

ÍNDICE GENERAL

Justificación y objetivos	2
Marco metodológico	4
Análisis conjunto de la encuesta	10
Informe estacional. Periodo de verano	64
Informe estacional. Periodo de invierno	82
Comparativa de informes estacionales	98
Cruces de datos	106
ANEXO	
Perfil del visitante de un día	114
Sugerencias	118
Observaciones	120
Modelo de encuesta realizada	122

JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

El Real Decreto 1.550/2009, de 9 de octubre, amplía las funciones y servicios de la Administración del Estado traspasados a la Comunidad Autónoma de Canarias, en materia de conservación de la naturaleza (Parques Nacionales del Teide, Timanfaya, Caldera de Taburiente y Garajonay). Estas funciones se asignan, con efectos de 1 de enero de 2010, a la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial, mediante Decreto del Presidente 226/2009, de 3 de diciembre (BOC nº. 245, de 16.12.09). Posteriormente el Decreto 172/2009, de 29 de diciembre, publicado en el Boletín Oficial de Canarias nº 254, de 30 de diciembre, asigna, con carácter temporal, las funciones de gestión de los Parques Nacionales Canarios a la Viceconsejería de Ordenación Territorial.

El Parque Nacional de Garajonay tiene previsto la redacción de un Plan de Uso Público, inspirado en los objetivos y criterios establecidos en el vigente Plan Rector de Uso y Gestión (R.D. 1531/1986, de 30 de mayo) y que da cumplimiento a los siguientes objetivos generales del mencionado Plan: Objetivo VII: facilitar el disfrute público basado en los valores del Parque, Objetivo VIII: Integrar la gestión del Parque Nacional en el contexto general de la Isla y Objetivo IX: promover el desarrollo socioeconómico de las comunidades asentadas en la periferia del Parque.

Por ello, conocer la imagen que proyecta el Parque Nacional de Garajonay y cómo es valorado concretamente por sus visitantes, es una cuestión fundamental e imprescindible para orientar las directrices de gestión en el ámbito del uso público de los Parques Nacionales y de su proyección exterior.

En el marco de esta situación, se ha recabado información sobre determinados aspectos relacionados con la visita y el uso público con el fin de conocer adecuadamente cómo inciden en la calidad de la visita, de modo que fundamenten la toma de decisiones y la selección de alternativas de gestión.

Así, se ha realizado un estudio de opinión mediante la aplicación de un cuestionario a los visitantes del Parque, con objeto de analizar los servicios y equipamientos que en ellos se ofrecen y la calidad de la visita, tras obtener y sistematizar información precisa sobre los aspectos y parámetros cuantitativos y cualitativos necesarios para la elaboración de los diferentes Planes Especiales de Uso Público.

El diseño del muestreo realizado y el tamaño de la muestra alcanzado a la finalización del trabajo aseguran que los resultados obtenidos son significativos. Gracias a la realización del estudio y al análisis de los resultados, los gestores del Parque Nacional podrán conocer de manera más detallada las valoraciones de los visitantes, y sobre qué aspectos impulsar mejoras en relación con el uso público.

Todos los datos obtenidos tras el trabajo de campo han sido codificados y grabados en una base de datos elaborada para esta asistencia, lo que ha permitido realizar los análisis necesarios para evaluar la calidad de la visita.

El presente documento incluye un primer capítulo con la información referente al diseño y metodología empleados para la recopilación de encuestas en el trabajo de campo.

Además del capítulo de metodología y diseño de muestreo, en el que se detallan las características técnicas del estudio, el presente informe recoge y expone la información de resultados las conclusiones que pueden extraerse a raíz de los datos obtenidos en el estudio, además de aportar la información gráfica y en tablas, en tres capítulos diferentes:

- El primer capítulo tratará sobre los resultados obtenidos del análisis conjunto e integral de las 675 encuestas que se obtuvieron a la finalización del trabajo de campo.
- Un segundo capítulo expondrá, por una parte, los resultados de los ítems más relevantes obtenidos de la realización de encuestas durante un primer período estival (del 23 de agosto al 23 de septiembre); por otra, los resultados generados de la realización de las encuestas durante un período invernal (comprendido entre el 04 de noviembre y el 04 de diciembre); y además, una comparativa de resultados entre ambos períodos.
- El tercer capítulo contendrá un análisis obtenido a partir del cruce entre ciertos datos, lo que enriquecerá y fortalecerá la profundidad y aplicabilidad del estudio.

Junto a los capítulos señalados, se incluyen en el presente documento, a modo de anexo, las sugerencias, opiniones y observaciones que se han recopilado durante este trabajo y que se recogieran específicamente en el apartado "Observaciones" del cuestionario, y además se expondrá información de interés que pueda ayudar al planteamiento de otros trabajos y estudios estadísticos futuros, con el ánimo de profundizar en el análisis de condicionantes y externalidades que hayan podido influir en la realización del estudio.

MARCO METODOLÓGICO

Para la realización del presente estudio se ha procedido a la encuestación en distintos puntos de la isla de La Gomera, con especial atención a puntos estratégicos donde pudiera realizarse encuestas a visitantes del Parque Nacional de Garajonay.

El desarrollo del trabajo de campo se ha llevado a cabo durante aproximadamente tres meses, período en el que se realizaron un total de 675 encuestas. A partir de este trabajo se presenta en el presente documento un informe donde se exponen los resultados obtenidos del análisis del conjunto de las encuestas.

Además, y con el fin de estudiar y analizar la valoración de la calidad de la visita a partir de la opinión de los visitantes atendiendo a la temporalidad, se hizo una encuestación intensiva¹ distribuida en dos fases, intentando muestrear las dos épocas estacionales de verano e invierno: del 23 de agosto al 23 de septiembre de 2010 (verano) y del 04 de noviembre al 04 de diciembre de 2010 (invierno). Las encuestas realizadas en las dos primeras semanas de la primera fase sirvieron para corregir y ajustar los cuestionarios diseñados para el estudio, con objeto de ajustarlo mejor a los objetivos de información perseguidos. El cuestionario rediseñado fue puesto en aplicación en las semanas restantes de trabajo de campo.

En la siguiente ficha técnica se puede observar las características técnicas del estudio:

Universo	Visitantes del Parque Nacional de Garajonay desde el 23 de agosto hasta el 04 de diciembre de 2010.
Unidad informante	Persona mayor de 16 años visitante/turista en alguno de los puntos escogidos en el diseño.
Técnica de Investigación	Encuesta personal en puntos elegidos conforme al mayor uso público.
Diseño Muestral	En el diseño se previó realizar unas 400 encuestas aproximadamente.
Tamaño Muestral	La muestra final alcanzó un tamaño de 675 encuestas.

El cuestionario realizado para el estudio consta de una serie de preguntas que desarrollan grandes ítems:

- A. PERFIL DEL VISITANTE. Se exponen características básicas (edad, sexo, nivel de estudios y procedencia) que ayudan a configurar una tipología del visitante que desarrolla sus actividades en el ámbito de referencia del estudio.

¹ Del total de encuestas (675 encuestas), en el primer período (23 de agosto – 23 de septiembre) se realizaron 297 encuestas, y en el segundo período (04 de noviembre – 04 de diciembre) 323 encuestas. Entre ambos períodos se contabilizan 55 encuestas; hay que señalar que entre estos períodos, los trabajadores que conformaron el equipo encuestador disfrutaron de sus correspondientes vacaciones.

1. Sexo.
 2. Edad.
 3. Nacionalidad.
 4. Nivel de estudios.
- B. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA. Se muestran las motivaciones y medios de información que influyeron al visitante a la hora de elegir La Gomera como destino turístico.
1. Motivaciones para visitar la isla.
 2. Medios de información por los que ha tenido conocimiento de La Gomera y del Parque Nacional de Garajonay.
 3. En su decisión de visitar Garajonay, qué importancia tuvo que sea Parque Nacional//Patrimonio Universal (Unesco).
- C. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA. Se desarrolla fundamentalmente los días de permanencia en la Isla y actividades realizadas en el Parque Nacional, así como los medios de acceso.
1. Días de permanencia en la isla.
 2. Visita a alguna otra isla en Canarias.
 3. Organización del viaje.
 4. Medio de transporte para acceder al Parque Nacional.
 5. Preferencia para acceder al Parque en otro medio de transporte ecológicamente más eficiente.
 6. Tamaño del grupo.
 7. Duración de la estancia en el Parque.
 8. Días de visita al Parque Nacional durante estancia en la isla.
 9. Actividades realizadas en el Parque Nacional.
- D. VALORACIÓN GENERAL DEL PARQUE NACIONAL Y DE LA GOMERA. Se recoge la valoración de los visitantes por la calidad de servicios e instalaciones del Parque Nacional.
1. Valoración del estado de conservación en el interior del Parque Nacional.
 2. Valoración de los equipamientos y servicios con los que cuenta el Parque (señalización, aparcamientos,...).
 3. Valoración por parte de los visitantes de otros equipamientos y servicios como pueden ser las áreas recreativas y de descanso, etc.
 4. Valoración general de la visita del Parque y cumplimiento de las expectativas.
- E. INFLUENCIA EN EL ENTORNO. Se recoge una estimación de los gastos por persona y día durante la estancia en la Isla según la nacionalidad.
1. Pernoctación en alojamientos de la Isla.
 2. Consumo en restaurantes de los alrededores del Parque Nacional.
 3. Gastos por persona y día.

4. Distribución de gasto realizado en la Isla.
 5. Valoración de posible cobro por servicios del Parque Nacional.
- F. SENDERISMO. Se desarrolla un cuestionario propio para aquellos visitantes que practican senderismo.
1. Libros o folletos utilizados para organizar excursión.
 2. Conocimiento y/o uso de medios de información del Parque Nacional.
 3. Descripción de ruta.
 4. Intención de realizar otras excursiones a pie en el interior del Parque Nacional.
 5. Realización de rutas de senderismo fuera del Parque Nacional.
 6. Adecuación de la oferta de transporte público en la isla para la práctica de senderismo.
 7. Mejora de la oferta de transporte público.
 8. Valoración por los usuarios de transporte privado.
 9. Valoración de posible cobro por la realización de rutas en el Parque.
 10. Valoración de posible cobro por la realización de rutas en el Parque que incluyese el transporte público desde el enclave de pernatación.
- G. VALORACIÓN ASPECTOS GEOGRÁFICOS. A través de fotografías se recoge la valoración de distintos paisajes y aspectos geográficos de la isla.
- H. VALORACIÓN ASPECTOS SOCIO-CULTURALES. Se recoge la valoración de los encuestados respecto a diferentes aspectos socio-culturales de la isla que influyen en la valoración de las visitas.

Un modelo de este cuestionario se aneja en el anexo documental. Además, en este punto es importante reseñar que se realizó la traducción de este cuestionario al inglés y al alemán, para facilitar la labor del equipo encuestador.

Además, para conformar el equipo encuestador se contrató a dos personas con conocimientos amplios de español, inglés y alemán, con el fin de abarcar el mayor espectro idiomático posible, en consonancia con los idiomas hablados por los turistas que mayoritariamente visitan la isla y el Parque Nacional. También se tuvo en cuenta el conocimiento del territorio que poseían las personas contratadas para la conformación del equipo.

Así mismo, hay que señalar que debido a la gran extensión del cuestionario y con el fin de no aumentar excesivamente el consumo de papel y tinta, se diseñó y realizó una aplicación informática para realizar el cuestionario mediante dispositivos móviles.

El horario de trabajo varió dependiendo las fases de trabajo ya que se perseguía la adaptación del horario de encuesta al horario que normalmente muestran los senderistas: durante la primera fase de estudio (23 agosto-23

septiembre) el horario de encuestación se marcó de 11:00 a 18:00 horas; en la segunda fase (04 de noviembre a 04 de diciembre), el horario se marcó de 10:00 a 17:00 horas. En determinadas y puntuales ocasiones este horario varió para poder realizar encuestas a visitantes que salían de la isla a través de los puertos y aumentar así la variabilidad de encuestados.

Los lugares en los que se realizaron las encuestas y el número de encuestas realizadas en cada punto se señalan a continuación. Dentro del área del Parque Nacional² se realizaron 427 encuestas (63%), destacando como puntos de encuestación por número de entrevistas La Laguna Grande y Contadero. Fuera del Parque Nacional se realizaron 248 encuestas (37%), destacando por número las realizadas en Valle Gran Rey. Hay que destacar por su número también las realizadas en los caseríos próximos al Parque Nacional si son contabilizadas en conjunto (107 encuestas).

Lugares	Número de Encuestas
Alto de Garajonay	24
Contadero	119
Los Barranquillos	1
Cañadas de Jorge	11
Epina	8
Laguna Grande	149
Ermita de Lourdes	37
Las Mimbreras	6
Mirador los Roques	1
Pajarito	30
Roque de Agando	11
Mirador Igualero	1
Juego de Bolas	29
Total encuestas dentro de Parque Nacional	427

Lugares	Número de Encuestas
Arure	4
Chipude	9
El Cedro (Caserío)	14
El Cercado	52
Igualero	7
Las Hayas	21
Hermigua	2
Playa Santiago	2
San Sebastián	4
Valle Gran Rey	123
Valle Gran Rey (Curva del Queso)	8
Vallehermoso	2
Total encuestas fuera de Parque Nacional	248

² Para el conteo, se incluye el Centro de Visitantes "Juego de Bolas" dentro del Parque Nacional de Garajonay.

Finalmente, es de reseñar la alta predisposición del personal técnico del Parque Nacional de Garajonay en facilitar información que ayudara a la correcta realización del trabajo. Así se mantuvieron varias reuniones de coordinación entre el Parque Nacional y Aider la Gomera, sobre todo durante las primeras semanas, con el fin de ajustar el trabajo a realizar a través del seguimiento y modificación de los cuestionarios, horarios y lugares de encuestación. Huelga decir que estas reuniones resultaron trascendentales en el desarrollo del trabajo.

CAPITULO I
ANÁLISIS CONJUNTO
(675 ENCUESTADOS)

23 AGOSTO – 4 DICIEMBRE

INTRODUCCIÓN (ANÁLISIS CONJUNTO)

En el presente capítulo se exponen los resultados de las encuestas realizadas entre el **23 de agosto y el 4 de diciembre de 2010**, dentro del proyecto "Estudio de opinión sobre la calidad de la visita en el Parque Nacional de Garajonay" que AIDER La Gomera ha ejecutado para el Parque Nacional de Garajonay.

La muestra efectiva en la que se basa el siguiente trabajo es de **675 individuos**, que han sido encuestados en distintos puntos de la Isla.

Los resultados del trabajo que se presentan a continuación siguen una estructura similar a la de la encuesta trabajada, exponiéndolos a través de los siguientes ítems:

- **Perfil del visitante**, en el que se exponen características básicas (edad, sexo, nivel de estudios y procedencia) que ayudan a configurar una tipología del visitante que desarrolla sus actividades en el ámbito de referencia del estudio.
- **Organización previa de la visita**, en el que se muestran las motivaciones que influyeron al visitante a la hora de elegir La Gomera como destino turístico y los medios de información por los que los encuestados tuvieron conocimiento tanto de la Isla como del parque.
- **Características de la visita**, en el que se desarrolla fundamentalmente los días de permanencia en la Isla, organización del viaje por parte del visitante, medios de transporte utilizados, tamaño del grupo al que pertenece el visitante, tiempo de estancia en el Parque, actividades realizadas, etc.
- **Valoración del Parque Nacional**, donde se valoran el estado de conservación, equipamientos y servicios del Parque Nacional.
- **Influencia en el entorno**, en el que se exponen los gastos estimados por persona y día durante la estancia en la Isla según la nacionalidad, consumo en restaurantes de los alrededores del Parque, etc.
- **Senderismo**, en el cual se analizan los datos de encuestados que realizan senderismo, el material utilizado por los visitantes-senderistas para organizar su excursión, rutas seguidas por los senderistas tanto fuera como dentro del Parque, valoración de los senderos, etc.
- **Valoraciones finales**, donde se valoran los aspectos tanto geográficos como socio-culturales de la Isla.

ÍNDICE (ANÁLISIS CONJUNTO)

A. Perfil del visitante	13
1. Sexo	13
2. Edad	13
3. Procedencia	14
4. Nivel de Estudios	16
B. Organización previa de la visita	17
1. Valoración de motivaciones para visitar la Isla	17
2. Medios de información por los que ha tenido conocimiento de la Isla y del P.N.	22
3. Valoración del Parque por ser Parque Nacional y Patrimonio Mundial	23
C. Características de la visita	25
1. Días de permanencia en la isla	25
2. Islas de la CCAA de Canarias que ha visitado	26
3. Organización del viaje	27
4. Medio de transporte utilizado para llegar al P.N.	28
5. Uso de transporte ecológicamente más eficiente	29
6. Tamaño del grupo	29
7. Duración de la estancia en el P.N.	30
8. Días de visita al P.N.	31
9. Actividades realizadas en el P.N.	32
D. Valoración general del P.N. y de La Gomera	33
1. Valoración de la conservación de la naturaleza	33
2. Valoración de equipamientos y servicios	35
3. Valoración de otros equipamientos y servicios generales	41
4. Valoración de la visita	43

E. Influencia en el entorno	44
1. Pernoctación en alojamientos de la Isla	44
2. Consumo en restaurantes de los alrededores del P.N.	45
3. Gasto por persona y día en la Isla	46
4. Distribución del gasto diario en la Isla	47
5. Valoración del posible cobro de servicios prestados por el P.N.	49
F. Senderismo	50
1. Libros y folletos usados por senderistas	50
2. Medios de información del P.N. utilizados por senderistas	51
3. Organización de la ruta (Lugar de inicio y fin de la ruta, trayecto realizado, etc.)	52
4. Otras rutas a realizar	56
5. Rutas realizadas fuera del P.N.	57
6. Valoración del transporte público de la Isla	58
7. Valoración por los usuarios de transporte privado	59
8. Valoración del posible cobro de rutas con transporte público	59
9. Valoración de los senderos del P.N.	60
G. Valoraciones finales	61
1. Valoración de los aspectos geográficos de la Isla	61
2. Valoración de los aspectos socio-culturales de la Isla	62

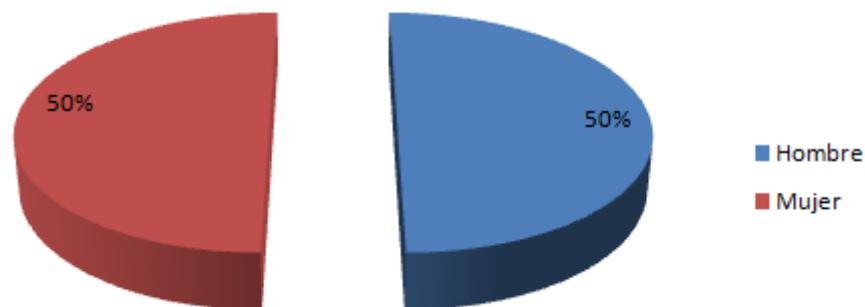
A. PERFIL DEL VISITANTE

Se exponen características básicas (sexo, edad, procedencia y nivel de estudios) que ayudan a configurar una tipología del visitante que desarrolla sus actividades en el ámbito de referencia del estudio.

A.1. Sexo

Sexo	Porcentaje
Hombre	50 %
Mujer	50 %

En la muestra realizada, no hay diferencia en el porcentaje de visitantes masculinos y femeninos (50-50).



A.2. Edad

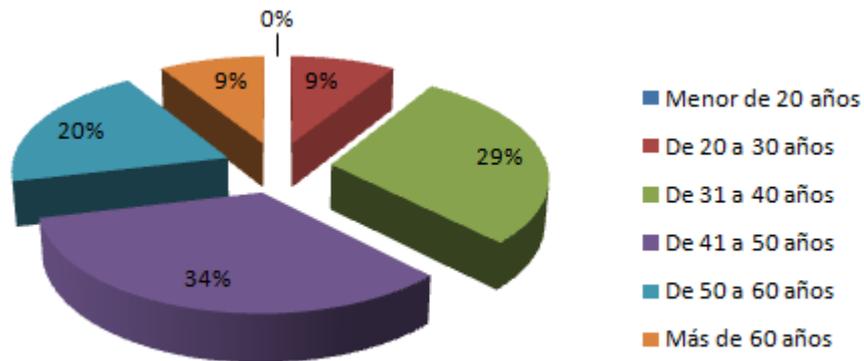
Edad	Porcentaje
Menor de 20 años	0 %
De 20 a 30 años	9 %
De 31 a 40 años	29 %
De 41 a 50 años	34 %
De 50 a 60 años	20 %
Más de 60 años	9 %

Se observa como la mayor parte de los visitantes que han participado en la encuesta se localiza en el intervalo de edad de 41 a 50 años (34%), seguido de cerca por los visitantes con las edades comprendidas entre los 31 y 40 años (29%).

También cabe destacar los visitantes con el rango de edad entre los 50 y 60 años con un 20%.

Tanto los visitantes de 20 a 30 años como los de más de 60 tienen el mismo porcentaje (9%).

Es de señalar que en el intervalo de menos de 20 años no se ha registrado ningún dato, debido a que en su totalidad han sido menores de edad acompañados de sus padres o tutores, a los que se ha preferido entrevistar.

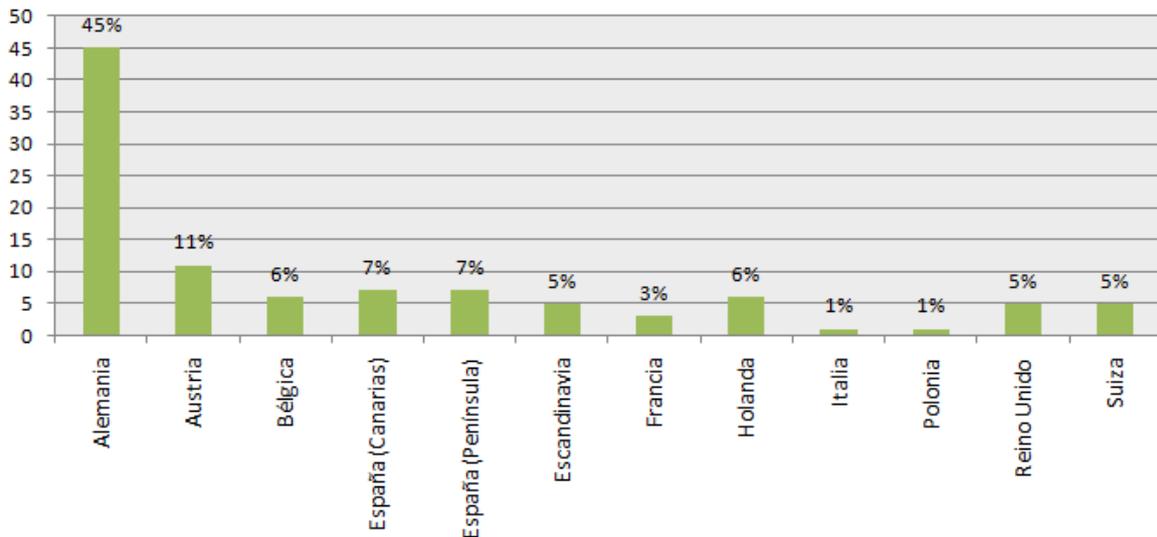


A.3. Procedencia

Procedencia	Porcentaje
Alemania	45 %
Austria	11 %
Bélgica	6 %
España (Canarias)	7 %
España (Península)	7 %
Escandinavia	5 %
Francia	3 %
Holanda	6 %
Italia	1 %
Polonia	1 %
Reino Unido	5 %
Suiza	5 %

La mayor parte de los visitantes proceden de Alemania (45%). Le sigue en importancia los visitantes Austriacos con un 11%. Cabe destacar también el turismo nacional con un 7% de visitantes procedentes de Canarias y con igual porcentaje los visitantes de la Península (7%), aunque hay que señalar que se observa que ambos porcentajes han disminuido considerablemente en el periodo de invierno. Así mismo se observa como Bélgica y Holanda comparten el mismo número de visitantes (6%), Escandinavia con un 5% (aumento de visitantes muy significativo en el periodo invernal al igual que Bélgica y Austria),

Reino Unido y Suiza también comparten el mismo número de visitantes (5%), Francia con un 3% y Polonia e Italia con tan sólo un 1% de visitantes. Portugal, resto de países de Europa, Europa del Este, América del Norte y del Sur, África, Asia y Oceanía no son contemplados por su escaso o nulo número de visitantes.



Si estos resultados se contrastan con los obtenidos para el Parque Nacional de Garajonay en el Estudio de calidad de la visita a los Parques Nacionales (Octubre 2008), se hacen patentes grandes diferencias, ya que en dicho estudio se señala que el turismo nacional alcanza para este Parque un 71,1% y el extranjero un 28,9%.

Si además se contrastan con los obtenidos para la Red de Parques Nacionales, el Parque Nacional del Teide y el Parque Nacional de Timanfaya en referencia a la procedencia, se puede observar que en relación con la nacionalidad de los visitantes, el promedio de la Red muestra una mayoría de españoles (61,1%), cuando en el presente estudio, el Parque Nacional de Garajonay muestra un porcentaje del 14%.

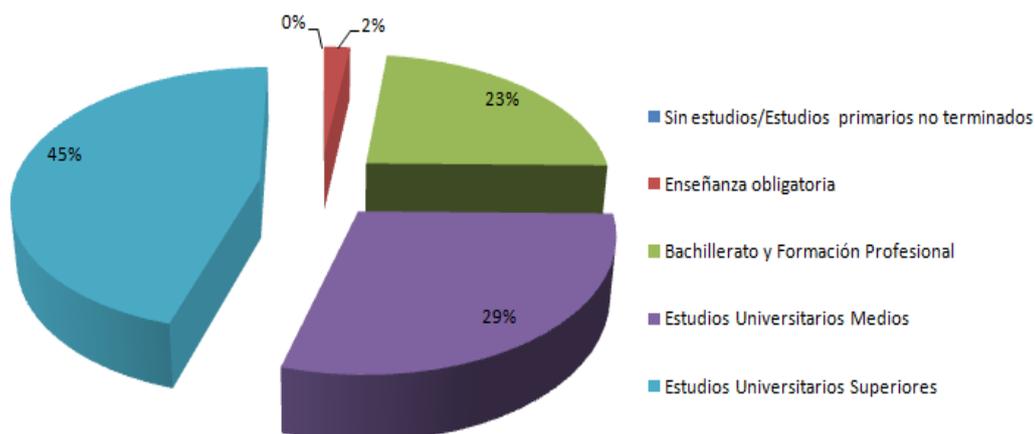
En contraste con el Parque Nacional del Teide, donde la procedencia mayoritaria es de Reino Unido y Alemania, en el Parque Nacional de Garajonay, además de Alemania, otras nacionalidades superan a los visitantes procedentes del Reino Unido, que sólo alcanza un 5% de los encuestados.

Parecidas conclusiones pueden extraerse si se comparan los resultados que se presentan con los resultados del Estudio de calidad de la visita a los Parques Nacionales (Octubre 2008) obtenidos para el Parque Nacional de Timanfaya, en los que se refleja que dos países acaparan una proporción elevada del total de turistas extranjeros (64,1%): más de un tercio son naturales del Reino Unido, y un porcentaje algo menor vienen desde Alemania.

A.4. Estudios

Estudios	Porcentaje
Sin estudios/Estudios primarios no terminados	0 %
Enseñanza obligatoria	2 %
Bachillerato y Formación Profesional	23 %
Estudios Universitarios Medios	29 %
Estudios Universitarios Superiores	45 %

Destaca el grupo de visitantes que disponen de Estudios Universitarios Superiores con un 45%, le sigue en número de visitantes con Estudios Universitarios Medios (29%) y con un 23% los que disponen de Bachillerato y Formación Profesional. Tan sólo un 2% de los encuestados han cursado únicamente la Enseñanza Obligatoria. Prácticamente ninguno de los encuestados pertenece al grupo de Sin estudios/Estudios primarios no terminados.



Si estos resultados se contrastan con los obtenidos para el Parque Nacional de Garajonay en el Estudio de calidad de la visita a los Parques Nacionales (Octubre 2008), se vuelven a detectar importantes diferencias, ya que en dicho estudio se señala que el turismo con formación académica superior (Estudios Universitarios Medios y Estudios Universitarios Superiores) alcanza para este Parque un 38,4%, y en el estudio presente esta formación alcanza un 74%.

En contraste con la Red de Parques Nacionales, se vuelve a observar considerables diferencias ya que se señala que un 43,1% de los encuestados son titulados universitarios.

Si además se contrastan los presentes datos con los obtenidos para el Parque Nacional del Teide, se observa que los estudios superiores alcanzan un 43,1%, mientras que para el Parque Nacional de Timanfaya se registra un porcentaje de 28,3%, ambos datos muy inferiores a los reflejados en el presente estudio.

B. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA

Se tratan los datos referentes a los motivos que impulsaron al encuestado a visitar la Isla así como los medios de información a través de los cuales tuvieron conocimiento tanto de la Isla como del Parque.

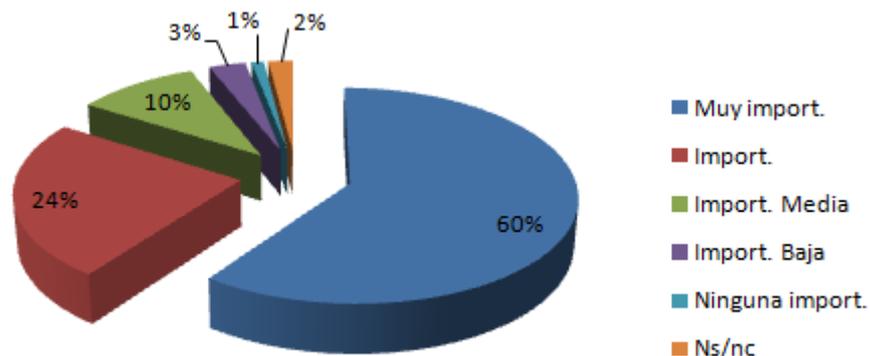
B.1 Motivaciones que influyeron en la decisión de los encuestados de visitar la Isla.

B.1.1 Importancia de disfrutar del buen tiempo.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	60
Import.	24
Import. Media	10
Import. Baja	3
Ninguna import.	1
Ns/nc	2

Un 60% de los encuestados considera muy importante las buenas condiciones climatológicas en su decisión de visitar La Gomera, un 24% sólo las considera importante.

Cabe destacar también que sólo un 3% de los encuestados consideran de baja importancia el disfrute del buen tiempo.

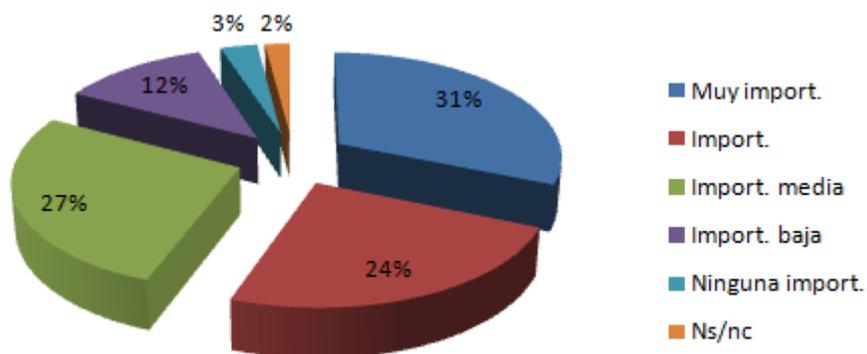


B.1.2 Importancia del sol y playa.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	31
Import.	24
Import. media	27
Import. baja	12
Ninguna import.	3
Ns/nc	2

Se advierte como un 31% de los encuestados considera muy importante el sol y la playa como motivación para la visita de la Isla, le sigue con un 27% los encuestados que lo considera de importancia media, también nombrar que un 24% de éstos lo considera importante.

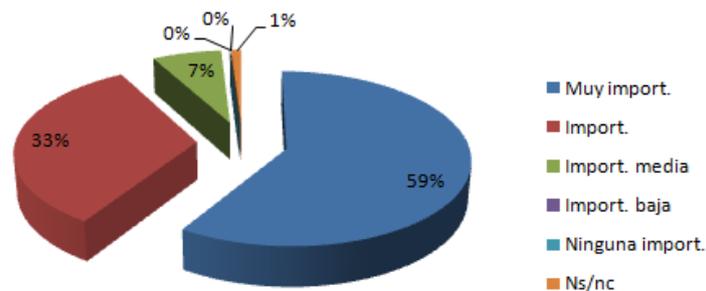
Cabe destacar que un 12% de los encuestados considera de importancia baja el sol y la playa como motivación de la visita y que un 3% no le da ninguna importancia.



B.1.3 Importancia de pasear y contemplar la naturaleza.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	59
Import.	33
Import. media	7
Import. baja	0
Ninguna import.	0
Ns/nc	1

Se aprecia como un 59% de los encuestados considera muy importante pasear y contemplar la naturaleza en la isla. También un 33% de los encuestados considera importante este aspecto como motivación de la visita. Por otro lado un 7% de éstos considera de importancia media el pasear y contemplar la naturaleza como motivación a la hora de visitar la Isla.

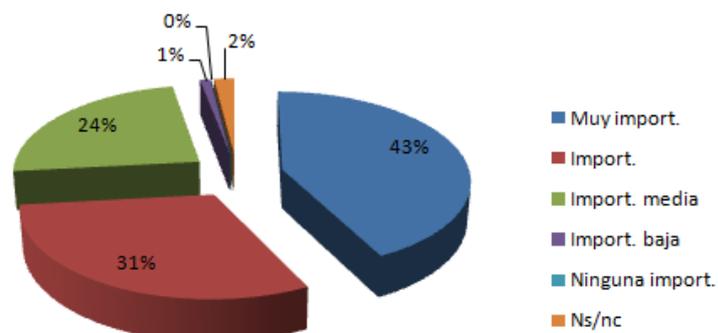


B.1.4 Interés en flora y fauna

Importancia	Porcentaje
Muy import.	43
Import.	31
Import. media	24
Import. baja	1
Ninguna import.	0
Ns/nc	2

Un 43% de los encuestados valora como muy importante la flora y fauna como motivación en su decisión para visitar la Isla, seguido de un 31% que lo considera importante.

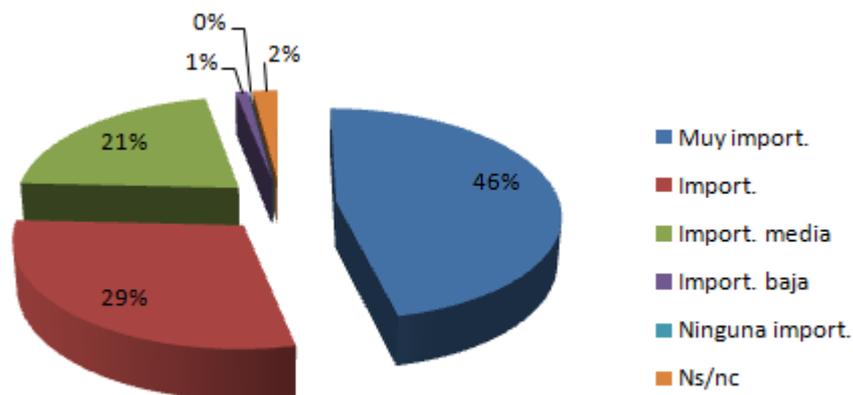
Se observa también como un 24% considera de importancia media este aspecto como motivación para visitar la Isla.



B.1.5 Visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	46
Import.	29
Import. media	21
Import. baja	1
Ninguna import.	0
Ns/nc	2

Un 46% de los encuestados considera muy importante visitar específicamente el Parque Nacional, un porcentaje menor, un 29%, lo considera importante frente a un 21% que lo considera de importancia media.

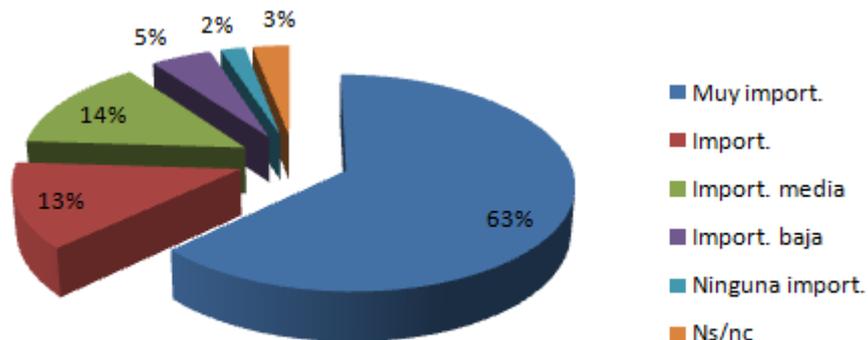


B.1.6 Realizar senderismo.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	63
Import.	13
Import. media	14
Import. baja	5
Ninguna import.	2
Ns/nc	3

La mayor parte de los encuestados (63%) considera muy importante realizar senderismo en la Isla, le sigue con un 14% los encuestados que lo considera de importancia media.

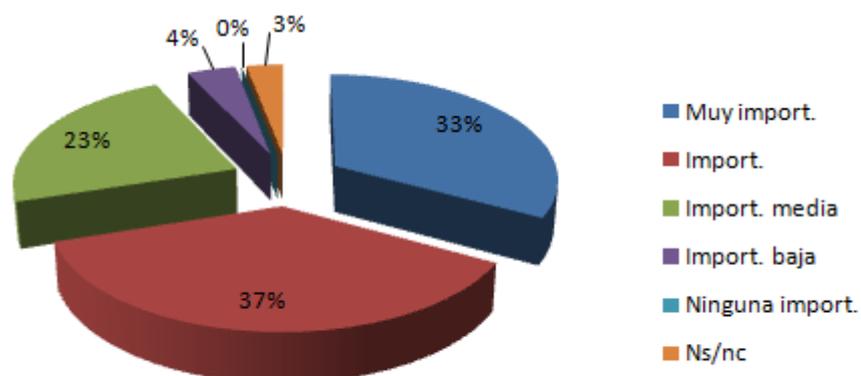
También cabe destacar que un 13% considera importante realizar esta actividad, finalmente un 5% lo considera de importancia baja y un 2% no lo considera importante.



B.1.7 Importancia de la Cultura Tradicional.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	33
Import.	37
Import. media	23
Import. baja	4
Ninguna import.	0
Ns/nc	3

Un 37% de los encuestados considera la cultura tradicional importante, un menor porcentaje (33%) lo considera muy importante seguido de un 23% que lo considera de importancia media. Destacar también que un 4% lo considera de importancia baja.



B.1.8 Otras motivaciones.

Otras motivaciones a la hora de visitar la Isla que los encuestados han señalado son: practicar ciclismo, visitar amigos o familiares, disfrutar de la tranquilidad de la Isla, meditar, etc.

B.2 Medios de información por los que el encuestado ha tenido conocimiento de La Gomera y del Parque Nacional Garajonay.

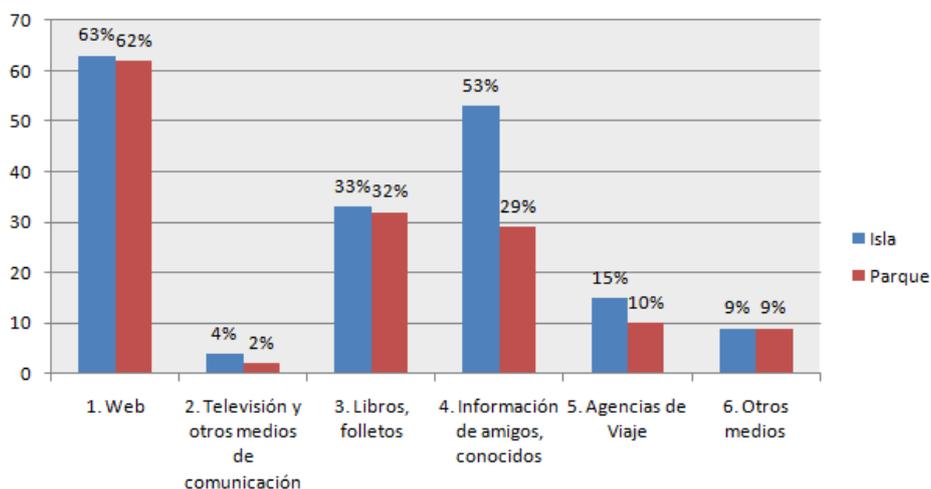
Medio	Porcentaje Isla	Porcentaje Parque
1. Web	63	62
2. Televisión y otros medios de comunicación	4	2
3. Libros, folletos	33	32
4. Información de amigos, conocidos	53	29
5. Agencias de Viaje	15	10
6. Otros medios	9	9

Destaca la Web como medio de información más utilizado con un 63% para la Isla y un 62% para el Parque Nacional.

La información aportada por amigos y conocidos acerca de la Isla supone un 53%, porcentaje muy por encima que el del Parque con un 29%.

Libros y folletos como medio de información de la Isla y Parque Nacional suponen un 33% y 32% respectivamente.

En otros medios los encuestados han señalado: cultura nacional, información de la recepción del hotel, no es la primera visita que han realizado a la Isla, etc.

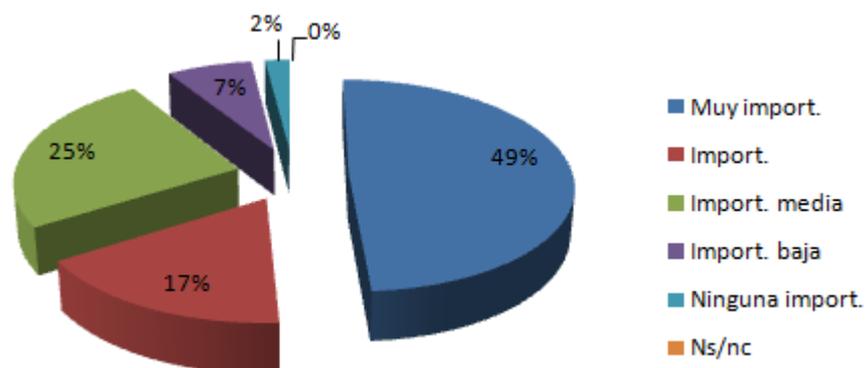


B.3 Qué importancia tuvo para el encuestado al visitar Garajonay que este fuera:

B.3.1 Parque Nacional.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	49
Import.	17
Import. media	25
Import. baja	7
Ninguna import.	2
Ns/nc	0

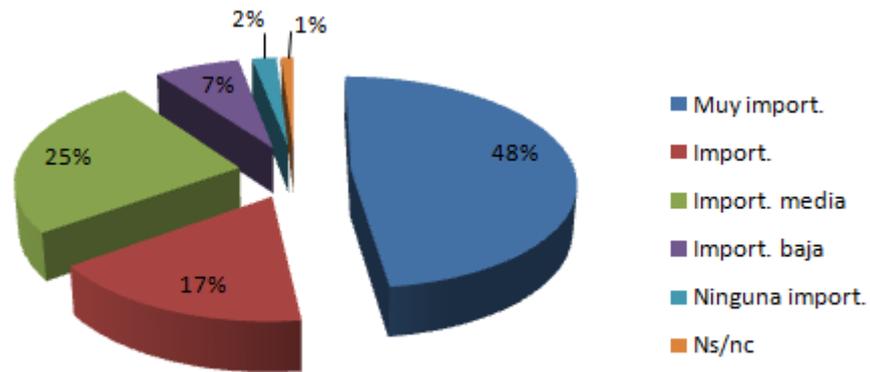
Un 49% de los encuestados considera esta categoría de área protegida muy importante, un 25% la considera de importancia media y un 17% la considera importante. Por otro lado un 7% considera de importancia baja y un 2% no da ninguna importancia que el Garajonay goce de esta distinción a la hora de visitar el Parque.



B.3.2 Patrimonio de la Humanidad.

Importancia	Porcentaje
Muy import.	48
Import.	17
Import. media	25
Import. baja	7
Ninguna import.	2
Ns/nc	1

Un 48% de los encuestados considera muy importante que el Garajonay sea Patrimonio de la Humanidad a la hora de visitar el Parque, seguido por un 25% que lo consideran de importancia media. También nombrar que un 17% lo considera importante, un 7% de importancia baja y un 2% de ninguna importancia.



La mayoría de encuestados no distingue entre ambas categorías, por ello los resultados son muy similares.

C. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

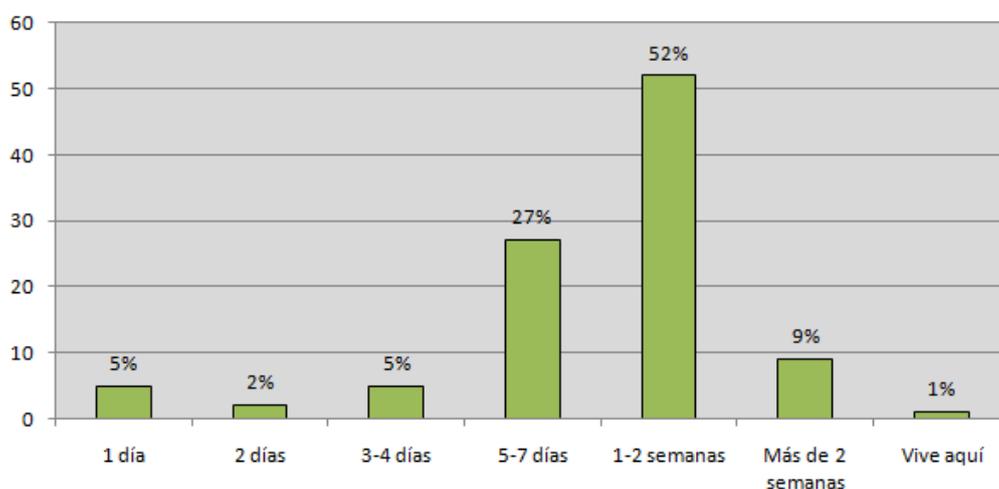
Aspectos referentes a la visita a la Isla y al Parque tales como días de estancia en la Isla, medios de transporte utilizados para acceder al Parque Nacional, tamaño del grupo al que pertenece, actividades realizadas en el Parque, etc.

C.1 Días de permanencia en la Isla.

Días	Porcentaje
1 día	5
2 días	2
3-4 días	5
5-7 días	27
1-2 semanas	52
Más de 2 semanas	9
Vive aquí	1

De las encuestas realizadas se obtiene que un 52% de los visitantes permanece en la isla de 1 a 2 semanas, seguido por el grupo de encuestados que permanece entre 5 y 7 días que representan un 27% del total.

Un 9% de los encuestados permanece en la Isla más de 2 semanas frente a un 5% que representan los visitantes de 1 día (excursiones provenientes de Tenerife), un mismo número de encuestados, un 5%, permanece en la isla de 3 a 4 días.

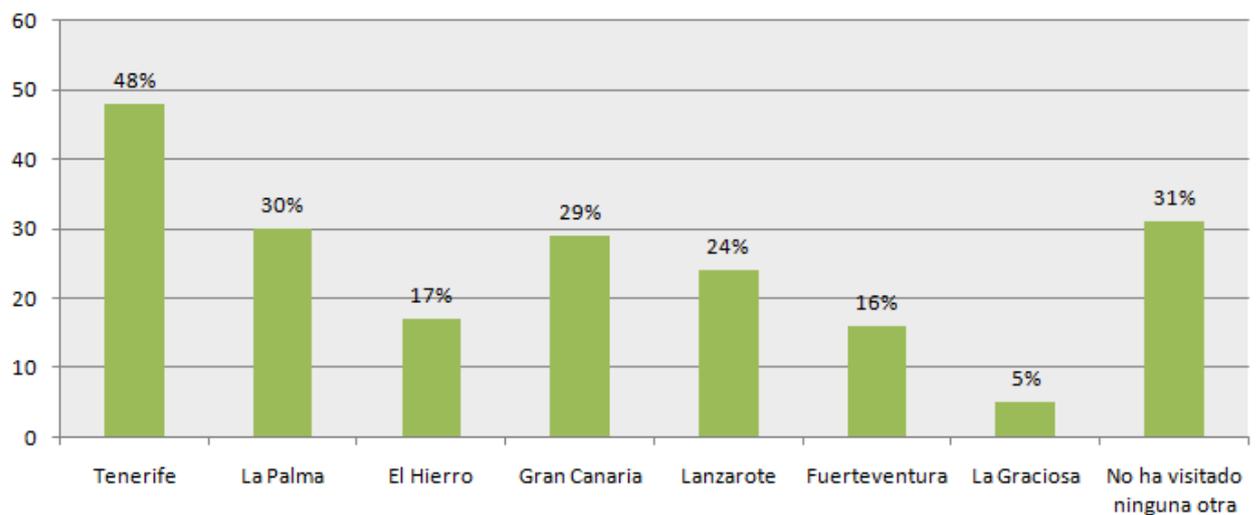


C.2 Islas de la CCAA de Canarias que ha visitado.

Isla	Porcentaje
Tenerife	48
La Palma	30
El Hierro	17
Gran Canaria	29
Lanzarote	24
Fuerteventura	16
La Graciosa	5
No ha visitado ninguna otra	31

Como se puede apreciar, un 48% de los encuestados ha visitado, además de la isla de La Gomera, la isla de Tenerife. La Palma con un 30%, Gran Canaria (29%) y Lanzarote con un 24% son también de las islas más visitadas por los encuestados. El Hierro con un 17%, Fuerteventura (16%) y La Graciosa con un 5% son de las islas menos visitadas.

Destacar que un 31% ha visitado únicamente la isla de La Gomera.



C.3 Organización del viaje.

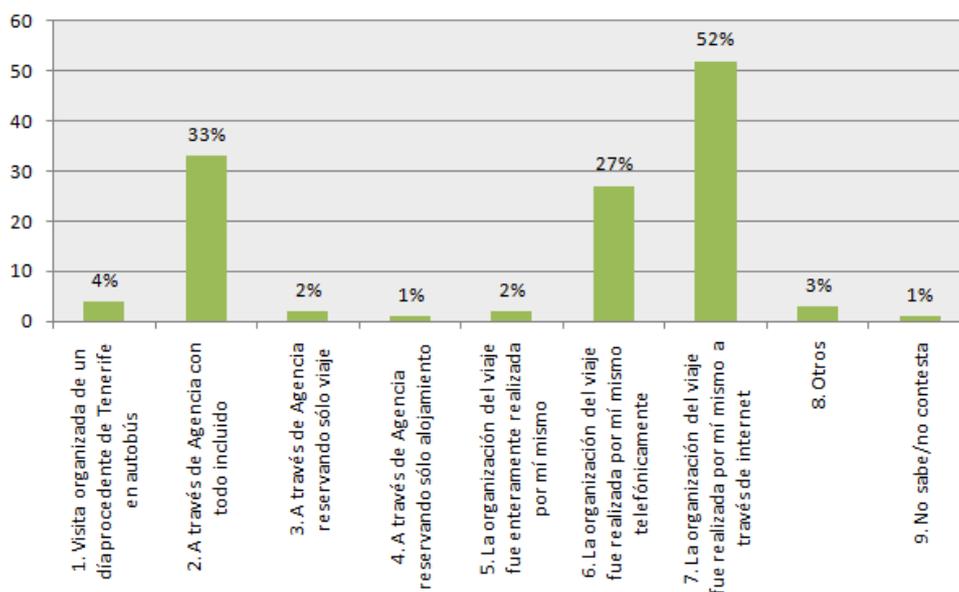
Organización	Porcentaje
1. Visita organizada de un día procedente de Tenerife en autobús	4
2. A través de Agencia con todo incluido	33
3. A través de Agencia reservando sólo viaje	2
4. A través de Agencia reservando sólo alojamiento	1
5. La organización del viaje fue enteramente realizada por mí mismo	2
6. La organización del viaje fue realizada por mí mismo telefónicamente	27
7. La organización del viaje fue realizada por mí mismo a través de internet	52
8. Otros	3
9. No sabe/no contesta	1

A la pregunta referente a cómo el encuestado ha organizado el viaje a la isla de La Gomera, un 52% ha respondido que éste lo ha organizado a través de internet y un 33% organizó el viaje a través de agencia con todo incluido.

Un 27% de los encuestados organizó su viaje telefónicamente (la gran mayoría de encuestados que usaron este medio también utilizaron internet para la organización del viaje).

Tan sólo un 4% de los encuestados realizaron su visita a la Isla a través de las visitas organizadas de un día proveniente de Tenerife.

Otras maneras de organizar el viaje (3%) fueron a través de Timah y mediante la recepción del hotel o apartamento donde el encuestado se alojó.



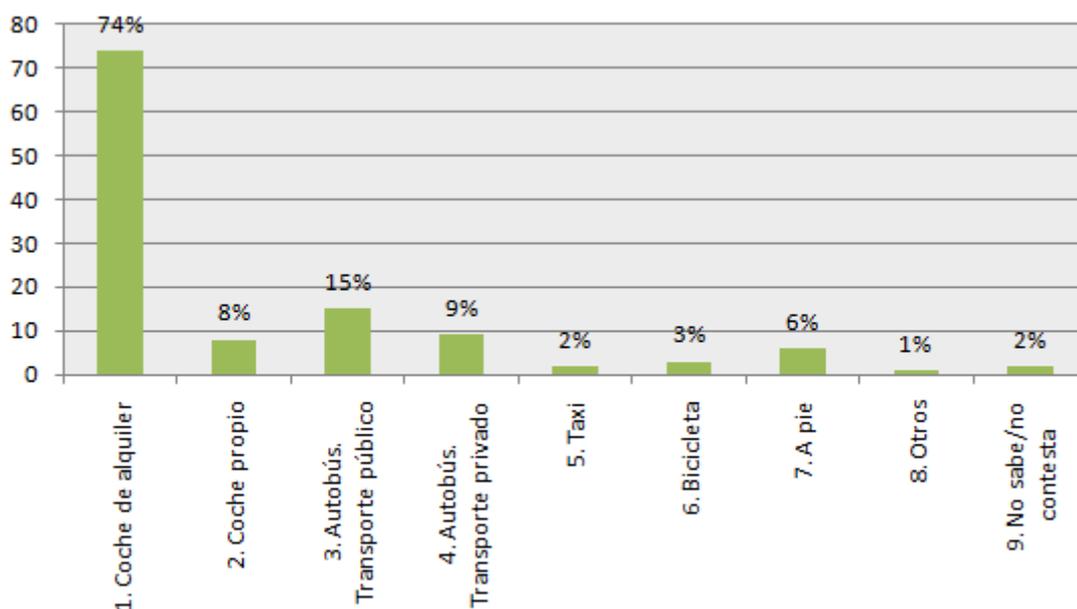
C.4 Medio de transporte utilizado para llegar al P.N.

Medio	Porcentaje
1. Coche de alquiler	74
2. Coche propio	8
3. Autobús. Transporte público	15
4. Autobús. Transporte privado	9
5. Taxi	2
6. Bicicleta	3
7. A pie	6
8. Otros	1
9. No sabe/no contesta	2

Un gran número de los encuestados (74%) utilizó como medio de transporte el coche de alquiler, un 15% utilizó el servicio público de autobuses, un 9% los autobuses privados, un 8% el coche propio, un 6% accedió a pie al Parque, un 3% en bicicleta y un 2% de los encuestados accedió en taxi.

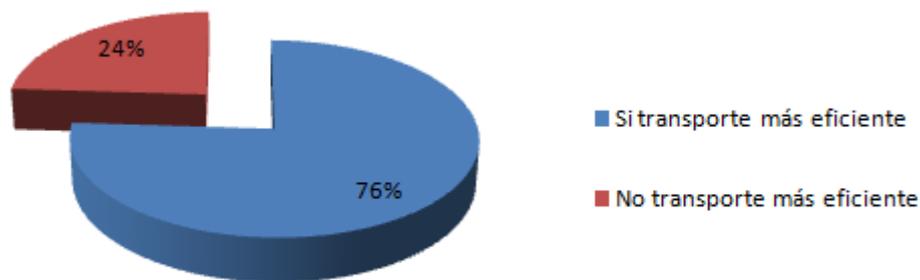
Los encuestados valoran como muy importante el uso del medio de transporte utilizado por ellos para acceder al Parque Nacional Garajonay.

Señalar que muchos de los encuestados fueron aconsejados antes de llegar a la Isla de que, al ser el servicio público de transportes deficiente, alquilaran un coche para desplazarse.



C.5 Uso de transporte ecológicamente más eficiente.

Transporte eficiente	Porcentaje
Hubiese preferido acceder al PN con un medio de transporte más eficiente	76
No hubiese preferido acceder al PN con un medio de transporte más eficiente	24



Un 76% de los encuestados preferiría acceder al Parque Nacional con un medio de transporte más eficiente frente a un 24% que no lo hubiera preferido.

Medio	Porcentaje
Compartir vehículo	50
Transporte público	82
Otro	13

De este 76% de los encuestados que hubiera preferido acceder al Parque en un medio de transporte más eficiente, un 82% señaló que hubiera utilizado el transporte público y un 50% habría compartido vehículo.

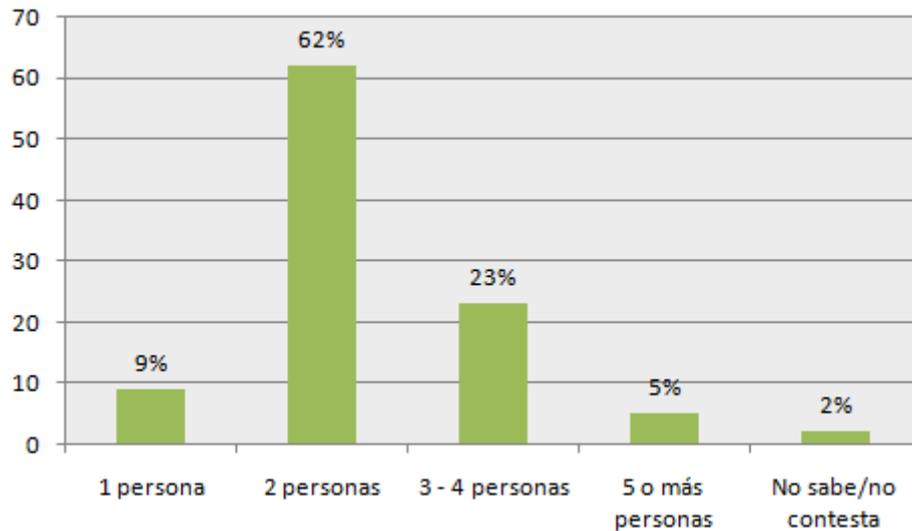
Un 13% indicó que hubiera utilizado otros medios de transporte tales como ir a pie, en bicicleta o en coche eléctrico.

C.6 Tamaño del grupo.

Grupo	Porcentaje
1 persona	9
2 personas	62
3 - 4 personas	23
5 o más personas	5
No sabe/no contesta	2

Se observa como un gran número de encuestados, un 62%, pertenecen a grupos de 2 personas, seguido de un 23% de los encuestados que forman parte de grupos de 3 a 4 personas.

Un 9% de los encuestados visitó en solitario el Parque mientras que un 5% formaba parte de un grupo de 5 o más personas.

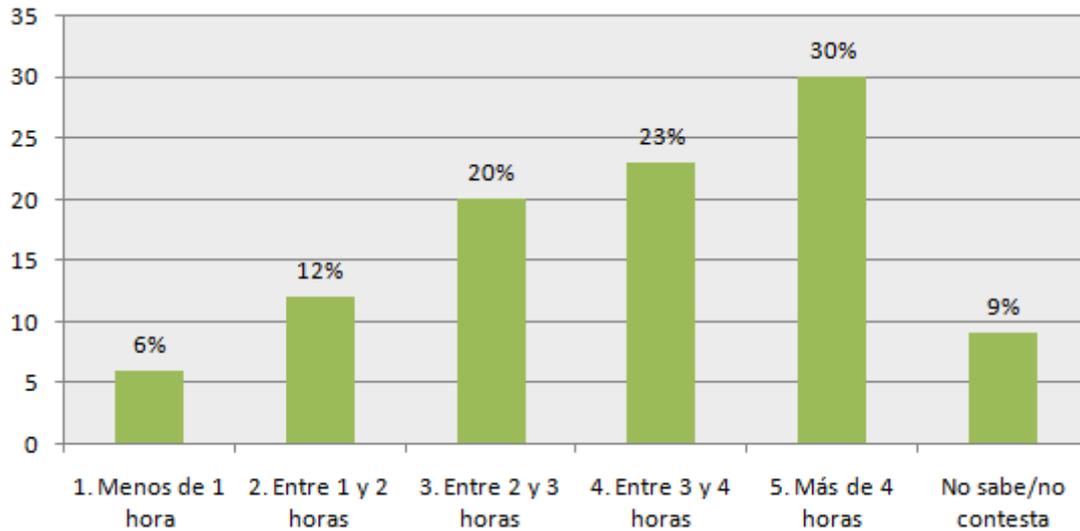


C.7 Duración de la estancia en el Parque Nacional.

Tiempo	Porcentaje
1. Menos de 1 hora	6
2. Entre 1 y 2 horas	12
3. Entre 2 y 3 horas	20
4. Entre 3 y 4 horas	23
5. Más de 4 horas	30
No sabe/no contesta	9

Se aprecia como un 30% de los encuestados permanece en el parque más de 4 horas, seguido de los encuestados que permanece en él entre 3 y 4 horas con un 23%.

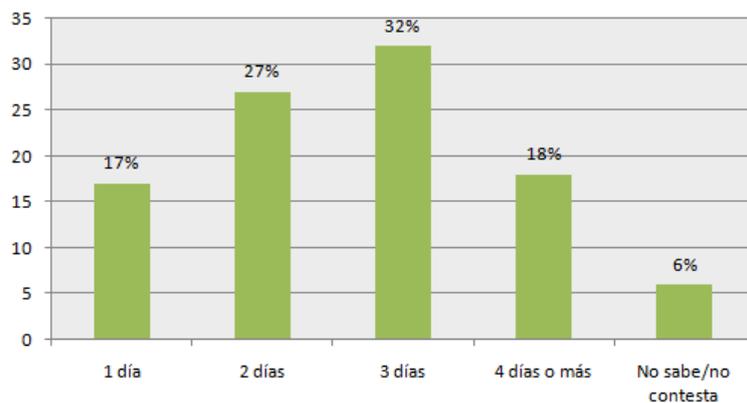
También se observa como un 20% permanece en el parque entre 2 y 3 horas, así como un 12% entre 1 y 2 horas y un escaso 6% que permanece en el parque menos de una hora.



C.8 Días de visita al Parque Nacional.

Días	Porcentaje
1 día	17
2 días	27
3 días	32
4 días o más	18
No sabe/no contesta	6

Se observa como un 32% de los encuestados visitó, durante su estancia en la Isla, el Parque Nacional 3 días, un menor número (27%) lo visitó 2 días. El porcentaje de los encuestados que visitó el Parque 4 días o más es de un 18%. Finalmente, un 17% lo visitó 1 día durante su estancia en La Gomera.

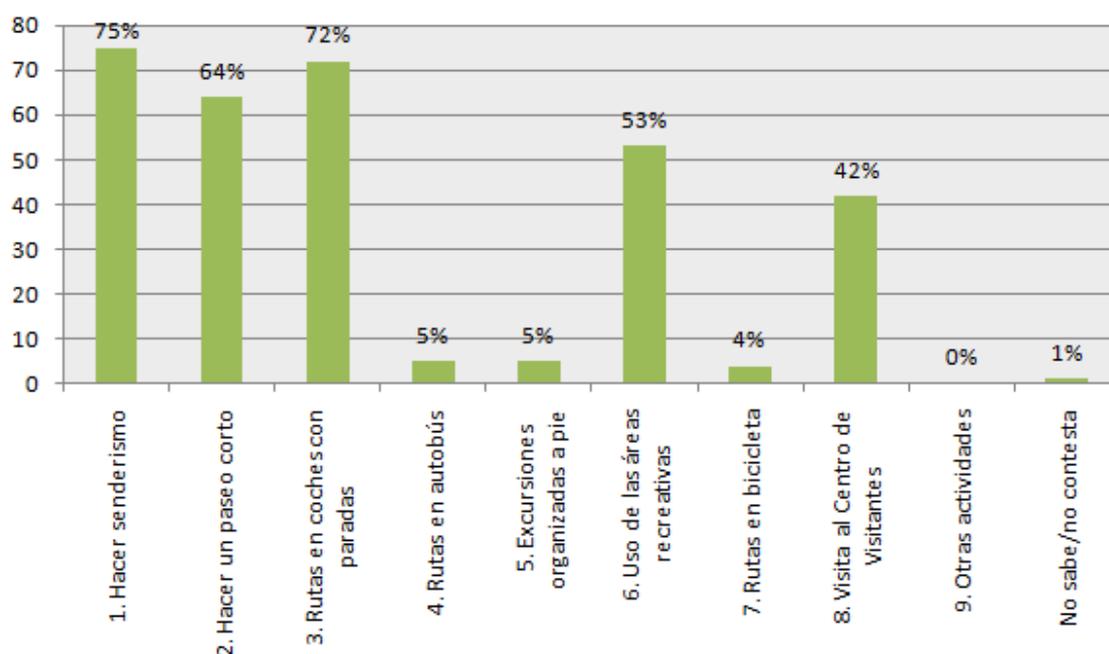


C.9 Actividades realizadas en el Parque Nacional.

Actividad	Porcentaje
1. Hacer senderismo	75
2. Hacer un paseo corto	64
3. Rutas en coches con paradas	72
4. Rutas en autobús	5
5. Excursiones organizadas a pie	5
6. Uso de las áreas recreativas	53
7. Rutas en bicicleta	4
8. Visita al Centro de Visitantes	42
9. Otras actividades	0
No sabe/no contesta	1

A la pregunta referente a las distintas actividades que el encuestado realizó en el Parque Nacional, un 75% realizó senderismo, un 72% rutas en coche con paradas, un 64% de los encuestados realizó un paseo corto, también se aprecia como un 53% hizo uso de las áreas recreativas y un 42% visitó el Centro de Visitantes del Parque.

También se observa en los datos recogidos que un 5% realizó rutas en autobús al igual que excursiones realizadas a pie, que también fueron realizadas por un 5% de los encuestados. Destacar que un 4% realizó rutas en bicicleta.



D. VALORACIÓN GENERAL DEL PARQUE NACIONAL Y DE LA GOMERA

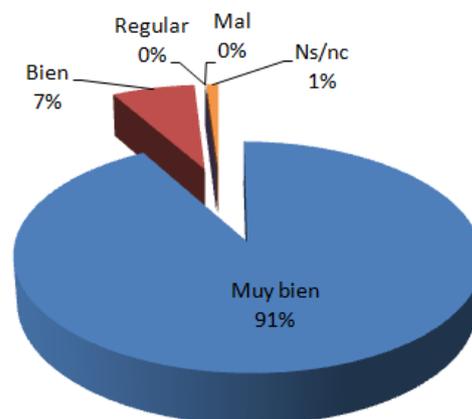
Se recogen las valoraciones, por parte de los encuestados, respecto a los aspectos de conservación de la naturaleza y estado de los equipamientos y servicios de los que dispone y ofrece el Parque Nacional.

D.1 Valoración de la conservación de la naturaleza.

Se valoran 4 aspectos referentes a la conservación de la naturaleza (estado de conservación de la naturaleza, ausencia de ruidos, visita no masificada, seguridad de la visita).

D1.1 Estado de conservación de la naturaleza

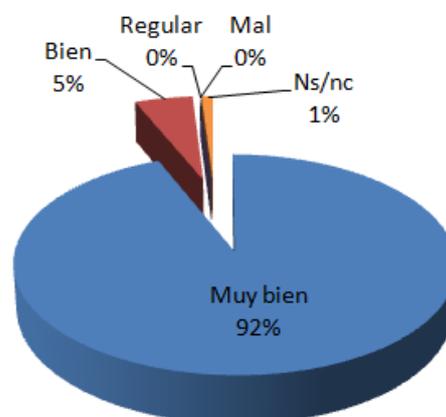
Valoración	Porcentaje
Muy bien	91
Bien	7
Regular	0
Mal	0
Ns/nc	1



Un 91% de los encuestados opina que la conservación del Parque Nacional Garajonay es muy buena y un escaso 7% opina que es buena.

D1.2 Ausencia de ruidos

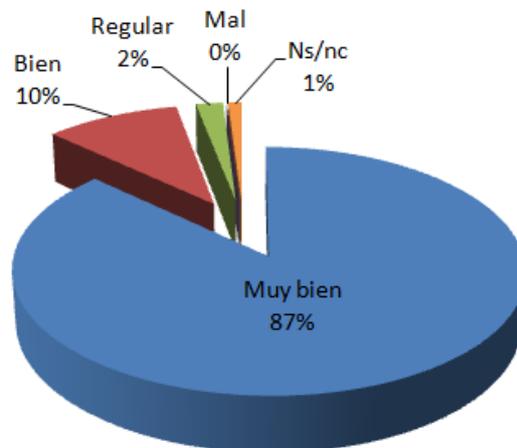
Valoración	Porcentaje
Muy bien	92
Bien	5
Regular	0
Mal	0
Ns/nc	1



Un gran número de encuestados, un 92%, valora muy positivamente la ausencia de ruidos mientras que un 5% opina que está bien.

D1.3 Visita no masificada

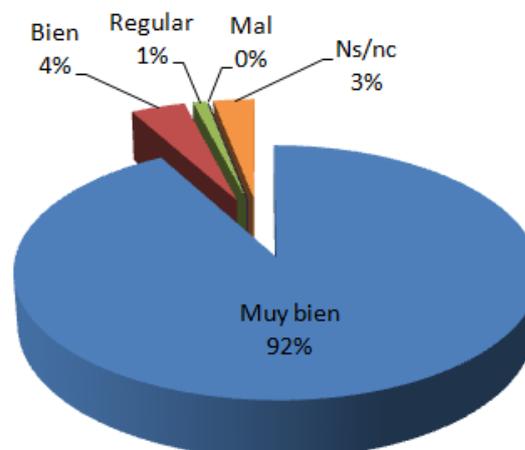
Valoración	Porcentaje
Muy bien	87
Bien	10
Regular	2
Mal	0
Ns/nc	1



Un 87% de los visitantes opina que el aspecto referente a la poca masificación de la que disfruta el Parque Nacional está muy bien, un 10% opina que bien y un 2% regular.

D1.4 Seguridad de la visita

Valoración	Porcentaje
Muy bien	92
Bien	4
Regular	1
Mal	0
Ns/nc	3



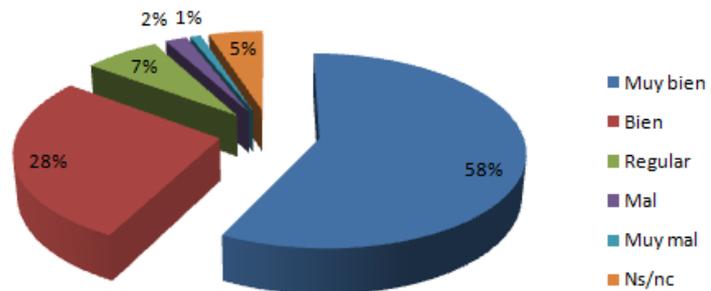
Se observa que un 92% de los encuestados admite que la seguridad de la visita está muy bien, un 4% opina que bien y un escaso 1% que la seguridad de la visita es regular.

D.2 Valoración de equipamientos y servicios.

En este apartado se valoran los equipamientos y servicios de los que dispone el Parque Nacional (señalización general, aparcamientos para vehículos, estado de los miradores, estado de los senderos, variedad de las rutas, interés de los contenidos del centro de visitantes, etc.)

D.2.1 Señalización general

Valoración	Porcentaje
Muy bien	58
Bien	28
Regular	7
Mal	2
Muy mal	1
Ns/nc	5

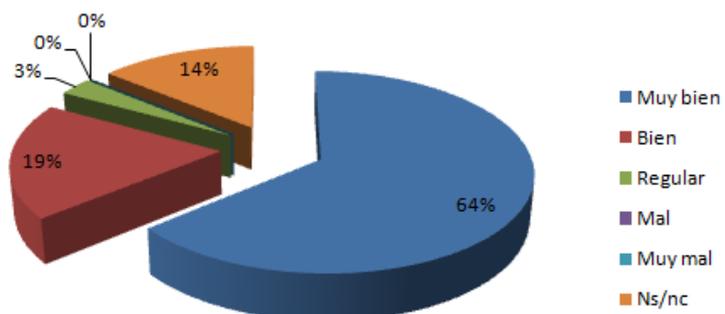


Un 58% de los encuestados valora como muy buena la señalización general del Parque; por el contrario, un 7% lo considera como mala y un 1% lo considera como muy mala.

Los encuestados se quejan de la poca visibilidad de la señalización (está oculta por la vegetación), de la ausencia de señalización y de que no haya pre-señalización en la carretera antes de llegar a la señalización del punto de interés.

D.2.2 Aparcamientos para vehículos

Valoración	Porcentaje
Muy bien	64
Bien	19
Regular	3
Mal	0
Muy mal	0
Ns/nc	14

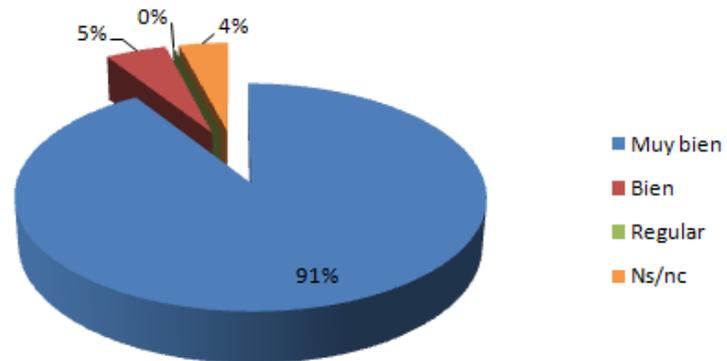


Se aprecia como un 64% de los encuestados valora muy bien los aparcamientos para vehículos de los que dispone el Parque Nacional y un 19% los valora como buenos.

Cabe destacar un 14% (Ns/nc) que corresponde en gran parte a encuestados que accedieron al Parque Nacional en transporte público.

D.2.3 Miradores. Calidad de las vistas

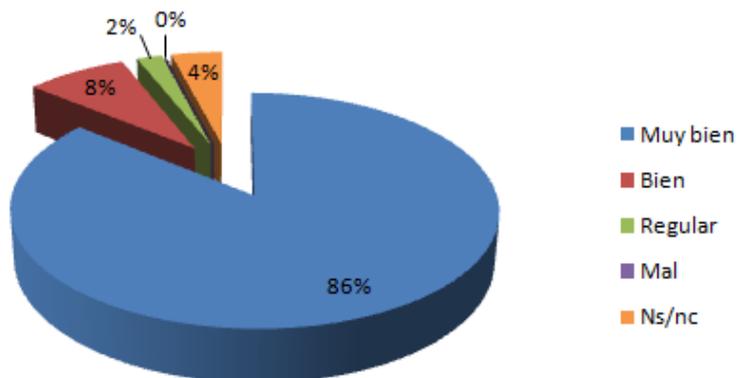
Valoración	Porcentaje
Muy bien	91
Bien	5
Regular	0
Ns/nc	4



Un gran número de encuestados, un 91%, valora muy positivamente la calidad de las vistas en los miradores.

D.2.4 Miradores. Estado de los Miradores

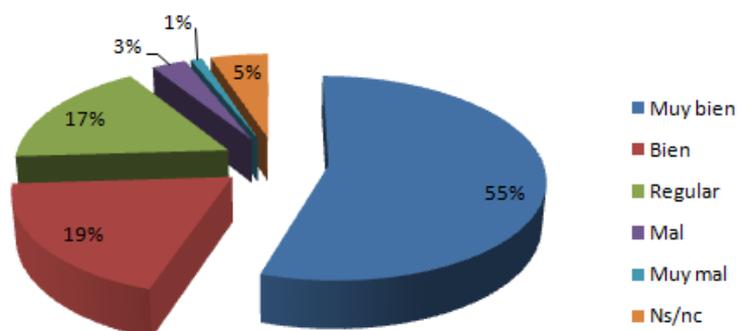
Valoración	Porcentaje
Muy bien	86
Bien	8
Regular	2
Mal	0
Ns/nc	4



Se observa como un 86% de los encuestados valora como muy bueno el estado de los miradores, un 8% lo valora como bueno y un 2% valora el estado como regular.

D.2.5 Miradores. Paneles interpretativos

Valoración	Porcentaje
Muy bien	55
Bien	19
Regular	17
Mal	3
Muy mal	1
Ns/nc	5



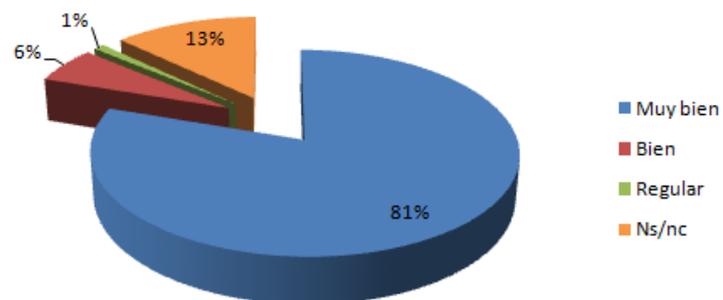
En este apartado se advierten mayores diferencias que con el resto de datos tratados de la valoración de equipamientos y servicios.

Un 55% valora muy bien los paneles interpretativos situados en los miradores, un 19% los valora como buenos, un 17% como regulares, un 3% los valora como malos y por último un 1% los valora como muy mal.

Algunas de las observaciones recogidas a los encuestados que valoraron negativamente los paneles interpretativos son: deterioro de algunos paneles interpretativos y la ausencia del alemán en éstos.

D.2.6 Senderos y rutas. Interés de los parajes

Valoración	Porcentaje
Muy bien	81
Bien	6
Regular	1
Ns/nc *	13

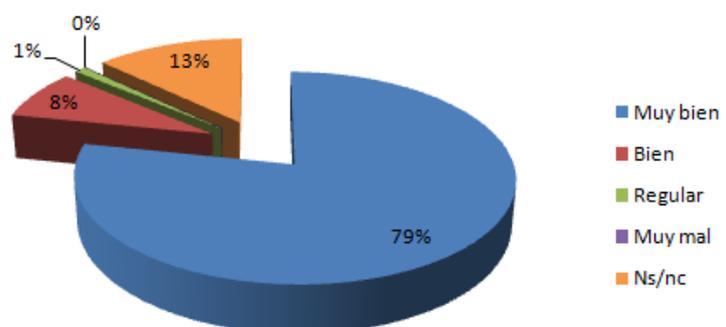


Se observa como un 81% de los encuestados valoran muy positivamente los parajes de los que disfruta el Parque Nacional frente a un 6% que los considera como buenos y un 1% como regulares.

* Corresponde con los encuestados no senderistas (14%).

D.2.7 Senderos y rutas. Estado de los senderos

Valoración	Porcentaje
Muy bien	79
Bien	8
Regular	1
Muy mal	0
Ns/nc *	13

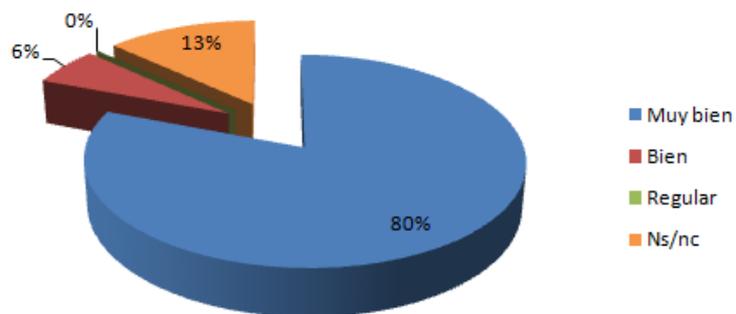


El estado de los senderos es valorado como muy bueno por un 79% de los encuestados, un 8% lo valora como bueno y un 1% como regular.

* Corresponde con los encuestados no senderistas (14%).

D.2.8 Senderos y rutas. Variedad de las rutas

Valoración	Porcentaje
Muy bien	80
Bien	6
Regular	0
Ns/nc *	13

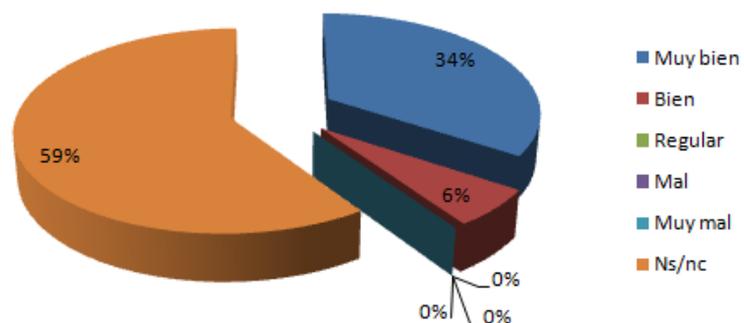


Un 80% de los encuestados valora como muy buena la variedad de las rutas del Parque Nacional y un 6% la valora como buena.

* Corresponde con los encuestados no senderistas (14%).

D.2.9 Centro de Visitantes. Interés de los contenidos

Valoración	Porcentaje
Muy bien	34
Bien	6
Regular	0
Mal	0
Muy mal	0
Ns/nc *	59

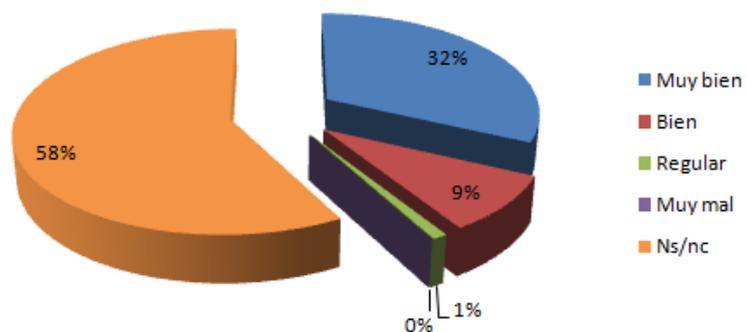


Se advierte como un 34% de los encuestados valora muy bien el interés de los contenidos en el Centro de Visitantes menor porcentaje, un escaso 6%, considera el interés de los contenidos como bueno.

* Corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.2.10 Centro de Visitantes. Calidad de las explicaciones

Valoración	Porcentaje
Muy bien	32
Bien	9
Regular	1
Muy mal	0
Ns/nc *	58

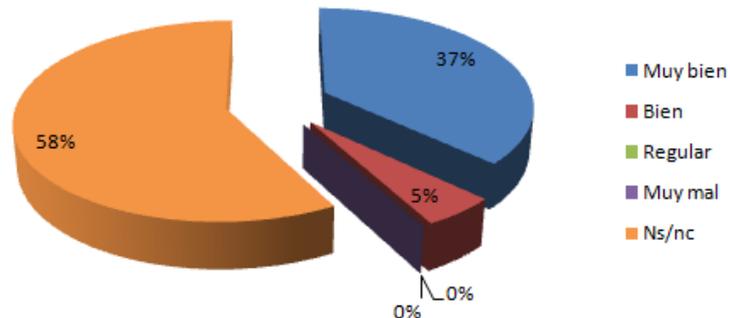


Un 32% de los visitantes valora muy positivamente la calidad de las explicaciones mientras que un 9% las valora como buenas y un escaso 1% como regulares.

* Corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.2.11 Centro de Visitantes. Estado de las instalaciones

Valoración	Porcentaje
Muy bien	37
Bien	5
Regular	0
Muy mal	0
Ns/nc *	58

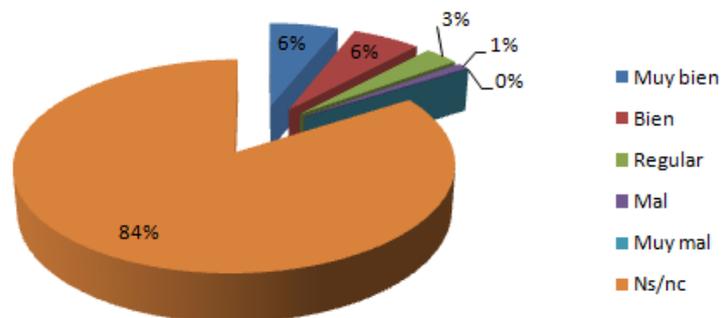


Se observa que un 37% de los encuestados valora como muy bueno el estado de las instalaciones y un 5% valora como bueno el estado de éstas.

* Corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.2.12 Centro de Visitantes. Accesibilidad para discapacitados

Valoración	Porcentaje
Muy bien	6
Bien	6
Regular	3
Mal	1
Muy mal	0
Ns/nc *	84



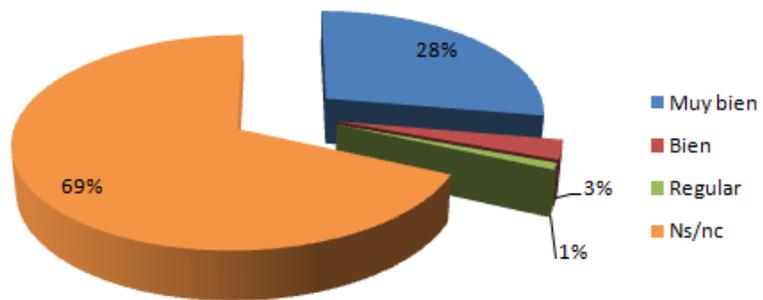
La accesibilidad para discapacitados del Centro de Visitantes es valorada como muy buena por un 6% al igual que es valorada como buena por otro 6%.

Por otro lado un 3% valora la accesibilidad del Centro como regular y un 1% la valora como mala.

* Parte de este porcentaje corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.2.13 Centro de Visitantes. Oferta audiovisual

Valoración	Porcentaje
Muy bien	28
Bien	3
Regular	1
Ns/nc *	69

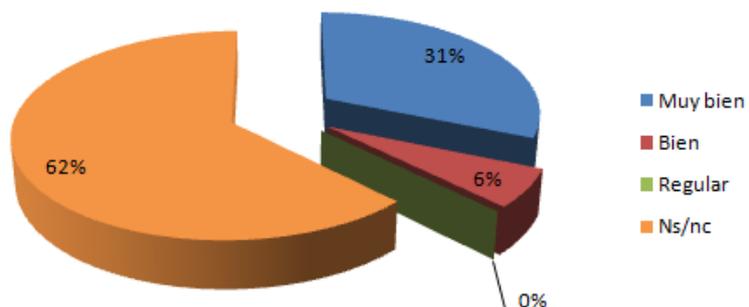


Un 28% de los encuestados valora como muy buena la oferta audiovisual del Centro de Visitantes, mientras que un 3% la considera buena y un 1% considera a ésta regular.

* Parte de este porcentaje corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.2.14 Atención/información personalizada

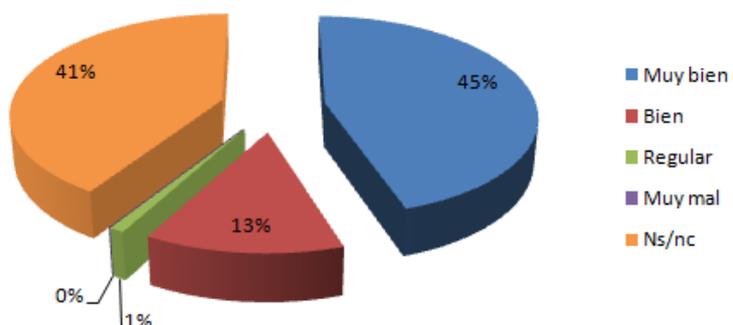
Valoración	Porcentaje
Muy bien	31
Bien	6
Regular	0
Ns/nc	62



Se observa como un 31% valora muy positivamente la atención e información que presta el Parque Nacional y un 6% considera ésta como buena.

D.2.15 Material de información del Parque (folletos, guías)

Valoración	Porcentaje
Muy bien	45
Bien	13
Regular	1
Muy mal	0
Ns/nc	41



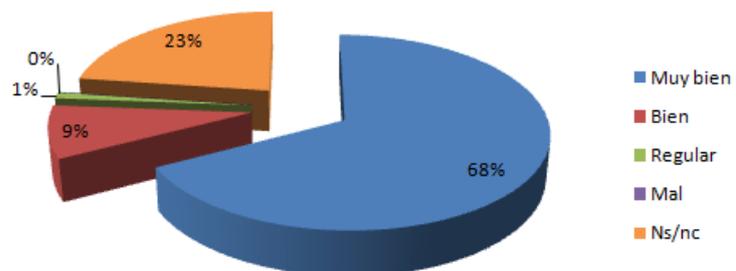
Un 45% de los visitantes valora como muy bueno el material de información del Parque Nacional, un menor número de encuestados (13%) lo considera bueno y tan sólo un 1% lo considera regular.

D.3 Valoración de otros equipamientos y servicios generales.

En este apartado se valoran otros equipamientos y servicios de los que el Parque Nacional dispone tales como: áreas recreativas, restaurante de La Laguna Grande, etc.

D.3.1 Áreas recreativas y de descanso

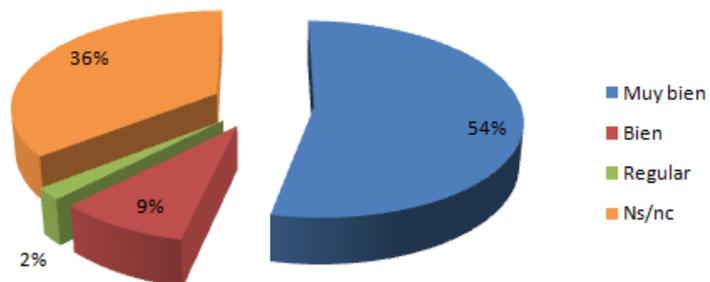
Valoración	Porcentaje
Muy bien	68
Bien	9
Regular	1
Mal	0
Ns/nc	23



Un 68% de los encuestados considera muy buenas las áreas recreativas y de descanso, también un 9% valora estas áreas positivamente.

D.3.2 Restaurante y cafetería de La Laguna Grande

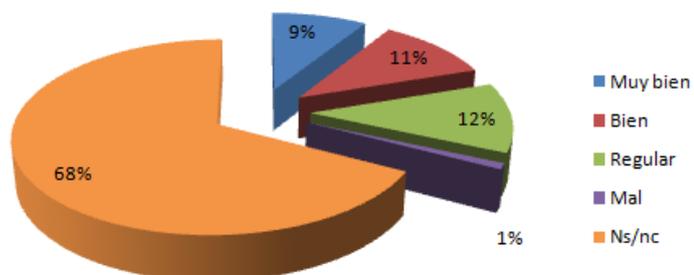
Valoración	Porcentaje
Muy bien	54
Bien	9
Regular	2
Ns/nc	36



Se observa como un 54% valora muy bien el restaurante y cafetería de La Laguna Grande mientras que un 9% lo valora como bueno y un 2% lo considera regular.

D.3.3 Venta de productos locales y recuerdos en el Centro de Visitantes

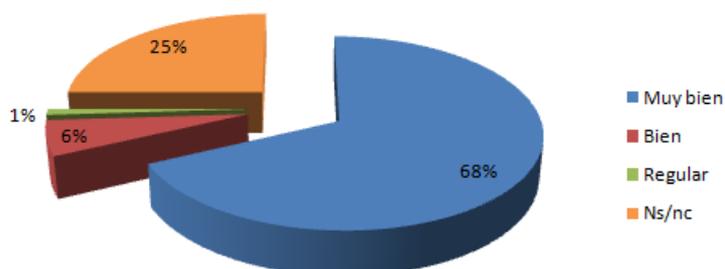
Valoración	Porcentaje
Muy bien	9
Bien	11
Regular	12
Mal	1
Ns/nc	68



Se aprecia que un 12% considera "regular" la venta de productos locales y recuerdos en el Centro de Visitantes, un 11% considera esta actividad como buena, un 9% la considera como muy buena y por el contrario un 1% la considera mala.

D.3.4 Limpieza y mantenimiento de las instalaciones

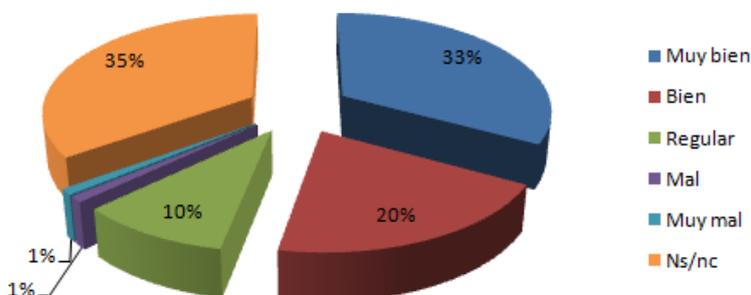
Valoración	Porcentaje
Muy bien	68
Bien	6
Regular	1
Ns/nc	25



Un 68% de los encuestados considera muy buena la limpieza y mantenimiento de las instalaciones del Parque mientras que un 6% las considera buenas y tan sólo un 1% considera la limpieza y mantenimiento de las instalaciones regular.

D.3.5 Servicios higiénicos en La Laguna Grande

Valoración	Porcentaje
Muy bien	33
Bien	20
Regular	10
Mal	1
Muy mal	1
Ns/nc	35

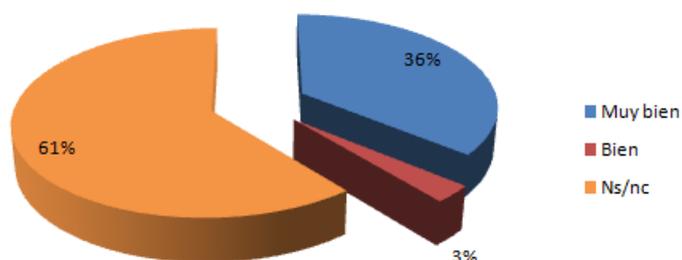


Se aprecia como un 33% de los encuestados considera muy bien los servicios higiénicos en La Laguna Grande y un 20% los considera buenos. También un 10% los considera como regular.

Por otro lado se observa que un 1% considera este aspecto malo y otro 1% como muy malo (los encuestados argumentan que tras el paso de los grupos de visitantes de excursiones organizadas los aseos carecen de higiene).

D.3.6 Servicios higiénicos en el Centro de Visitantes

Valoración	Porcentaje
Muy bien	36
Bien	3
Ns/nc *	61

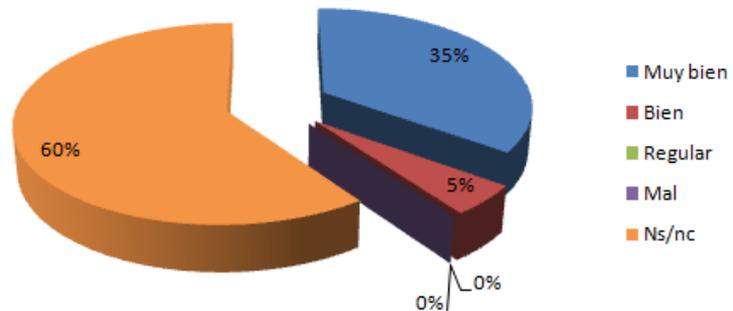


Un gran número de encuestados (36%) considera muy buenos los servicios higiénicos del Centro de Visitantes frente a un 3% que solamente lo considera bueno.

* Parte de este porcentaje corresponde con los encuestados que no accedieron al Centro de Visitantes (58%).

D.3.7 Servicio de guía. Empresa

Valoración	Porcentaje
Muy bien	35
Bien	5
Regular	0
Mal	0
Ns/nc	60

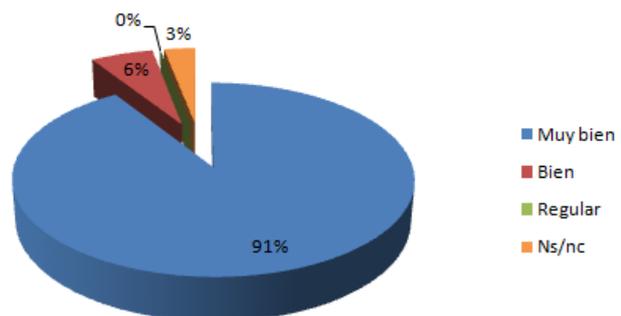


Se advierte como un 35% de los visitantes considera muy bueno el servicio de guía mientras que un 5% lo considera solamente bueno.

D.4 Valoración de la visita.

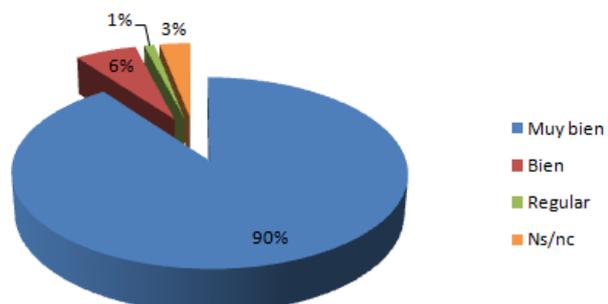
D.4.1 Valoración general de la visita del Parque

Valoración	Porcentaje
Muy bien	91
Bien	6
Regular	0
Ns/nc	3



D.4.2 Cumplimiento de las expectativas

Valoración	Porcentaje
Muy bien	90
Bien	6
Regular	1
Ns/nc	3

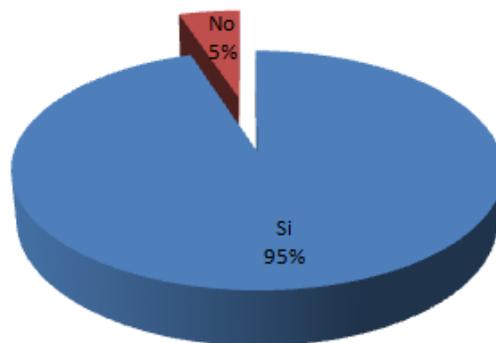


Se observa como tanto la valoración general de la visita al Parque Nacional como el cumplimiento de las expectativas de los encuestados es, a la vista de los resultados obtenidos, muy satisfactoria.

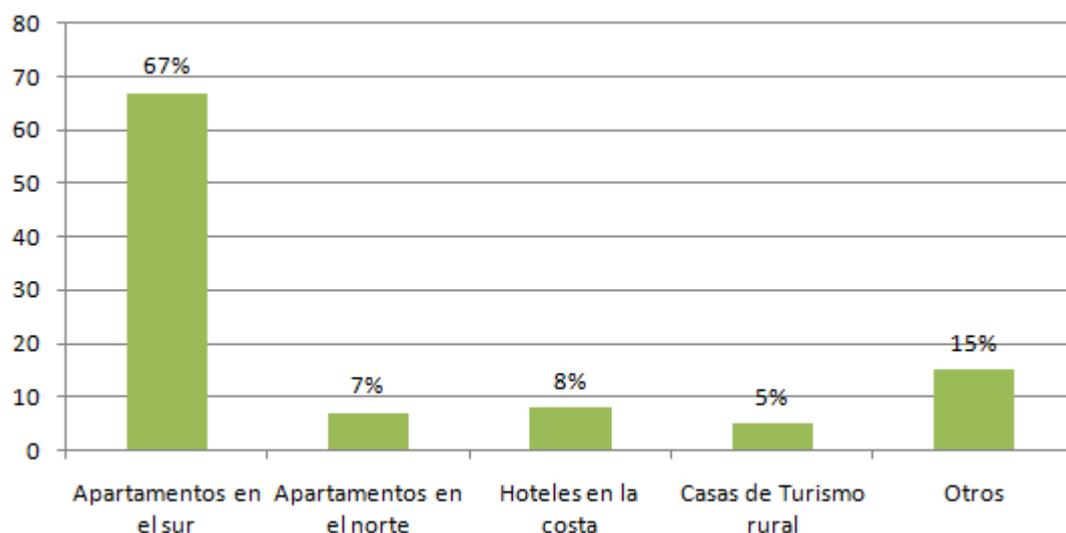
E. INFLUENCIA EN EL ENTORNO

Se recogen aspectos tales como alojamientos de la Isla en los que han pernoctado los encuestados, consumo en restaurantes, gasto por persona y día, etc.

E.1 Pernoctación en alojamientos de la Isla.



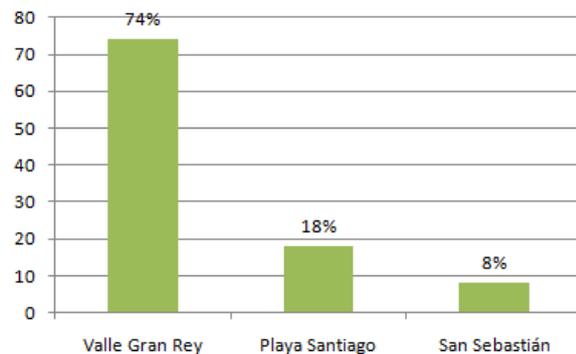
Un 95% de los encuestados pernoctó durante su visita en alojamientos de la Isla, este porcentaje de encuestados pernoctaron en los alojamientos que se muestran en la siguiente gráfica.



A raíz de los datos obtenidos, se observa que del 95% de los encuestados que pernoctaron en alojamientos de la Isla, un 67% de éstos se alojaron en apartamentos del sur, frente a un 7% en alojamientos del norte de la Isla.

Otros alojamientos (15%) corresponden a: hoteles o casas rurales en Hermigua, Agulo, Vallehermoso y camping del Cedro.

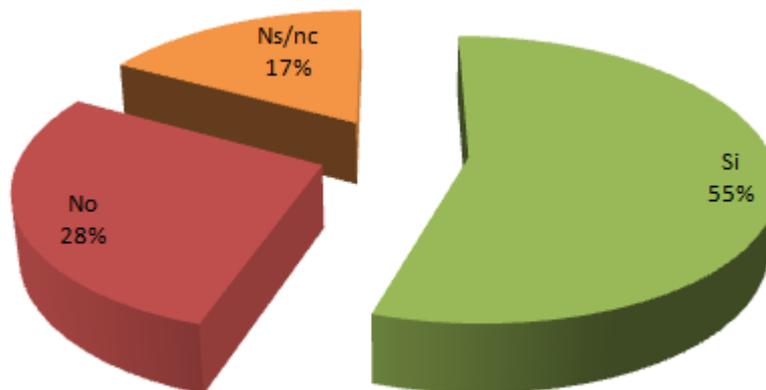
Apartamentos en el sur	Porcentaje
Valle Gran Rey	74
Playa Santiago	18
San Sebastián	8



Del 67% de encuestados que pernoctan en apartamentos del sur de la Isla, donde más pernoctan es en Valle Gran Rey con un 74%, Playa Santiago con un 18% y finalmente San Sebastián con un 8%.

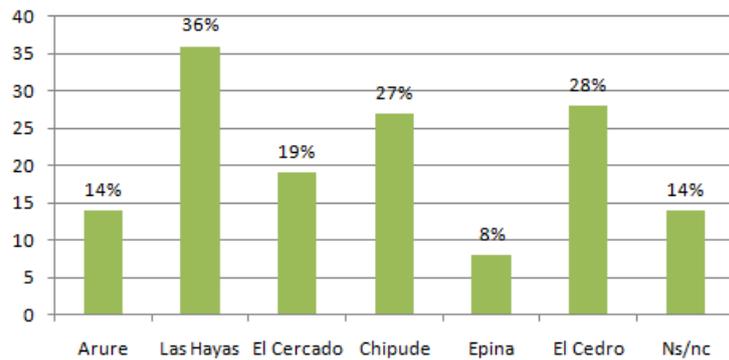
E.2 Consumo en restaurantes de los alrededores del Parque.

En la siguiente gráfica se observa como un 55% de los visitantes consume en restaurantes de los alrededores del Parque Nacional frente a un 28% que no consume en éstos.



El porcentaje de encuestados que consume en los distintos restaurantes de los alrededores del Parque (55%) se distribuye según la siguiente tabla:

Consumo en	Porcentaje
Arure	14
Las Hayas	36
El Cercado	19
Chipude	27
Epina	8
El Cedro	28
Ns/nc	14



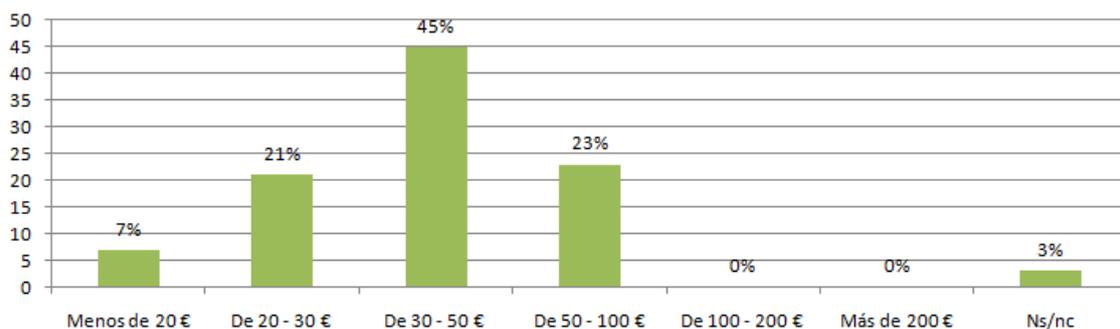
Un mayor número de los encuestados que consume en los restaurantes de los alrededores del Parque lo hace en Las Hayas (36%), seguido por El Cedro (28%), Chipude con un 27%, en El Cercado consume un 19%, Arure (14%) y en Epina un 8%.

E.3 Gasto por persona y día en la Isla.

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	7
De 20 - 30 €	21
De 30 - 50 €	45
De 50 - 100 €	23
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
Ns/nc	3

Se observa como un 45% de los encuestados gasta por persona entre 30 y 50 euros al día, un 23% gasta de 50 a 100 euros por persona y día y un 21% gasta por persona de 20 a 30 euros al día.

Un menor número de encuestados (7%) gasta por persona y día menos de 20 euros.



E.4 Distribución del gasto diario en la Isla.

E.4.1 Alojamiento

Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	1
Entre 11 y 20 euros	1
Entre 21 y 30 euros	9
Entre 31 y 40 euros	25
Entre 41 y 50 euros	25
Entre 51 y 60 euros	16
Entre 61 y 70 euros	5
Entre 71 y 80 euros	0
Entre 91 y 100 euros	0
No sabe/no contesta	18

Se observa que un 50% de los encuestados, de cada 100€ de gasto en la Isla en alojamiento, invierte entre 31 y 50 euros en este concepto. Seguido de un 16% que gasta entre 51 y 60 euros de cada 100. Destacar que solo un 2% de los visitantes gasta en alojamiento entre 1 y 20 euros de cada 100.

E.4.2 Manutención (comidas)

Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	4
Entre 11 y 20 euros	30
Entre 21 y 30 euros	35
Entre 31 y 40 euros	12
Entre 41 y 50 euros	3
Entre 51 y 60 euros	1
Entre 61 y 70 euros	1
Entre 81 y 90 euros	0
Entre 91 y 100 euros	0
No sabe/no contesta	14

Se aprecia que un 35% de los encuestados gasta de cada 100€, entre 21 y 30 euros en comidas, un número algo menor de encuestados, un 30% de ellos, gasta entre 11 y 20 euros de cada 100 en este concepto. Sólo un 4% de encuestados invierte entre 1 y 10 euros de cada 100 en su manutención.

E.4.3 Comunicaciones (teléfono, etc.)

Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	27
Entre 11 y 20 euros	1
Entre 31 y 40 euros	0
No sabe/no contesta	72

Se observa como un 27% de visitantes emplea entre 1 y 10 euros de cada 100 en comunicaciones, un pequeño número de encuestados, un 1%, emplea entre 11 y 20 euros en este concepto.

E.4.4 Transporte

Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	24
Entre 11 y 20 euros	44
Entre 21 y 30 euros	13
Entre 31 y 40 euros	1
Entre 41 y 50 euros	0
No sabe/no contesta	18

En transportes, un 44% de los encuestados invierte entre 11 y 20 euros de cada 100, un menor número de encuestados (24%) emplea en este concepto entre 1 y 10 euros de cada 100. Destacar que el porcentaje de encuestados que gastan en transporte entre 21 y 30 euros de cada 100 asciende al 13%.

E.4.5 Compras de recuerdos

Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	32
Entre 11 y 20 euros	8
Entre 21 y 30 euros	1
Entre 31 y 40 euros	0
Entre 41 y 50 euros	0
No sabe/no contesta	59

Se observa que en compras de recuerdos, un 32% de los encuestados emplea entre 1 y 10 euros de cada 100 y un 8% emplea, de cada 100 euros de gasto, entre 11 y 20 euros.

E.4.6 Otros

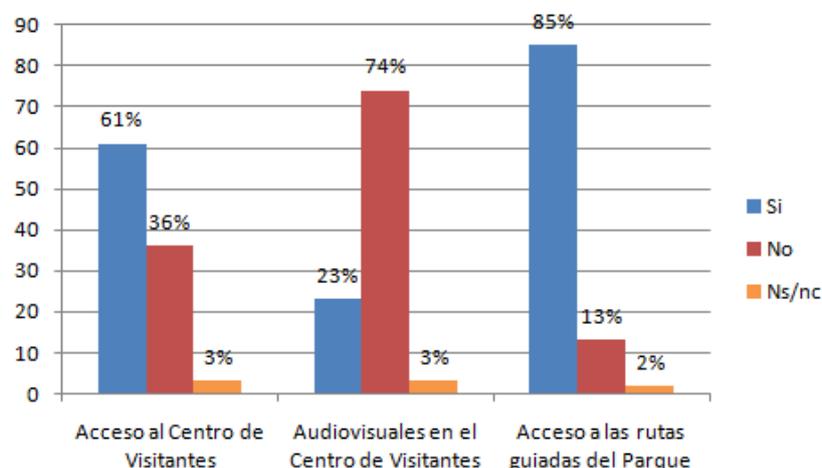
Gasto de cada 100€	Porcentaje encuestados
Entre 1 y 10 euros	3
Entre 11 y 20 euros	1
Entre 21 y 30 euros	0
No sabe/no contesta	97

Un 3% de los encuestados emplea entre 1 y 10 euros de cada 100 en otros conceptos tales como: alimentos típicos (miel de palma, almogrote, dulces,...), agencia de excursiones y transporte de maletas.

E.5 Valoración del posible cobro de servicios prestados por el Parque Nacional.

¿Considera Oportuno el cobro?	Acceso al Centro de Visitantes	Audiovisuales en el Centro de Visitantes	Acceso a las rutas guiadas del Parque
Si	61	23	85
No	36	74	13
Ns/nc	3	3	2

Según los encuestados, un 85% de éstos, SI estarían dispuestos a pagar por el acceso a las rutas guiadas del Parque Nacional Garajonay, un 74% NO estaría dispuesto a abonar ninguna cantidad por los audiovisuales en el Centro de visitantes y finalmente un 61% SI pagaría por acceder al Centro de Visitantes.

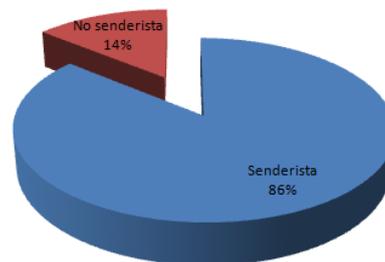


F. SENDERISMO

La datos tratados en esta sección se basan en la muestra de visitantes senderistas (86% del total de encuestados) que lo componen **580 individuos** del total (675 individuos).

En esta sección se tratan datos tales como libros y mapas usados por los senderistas, rutas realizadas tanto dentro como fuera del Parque Nacional, valoración de los senderos, etc.

Senderistas	Porcentaje
Sí	86 %
No	14 %



Se observa que un 86% de los encuestados es senderista (esta cantidad es tan elevada debido a las localizaciones donde se realizaron las encuestas), frente a un 14% que no practica esta actividad.

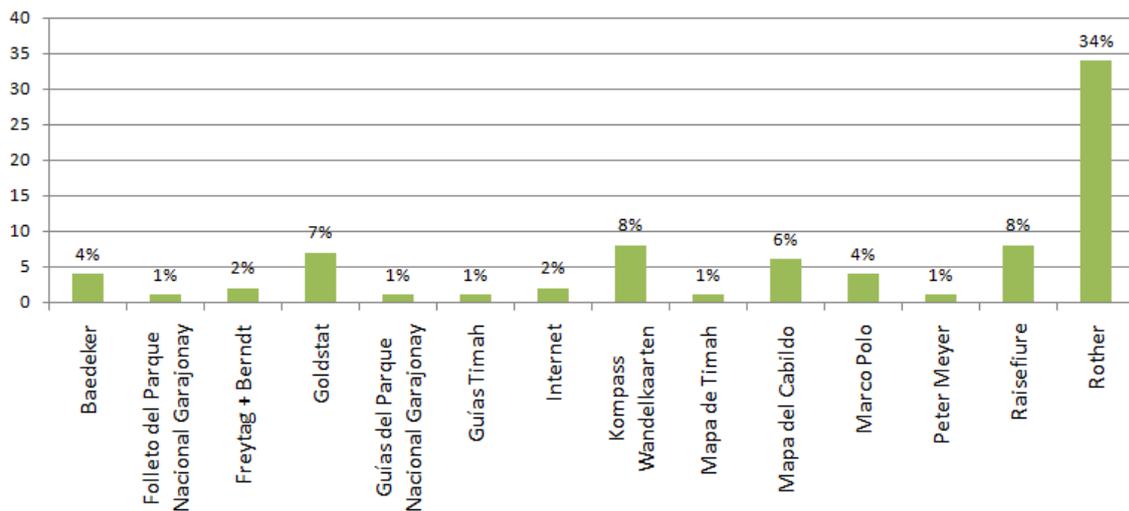
F.1 Libros y folletos usados por senderistas.

A continuación se muestra los datos referentes a las publicaciones utilizadas por los senderistas para organizar las excursiones.

Publicación	Porcentaje
Baedeker	4
Folleto del Parque Nacional Garajonay	1
Freytag + Berndt	2
Goldstat	7
Guías del Parque Nacional Garajonay	1
Guías Timah	1
Internet	2
Kompass Wandelkaarten	8
Mapa de Timah	1
Mapa del Cabildo	6
Marco Polo	4
Peter Meyer	1
Raisefiure	8
Rother	34

Entre las publicaciones utilizadas por los senderistas (una o varias publicaciones por encuestados) cabe destacar con un 34% de encuestados, la guía ROTHER seguido por la RAISEFIURE y la KOMPASS, ambas con un 8% de encuestados que las utilizan. GOLDSTAT es usada por un 7% de los senderistas, un porcentaje menor de encuestados-senderistas (6%) utiliza el MAPA DEL CABILDO.

BAEDEKER y MARCO POLO son usadas ambas por un 4% de los encuestados.



F.2 Medios de información del P.N. utilizados por senderistas.

Medio	Porcentaje
1. Folleto general del Parque	65
2. Guía del Parque	8
3. Web	6
No usa/muestra ninguno de los tres anteriores	35

Hay que destacar que el senderista debía de mostrar el medio de información (uno o varios medios de información) para que éstos fueran contabilizados en la encuesta.

Se observa como un 65% de los senderistas utilizan el folleto general del Parque, un 8% la guía del Parque y únicamente un 6% la Web como medio de información del Parque Nacional.

F.3 Organización de la Ruta.

En este apartado se tratan datos referentes a las rutas realizadas por los senderistas.

Para facilitar el entendimiento de los datos obtenidos, la realización de la ruta se ha dividido en: inicio y fin de ruta, paradas realizadas durante la ruta, forma de regresar al vehículo y trayecto (ruta) realizado.

F.3.1 Lugar de Inicio y fin de ruta

Inicio (Lugar donde dejó el coche)	Destino	Porcentaje
Cañada de Jorge	Cañada de Jorge	2
Chipude	Alto de Garajonay	1
	Fortaleza de Chipude	1
	Otros (Chipude, Igualero, Cercado)	1
Contadero	Alto de Garajonay	9
	El Cedro	9
	Ermita de Lourdes	1
	Hermigua	1
El Cedro	Contadero	2
	Ermita de Lourdes	1
	El Cedro	1
Igualero	Ermita de Lourdes	1
	Otros (Erquito, Erque, Chipude)	1
Laguna Grande	Alto de Garajonay	10
	El Cercado	1
	Laguna Grande	13
Las Creces	Las Creces	1
Las Hayas	Otros (Chipude, Laguna Grande, El Cercado, Fortaleza de Chipude, Las Creces)	1
Pajarito	Alto de Garajonay	3
	El Cedro	1
	Las Hayas	1
	No sabe/no contesta	1
	Otros (Ajugal, hermigua, imada)	1
Reventón oscuro	El Cedro	1

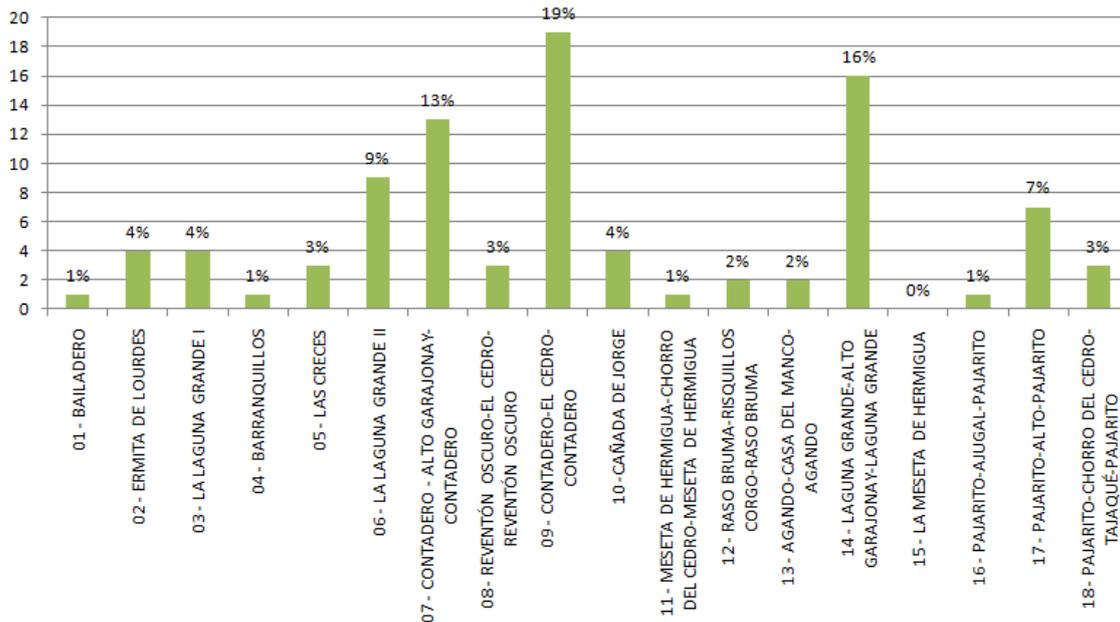
Según los datos obtenidos, un 13% de los senderistas realizan la ruta **Laguna Grande–Laguna Grande**, un 10% realizan la ruta **Laguna Grande–Alto de Garajonay**, también las rutas **Contadero-Alto de Garajonay** y **Contadero-El Cedro** son, cada una de ellas, realizadas por un 9% de los senderistas encuestados.

F.3.2 Rutas realizadas

Ruta	Porcentaje
01 - BAILADERO	1
02 - ERMITA DE LOURDES	4
03 - LA LAGUNA GRANDE I	4
04 - BARRANQUILLOS	1
05 - LAS CRECES	3
06 - LA LAGUNA GRANDE II	9
07 - CONTADERO - ALTO GARAJONAY- CONTADERO	13
08 - REVENTÓN OSCURO-EL CEDRO-REVENTÓN OSCURO	3
09 - CONTADERO-EL CEDRO-CONTADERO	19
10 - CAÑADA DE JORGE	4
11 - MESETA DE HERMIGUA-CHORRO DEL CEDRO-MESETA DE HERMIGUA	1
12 - RASO BRUMA-RISQUILLOS CORGO-RASO BRUMA	2
13 - AGANDO-CASA DEL MANCO-AGANDO	2
14 - LAGUNA GRANDE-ALTO GARAJONAY-LAGUNA GRANDE	16
15 - LA MESETA DE HERMIGUA	0
16 - PAJARITO-AJUGAL-PAJARITO	1
17 - PAJARITO-ALTO-PAJARITO	7
18 - PAJARITO-CHORRO DEL CEDRO-TAJAQUÉ-PAJARITO	3

Un gran número de senderistas (19%) realizó el sendero 9 (Contadero-El Cedro-Contadero), un número menor de visitantes-senderistas (16%) realizó el sendero 14 (Laguna Grande-Alto Garajonay-Laguna Grande). El sendero 7 (Contadero - Alto Garajonay- Contadero) fue realizado por un 13% de los senderistas.

El sendero 6 (La Laguna Grande II) lo realizó un 9% de los senderistas encuestados, otro sendero a destacar es el 17 (Pajarito-Alto-Pajarito) realizado por un 7% y los senderos 2 (Ermita de Lourdes), 3 (La Laguna Grande I) y 10 (Cañada de Jorge) fueron realizados cada uno por un 4% de los senderistas.



F.3.3 Lugar de Inicio de ruta, fin de ruta y forma de regresar al vehículo.

Muchos senderistas han realizado caminatas tanto circulares como lineales con punto de partida igual al de llegada (por lo tanto el regreso al vehículo es a pie), por lo que los datos registrados de forma de regresar al vehículo son escasos (inferiores al 1% exceptuando Pajarito-El Cedro con regreso en autobús con un 1% de los senderistas).

Algunos ejemplos de este porcentaje inferior al 1%: han regresado en autobús senderistas que han realizado el trayecto Arure-Las Hayas, Arure-Pajarito, Contadero-Hermigua, Contadero-El Cedro, El Cedro-Pajarito, Laguna Grande-Alto de Garajonay, Las Creces-Las Hayas, Las Hayas-Fortaleza de Chipude, Las Hayas-El Cercado, Pajarito-Hermigua y Reventón Oscuro-Pajarito.

F.3.4 Lugar de Inicio de ruta, fin de ruta y paradas realizadas.

Inicio (Lugar donde dejó el coche)	Destino	Paradas	Porcentaje
Cañada de Jorge	Cañada de Jorge		2
Chipude	Alto de Garajonay	Alto de Garajonay, Fortaleza de Chipude	1
	Fortaleza de Chipude	Fortaleza de	1

Inicio (Lugar donde dejó el coche)	Destino	Paradas	Porcentaje
		Chipude	
	Otros (Chipude, Igualero, Cercado)		1
Contadero	Alto de Garajonay	Alto de Garajonay	8
		Laguna Grande	1
	El Cedro	El Cedro	6
		Ermita de Lourdes	1
		Restaurante Las Vistas	2
	Ermita de Lourdes	Ermita de Lourdes	1
	Hermigua	El Cedro, Ermita de Lourdes	1
Contadero	Contadero	2	
El Cedro	Ermita de Lourdes	Ermita de Lourdes	1
	El Cedro	Contadero, Restaurante Las Vistas, Las Mimbreras	1
Igualero	Alto de Garajonay	Alto de Garajonay, Laguna Grande	1
	Otros (Erquito, Erque, Chipude)		1
Laguna Grande	Alto de Garajonay	Alto de Garajonay	8
		Laguna Grande, Alto de Garajonay	2
	El Cercado	El Cercado	1
Laguna Grande	Laguna Grande	13	
Las Creces	Las Creces	Las Hayas, Las Creces	1
Las Hayas	Otros (Chipude, Laguna Grande, El Cercado, Fortaleza de Chipude, Las Creces)		1
Pajarito	Alto de Garajonay	Alto de Garajonay	3
	El Cedro	El Cedro	1
	Las Hayas	Las Hayas	1
	Pajarito		1
	Otros (Ajugal, hermigua, imada)		1
Reventón oscuro	El Cedro	Alto del Garajonay, Ermita de Lourdes, Restaurante Las Vistas	1

Según los datos recabados, un 13% de los encuestados realiza la ruta de **Laguna Grande-Laguna Grande** (con parada en La Laguna Grande), otras rutas, éstas con parada en Alto de Garajonay es la de **Contadero-Alto de Garajonay** con un 8% y **Laguna Grande-Alto de Garajonay** también realizada por un 8% de los senderistas. Un 6% de los senderistas utiliza también la ruta **Contadero-El Cedro** con parada en El Cedro.

Otras rutas con paradas a destacar son: **Contadero-El Cedro** con parada en el Restaurante Las Vistas (2%), **Contadero-El Cedro** con parada en la ermita de Lourdes (1%).

F.4 Otras rutas a realizar.

En el momento de la encuesta, los senderistas encuestados tenían la intención de realizar otras rutas de las ya realizadas, los datos recogidos fueron los siguientes:

Rutas	Porcentaje
01 - BAILADERO	2
02 - ERMITA DE LOURDES	11
03 - LA LAGUNA GRANDE I	5
04 - BARRANQUILLOS	7
05 - LAS CRECES	19
06 - LA LAGUNA GRANDE II	10
07 - CONTADERO - ALTO GARAJONAY- CONTADERO	5
08 - REVENTÓN OSCURO-EL CEDRO-REVENTÓN OSCURO	4
09 - CONTADERO-EL CEDRO-CONTADERO	18
10 - CAÑADA DE JORGE	23
11 - MESETA DE HERMIGUA-CHORRO DEL CEDRO-MESETA DE HERMIGUA	0
12 - RASO BRUMA-RISQUILLOS CORGO-RASO BRUMA	10
13 - AGANDO-CASA DEL MANCO-AGANDO	1
14 - LAGUNA GRANDE-ALTO GARAJONAY-LAGUNA GRANDE	19
15 - LA MESETA DE HERMIGUA	1
16 - PAJARITO-AJUGAL-PAJARITO	5
17 - PAJARITO-ALTO-PAJARITO	5
18 - PAJARITO-CHORRO DEL CEDRO-TAJAQUÉ-PAJARITO	3
No sabe/no contesta	12
Otros	2

Un 23% de los senderistas tenían la intención de realizar el sendero circular de La Cañada de Jorge, le sigue los senderos número 5 y 14 ambos con un 19% de encuestados (un 4% de los senderistas encuestados que realizaron el

sendero número 5 de Las Creces lo realizaron hasta Las Hayas). Un menor número de senderistas (18%) tenía la intención de realizar el sendero número 9.

F.5 Rutas realizadas fuera del Parque Nacional.

Rutas	Porcentaje
La Mérica	8
Fortaleza de Chipude	6
Roque Agando-Santiago	6
Cascada de Valle Gran Rey	5
Barranco de Arure	3
Barranco de Valle Gran Rey	3
Argaga-Gerian	2
Hermigua	2
Valle Gran Rey-La Mérica	2
Vallehermoso	1
Agulo-Centro de visitantes	1
Vallehermoso-Roque Cano-Cruz de Tierno-Presa de Garabato-Vallehermoso	1

Destacar que en la tabla sólo se muestran las rutas con una afluencia mayor o igual que el 1% (de alrededor de las 150 diferentes rutas recogidas).

Este campo fue contestado por 375 de los 580 senderistas que realizaron la encuesta (65% de los senderistas).

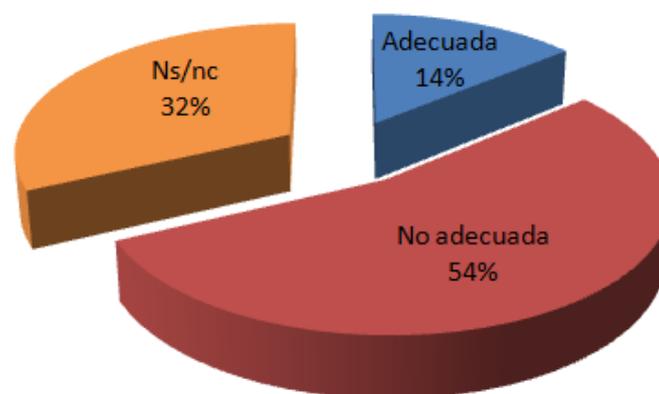
Se observa que un 8% de los senderistas encuestados realizaron la ruta de La Mérica; un número menor de senderistas (6%) realizó la ruta a La Fortaleza de Chipude al igual que otro 6% que realizó la ruta de Roque Agando-Santiago.

Destacar también que la ruta de la Cascada de Valle Gran Rey fue realizada por un 5% de los senderistas y los barrancos de Arure y Valle Gran Rey ambos por un 3% de estos.

F.6 Valoración del transporte público de la Isla.

Le parece adecuada la oferta de transporte	Porcentaje
Adecuada	14
No adecuada	54
Ns/nc	33

Un 54% de los senderistas considera que la oferta de transporte público de la Isla No es adecuada frente a un 14% de senderistas que Sí que la consideran adecuada.



Las mejoras que ese 54% de senderistas introducirían se muestran en la siguiente tabla:

Mejoras	Porcentaje *
Mejoras de los enlaces entre el norte y sur de la isla	94
Mejoras en los horarios	61
Mejoras en el sistema de tarifas bonificadas o planas a todos los destinos superiores a 5 - 10 kms	59
Posibilidad de combinar taxi y bus con tarifas económicas	56
Otras	7

* Porcentaje hallado sobre el 54% de los senderistas que consideran No adecuada la oferta de transporte público de la Isla.

Un 94% de los senderistas encuestados que consideran que No es adecuada la oferta de transporte público de la Isla mejoraría los enlaces entre el Norte y Sur de la Isla.

Un 61% de este grupo realizaría mejoras en los horarios. La mayoría de éstos aumentaría la frecuencia con la que los autobuses realizan la ruta (cada 2 horas), también consideran que éstas podrían salir entre las 8 y 10 de la

mañana y regresar entorno a las 3 de la tarde. Una queja también generalizada es debida a la carencia de la puntualidad de los autobuses.

En el apartado de Tarifas bonificadas o planas a todos los destinos superiores a 5 - 10 Km un 59% considera buena esta mejora.

La combinación de taxi y bus con tarifas económicas es considerada como una mejora por un 56% de los senderistas encuestados que consideran que No es adecuada la oferta de transporte público.

Otras mejoras señaladas hacen referencia a la imposibilidad de subir bicicletas al autobús.

F.7 Valoración por los usuarios de transporte privado.

Uso	% Sí	% No	% Ns/nc
Haría uso del transporte público	67	22	11
Seguiría empleando su medio actual de transporte	36	50	14

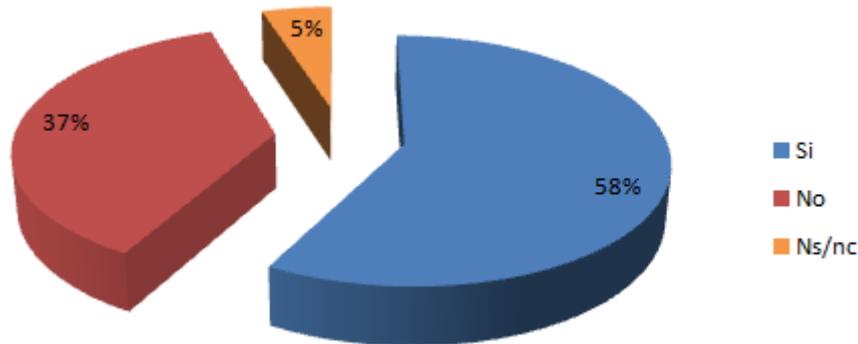
Si las mejoras señaladas en el apartado anterior (F.6) fueran introducidas un 67% de los senderistas encuestados, los cuales usan transporte privado, utilizarían el transporte público.

F.8 Valoración del posible cobro de rutas con transporte público.

Considera oportuno el cobro	Porcentaje
Sí	58
No	37
Ns/nc	5

Se observa como un 58% de los senderistas encuestados considera oportuno el cobro por rutas en el Parque Nacional que incluyesen el transporte público desde el enclave donde el senderista pernosta, por el contrario, un 37% de los senderistas no considera oportuno el cobro por este servicio.

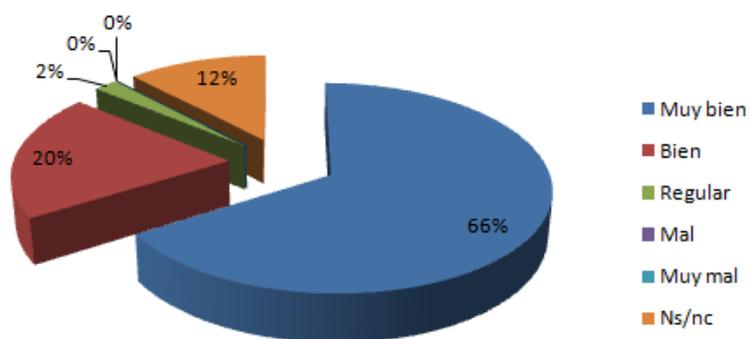
Del 58% de los senderistas que sí considera oportuno el cobro, muchos senderistas comentan que lo consideran oportuno pero que no lo usarían porque quieren mayor flexibilidad a la hora de realizar sus excursiones.



F.9 Valoración de los senderos del Parque Nacional.

F.9.1 Aparcamientos para vehículos

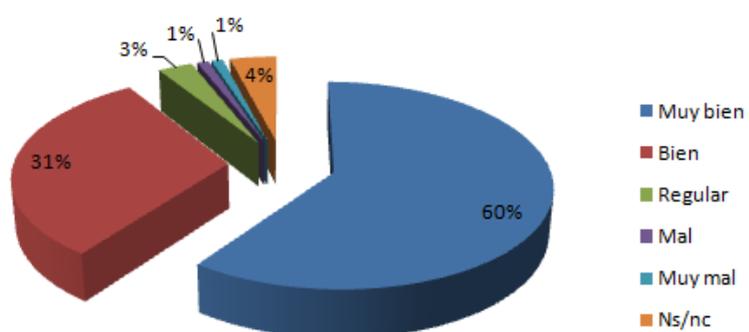
Valoración	Porcentaje
Muy bien	66
Bien	20
Regular	2
Mal	0
Muy mal	0
Ns/nc	12



Un 66% de los senderistas valora muy bien los aparcamientos para vehículos del Parque, un número menor de senderistas, un 20%, los considera bien y un 2% considera los aparcamientos regular.

F.9.2 Señalización de la ruta

Valoración	Porcentaje
Muy bien	60
Bien	31
Regular	3
Mal	1
Muy mal	1
Ns/nc	4



Se observa como un 60% de los senderistas encuestados valora muy bien la señalización de la ruta de la que dispone el Parque Garajonay, un 31% la considera buena y un 3% considera la señalización de la ruta regular. Por el contrario un 2% de los senderistas considera mala o muy mala la señalización de la ruta.

G. VALORACIONES FINALES

En este apartado se muestran las valoraciones recogidas a los senderistas referentes a aspectos geográficos y socio-culturales de la Isla.

G.1 Valoración de los aspectos geográficos de la Isla.

Los encuestados valoran a través de imágenes la importancia de los paisajes que se muestran en ellas además del clima de la Isla.

G.1.1 Paisaje 1

Valoración	Porcentaje
Muy import.	95
Import.	4
Import. media	0
Ns/nc	1

G.1.2 Paisaje 2

Valoración	Porcentaje
Muy import.	89
Import.	8
Import. media	2
Import. baja	0
Ns/nc	1

G.1.3 Paisaje 3

Valoración	Porcentaje
Muy import.	92
Import.	7
Import. media	1
Import. baja	0
Ns/nc	0

Valoración	Porcentaje
Muy import.	91
Import.	6
Import. media	1
Import. baja	0
Ninguna import.	0
Ns/nc	1

G.1.4 Paisaje 4

Valoración	Porcentaje
Muy import.	93
Import.	5
Import. media	1
Import. baja	0
Ns/nc	1

G.1.5 Paisaje 5

Valoración	Porcentaje
Muy import.	91
Import.	5
Import. media	1
Import. baja	0
Ninguna import.	0
Ns/nc	3

G.1.6 Clima

Los aspectos geográficos de la Isla reseñados son valorados muy positivamente por la gran mayoría de los encuestados (tanto los distintos paisajes mostrados en las fichas como el clima).

G.2 Valoración de los aspectos socio-culturales de la Isla.

A continuación se muestran los datos recogidos respecto a la importancia de los aspectos socio-culturales de La Gomera.

G.2.1 Hospitalidad

Valoración	Porcentaje
Muy import.	85
Import.	12
Import. media	1
Import. baja	0
Ninguna import.	0
Ns/nc	1

G.2.2 Tranquilidad

Valoración	Porcentaje
Muy import.	96
Import.	3
Import. media	0
Ns/nc	1

G.2.3 Gastronomía

Valoración	Porcentaje
Muy import.	78
Import.	15
Import. media	3
Import. baja	0
Ninguna import.	0
Ns/nc	4

Valoración	Porcentaje
Muy import.	63
Import.	20
Import. media	13
Import. baja	1
Ninguna import.	0
Ns/nc	2

G.2.4 Arquitectura de los pueblos

Valoración	Porcentaje
Muy import.	10
Import.	3
Import. media	1
Ninguna import.	1
Ns/nc	85

G.2.5 Fiestas populares

En general la valoración de los aspectos socioculturales son muy positivos a excepción de la valoración de las fiestas populares (G.2.5), debida a la falta de conocimiento por parte de los visitantes encuestados.

CAPITULO II

ANÁLISIS ESTACIONAL

(VERANO E INVIERNO)

23 AGOSTO – 23 SEPTIEMBRE

4 NOVIEMBRE – 4 DICIEMBRE

1. INFORME DEL PERIODO DE VERANO

En el presente informe se exponen los resultados de las encuestas realizadas entre el **23 de agosto y el 23 de septiembre** de 2010, así como sugerencias que se han recogido durante este trabajo a partir de las opiniones de los encuestados.

La muestra efectiva en la que se basa el siguiente informe es de **297 individuos**, que han sido encuestadas en distintos puntos de la Isla a lo largo de esta primera fase del proyecto.

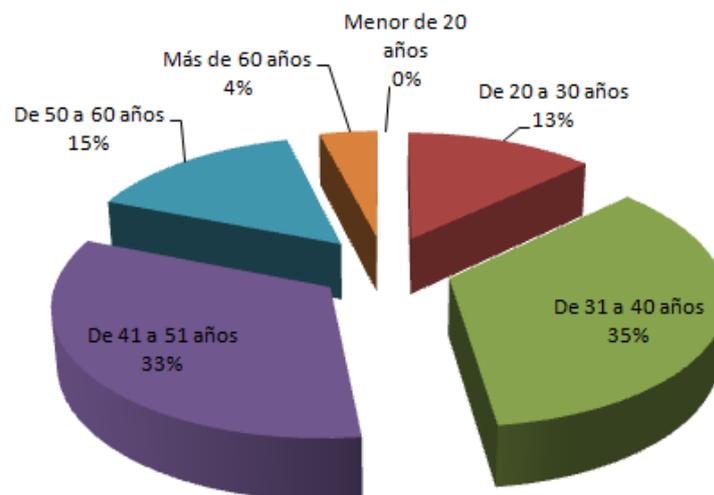
Los resultados del trabajo que se presentan a continuación siguen una estructura similar a la de la encuesta trabajada, exponiéndolos a través de los siguientes ítems:

- **Perfil del visitante**, en el que se exponen características básicas (edad, sexo, nivel de estudios y procedencia) que ayudan a configurar una tipología del visitante que desarrolla sus actividades en el ámbito de referencia del estudio.
- **Organización previa de la visita**, en el que se muestran las motivaciones que influyeron al visitante a la hora de elegir La Gomera como destino turístico
- **Características de la visita**, en el que se desarrolla fundamentalmente los días de permanencia en la Isla.
- **Senderismo**, en el que se analizan los datos de encuestados que realizan senderismo y el material utilizado por los visitantes-senderistas para organizar su excursión.
- **Influencia en el entorno**, en el que se exponen los gastos estimados por persona y día durante la estancia en la Isla según la nacionalidad.

2. PERFIL DEL VISITANTE.

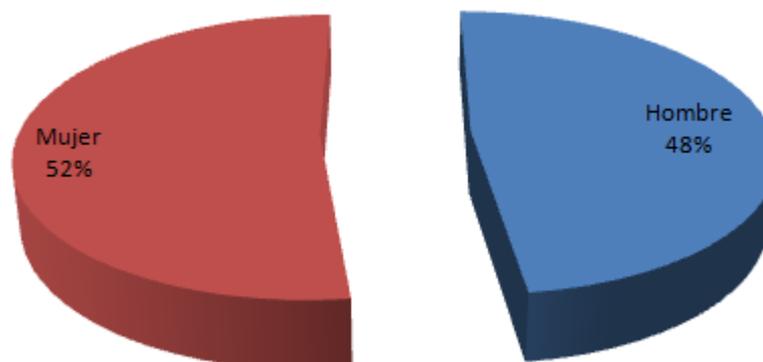
2.1 EDAD:

La mayor parte de los visitantes que han participado en la encuesta se localizan en los siguientes intervalos de edad: de 31 a 40 años, con un 35%, de 41 a 50 años, con un 33%. Las siguientes edades en importancia son las agrupadas en los intervalos de 50 a 60 años con un 15%, y el de 20 a 30 años con un 12%. En el grupo de más de 60 años sólo se ha registrado un 4% del total. Es de señalar que en el intervalo de menos de 20 años no se ha registrado ninguna persona, debido a que en su totalidad han sido menores de edad acompañados de tutores, a los que se ha preferido entrevistar.



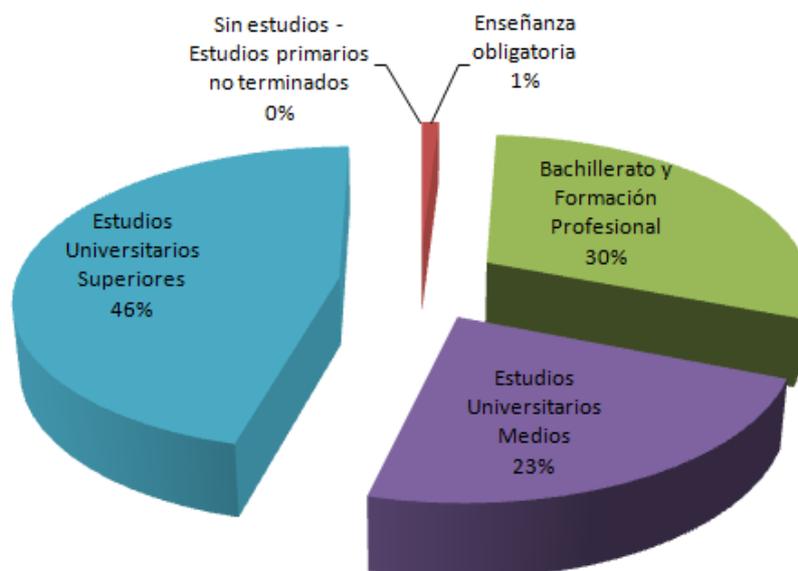
2.2 SEXO:

En la muestra realizada el número de mujeres alcanza un 52% y de hombres un 48%, siendo el porcentaje prácticamente igual. Esto se explica si se tiene en cuenta que muchos de los encuestados eran pareja y que en muchas ocasiones, las mujeres se mostraron más receptivas a la hora de participar en la encuesta.



2.3 NIVEL DE ESTUDIOS:

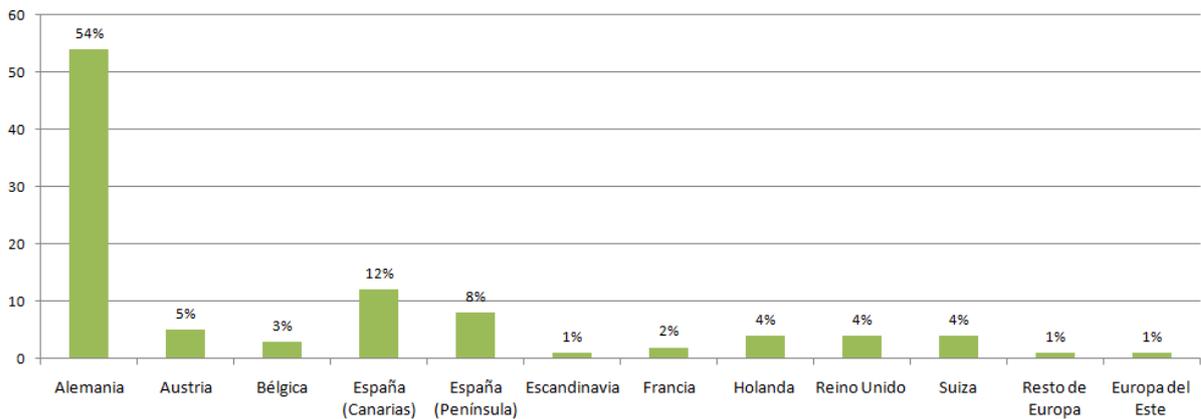
Destaca el grupo de visitantes de estudios Universitarios Superiores con un 46 %, le sigue en importancia el de estudios de Bachillerato y Formación Profesional con un 30%, y el de estudios Universitarios Medios con un 23%. Sólo un 1% de los participantes en las encuestas han cursado únicamente Enseñanza Obligatoria.



2.4 PROCEDENCIA:

Procedencias	Porcentaje
Alemania	54
Austria	5
Bélgica	3
España (Canarias)	12
España (Península)	8
Escandinavia	1
Francia	2
Holanda	4
Reino Unido	4
Suiza	4
Resto de Europa	1
Europa del Este	1

La mayor parte de los visitantes procede de Alemania (54%). Le sigue en importancia el turismo nacional, destacando los procedentes de Canarias con un 12% y los procedentes de la Península (8%). Así mismo, cabe destacar otros grupos que aparecen con frecuencias similares, entre un 5 y un 4%, que son Austria, Holanda, Reino Unido y Suiza. Les siguen a cierta distancia los procedentes de Bélgica con un 3%, de Francia con un 2%, o los procedentes de Escandinavia y otros países de Europa, como Irlanda, con un 1%.

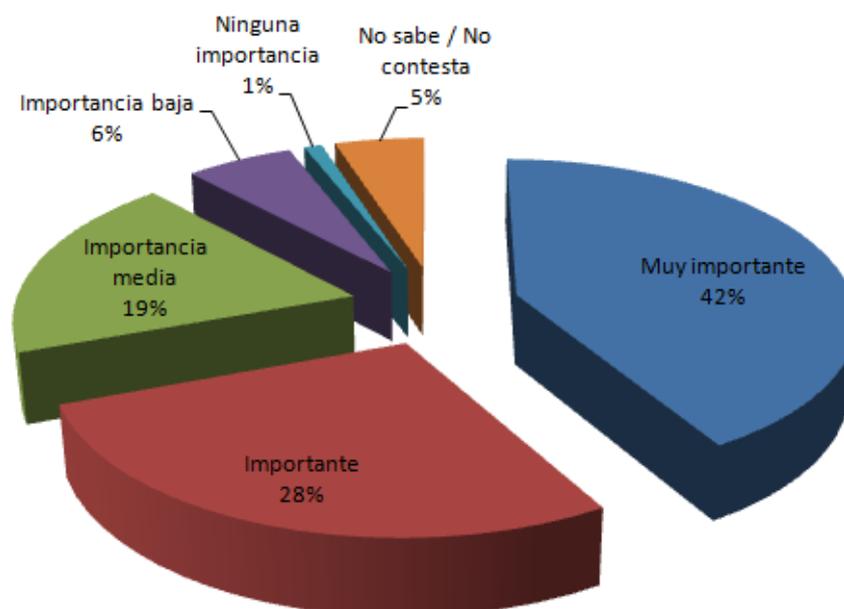


3. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA.

Motivaciones que influyeron en su decisión de visitar la Isla:

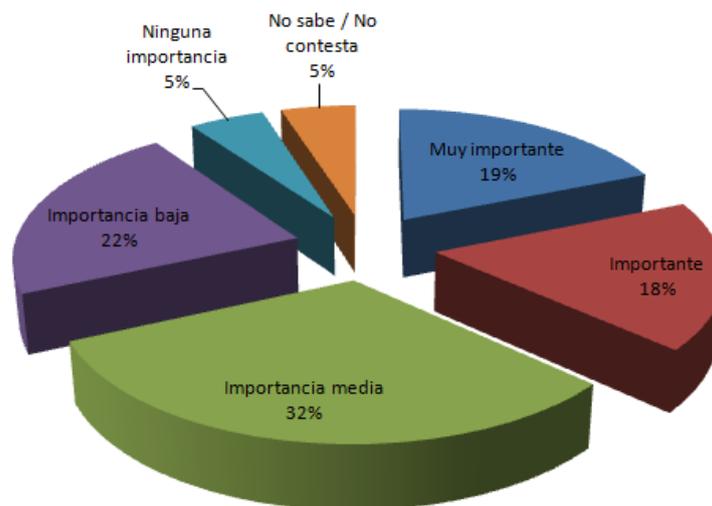
3.1 IMPORTANCIA DE DISFRUTAR DEL BUEN TIEMPO:

Un gran porcentaje de las personas encuestadas, un 42%, consideraba como muy importante las buenas condiciones del tiempo en su decisión de visitar La Gomera, y un 28% lo consideró también importante. Los encuestados destacan el contraste de los tipos de tiempo que se pueden encontrar en pocos kilómetros. Otras personas consideraban que disfrutar del buen tiempo tuvo una importancia media en su decisión de visitar la Isla (19%). Para otro 6% esta importancia fue baja y sólo un 1% no lo consideró importante. Este porcentaje tan bajo se corresponde mayoritariamente con encuestados de procedencia de las Islas Canarias, que al disfrutar de un tipo de tiempo similar, tienen razones distintas a ésta para visitar la Isla.



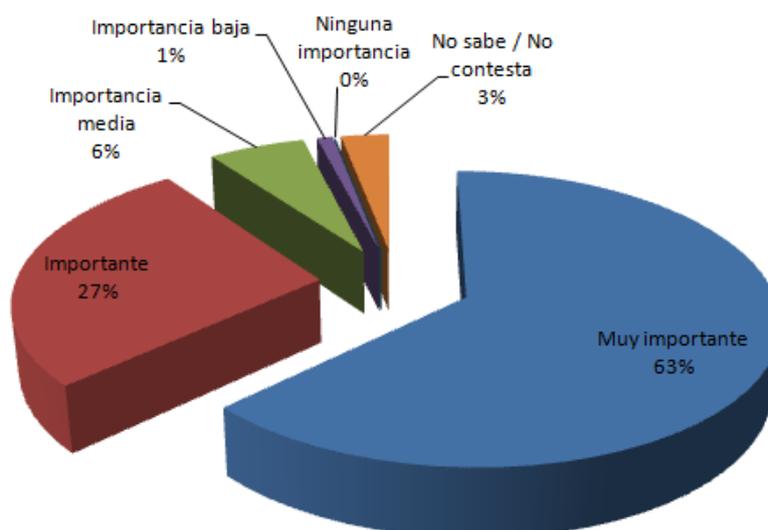
3.2 IMPORTANCIA DEL SOL Y PLAYA:

Destaca el grupo que considera de importancia media el sol y la playa a la hora de visitar la Isla (32%). Le sigue el grupo de los que opinaron que influyó poco (22%), seguido del grupo que lo estima muy importante (19%) o sólo importante (18%). Hay que destacar, que si bien muchos de los encuestados relacionaban sol con buen tiempo, y esto lo consideraban muy importante en su decisión de visitar la Isla, al cuestionárseles sobre la presencia de playas y su importancia para la visita, muchos no lo valoraron por ignorar la existencia de éstas en la Isla o por la consideración negativa que muchos mostraban al relacionar esta pregunta con otros destinos turísticos de “sol y playa”.



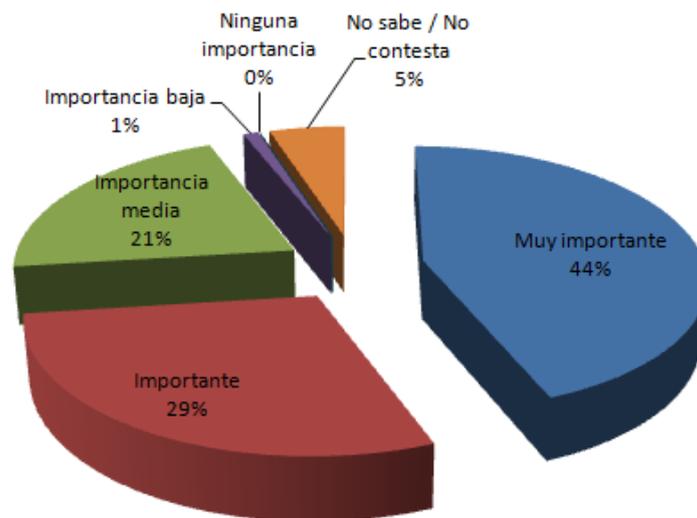
3.3 IMPORTANCIA DE PASEAR Y CONTEMPLAR LA NATURALEZA:

La mayoría de los encuestados considera pasear y contemplar la naturaleza como una actividad muy importante (63%) y un 27% lo considera importante.



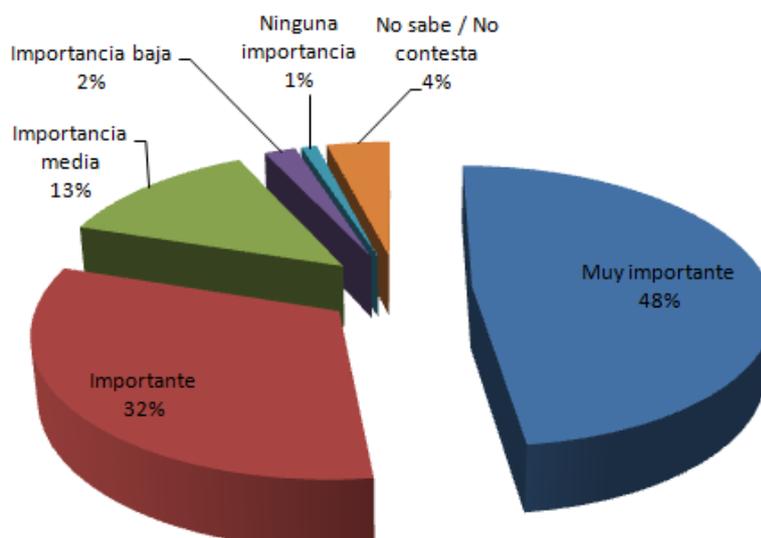
3.4 INTERÉS EN FLORA Y FAUNA:

La mayor parte de los encuestados (44%) muestra bastante interés en la flora y fauna insulares, y un 29% lo considera interesante. Un 21% lo considera de importancia media, pero es de señalar que un gran porcentaje de este grupo considera que la identificación de las especies animales y vegetales es una tarea difícil, y esto puede influir en su valoración.



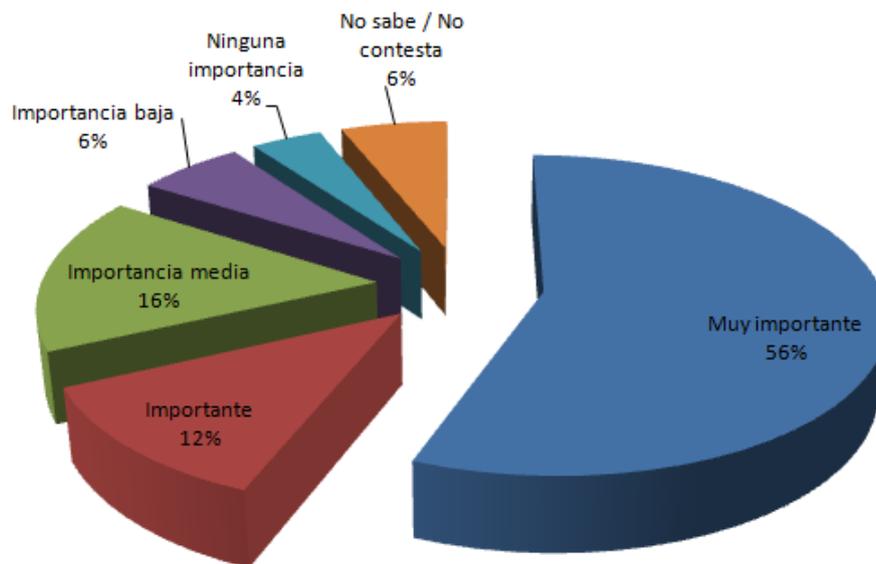
3.5 VISITAR ESPECIFICAMENTE EL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY:

La mayor parte de los visitantes considera muy importante (48%) o importante (32%) visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay durante su estancia en la isla. Un porcentaje que llega al 13% lo considera de importancia media. Algunos de los encuestados que no valoran específicamente la visita al Parque Nacional, desconocían antes de la llegada a la Isla la existencia del mismo.



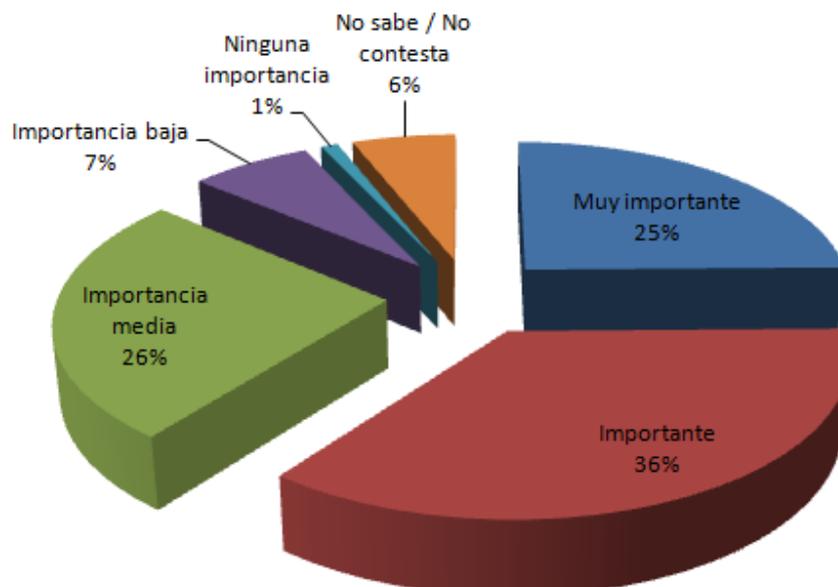
3.6 PODER REALIZAR SENDERISMO:

La gran mayoría de los encuestados, un 56%, considera muy importante el poder realizar senderismo en la Isla, un 16% lo considera de importancia media, frente a un pequeño porcentaje de un 6% que lo considera de importancia baja, y a tan sólo un 4% para los que no tiene ninguna importancia esta actividad.



3.6 IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRADICIONAL:

Un 36% de los encuestados considera la cultura tradicional importante, un porcentaje menor de un 25%, lo considera muy importante frente a un 26%, que lo considera de importancia media. La mayoría de los encuestados estaba interesada en la cultura tradicional, pero muchos destacaban que ésta no es demasiado patente durante la visita a la Isla.



3.7 OTRAS MOTIVACIONES:

Otras motivaciones a la hora de visitar la Isla que los encuestados han señalado son: visitar amigos o familiares, practicar submarinismo, ciclismo de montaña, buscar tranquilidad, descansar, etc.

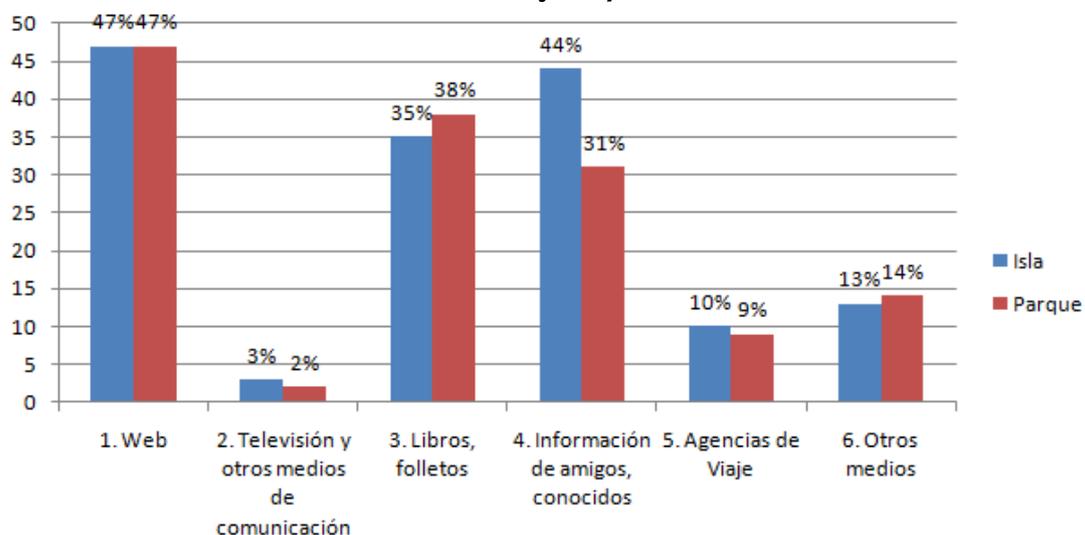
3.8 CUÁLES FUERON LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN POR LOS QUE HAN TENIDO CONOCIMIENTO DE LA GOMERA Y DEL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY.

Medio	Porcentaje Isla	Porcentaje Parque
1. Web	47	47
2. Televisión y otros medios de comunicación	3	2
3. Libros, folletos	35	38
4. Información de amigos, conocidos	44	31
5. Agencias de Viaje	10	9
6. Otros medios	13	14

Fuente: elaboración propia.

La forma de obtener información por parte de los visitantes puede ser múltiple, es decir que una misma persona ha podido ser informada de La Gomera, y del Parque Nacional de Garajonay por distintos medios. Destacan las consultas en la Web como medio informativo más utilizado (47%), tanto para la Isla como Parque Nacional de Garajonay. La información aportada por amigos y conocidos a cerca de la Isla supone un 44% y sobre el Parque Nacional de Garajonay un 31%. Las consultas en libros y folletos sobre la Isla suponen un 35%, mientras que la información consultada a cerca del Parque Nacional es algo superior (38%). La información aportada por agencias de viaje es bastante inferior tanto para la Isla (10%), como para el Parque Nacional de Garajonay (9%).

Medios de información a cerca de La Gomera y del Parque Nacional de Garajonay.



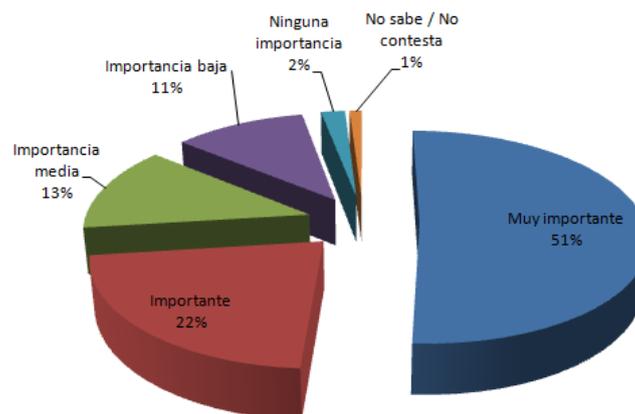
Se considera que habría que destacar las diferencias que a la hora de obtener esta información hemos detectado entre el turismo de mayor afluencia en esta época del año que son alemanes y canarios.

Los alemanes obtienen la información en tres medios destacando la Web principalmente, seguida de la aportada por amigos y conocidos que les informan bastante a cerca de la Isla en general, y menos del Parque Nacional, y la obtenida en libros y folletos, en los cuáles encuentran información tanto de la Isla como del Parque Nacional.

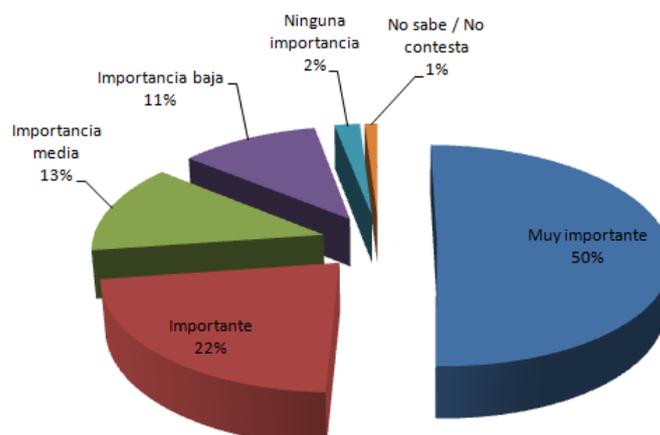
Los visitantes canarios afirman haber obtenido información tanto con amigos y conocidos como con otros medios de información, en los cuales incluyen un conocimiento general del archipiélago desde pequeños, etc. Y en menor medida han consultado la Web.

3.9 QUÉ IMPORTANCIA TUVO AL VISITAR EL GARAJONAY QUE ESTE FUESE PARQUE NACIONAL:

Un 51% de los encuestados ven esta categoría de protección muy importante y un 22% la considera importante, opinando ambos que es necesaria para la conservación. Otro grupo opina que para ellos tuvo una importancia media (13%), y para un 11% tuvo una importancia baja.



3.10 QUÉ IMPORTANCIA TUVO AL VISITAR EL GARAJONAY QUE ESTE FUESE PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD:



La mayor parte de los encuestados no distingue entre las categorías de Parque Nacional y de Patrimonio de la Humanidad, por ello los resultados son casi idénticos.

4 CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

4.1 DÍAS DE PERMANENCIA EN LA ISLA:

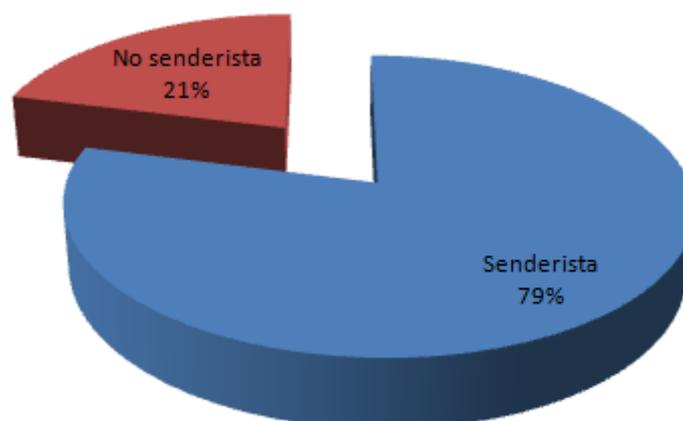
Días	Porcentaje
1 día	10
2 días	2
3-4 días	8
5-7 días	25
1-2 semanas	44
Más de 2 semanas	9
Vive aquí	2

De las 297 personas encuestas, un 44% de ellas permanece en la Isla de 1 a 2 semanas, seguidas de un grupo que permanece entre 5 y 7 días, y que representa un 25%. Hay que destacar el tipo de visitantes de un 1 día que viene de Tenerife, y que representa un 10% de los encuestados. Otro grupo interesante serían aquellos encuestados con una permanencia superior a las 2 semanas (9%).

5 SENDERISMO:

5.1 SENDERISTAS:

La mayoría de los visitantes a La Gomera practica el senderismo (79%). Sólo un grupo que representa el 21% responde que no realiza o ha realizado senderismo, pero hay que aclarar, que muchas veces acababan de llegar a la Isla, y aún no lo tenían muy claro.

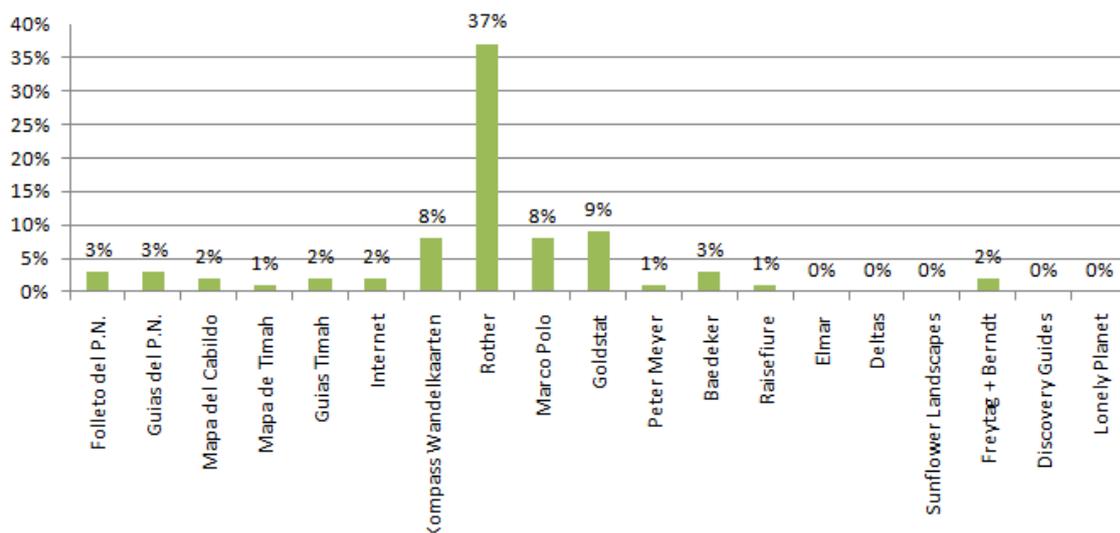


5.2 LIBROS, MAPAS, Y FOLLETOS UTILIZADOS POR LOS VISITANTES SENDERISTAS PARA ORGANIZAR SU EXCURSIÓN:

Porcentaje Senderistas	Información
3 %	Folleto del Parque Nacional Garajonay
3 %	Guias del Parque Nacional Garajonay
2 %	Mapa del Cabildo
1 %	Mapa de Timah
2 %	Guias Timah
2 %	Internet
8 %	Kompass Wandelkaarten
37 %	Rother
8 %	Marco Polo
9 %	Goldstat
1 %	Peter Meyer
3 %	Baedeker
1 %	Raisefiure
0 %	Elmar
0 %	Deltas
0 %	Sunflower Landscapes
2 %	Freytag + Berndt
0 %	Discovery Guides
0 %	Lonely Planet

Habría que aclarar que la mayor parte de los visitantes suele hacer uso de uno o varias publicaciones para organizar sus excursiones por la Isla. Hay que destacar que un gran número de senderistas utiliza la guía Rother (37%). Le siguen Goldstat con un 9%; Kompas y Marco Polo con un 8%. También suelen utilizar Baedeker, guías y mapas del Parque Nacional un 3%. Y Freytag y Berndt, mapas de Timah y turísticos..., con una frecuencia menor.

Libros, mapas y folletos utilizados por los visitantes-senderistas para organizar su excursión.



6 INFLUENCIA EN EL ENTORNO:

6.1 GASTO DE LOS VISITANTES ALEMANES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	9
De 20 - 30 €	27
De 30 - 50 €	35
De 50 - 100 €	24
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	5

Un 35% de los alemanes que nos visita gasta entre 30 y 50 euros por persona y día en la Isla. Le sigue un grupo de un 27% que gasta entre 20 y 30 euros al día. Un porcentaje de un 24% gasta de 50 a 100 euros, y en contraposición, existe un grupo más reducido que gasta menos de 20 euros al día (9%).

6.2 GASTO DE LOS VISITANTES AUSTRIACOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	0
De 20 - 30 €	27
De 30 - 50 €	47
De 50 - 100 €	20
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	7

Un 47% de los visitantes procedentes de Austria, gasta por persona y día en la Isla entre 30 y 50 euros. Otro grupo, que representa el 27% gasta entre 20 y 30 euros al día. Y un grupo, nada despreciable, que representa un 20%, y que gasta entre 50 y 100 euros al día.

6.3 GASTO DE LOS VISITANTES BELGAS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	12
De 20 - 30 €	0
De 30 - 50 €	62
De 50 - 100 €	25
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Un 62% de los encuestados belgas gasta entre 30 y 50 euros al día, un 25% gasta entre 50 y 100 euros. Y un 12% gasta menos de 20 euros al día.

6.4 GASTO DE LOS VISITANTES CANARIOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	19
De 20 - 30 €	19
De 30 - 50 €	30
De 50 - 100 €	24
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	8

Un 30% de los canarios encuestados gasta entre 30 y 50 euros al día; un 24% gasta entre 50 y 100 euros; y otros dos grupos, que representan un 19% cada uno, gastan de 20 a 30, y menos de 20 euros al día respectivamente.

6.5 GASTO DE LOS VISITANTES PENÍNSULARES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	8
De 20 - 30 €	25
De 30 - 50 €	33
De 50 - 100 €	29
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	4

Un 33% de los visitantes peninsulares gasta entre 30 y 50 euros al día, le sigue un grupo que representa un 29% y que gasta entre 50 y 100 euros al día. Existe otro grupo de un 25%, que gasta entre 20 y 30 euros, y otro bastante inferior (8%), que gasta menos de 20 euros al día.

6.6 GASTO DE LOS VISITANTES DE EUROPA DEL ESTE POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	50
De 20 - 30 €	50
De 30 - 50 €	0
De 50 - 100 €	0
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

El gasto de los visitantes de Europa del Este se divide de forma igual, pero hay que diferenciar al grupo que gasta menos de 20 euros al día, los cuales son visitantes de un día desde Tenerife (compran algún souvenir, etc.). Y los que se quedan en la Isla, cuyo gasto está entre 20 y 30 euros.

6.7 GASTO DE LOS VISITANTES FRANCESES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	20
De 20 - 30 €	20
De 30 - 50 €	40
De 50 - 100 €	20
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca el grupo que gasta entre 30 y 50 euros al día, mientras que existen tres grupos idénticos en número, pero que gastan de forma distinta: entre 50 y 100, entre 20 y 30, y los de menos de 20 euros al día, que posiblemente correspondan a visitantes de un día procedentes de Tenerife.

6.8 GASTO DE LOS VISITANTES HOLANDESES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	8
De 20 - 30 €	50
De 30 - 50 €	17
De 50 - 100 €	25
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca el grupo de holandeses que gasta al día entre 20 y 30 euros (50%), le sigue un grupo que gasta entre 50 y 100 euros (25%). Existe otro grupo importante (17%), que gasta entre 30 y 50 euros al día, y uno minoritario de un 8%, con un gasto inferior a 20 euros.

6.9 GASTO DE LOS VISITANTES ITALIANOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	0
De 20 - 30 €	0
De 30 - 50 €	0
De 50 - 100 €	100
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

El número de visitantes italianos no es muy numeroso, y a los únicos que se les ha realizado la encuesta gastan de 50 a 100 euros al día.

6.10 GASTO DE LOS VISITANTES POLACOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	100
De 20 - 30 €	0
De 30 - 50 €	0
De 50 - 100 €	0
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Este bajo gasto se debe a que los polacos encuestados son visitantes de un día a la Isla, con la excursión ya pagada, y que gastan menos de 20 euros en la compra de algún souvenir.

6.11 GASTO DE LOS VISITANTES BRITÁNICOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	8
De 20 - 30 €	8
De 30 - 50 €	50
De 50 - 100 €	25
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	8

El 50% de los encuestados gastó entre 30 y 50 euros al día. Un 25% de ellos gasta entre 50 y 100, y dos grupos de un 8% gastan entre 20 y 30, y menos de 20 euros al día respectivamente.

6.12 GASTO DE LOS VISITANTES DEL RESTO DE EUROPA POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	33
De 20 - 30 €	0
De 30 - 50 €	0
De 50 - 100 €	33
De 100 - 200 €	33
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Existe gran variedad en cuanto al gasto efectuado por otros países de Europa, como es el caso de los visitantes irlandeses con un peso de un 33% y un gasto entre 100 y 200 euros al día. Otro grupo de un 33%, gasta entre 50 y 100 euros al día, y finalmente, otro grupo idéntico gasta menos de 20 euros por día (visitantes de un día desde Tenerife).

6.13 GASTO DE LOS VISITANTES SUIZOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	0
De 20 - 30 €	9
De 30 - 50 €	73
De 50 - 100 €	18
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca un grupo suizos que representan el 73% y que gasta al día entre 30 y 50 euros. Le sigue un grupo que gasta entre 50 y 100 euros (18%) y un pequeño grupo que gasta entre 20 y 30 euros al día (9%).

7 CONCLUSIONES PERIODO DE VERANO:

7.1 PERFIL DEL VISITANTE:

En las encuestas obtenidas se refleja una población visitante distribuida mayoritariamente en dos intervalos de edad: de 31 a 40 y de 31 a 50 años, lo que refleja un turismo activo asociado al senderismo.

En relación al sexo la distribución es bastante equitativa, un 52% de mujeres y un 48% de hombres.

En cuanto al nivel de estudios destaca el grupo con estudios Universitarios Superiores (46%), y los que tienen estudios de Bachillerato y Formación Profesional (30%). Por lo que podemos decir que el turismo que nos visita tiene un nivel formativo alto.

Los visitantes encuestados proceden en su mayor parte de Europa destacando a Alemania (50%), seguidos a mucha distancia de Austria, Reino Unido, Holanda y Suiza. Lo cual se corresponde con el mercado turístico tradicional que visita la Isla.

En la época de estas encuestas (finales de verano) destaca también el turismo nacional procedente de Canarias, y en menor medida de la Península.

7.2 ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA:

A la hora de elegir La Gomera como destino turístico los visitantes tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: en primer lugar consideran muy importante el poder pasear contemplando la naturaleza y la posibilidad de hacer senderismo, en segundo lugar les motivó visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay, en tercer lugar el interés en nuestra flora y fauna, y disfrutar del buen tiempo. La cultura tradicional y disfrutar de sol y playa les pareció menos relevante.

Otras motivaciones a la hora de visitar la Isla que los encuestados han señalado son: visitar amigos o familiares, practicar submarinismo, ciclismo de montaña, buscar tranquilidad y descansar, etc.

Los medios de información por los cuales han tenido conocimiento de la Isla y del Parque Nacional han sido de forma general los siguientes: la Web, información de amigos y conocidos, y en último lugar libros y folletos.

Para más de la mitad de los encuestados es importante que el Garajonay sea Parque Nacional y Patrimonio de la Humanidad.

7.3 CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA:

Casi la mitad de los encuestados afirma permanecer en la Isla entre una y dos semanas, y casi el total de ellos practica senderismo (79%).

Entre los mapas y folletos que utilizan a la hora de organizar las excursiones destaca el elevado número de personas que utiliza la guía de viajes Rother.

7.4 INFLUENCIA EN EL ENTORNO:

Se estima a partir de las encuestas que la mayor parte de los visitantes gasta una media de entre 30 y 50 euros por persona y día en la Isla.

1. INFORME DEL PERIODO DE INVIERNO

En el presente informe se exponen los resultados de las encuestas realizadas entre el **4 de Noviembre y el 4 de Diciembre** de 2010, así como sugerencias que se han recogido durante este trabajo a partir de las opiniones de los encuestados.

La muestra efectiva en la que se basa el siguiente informe es de **323 individuos**, que han sido encuestadas en distintos puntos de la Isla a lo largo de esta primera fase del proyecto.

Los resultados del trabajo que se presentan a continuación siguen una estructura similar a la de la encuesta trabajada, exponiéndolos a través de los siguientes ítems:

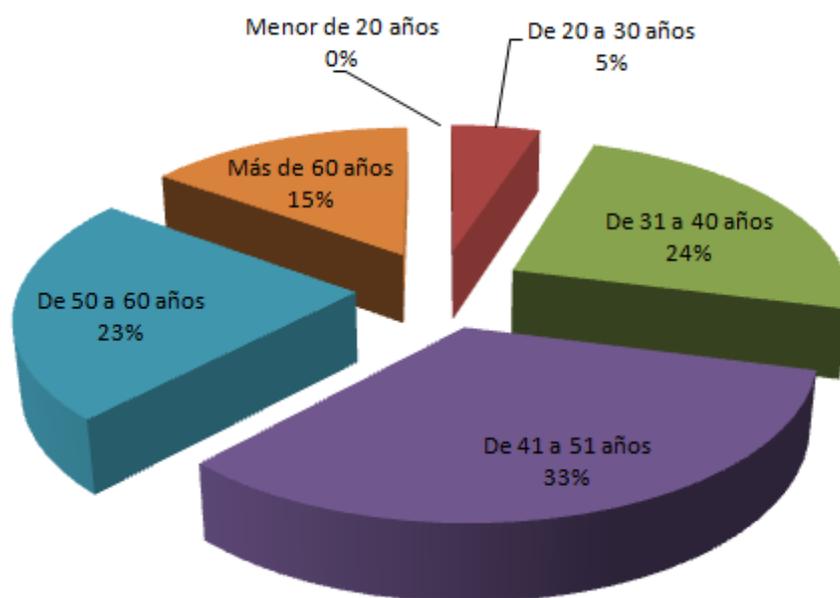
- **Perfil del visitante**, en el que se exponen características básicas (edad, sexo, nivel de estudios y procedencia) que ayudan a configurar una tipología del visitante que desarrolla sus actividades en el ámbito de referencia del estudio.
- **Organización previa de la visita**, en el que se muestran las motivaciones que influyeron al visitante a la hora de elegir La Gomera como destino turístico
- **Características de la visita**, en el que se desarrolla fundamentalmente los días de permanencia en la Isla.
- **Senderismo**, en el que se analizan los datos de encuestados que realizan senderismo y el material utilizado por los visitantes-senderistas para organizar su excursión.
- **Influencia en el entorno**, en el que se exponen los gastos estimados por persona y día durante la estancia en la Isla según la nacionalidad.

2. PERFIL DEL VISITANTE.

2.1 EDAD:

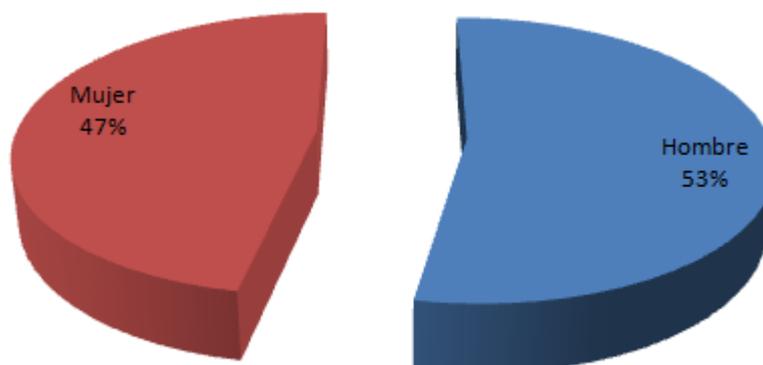
La mayor parte de los visitantes que han participado en la encuesta se localizan en los siguientes intervalos de edad: de 41 a 50 años, con un 33%, de 31 a 40 años, con un 24%, y de 50 a 60 años con un 23%. Destaca que en el grupo de más de 60 años se ha registrado un 15% del total.

Es de señalar que en el intervalo de menos de 20 años no se ha registrado ninguna persona, debido a que en su totalidad han sido menores de edad acompañados de tutores, a los que se ha preferido entrevistar.



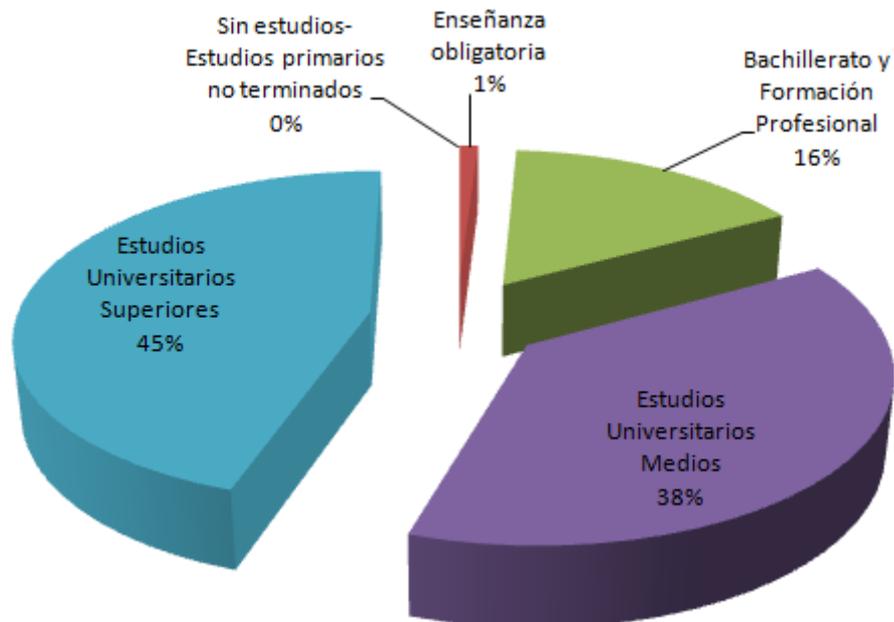
2.2 SEXO:

En la muestra realizada el número de mujeres alcanza un 47% y de hombres un 53%, siendo el porcentaje prácticamente igual.



2.3 NIVEL DE ESTUDIOS:

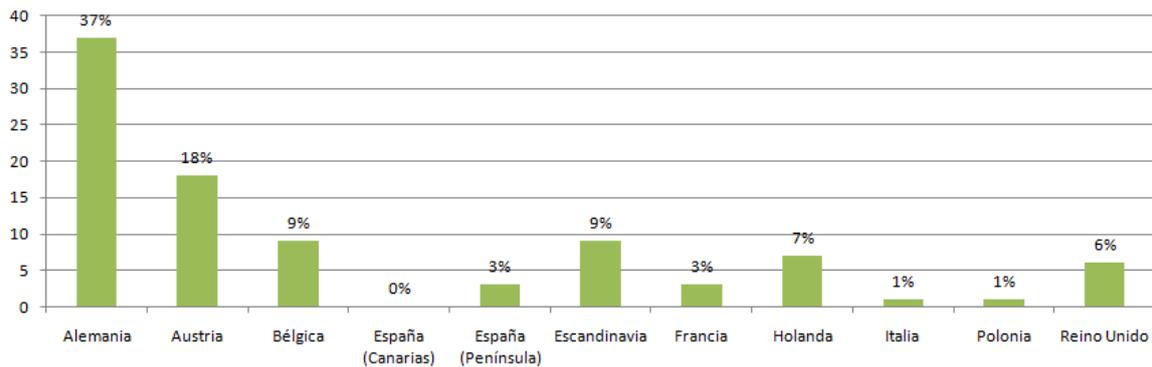
Destaca el grupo de visitantes de estudios Universitarios Superiores con un 45 %, siguiéndole en importancia el de estudios Universitarios Medios con un 38 %. Sólo un 1% de los participantes en las encuestas han cursado únicamente Enseñanza Obligatoria.



2.4 PROCEDENCIA:

Procedencias	Porcentaje
Alemania	37
Austria	18
Bélgica	9
España (Canarias)	0
España (Península)	3
Escandinavia	9
Francia	3
Holanda	7
Italia	1
Polonia	1
Reino Unido	6
Suiza	6

La mayor parte de los visitantes procede de Alemania (37%), siguiéndole en importancia el turismo austriaco (18%). Así mismo, cabe destacar otros grupos que aparecen con frecuencias similares, entre un 6 y un 9%, que son Bélgica, el turismo procedente de los países escandinavos, Holanda, Reino Unido y Suiza. Es de destacar que no fue encuestado ningún visitante canario durante este período.

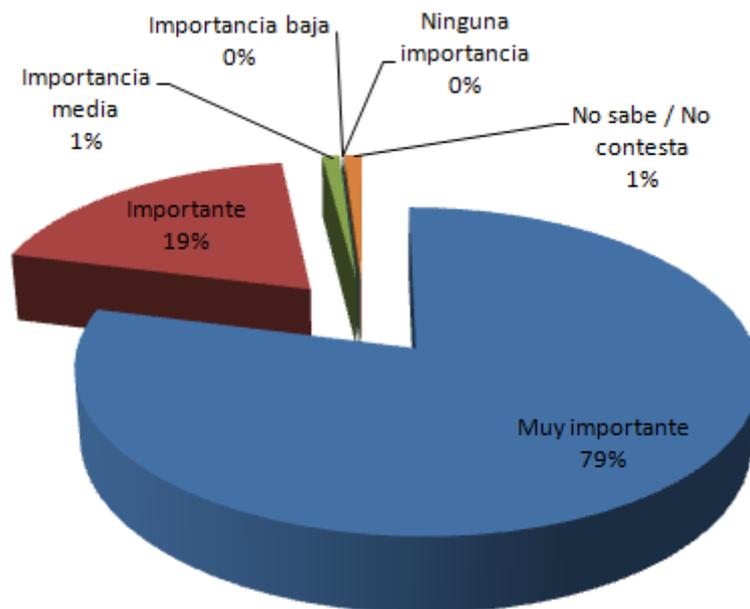


3. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA.

Motivaciones que influyeron en su decisión de visitar la Isla:

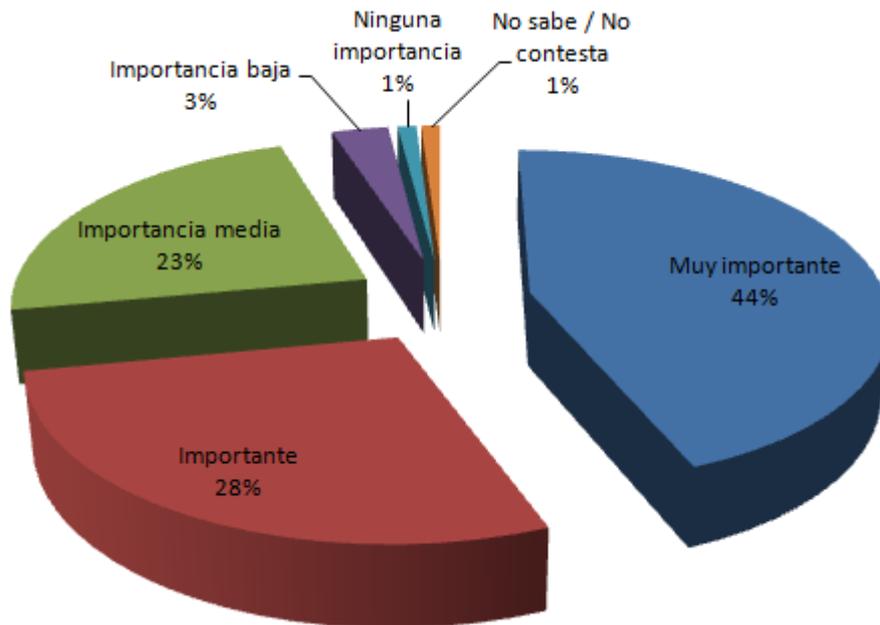
3.1 IMPORTANCIA DE DISFRUTAR DEL BUEN TIEMPO:

Un gran porcentaje de las personas encuestadas, un 79%, consideraba como muy importante las buenas condiciones del tiempo en su decisión de visitar La Gomera, y un 19% lo consideró también importante.



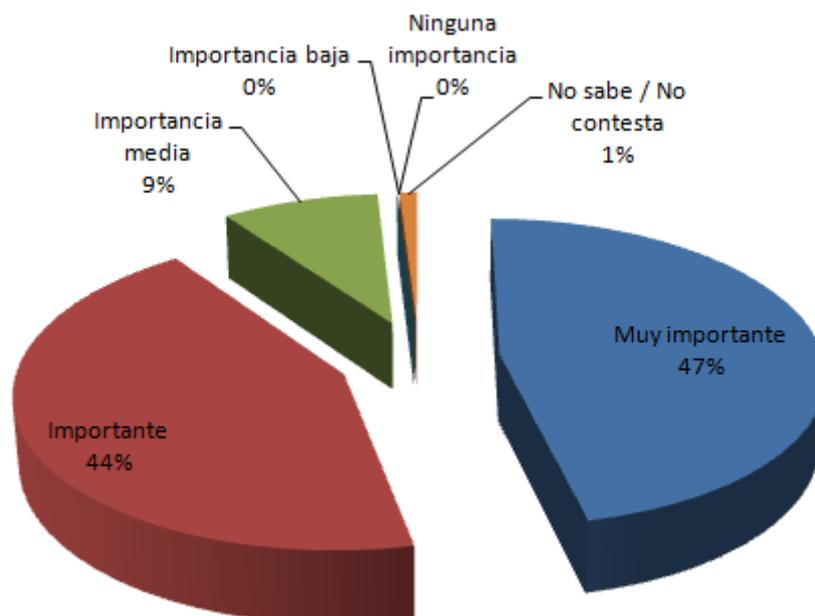
3.2 IMPORTANCIA DEL SOL Y PLAYA:

Destaca el grupo de opinión en el que disfrutar del sol y de la playa tuvo una gran importancia a la hora de visitar la Isla con un 44%. Le sigue con un 28% el grupo de quienes opinaron que es importante, seguido del grupo que considera que tuvo una importancia media (23%).



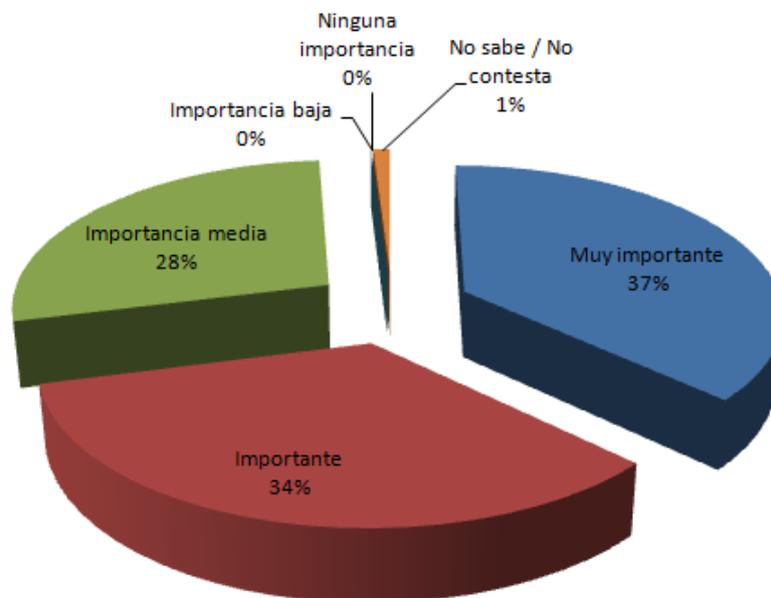
3.3 IMPORTANCIA DE PASEAR Y CONTEMPLAR LA NATURALEZA:

La mayor parte de los encuestados considera pasear y contemplar la naturaleza como una actividad muy importante (47%) y un 44% lo considera importante. A sólo una minoría de los encuestados esta actividad les parece de importancia media (9%), y un escaso 1% no sabe o no contesta.



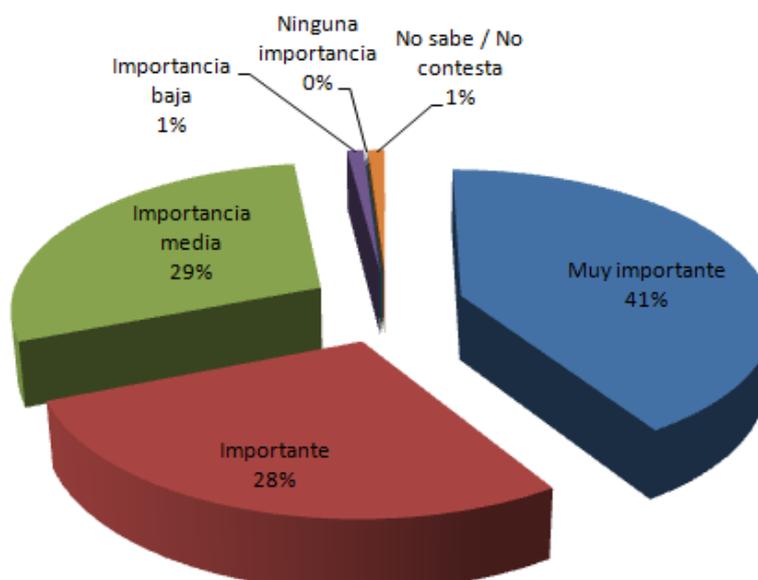
3.4 INTERÉS EN FLORA Y FAUNA:

La mayor parte de los encuestados (37%) muestra bastante interés en la flora y fauna insulares, y un 34% lo considera importante. Un 28% lo considera de importancia media.



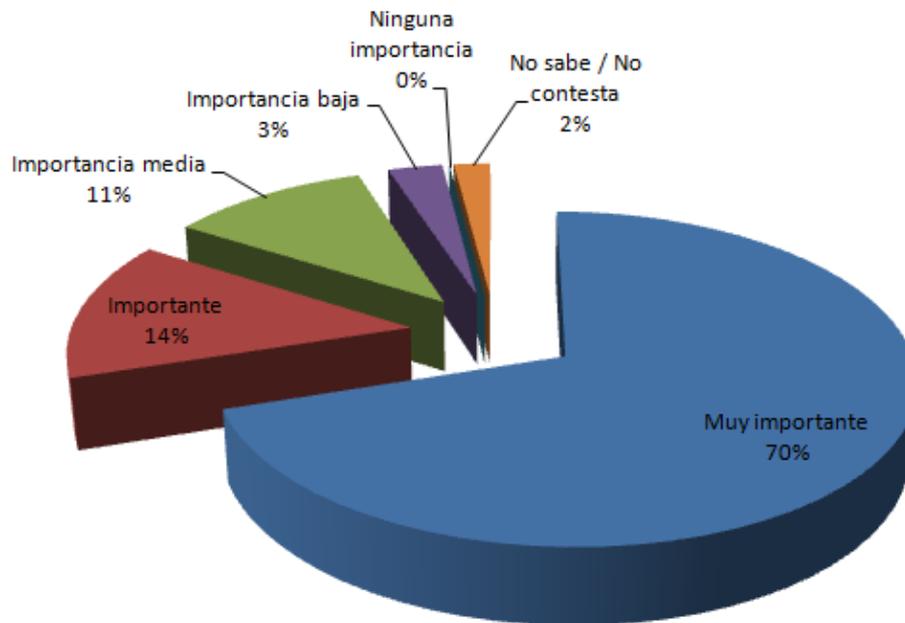
3.5 VISITAR ESPECIFICAMENTE EL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY:

La mayor parte de los visitantes considera muy importante (41%) o importante (28%) visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay durante su estancia en La Gomera. Un porcentaje que alcanza el 29% lo considera de importancia media. Sólo un 1% de los encuestados valora como poco importante la visita al Parque Nacional.



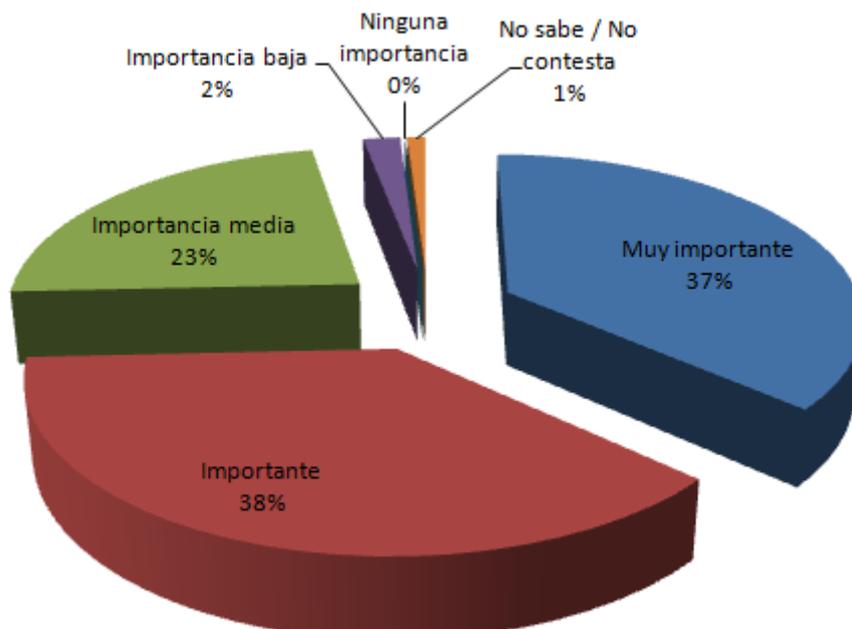
3.6 PODER REALIZAR SENDERISMO:

La gran mayoría de los encuestados, un 70%, considera muy importante el poder realizar senderismo en la Isla, un 14% lo considera importante, un 11% de importancia media, frente a un pequeño porcentaje de tan sólo un 3% que lo considera de importancia baja.



3.7 IMPORTANCIA DE LA CULTURA TRADICIONAL:

Un 38% de los encuestados considera la cultura tradicional importante, un porcentaje ligeramente menor (37%), lo considera muy importante frente a un 23%, que lo considera de importancia media.



3.8 OTRAS MOTIVACIONES:

Otras motivaciones a la hora de visitar la Isla que los encuestados han señalado son: practicar ciclismo de montaña, visitar amigos, buscar tranquilidad, descansar, meditar, etc.

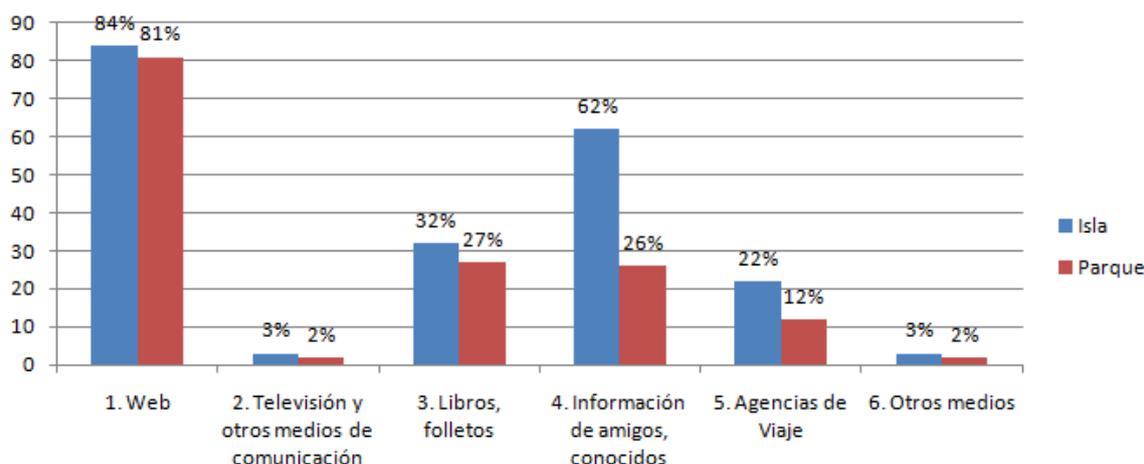
3.9 CUÁLES FUERON LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN POR LOS QUE HAN TENIDO CONOCIMIENTO DE LA GOMERA Y DEL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY.

Medio	Porcentaje Isla	Porcentaje Parque
1. Web	84	81
2. Televisión y otros medios de comunicación	3	2
3. Libros, folletos	32	27
4. Información de amigos, conocidos	62	26
5. Agencias de Viaje	22	12
6. Otros medios	3	2

La forma de obtener información por parte de los visitantes puede ser múltiple, es decir que una misma persona ha podido ser informada de La Gomera, y del Parque Nacional de Garajonay por distintos medios.

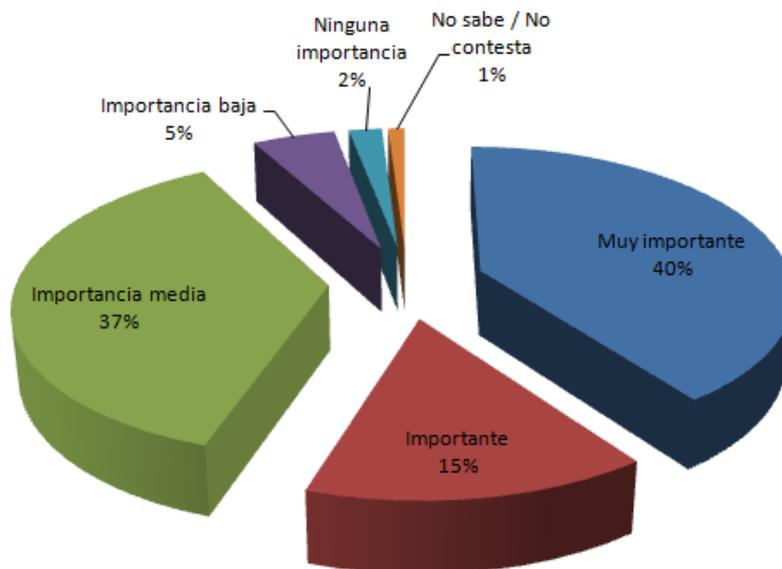
Destacan las consultas en la Web como medio informativo más utilizado, tanto para la Isla (84%) como para el Parque Nacional de Garajonay (81%). La información aportada por amigos y conocidos acerca de la Isla supone un 62% y sobre el Parque Nacional de Garajonay un 26%. Las consultas en libros y folletos sobre la Isla suponen un 32%, mientras que la información consultada a cerca del Parque Nacional es algo inferior (27%). La información aportada por agencias de viaje es bastante inferior tanto para la Isla (22%), como para el Parque Nacional de Garajonay (12%).

Medios de información a cerca de La Gomera y del Parque Nacional de Garajonay.

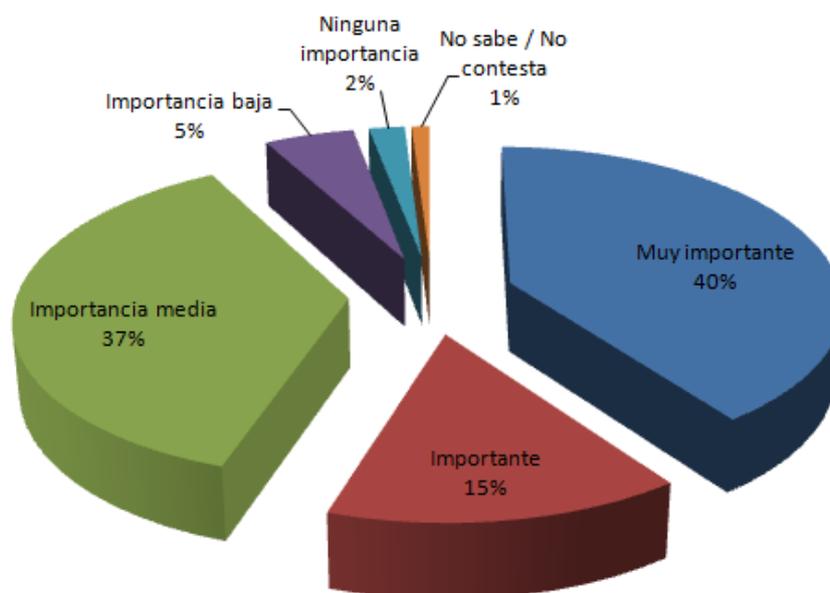


3.10 QUÉ IMPORTANCIA TUVO AL VISITAR EL GARAJONAY QUE ESTE FUESE PARQUE NACIONAL:

Un 40% de los encuestados ven esta categoría de protección muy importante y un 15% la considera importante. Otro grupo opina que para ellos tuvo una importancia media (37%), y para un 5% tuvo una importancia baja. Sólo para un 2% de los encuestados esta categoría no tiene importancia.



3.11 QUÉ IMPORTANCIA TUVO AL VISITAR EL GARAJONAY QUE ESTE FUESE PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD:



La mayor parte de los encuestados no distingue entre las categorías de Parque Nacional y de Patrimonio de la Humanidad, por ello los resultados son idénticos.

4 CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

4.1 DÍAS DE PERMANENCIA EN LA ISLA:

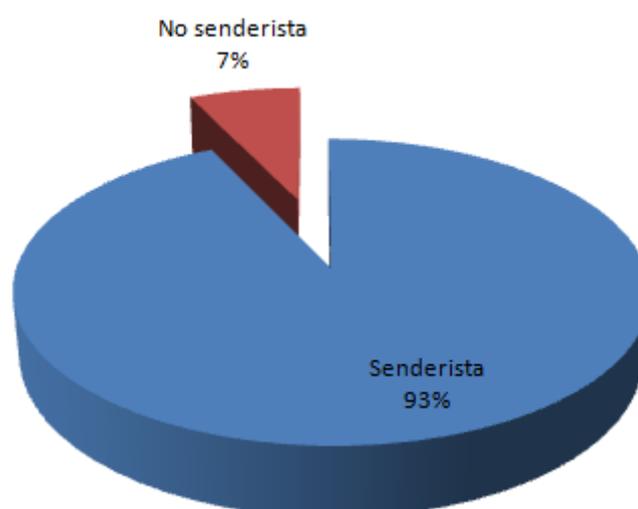
Días	Porcentaje
1 día	2
2 días	0
3-4 días	2
5-7 días	28
1-2 semanas	60
Más de 2 semanas	7
Vive aquí	0
No sabe/no contesta	0

De las 323 personas encuestadas, un 60% permanece en la Isla de 1 a 2 semanas, seguidas de un grupo que permanece entre 5 y 7 días, y que representa un 28%. Hay que destacar a aquellos encuestados con una permanencia superior a las 2 semanas (7%). Otro grupo interesante lo constituye el tipo de visitantes de un 1 día que viene de Tenerife, y que representa un 2% de los encuestados.

5 SENDERISMO:

5.1 SENDERISTAS:

La mayoría de los visitantes a La Gomera practica el senderismo (93%). Sólo un 7% de los encuestados responde que no realiza o ha realizado senderismo.

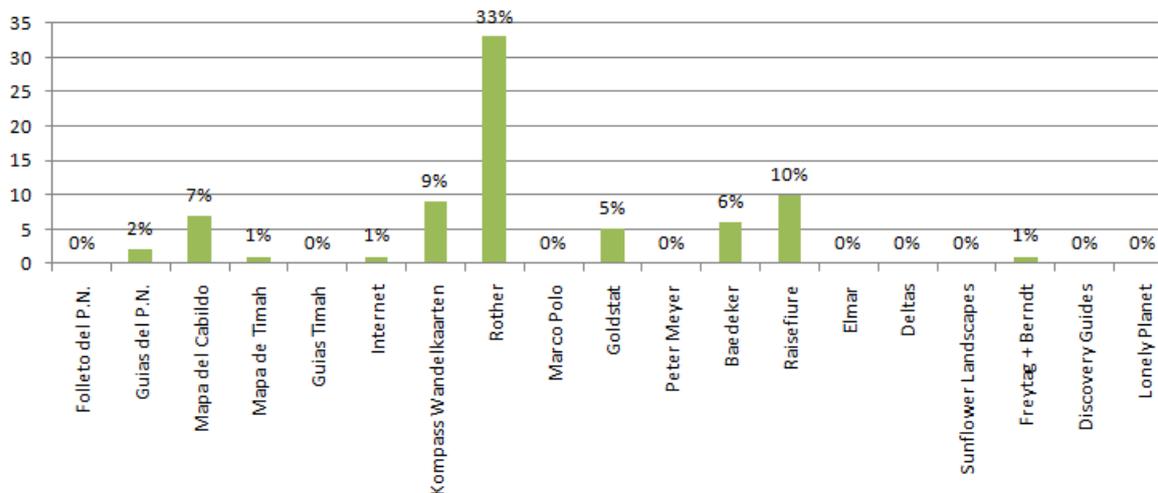


5.2 LIBROS, MAPAS, Y FOLLETOS UTILIZADOS POR LOS VISITANTES SENDERISTAS PARA ORGANIZAR SU EXCURSIÓN:

Información	Porcentaje
Rother	33
Raisefiure	10
Kompass Wandelkaarten	9
Mapa del Cabildo	7
Baedeker	6
Goldstat	5
Guias del Parque Nacional Garajonay	2
Freytag + Berndt	1
Mapa de Timah	1
Internet	1
Guias Timah	0
Folleto del Parque Nacional Garajonay	0
Peter Meyer	0
Lonely Planet	0
Elmar	0
Deltas	0
Sunflower Landscapes	0
Discovery Guides	0
Marco Polo	0

Habría que aclarar que la mayor parte de los visitantes suele hacer uso de uno o varias publicaciones para organizar sus excursiones por la Isla. Hay que destacar que un gran número de senderistas utiliza la guía Rother (33%). Le siguen Raisefiure con un 10%, Kompas con un 9%; y el mapa del Cabildo con un 7%.

Libros, mapas y folletos utilizados por los visitantes-senderistas para organizar su excursión.



6 INFLUENCIA EN EL ENTORNO:

6.1 GASTO DE LOS VISITANTES ALEMANES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	2
De 20 - 30 €	15
De 30 - 50 €	60
De 50 - 100 €	18
De 100 - 200 €	1
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	4

Un 60% de los alemanes que nos visita gasta entre 30 y 50 euros por persona y día en la Isla. Le sigue un grupo de un 18% que gasta entre 50 y 100 euros al día.

Un porcentaje de un 15% gasta de 20 a 30 euros, existiendo un grupo muy reducido que declara gastar menos de 20 euros al día (2%).

6.2 GASTO DE LOS VISITANTES AUSTRIACOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	2
De 20 - 30 €	19
De 30 - 50 €	63
De 50 - 100 €	12
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	4

Un 63% de los visitantes procedentes de Austria, gasta por persona y día en la Isla entre 30 y 50 euros. Otro grupo, que representa el 19% gasta entre 20 y 30 euros al día. Y un grupo que representa un 12%, gasta entre 50 y 100 euros al día.

6.3 GASTO DE LOS VISITANTES BELGAS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	7
De 20 - 30 €	28
De 30 - 50 €	45
De 50 - 100 €	21
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Un 45% de los encuestados belgas gasta entre 30 y 50 euros al día, un 21% gasta entre 50 y 100 euros, y un 28% gasta entre 20 y 30 euros al día.

6.4 GASTO DE LOS VISITANTES CANARIOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

No se reflejan datos en este punto ya que no fue encuestado ningún visitante que proceda del Archipiélago.

6.5 GASTO DE LOS VISITANTES PENÍNSULARES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	20
De 20 - 30 €	20
De 30 - 50 €	50
De 50 - 100 €	10
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Un 50% de los visitantes peninsulares gasta entre 30 y 50 euros al día, le sigue un grupo que representa un 20% que gasta entre 50 y 100 euros al día, y grupo de un 20%, que gasta menos de 20 euros. Es destacable también (10%), que gasta entre 50 y 100 euros al día.

6.6 GASTO DE LOS VISITANTES DE EUROPA DEL ESTE POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

No se reflejan en forma de tabla estos datos ya que sólo un encuestado provenía de Europa del Este. Declaró haber gastado entre 50 y 100 euros al día.

6.7 GASTO DE LOS VISITANTES FRANCESES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	0
De 20 - 30 €	30
De 30 - 50 €	60
De 50 - 100 €	10
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca el grupo de franceses que gasta entre 30 y 50 euros al día (60%), seguido por el grupo que declara gastar entre 20 y 30 euros.

6.8 GASTO DE LOS VISITANTES HOLANDESES POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	0
De 20 - 30 €	17
De 30 - 50 €	57
De 50 - 100 €	26
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca el grupo de holandeses que gasta al día entre 30 y 50 euros (57%), le sigue un grupo que gasta entre 50 y 100 euros (26%). El restante 17% declara gastar entre 20 y 30 euros al día.

6.9 GASTO DE LOS VISITANTES ITALIANOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

No se reflejan en forma de tabla estos datos ya que el número de visitantes italianos encuestados no es muy numeroso (3 encuestados). Un 67% (2) declara gastar entre 50 y 100 euros al día, y el 33% restante (1) entre 20 y 30 euros.

6.10 GASTO DE LOS VISITANTES POLACOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

No se reflejan en forma de tabla estos datos ya que el número de visitantes polacos encuestados no es muy numeroso (2 encuestados). Uno de los encuestados (50%) declara gastar entre 50 y 100 euros, y el otro encuestado declara gastar entre 30 y 50 euros.

6.11 GASTO DE LOS VISITANTES BRITÁNICOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	5
De 20 - 30 €	26
De 30 - 50 €	42
De 50 - 100 €	26
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

El 42% de los encuestados gasta entre 30 y 50 euros al día. Un 26% de ellos gasta entre 50 y 100, y un grupo de un 26% gasta entre 20 y 30. Declaran gastar menos de 20 euros al día sólo un 5% de los encuestados.

6.12 GASTO DE LOS VISITANTES DEL RESTO DE EUROPA POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

No se reflejan datos en este punto ya que no fue encuestado ningún visitante que proceda de la agrupación "Resto de Europa".

6.13 GASTO DE LOS VISITANTES SUIZOS POR PERSONA Y DÍA DURANTE SU ESTANCIA EN LA ISLA:

Cantidad	Porcentaje
Menos de 20 €	5
De 20 - 30 €	10
De 30 - 50 €	45
De 50 - 100 €	40
De 100 - 200 €	0
Más de 200 €	0
No sabe/No contesta	0

Destaca un grupo que representa el 45% y que gasta al día entre 30 y 50 euros. Le sigue un grupo que gasta entre 50 y 100 euros (40%) y un pequeño grupo que gasta entre 20 y 30 euros al día (10%).

7 CONCLUSIONES PERIODO DE INVIERNO:

7.1 PERFIL DEL VISITANTE:

En las encuestas obtenidas se refleja una población visitante distribuída mayoritariamente en tres intervalos de edad: de 41 a 50, de 31 a 40 y de 50 a 60 años.

En relación al sexo la distribución es bastante equitativa, un 47% de mujeres y un 53% de hombres.

En cuanto al nivel de estudios destaca el grupo con estudios Universitarios Superiores (45%), y los que tienen estudios Universitarios Medios (38%). Así se puede concluir que el turismo que visita la isla tiene un nivel formativo alto.

Los visitantes encuestados proceden en su mayor parte de Europa destacando a Alemania (37%), seguidos a mucha distancia de Austria (18%), Bélgica, Holanda, Reino Unido y Suiza, lo que se corresponde con el mercado turístico tradicional que visita la Isla.

En la época de estas encuestas (invierno) destaca que no haya sido encuestado ningún visitante procedente de Canarias.

7.2 ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA:

A la hora de elegir La Gomera como destino turístico los visitantes tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: en primer lugar consideran muy importante el buen tiempo, seguido de muy cerca por la posibilidad de hacer senderismo, seguido, a mucha distancia porcentual, de visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay, y por el interés en nuestra flora y fauna.

Los medios de información por los cuales han tenido conocimiento de la Isla y del Parque Nacional han sido de forma general los siguientes: la Web, información de amigos y conocidos, seguido de libros y folletos.

Para algo más de la mitad de los encuestados ha sido importante que el Garajonay sea Parque Nacional y Patrimonio de la Humanidad, aunque no distinguen entre las categorías.

7.3 CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA:

Más de la mitad de los encuestados (60%) afirma permanecer en la Isla entre una y dos semanas, y casi el total de ellos practica senderismo (93%).

Entre los mapas y folletos que utilizan a la hora de organizar las excursiones destaca el elevado número de personas que utiliza la guía de viajes Rother.

7.4 INFLUENCIA EN EL ENTORNO:

Se estima a partir de las encuestas que la mayor parte de los visitantes gasta una media de entre 30 y 50 euros por persona y día en la Isla, sea cual sea la procedencia.

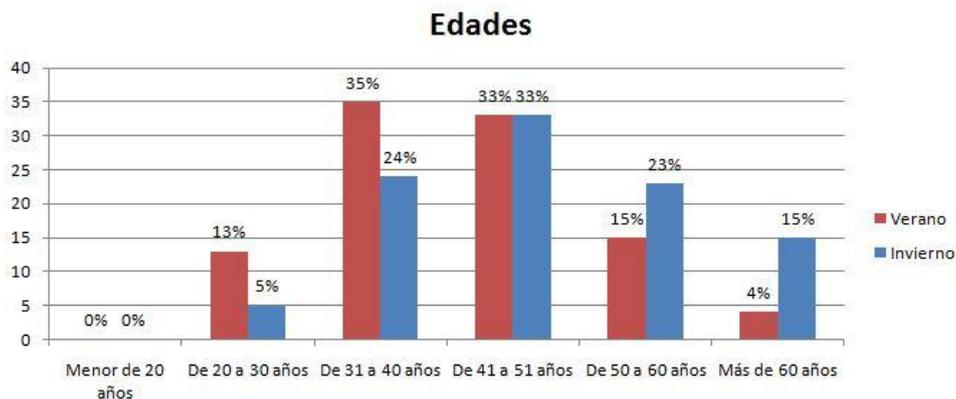
COMPARATIVAS (VERANO E INVIERNO)

A continuación se exponen las comparativas entre los resultados de los dos períodos de trabajo: el de verano (23 de agosto - 23 de septiembre) y el de invierno (4 de noviembre - 4 de diciembre).

Las muestras efectivas en las que se basa el siguiente informe son de 297 individuos en el período de verano y de 323 individuos en el período de invierno.

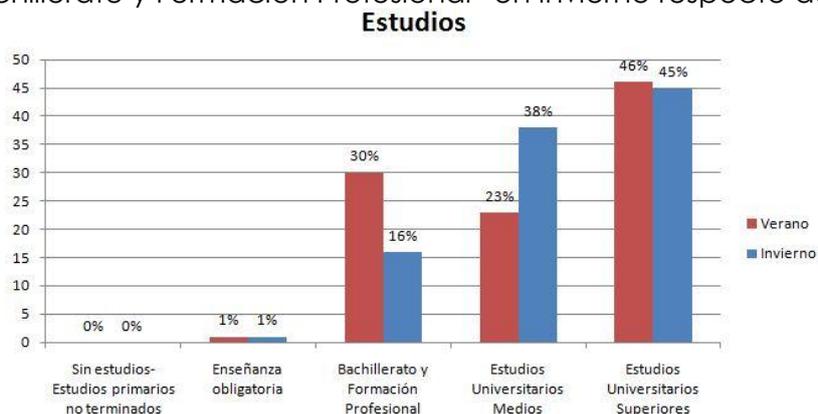
1. PERFIL DEL VISITANTE.

1.1. EDAD: La edad aumenta en el período de invierno. Como puede observarse, los rangos de edad de 50 a 60 años y de más de 60 años aumentan su porcentaje en invierno respecto al verano. Por el contrario, los rangos de edad de 31 a 40 años y de 20 a 30 años disminuyen su porcentaje en invierno.



1.2. SEXO: No existen diferencias evidentes en cuanto a sexo entre los períodos, moviéndose ambos rangos (varones y mujeres) en torno a un 50%.

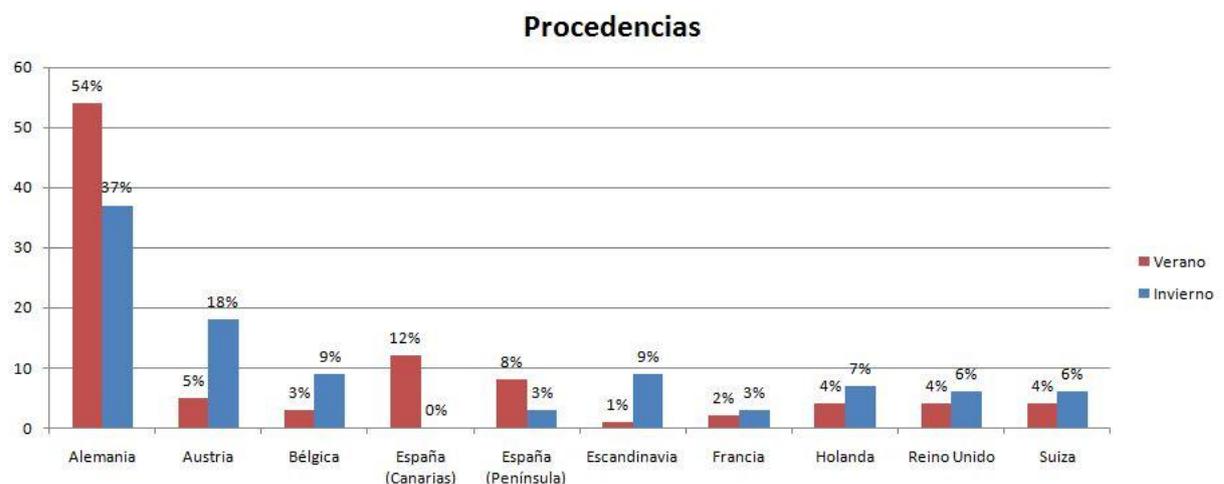
1.3. NIVEL DE ESTUDIOS: El nivel de estudios de los visitantes de La Gomera es mayoritariamente universitario en ambos períodos. Existe un apreciable aumento del rango "Estudios Universitarios Medios" en invierno respecto a verano. Por el contrario, existe una disminución que merece resaltarse del rango "Bachillerato y Formación Profesional" en invierno respecto del verano.



1.4. PROCEDENCIA: El turismo mayoritario es el de procedencia alemana, aunque su porcentaje de participación, al contrario de lo que cabía esperar, disminuye en invierno respecto al verano, al pasar de un 54% en el período estival a un 37% en el invernial. La reducción más drástica a este respecto es la que se observa en el turismo español, sobre todo, el del rango “Canarias” que pasa del 12 al 0% de verano a invierno; el rango “Península” también disminuye al pasar del 8 al 3%.

Procedencia	Porcentaje período verano	Porcentaje período invierno	Tendencia
Alemania	54	37	↓
Austria	5	18	↑
Bélgica	3	9	↑
España (Canarias)	12	0	↓
España (Península)	8	3	↓
Escandinavia	1	9	↑
Francia	2	3	↑
Holanda	4	7	↑
Reino Unido	4	6	↑
Suiza	4	6	↑

El resto de rangos aumenta en invierno respecto a verano, destacando las subidas de Austria (del 5 al 18%), Escandinavia (del 1 al 9%), Bélgica (del 3 al 9%) y Holanda (del 4 al 7%).



2. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA.

2.1. Motivaciones:

2.1.1. Motivaciones: Importancia de disfrutar del buen tiempo. Existen patentes diferencias de porcentajes entre el invierno y el verano respecto a la importancia de disfrutar del buen tiempo como motivo para visitar la isla, siendo mucho mayor el porcentaje en el período de invierno.

2.1.2. Motivaciones: Importancia del sol y playa. Existen diferencias de porcentaje, siendo mayores en el período de invierno los porcentajes que reflejan la importancia del sol y playa a la hora de visitar la isla.

2.1.3. Motivaciones: Importancia de pasear y contemplar la naturaleza. Existen importantes diferencias de porcentaje, habiendo una disminución de los mismos del verano respecto al invierno: si en verano un 63 % de los encuestados consideró muy importantes poder realizar estas actividades como motivo para visitar la isla, en invierno este porcentaje alcanzó un 47%.

2.1.4. Motivaciones: Interés en flora y fauna. Si bien este interés es una motivación importante para visitar la isla, no existen diferencias reseñables entre un período y otro.

2.1.5. Motivaciones: Visitar específicamente el Parque Nacional de Garajonay. A pesar de ser una motivación importante a la hora de planificar la visita a La Gomera, no existen diferencias reseñables entre ambos períodos de estudio.

2.1.6. Motivaciones: Poder realizar senderismo. Existe una gran diferencia entre los porcentajes de quienes consideran muy importante poder realizar senderismo como motivo para visitar la isla, si se compara el período de verano (56%) con el período de invierno (70%). También destaca el dato de que en las encuestas realizadas en invierno el porcentaje de quienes no dan ninguna importancia a esta actividad es 0%, mientras que en verano alcanza un valor de un 4%.

2.1.7. Motivaciones: Importancia de la cultura tradicional. Sólo se observa diferencias entre períodos en los porcentajes de quienes consideraron muy importante este motivo para visitar la isla: en verano alcanza un 25%, mientras que en invierno este porcentaje se eleva hasta un 37%. Es de resaltar que estos datos no se corresponden con la mayor frecuencia de eventos de cultura tradicional (fiestas populares) que hay en la época estival.

2.1.8. Motivaciones: Otras motivaciones. No fueron cuantificados los datos, pero las encuestadoras observaron con mayor frecuencia la motivación "buscar tranquilidad" en la época de invierno respecto a la de verano.

2.2. Medios de información.

En cuanto a los medios de información por los que los visitantes han tenido conocimiento tanto de la isla como del Parque Nacional de Garajonay, existen patentes e interesantes diferencias de porcentajes entre el invierno y el verano.

% Isla Verano	% PN Verano	Medio	% Isla Invierno	% PN Invierno
47	47	Web	84	81
3	2	Televisión y M.A.	3	2
35	38	Libros y folletos	32	27
44	31	Información de amigos, conocidos	62	26
10	9	Agencias de viaje	22	12
13	14	Otros medios	3	2

Como se observa, el medio más utilizado en ambas épocas es las consultas web, existiendo porcentajes similares entre la isla y el Parque Nacional, pero observándose una gran disparidad si se compara entre épocas: en verano un 47%, y en invierno alcanza más de un 80%.

Le sigue en importancia la información facilitada por amigos en ambas épocas. En este punto es importante reseñar algunas diferencias observadas: 1) en invierno este rango alcanza mayor porcentaje respecto al verano; 2) la diferencia entre los porcentajes de la isla respecto a Parque Nacional son importantes, en detrimento de los porcentajes de parque, siendo más acusados en la época de invierno.

En tercer lugar, le sigue el rango de los libros y folletos, siendo ligeramente superiores los porcentajes de la época de verano.

Llama la atención las diferencias detectadas entre los porcentajes que alcanza el rango Agencias de viaje en verano respecto a invierno, y las diferencias entre isla y Parque Nacional en la época de invierno.

También es de destacar las diferencias existentes en el rango Otros medios (incluye la información obtenida mediante guías, en puertos, en hoteles, etc.) entre la época de verano, en la que son sensiblemente superiores, y la de invierno.

2.3. Importancia de ser Parque Nacional/Patrimonio Humanidad al visitar Garajonay.

Para quienes visitaron Garajonay el hecho de que posea estas figuras es importante en ambas épocas, aunque no distinguen entre las categorías Parque Nacional y Patrimonio de la Humanidad.

3. Características de la visita.

3.1. Días de permanencia en la isla.

El número de días que mayoritariamente los encuestados permanecen en la isla es entre 7 y 15 días (rango 1-2 semanas), aunque hay diferencias reseñables si se compara por épocas de estudio, siendo mayor el porcentaje que alcanza este rango en invierno. Es de destacar que el porcentaje que alcanza el rango 1 día (visitantes de tránsito) en verano (10%), disminuye drásticamente en la época de invierno, en la que alcanza un 2% de los encuestados.

Porcentaje Verano	Días de permanencia	Porcentaje invierno
10	1 día	2
2	2 días	0
8	3-4 días	2
25	5-7 días	28
44	1-2 semanas	60
9	Más de dos semanas	7
2	Vive aquí	0
0	No sabe / No contesta	0

4. Senderismo.

4.1. Senderistas. La mayor parte de los encuestados dice practicar el senderismo en ambas épocas de estudio. Se observa una diferencia significativa entre la época de invierno respecto a la de verano si se atiende a los porcentajes: el porcentaje de los que realizan o han realizado senderismo alcanza en invierno el 93 %, mientras que en verano alcanza un 79%.

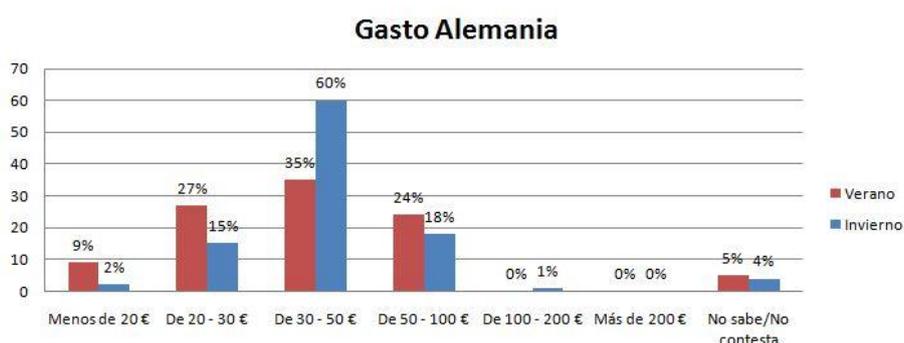
4.2. Libros, mapas y folletos utilizados.

Porcentaje verano	Publicación utilizada	Porcentaje invierno
37	Rother	33
1	Raisefiure	10
8	Kompass Wandelkaarten	9
2	Mapa del Cabildo	7
3	Baedeker	6
9	Goldstat	5
3	Guías del Parque Nacional Garajonay	2
2	Freytag + Berndt	1
1	Mapa de Timah	1
2	Internet	1
2	Guías Timah	0
3	Folleto del Parque Nacional Garajonay	0
1	Peter Meyer	0

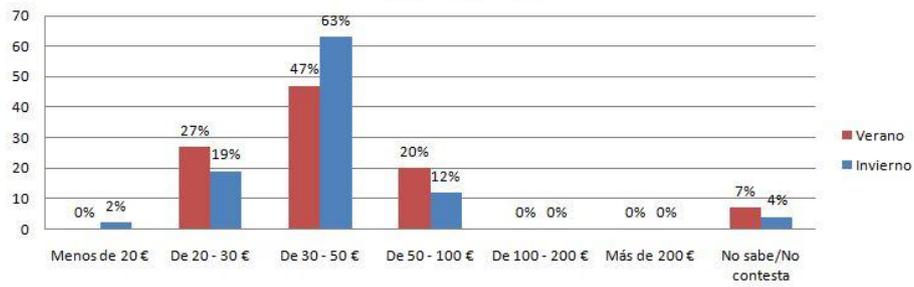
No se observan diferencias destacables entre las épocas de estudio salvo para algunas publicaciones (Raisefiure, Goldstat...). Es reseñable el escaso uso que hacen los senderistas encuestados de las publicaciones oficiales (Cabildo Insular o Parque Nacional).

5. Influencia en el entorno.

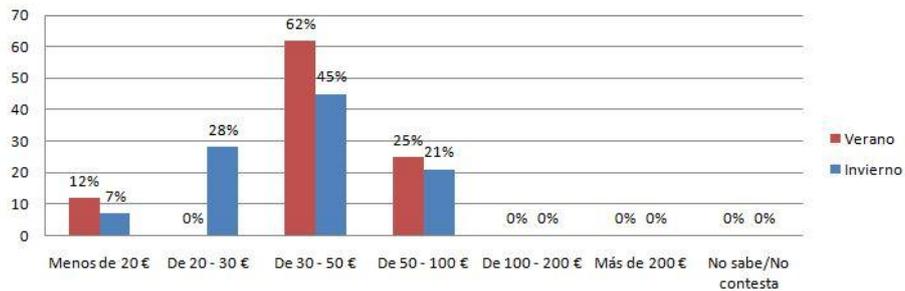
El rango que mayores porcentajes ofrece en cuanto a gastos en todas las nacionalidades analizadas y en ambas épocas es el que va de los 30 a los 50 euros por día. Sin embargo, por lo general, sí se observan diferencias de porcentaje si se analizan las dos épocas de estudio: en prácticamente todas las nacionalidades, el porcentaje de encuestados que señala que gasta entre 30 y 50 euros diarios en su permanencia en la isla es mayor en invierno que en verano, época en la que las horquillas inmediatamente inferior (20-30 €) y superior (50-100 €) alcanzan mayores porcentajes.



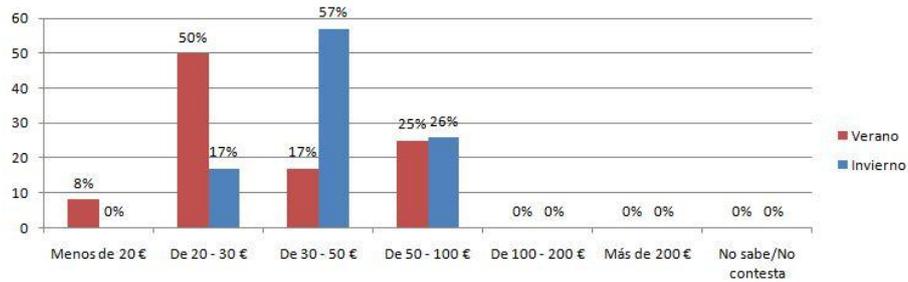
Gasto Austria



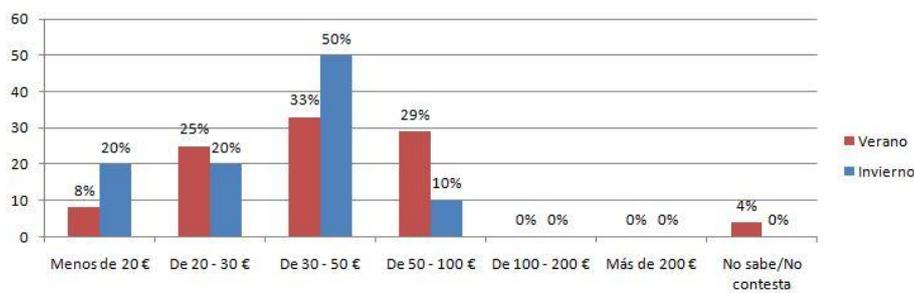
Gasto Bélgica



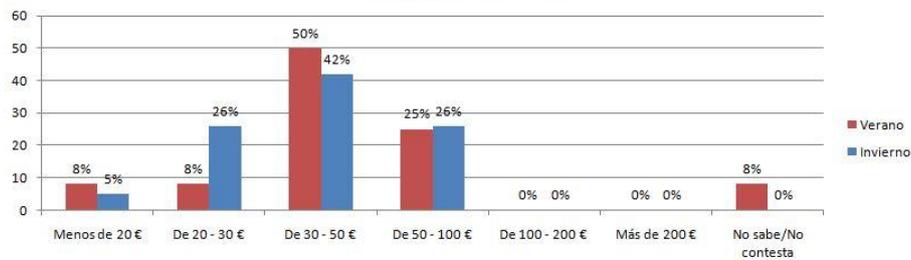
Gasto Holanda



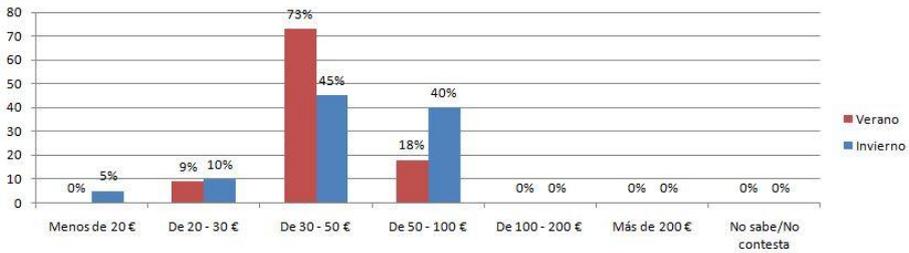
Gasto Península



Gasto Reino Unido



Gasto Suiza



CAPITULO III
CRUCES DE DATOS
(675 ENCUESTADOS)

23 AGOSTO – 4 DICIEMBRE

CRUCES DE DATOS

Este tercer capítulo contiene un análisis obtenido a partir del cruce entre algunos de los datos obtenidos a partir del tratamiento de la información recabada por la encuesta (tamaño muestral 675 individuos).

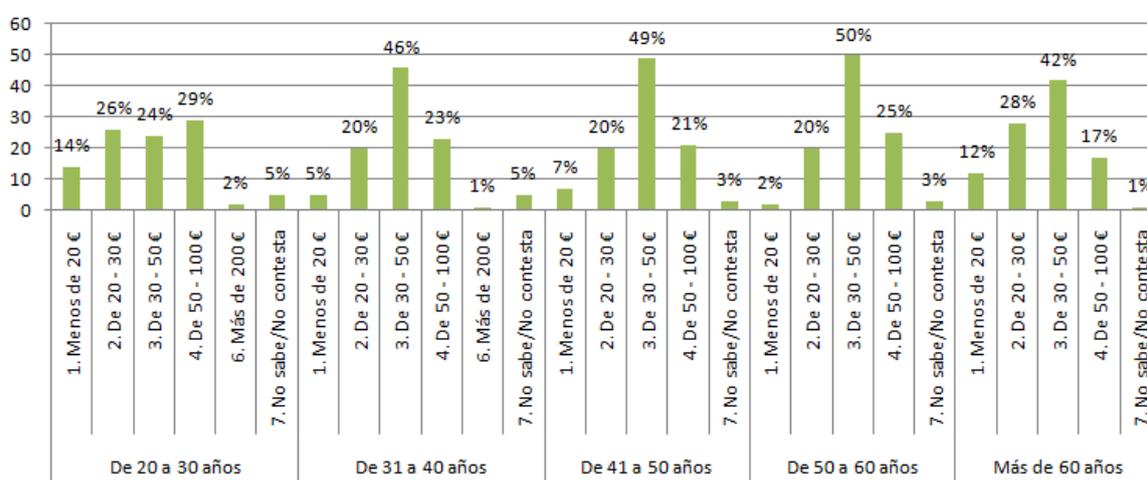
GASTO SEGÚN LA EDAD DEL VISITANTE

Este cruce arroja datos significativos acerca del gasto que realizan los encuestados según el rango de edad al que éstos pertenecen.

Se observa que los visitantes con las edades comprendidas entre los 20 y 30 años son los que más gastan diariamente (un 31% gasta más de 50 euros diarios)

Los visitantes con más de 60 años son los que menos gastan diariamente (un 82% gasta menos de 50 euros diarios)

A excepción de los menores de 30 años y mayores de 60 el gasto diario es muy similar, por ejemplo se observa que en torno a un 50%, independientemente del rango de edad, gasta entre 30 y 50 Euros diarios.



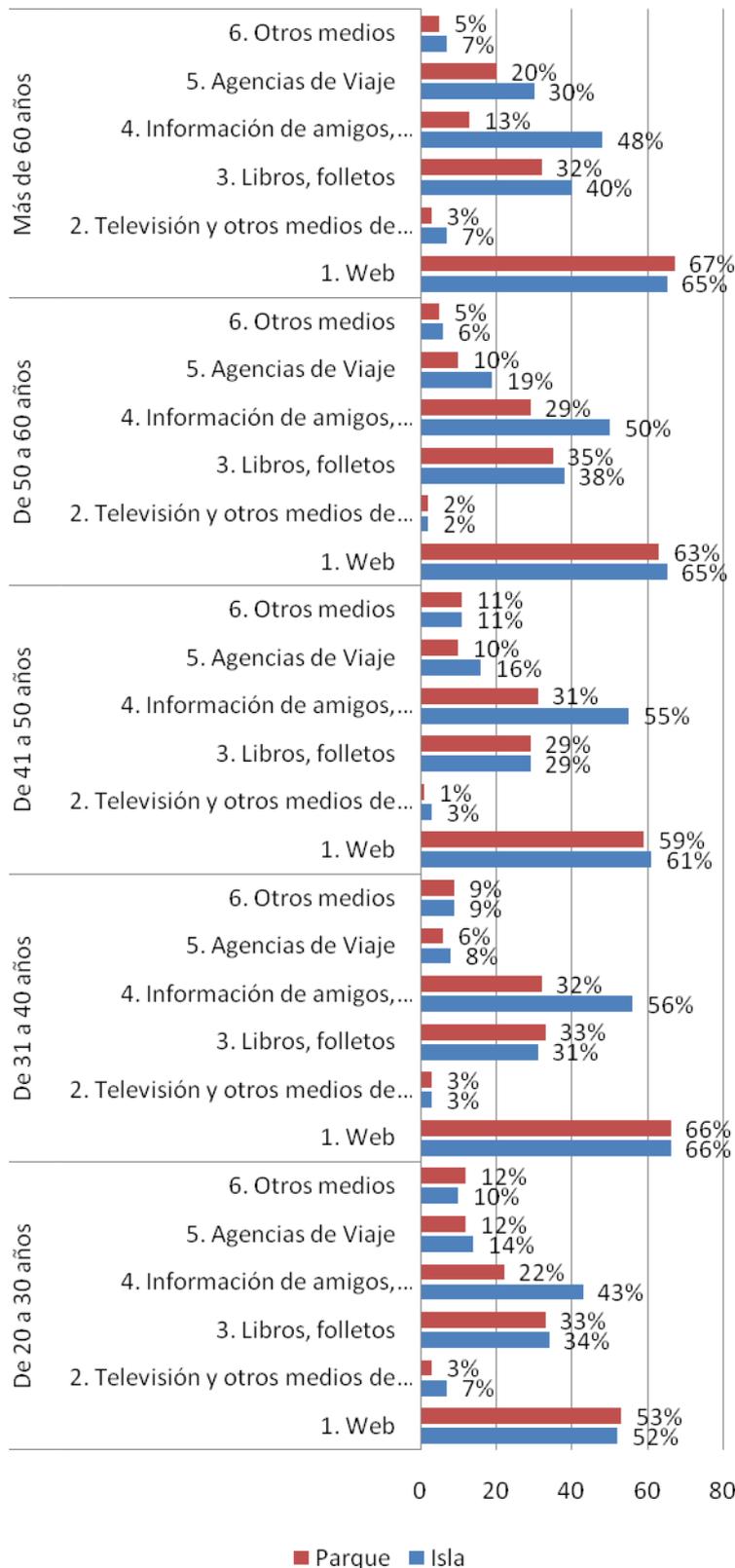
MEDIO DE INFORMACIÓN POR EL QUE EL ENCUESTADO TUVO CONOCIMIENTO DE LA GOMERA Y DEL PARQUE NACIONAL SEGÚN LA EDAD DEL VISITANTE

Cruce que desvela los distintos medios de información por los que tuvieron conocimiento tanto de La Gomera como del Parque Nacional Garajonay los encuestados según el rango de edad de éstos.

El resultado más significativo se observa en los encuestados con más de 60 años, donde se ve que el número de visitantes que obtuvo información tanto

de la Isla como del Parque a través de agencias de viaje, duplica a los demás grupos de edad.

EDAD x MEDIO DE INFORMACIÓN



MEDIO DE INFORMACIÓN POR EL QUE EL ENCUESTADO TUVO CONOCIMIENTO DE LA GOMERA Y DEL PARQUE NACIONAL SEGÚN LA NACIONALIDAD DEL VISITANTE

Cruce de datos que trata de los distintos medios de información por los que tuvieron conocimiento tanto de La Gomera como del Parque Nacional Garajonay los encuestados según la nacionalidad de éstos.

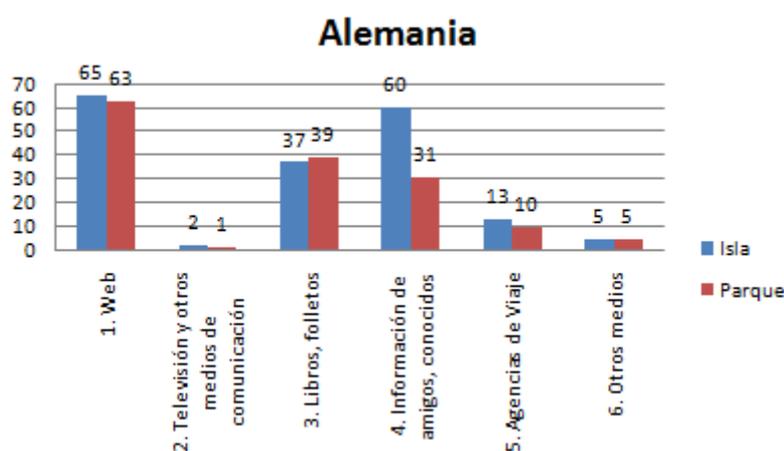
Con estos datos se podrán potenciar los medios de información en el idioma de las Nacionalidades visitantes.

Se observa que a excepción de Canarias y Peninsulares, la mayoría de encuestados del resto de nacionalidades tuvieron conocimiento tanto de la Isla como del Parque Nacional a través de Internet (en torno a un 70% para Isla y Parque a excepción de los encuestados escandinavos que asciende a un 94 y 87 por ciento para la Isla y el Parque respectivamente).

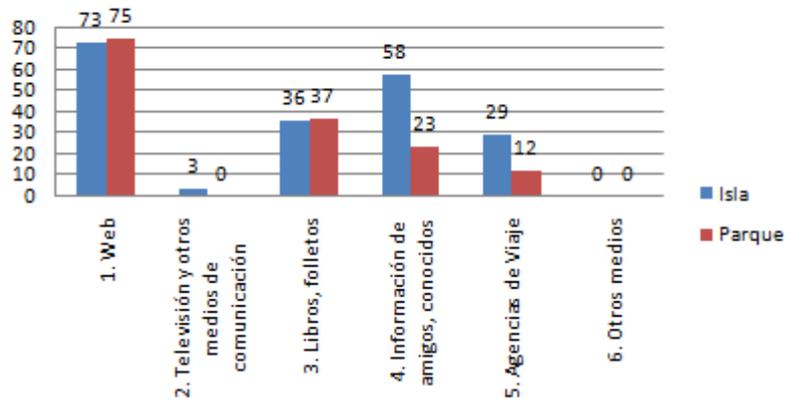
En relación a la televisión y otros medios de comunicación, se observa que muy pocos encuestados tuvieron conocimiento de La Gomera y del Parque Nacional a través de este medio. Provenientes de Francia, Holanda, Reino Unido y Suiza no se registraron ningún encuestado que tuviera conocimiento a través de la televisión u otros medios de comunicación.

Con respecto a libros y folletos no se observan diferencias destacables a excepción de los encuestados canarios, cuya proporción es sensiblemente menor que la de las demás nacionalidades.

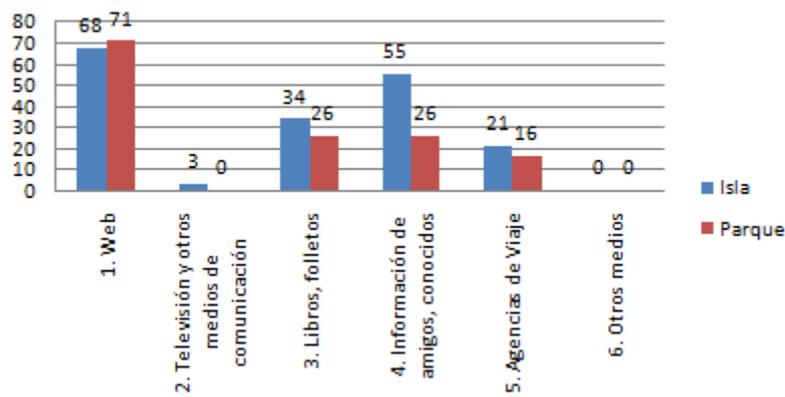
Destacar que tanto canarios como peninsulares tuvieron conocimiento de la Isla y del Parque a través de otros medios, como son: cultura nacional, información de la recepción del hotel o aducen que no es la primera visita que han realizado a la Isla, etc.



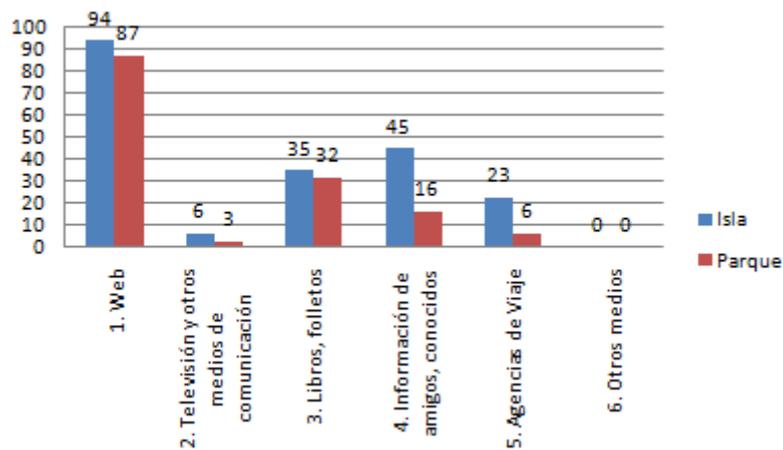
Austria



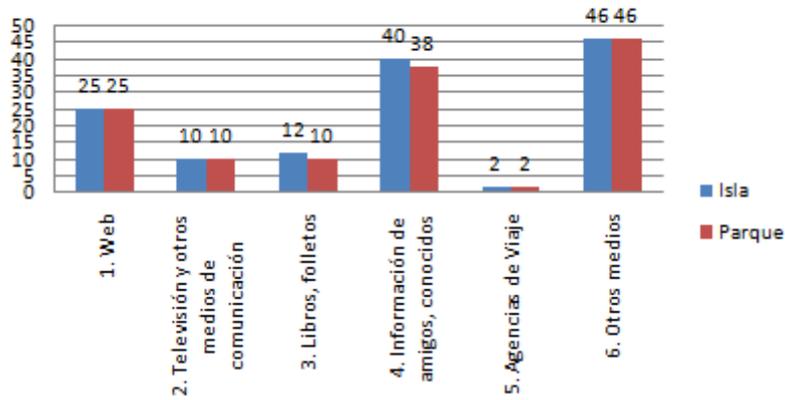
Bélgica



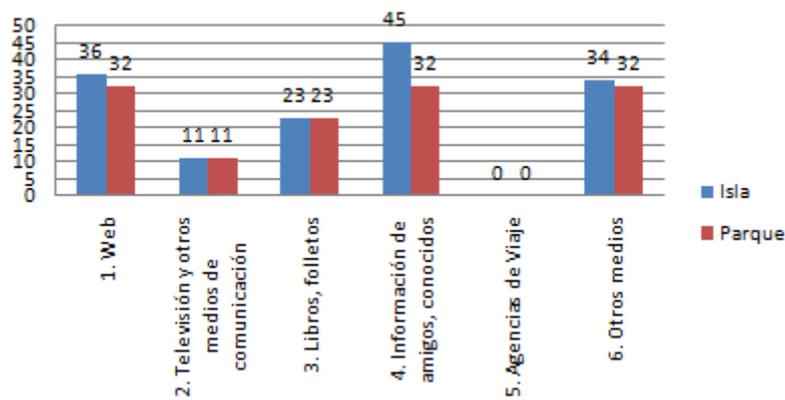
Escandinavia



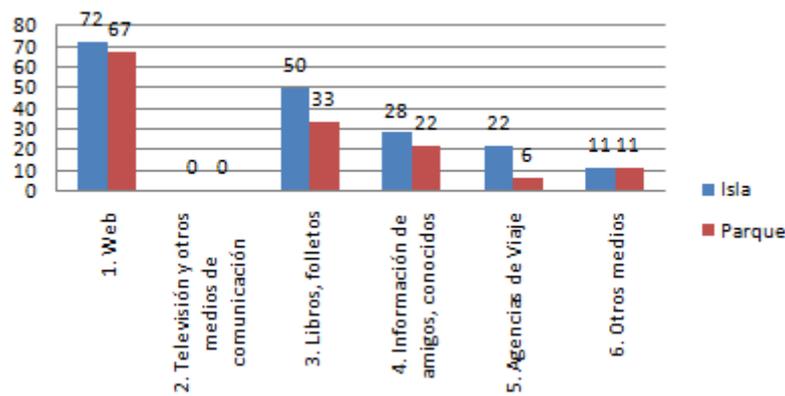
España (Canarias)



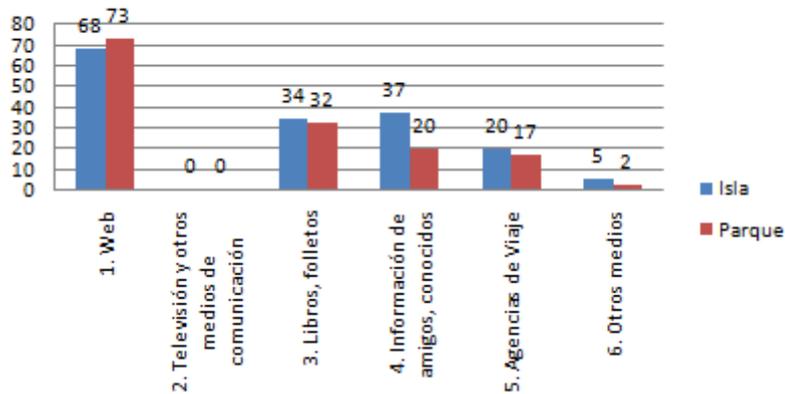
España (Península)



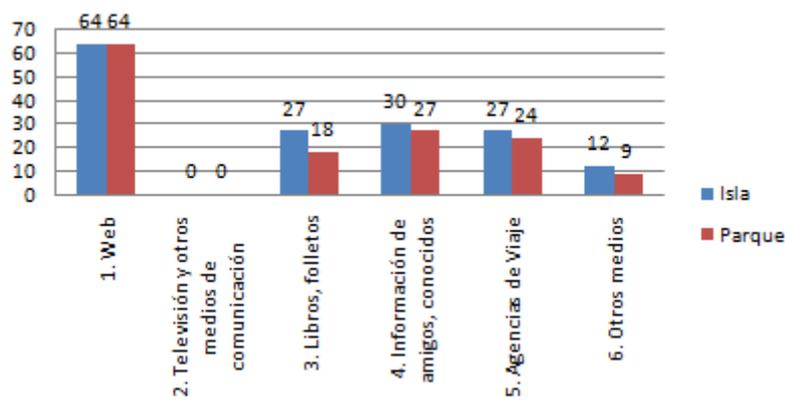
Francia



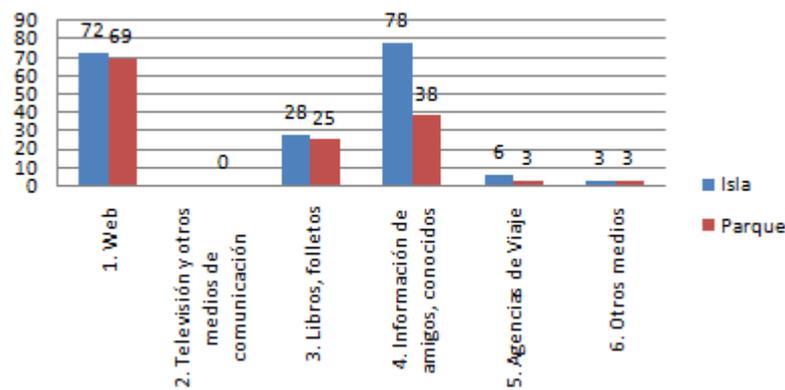
Holanda



Reino Unido

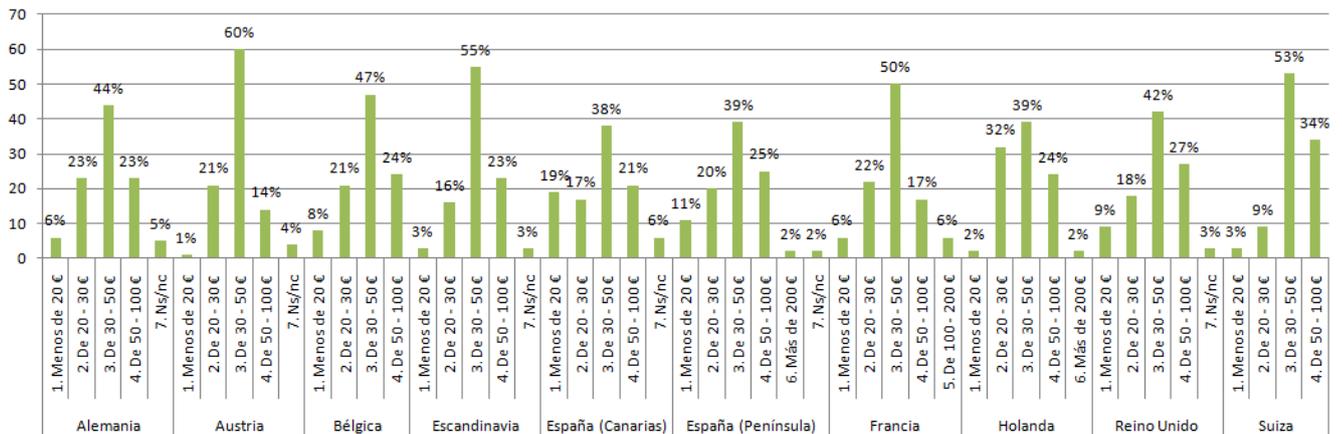


Suiza



GASTO POR NACIONALIDAD DEL VISITANTE

Tras el cruce de datos entre nacionalidad del visitante y gasto por persona y día se genera la gráfica que se muestra a continuación.



De los datos obtenidos se desprende que los encuestados que gastan menos de 20 euros diarios son Canarios y Peninsulares con un 19% y 11% respectivamente.

Se considera que los visitantes que menos gastan diariamente en la Isla son canarios 36%, Holandeses 34% y Peninsulares 31% que gastan menos de 30 euros diarios por persona.

Del mismo modo se considera que los visitantes que más gastan (más de 30 euros diarios) son los procedentes de Suiza con un 87%.

El gasto medio por persona y día independientemente de la nacionalidad se encuentra entre los 30 y 50 euros.

ANEXO

PERFIL DEL VISITANTE DE 1 DÍA

SUGERENCIAS, OPINIONES Y OBSERVACIONES

MODELO DE ENCUESTA REALIZADA

PERFIL DEL VISITANTE DE UN DÍA

Debido a su interés, a continuación se muestra el perfil del visitante a la Isla de 1 día. El porcentaje de visitantes de 1 día asciende al 5% del Total de encuestados.

Con ello se pretende crear un perfil que ayuda a configurar la tipología del visitante de un día.

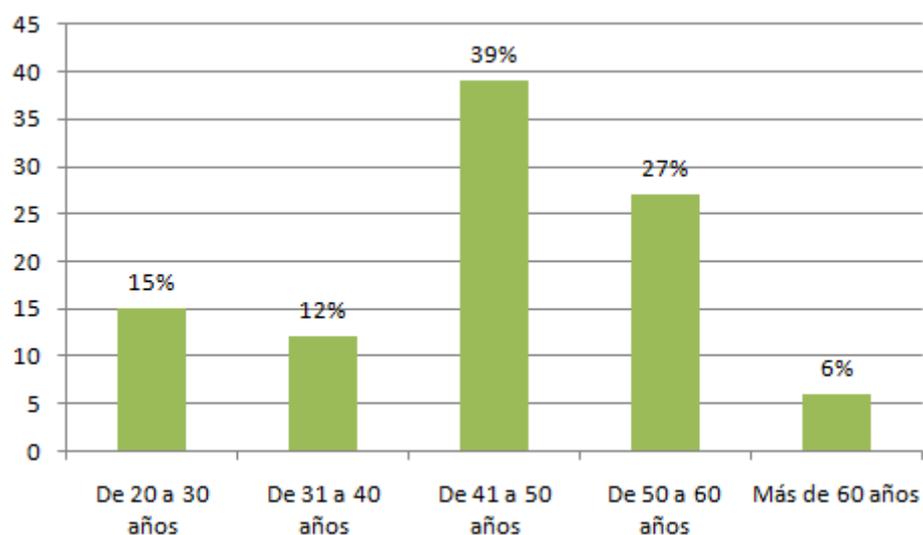
En esta sección se tratan aspectos del visitante de 1 día tales como la edad, nivel de estudios, procedencia, motivaciones para visitar la Isla, etc.

1. Edad de los visitantes de 1 día.

Se observa que un 39% de los visitantes de 1 día tienen entre 41 y 50 años, un menor número de éstos (27%) tienen de 50 a 60 años.

También se aprecia que la edad de un 15% de los visitantes de 1 día está entre los 20 y 30 años.

Cabe destacar los visitantes con edades comprendidas entre los 31 y 40 años cuyo porcentaje es del 12% (número mucho menor que el total de la muestra de visitantes de esa edad)

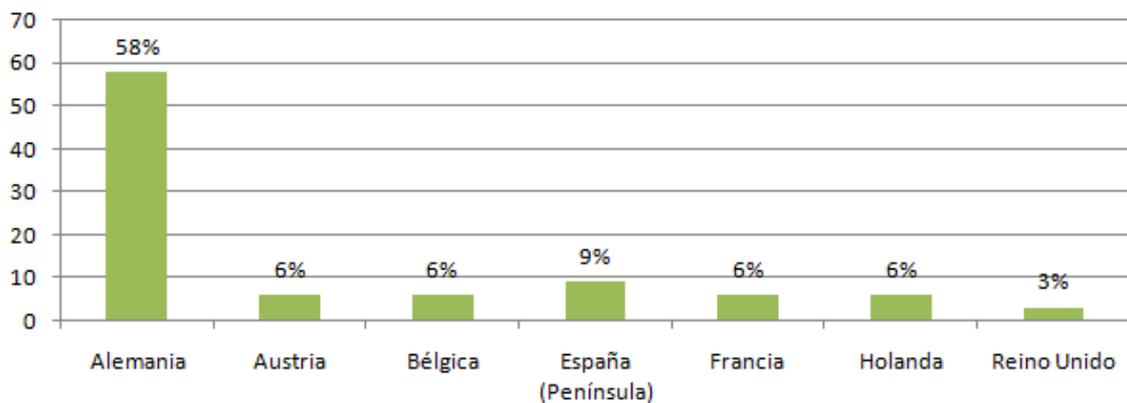


2. Nacionalidad de los visitantes de 1 día.

El mayor número de visitantes por nacionalidad procede de Alemania con un 58% de visitantes de 1 día, seguido por los visitantes peninsulares con un 9%.

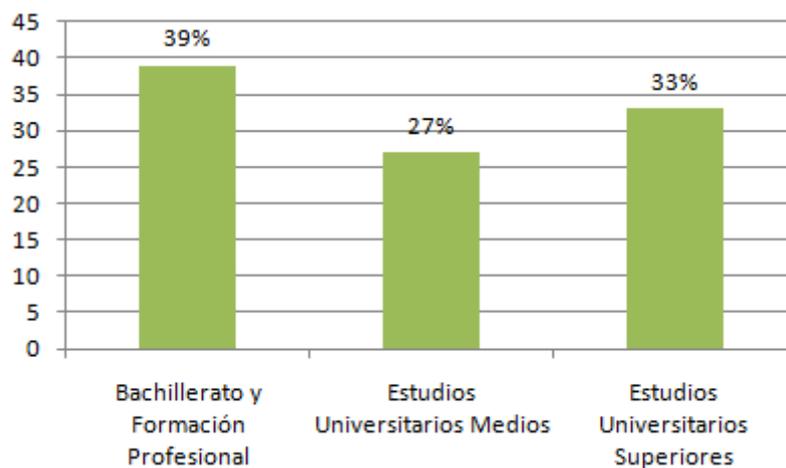
Austriacos, belgas, franceses y holandeses comparten este tipo de visita de 1 día con un 6% cada uno.

Destacar que no se registró ninguna encuesta de visitantes de un día procedentes de Canarias, Escandinavia, Italia o Suiza.



3. Estudios de los visitantes de 1 día.

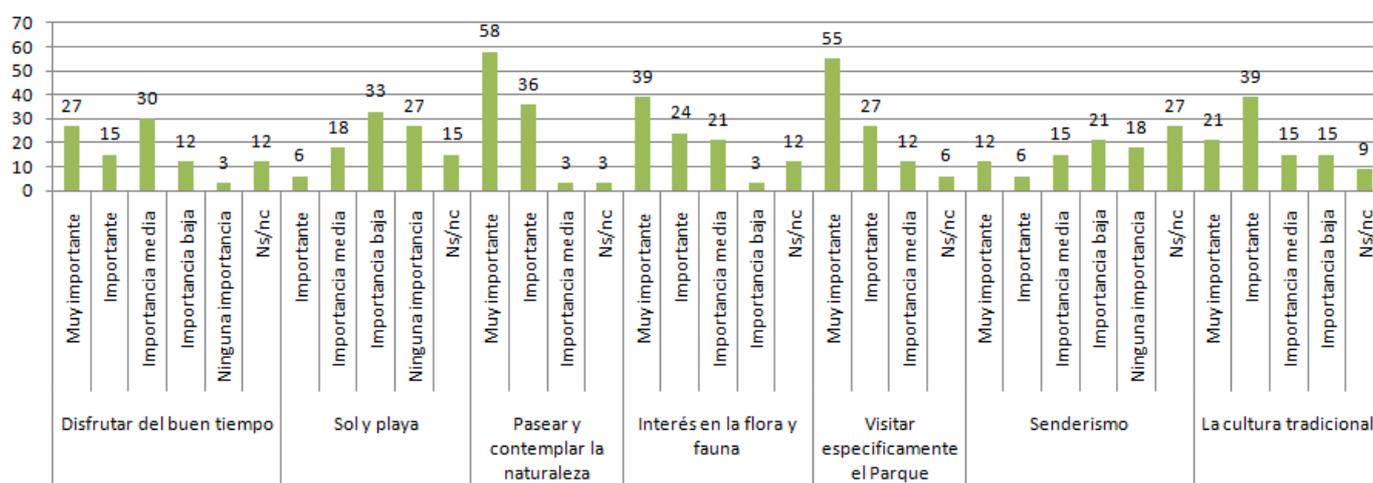
El nivel de estudios mayoritario de los visitantes de 1 día es el de Bachillerato y Formación profesional con un 39%, seguido por los visitantes de 1 día con estudios Universitarios Superiores con un 33% y estudios Universitarios Medios con un 27%.



4. Motivaciones que influyeron a la hora de visitar la isla a los visitantes de 1 día.

La motivación más valorada a la hora de visitar la Isla es la de *Pasear y contemplar la naturaleza*, con un 58% de los visitantes de 1 día que lo considera muy importante, seguido muy de cerca por un 55% de los visitantes de 1 día que considera muy importante *Visitar específicamente el Parque Nacional*.

Por el contrario, un 60% de los visitantes de 1 día considera el *Sol y playa* de baja o ninguna importancia como motivación a la hora de visitar la Isla, ninguno de los encuestados de 1 día considera muy importante esta motivación.



Debido a la tipología del visitante de 1 día, se observa que existen diferencias en las motivaciones con respecto al conjunto Total de encuestados (675 individuos).

	Total encuestados *	Visitantes de 1 día *
Disfrutar del buen tiempo	84 %	42 %
Sol y playa	55 %	24 %
Pasear y contemplar la naturaleza	92 %	94 %
Interés en la flora y fauna	74 %	63 %
Visitar específicamente el Parque Nacional	75 %	82 %
Realizar senderismo	76 %	21 %
La cultura tradicional	70 %	60 %

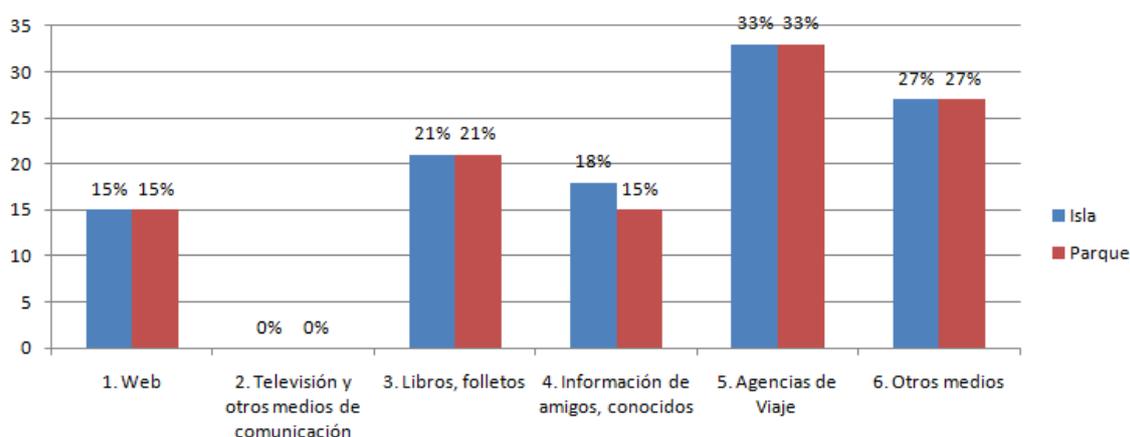
* Suma de los porcentajes de encuestados que valora la motivación como importante y muy importante.

Cabe destacar que el 82% de visitantes de 1 día considera importante o muy importante visitar específicamente el Parque Nacional (proporción algo mayor

que con el Total de encuestados, donde el 75% lo valora como importante o muy importante).

5. Medios de información mediante los cuales los visitantes de 1 día tuvieron conocimiento tanto de la Isla como del Parque.

Predominan los visitantes de 1 día que tuvieron conocimiento de La Gomera y del Parque, ambos con un 33%, a través de *Agencias de Viaje*. Seguido por *Otros medios de información* (los visitantes de 1 día indicaron la recepción del hotel donde se alojaron) con un 27% tanto de la Isla como del Parque.



Se encuentran diferencias notables con respecto a los medios de información por los que tuvieron conocimiento de la Isla y del Parque el Total de encuestados (675 individuos):

	Total encuestados		Visitantes de 1 día	
	Isla	Parque	Isla	Parque
1. Web	63 %	62 %	15 %	15 %
2. Televisión y otros medios de comunicación	4 %	2 %	0 %	0 %
3. Libros, folletos	33 %	32 %	21 %	21 %
4. Información de amigos, conocidos	53 %	29 %	18 %	15 %
5. Agencias de Viaje	15 %	10 %	33 %	33 %
6. Otros medios	9 %	9 %	27 %	27 %

Llama la atención que tanto *Agencias de Viaje* como *Otros medios* (recepción de hotel) sean los medios de información mayoritarios mediante los cuales el visitante de un día tuvieron conocimiento tanto de la Isla como del Parque (doblando a los datos obtenidos del Total de encuestados).

A diferencia de los datos obtenidos del Total de encuestados, la *Web* no es el medio de información de los visitantes de 1 día.

SUGERENCIAS EXTRAÍDAS DE LAS ENCUESTAS

A continuación se exponen propuestas, sugerencias y observaciones que los encuestados señalaron al equipo encuestador durante el trabajo de campo. La mayor parte de ellas hacen referencia a los senderos y la señalética de los mismos. Es conveniente reseñar en este punto el papel que han desempeñado las personas que componían el equipo encuestador de campo ya que no sólo han realizado el trabajo para lo que fueron contratadas -encuestar-, sino que además actuaron como guías al atender y resolver las dudas de los turistas y visitantes encuestados en diversos temas (rutas de senderismo, horarios de guaguas, etc.).

- En la señal desde Pajarito al Alto de Garajonay se señala una distancia de 3,6 Km. Algunos encuestados consideran que la cifra es errónea (consideran que es menor), y esta señal llega a confundirlos.
- En el mirador de El Bailadero, algunos encuestados señalan que existen paneles informativos localizados en el lado erróneo; así, con niebla esta ubicación confunde en la localización de los Roques.
- Algunos de los encuestados indican que las señales para bajar al caserío de El Cedro son confusas, así como las del sendero que va desde el caserío hacia la Ermita de Lourdes. Señalan además que hay un panel informativo destrozado por la zona.
- En la ruta 14, de camino al Alto de Garajonay, existe un mirador no señalizado que lleva a la confusión de los senderistas pues creen que se trata del comienzo de otro sendero.
- Desde Laguna Grande al Alto de Garajonay, por el sendero cercano a la carretera, la señal de comienzo está muy escondida para comenzar el senderismo por allí. Igualmente, más adelante, el sendero se bifurca y no hay señal de qué bifurcación es la que lleva hasta el Alto de Garajonay. Seguramente, esto se deba a que el diseño del sentido del sendero hecho por el Parque Nacional de Garajonay no coincide en sentido con el que muchas guías recomiendan.
- En Cañada de Jorge, muchos de los senderistas no se dan cuenta de la existencia del sendero de vuelta cercano a la carretera. Además consideran que entre Cañada de Jorge-Raso de La Bruma-Las Creces haría falta un sendero que los uniera, para no tener que volver caminando por la carretera hasta el punto en el que dejaron el coche.
- En general expresan la existencia de un exceso de señales en los senderos de la isla, y que eso lleva a confusión. Proponen que las señales sean más universales y que sigan una secuencia lógica.
- Algunos de los encuestados reclaman la existencia de otros puntos de información parecidos al de La Laguna Grande, o más pequeños, en las entradas al Parque. Además, algunos opinan que el Centro de Visitantes está muy lejos del Parque y de rutas de transporte público, y que así sólo pueden acceder a esta instalación aquellos visitantes que disponen de coche de alquiler.
- Muchos se quejan de los clínex que va dejando la gente por el camino, y opinan que debería haber más paneles sensibilizadores para que no se arroje basura al medio.

- Algunos de los encuestados señalan la conveniencia de que los folletos y guías del Parque Nacional de Garajonay tuviesen un nivel intermedio, ya que consideran que los existentes en la actualidad, o son muy básicos o muy complicados. Proponen como ejemplo unos mapas de la Reserva de los Tiles en La Palma, en los que vienen rutas con el nivel de dificultad, y unos folletos sobre fauna detallados en Lanzarote.
- Los visitantes holandeses y belgas (flamencos) se quejan de no encontrar bibliografía -libros, guías...- en su idioma acerca del Parque Nacional de Garajonay y de La Gomera, viéndose obligados a comprarlos en alemán o inglés.
- La gran mayoría de los visitantes tiene como motivación practicar senderismo por toda la isla y utiliza las siguientes guías para preparar su excursión: Rother, Marco Polo, Baedeker (Know-How), Goldstadt. Muchas de los recorridos de las excursiones que en estas publicaciones se proponen pasan por el Parque Nacional de Garajonay, con lo cual se podría hacer un estudio sobre la dirección y sentido que proponen, y adecuar las señales o bien adecuar la información dada con la señalización de los senderos.
- A algunos de los encuestados les gustaría ver la fauna del Parque Nacional de Garajonay representada en maquetas y explicaciones sobre su ecología y biología, ya que la fauna del Parque es muy difícil de observar.
- Muchos de los encuestados demandan un punto de agua potable en el Alto de Garajonay.
- A muchos senderistas les gusta el estado de los senderos, destacando positivamente que sean de tierra; no les gusta, por lo general, los de cemento por considerarlo un impacto visual.
- Se recogieron numerosas propuestas que indican la conveniencia para el Alto de Garajonay, de la instalación de paneles que indiquen los puntos más relevantes de los alrededores con su altitud y la distancia que hay con los otros puntos visibles de las otras islas con Tenerife, La Palma y El Hierro. Estas indicaciones sobre la altitud también podrían trasladarse a miradores de roques....
- A la mayoría de los encuestados no les importaría pagar por los servicios del Parque Nacional de Garajonay, pero sí señala que la recaudación debiera destinarse siempre al mantenimiento y conservación del Parque.
- La venta de productos locales en el Centro de Visitantes no parece interesar demasiado a los encuestados. Muchos se quejan de que hay demasiados productos "Made in China", y muy pocos de La Gomera.
- Algunos de los encuestados señalan la conveniencia de que existieran vuelos directos desde Tenerife Sur a La Gomera, para enlazar con los vuelos de Alemania, ya que el trayecto en barco les parece demasiado pesado.

OBSERVACIONES DE EQUIPO ENCUESTADOR

Durante el período de encuestas han sido detectadas una serie de observaciones que podrían ayudar en el diseño de la realización de futuras encuestas.

Los lugares más adecuados para la realización de encuestas de tamaño y duración como la diseñada para el presente estudio son los que poseen mayor potencial. Además, si en el lugar existe equipamiento e infraestructura (asientos, grifos, paneles informativos...), los visitantes se muestran más predisuestos a la hora de realizar encuestas.

Así, la zona de Contadero (aparcamiento de coches) es, sin duda para el equipo encuestador, una de las mejores o si no la mejor zonas a la hora de realizar encuestas, ya que, allí terminan y empiezan muchas excursiones (hacia El Cedro, Alto de Garajonay...), además de ser un punto en el que muchos visitantes se detienen en busca de información y consultar mapa del Parque Nacional expuesto en el panel existente.

La zona del Alto de Garajonay es buena para realizar encuestas, pues una vez que llegan los excursionistas, descansan y es un buen momento para encuestarles. El período de horas de mayor afluencia de visitantes es el comprendido entre las 12:00 y las 17:00 horas.

Otros puntos dentro del Parque Nacional bastante transitados y que posibilitan realizar un número alto de encuestas, al tener zonas de descanso, son Ermita de Lourdes y Las Mimbreras, este último en menor medida.

Otras zonas interesantes para realizar encuestas han sido los miradores; a destacar la Curva del Queso, bajando a Valle Gran Rey por la carretera general, donde a última hora de la tarde, mucha de la gente que regresa de practicar senderismo del Parque Nacional hace una parada.

A destacar negativamente, por no poder realizar prácticamente encuestas, es el caso de San Sebastián, ya que mayoritariamente y a la hora que se realizaban las encuestas, los únicos turistas encontrados pertenecían a grupos de excursiones diarias de Tenerife, sin tiempo ni disposición para responder a un cuestionario con tanta duración.

Otro aspecto que influye en la realización de encuestas es la climatología. En los días con una climatología adversa (mucho lluvia o mucho calor), la realización de encuestas en el Parque Nacional se hace más difícil o casi imposible. En estos casos, la única manera de conseguir individuos para encuestar es en la costa (calle, playas, bares, apartamentos, hoteles...).

Otra observación detectada y a destacar, es la de que muchos de los turistas encuestados dicen ser visitantes que repiten asiduamente y de forma más o menos periódica La Gomera, muchos de los cuales vienen todos los años desde que conocieron la isla, e incluso, visitan la isla dos veces o más al año.

Este dato se detectaba frecuentemente durante la realización de la encuesta pero no se pudo registrar. Desde el equipo encuestador se considera una información muy valiosa, que expresa fehacientemente la fidelidad que cierto tipo de turista tiene a la isla y que muestra lo que La Gomera les ofrece actualmente para que estos turistas sigan considerándola su lugar favorito de vacaciones, por lo que podría incluirse en futuras encuestas a realizar en la isla.

MODELO DE ENCUESTA A LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY

Entrevistador: _____

Lugar y fecha _____ , ____/____/____

Hora de inicio: _____

Buenos días. Estamos reuniendo información sobre las visitas que se realizan en el Parque Nacional de Garajonay. Le rogamos nos ayude aportando datos sobre su experiencia en la siguiente encuesta.

Muchas Gracias.

A. PERFIL DEL VISITANTE

1. Sexo:

Hombre Mujer

2. Edad:

Menor de 20 años	
De 20 a 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
De 51 a 60 años	
Más de 60 años	

3. Nacionalidad (procedencia):

Alemania	
Austria	
Bélgica	
Dinamarca	
España (Canarias)	
España (Península)	
Escandinavia	

Europa del Este	
América del Norte	
América del Sur	
África	
Asia	
Oceanía	

Francia	
Holanda	
Italia	
Polonia	
Portugal	
Reino Unido	
Suiza	
Resto de Europa	

4. Nivel de estudios:

Sin estudios/Estudios primarios no terminados	
Enseñanza obligatoria	
Bachillerato y Formación Profesional	
Estudios Universitarios Medios	
Estudios Universitarios Superiores	

B. ORGANIZACIÓN PREVIA DE LA VISITA

1. Valore la importancia de las siguientes motivaciones en su decisión de visitar la isla:

Disfrutar del buen tiempo	
Sol y playa	
Pasear y contemplar la naturaleza	
Interés en la flora y fauna	
Visitar específicamente el Parque	
Senderismo	
La cultura tradicional	
Otros:	

Escala

1	Muy importante
2	Importante
3	Importancia media
4	Importancia baja
5	Ninguna importancia
Ns/nc	No sabe/no contesta

2. Cuáles fueron los medios de información por los que ha tenido conocimiento de La Gomera y del Parque :

Medios de información:	Isla	Parque
Web		
Televisión y otros medios de comunicación		
Libros, folletos		
Información de amigos, conocidos		
Agencias de viajes		
Otros		

3. En su decisión de visitar Garajonay, qué importancia tuvo el ser:

Parque Nacional	
Patrimonio Mundial (Unesco)	

Escala

1	Muy importante
2	Importante
3	Importancia media
4	Importancia baja
5	Ninguna importancia
Ns/nc	No sabe/no contesta

C. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

1. ¿Cuántos días permanece en la isla?

1 día	
2 días	
3-4 días	
5-7 días	
1-2 semanas	
+ de 2 semanas	
Vive aquí	

2. ¿Ha visitado o visitará alguna otra isla en Canarias?

Tenerife	
La Palma	
El Hierro	
Gran Canaria	
Lanzarote	
Fuerteventura	
La Graciosa	

3. ¿Cómo ha organizado su viaje?

Visita organizada de un día procedente de Tenerife en autobús		
Turismo que pernocta en la isla	<i>A través de Agencia con todo incluido</i>	
	<i>A través de Agencia reservando sólo viaje</i>	
	<i>A través de Agencia reservando sólo alojamiento</i>	
	<i>La organización del viaje fue enteramente realizada por mí mismo</i>	
	<i>La organización del viaje fue realizada por mí mismo telefónicamente</i>	
	<i>La organización del viaje fue realizada por mí mismo a través de internet</i>	
Otros		

4. ¿Cómo llegó al Parque Nacional?

Medios	Uso	Valoración con la escala
Coche de alquiler		
Coche propio		
Autobús. Transporte público		
Autobús. Transporte privado		
Taxi		
Bicicleta		
A pie		
Otros		

Escala

1	Muy importante
2	Importante
3	Importancia media
4	Importancia baja
5	Ninguna importancia
Ns/nc	No sabe/no contesta

5. Partiendo de la base de la necesidad de conservación del Parque Nacional, ¿hubiese Ud. preferido acceder al Parque en otro medio de transporte ecológicamente más eficiente?

Sí	
No	

En caso de que sí, diga en cuál de los siguientes:

Compartir vehículo	
En transporte público	
Otros	

6. ¿Cuál es el tamaño de su grupo?

1 persona	
2 personas	
3 – 4 personas	
5 o más personas	

7. ¿Cuánto tiempo durará/duró su estancia en el Parque?

< 1 hora	
1 – 2 horas	
2 – 3 horas	
3 – 4 horas	
> 4 horas	

8. ¿Cuántos días visitará/visitó el Parque Nacional en su estancia en la isla?

1 día	
2 días	
3 días	
4 días o más	
N.c.	

9. ¿Qué actividades ha realizado en el Parque Nacional?

Hacer senderismo	
Hacer un paseo corto	
Rutas en coches con paradas	
Rutas en autobús	
Excursiones organizadas a pie	
Uso de las áreas recreativas	
Rutas en bicicleta	
Visita al Centro de Visitantes	
Otros	

D. VALORACIÓN GENERAL DEL PARQUE NACIONAL Y DE LA GOMERA

¿Cómo valora los siguientes aspectos en el interior del Parque Nacional?

Escala

1	Muy bien
2	Bien
3	Regular
4	Mal
5	Muy mal
Ns/nc	No sabe/no contesta

1. Conservación de la Naturaleza

Estado de conservación de la naturaleza	
Ausencia de ruidos	
Visita no masificada	
Seguridad de la visita	

2. Valoración de equipamientos y servicios

Señalización general		
Aparcamientos para vehículos		
Miradores	<i>Calidad de las vistas</i>	
	<i>Estado de los Miradores</i>	
	<i>Paneles interpretativos</i>	
Senderos y rutas	<i>Interés de los parajes</i>	
	<i>Estado de los senderos</i>	
	<i>Variedad de las rutas</i>	
Centro de Visitantes	<i>Interés de los contenidos</i>	
	<i>Calidad de las explicaciones</i>	
	<i>Estado de las instalaciones</i>	
	<i>Accesibilidad para discapacitados</i>	
	<i>Oferta audiovisual</i>	
Atención/información personalizada		
Material de información del Parque (folletos, guías)		

3. Valoración de otros equipamientos y servicios generales

Áreas recreativas y de descanso	
Restaurante y cafetería de La Laguna Grande	
Venta de productos locales y recuerdos en el Centro de Visitantes	
Limpieza y mantenimiento de las instalaciones	
Servicios higiénicos en Laguna Grande	
Servicios higiénicos en el Centro de Visitantes	
Servicio de guía. Empresa	

4. Valoración de la visita

Valoración general de la visita del Parque	
Cumplimiento de las expectativas	

E. INFLUENCIA EN EL ENTORNO

1. Pernoctación en alojamientos en la Isla.

No	
Apartamentos en el sur (Valle Gran Rey, Playa Santiago, San Sebastián)	
Apartamentos en el norte	
Hoteles en la costa	
Casas de Turismo rural	
Otros	

2. Consumo en los restaurantes en los alrededores del Parque (Arure, Las Hayas, El Cercado, Chipude, Epina, El Cedro)

Sí	
No	

3. ¿Cuánto ha gastado por persona y día en la Isla?

Menos de 20 €	
De 20 – 30 €	
De 30 – 50 €	
De 50 – 100 €	
De 100 – 200 €	
Más de 200 €	

4. De cada 100 € de gasto realizado en la Isla, cómo se ha distribuido en %:

Alojamiento	
Manutención (comidas)	
Comunicaciones (teléfono, etc)	
Transporte	
Compra de recuerdos	
Otros	

5. Considera oportuno el cobro en el futuro por los siguientes servicios del Parque:

	Sí	No
Acceso al Centro de Visitantes		
Audiovisuales en el Centro de Visitantes		
Acceso a las rutas guiadas del Parque		

Cuando la persona no sea un senderista, pasamos a la última página y hacemos la pregunta final.
 Cuando la persona entrevistada sea un senderista, se le harán además estas preguntas.

MODELO DE ENCUESTA A LOS VISITANTES DEL PARQUE NACIONAL DE GARAJONAY.

F. SENDERISMO.

1. Puede mencionar qué libros o folletos utiliza para organizar su excursión:

2. Tiene conocimiento o utiliza los siguientes medios de información del Parque Nacional (el informador debe mostrarlos):

Folleto general del Parque	
Guía del Parque	
Web	

3. ¿Cómo ha realizado o piensa realizar la organización de la ruta?

- Lugar de inicio de la ruta (lugar donde ha quedado el vehículo)	
-Lugar de destino de la ruta	
-Trayecto realizado (el encuestador deberá indicar el número de la ruta del Parque realizada y el sentido llevado a cabo, o si no coincide coinciden, dibujarlas, siguiendo las explicaciones del visitante)	
-Forma de regresar al vehículo (en el caso de que la ruta no termine en el lugar donde le haya dejado el vehículo)	
-Paradas realizadas en su visita (Laguna Grande, Centro de Visitantes, población, etc.). Mencionarlas.	

4. ¿Tiene intención de realizar otras excursiones a pie en el interior del Parque?

No	
Sí	

En su caso, cuáles (indicar números o si no coinciden, dibujarlas, siguiendo las explicaciones del visitante)	
--	--

5. Qué rutas de senderismo fuera del Parque ha hecho o tiene intención de realizar:

6. ¿Le parece adecuada la oferta de transporte público en la isla?

Sí	
No	
NS/NC	

En caso negativo , ¿qué mejoras introduciría en el transporte público?	
- Mejoras de los enlaces entre el norte y sur de la isla	
- Mejoras en los horarios (indicar qué horarios considera más convenientes)	
-Mejoras en el sistema de tarifas bonificadas o planas a todos los destinos superiores a 5 - 10 kms.	

-Posibilidad de combinar taxi y bus con tarifas económicas	
-Otras. Indicarlas	

7. Para las personas que usan transporte no público.

Si las anteriores mejoras fuesen introducidas (mejoras en los enlaces entre el norte y sur de la isla, mejoras en los horarios), de modo que lo hiciesen viable para atender sus necesidades:

	Sí	No
¿Haría uso del transporte público?		
¿Seguiría empleando mi medio actual de transporte?		

8. Considera oportuno el cobro en el futuro por la realización de rutas en el Parque que incluyese el transporte público desde el enclave en el que Ud. pernocta:

		Observaciones
Sí		
No		

9. Valoración de los senderos del Parque

Aparcamientos para vehículos	
Senderos y rutas	<i>Interés de los parajes</i>

Y para acabar, le proponemos que nos haga una valoración general de su visita.

G. VALORACIONES FINALES

1. Valore los siguientes aspectos geográficos de la isla:

Paisaje uno	
Paisaje dos	
Paisaje tres	
Paisaje cuatro	
Paisaje cinco	
Clima	

Escala

1	Muy importante
2	Importante
3	Importancia media
4	Importancia baja
5	Ninguna importancia
Ns/nc	No sabe/no contesta

2. Valore los siguientes aspectos socio-culturales de la isla:

Hospitalidad	
Tranquilidad	
Gastronomía	
Arquitectura de los pueblos	
Fiestas populares	
Otros	

Muchas gracias por su información y su tiempo.

ANEXO apartado G.1 (Valoración de aspectos geográficos de la Isla)



Paisaje 1



Paisaje 2



Paisaje 3



Paisaje 4



Paisaje 5