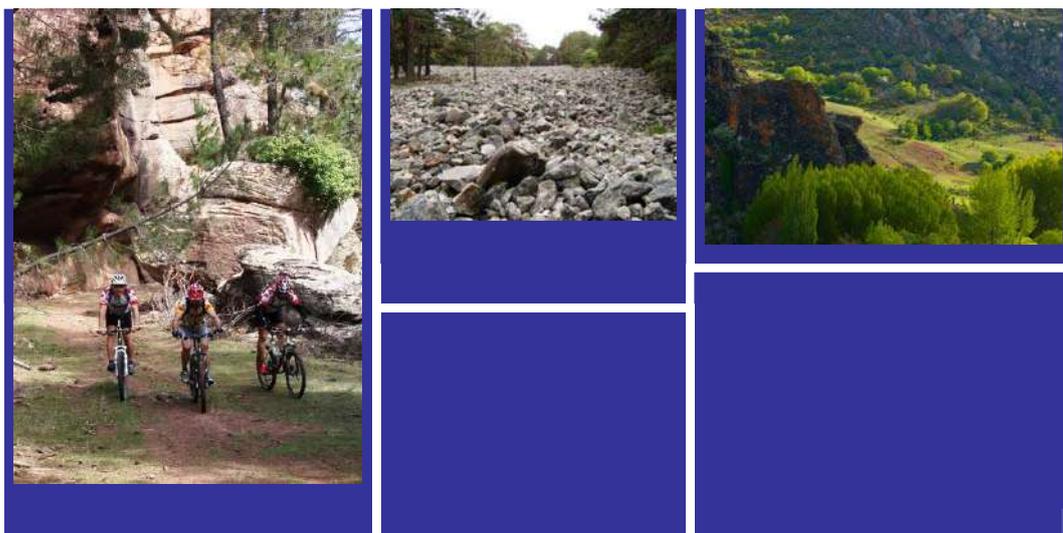


## ENCUESTA COMARCAL A VISITANTES TURÍSTICOS



### PLAN DE MEDIDAS COMPLEMENTARIAS DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA SIERRA DE ALBARRACÍN

Eje 1. Análisis de la demanda y satisfacción del turismo en la comarca

1.2. Estudio y establecimiento de vías de comercialización del destino



# ENCUESTA COMARCAL A VISITANTES TURÍSTICOS

## PLAN DE MEDIDAS COMPLEMENTARIAS DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA SIERRA DE ALBARRACÍN

Eje 1. Análisis de la demanda y satisfacción del turismo en la comarca

1.2. Estudio y establecimiento de vías de comercialización del destino

**EQUIPO REDACTOR:**



Urbanización Lagua, Calle E. Nº 8, 2º Piso 44003 TERUEL  
[www.geoterconsultores.com](http://www.geoterconsultores.com) [geoter@geoterconsultores.com](mailto:geoter@geoterconsultores.com)

## Índice

	<i>página</i>
<b>1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ENTREVISTA</b>	4.
<b>2. METODOLOGÍA</b>	4.
2.1. Población de referencia y marco muestral	4.
2.2. Diseño del cuestionario	4.
a) Datos del encuestado	5.
b) Percepción del destino	5.
c) Canales de información	5.
d) Motivaciones del viaje	6.
2.3. Ficha de la encuesta	6.
<b>3. RESULTADOS OBTENIDOS</b>	9.
3.1. Percepción del concepto del destino	9.
a) Patrimonio natural, cultural y tranquilidad, principales valores del destino	9.
b) Unanimidad en torno al paisaje como principal recurso turístico	11.
c) Buena relación calidad precio y baja accesibilidad del destino	12.
d) Tranquilidad y predisposición al descanso, otros de los valores del destino	13.
3.2. Canales de información	14.
a) Alta relevancia del consejo de familiares y amigos a la hora de informarse del destino	14.
b) Internet, herramienta fundamental para documentarse sobre el destino	15.
c) Alto grado de valoración de la información turística suministrada por la comarca	17.
3.3. Motivaciones del viaje	18.
a) Descansar, la principal motivación del viaje	18.
b) El medio natural, principal de los recursos de la comarca para sus visitantes	19.
c) El patrimonio cultural, importante atractivo turístico para los visitantes	20.
d) Menor relevancia del ocio y la cultura a la hora de elegir la Sierra como destino	21.
e) Otras motivaciones	22.
3.3. Observaciones finales	23.

## **1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ENCUESTA**

Incluido en el Plan de medidas complementarias del Plan de Dinamización Turística de la comarca de la Sierra de Albarracín, concretamente en su eje 1.1. Estudio de la demanda y satisfacción del turismo en la Comarca de la Sierra de Albarracín, en el presente informe se sintetizan los resultados obtenidos con la realización de 98 encuestas a otros tantos turistas y visitantes turísticos de la comarca.

El objetivo general que ha guiado el diseño y cumplimentación de esta encuesta es el de aportar a los responsables políticos, técnicos y empresariales del área de cultura y turismo de la comarca de la Sierra de Albarracín, un conjunto de informaciones que permitan conocer cual es el perfil y características de la demanda turística.

Por lo tanto, a partir de este conocimiento, los agentes turísticos comarcales contarán con la información necesaria para impulsar acciones concretas que permitan mejorar el posicionamiento del destino.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1. Población de referencia y marco muestral**

Según se desprende de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera correspondiente al año 2008, la ciudad de Albarracín recibe en torno a 37.000 viajeros, lo que puede considerarse como un indicador del flujo de demanda que recibe el conjunto del destino.

Aunque el objetivo del estudio no ha sido el de obtener una muestra representativa de la estructura turística de la comarca, sí al menos se ha intentado que el estudio se fundamentase en un número suficiente de consultas como para llegar a considerar los resultados como válidos. Así, se han realizado 98 encuestas a otros tantos visitantes, todas ellas cumplimentadas en la Oficina Turística Comarcal durante el año 2009.

La intención es que este primer estudio sirva de base para el desarrollo de una metodología de análisis de la demanda que perdure en el futuro, cumplimentándose anualmente este mismo cuestionario y obteniendo así, un registro histórico que permita conocer la evolución de la demanda turística comarcal y el efecto que pueden llegar a tener futuras medidas de promoción y comercialización del destino.

### **2.2. Diseño del cuestionario**

El cuestionario que ha servido como base para la elaboración de este estudio consta de 21 preguntas agrupadas en los que pueden considerarse como cuatro bloques temáticos:

- Bloque 1. Datos del encuestado
- Bloque 2. Percepción del destino
- Bloque 3. Canales de información
- Bloque 4. Motivaciones del viaje

En su diseño ha primado la necesidad de combinar el rigor científico que permita obtener las informaciones previstas en los objetivos descritos, con un formato que resulte ameno y asequible al público general, intentando cumplir los siguientes objetivos:

- La extensión del cuestionario resulta la adecuada para su autocumplimentación por parte de los visitantes turísticos.
- El lenguaje utilizado ha pretendido ser claro, tanto en lo que se refiere a los enunciados como a las diferentes opciones de respuesta.

Partiendo de estas premisas, las líneas que siguen deben servir para caracterizar cada uno de los bloques mencionados, destacando los objetivos previstos con la formulación de cada una de las preguntas que componen el cuestionario.

#### **a) Datos del encuestado**

El objeto principal de este bloque es el de caracterizar al conjunto de los visitantes turísticos de la comarca, mostrando lo que puede considerarse como un perfil de la demanda turística del destino.

Por lo tanto, las preguntas dispuestas se centran en conocer cuestiones tales como el sexo y la edad del visitante; su nivel de estudios; el lugar de procedencia; el nivel de renta o el número de personas que componen su hogar.

En este bloque también se incluye un pregunta relativa a conocer si los encuestados han visitado anteriormente la comarca.

#### **b) Percepción del destino**

Por su extensión, alcanzando un total de nueve preguntas, constituye el eje fundamental del cuestionario. El objetivo de este bloque es el de conocer como perciben los visitantes turísticos el destino Sierra de Albarracín, así como el de averiguar cuales son las principales vías de información con que cuentan a la hora de preparar su estancia en la comarca y el grado de satisfacción obtenido con estas herramientas de información.

En virtud de los resultados obtenidos, los agentes turísticos comarcales, tanto públicos como privados, obtendrán un conjunto de informaciones especialmente interesantes de cara a promover acciones concretas que permitan modificar y adecuar la estrategia de promoción y comercialización de la comarca.

#### **c) Canales de información**

Del mismo modo, se ha considerado especialmente interesante cuales son los canales de información que los visitantes han utilizado a la hora de preparar su viaje a la Sierra de Albarracín, diferenciando entre cada una de las herramientas disponibles (Internet, guías y publicaciones, medios de comunicación, etc.) El objeto de este epígrafe no es tan sólo el de conocer estos medios, sino también el de medir la adecuación y validez de las informaciones ofrecidas.

Además se ha querido obtener una valoración de las herramientas de promoción y comercialización turística puestas a disposición del visitante por parte del Área de turismo y cultura de la comarca, en especial los materiales turísticos editados por ésta y la atención dispensada en al Oficina de información turística comarcal.

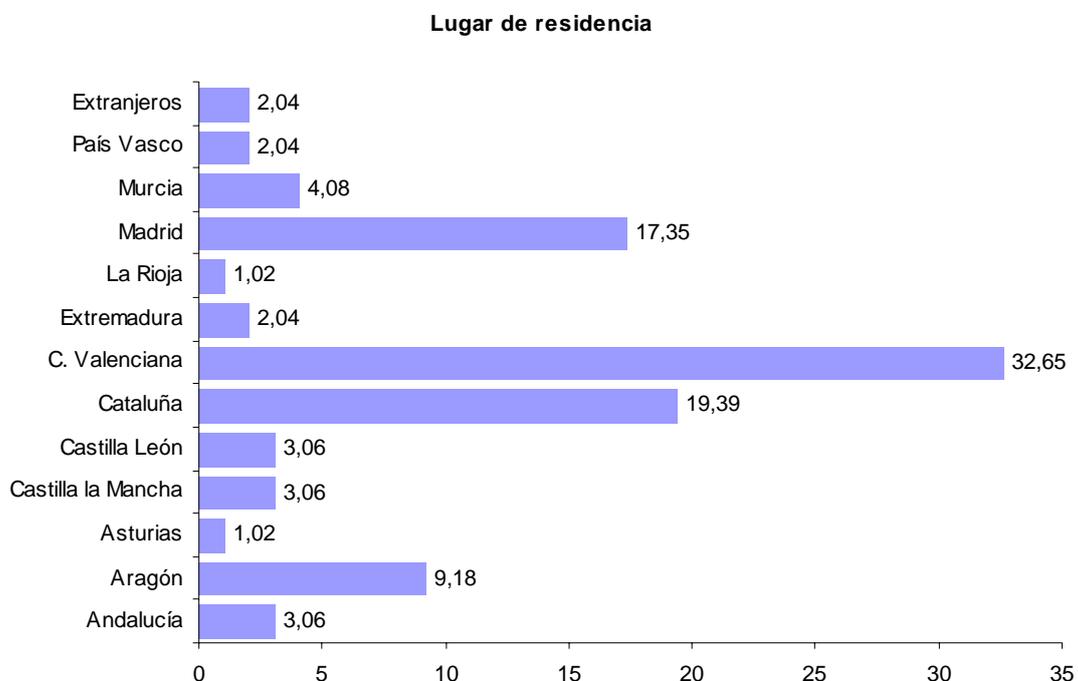
#### d) Motivaciones del viaje

En tercer lugar, la encuesta incluye un conjunto de cuestiones que deben servir para conocer cuales son las principales motivaciones que hacen atractivo el destino Sierra de Albarracín para los visitantes, investigando que aspectos de la oferta resultan los determinantes para los visitantes a la hora de elegir la comarca como lugar donde disfrutar de sus estancias vacacionales.

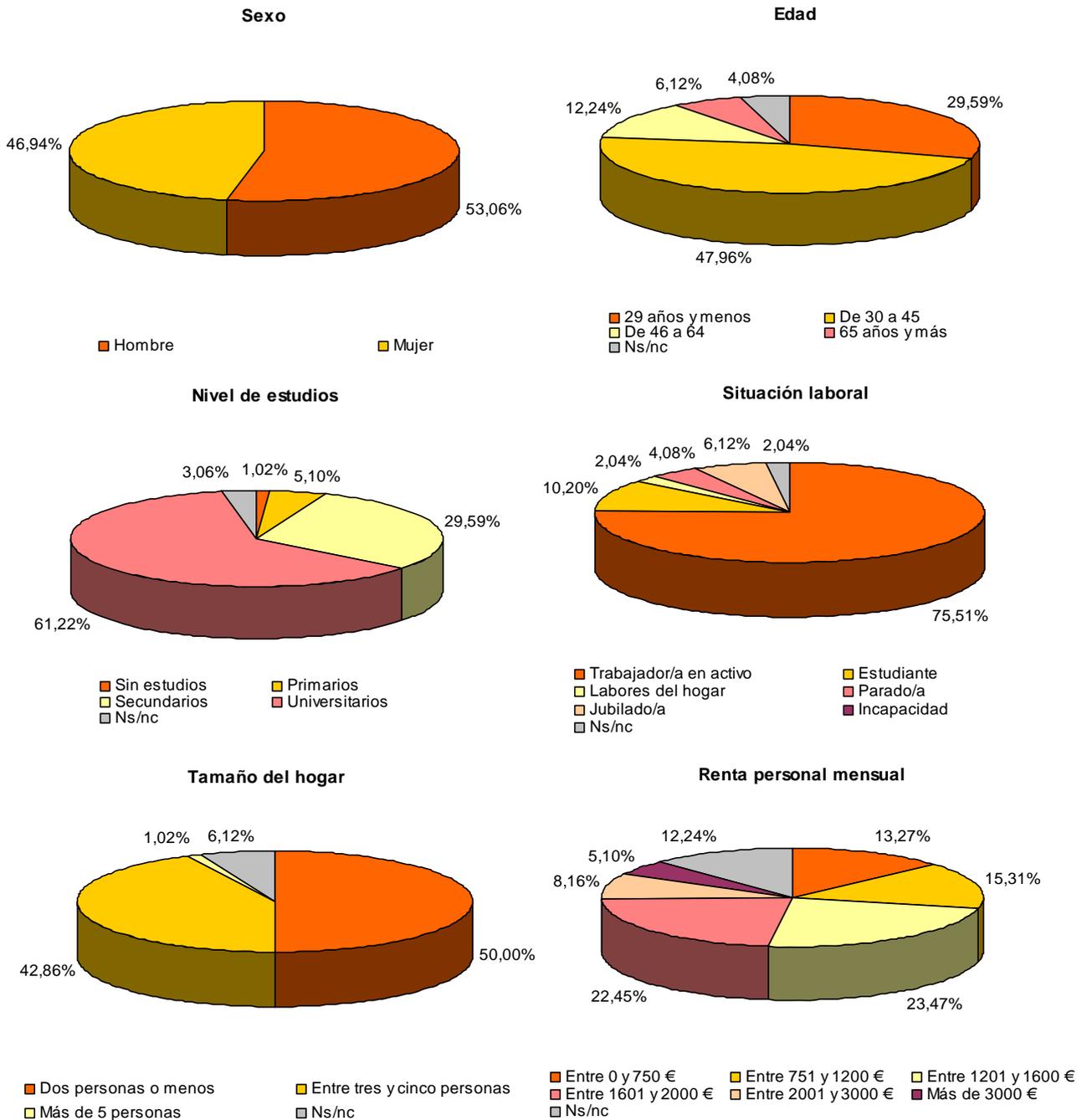
### 2.3. Ficha de la encuesta

Tal y como se ha mencionado, el estudio se fundamenta en los resultados obtenidos con la realización de 98 encuestas cumplimentadas por otros tantos turistas durante el año 2009.

Casi un tercio de los turistas consultados son procedentes de la Comunidad Valenciana, principal mercado del turismo no sólo comarcal sino provincial. Les siguen los turistas llegados de Cataluña y la Comunidad de Madrid, con un 19 y 17% del total de los consultados.



Así, casi el 70% de los visitantes turísticos del destino llegan de tres únicas Comunidades Autónomas, demostrando lo poco segmentada que se encuentra la demanda, al menos en lo que respecta a la procedencia geográfica de la misma.



Especialmente significativo resulta el hecho de que menos del 10% de los consultados proceden de la propia comunidad autónoma de Aragón, un rasgo que define al conjunto de la provincia y que evidencia la necesidad de reforzar la promoción de destinos como la Sierra de

Albarracín en el propio territorio aragonés, una vez que la mejora de las comunicaciones con Huesca y Zaragoza son una realidad gracias a la conclusión de la autovía A-23.

Por último, apenas un 2% de los consultados son de origen extranjero, una cuestión que viene a reforzar el escaso peso que adquiere este tipo de turismo en el conjunto del destino.

En lo que respecta al resto de variables que definen el perfil del visitante turístico –y que aparecen reflejadas en las gráficas de la página siguiente-, destaca el hecho de que el grueso de la demanda turística la conforman visitantes que conforman lo que puede considerarse como un público eminentemente adulto y joven, ya que casi el 78% de los consultados tienen menos de 45 años.

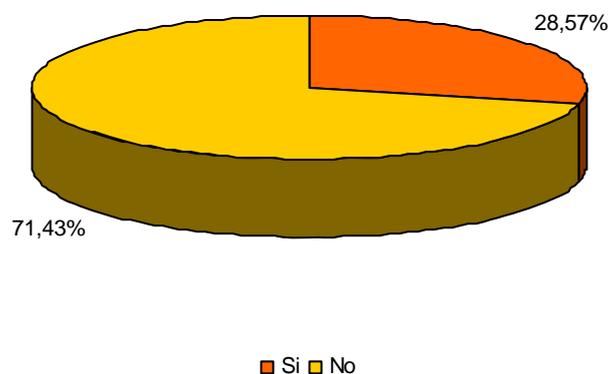
Sin lugar a dudas este aspecto representa una información especialmente relevante a la hora de configurar una estrategia de promoción y comercialización adecuada, dado que las necesidades y exigencias de este colectivo no siempre resultan las mismas que en el caso, por ejemplo, de las personas mayores de 65 años, las cuales tan sólo representan un 6% del total de visitantes.

La edad de la inmensa mayoría de los consultados explica otras cuestiones como el hecho de que más de un 75% de los mismos resulten trabajadores en activo o que la práctica totalidad de los consultados convivan, bien con su pareja, bien en el seno de una unidad familiar de 5 ó menos miembros.

En lo que se refiere a los niveles de renta de los encuestados, algo más de un 45% de los consultados presentan niveles que pueden considerarse como medios, oscilando entre los 1.200 y 2.000 € de remuneración mensual.

Por último, casi dos terceras partes de los encuestados visitaban por primera vez la comarca de la Sierra de Albarracín.

¿Ha visitado anteriormente la Comarca de la Sierra de Albarracín?



En definitiva, el perfil del turista de la Sierra de Albarracín es el de un visitante de carácter eminentemente urbano, de clase media, con una edad comprendida entre 30 y 45 años y que mayoritariamente, disfruta del viaje, bien con su familia, bien con su pareja.

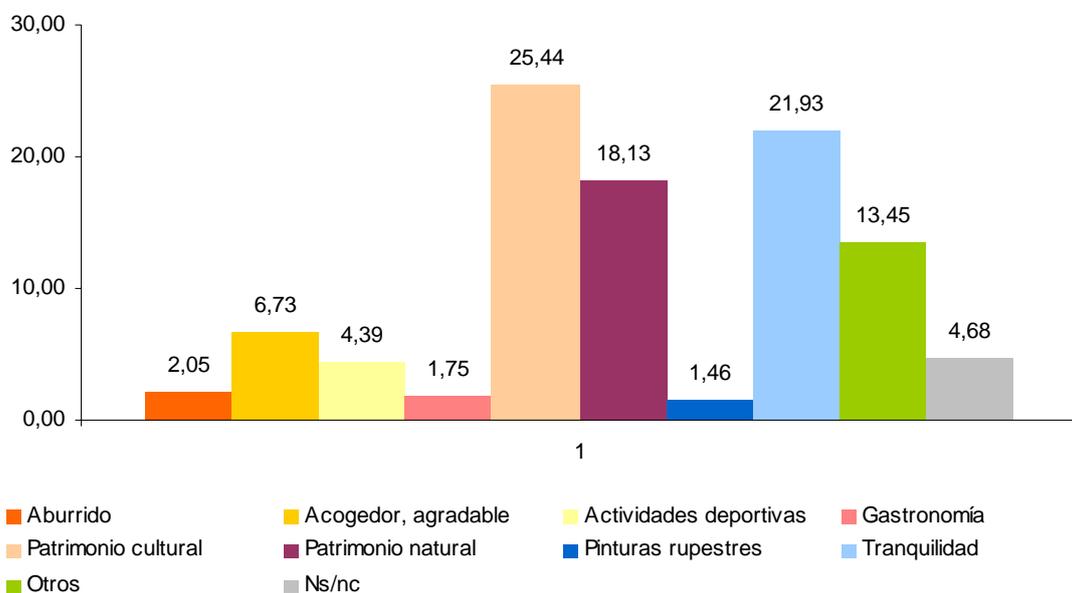
### 3. RESULTADOS OBTENIDOS

#### 3.1. Percepción del destino

##### a) Patrimonio natural, cultural y tranquilidad, principales valores del destino

Sumando más de un 65% del total de respuestas, el Patrimonio natural y cultural y la tranquilidad pueden considerarse como los principales valores que, para sus visitantes, caracterizan el destino turístico comarca de la Sierra de Albarracín.

¿Qué imágenes o características le vienen a la mente cuando piensa en la Comarca de la Sierra de Albarracín?



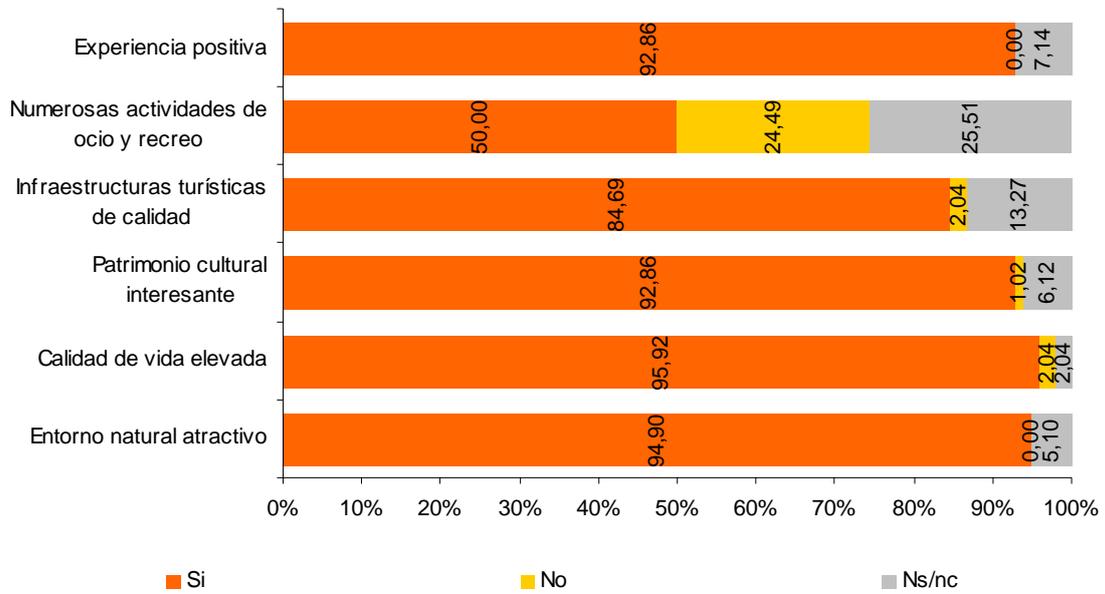
Además y como se pone de manifiesto en la gráfica adjunta, la práctica totalidad de las cuestiones mencionadas pueden considerarse como aspectos eminentemente positivos, ya sea por que hacen referencia a recursos turísticos que caracterizan al destino –Actividades deportivas, pinturas rupestres, gastronomía-, o por el hecho de que ponen de manifiesto valores como el carácter acogedor y agradable del destino y de su oferta.

Tan sólo un 2% de los consultados han destacado alguna cuestión que puede considerarse como eminentemente negativa, al calificar el destino como Aburrido, seguramente haciendo referencia a la poca variedad existente en lo que se refiere a servicios y actividades de ocio.

Así, y tal y como se pone de manifiesto en la gráfica que sigue, con la salvedad hecha de la abundancia de actividades de ocio y recreo, la inmensa mayoría de los consultados consideran que la Sierra de Albarracín puede considerarse un destino que disfruta de un patrimonio cultural interesante; un entorno natural atractivo y que disfruta de una dotación en materia de infraestructuras turísticas que pueden considerarse como de calidad.

Por lo tanto, no es de extrañar que casi el 93% de los consultados califiquen su estancia en la comarca como una experiencia positiva.

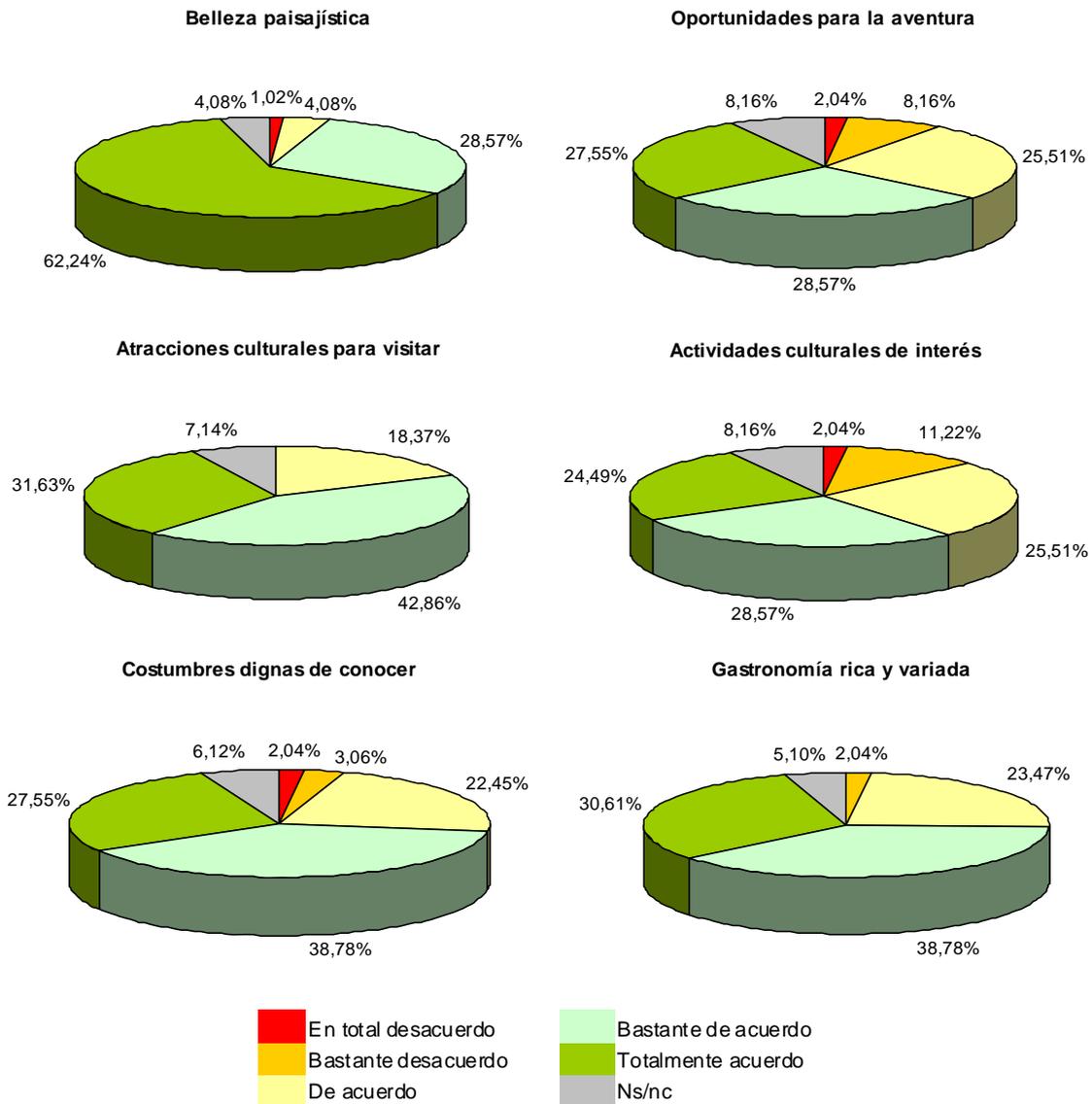
**Indique las atracciones y características que son distintivas de la Comarca de la Sierra de Albarracín**



### b) Unanimidad en torno al paisaje como principal recurso turístico

Si anteriormente señalábamos que el patrimonio natural resultaba uno de los principales atractivos turísticos de la comarca de la Sierra de Albarracín, las preguntas que siguen no hacen sino confirmar que el medio natural, en especial la variedad y singularidad de sus paisajes, termina resultando un atractivo altamente valorado por la demanda turística.

#### Recursos turísticos del destino



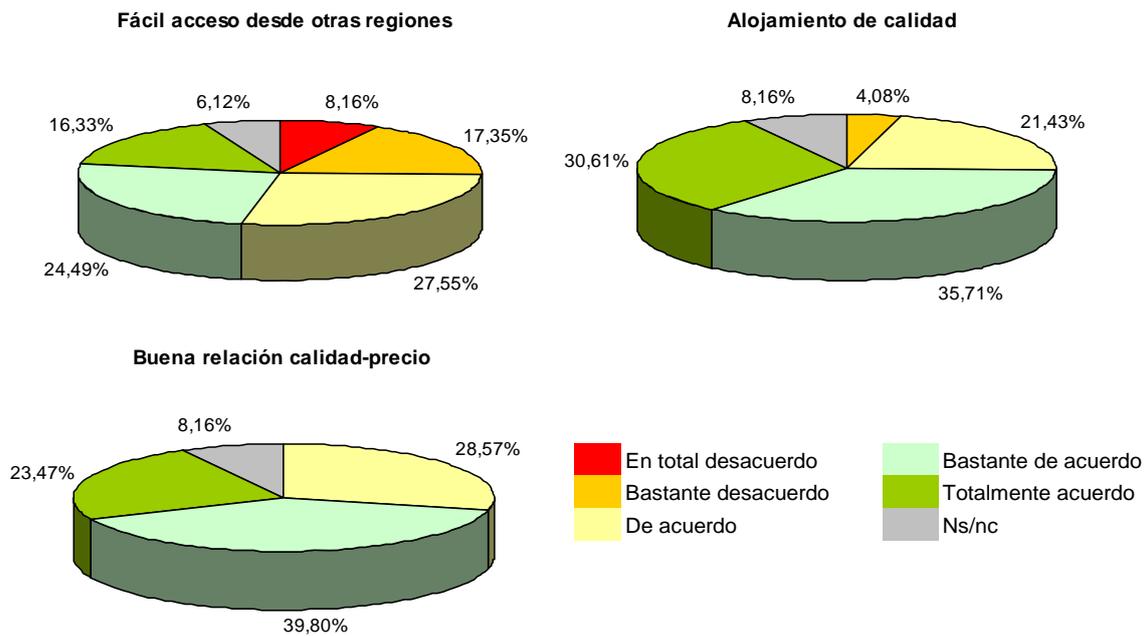
Tal y como se observa en las figuras adjuntas, casi un 75% de los consultados están *De acuerdo* o *Totalmente de acuerdo* a la hora de considerar el paisaje comarcal como una característica definitoria del destino, muy por encima de otras consideraciones tales como la presencia de actividades culturales de interés o el disfrute de una gastronomía rica y variada.

### c) Buena relación calidad precio y baja accesibilidad del destino

En lo que se refiere a la dotación de equipamientos e infraestructuras, más del 75% de los consultados están de acuerdo en calificar los alojamientos de la comarca como unos servicios de calidad.

Además, más de un 63% de los visitantes se muestran *De acuerdo* o *Totalmente de acuerdo* con el hecho de considerar la relación calidad-precio del destino como buena.

#### Equipamientos e infraestructuras turísticas

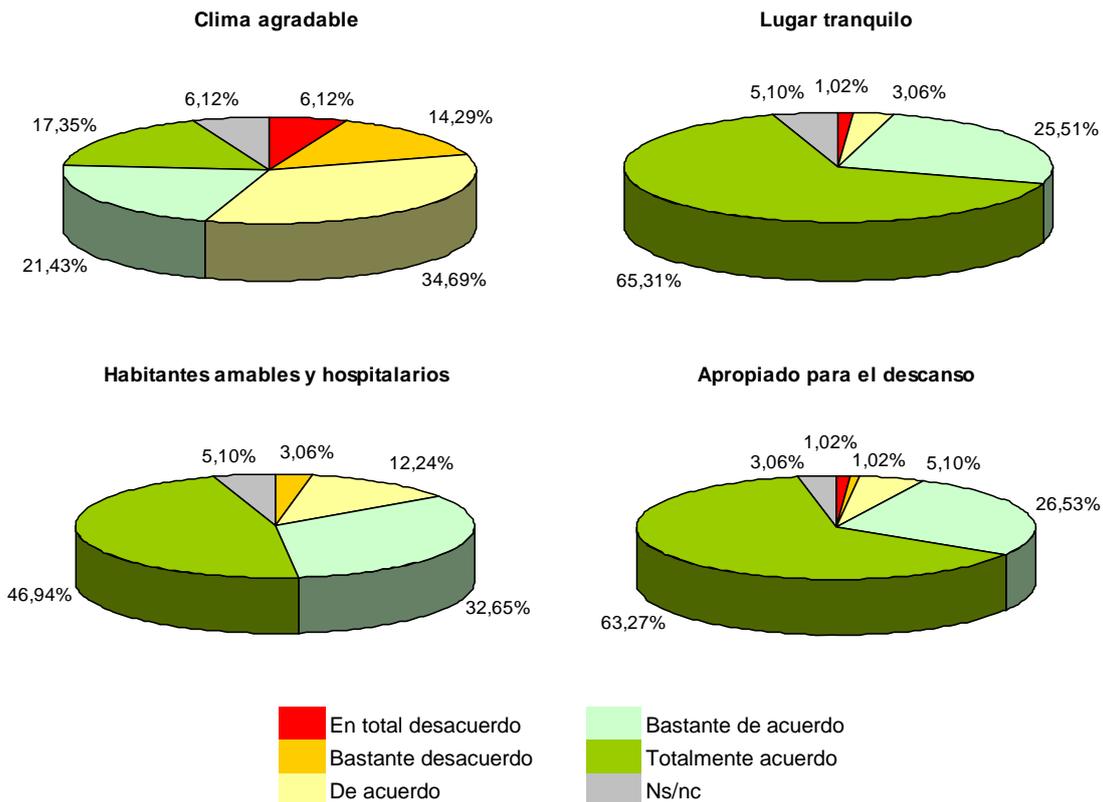


A la vista de estos datos, podría concluirse que el destino turístico Sierra de Albarracín obtiene una alta valoración por parte de sus consumidores; ahora bien, la mala dotación en materia de infraestructuras de comunicación resulta un factor que termina perjudicando a la valoración del destino. Como se muestra en la figura correspondiente, casi un 26% de los visitantes consideran que el acceso al destino desde otras regiones no resulta especialmente fácil.

#### d) Tranquilidad y predisposición al descanso, otros de los valores del destino

Más de un 90% de los encuestados coinciden en calificar la comarca como un lugar tranquilo, un valor que termina haciendo de la Sierra de Albarracín un destino especialmente apropiado para el descanso y el relax.

#### Otros valores del destino



Por último, la calidad del destino también se ve reflejada en el hecho de que un 80% de los visitantes consultados coinciden en destacar la hospitalidad y amabilidad de sus habitantes, una cuestión que beneficia al conjunto del sector y que, en muchas ocasiones, termina resultando un factor de competitividad tan relevante o más como puedan a llegar a ser los recursos patrimoniales o la calidad de los alojamientos, por citar tan sólo dos ejemplos.

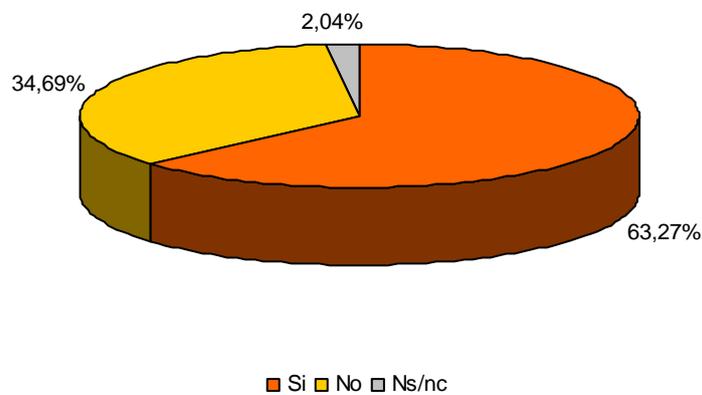
### 3.2. Canales de información

#### a) Alta relevancia del consejo de familiares y amigos a la hora de informarse del destino

Hasta un 63% de los consultados han recibido algún tipo de información previa sobre las características del destino, procedente de la experiencia previa de familiares o amigos.

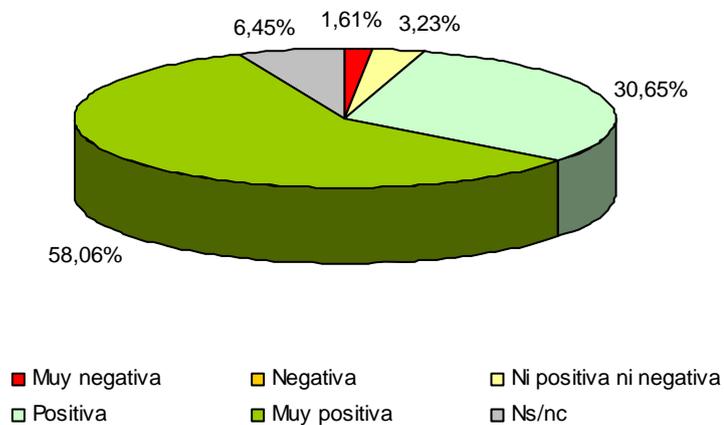
Estos datos vienen a confirmar que el “boca-oído” continua siendo una herramienta de promoción turística fundamental para todo tipo de destinos, pero especialmente interesante para destinos rurales como lo es este.

¿Le han facilitado sus amigos, familiares o conocidos información sobre la Comarca de Albarracín?



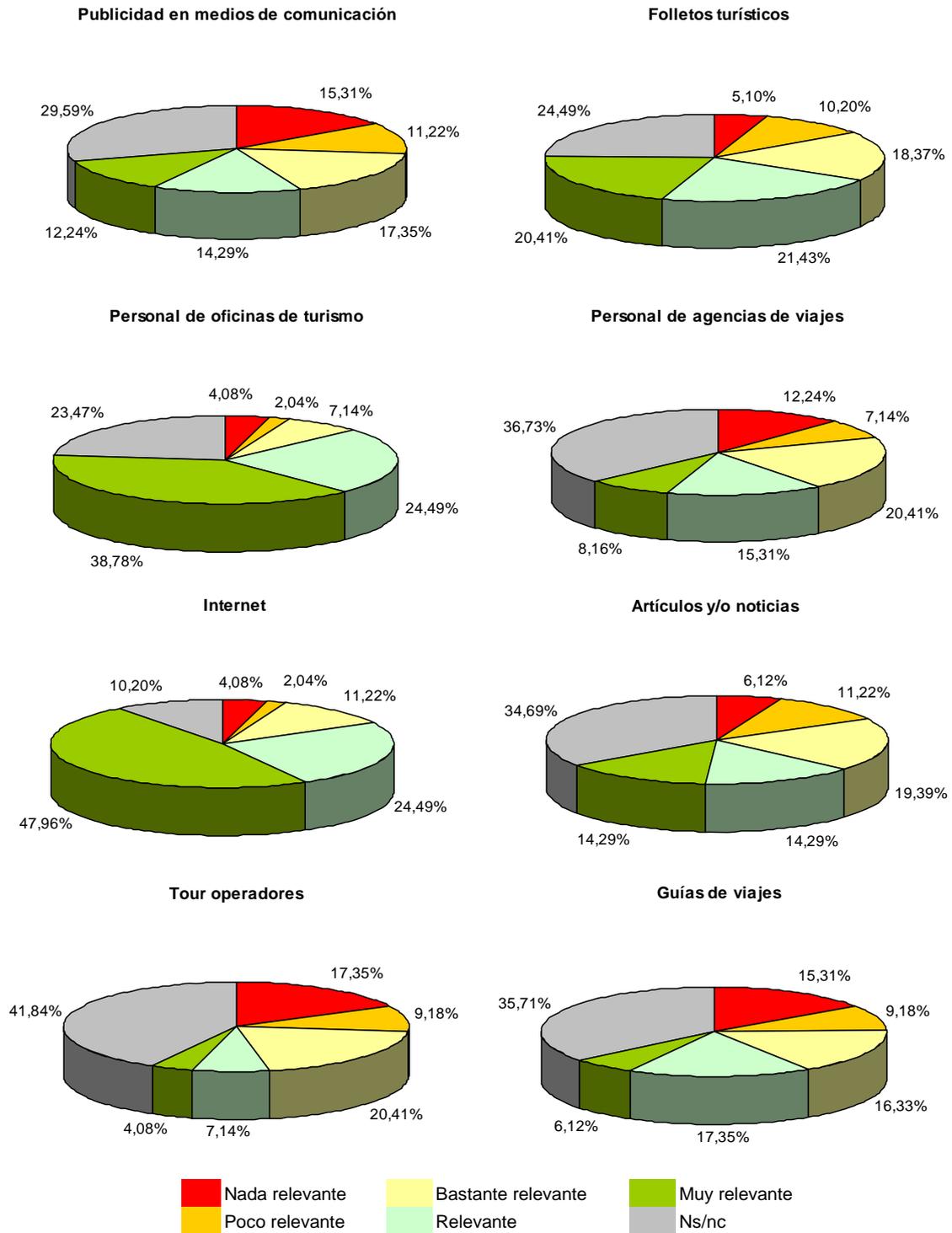
Además, la información suministrada por familiares y amigos no sólo permite un mejor posicionamiento de la comarca en el mercado turístico, sino que, tal y como reflejan los datos adjuntos, tiende a resultar una información muy válida para los nuevos turistas, ya que casi un 89% de los visitantes consultados la valoran como positiva o muy positiva.

Valoración transmitida por familiares y/o amigos



**b) Internet, herramienta fundamental para documentarse sobre el destino**

En lo que respecta a otras herramientas de información turística, Internet se convierte en una fuente fundamental, tanto por su predicamento entre los visitantes como por la alta valoración que se hace de los contenidos ofrecidos.



Así, un 73% de los encuestados consideran que la información suministrada a través de *Internet* les ha resultado *Relevante* o *Muy relevante* a la hora de preparar su viaje por la Sierra de Albarracín.

Ya en el destino, la información suministrada por el *Personal de la Oficina de Turismo* es considerada como *Relevante* o *Muy relevante* por un 63% de los visitantes consultados, mientras que los folletos y materiales turísticos ofrecidos han sido *Relevante* o *Muy relevante* para casi un 42% del total.

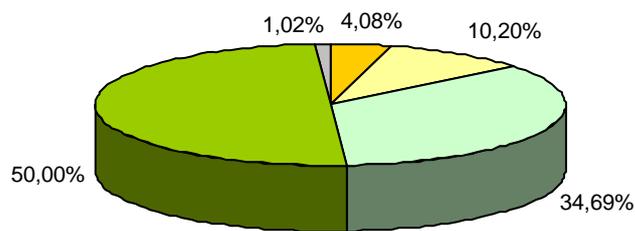
En lo que se refiere al papel de los medios de comunicación, ya sea a través de la *Publicidad* o de *Artículos y/o noticias*, menos de un 25% de los consultados confiesan que la información suministrada a través de estas vías le ha resultado *Relevante* o *Muy relevante*.

Por último, mucha menor relevancia tiene otras vías de información tales como la asistencia de *Agencias de viaje* o *Tour Operadores*, con una valoración como *Relevante* o *Muy relevante* por debajo del 25% los primeros y apenas un 11% en lo que respecta a los segundos.

### c) Alto grado de valoración de la información turística suministrada por la comarca

En lo que respecta a la información turística suministrada por el Área de Turismo y Cultura de la comarca de la Sierra de Albarracín, ya sea esta a través de la información suministrada en la oficina de turismo o mediante los diferentes folletos y materiales turísticos a disposición del visitante.

¿Cómo valora la información que ha recibido de la Comarca de la Sierra de Albarracín?



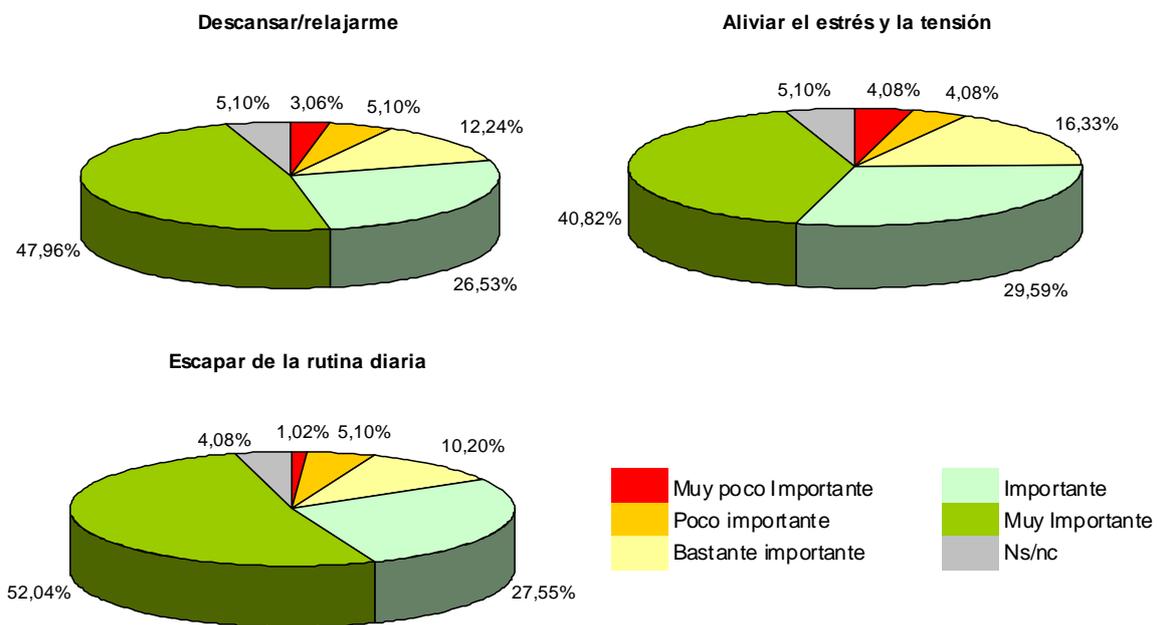
■ Muy negativa ■ Negativa ■ Adecuada ■ Positiva ■ Muy positiva ■ Ns/nc

Un 84% de los consultados consideran que esta información les ha resultado *Positiva* o *Muy Positiva* y tan sólo un 4% son de la opinión de que esta información ha sido *Negativa*.

### 3.3. Motivaciones del viaje

#### a) Descansar, la principal motivación del viaje

A pesar de que las motivaciones que explican todo viaje turístico pueden ser variadas y en muchos casos, resultado de la combinación de varias, puede afirmarse que el deseo de descansar, de buscar el relax y evadirse del estrés generado por la vida diaria es el principal de los motivos que acerca a los visitantes a la comarca de la Sierra de Albarracín.

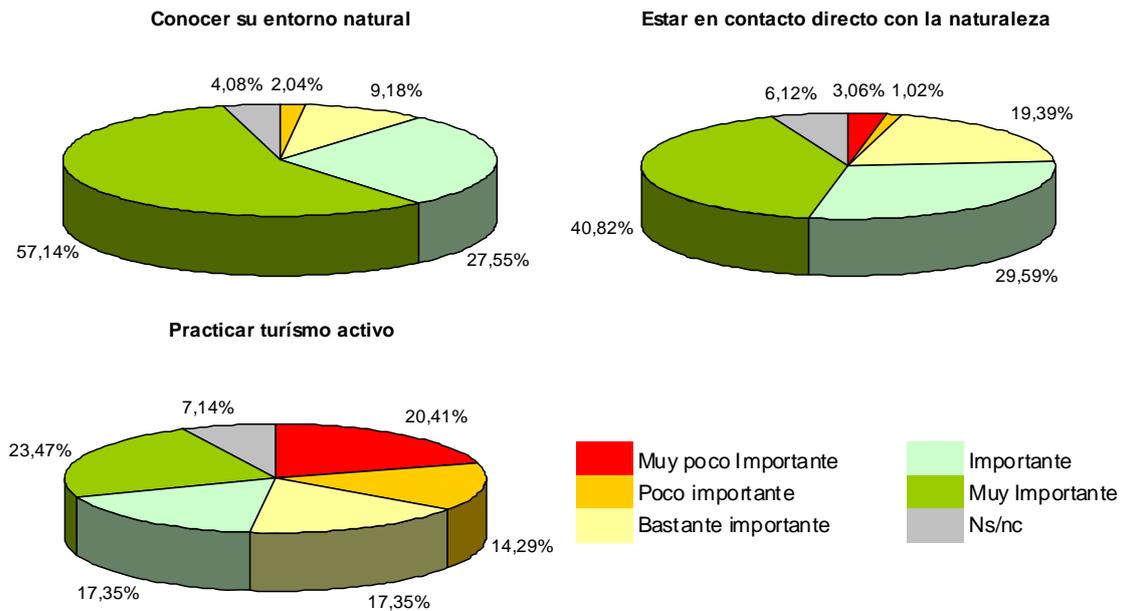


En todos los casos mostrados, los encuestados han considerado estas motivaciones como *Importantes* o *Muy importantes* a la hora de justificar su viaje, alcanzando porcentajes que rondan el 75% del total de las respuestas obtenidas.

Por lo tanto, y tal y como le ocurre a la inmensa mayoría de los destinos turísticos rurales de interior, el relax, la búsqueda de la tranquilidad y el sosiego que aporta la vida rural termina convirtiéndose en el principal de los atractivos turísticos de destinos como éste.

## b) El medio natural, principal de los recursos de la comarca para sus visitantes

Como si se tratase de una parte de la necesidad de descanso y relax, el disfrute de la calidad del medio natural comarcal termina resultando una de las principales motivaciones que acercan al visitante a la comarca de la Sierra de Albarracín.



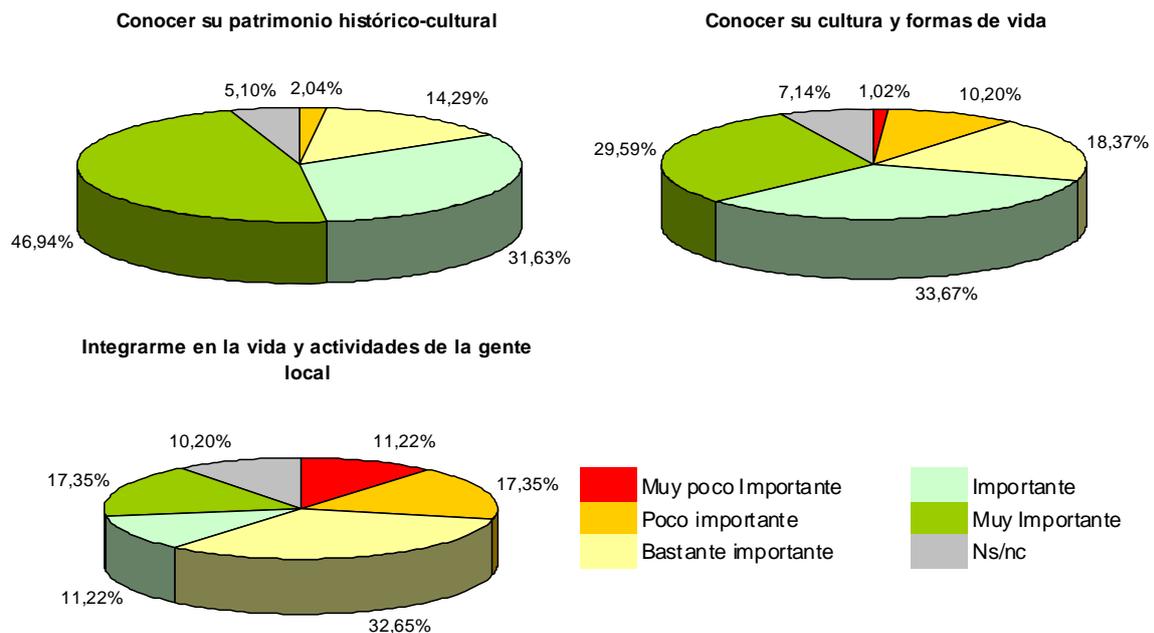
Así, conocer el entorno natural del destino se convierte, para casi un 85% de los consultados en una de las principales motivaciones que invitan a visitar la comarca.

Ahora bien, a la vista de los datos obtenidos entendemos que el medio natural de la Sierra de Albarracín se concibe por parte de la mayoría de los turistas como un marco escénico en el que disfrutar del descanso y periodo vacacional. El hecho de que tan sólo un 30% de los consultados destaquen la práctica del turismo activo como una motivación *Importante* o *Muy importante*, justifica esta apreciación.

### c) El patrimonio cultural, importante atractivo turístico para los visitantes

Algo muy similar a lo expuesto en el caso del patrimonio natural puede decirse al respecto del patrimonio cultural.

Para casi un 80% de los encuestados, conocer el patrimonio histórico-cultural de la comarca resulta una motivación *Importante* o *Muy importante* a la hora de elegir el destino como lugar de vacaciones.

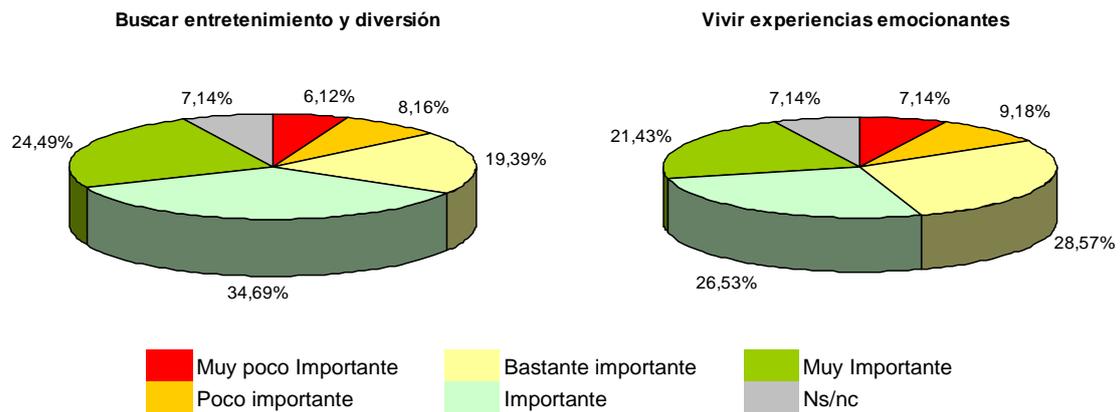


Ahora bien, en este caso y al contrario de lo que ocurre con el patrimonio natural, el patrimonio cultural, muy especialmente el de carácter histórico-artístico, se convierte en algo más que un mero marco escénico más o menos pintoresco, para convertirse en un recurso que el visitante gusta de conocer e interpretar.

Aunque en menor medida, lo mismo se puede decir en el caso de la cultura tradicional local, lo que incluye el conocimiento de costumbres, fiestas y tradiciones propias del destino. Casi un 65% de los entrevistados valoran como *Importante* o *Muy importante* estas cuestiones a la hora de elegir destinos como la Sierra de Albarracín.

**d) Menor relevancia del ocio y la cultura a la hora de elegir la Sierra como destino**

Aunque la búsqueda del entretenimiento y la diversión puede considerarse como un objetivo consustancial a todo viaje turístico, lo cierto es que la comarca de la Sierra de Albarracín no se distingue especialmente por su oferta en esta materia, por lo que los visitantes destacan en mucho menor medida que en los casos anteriores, el disfrute de actividades de ocio y la cultura como una motivación especialmente relevante a la hora de elegir la comarca como destino vacacional.

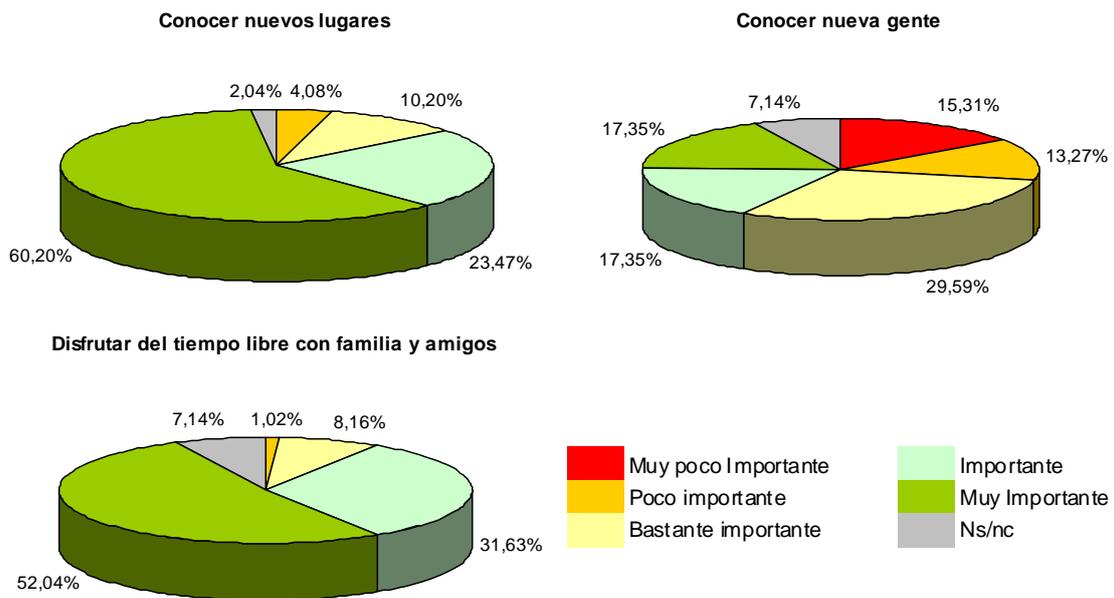


Así, aunque casi un 59% de los consultados destacan la búsqueda de entretenimiento y diversión como una de sus principales motivaciones, un 12% consideran que estas cuestiones han resultado *Poco importante* o *Muy poco importante* a la hora de elegir la comarca como destino, porcentajes sensiblemente superiores a los registrados, por ejemplo, en el caso del patrimonio natural o cultural.

### e) Otras motivaciones

Tal y como mencionábamos al comienzo de este epígrafe, las motivaciones que justifican todo viaje turístico resulta tremendamente heterogéneas.

Independientemente de las motivaciones concretas, prácticamente todo viaje turístico se sustenta en la necesidad de lo que coloquialmente podemos considerar “cambiar de aires”, variar el escenario vital, ya sea con el objeto de descansar de la monotonía o con el de descubrir nuevos territorios y valores ajenos a los habituales.



Así, casi un 85% de los visitantes encuestados consideran que el hecho de conocer nuevos lugares ha resultado una cuestión *Importante* o *Muy importante* a la hora de motivar su viaje a la comarca.

Del mismo modo, independientemente del destino y de las actividades o atractivos que éste ofrezca, el disfrute del tiempo libre con familiares y amigos constituye un eje fundamental entorno al cual pivotan la mayor parte de los desplazamientos y estancias turísticas. Esta relevancia se traduce en el hecho de que casi un 84% de los visitantes han destacado que esta cuestión termina resultando una motivación *Importante* o *Muy importante* a la hora de planificar sus vacaciones.

### 3.4. Observaciones finales

La encuesta concluye con la posibilidad de que los consultados pongan de manifiesto cualquier cuestión relacionada, bien con su estancia, bien con cualquier otra cuestión referente al destino o a la atención recibida.

Aunque como no podría ser de otra manera, el elenco de observaciones realizadas resulta heterogéneo, se puede afirmar que el sentido general de demuestra un alto grado de satisfacción por parte del conjunto de los visitantes consultados.

Tan sólo, como aspecto negativo, destacar el hecho de que varios de los consultados han aprovechado para mencionar la escasez de actividades de ocio y entretenimiento como la principal debilidad del destino.

- 1 Albarracín es un sitio precioso, acogedor e ideal para desconectar
- 2 Aún no he visto casi nada
- 3 El personal de turismo me ha explicado todo correctamente y estoy muy contenta con la información recibida
- 4 El pueblo es encantador
- 5 Es agradable ver que el turismo en la zona es sostenible
- 6 Es un lugar muy bonito y con muchas cosas que visitar para lo pequeño que es. Pero un inconveniente es que hay pocas cosas de ocio y tiempo libres, y las noches son muy aburridas
- 7 Es un lugar muy bonito, pero le faltan actividades de ocio y tiempo libre para la gente joven. Las noches son muy aburridas en este pueblo.
- 8 Es un pueblo muy bonito
- 9 Espero disfrutar de mi visita
- 10 Espero llevarme una grata impresión de la ciudad
- 11 Espero pasarlo genial y repetir
- 12 Espero pasármelo bien
- 13 Espero que me guste muchísimo
- 14 Espero que me guste mucho porque se ve muy aburrido
- 15 Espero que nos guste y lo pasemos bien
- 16 He tenido dificultad para encontrar información de Albarracín en otros pueblos
- 17 Hemos venido a las hogueras de San Antón
- 18 La atención hasta el momento ha sido muy grata
- 19 Las iglesias no se pueden visitar, ¡es una lástima!
- 20 Me encanta como aman a su tierra
- 21 Me encanta el sitio. La empleada de la oficina de información ha sido muy atenta y se aprecia su estupenda formación.
- 22 Me encanta la zona tanto en invierno como en verano
- 23 Me gustaría tener una casa en esta zona
- 24 Me ha gustado mucho el paisaje con la nieve y la gente del pueblo es muy amable.
- 25 Me ha gustado mucho pero además de descansar, buscaba diversión y entretenimiento y no he encontrado mucho de esto.
- 26 Me ha gustado mucho pero no hay diversión
- 27 Muy bonito
- 28 Muy bonito todo
- 29 Muy bien
- 30 Muy buena atención en la oficina de turismo
- 31 Muy contentos con la atención recibida
- 32 Nos han atendido muy bien, la chica ha sido muy amable. Espero pasármelo muy bien y disfrutar. Se

- nota la formación de la empleada
- 33** Para mis hijos esperaba más actividades infantiles y para mis acompañantes más diversión
- 34** Por fin aquí he obtenido la información necesaria para poder visitar las pinturas rupestres ya que en la oficina del casco antiguo me han dado el folleto pero no sin explicación
- 35** Sitio precioso y muy tranquilo
- 36** Todo perfecto, muy mal no poder visitar templos e iglesias
- 37** Viaje recomendable