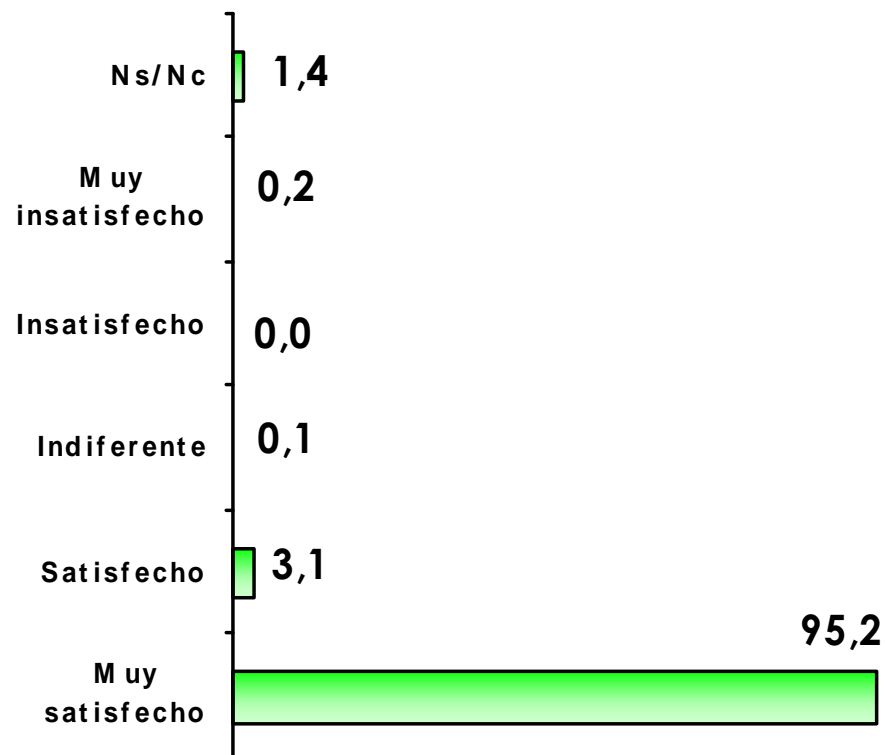
La puntuación en todos los casos supera o iguala los 9,7 puntos de media

Evolución del trato recibido

Medios	2011*	2012	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	90,6	92,4	93,5	95,2
Satisfecho (7-8)	8,8	6,4	4,7	3,1
Indiferente (5-6)	0,3	0,3	0,2	0,1
Insatisfecho (3-4)	0,1	0,0	0,0	0,0
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,5	0,0	0,2
Ns/Nc	0,2	0,4	1,6	1,4
Total	100	100	100	100
Valoración. Media	9,8	9,7	9,7	9,7

* En 2011 la escala era: Muy malo (1-2), Malo (3-4), Normal (5-6), Bueno (7-8), Muy bueno (9-10).

Trato (% en 2014)



Con un modelo de resultados similar a la rapidez, ha existido y existe una inmejorable opinión de los beneficiarios del servicio Infogijón del trato recibido. Una puntuación media en los últimos años de 9,7 puntos sobre un máximo de 10 puntos así lo indica. Además, la consideración de estar muy satisfecho con el trato recibido ha ido mejorando levemente.

Incluso, si consideramos períodos anteriores a 2011, los informes de los períodos vacacionales y no vacacionales mantienen la misma tónica de alta satisfacción.

Valoración de la calidad de la información facilitada

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	90,0	92,4	94,8	92,8	93,1	93,9	93,7	92,2	93,0
Satisfecho (7-8)	5,1	5,2	3,9	4,8	4,4	2,8	5,2	4,2	4,6
Indiferente (5-6)	1,8	0,3	0,1	0,2	0,7	0,6	0,7	0,0	0,5
Insatisfecho (3-4)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,0	0,5	0,2	0,2	0,4	0,0	0,4	0,2
Ns/Nc	3,0	2,1	0,6	1,9	1,6	2,3	0,4	3,2	1,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	9,7	9,7	9,6	9,6	9,7	9,6	9,6	9,7	9,6

La valoración de los encuestados respecto a la calidad de la información recibida es **“Muy satisfactoria”** tomando como símil el ítem señalado por el **93,%** de los encuestados.

En la práctica sólo el 0,2% considera que la calidad es insatisfactoria, y un 0,5% la considera un poco justa (5-6 puntos) lo que implica una satisfacción mejorable residual y por tanto, difícilmente mejorable.

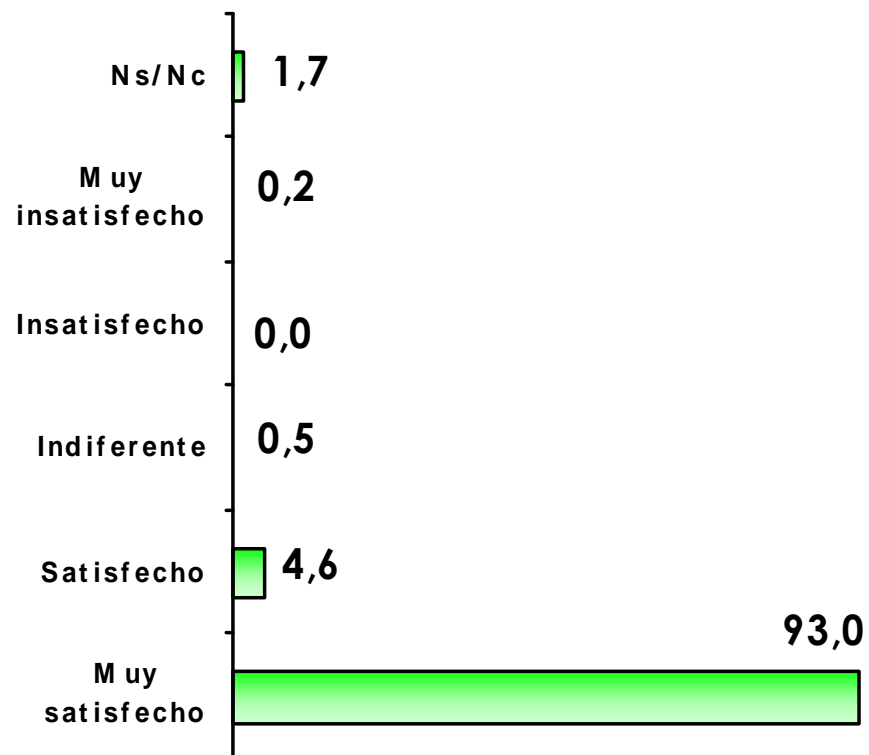
La valoración media alcanza los 9,6 puntos, llegando incluso a los 9,8 puntos entre los usuarios de procedencia internacional.

Evolución de la calidad de la información facilitada

Medios	2011*	2012	2013	2014
Muy satisfecho (9-10)	83,9	88,7	92,4	93,0
Satisfecho (7-8)	13,5	8,9	5,5	4,6
Indiferente (5-6)	1,6	0,9	0,4	0,5
Insatisfecho (3-4)	0,1	0,4	0,0	0,0
Muy insatisfecho (1-2)	0,1	0,5	0,1	0,2
Ns/Nc	0,8	0,7	1,6	1,7
Total	100	100	100	100
Valoración. Media	9,6	9,6	9,6	9,6

* En 2011 la escala era: Muy incompleta (1-2), Menos de lo esperado (3-4), Lo esperado (5-6), Buena (7-8), Muy buena (9-10).

Calidad (% en 2014)



La valoración media de **los últimos años es muy elevada, 9,6 puntos**, con apenas variación salvo en el incremento del ítem “Muy satisfecho” que ha ido mejorando porcentualmente hasta el actual 93% de las respuestas. La media no se ha visto modificada porque han supuesto centésimas.

Valoración de la tarjeta Gijón Card

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	20,0	21,7	19,2	19,3	20,6	19,8	21,3	18,6	20,3
Satisfecho (7-8)	2,0	5,6	5,5	5,2	4,8	5,4	6,4	1,9	4,9
Indiferente (5-6)	5,7	4,1	1,4	3,6	2,9	3,6	4,1	1,7	3,2
Insatisfecho (3-4)	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,5	0,2	0,2	0,3	1,3	0,0	0,0	0,3
Ns/Nc	72,2	67,9	73,5	71,5	71,3	70,0	68,1	77,5	71,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,5	8,6	9,0	8,7	8,7	8,4	8,7	9,1	8,7

Por primera vez se han desglosado en el cuestionario algunos de los servicios que ofrece Infogijón y que se recogían como "Otros servicios": Gijón Card, Goloso, Gourmet y Ruta de la Sidra.

La característica principal de todos ellos y de la tarjeta Gijón Card de la que se exponen los resultados, es una menor utilización y valoración, tal como indica que el 71,2% de los encuestados no la haya valorado. En todo caso, la mayoría de los encuestados que la han valorado, lo han hecho positivamente, tanto que su **nota media es de 8,7 puntos, siendo mejor valorada entre los turistas (9,0 puntos) y peor entre los residentes (8,5 puntos).**

Por edades, la valoración de la tarjeta mejora a medida que se incrementa la edad del usuario, alcanzado una media de 9,1 puntos entre los encuestados de mayor edad. También el colectivo que más utiliza el servicio es el que mejor valora la tarjeta Gijón Card, 9,4 puntos de media.

Valoración del bono Gijón Goloso

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	19,8	18,2	15,6	14,5	19,5	18,9	20,0	12,7	17,3
Satisfecho (7-8)	8,3	5,7	4,1	5,4	5,5	4,9	6,7	3,2	5,4
Indiferente (5-6)	4,8	5,0	1,4	3,6	3,2	4,3	4,3	1,5	3,3
Insatisfecho (3-4)	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2	0,5	0,0	0,0	0,1
Ns/Nc	67,1	70,8	78,7	76,3	71,6	71,4	68,9	82,3	73,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,2	8,5	8,9	8,5	8,6	8,5	8,6	8,7	8,6

La valoración obtenida por Gijón Goloso se aproxima mucho, tanto en puntuación media como en distribución, a la obtenida por la tarjeta Gijón Card. Como en la anterior, siete de cada diez encuestados no la valoran (73,8%) y los que sí la valoran lo hacen de forma positiva, por lo que su **nota media es de 8,6 puntos, siendo mejor valorada entre los turistas (8,9 puntos) y peor entre los residentes (8,2 puntos).**

Por edades, la valoración del bono mejora a medida que se incrementa la edad del usuario, alcanzado una media de 8,7 puntos entre los encuestados de mayor edad, si bien es donde menos usuarios la valoran, dado que el 82,3% no lo puntúan. Otra similitud con la tarjeta Gijón Card es la mejor valoración de los usuarios habituales donde alcanza los 8,8 puntos de media. Por último, es especialmente interesante la valoración que realizan los pocos usuarios internacionales que lo conocen, el 14,8%, que lo valoran con 9,8 puntos de media.

Valoración del menú Gijón Gourmet

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	15,1	16,5	13,9	13,9	16,1	16,8	16,8	11,6	15,0
Satisfecho (7-8)	2,0	5,2	3,8	4,0	3,9	4,9	5,3	1,0	4,0
Indiferente (5-6)	6,3	5,2	2,0	4,7	3,4	5,2	4,8	2,0	3,9
Insatisfecho (3-4)	0,3	0,1	0,2	0,3	0,1	0,0	0,1	0,4	0,2
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	76,3	72,9	80,0	77,1	76,4	73,1	72,9	85,0	76,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	8,0	8,5	8,8	8,3	8,6	8,4	8,4	8,7	8,5

En el caso del menú Gijón Gourmet, tres cuartas partes de los encuestados no lo han valorado (76,8%), entre los que sí lo han valorado, la mayoría lo ha hecho satisfactoriamente, y al igual que en los casos anteriores, **su nota media es elevada, 8,5 puntos, siendo mejor valorada entre los turistas (8,8 puntos) y peor entre los residentes (8,0 puntos).**

Por sexos, la mujer opina más favorablemente que el hombre, superando su media en tres décimas, 8,6 puntos. Por edades, la valoración mantiene la tónica anterior y mejora a medida que se incrementa la edad, alcanzando entre los mayores de 49 años una valoración media de 8,7 puntos. Como sucedía con el bono Gijón Goloso, el encuestado de procedencia internacional es que el que mejor valora el producto, y supone una valoración media de 9,8 puntos entre el 11,3% de usuarios internacionales que sí lo valoraron.

Valoración de la Ruta de la Sidra

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Valoración	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Muy satisfecho (9-10)	20,0	21,8	19,0	19,1	21,6	22,1	21,5	17,6	20,4
Satisfecho (7-8)	2,4	7,4	5,8	5,4	6,0	5,6	7,5	2,8	5,8
Indiferente (5-6)	11,2	6,2	3,1	6,5	5,1	6,3	6,4	4,2	5,6
Insatisfecho (3-4)	0,4	0,2	0,3	0,4	0,2	0,0	0,2	0,6	0,2
Muy insatisfecho (1-2)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	66,1	64,4	71,9	68,6	67,2	66,0	64,5	74,9	67,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Valorac. Media	7,9	8,5	8,8	8,4	8,6	8,5	8,5	8,6	8,5

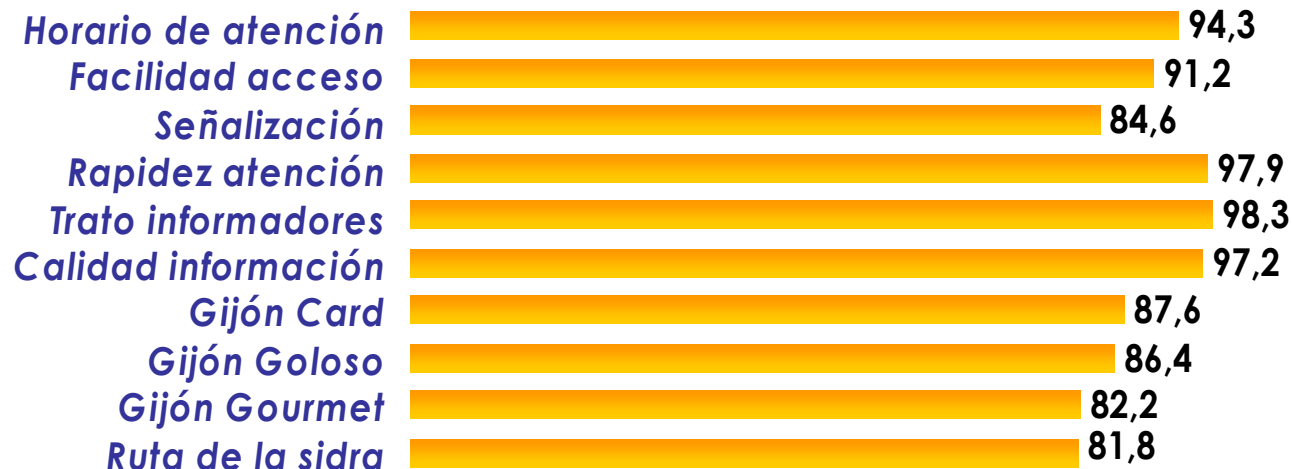
Por último, y en cuanto a la Ruta de la Sidra, que se ofrece con cuatro modalidades de bono, obtiene como en los anteriores casos una valoración media alta, y es ligeramente más conocida que el resto de servicios señalados en la diapositivas anteriores, siendo valorada por el 32,1% de los encuestados. Valoración mayoritariamente positiva con una **nota media es de 8,5 puntos, siendo mejor valorada entre los turistas (8,8 puntos) y los usuarios internacionales (9,4 puntos) y peor entre los residentes (7,9 puntos).**

Valoración del servicio Infogijón y otros aspectos

Datos en valor absoluto y porcentaje sobre el total de encuestados (máx. 1.516)

ASPECTOS	MEDIA	DESV. TIP.
Horario de atención	9,1	1,1
Facilidad acceso	8,9	1,4
Señalización oficinas	8,4	1,8
Rapidez atención	9,6	0,8
Trato informadores	9,7	0,7
Calidad información	9,6	0,8
Gijón Card	8,7	1,7
Gijón Goloso	8,6	1,7
Gijón Gourmet	8,5	1,8
Ruta de la sidra	8,5	1,8
Media total	9,0	1,4

Satisfacción Servicios (%)



En el cuadro se ofrece un resumen de las valoraciones medias obtenidas por los distintos aspectos del servicio Infogijón. En el gráfico, se ha expuesto la suma de las valoraciones Muy bien (9 y 10) y Bien (7 y 8) que muestran claramente el elevado grado de satisfacción de los usuarios.

En los últimos aspectos, que son diferentes productos que ofrece Infogijón se preguntan por primera vez, y que sólo responden aquéllos que los utilizan o conocen, se ha optado por eliminar el efecto del Ns/Nc.

Por último, la desviación típica mide la dispersión y cuanto menor sea su valor más próximos son los valores a la media obtenida, siendo en este caso de tipo bajo o moderado.

Deficiencias en la información

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Apartados	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Naturaleza, rutas verdes, playas	12,9	16,3	18,9	16,9	16,7	15,6	18,4	15,9	16,8
Itinerarios y activid. culturales	9,5	11,6	14,2	12,5	11,9	9,3	14,6	11,3	12,3
Actividades festivas, ocio	12,3	6,0	9,5	9,0	7,9	10,3	10,0	5,4	8,4
Alojamientos, restaurant	1,5	4,4	7,6	5,1	5,4	8,7	5,0	3,2	5,2
Transporte público y comunicaciones	2,7	2,7	3,6	3,8	2,5	4,0	2,3	2,8	3,0
Información Asturias	0,0	0,0	0,8	0,6	0,1	0,0	0,5	0,4	0,3
Ninguno	66,0	52,5	50,8	55,1	54,1	53,9	51,6	58,6	54,3
Otros	0,7	0,2	0,8	0,3	0,7	0,2	0,4	1,0	0,5
Ns/Nc	7,3	15,9	12,4	12,0	13,3	11,8	12,3	13,9	12,9
Resp. múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

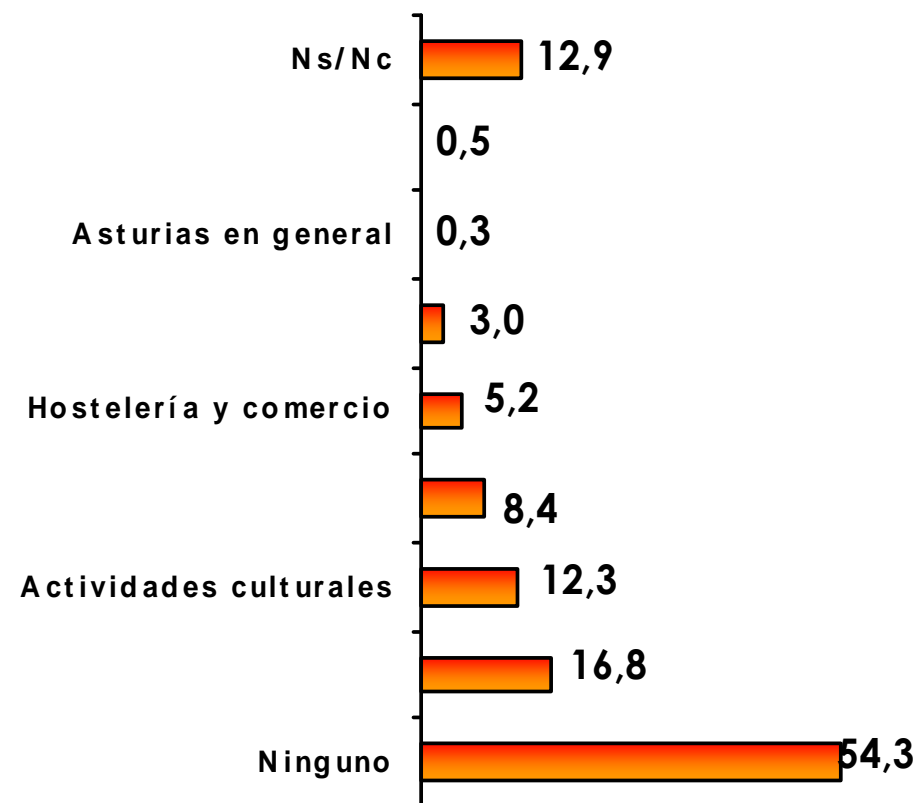
Se ha preguntado a los encuestados por aspectos o apartados de los que hubieran deseado recibir más información. **Más de la mitad de los encuestados señalan que no hubieran deseado más información (54,3%)**. Uno de cada seis usuarios (16,8%) señala que hubiera deseado más información de la naturaleza, rutas verdes o playas, un 12,3% más indica itinerarios y actividades culturales.

Por tipo de usuario, los turistas solicitan más información de la naturaleza, las actividades culturales y hostelería, mientras que los residentes destacan en la petición de información sobre actividades festivas y de ocio. Dos de cada tres usuarios residentes (66%) considera que la información es adecuada y no desea más. **Por edades**, el grupo de edad intermedia solicita más información en un mayor número de ítems.

Evolución de las deficiencias en la información

Deficiencias	2011	2012	2013	2014
Ninguno	67,9	57,1	57,0	54,3
Naturaleza, rutas verdes, playas	10,9	17,4	15,6	16,8
Itinerarios y actividades culturales	7,0	11,8	12,2	12,3
Actividades festivas y de ocio	3,5	8,2	5,9	8,4
Alojamientos, restaurantes, comercios	5,2	5,2	7,5	5,2
Transporte público y comunicaciones	3,9	7,2	5,0	3,0
Asturias en general	0,2	0,0	0,0	0,3
Otros (señalar)	0,9	1,2	0,9	0,5
Ns / Nc	7,0	7,7	9,5	12,9
Resp. Múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

Deficiencias (% en 2014)



En el cuadro se puede observar la evolución de los apartados de los que hubiera deseado más información en los últimos años mantiene cierta homogeneidad. Así, si sumamos los porcentajes obtenidos en los apartados “Ninguno” y “Ns/Nc” éste se sitúa entre el 64,8% de 2012 y el 67,2% de 2014.

Por lo general, uno de cada seis encuestados solicita más información sobre la naturaleza, rutas y playas y uno de cada ocho sobre actividades culturales. El resto de peticiones varía más a lo largo del tiempo.

Sugerencias de mejora

Porcentaje sobre el total de encuestados que realizaron sugerencias (199)

Apartados	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
Señalización oficinas	12,9	18,3	14,1	14,5	15,6	17,0	12,1	19,1	15,1
Ubicación de la oficina	15,4	2,5	8,9	0,4	11,0	14,5	7,1	1,7	7,6
Climatizar oficinas	15,4	6,9	6,4	4,2	8,2	17,5	4,9	4,3	7,3
Más oficinas	3,1	4,1	8,5	16,6	0,7	3,3	8,6	4,0	6,7
Ampliar horario	0,0	0,0	4,8	5,5	1,3	4,0	1,9	4,9	2,9
Mejorar información	27,3	0,0	0,0	6,1	0,5	0,0	3,9	1,3	2,6
Ampliar espacio en las oficinas	0,0	7,9	0,0	2,6	2,0	0,0	3,7	0,0	2,2
Apertura permanente Escalerona	13,7	1,0	0,9	2,9	1,7	2,7	1,7	2,9	2,1
Está bien	6,2	59,3	44,4	40,5	49,2	44,9	46,4	47,0	45,6
Otros	21,5	4,8	12,9	6,7	14,2	5,6	11,6	14,7	11,2
Resp. múltiple	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0	>100,0

Se ha preguntado a los encuestados por aspectos o mejoras del servicio Infogjón. **Casi la mitad de los encuestados afirman que está bien así (45,6%)**. Se indican varias mejoras que tienen que ver con la señalización, ampliación de número de oficinas y ubicación de las mismas. La más destacable, citada por uno de cada seis usuarios (15,1%) es la señalización, climatizar las mismas, sobre todo en el período estival, y su ubicación superan el 7% de las respuestas, destacando la ubicación entre los menores de 31 años (17%).

Sólo el 6,2% de los usuarios residentes señala la opción "está bien", cifra que se eleva hasta el 59,3% entre los visitantes.

Características de los usuarios

Estancia media en la ciudad

Porcentaje sobre el total de turistas (647)

Estancia Media	Tipo de usuario			Sexo		Edad			Total
	Residente	Visitante	Turista	Hombre	Mujer	<31	31-49	>49	
1-3 días	----	----	40,5	44,1	36,3	47,4	41,1	34,7	40,5
4-7 días	----	----	28,4	19,0	36,1	26,6	29,5	28,4	28,4
8-15 días	----	----	9,4	10,2	9,1	3,2	6,7	16,8	9,4
Más de 15 días	----	----	7,2	10,0	5,2	7,0	8,0	6,5	7,2
Ns/Nc	----	----	14,5	16,7	13,3	15,9	14,7	13,7	14,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Estancia Media	----	----	7,0	7,6	6,9	8,1	6,5	7,3	7,0

La estancia media de los encuestados es de 7 días, media que se obtiene por el efecto del período estival, especialmente del mes de julio.

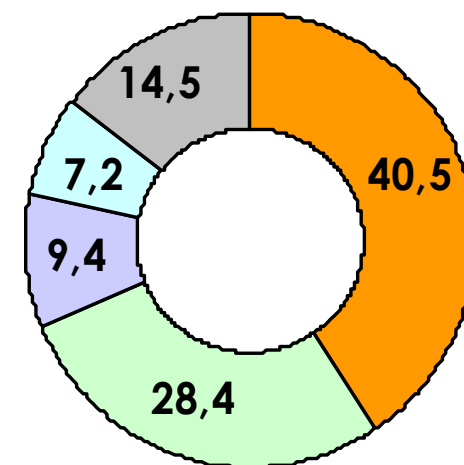
Los hombres permanecen 7,6 días de media frente a los 6,9 días de media de las mujeres. De igual manera, los jóvenes son los que mayor tiempo están en la ciudad, 8,1 días.

La mayoría de los encuestados, no obstante, están en la ciudad de 1 a 3 días (40,5%).

Evolución de la estancia media en la ciudad

Estancia	2011	2012	2013	2014
De 1 a 3 días	47,8	41,1	44,5	40,5
De 4 a 7 días	36,5	31,8	28,9	28,4
De 8 a 15 días	9,9	9,3	8,5	9,4
Más de 15 días	2,0	3,6	2,3	7,2
Ns/Nc	3,8	14,2	15,8	14,5
Estancia media	4,9	5,5	5,4	7,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

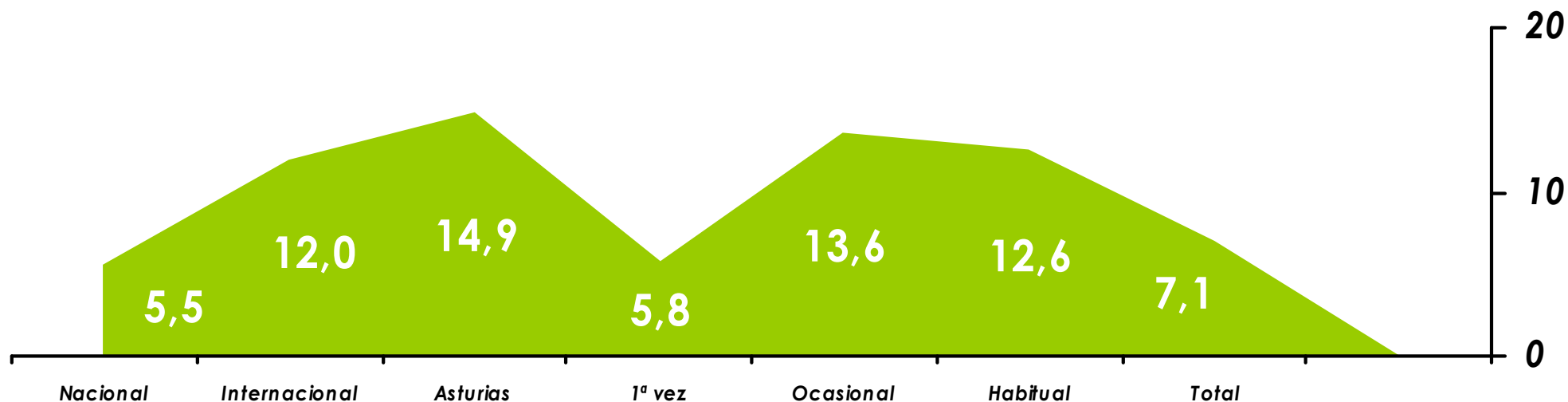
Estancia media (%)



Se produce un **incremento en la estancia media** de los turistas en la ciudad, alcanzando los siete días de media. Debemos recordar, que el error muestral en el año 2014 es superior a los anteriores períodos contemplados y como se indicó en el período estival, el comportamiento anómalo de algunos turistas tiene mayor efecto en este período que en ejercicios anteriores. De hecho, y a título de ejemplo, un ciudadano italiano afirma que su estancia en la ciudad será de 61 días, al igual que lo que menciona un turista de Valladolid (metodológicamente los usuarios que permanecen más de 90 días se consideran residentes).

Evolución de la estancia media en la ciudad de Gijón

Datos en valor absoluto, nº de días de permanencia



Como se puede observar en el gráfico, los turistas encuestados que más días permanecerán en la ciudad son los de la propia región (14,9 días), y aquellos que proceden de fuera de nuestras fronteras (12 días). El usuario nacional permanece en la ciudad una media de 5,5 días.

Es evidente que la pregunta referida al número de veces que han utilizado el servicio Infogijón define a usuarios que nos visitan con mayor o menor asiduidad, así, aquellos usuarios que han utilizado otras veces el servicio, permanecen en la ciudad el doble de días que los que acuden por primera vez, lo cual manifiesta además, su satisfacción con la ciudad, dado que repiten y permanecen más tiempo.

Procedencia de los usuarios

Porcentaje sobre el total de encuestados (1.516)

Procedencia	%
Gijón	16,7
Resto de Asturias	3,7
Nacional	63,9
Internacional	15,2
Ns/Nc	0,6
Total	100

Entre los usuarios encuestados, y excluyendo asturianos, Madrid duplica a Castilla y León, Cataluña y País Vasco, y uno de cada seis encuestados es de dicha zona.

A pesar de mantener los porcentajes habituales, existe una menor representación internacional, entendiéndose por tal el número de países representados

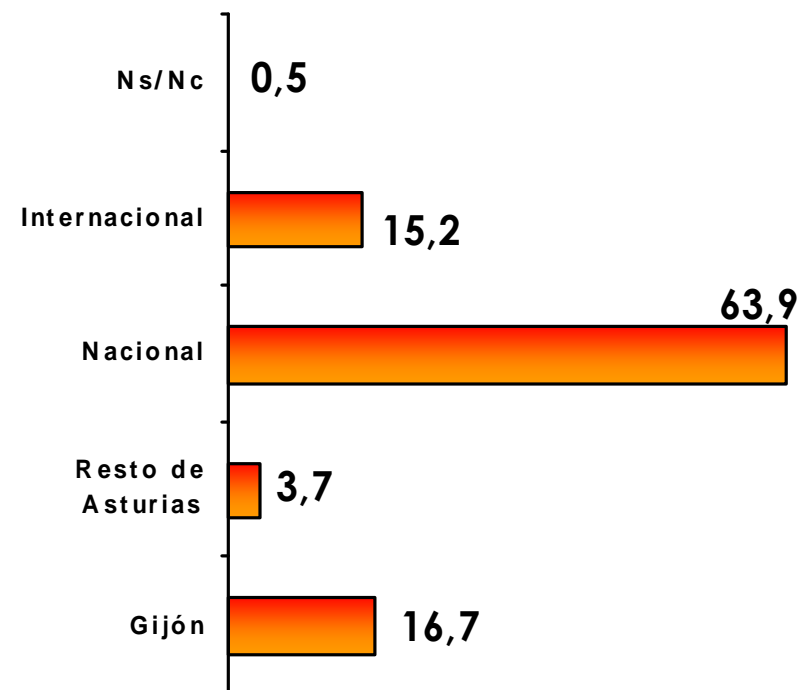
Nacional	%
Asturias (inc. Gijón)	20,3
Com. de Madrid	15,3
Castilla y León	8,8
País Vasco	8,1
Cataluña	6,2
Andalucía	5,1
Castilla La Mancha	4,0
Com.Valenciana	3,5
Galicia	3,3
Aragón	2,3
Cantabria	1,6
La Rioja	1,2
Com. Navarra	1,1
Región de Murcia	1,1
Extremadura	0,8
Canarias	0,7
Islas Baleares	0,4
Total	100

Internacional	%
Alemania	2,4
Francia	2,3
Reino Unido	1,7
Italia	1,6
Argentina	1,2
Bélgica	0,9
Venezuela	0,9
Uruguay	0,8
Suiza	0,7
Polonia	0,7
Andorra	0,4
Holanda	0,4
Australia	0,4
Otros países	0,9
Ns/Nc	0,6
Total	100

Evolución de las procedencias

Procedencias	2011	2012	2013	2014
Gijón	15,4	17,0	17,4	16,7
Resto de Asturias	5,8	3,3	1,8	3,7
Nacional	66,7	63,3	66,6	63,9
Internacional	11,7	13,7	13,7	15,2
Ns/Nc	0,3	2,7	0,5	0,6
Total	100	100	100	100

Procedencia (% en 2014)



En los últimos tres años los residentes han mantenido su importancia como usuarios de Infogijón. De igual modo, se consolidan los resultados de los usuarios internacionales, incluso incrementando su presencia. El usuario nacional mantiene su tónica, con porcentajes en el intervalo 63%-68%.

Conclusiones

Indicadores



Resumen de indicadores

Infogijón	<i>En porcentaje y valor absoluto</i>			
Servicio Infogijón	2011	2012	2013	2014
Usa por primera vez	69,1	72,7	76,6	74,8
Servicios demandados				
Petición de información	91,6	91,4	93,8	93,4
Adquisición de material turístico	29,2	27,6	25,7	30,4
Canales precursores				
Vi un punto de información	48,9	45,1	52,9	48,1
Existe en otras ciudades	25,5	20,6	17,7	17,2
Medio utilizado				
En persona en un módulo	96,2	95,2	97,9	96,8
Consultando página Web	4,2	3,6	3,3	4,4
Valoración del servicio				
Horario	---	9,0	9,1	9,1
Facilidad acceso	---	8,9	8,9	8,9
Señalización	---	8,4	8,4	8,4
Rapidez atención	9,7	9,6	9,5	9,6
Trato informadores	9,8	9,7	9,7	9,7
Calidad información	9,6	9,6	9,6	9,6
Procedencia				
Nacional	66,7	63,3	66,6	63,9
Internacional	11,7	13,7	13,7	15,2

Conclusiones



Conclusiones (I)

1. **El objetivo principal** del servicio municipal de información turística, denominado Infogijón, es **facilitar información útil** a los usuarios del servicio, independientemente de su perfil, origen y permanencia en la ciudad. A lo largo de estos años, se ha podido observar por los resultados obtenidos, que Infogijón **cumple con su objetivo obteniendo excelentes resultados.**
2. **La puntuación** otorgada por los usuarios al servicio Infogijón se sitúa entre los 8,5 puntos obtenidos por algunos de los **productos turísticos** (Gijón Gourmet y Ruta de la Sidra) hasta los 9,7 puntos de media que se otorga al **trato dispensado** por los informadores en una escala de 1 a 10 (muy insatisfecho a muy satisfecho). Las oficinas de Infogijón tienen un horario adecuado (9,1 sobre 10 puntos de media), fácil acceso (8,9) y son fáciles de encontrar (8,4) consolidando e incluso mejorando resultados de ejercicios anteriores.
3. **El principal usuario** del servicio es una persona española de 43 años que puede estar de visita en la ciudad o alojado en ella, permaneciendo en la ciudad una media de siete días. La mitad de los usuarios acuden a la ciudad en julio y agosto, con lo que sigue existiendo una concentración del turismo en el período estival, siendo mayor el número de mujeres entre los encuestados.
4. **El residente** mantiene su elevada importancia como usuario del servicio Infogijón, siendo el segundo en importancia, acudiendo al mismo uno de cada seis beneficiarios (16,7%). La CC.AA. que más usuarios aporta es Madrid (16,1%). Entre el resto, Castilla y León aporta el 8,8% del total de usuarios encuestados, reduciéndose al 8,1% para el País Vasco
5. **Uno de cada seis usuarios** del servicio de información turística procede de otro país manteniendo el incremento de visitantes internacionales detectado en los últimos años. Alemania y Francia son los baluartes principales del colectivo internacional, superando ambos el 2% de los usuarios. Otros tres países superan la barrera del 1% : Reino Unido (1,7%), Italia (1,6%) y Argentina (1,2%) disminuyendo la presencia del resto de internacionalidades. En esta ocasión hay 21 nacionalidades representadas entre los encuestados, un número menor que en otras ocasiones.
6. **El turismo interno**, entendiendo como tal el proveniente de la propia región y que ha registrado descensos paulatinos en los últimos años, hasta alcanzar su punto más bajo el pasado año (1,8%), se incrementa hasta cifras similares a períodos anteriores con el 3,7% del total de participantes.

Conclusiones (II)

7. **El usuario de Infogijón acude mayoritariamente al servicio por primera vez**, tal y como mencionan siete de cada diez usuarios y manteniendo el comportamiento detectado a lo largo de este seguimiento. Adquiere especial relevancia para el desarrollo turístico de la ciudad y la fidelidad de los visitantes y turistas, este primer contacto con la ciudad. Por los datos obtenidos ha de considerarse como muy positivo recomendándose mantener actualizaciones de formación y atención a los informadores.
8. **Los módulos del servicio Infogijón** ubicados en diferentes puntos de la ciudad son **el principal medio o canal de comunicación de la existencia del servicio**, ya que el “ver un punto de información” es el medio señalado por uno de cada dos encuestados. La existencia del servicio en otras ciudades mantiene su tendencia, siendo el precursor para uno de cada seis usuarios. Otras fórmulas utilizadas son recibir la información a través de amigos y familiares e Internet. Ambos canales mejoran sus porcentajes y se consolidan superando claramente a la publicidad y a otras fuentes como precursores del servicio.
9. **El servicio más demandado es la petición de información** y en menor medida, la adquisición de material turístico y el resto de servicios y productos de Infogijón: Gijón card, Gijón goloso, visitas guiadas etc. **Los servicios de información turística se solicitan básica y principalmente, acudiendo al módulo de información**, siendo el resto de medios utilizados residualmente. El uso de las nuevas tecnologías para utilizar los servicios sigue siendo el segundo medio más utilizado, aunque su uso sigue siendo muy reducido.
10. **Más de la mitad de los usuarios piensan que no existen deficiencias en la información facilitada** (54,3%), para uno de cada seis, el 16,8%, hubiera sido necesario incrementar la información de naturaleza, rutas y playas, de igual modo el 12,3% desean más información de actividades culturales. Una potencial solución para disminuir dichas deficiencias es preguntar directamente al usuario sobre sus necesidades respecto a los dos aspectos citados. Otra posibilidad es el incremento de la información específica de los aspectos más señalados.
11. **Las sugerencias realizadas por algunos encuestados se basan en mejoras relacionadas en su mayoría con las oficinas y el horario**, principalmente en temas de señalización y ubicación de las mismas así como mejoras: climatización, ampliación, accesos.

Anexo: Tabulación



Tabulación de datos