

CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

**ESTUDIO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS:
OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
2016**

**CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA**



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



INDICE

- Carta de Presentación del Estudio de Calidad de La Oficina de Información Turística
- Ficha Técnica del Proyecto de Evaluación del Estudio de Calidad de La Oficina de Información Turística (2016)
- Informe General de La Oficina de Información Turística (2016)
- Anexo I. Tablas de frecuencias de encuestas realizadas en La Oficina de Información Turística (2016)
- Anexo II. Tabla comparativa interanual de estadísticos descriptivos de usuarios de la Oficina de Información Turística a través de las encuestas presenciales
- Anexo III. Tabla comparativa interanual del Grado de satisfacción de usuarios de la Oficina de Información Turística a través de las encuestas presenciales.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



La Ciudadanía es el centro de toda la gestión pública que realiza cualquier Administración Pública, y ésta solicita no sólo que se preste un determinado servicio, sino que se lleve a cabo de acuerdo con sus expectativas. Acorde con esta idea, la Ciudad Autónoma de Melilla está trabajando desde hace algunos años, desde la Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas, en la modernización administrativa y en la mejora de la calidad en la prestación de los servicios que ofrecemos al ciudadano.

La Calidad es el objetivo permanente de la Ciudad Autónoma de Melilla, por ello se están estableciendo unos estándares para registrar la calidad de los servicios que se prestan a la ciudadanía. Para ello, estamos articulando un procedimiento para su medición, fundamentalmente a través de encuestas a los/ as ciudadanos/ as, estudios de funcionamiento de los servicios, y otros mecanismos que nos permitan obtener datos evaluables sobre esa calidad.

Conforme a los diversos Planes de Calidad y Modernización de la Ciudad Autónoma de Melilla, desde la Dirección General de Administraciones Públicas se fomenta la implicación de la ciudadanía y la rendición de cuentas de la gestión de los Poderes Públicos, uno de los bastiones de la mejora continua en la actividad de servicio público.

Dentro de este marco de actuación, desde la supervisión de la Dirección General de Administraciones Públicas se están realizando estudios para evaluar esos servicios incluidos en el Circuito de la Calidad, entre ellos: **OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA 2016** en el que se analizan de forma pormenorizada diferentes aspectos sobre tales servicios.



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



Dicho estudio de calidad ha sido elaborado, bajo la supervisión de la Dirección General de Administraciones Públicas, por la Socióloga Doña Mónica Luque Suárez.

Desde la Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas esperamos que el presente estudio sirva para analizar la situación actual del servicio, así como para elaborar los planes de mejora que se estimen oportunos, para ello podéis contar con la Dirección General de Administraciones Públicas que está a vuestra entera disposición para la elaboración y ejecución de análisis, estudios y propuestas de mejora de la calidad de los servicios.



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

**Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS**



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO DE CALIDAD DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA 2016

- 1) ÁREA DE EVALUACIÓN.**
- 2) OBJETIVO**
- 3) DESCRIPCIÓN DE ACTUACIONES.**
- 4) FINALIDAD**
- 5) FASES DE EJECUCIÓN. CRONOGRAMA.**
- 6) MUESTRA.**
- 7) MECANISMOS DE EVALUACIÓN.**
- 8) CUESTIONARIO.**
- 9) TRATAMIENTO DE DATOS.**
- 10) EVALUACIÓN.**



1) ÁREA DE EVALUACIÓN

El área a evaluar es **LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2016** perteneciente a la Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas de la Ciudad Autónoma de Melilla.

2) OBJETIVOS

- Valorar el servicio que se da en La oficina Información Turística a los/ as usuarios/ as/ turistas.
- Analizar qué percepción tienen los /as usuarios /as/ turistas de La oficina Información Turística.
- Medir la Calidad en general de los servicios y aspectos que se han prestado en la Oficina Información Turística 2016.

3) DESCRIPCIÓN DE ACTUACIONES

El estudio descriptivo tiene como propósito informar sobre la situación representativa de una *unidad de análisis específica*, como es en este caso La oficina Información Turística de la Ciudad Autónoma de Melilla.

Se ha realizado, a través de encuestas personalizadas por el personal de allí, para la colección de la muestra representativa de la población.

Se he elegido esta herramienta de investigación para que el usuario /a /ciudadano /a pueda hacer una valoración más directa del servicio que se le presta y poder recoger información a un grupo socialmente



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



significativo de personas mediante un análisis cuantitativo y cualitativo de las variables.

4) FINALIDAD

La exigencia de la calidad conlleva una preocupación generalizada por la evaluación; de ahí que la Administración se preocupe por:

- a. Analizar el grado de satisfacción del usuario/ a /turista de La oficina Información Turística de la Ciudad Autónoma de Melilla.
- b. Garantizar que la Administración cumple con unos requisitos mínimos para llevar a cabo sus actividades.
- c. Mejorar la Calidad en la prestación de La oficina Información Turística y conseguir que se alcance un nivel de calidad que pueda ser reconocido por la sociedad en general.
- d. Conseguir un diagnóstico social de dicha realidad.
- e. Realizar un informe donde se incluyan medidas correctoras en el funcionamiento de los aspectos/ servicios y de estrategias futuras de las acciones que se han llevado a cabo en La oficina Información Turística.



5) CRONOGRAMA

Colección de datos	En periodos mensuales durante toda la ejecución 2016. (Anual)
Introducción y Tabulación de los datos	Febrero 2017
Análisis e Interpretación de los datos	Junio 2017

6) DISEÑO MUESTRAL

Se ha recogido una muestra *a partir de un sondeo aleatorio* en La oficina Información Turística perteneciente a la Consejería de Cultura.

El número de encuestas total recogidas es 266, desagregadas en **193 encuestas presenciales, 6 encuestas contestadas a través de la plataforma online y 67 encuestas telefónicas.**

El test de fiabilidad es un indicador que nos permite analizar si un cuestionario reúne las cualidades esenciales o no, valorándolo entre 0 y 1, si el valor obtenido se aproxima a 1 podremos afirmar la fiabilidad del cuestionario y los resultados son los siguientes:



- **Análisis de fiabilidad de OIT presencial** está en **0,718**, por tanto, muestra un alto grado de fiabilidad.
- **Análisis de fiabilidad de OIT online** está en **0,976**, por tanto, muestra un alto grado de fiabilidad.
- **Análisis de fiabilidad de OIT telefónica** está en **0,886**, por tanto, muestra un alto grado de fiabilidad

7) MECANISMOS DE EVALUACIÓN

Consistirá en:

- a. Evaluación externa: Nos permitirá apreciar el nivel de satisfacción que tiene el usuario/ turista sobre La Oficina de Información Turística. Para ello utilizaremos cuestionarios, ad hoc.
- b. Observación Participante: Es un método no obstructivo, ya que las encuestadoras interactúan con el encuestado/ a y pueden registrar algo que fue estimulado por otros factores ajenas al instrumento de medición.

8) CUESTIONARIO

Se ha utilizado esta herramienta para la recolección de datos dado que la muestra representativa es grande.

Para ello se ha realizado un cuestionario, ad hoc: para los usuarios/as de La Oficina de Información Turística.

En los cuestionarios hay unas variables que son comunes a todos los cuestionarios, las cuales se valoran del 1 (Muy mal) al 5 (Muy bien) y también un número de preguntas abiertas en cada uno de ellos.

Los cuestionarios se aplican a través de encuestas personalizadas realizadas por encuestadoras.



El cuestionario se aplica a través de encuestas personalizadas a el/ la usuario/ a/ turista.

El modelo del cuestionario presencial es:

1. Sexo : ☐ Mujer ☐ Hombre

2. Nacionalidad _____

3. Si es Español, señale la Comunidad Autónoma _____

4. ¿En cuantas ocasiones ha visitado Melilla? ☐ 1ª vez ☐ 2ª vez ☐ 3ª vez ☐ Más de 3 veces

5. Alojamiento elegido _____

6. Indique, por favor, en la tabla siguiente la *importancia* que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

ASPECTOS	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
Accesibilidad a las instalaciones	☐	☐	☐	☐	☐
Efectividad del servicio prestado	☐	☐	☐	☐	☐
La información recibida cubren sus necesidades.	☐	☐	☐	☐	☐
Valore la cortesía del personal que le ha atendido	☐	☐	☐	☐	☐
Nivel de Calidad General de la Oficina	☐	☐	☐	☐	☐

7. ¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?

- | | |
|--|--|
| ☐ Deseo de conocer la Ciudad Autónoma | ☐ Recomendación de amigos |
| ☐ Patrimonio Histórico Cultural | ☐ Visita a familiares |
| ☐ Viajes de negocios | ☐ Tranquilidad |
| ☐ Gastronomía | ☐ Otros _____ |

8. Ud. viaja:

- | | |
|--------------------------------------|---|
| ☐ Solo/a | ☐ Con amigos |
| ☐ En pareja | ☐ Con grupo organizado |
| ☐ Con familia | |

9. ¿Qué impresión se ha llevado de Melilla?

- ☐ Muy Mala
☐ Mala
☐ Regular
☐ Buena
☐ Muy Buena

10. ¿Qué medio de transporte ha utilizado? ☐ AVIÓN ☐ BARCO ☐ COCHE



9) TRATAMIENTO DE DATOS

Para ello se ha creado, en el programa estadístico SPSS una plantilla general donde se recogen los datos acumulativos de la muestra en el programa.

Dicho programa informático realiza análisis estadísticos y de gestión de datos en un entorno gráfico. Se realizan análisis de frecuencias para obtener el perfil del usuario y la percepción que el turista /usuario/a tiene sobre La Oficina de Información Turística de la Ciudad. También se efectúan análisis descriptivos con el objetivo de conocer las medias de las puntuaciones en estas escalas.

Se crea un fichero, donde se ha tabulan los datos obtenidos, asignándole un valor numérico o en cadena, a cada variable que los representa para la posterior introducción de los mismos en el programa informático.

10) EVALUACIÓN

Se realizará un informe estadístico donde se difundirá los resultados obtenidos y se planteará, a raíz de ellos, propuestas de mejoras para asegurar e incrementar la Calidad en La Oficina de Información Turística de nuestra ciudad, perteneciente a la Consejería Economía, Empleo y Administraciones Públicas de la Ciudad Autónoma de Melilla, dado el proceso de modernización que ha emprendido las Administraciones Públicas.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



La participación de los/ as usuarios /as /ciudadanos /as en esta evaluación hace que se puede hacer un seguimiento de dichos servicios para poder poner medidas correctoras al respecto, ver el perfil social de los usuarios/as, es decir, se intenta mejorar la calidad de sus servicios con los criterios sociales de eficacia y eficiencia.



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



INFORME GENERAL SOBRE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA 2016



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



El informe sobre la **Evaluación de la Calidad de La Oficina de Información Turística de la Ciudad Autónoma de Melilla 2016**, perteneciente a la Consejería Economía y Empleo, Viceconsejería de Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla, consta de los siguientes apartados, a saber:

- Análisis de los datos estadísticos descriptivos y de frecuencias sobre la satisfacción de los servicios que se presta en la OIT **a través de las encuestas presenciales.**
- Análisis de los datos estadísticos descriptivos y de frecuencias sobre la satisfacción de los servicios que se presta en la OIT **a través de las encuestas telefónicas.**
- Análisis de los datos estadísticos descriptivos y de frecuencias sobre la satisfacción de los servicios que se presta en la OIT **a través de las encuestas online.**

Para la mejora constante de la calidad de los servicios públicos, es importante conocer la opinión de los ciudadanos/ as sobre los servicios y prestaciones que se le ha ofrecido en **LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2016**, opiniones que los/ as usuarios/ as / ciudadanos/ as de Melilla han hecho al respecto a través de unos cuestionarios, ad hoc (citados anteriormente en el proyecto). Dichas opiniones permitirán tomar las decisiones adecuadas para mejorar la calidad de dicho servicio, de modo que el ciudadano/ a sea el objeto de la actividad de la Administración.

Los usuarios/ciudadanos se han mostrado muy partícipes en realizar estos cuestionarios ya que les permiten tener un contacto entre el servicio que presta la y ellos y así poder mostrar su opinión sobre dichos servicios, ver las necesidades que pudieran ser detectadas y si se cumplen los objetivos establecidos.



ANÁLISIS DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS SOBRE LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS PRESENCIALES 2016

Vamos a analizar las variables a través de la escala de medición de Likert: la escala va de 1 (Muy mal) a 5 (Muy bien). Hay que partir de la base que las medidas sería: del 1 hasta el 2,5 como no satisfecho; a partir del 2,5 es una conformidad y desde 3,5 hasta el 5 se muestra el grado de satisfacción de la variable. Todo extrapolado al 10.

A continuación se presenta la tabla con los resultados estadísticos descriptivos para una Evaluación de la Calidad de los servicios / aspectos de las La Oficina de Información Turística de Melilla 2016. En dicha tabla se recogen medidas de tendencia central (media) y medidas de dispersión (desviación típica) las cuales indican que cantidad representa la variable respectivamente de su media.

Estadísticos descriptivos de la Oficina de Información Turística

AÑO 2016			
	N	Media	Desv. típ.
Valore la accesibilidad a las instalaciones	192	9,91	0,21
Valore la efectividad del servicio prestado	192	9,98	0,10
Valore si la información recibida cubre sus necesidades	192	9,98	0,10
Valore la cortesía del personal que le ha atendido	192	10	0,00
Nivel de Calidad General de la Oficina	192	9,98	0,10

Nota: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



Realizando una interpretación de los datos descriptivos vemos que:

En conclusión, **LA CALIDAD, A NIVEL GENERAL, DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2016 DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA, está en un SOBRE 9,98 10**, lo cual, se muestra, por parte de los usuarios un alto grado de satisfacción en dicho servicio.

Por otra parte, con el fin de **OBTENER DE FORMA INDIRECTA LA PERCEPCIÓN GLOBAL DEL CIUDADANO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO** que no se haga depender de una pregunta concreta, sino del global de aspectos objeto de valoración, se ha segregado el ítem específico referido a la pregunta sobre el *“Nivel de Calidad General del Servicio Prestado en la Oficina de Información Turística”*, extrayendo la media de valoración del resto de ítems señalados, obteniendo como resultado **9,97** sobre 10, lo que arroja una **valoración prácticamente similar** a la obtenida en la pregunta específica referida a la Calidad General



ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DE LA OPINIÓN DEL USUARIO DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS PRESENCIALES 2016

Las tablas que se presentan a continuación, **reflejan el grado de satisfacción** de los usuarios/as de los servicios y/ o aspectos que se dan en LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, **a través de las encuestas presenciales**. Están compuestas por los ítems de insatisfechos formado por el sumatorio de los valores muy mal y mal; Conformes formado por el valor regular; Satisfechos formado por el sumatorio de bien y muy bien y la Conformidad Total son:

▪ Valore la accesibilidad a las instalaciones

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ Valore la efectividad del servicio prestado

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos



▪ **Valore si la información recibida cubre sus necesidades**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Valore la cortesía del personal que le ha atendido**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Nivel de Calidad General de la Oficina**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos



ANÁLISIS DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS SOBRE LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS TELEFÓNICAS 2016

Vamos a analizar las variables a través de la escala de medición de Likert: la escala va de 1 (Muy mal) a 5 (Muy bien). Hay que partir de la base que las medidas sería: del 1 hasta el 2,5 como no satisfecho; a partir del 2,5 es una conformidad y desde 3,5 hasta el 5 se muestra el grado de satisfacción de la variable. Todo extrapolado al 10.

A continuación se presenta la tabla con los resultados estadísticos descriptivos para una Evaluación de la Calidad de los servicios / aspectos de las La Oficina de Información Turística de Melilla 2016. En dicha tabla se recogen medidas de tendencia central (media) y medidas de dispersión (desviación típica) las cuales indican que cantidad representa la variable respectivamente de su media.

Estadísticos descriptivos de la Oficina de Información Turística

AÑO 2016			
	N	Media	Desv. típ.
La información recibida cubren sus necesidades	67	10	0.34
Valore la cortesía del personal que le ha atendido	67	10	0.87
Nivel de Calidad General del Servicio prestado	67	10	0.59

Nota: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



Realizando una interpretación de los datos descriptivos vemos que:

En conclusión, **LA CALIDAD, A NIVEL GENERAL, DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (TELEFÓNICA) 2016 DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA, está en un 10 SOBRE 10**, lo cual, se muestra, por parte de los usuarios un alto grado de satisfacción en dicho servicio.

Por otra parte, con el fin de **OBTENER DE FORMA INDIRECTA LA PERCEPCIÓN GLOBAL DEL CIUDADANO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO** que no se haga depender de una pregunta concreta, sino del global de aspectos objeto de valoración, se ha segregado el ítem específico referido a la pregunta sobre el *“Nivel de Calidad General del Servicio Prestado en la Oficina de Información Turística”*, extrayendo la media de valoración del resto de ítems señalados, obteniendo como resultado **10** sobre 10, lo que arroja la **misma valoración** que la obtenida en la pregunta específica referida a la Calidad General

**ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DE LA OPINIÓN DE USUARIOS/
CIUDADANOS DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE
LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA A TRAVÉS DE LAS
ENCUESTAS TELEFÓNICAS 2016**

Las tablas que se presentan a continuación, **reflejan el grado de satisfacción** de los usuarios/as de los servicios y/ o aspectos que se dan en LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, **a través de las encuestas telefónicas**. Están compuestas por los ítems de insatisfechos formado por el sumatorio de los valores



muy mal y mal; Conformes formado por el valor regular; Satisfechos formado por el sumatorio de bien y muy bien y la Conformidad Total son:

▪ **Valore si la información recibida cubre sus necesidades**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Valore la cortesía del personal que le ha atendido**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Nivel de Calidad General de la Oficina**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	0
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	100
Conformidad total (*)	100

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos



ANÁLISIS DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS SOBRE LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS ONLINE 2016

Vamos a analizar las variables a través de la escala de medición de Likert: la escala va de 1 (Muy mal) a 5 (Muy bien). Hay que partir de la base que las medidas sería: del 1 hasta el 2,5 como no satisfecho; a partir del 2,5 es una conformidad y desde 3,5 hasta el 5 se muestra el grado de satisfacción de la variable. Todo extrapolado al 10.

A continuación se presenta la tabla con los resultados estadísticos descriptivos para una Evaluación de la Calidad de los servicios / aspectos de las La Oficina de Información Turística de Melilla 2016. En dicha tabla se recogen medidas de tendencia central (media) y medidas de dispersión (desviación típica) las cuales indican que cantidad representa la variable respectivamente de su media.

Estadísticos descriptivos de la Oficina de Información Turística

AÑO 2016			
	N	Media	Desv. típ.
Accesibilidad	4	6,50	2,06
Valore la efectividad del servicio prestado por teléfono/e-mail	6	8,33	1,60
Valore si la información recibida cubre sus necesidades	5	6,40	1,79
Valore la cortesía del personal que le ha atendido	6	8,33	1,60
Nivel de Calidad General del Servicio prestado	6	8,67	1,21

Nota: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos.



CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



Realizando una interpretación de los datos descriptivos vemos que:

En conclusión, **LA CALIDAD, A NIVEL GENERAL, DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA (ON LINE) 2016 DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA, está en un 8,67 SOBRE 10**, lo cual, se muestra, por parte de los usuarios un alto grado de satisfacción en dicho servicio.

Por otra parte, con el fin de **OBTENER DE FORMA INDIRECTA LA PERCEPCIÓN GLOBAL DEL CIUDADANO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO** que no se haga depender de una pregunta concreta, sino del global de aspectos objeto de valoración, se ha segregado el ítem específico referido a la pregunta sobre el *“Nivel de Calidad General del Servicio Prestado en la Oficina de Información Turística”*, extrayendo la media de valoración del resto de ítems señalados, obteniendo como resultado **7,39** sobre 10, lo que arroja una **valoración inferior** a la obtenida en la pregunta específica referida a la Calidad General



ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DE LA OPINIÓN DEL USUARIO/ CIUDADANO DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS ONLINE 2016

Las tablas que se presentan a continuación, **reflejan el grado de satisfacción** de los usuarios/as de los servicios y/ o aspectos que se dan en LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, **a través de las encuestas online**. Están compuestas por los ítems de insatisfechos formado por el sumatorio de los valores muy mal y mal; Conformes formado por el valor regular; Satisfechos formado por el sumatorio de bien y muy bien y la Conformidad Total son:

▪ Accesibilidad

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	50
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	50
Conformidad total (*)	50

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ Valore la efectividad del servicio prestado por teléfono/e-mail

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	16,7
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	83,4
Conformidad total (*)	83,4

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos



▪ **Valore si la información recibida cubre sus necesidades**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	40
Regular (Conformidad)	20
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	40
Conformidad total (*)	60

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Valore la cortesía del personal que le ha atendido**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	16,7
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	83,4
Conformidad total (*)	83,4

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos

▪ **Nivel de Calidad General del Servicio prestado**

CALIFICACIÓN	PORCENTAJE DE OPINIÓN
Insatisfechos (Muy mal/ Mal)	16,7
Regular (Conformidad)	0
Satisfechos (Bien/ Muy bien)	83,4
Conformidad total (*)	83,4

(*) Conformidad Total: Sumatorio de la calificación regular y satisfechos



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



ANEXO I

TABLAS DE FRECUENCIAS DE LAS ENCUESTAS PRESENCIALES DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA 2016



Tabla de frecuencia de los datos de la Evaluación del Servicio de la Oficina de Información Turística-Presencial 2016

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mujer	71	36,8	38,8	38,8
	Hombre	112	58,0	61,2	100,0
	Total	183	94,8	100,0	
Perdidos	Sistema	10	5,2		
Total		193	100,0		

¿En cuantas ocasiones ha visitado Melilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1ª vez	155	80,3	80,7	80,7
	2ª vez	23	11,9	12,0	92,7
	3ª vez	6	3,1	3,1	95,8
	Más de 3 veces	8	4,1	4,2	100,0
	Total	192	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		

Valore la accesibilidad a las instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bien	9	4,7	4,7	4,7
	Muy bien	183	94,8	95,3	100,0
	Total	192	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		

Valore la efectividad del servicio prestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bien	2	1,0	1,0	1,0
	Muy bien	190	98,4	99,0	100,0
	Total	192	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		



Valore si la información recibida cubren sus necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bien	2	1,0	1,0	1,0
	Muy bien	190	98,4	99,0	100,0
	Total	192	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		

Valore la cortesía del personal que le ha atendido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bien	192	99,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		

Nivel de Calidad General de la Oficina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bien	2	1,0	1,0	1,0
	Muy bien	190	98,4	99,0	100,0
	Total	192	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Deseo de conocer la Ciudad Autónoma

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	162	83,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	31	16,1		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Patrimonio Histórico Cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	144	74,6	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	49	25,4		
Total		193	100,0		



¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Viaje de negocios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10	5,2	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	183	94,8		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Gastronomía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	131	67,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	62	32,1		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Recomendación de amigos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	6,2	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	181	93,8		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Visita a familiares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	17	8,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	176	91,2		
Total		193	100,0		

¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Tranquilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	4,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	184	95,3		
Total		193	100,0		



¿Cuál es el motivo de su visita a Melilla?: Otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	177	91,7	91,7	91,7
Aniversario Legión	1	,5	,5	92,2
Carrera Africana	2	1,0	1,0	93,3
Encuentros peña barcelonista	1	,5	,5	93,8
Examen	1	,5	,5	94,3
Feria de Melilla	3	1,6	1,6	95,9
Mercado Renacentista	1	,5	,5	96,4
Nostalgia	2	1,0	1,0	97,4
otros	3	1,6	1,6	99,0
trabajo	1	,5	,5	99,5
Visitar Marruecos	1	,5	,5	100,0
Total	193	100,0	100,0	

Ud. viaja:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	36	18,7	18,8	18,8
Solo/a	68	35,2	35,6	54,5
En pareja	50	25,9	26,2	80,6
Con familia	25	13,0	13,1	93,7
Con amigos	12	6,2	6,3	100,0
Con grupo organizado	191	99,0	100,0	
Total	2	1,0		
Perdidos				
Sistema				
Total	193	100,0		

¿Qué impresión se ha llevado de Melilla?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	,5	,5	,5
Muy mala	13	6,7	6,8	7,4
Buena	176	91,2	92,6	100,0
Muy buena	190	98,4	100,0	
Total	3	1,6		
Perdidos				
Sistema				
Total	193	100,0		



¿Qué medio de transporte ha utilizado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Avión	129	66,8	67,9	67,9
	Barco	59	30,6	31,1	98,9
	Coche	2	1,0	1,1	100,0
	Total	190	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,6		
Total		193	100,0		

Tabla de frecuencia de los datos de Evaluación del Servicio de la Oficina de Información Turística-Telefónicas 2016

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mujer	35	52,2	52,2	52,2
	Hombre	32	47,8	47,8	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Nacionalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALEMANA	2	3,0	3,0	3,0
	ESPAÑOLA	65	97,0	97,0	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

La información recibida cubre sus necesidades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bien	67	100,0	100,0	100,0

Valore la cortesía del personal que le ha atendido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bien	67	100,0	100,0	100,0



Nivel de Calidad General del servicio prestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bien	67	100,0	100,0	100,0

Tabla de frecuencia de los datos de la Evaluación del Servicio de la Oficina de Información Turística- On line 2016

SEXO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	3	50,0	50,0	50,0
	Masculino	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

NACIONALIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	España	5	83,3	83,3	83,3
	Reino unido	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Señale la Comunidad Autónoma

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Almería	1	16,7	20,0	20,0
	Barcelona	1	16,7	20,0	40,0
	Granada	1	16,7	20,0	60,0
	Madrid	1	16,7	20,0	80,0
	Valencia	1	16,7	20,0	100,0
	Total	5	83,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	16,7		
Total		6	100,0		



¿Has visitado alguna vez Melilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	33,3	40,0	40,0
	No	3	50,0	60,0	100,0
	Total	5	83,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	16,7		
Total		6	100,0		

[Efectividad del Servicio Prestado por Teléfono/e-mail] Indique, por favor, en la tabla siguiente el grado de satisfacción que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy mal	1	16,7	16,7	16,7
	Bien	1	16,7	16,7	33,3
	Muy bien	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

[La información recibida cubren sus necesidades] Indique, por favor, en la tabla siguiente el grado de satisfacción que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy mal	1	16,7	20,0	20,0
	Mal	1	16,7	20,0	40,0
	Regular	1	16,7	20,0	60,0
	Muy bien	2	33,3	40,0	100,0
	Total	5	83,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	16,7		
Total		6	100,0		

[Valore la cortesía del personal que le ha atendido] Indique, por favor, en la tabla siguiente el grado de satisfacción que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy mal	1	16,7	16,7	16,7
	Bien	1	16,7	16,7	33,3
	Muy bien	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	



[Nivel de Calidad General del Servicio prestado] Indique, por favor, en la tabla siguiente el grado de satisfacción que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mal	1	16,7	16,7	16,7
	Bien	1	16,7	16,7	33,3
	Muy bien	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

[Accesibilidad] Indique, por favor, en la tabla siguiente el grado de satisfacción que tiene para Ud. cada uno de los aspectos que figuran a continuación, valorándolos desde 1 (muy mal) a 5 (muy bien).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy mal	1	16,7	25,0	25,0
	Mal	1	16,7	25,0	50,0
	Muy bien	2	33,3	50,0	100,0
	Total	4	66,7	100,0	
Perdidos	Sistema	2	33,3		
Total		6	100,0		

[Deseo de conocer la Ciudad Autónoma] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	16,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	83,3		
Total		6	100,0		

[Patrimonio Histórico Cultural] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	33,3	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	4	66,7		
Total		6	100,0		



[Viajes de Negocio] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	16,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	83,3		
Total		6	100,0		

[Gastronomía] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	16,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	83,3		
Total		6	100,0		

[Recomendación de amigos] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	16,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	83,3		
Total		6	100,0		

[Visita a familiares] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	16,7	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	5	83,3		
Total		6	100,0		

[Otro] Si Ud. decide venir a Melilla ¿Cuál es el motivo de su visita?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos		5	83,3	83,3	83,3
	Saber información sobre un colegio	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



ANEXO II

TABLA DE COMPARATIVA INTERANUAL DE ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS ENCUESTAS PRESENCIALES DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA



TABLA COMPARATIVA INTERANUAL DE ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

		Valore la accesibilidad a las instalaciones	Valore la efectividad del servicio prestado	Valore si la información recibida cubre sus necesidades	Valore la cortesía del personal que le ha atendido	Nivel de Calidad General de la Oficina
2011	N	266	280	314	315	315
	Media	4,68	4,86	4,91	4,97	4,91
	Desv. típ.	0,59	0,46	0,33	0,22	0,34
2012	N	153	174	211	211	211
	Media	4,80	4,91	4,89	4,98	4,92
	Desv. típ.	0,53	0,30	0,41	0,15	0,32
2013	N	198	196	198	198	198
	Media	4,88	4,96	4,96	4,98	4,98
	Desv. típ.	0,37	0,17	0,17	0,1	0,12
2014	N	214	214	214	214	214
	Media	4,95	4,98	4,99	4,99	4,98
	Desv. típ.	0,21	0,11	0,09	0,06	0,11
2015	N	175	175	175	175	175
	Media	4,93	5	5	5	5
	Desv. típ.	0,44	0	0	0	0
2016	N	192	192	192	192	192
	Media	9,91	9,98	9,98	10	9,98
	Desv. típ.	0,21	0,1	0,1	0	0,1

Nota: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos.



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS





**CIUDAD AUTÓNOMA
DE
MELILLA**

Consejería de Economía, Empleo y Administraciones Públicas
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



ANEXO III

TABLA COMPARATIVA INTERANUAL DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA



TABLA COMPARATIVA INTERANUAL DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

		Accesibilidad	Valore la efectividad del servicio prestado por teléfono/ e-mail	Valore si la información recibida cubre sus necesidades	Valore la cortesía del personal que le ha atendido	Nivel de Calidad General del Servicio prestado
2012	Insatisfechos		0,0%	4,8%	0,0%	0,0%
	Conforme		4,8%	14,3%	0,0%	9,5%
	Satisfecho		95,2%	80,9%	100,0%	90,5%
	Conformidad Total	0,0%	100,0%	95,2%	100,0%	100,0%
2013	Insatisfechos	0,0%	0,0%	6,3%	0,0%	0,0%
	Conforme	2,0%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%
	Satisfechos	98,0%	94,4%	93,8%	100,0%	100,0%
	Conformidad Total	100,0%	100,0%	93,8%	100,0%	100,0%
2014	Insatisfechos	3,0%	5,3%	8,1%	5,3%	5,1%
	Conforme	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Satisfechos	93,9%	94,7%	91,9%	94,8%	94,9%
	Conformidad Total	96,9%	94,7%	91,9%	94,8%	94,9%
2015	Insatisfechos	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Conforme	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
	Satisfechos	90,0%	100,0%	100,0%	100,0%	87,5%
	Conformidad Total	90,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
2016	Insatisfechos	0	0	0	0	0
	Conforme	0	0	0	0	0
	Satisfechos	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Conformidad Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%