

2023

# INFORME DE LA ENCUESTA A TURISTAS DE CULLERA

INSTITUT INTERUNIVERSITARI DE DESENVOLUPAMENT LOCAL  
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA  
CÀTEDRA CIUTAT DE CULLERA



## Contenido

<b><i>BASE METODOLÓGICA DE LAS ENCUESTAS.....</i></b>	<b><i>4</i></b>
<b><i>Pregunta 1 (control): País de procedencia. ....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b><i>Pregunta 2 (control). Edad.....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>Pregunta 3 (control). Género. ....</i></b>	<b><i>7</i></b>
<b><i>Pregunta 4. Tipo de alojamiento.....</i></b>	<b><i>8</i></b>
<b><i>Pregunta 5. Zona de hospedaje.....</i></b>	<b><i>9</i></b>
<b><i>Pregunta 6. Forma de contratación, alquiler o reserva del alojamiento. ....</i></b>	<b><i>10</i></b>
<b><i>Pregunta 7. Frecuencia de las visitas.....</i></b>	<b><i>11</i></b>
<b><i>Pregunta 8. Visitas al municipio antes de la pandemia. ....</i></b>	<b><i>12</i></b>
<b><i>Pregunta 9. Visitas al municipio desde de la pandemia. ....</i></b>	<b><i>13</i></b>
<b><i>Pregunta 10. Hábitos post-pandemia.....</i></b>	<b><i>14</i></b>
<b><i>Pregunta 11. Motivo de viaje.....</i></b>	<b><i>15</i></b>
<b><i>Pregunta 12. Época de visita.....</i></b>	<b><i>16</i></b>
<b><i>Pregunta 13. Medio de transporte hacia Cullera. ....</i></b>	<b><i>17</i></b>
<b><i>Pregunta 14. Medio de transporte en Cullera.....</i></b>	<b><i>18</i></b>
<b><i>Pregunta 15. Acompañantes.....</i></b>	<b><i>19</i></b>
<b><i>Pregunta 16. Programación del viaje. ....</i></b>	<b><i>20</i></b>
<b><i>Pregunta 17. Valoración de la oferta turística. ....</i></b>	<b><i>21</i></b>
<b><i>Pregunta 18. Factores relevantes a la hora de elegir un destino turístico.....</i></b>	<b><i>22</i></b>
<b><i>Pregunta 19. Gasto medio. ....</i></b>	<b><i>23</i></b>
<b><i>Pregunta 20. Gasto diario.....</i></b>	<b><i>24</i></b>
<b><i>Pregunta 21. Valoración media de los recursos naturales y patrimoniales. ....</i></b>	<b><i>25</i></b>
<b><i>Pregunta 22. Valoración de la calidad de vida y convivencia. ....</i></b>	<b><i>26</i></b>

<b><i>Pregunta 23. Recomendación del destino.....</i></b>	<b><i>27</i></b>
<b><i>Pregunta 24. Problemas medioambientales.....</i></b>	<b><i>28</i></b>
<b><i>Pregunta 25. Influencia del modelo turístico en el medio ambiente.....</i></b>	<b><i>29</i></b>
<b><i>Pregunta 26 (control). Estado civil.....</i></b>	<b><i>30</i></b>
<b><i>Pregunta 27 y 28 (control). Nivel de formación.....</i></b>	<b><i>31</i></b>
<b><i>Pregunta 29 (control). Situación laboral.....</i></b>	<b><i>32</i></b>
<b><i>Pregunta 29 (control). Situación laboral de la persona que más aporta al hogar. ....</i></b>	<b><i>33</i></b>
<b><i>Pregunta 30 (control). Ingresos y aportaciones al hogar.....</i></b>	<b><i>34</i></b>
<b><i>Conclusiones: .....</i></b>	<b><i>35</i></b>

## INDICE DE GRÁFICOS

<b><i>Gráfico 1: País de procedencia de los encuestados.....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b><i>Gráfico 2. Edades de los encuestados en grupos quinquenales.....</i></b>	<b><i>6</i></b>
<b><i>Gráfico 3. Género de las personas encuestadas.....</i></b>	<b><i>7</i></b>
<b><i>Gráfico 4. Tipo de alojamiento de las personas encuestadas.....</i></b>	<b><i>8</i></b>
<b><i>Gráfico 5. Zona del alojamiento de las personas encuestadas.....</i></b>	<b><i>9</i></b>
<b><i>Gráfico 6. Forma de contratación, alquiler o reserva del alojamiento de las personas encuestadas.....</i></b>	<b><i>10</i></b>
<b><i>Gráfico 7. Frecuencia de las visitas de los encuestados.....</i></b>	<b><i>11</i></b>
<b><i>Gráfico 8. Visitas de los encuestados antes de la pandemia.....</i></b>	<b><i>12</i></b>
<b><i>Gráfico 9. Visitas de los encuestados desde de la pandemia.....</i></b>	<b><i>13</i></b>
<b><i>Gráfico 10. Cambio en los hábitos de los turistas encuestados tras la pandemia.....</i></b>	<b><i>14</i></b>
<b><i>Gráfico 11. Motivo de viaje de los encuestados.....</i></b>	<b><i>15</i></b>
<b><i>Gráfico 12. Época de visita de los encuestados.....</i></b>	<b><i>16</i></b>

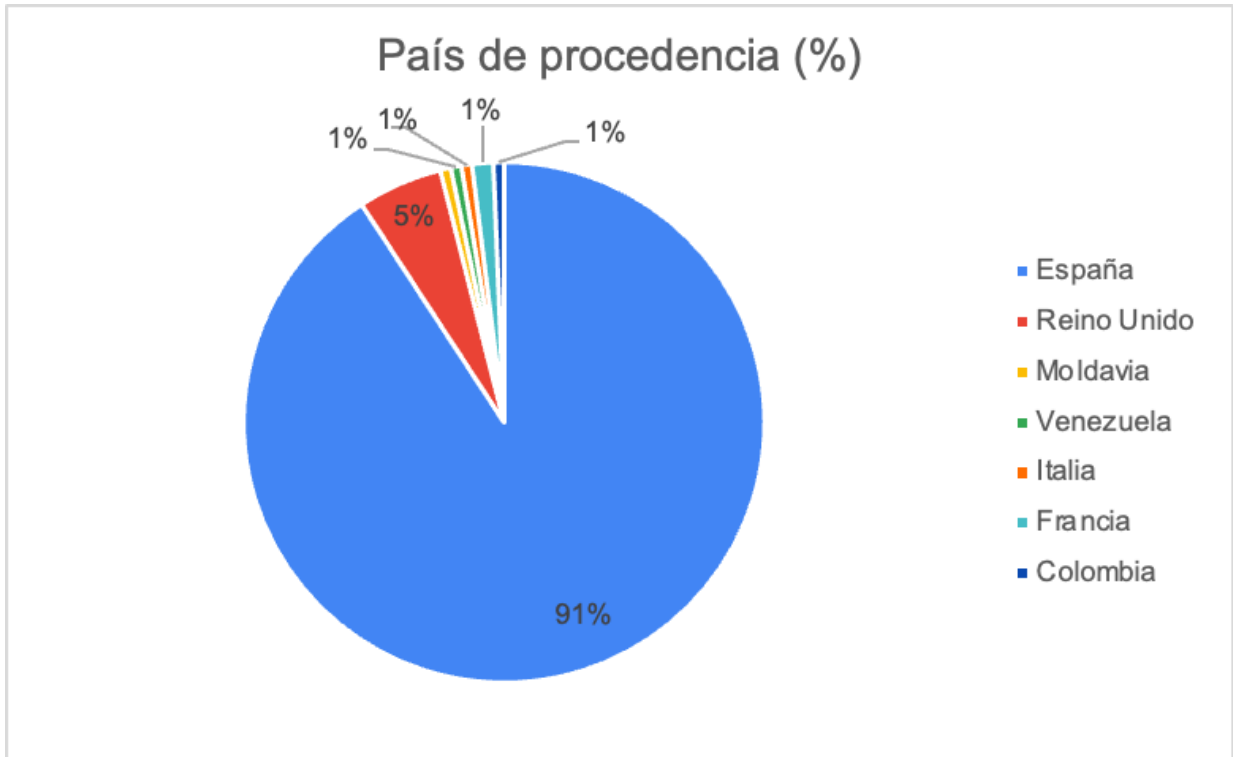
<b>Gráfico 13. Medio de transporte usado por los encuestados para desplazarse a Cullera. ....</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico 14. Medio de transporte usado por los encuestados para desplazarse dentro de Cullera. ....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico 15. Acompañantes habituales de los turistas encuestados. ....</b>	<b>19</b>
<b>Gráfico 16. Programación del viaje por parte de los encuestados. ....</b>	<b>20</b>
<b>Gráfico 17. Valoración de la oferta turística de Cullera por parte de los encuestados. ....</b>	<b>21</b>
<b>Gráfico 18. Factores relevantes a la hora de elegir un destino turístico para los encuestados. ....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico 19. Gasto medio de los turistas encuestados. ....</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico 20. Gasto diario de los encuestados. ....</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico 21. Valoración media de los recursos naturales y patrimoniales de los encuestados. ....</b>	<b>25</b>
<b>Gráfico 22. Valoración de la calidad de vida y convivencia en Cullera. ....</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico 23. Recomendaciones por parte de los turistas encuestados sobre Cullera como destino turístico. ....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico 24. Problema medioambiental más relevante para los encuestados. ....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico 25. Influencia del modelo turístico sobre los problemas ambientales. ....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico 26. Estado civil de los encuestados. ....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico 27. Nivel de estudios del encuestado. ....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico 28. Nivel de estudios de la persona que más aporta al hogar. ....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico 29. Situación laboral del encuestado. ....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico 29. Situación laboral de la persona que más aporta al hogar. ....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico 30. Ingresos de los encuestados y del hogar. ....</b>	<b>34</b>

## BASE METODOLÒGICA DE LAS ENCUESTAS

- 📍 Representación gráfica y analítica de los resultados de las encuestas del Institut Interuniversitari de Desenvolupament Local – Càtedra Ciutat de Cullera.
- 📍 El objetivo principal de la encuesta es conocer qué piensan los TURISTAS que visitan el municipio sobre diferentes aspectos que afectan a la ciudad en sus visitas y, posteriormente, poder utilizar esta información para mejorar la transparencia y conocimiento de la ciudad.
- 📍 De igual manera, sirve también para poder llevar a cabo determinadas acciones de corrección y mejora municipal desde una perspectiva más amplia.
- 📍 Datos de control:
  - Tamaño de la muestra: 153 turistas de Cullera
  - Error muestral del 7,9%
- 📍 Estructura:
  - 30 preguntas; 8 de control y 22 basadas en asuntos de interés para el análisis y toma de decisiones en el municipio.
- 📍 Otros:
  - Se garantiza el anonimato de las personas participantes.

## Pregunta 1 (control): País de procedencia.

Gráfico 1: País de procedencia de los encuestados.

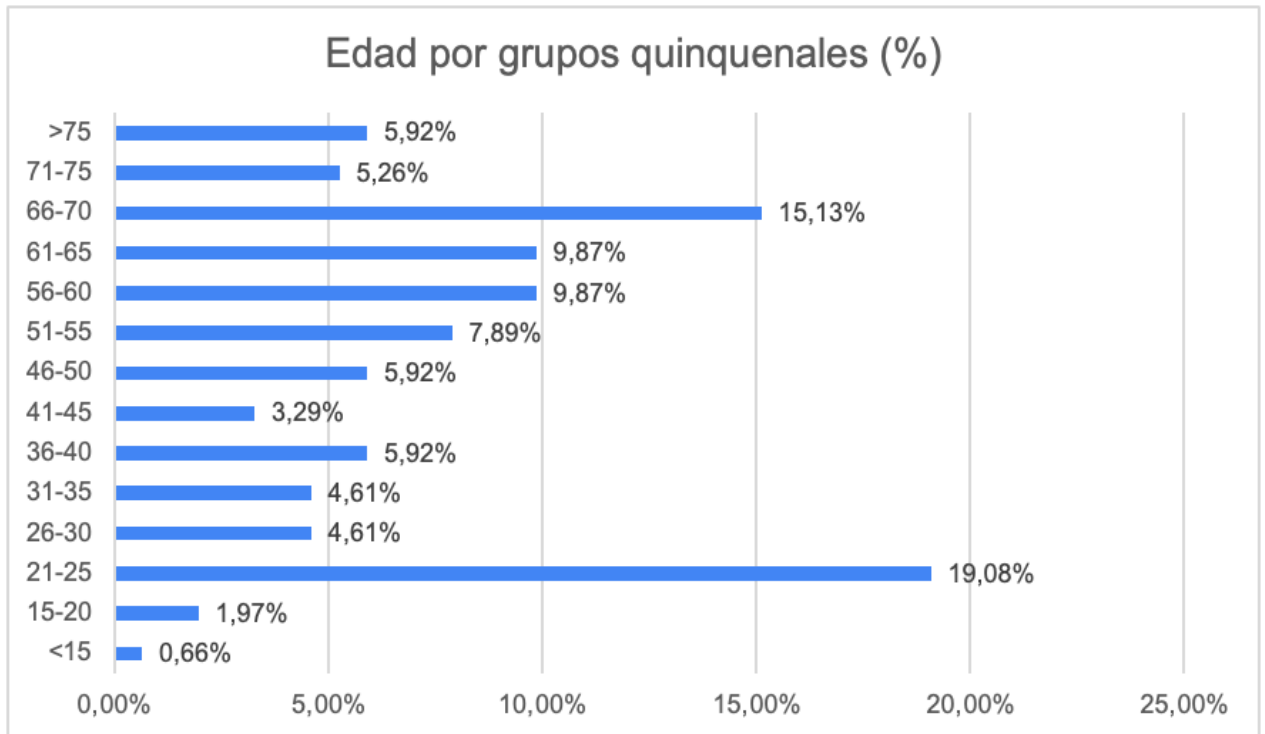


### 📍 Resultados:

- El país de nacimiento del 91% de los turistas encuestados es de España.
- Un 9% de los entrevistados es de nacionalidad extranjera (principalmente de Reino Unido -5%-).

## Pregunta 2 (control). Edad.

Gráfico 2. Edades de los encuestados en grupos quinquenales.

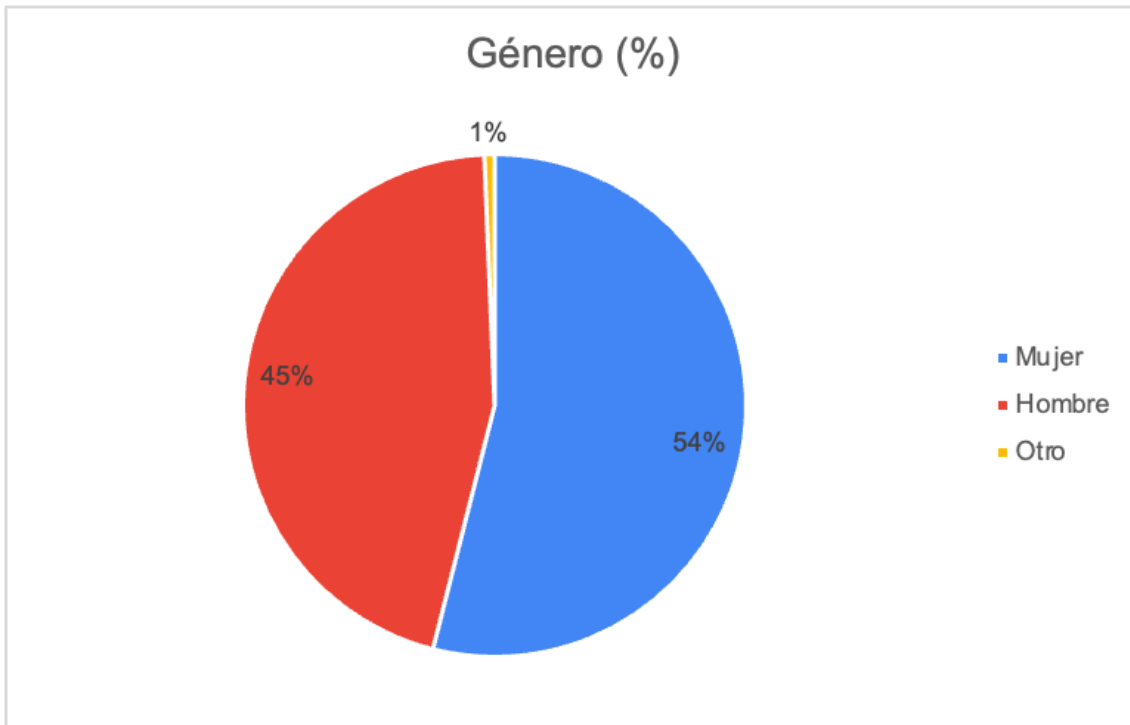


### 📍 Grupos de edad:

- Edad media de los turistas que responden a la encuesta:
  - Las edades más frecuentes se encuentran en el rango de 21 a 25 años (19,08%) y de 66 a 70 años (15,3% de los encuestados).
  - Edad media: 38 años.

## Pregunta 3 (control). Género.

Gráfico 3. Género de las personas encuestadas.



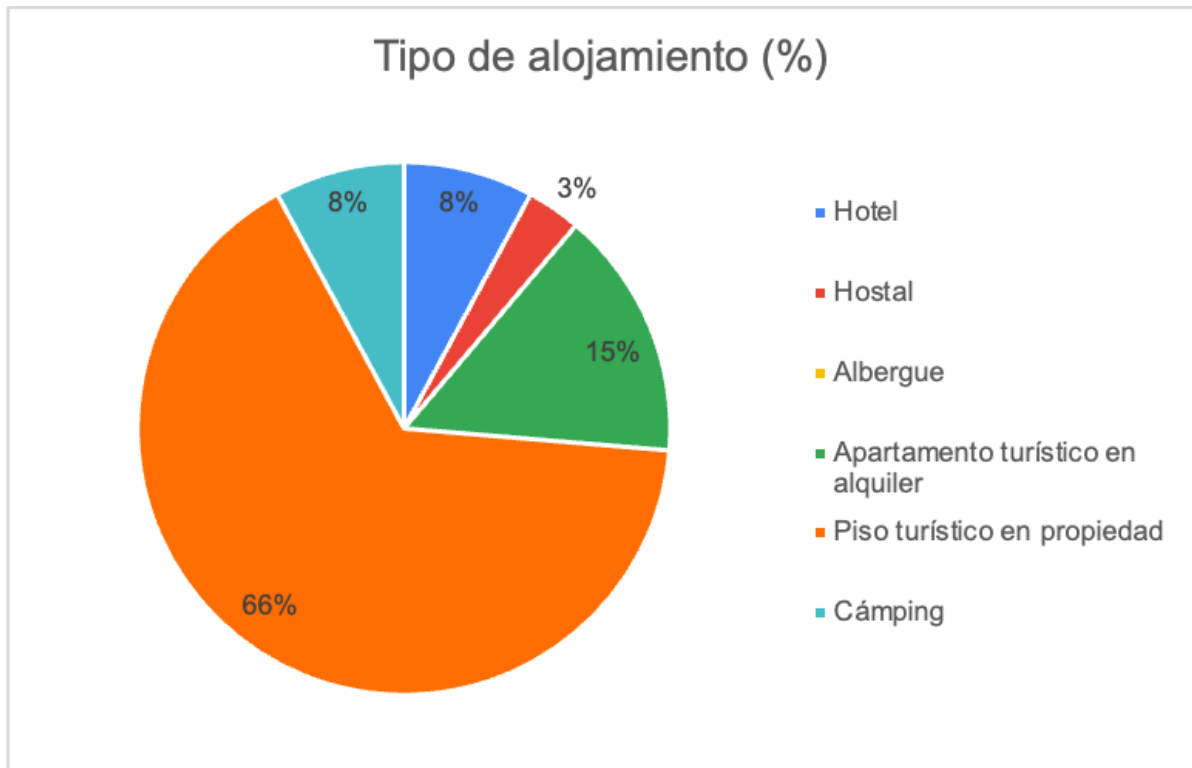
### 📍 Resultados:

- La mayoría de las personas encuestadas han sido mujeres (si bien la muestra se encuentra bastante equilibrada).
  - Mujeres: 54%.
  - Hombres: 45%.
  - Otro: 1%.



## Pregunta 4. Tipo de alojamiento.

Gráfico 4. Tipo de alojamiento de las personas encuestadas.

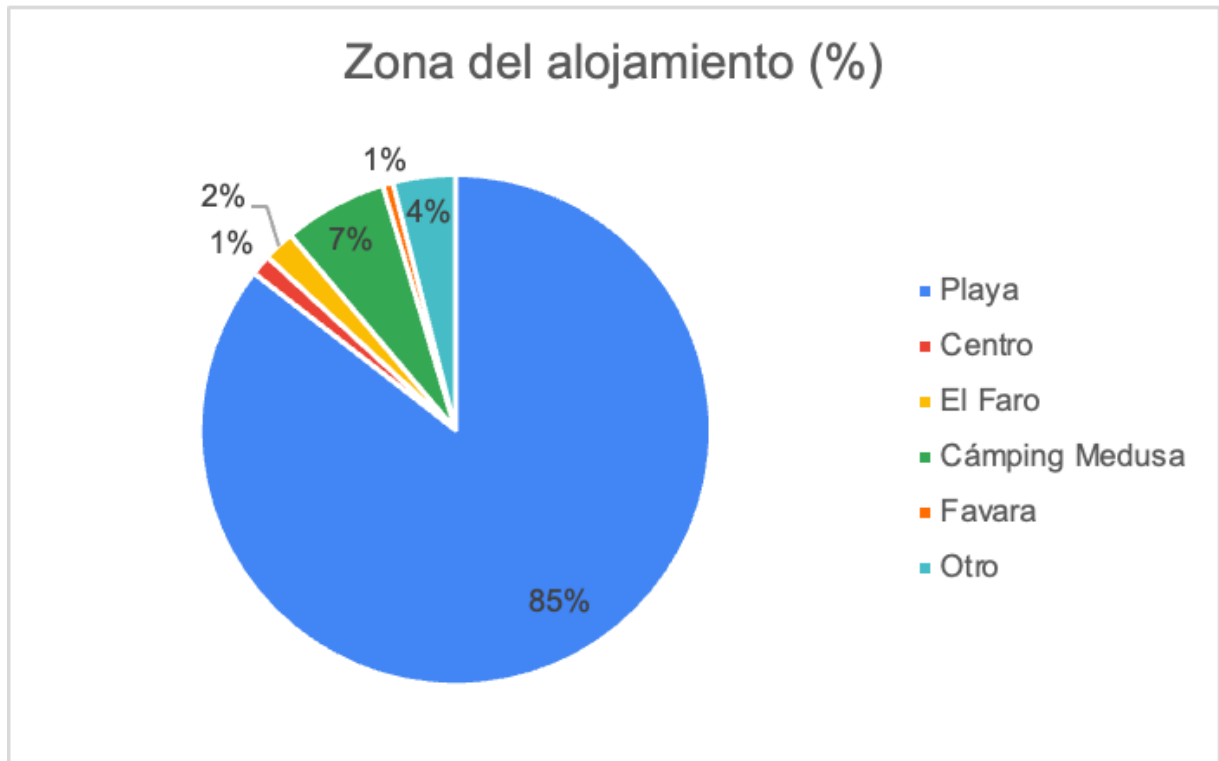


### 📍 Resultados:

- La mayoría de los encuestados se hospedan en apartamentos turísticos en propiedad (66%).
- El 15% se alojan en un apartamento turístico en alquiler.
- El 8% de los encuestados opta por alojarse en hoteles, y otro 8% prefiere campings.
- El 3% pernoctan en hostales, y no se ha registrado ningún encuestado en albergues.

## Pregunta 5. Zona de hospedaje.

Gráfico 5. Zona del alojamiento de las personas encuestadas.

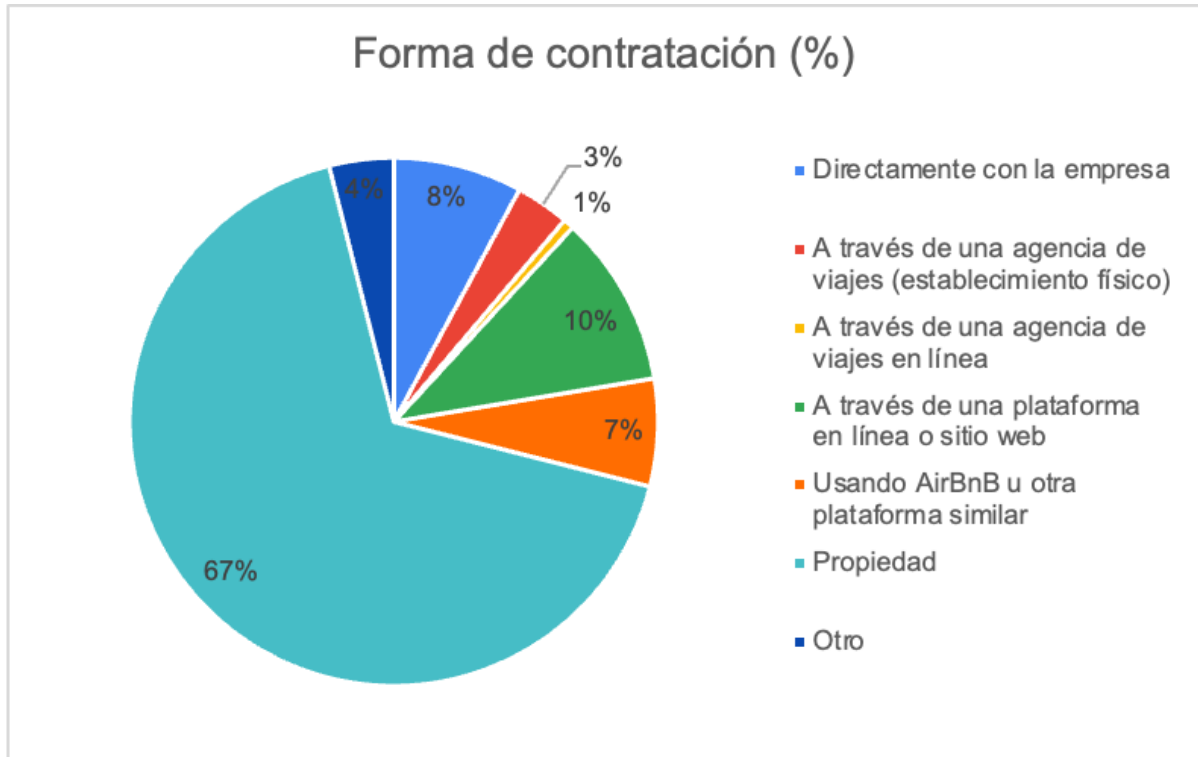


### 📍 Distribución de los encuestados por zonas:

- El 85% de los turistas encuestados están hospedados en la zona de la playa.
- Otras zonas registradas por los encuestados han sido:
  - Cámping Medusa.
  - El Centro.
  - El Faro.
  - Favara.

## Pregunta 6. Forma de contratación, alquiler o reserva del alojamiento.

Gráfico 6. Forma de contratación, alquiler o reserva del alojamiento de las personas encuestadas.

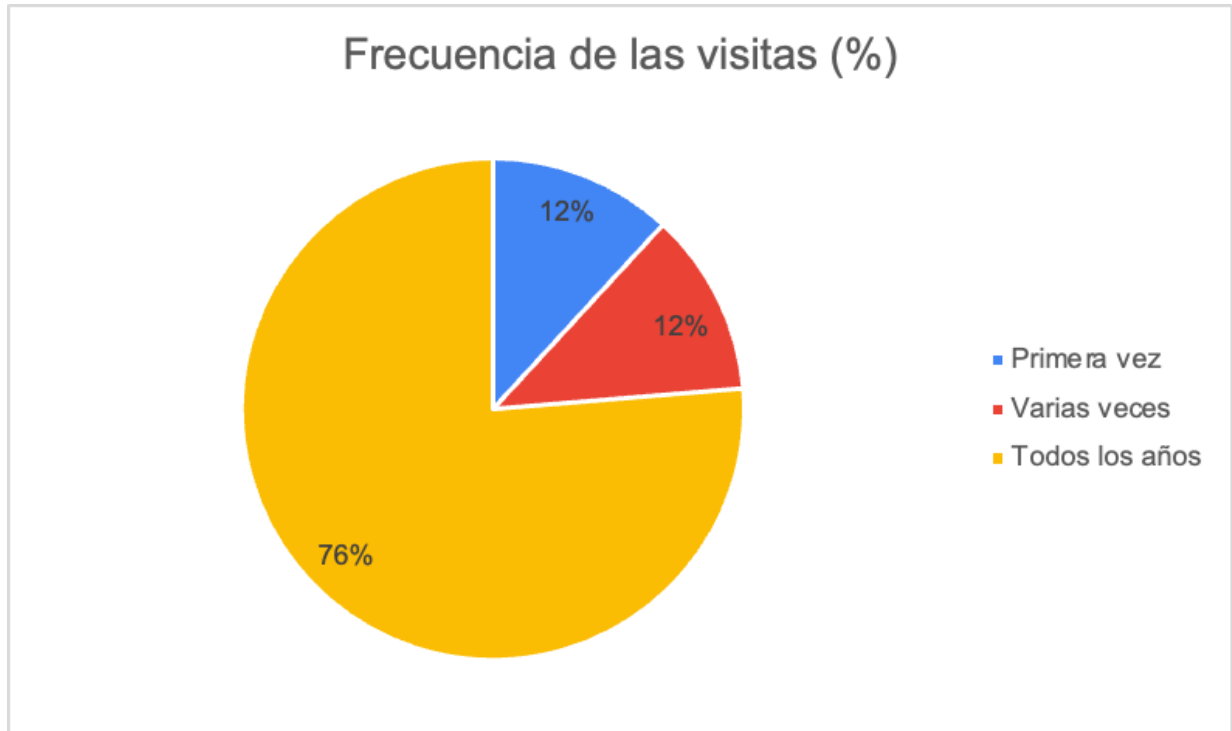


### 📍 Resultados:

- La mayor parte de los encuestados (67%) no realiza ninguna contratación, y cuenta con alojamiento en propiedad.
- El 10% han contratado su alojamiento a través de una plataforma en línea o sitio web.
- El 8% lo han realizado directamente con la empresa, y el 7% usando AirBnB o alguna plataforma similar.

## Pregunta 7. Frecuencia de las visitas.

Gráfico 7. Frecuencia de las visitas de los encuestados.

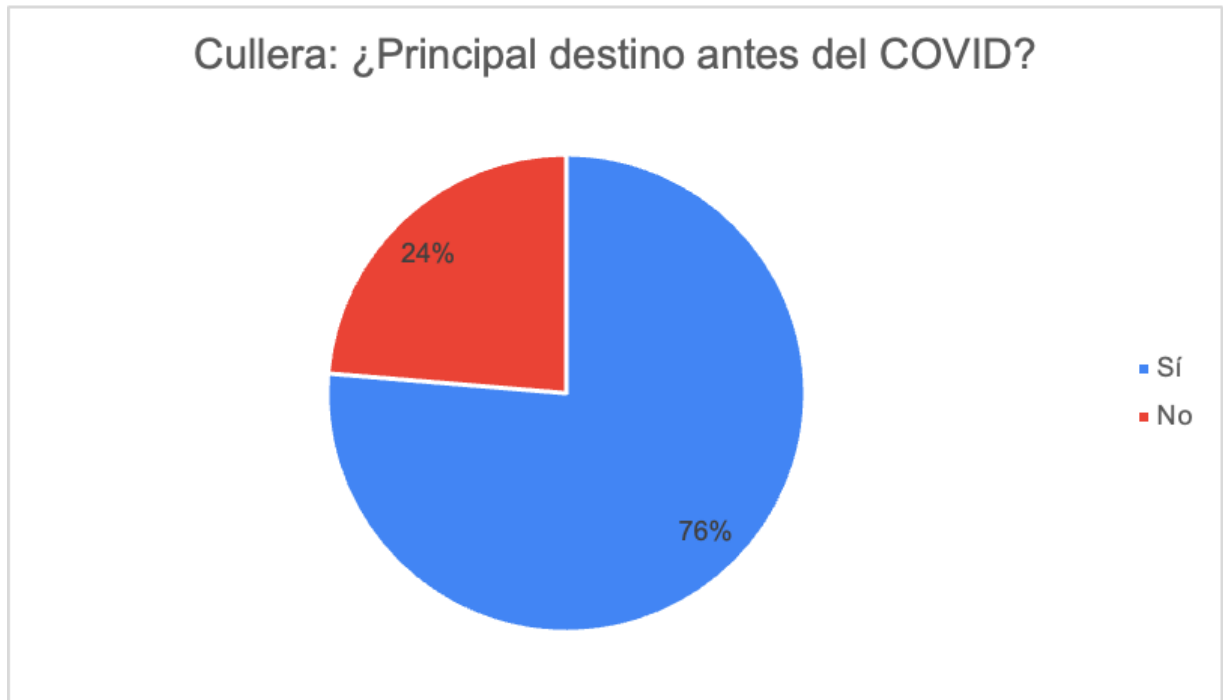


### 📍 Resultados:

- El 76% de los turistas son recurrentes y visitan el municipio todos los años.
- El 12% han venido varias veces.
- Para el 12% restante, es la primera vez que eligen Cullera como destino.

## Pregunta 8. Visitas al municipio antes de la pandemia.

Gráfico 8. Visitas de los encuestados antes de la pandemia.

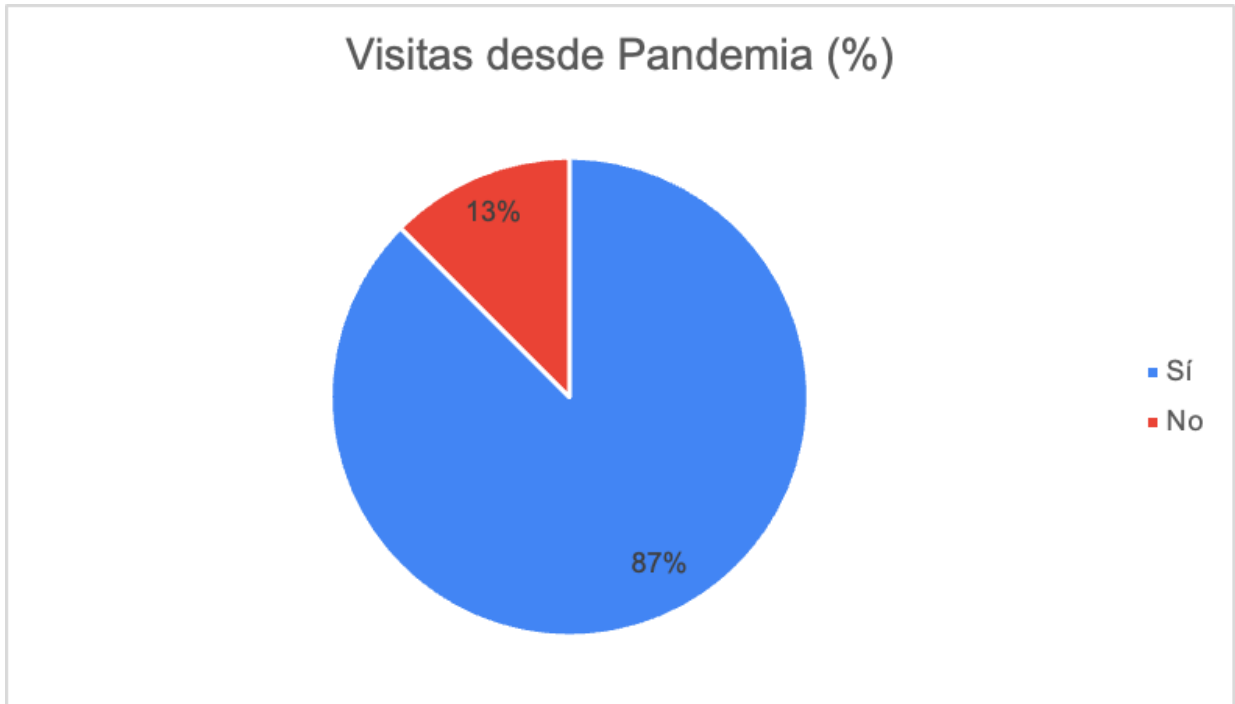


### 📍 Resultados:

- Cullera era el principal destino para el 76% de los encuestados antes de la pandemia.
- El 24% restante tenía otras preferencias.

## Pregunta 9. Visitas al municipio desde de la pandemia.

Gráfico 9. Visitas de los encuestados desde de la pandemia.

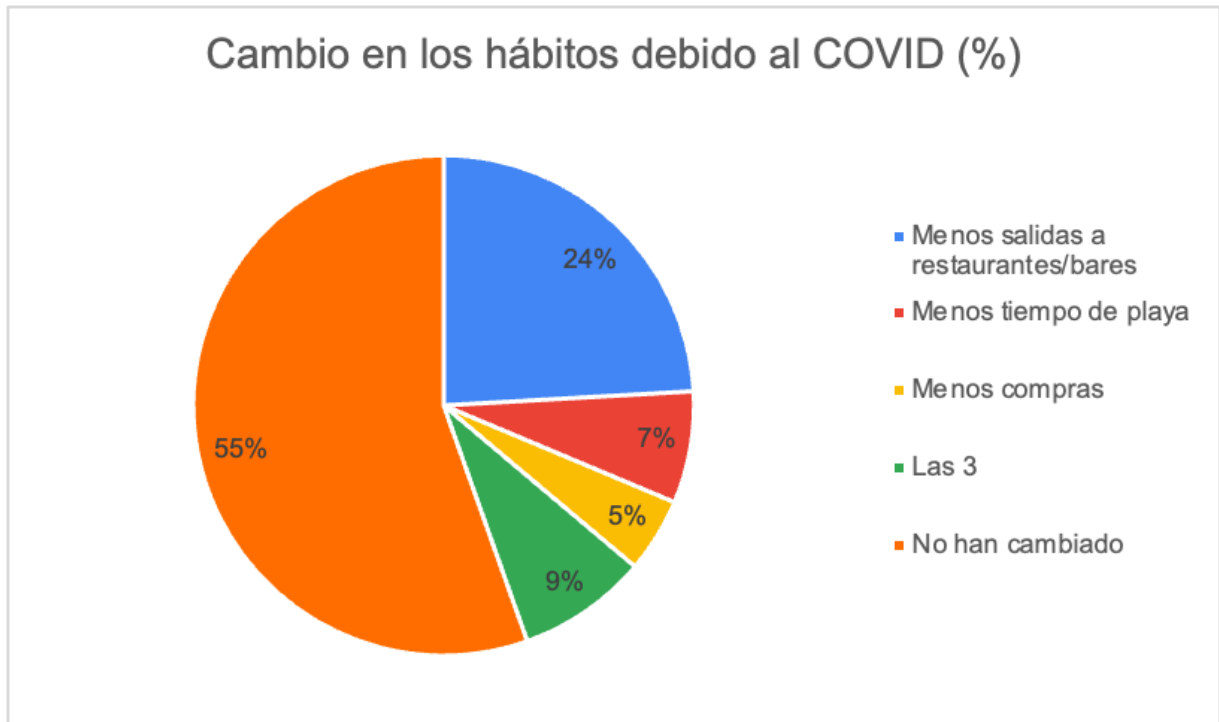


📍 Resultados:

- La mayoría de las personas encuestadas han visitado el municipio desde de la Pandemia (87%).
- El 13% no han vuelto a Cullera tras la pandemia.

## Pregunta 10. Hábitos post-pandemia.

Gráfico 10. Cambio en los hábitos de los turistas encuestados tras la pandemia.

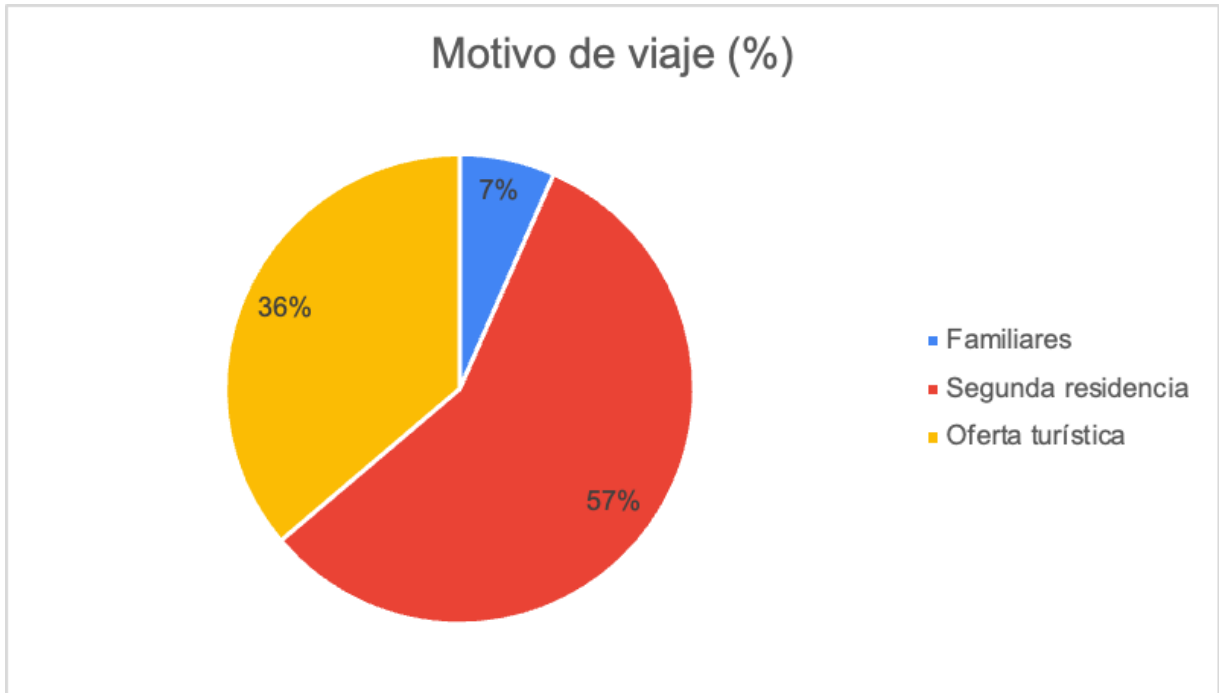


### 📍 Resultados:

- Los hábitos tras la pandemia no han cambiado para el 55% de los encuestados.
- El 24% reduce la frecuencia de salidas a restaurantes y bares, el 7% disminuye las visitas a la playa y el 5% reduce sus compras.

## Pregunta 11. Motivo de viaje.

Gráfico 11. Motivo de viaje de los encuestados.

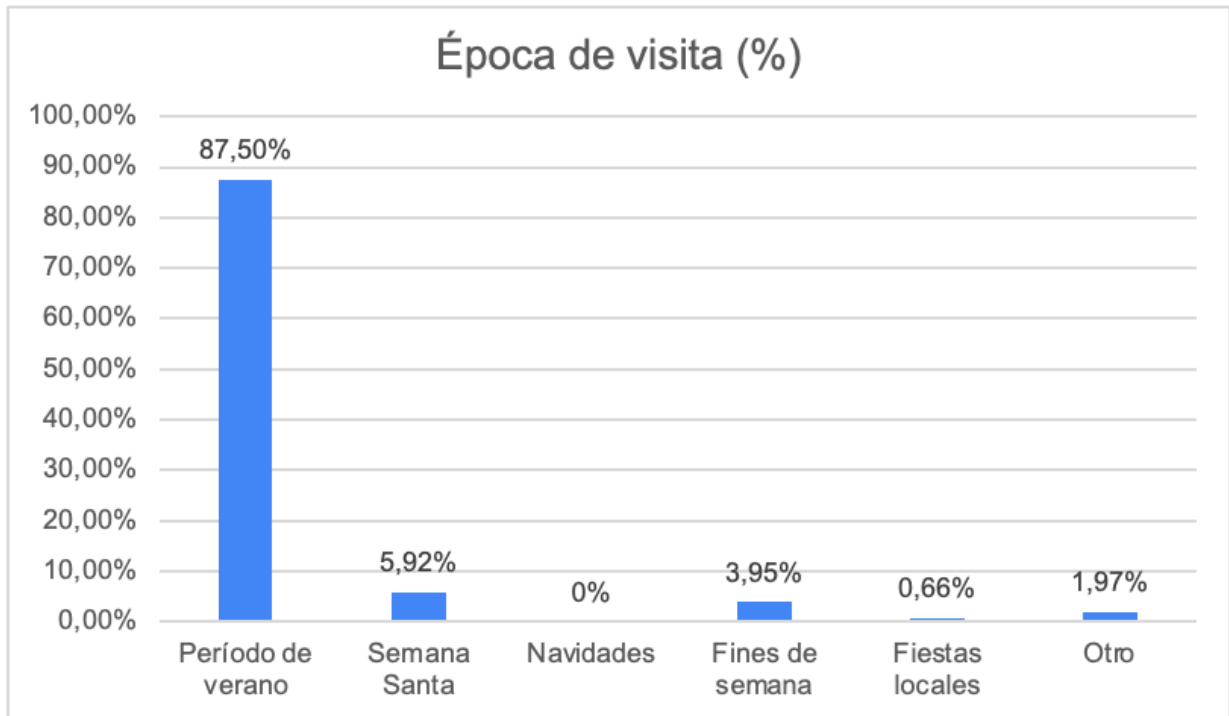


- 📍 Resultados:
- La mayoría de los turistas encuestados (57%) visitan Cullera porque disponen de una segunda residencia.
  - El 36% llega debido a la oferta turística.
  - El 7% restante lo hace debido a la presencia de familiares (u otro tipo de vínculos personales).



## Pregunta 12. Época de visita.

Gráfico 12. Época de visita de los encuestados.

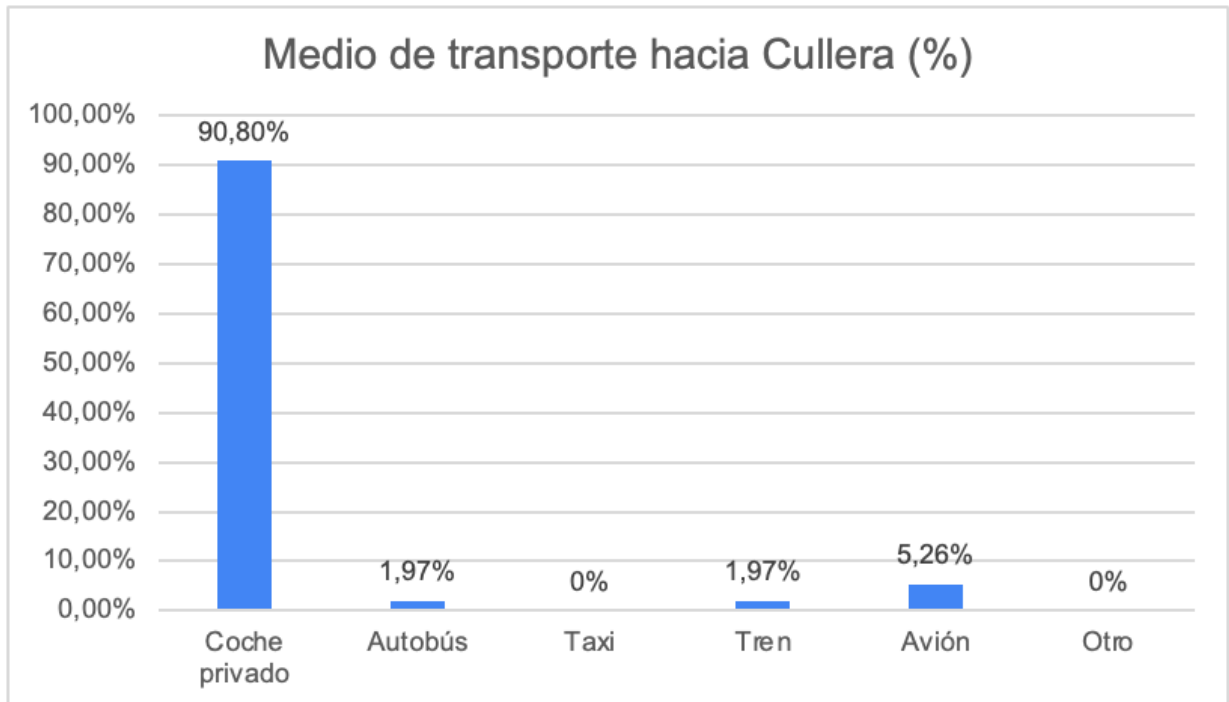


### 📍 Resultados:

- El 87,5% de los encuestados visitan Cullera en la estación de verano.
- 5,92% lo hace en Semana Santa.
- 3,95% se desplaza los fines de semana.

## Pregunta 13. Medio de transporte hacia Cullera.

Gráfico 13. Medio de transporte usado por los encuestados para desplazarse a Cullera.

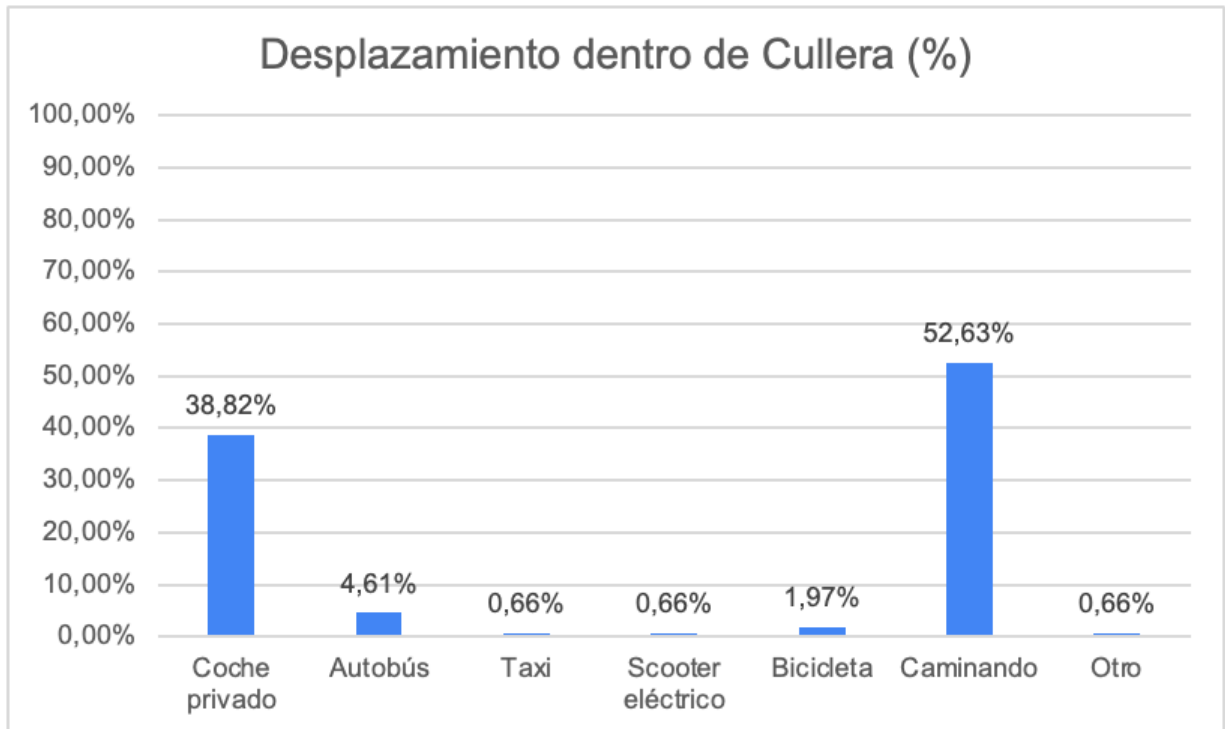


### 📍 Resultados:

- La mayoría de los encuestados utilizan el coche privado para desplazarse hasta Cullera. Representa un 90,8% de la muestra.
- El segundo medio más usado es el avión (5,26%).
- El uso del tren representa el 1,97% y otro 1,97 del autobús.
- Los turistas consultados muestran una elevada dependencia del vehículo privado para desplazarse hasta el destino.

## Pregunta 14. Medio de transporte en Cullera.

Gráfico 14. Medio de transporte usado por los encuestados para desplazarse dentro de Cullera.

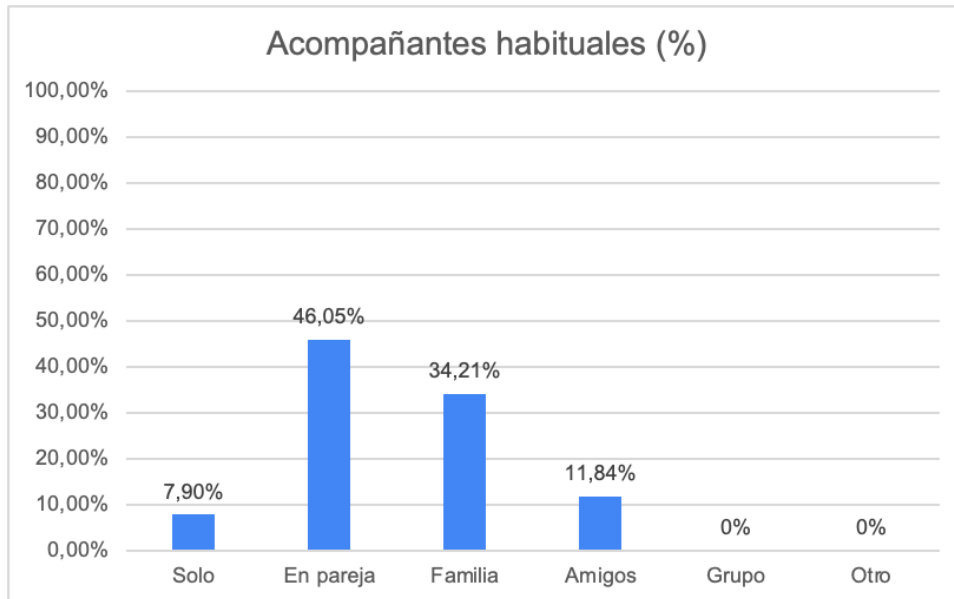


### 📍 Resultados:

- Dentro del municipio, la mayoría de los encuestados suele desplazarse a pie (52%).
- En segundo lugar, el 38,82% eligen el coche privado.
- El autobús se usa en menor medida, con un 4,61%.
- El 1,97% se desplazan en bicicleta.
- El taxi, el scooter eléctrico y otros medios de transporte son los menos utilizados con un 0,66% en cada caso.

## Pregunta 15. Acompañantes.

Gráfico 15. Acompañantes habituales de los turistas encuestados.

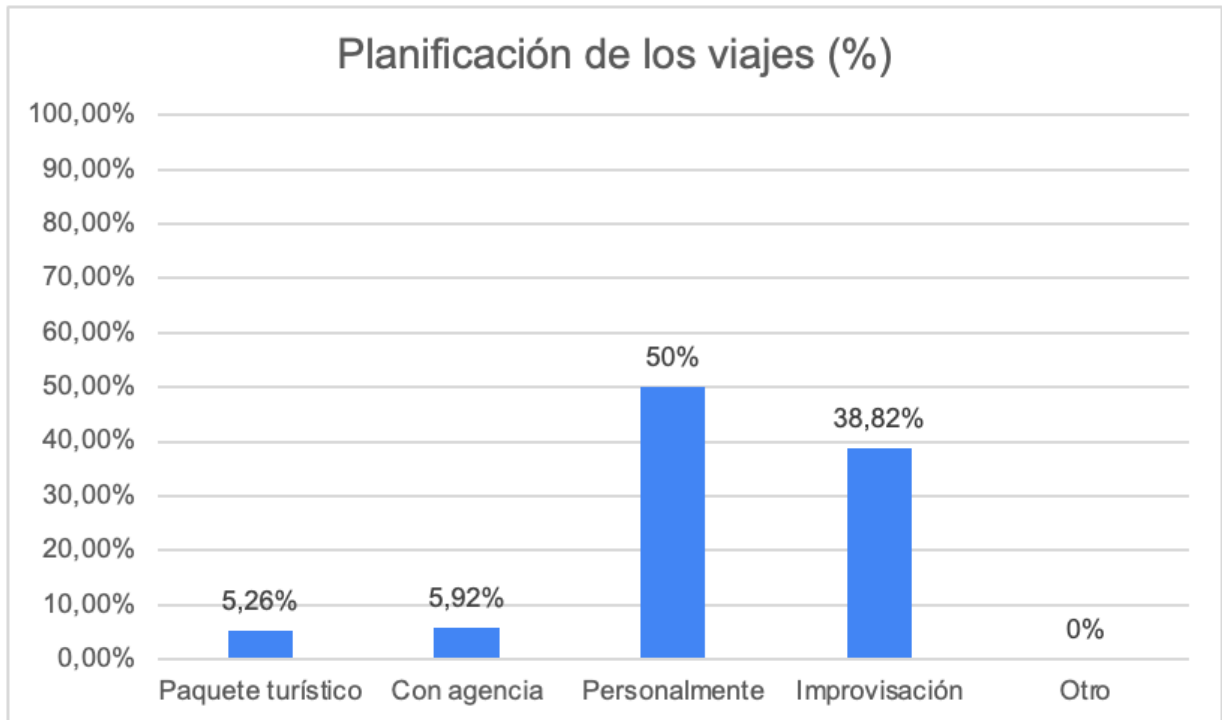


### 📍 Resultados:

- El 46,05% de las personas consultadas viajan en pareja.
- El turismo familiar representa un 34,21% de la muestra.
- El 11,84% viaja en compañía de amigos, mientras que el 7,90% prefiere hacerlo solo.

## Pregunta 16. Programación del viaje.

Gráfico 16. Programación del viaje por parte de los encuestados.



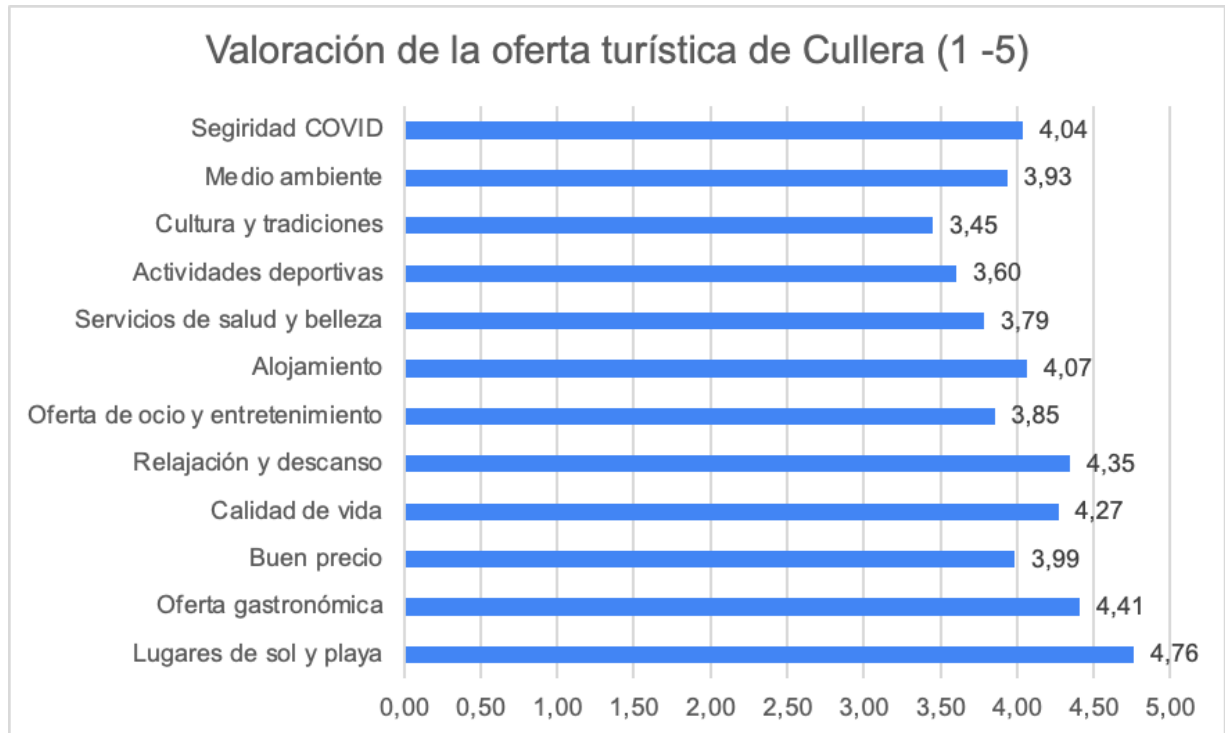
### 📍 Resultados:

- La mitad de los encuestados deciden programar personalmente el viaje.
- El 38,82% no realiza ningún tipo de planificación y prefiere opciones más improvisadas.
- El resto de los turistas consultados organizaron su viaje con una agencia (5,92%), o compró un paquete turístico (5,26%).

## Pregunta 17. Valoración de la oferta turística.

- Se procede a una valoración de la oferta turística de Cullera, realizando una media de todas las puntuaciones (1 menos valorado – 5 más valorado) para cada recurso predefinido.

Gráfico 17. Valoración de la oferta turística de Cullera por parte de los encuestados.



### 📍 Resultados:

- La media de las valoraciones es en general positiva, puesto que todas las puntuaciones del gráfico se encuentran por encima del 3.
- La zona de las playas ha recibido la puntuación más alta con una media de 4,97 sobre 5.
- En segundo lugar, la oferta gastronómica también ha obtenido una valoración media muy positiva de un 4,41.
- Por otra parte, los turistas también tienen una buena percepción de Cullera como lugar de relajación y descanso. En este caso, la valoración media es de 4,35.
- Las puntuaciones más bajas (aunque siempre por encima de 3), se le ha atribuido a la cultura y al mantenimiento de las tradiciones con un 3,45, así como las actividades deportivas con un 3,60.
- El balance general es en general positivo, o muy positivo.

## Pregunta 18. Factores relevantes a la hora de elegir un destino turístico.

- Se procede a un registro individualizado de las preferencias de cada encuestado. Cada participante tenía la opción de seleccionar múltiples factores predefinidos de una lista de 13 opciones. Se ha realizado una contabilización del número de veces que cada factor predefinido ha sido seleccionado.

Gráfico 18. Factores relevantes a la hora de elegir un destino turístico para los encuestados.



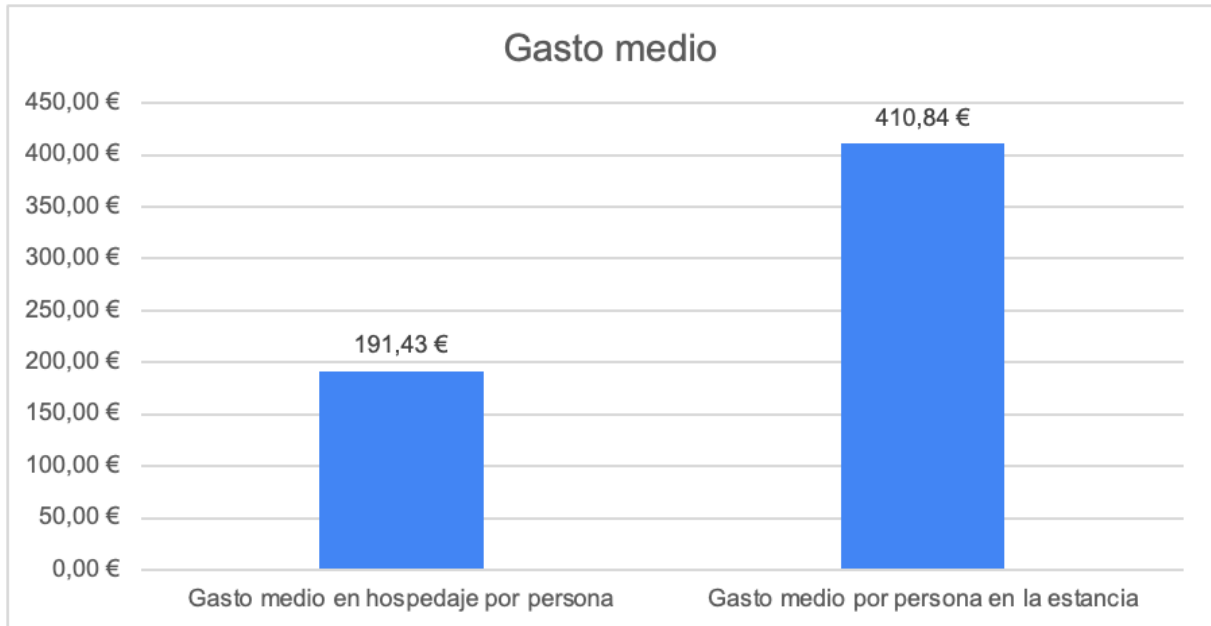
### 📍 Resultados:

- El factor relevante más seleccionado para los encuestados es la oferta basada en el sol y playa, con un total de 131 preferencias.
- El segundo aspecto de mayor relevancia para 110 de los turistas consultados, es la existencia de una buena oferta gastronómica.
- Un entorno para relajación y descanso también se considera como un factor determinante para 74 personas.
- La seguridad ante la pandemia COVID-19, los servicios de salud y belleza, y una buena oferta de actividades deportivas, son otros aspectos de interés para los encuestados (si bien éstos son menos notables).

## Pregunta 19. Gasto medio.

- Se pregunta a los turistas que indiquen el gasto medio aproximado por persona en hospedaje, así como el gasto medio total por persona durante toda la estancia.

Gráfico 19. Gasto medio de los turistas encuestados.



### 📍 Resultados:

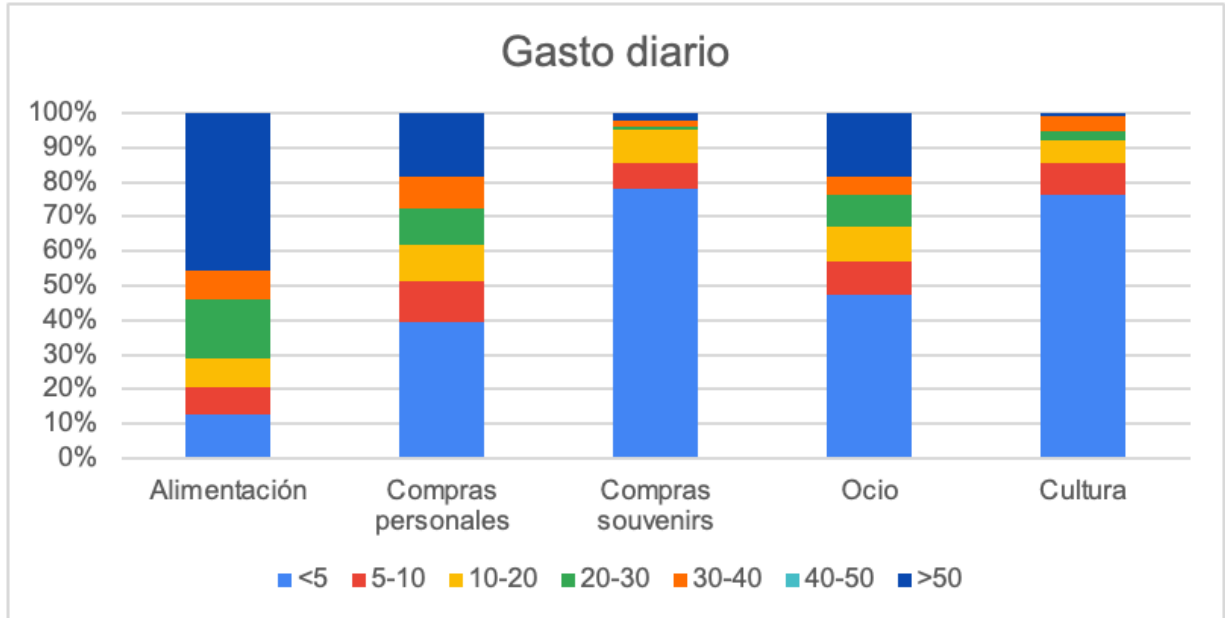
- El gasto medio en hospedaje por persona de los encuestados (sin contar a los que tienen apartamento en propiedad), es de 191,43 €.
- El gasto medio por persona en toda la estancia es de 410,48 €.



## Pregunta 20. Gasto diario.

- Se pregunta a los turistas que indiquen el gasto realizado el día anterior en alimentación, compras personales, souvenirs, ocio y cultura.

Gráfico 20. Gasto diario de los encuestados.



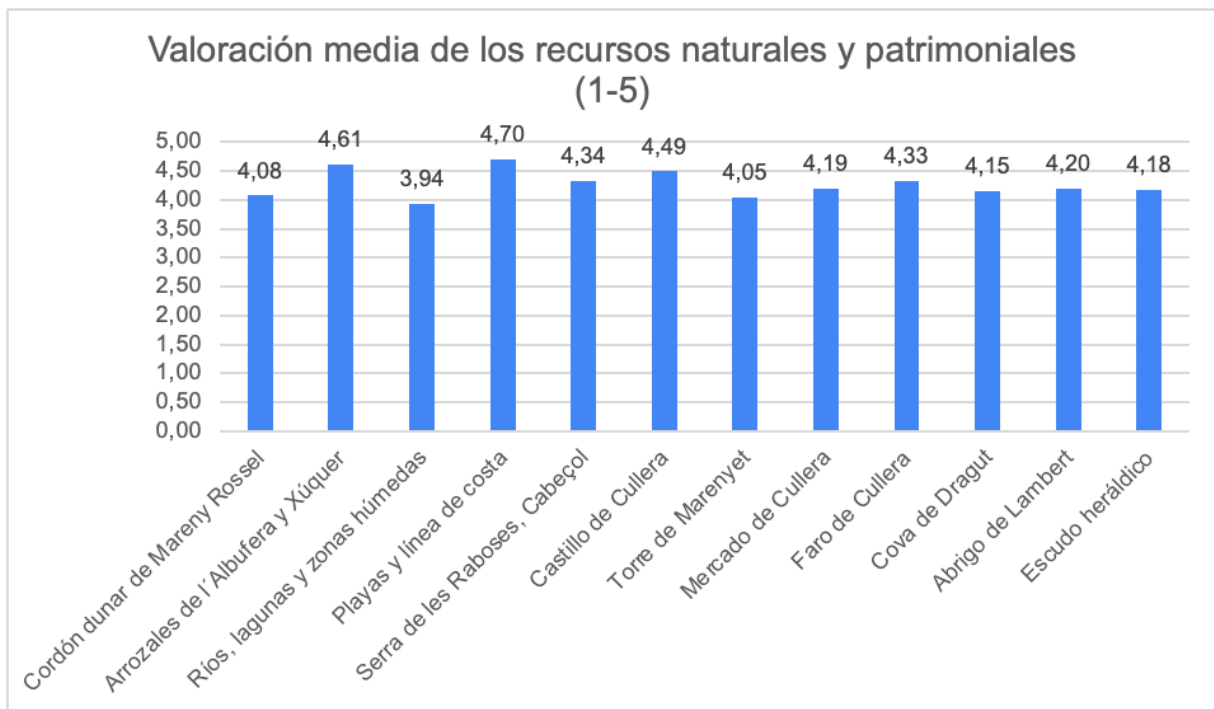
### 📍 Resultados:

- El mayor gasto que realizan los turistas diariamente es en alimentación, y en segundo lugar en compras personales y ocio.
- La compra de souvenirs y la cultura tienen el menor gasto diario.

## Pregunta 21. Valoración media de los recursos naturales y patrimoniales.

- Se procede a una valoración de los recursos naturales y patrimoniales, realizando una media de todas las puntuaciones (1 menos valorado - 5 más valorado) para cada recurso predefinido.

Gráfico 21. Valoración media de los recursos naturales y patrimoniales de los encuestados.



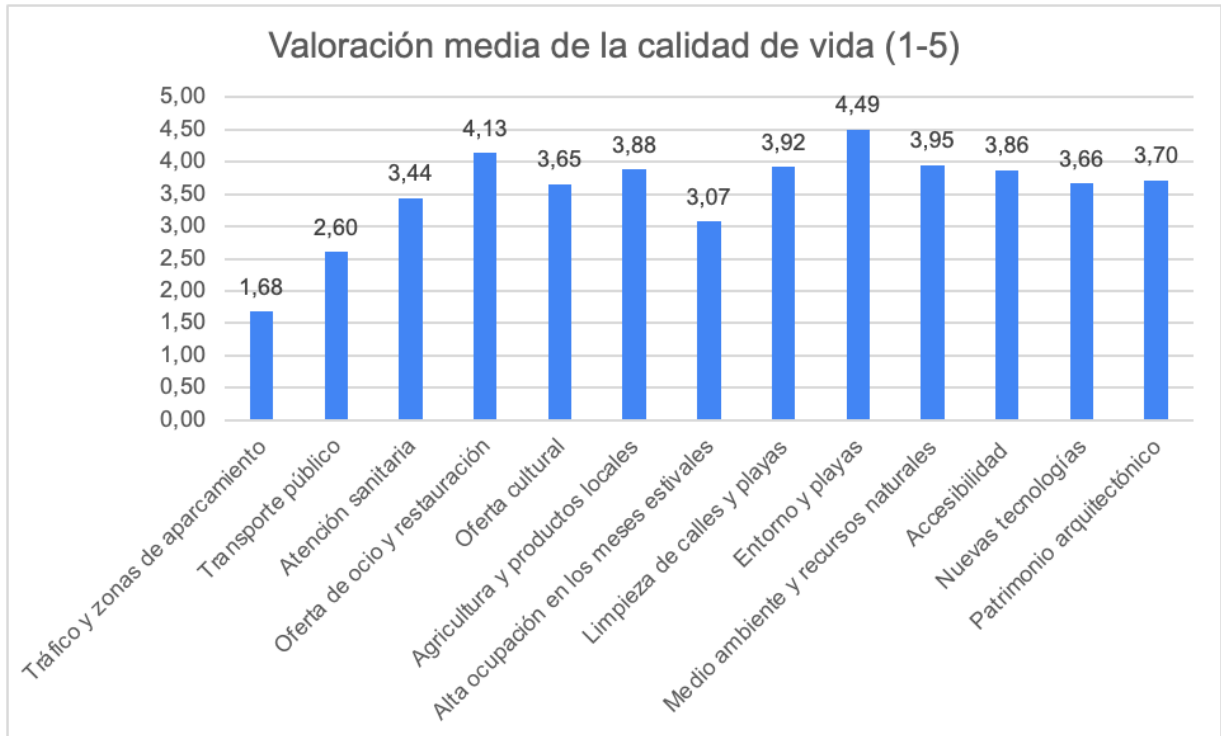
### 📍 Resultados:

- La media de las valoraciones es positiva, al observar que todas las puntuaciones señaladas en el gráfico se encuentran por encima del 3,9.
- Las playas y la línea de costa han recibido la puntuación más alta con un 4,70 sobre 5.
- En segundo lugar, los Arrozales de l'Albufera y el río Xúquer tienen una puntuación también alta de 4,61.
- El tercer recurso con mejor puntuación es el Castillo de Cullera con 4,49.
- El recurso peor puntuado ha sido el estado de los ríos, lagunas y zonas húmedas con un 3,94 sobre 5.
- Todas las calificaciones son en términos generales favorables, incluso la más bajas.

## Pregunta 22. Valoración de la calidad de vida y convivencia.

- Se procede a evaluar la calidad de vida y convivencia en Cullera. Para ello, se ha realizado una media de todas las puntuaciones (1 menos valorado – 5 más valorado) en cada parámetro.

Gráfico 22. Valoración de la calidad de vida y convivencia en Cullera.



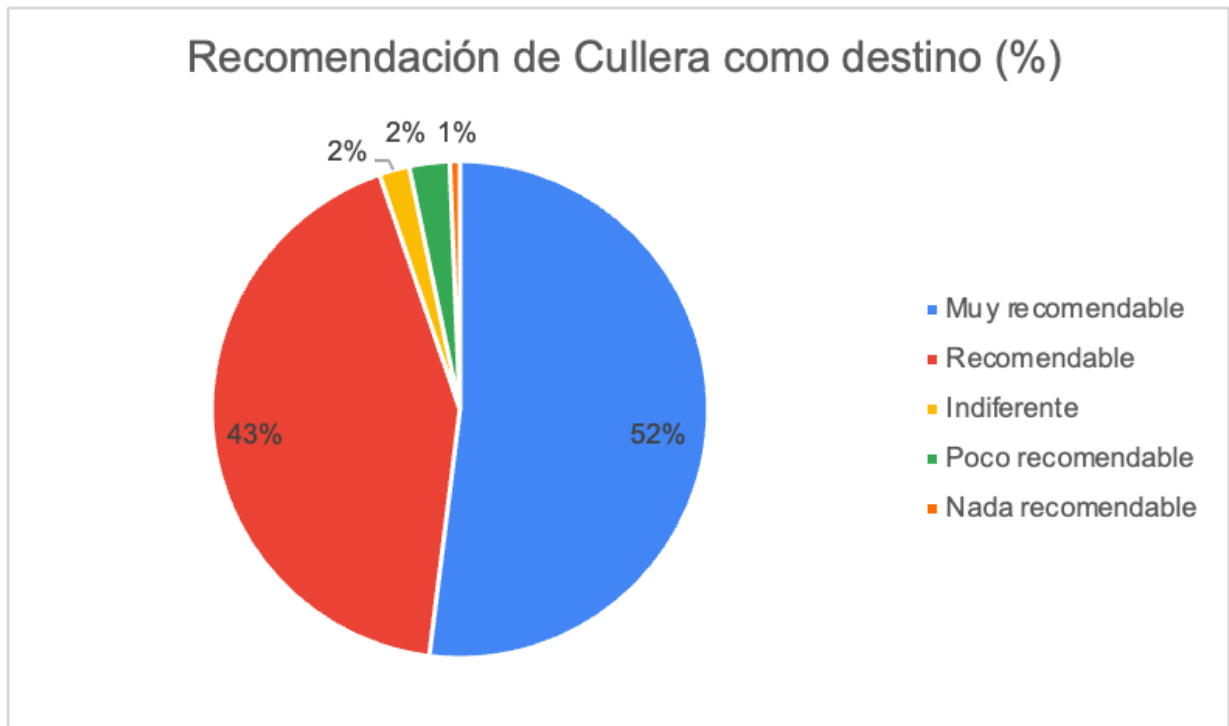
### 📍 Resultados:

- En este caso, algunas de las puntuaciones son más bajas que las del gráfico anterior.
- Las variables más valoradas:
  - Las playas y el entorno serían el aspecto mejor votado, con un promedio de 4,49 sobre 5, seguido de la oferta de ocio y restauración, con un 4,13.
- Las variables menos valoradas:
  - El tráfico y las zonas de aparcamiento con una puntuación de 1,68 sobre 5.
  - Otro de los factores peor valorados ha sido el transporte público y la alta ocupación durante la época estival, con un 2,60 y un 3,07 respectivamente.

## Pregunta 23. Recomendación del destino.

- Se pregunta a los turistas que indiquen si consideran que Cullera es un destino muy recomendable, recomendable, indiferente, poco recomendable o nada recomendable.

Gráfico 23. Recomendaciones por parte de los turistas encuestados sobre Cullera como destino turístico.



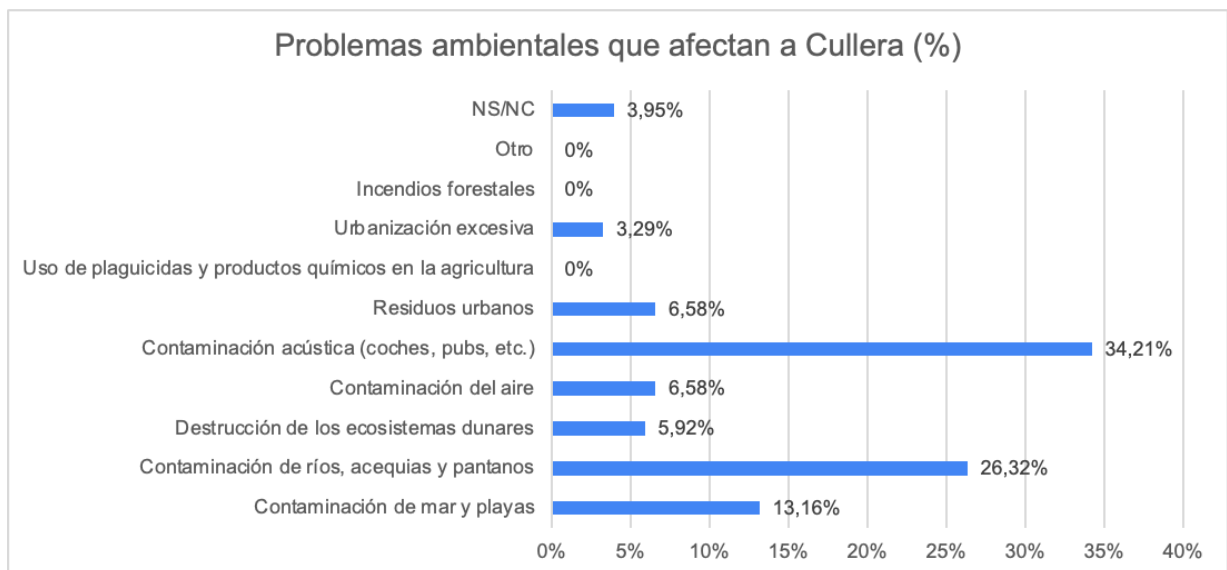
### 📍 Resultados:

- La mayoría de los encuestados (52%) consideran que Cullera es un destino turístico muy recomendable.
- El 43% piensa que es recomendable.
- Un porcentaje muy reducido de sólo el 2%, considera que es indiferente, y otro 2% que es poco recomendable.
- Un 1% afirma que es nada recomendable.

## Pregunta 24. Problemas medioambientales.

- Pregunta que expone/profundiza sobre diferentes cuestiones y problemáticas de tipo medioambiental.
- Los encuestados deben seleccionar el problema medioambiental que consideran el más importante en Cullera. Los problemas aparecen en el gráfico 24. (Nota: Si bien es un problema ambiental de primer orden, la masificación turística no se introduce como campo posible de respuesta. En cualquier caso, ha sido considerado en la pregunta N.º 22).

Gráfico 24. Problema medioambiental más relevante para los encuestados.



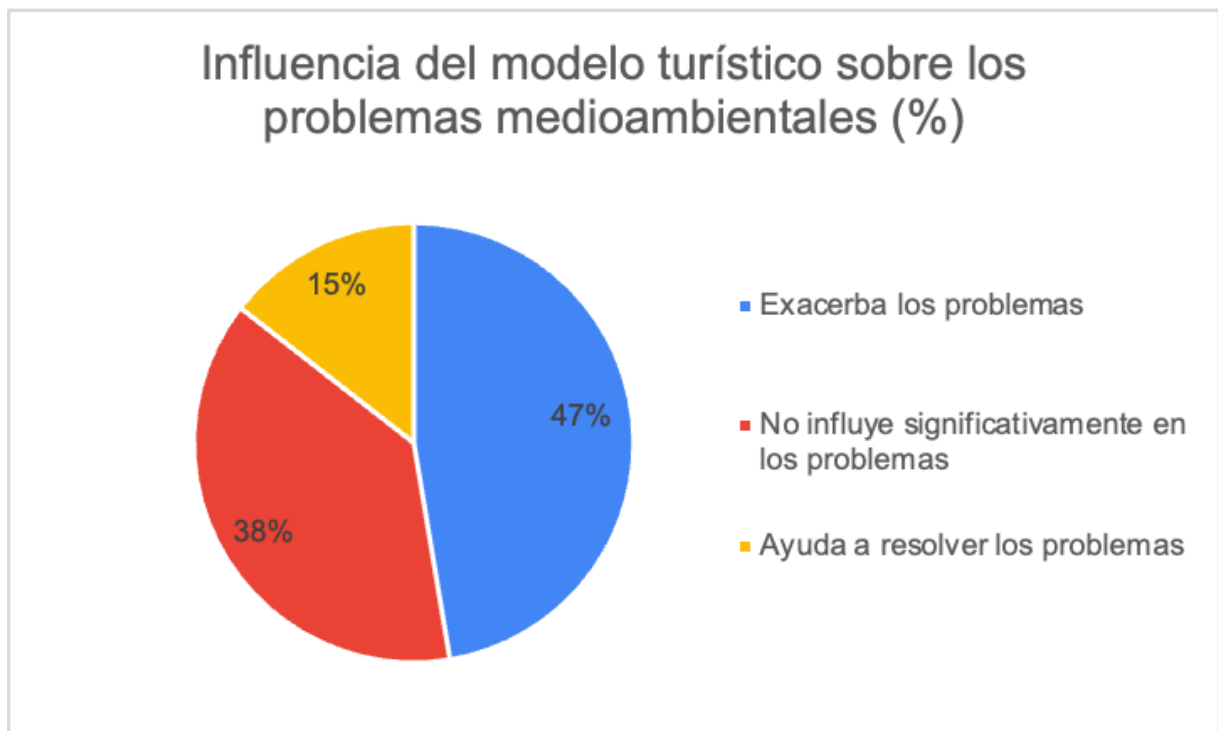
### 📍 Resultados:

- La contaminación acústica ha sido valorada como el problema medioambiental más preocupante por un 34,21% de los encuestados.
- En segundo lugar, la contaminación de ríos, las acequias y pantanos, con un 26,32%.
- La contaminación de mar y playas supone un 13,16%.
- Los incendios forestales o el uso de plaguicidas y productos químicos en la agricultura no han sido considerados como el problema ambiental relevante por ninguna de las personas consultadas.

## Pregunta 25. Influencia del modelo turístico en el medio ambiente.

- En esta pregunta, los encuestados exponen su opinión respecto a la influencia del modelo turístico actual de Cullera (en relación con los problemas ambientales del municipio).

Gráfico 25. Influencia del modelo turístico sobre los problemas ambientales.

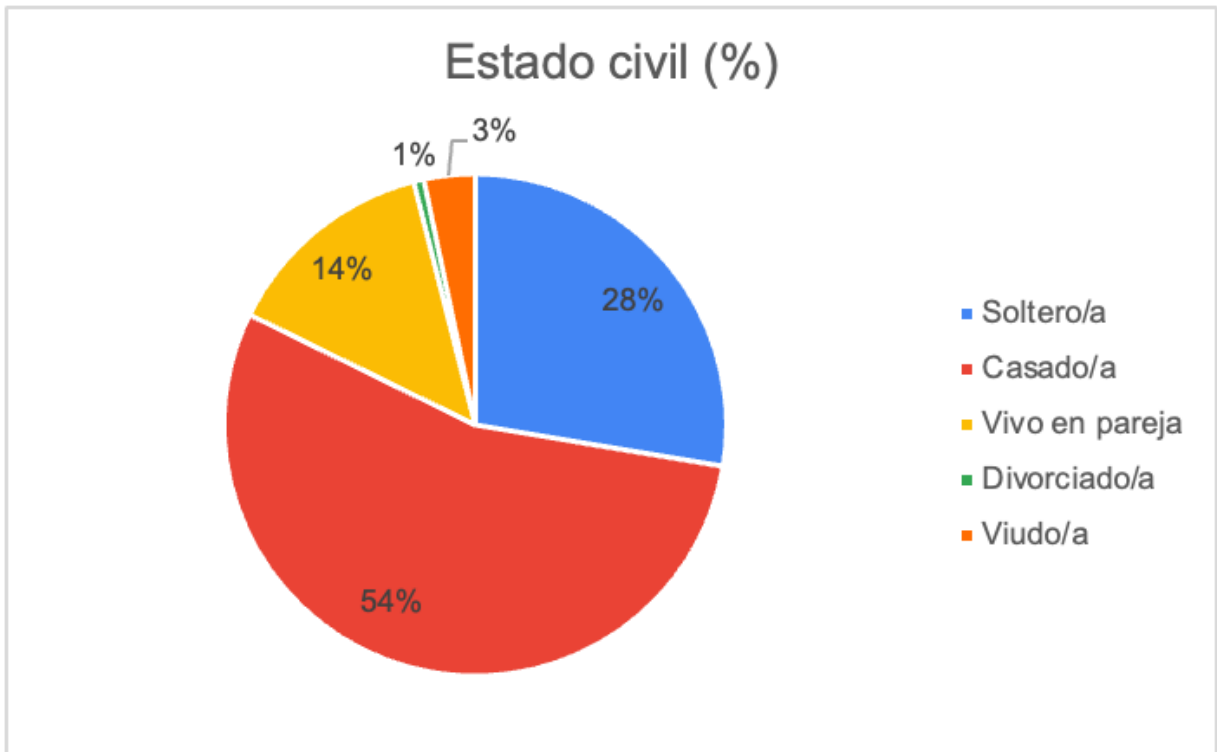


### 📍 Resultados:

- El 47% de las personas encuestadas piensa que el modelo turístico actual, agrava los problemas de contaminación en el medio ambiente local.
- El 38% considera que no influye significativamente en los problemas.
- El 15% piensa que de alguna manera ayuda a resolver los problemas.

## Pregunta 26 (control). Estado civil.

Gráfico 26. Estado civil de los encuestados.



### 📍 Resultados:

- La mayoría, un 54%, están casados.
- Los encuestados solteros representan un 28%.
- La convivencia en una misma unidad residencial supone un 14%.
- Los grupos menos representados son los viudos con un 3%, y los divorciados (1%).

## Pregunta 27 y 28 (control). Nivel de formación.

Gráfico 27. Nivel de estudios del encuestado.

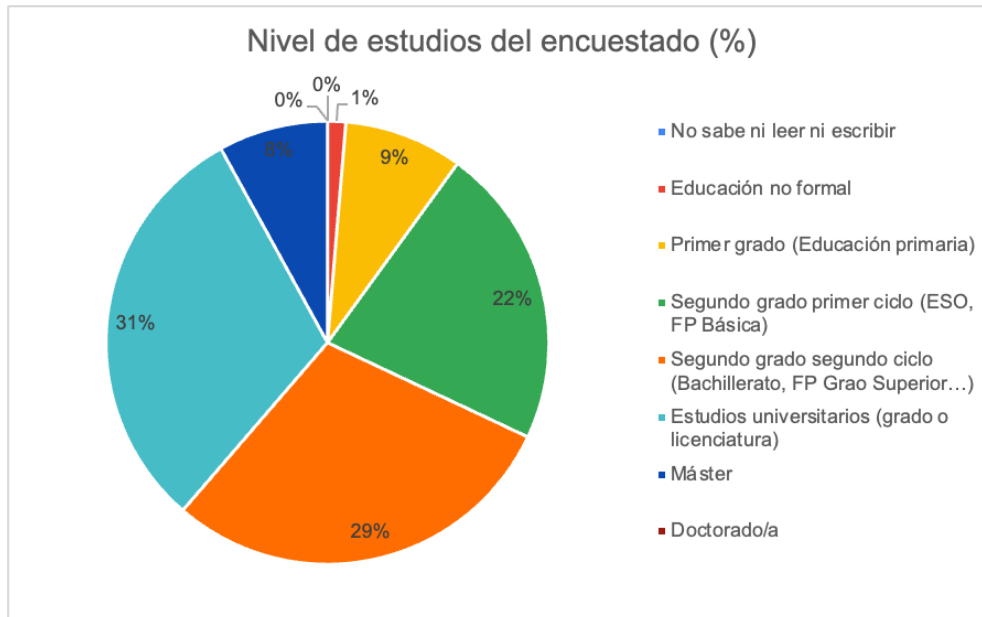
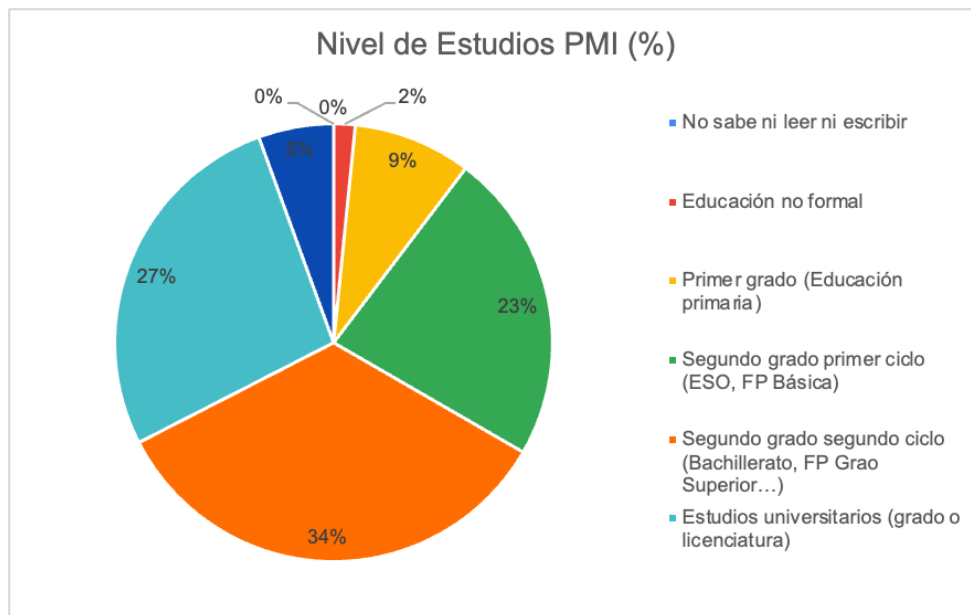


Gráfico 28. Nivel de estudios de la persona que más aporta al hogar.



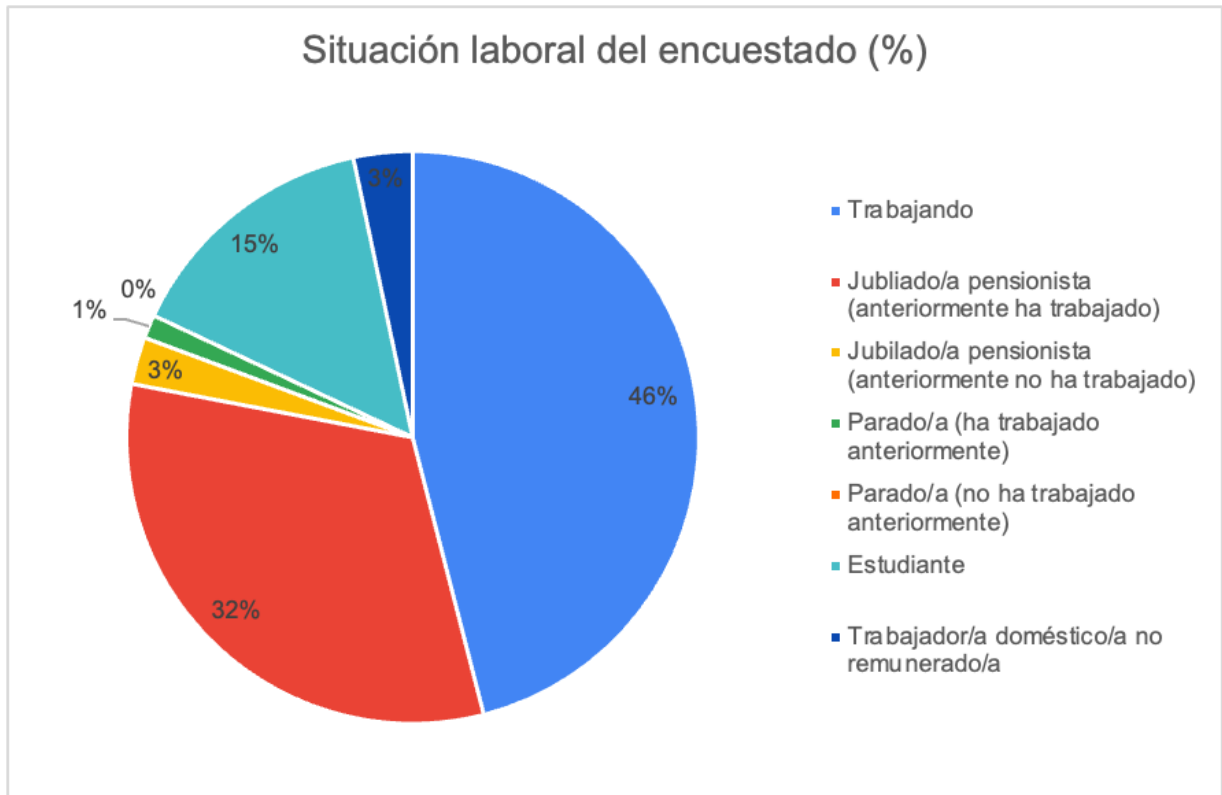
### 📍 Resultados:

- La mayoría de los encuestados tienen estudios universitarios (31%).
- Sin embargo, la mayoría de los que más aportan al hogar tienen estudios de segundo grado (34%).



## Pregunta 29.1 (control). Situación laboral.

Gráfico 29. Situación laboral del encuestado.

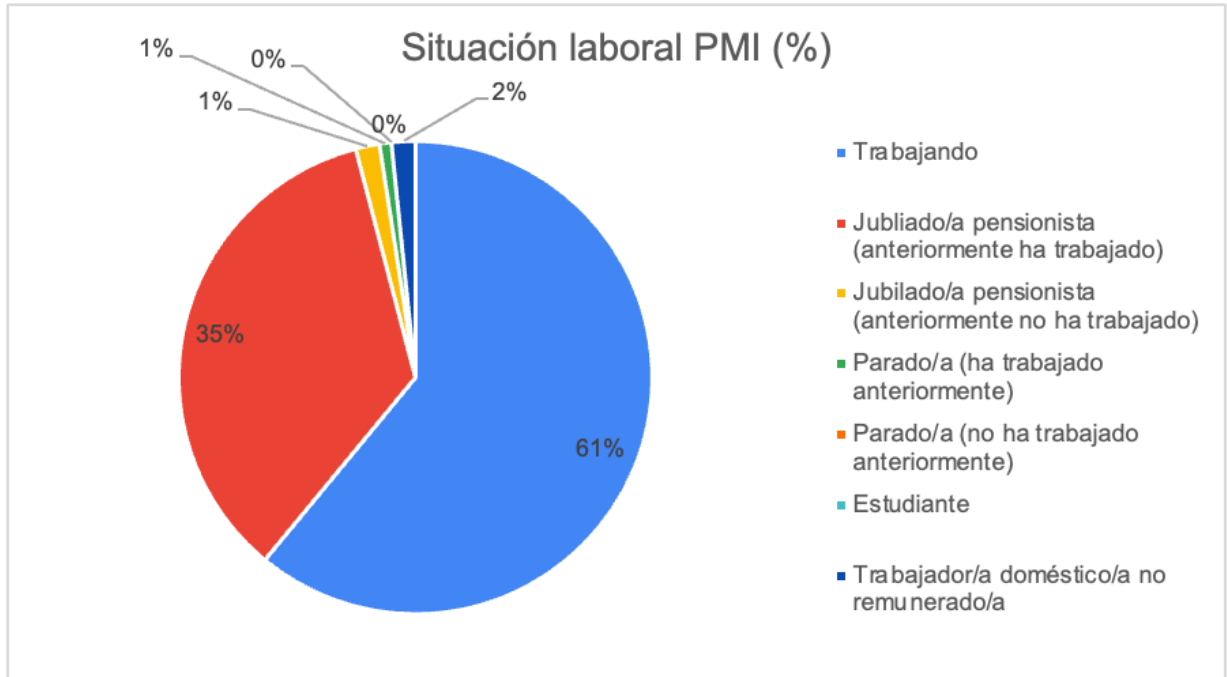


### Resultados:

- Una parte significativa de los encuestados actualmente está trabajando, representando el 46% de la muestra.
- En segundo lugar, el 32% de los usuarios están jubilados.
- El 15% todavía se está en periodo de formación (estudiantes).

## Pregunta 29.2 (control). Situación laboral de la persona que más aporta al hogar.

Gráfico 29. Situación laboral de la persona que más aporta al hogar.

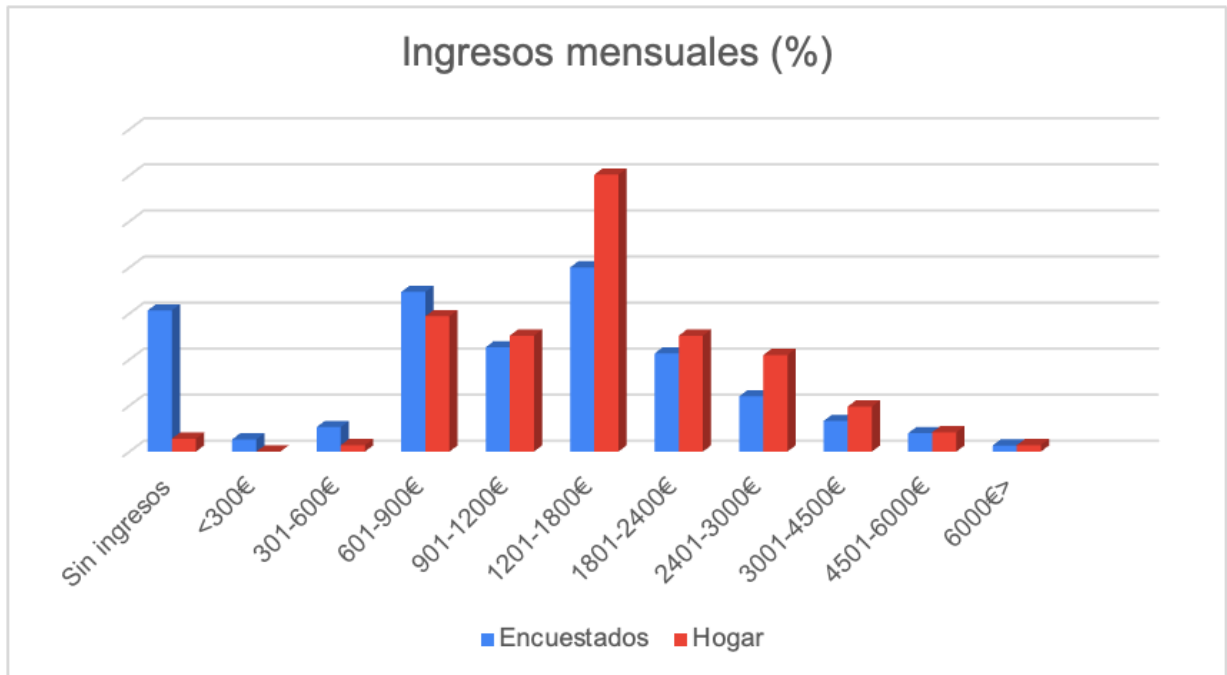


### 📍 Resultados:

- El 61% de los principales contribuyentes al hogar están actualmente empleados.
- Por otro lado, el 35% están jubilados.

## Pregunta 30 (control). Ingresos y aportaciones al hogar.

Gráfico 30. Ingresos de los encuestados y del hogar.



### 📍 Resultados:

- Se analizan los ingresos tanto del encuestado como de la persona de su núcleo familiar que más aporta económicamente al hogar.
- En ambos casos, la media de ingresos se encuentra entre 1201€ y 1800€.

## Conclusiones:

Después de analizar los resultados de la encuesta a los turistas de Cullera, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- 📍 Por un lado, se han podido establecer rasgos generales de los turistas que visitan el municipio, lo permite elaborar un perfil del mismo:
  - La mayoría de los visitantes que han respondido a las encuestas son de procedencia española.
  - Las personas que suelen visitar el destino son en su mayoría casadas, si bien existe una muestra representativa de turistas que viajan en pareja o en familia.
  - La mayor parte de los encuestados son turistas recurrentes con un piso turístico en propiedad. Generalmente, eligen visitar el municipio durante la temporada de verano y optan por hospedarse en la zona de las playas.
  - La mayoría de los turistas visitan Cullera lo hacen porque tienen un piso turístico en propiedad. El segundo motivo más recurrente es la propia existencia de una adecuada oferta turística.
  - Las personas que no cuentan con propiedad propia para hospedarse, optan por alquilar a través de plataformas en línea o sitios web, establecen contacto directo con la empresa, o eligen servicios como Airbnb u otras plataformas similares. Este grupo suele seleccionar opciones de alojamiento como apartamentos, hoteles o campings.
  - Los factores más importantes para los turistas de Cullera a la hora de elegir un destino turístico son, por este orden: lugares de sol y playa, una buena oferta gastronómica, y un entorno que permite relajación y descanso.
  - Respecto a la planificación de los viajes, la mayoría de los encuestados prefiere organizar personalmente su itinerario o improvisar.
  - El 90,8% de los visitantes elige desplazarse al destino utilizando su propio vehículo, mientras que el 38,82% también opta por el coche privado para moverse dentro del municipio. No obstante, también prevalece la preferencia por desplazarse a pie entre los turistas que exploran Cullera.

- Se observa que los efectos de la pandemia están perdiendo importancia para las personas consultadas. Un 55% afirma que sus hábitos no han cambiado demasiado.
- En cuanto al nivel de estudios, una muestra significativa tiene estudios universitarios y de segundo grado (FP, Bachillerato...).
- Una porción importante de los encuestados está formada por personas que actualmente están empleadas o jubilados.
- Los ingresos mensuales tienen una mayor variabilidad, aunque destaca el grupo con ingresos entre 1.201€ - 1.800€.
- El gasto medio en hospedaje por persona es de 191,43€ durante la estancia y de 410,84€ en total.
- Con respecto al gasto medio diario, la mayoría de las compras se realizan en alimentación, mientras que la compra de souvenirs y la oferta cultural son las variables con menor gasto.
- 📍 Por otro lado, se han analizado las valoraciones que han realizado los encuestados sobre los diferentes elementos y recursos del municipio:
  - Valoración de la oferta turística:
    - Los turistas encuestados tienen una percepción muy positiva de las zonas de la playa, de la oferta gastronómica y del destino como lugar de relación y descanso.
    - Las valoraciones de la cultura y de las tradiciones, y de las actividades deportivas han sido las más bajas. Sin embargo, siguen siendo positivas.
  - Valoración de los problemas ambientales:
    - Las personas consultadas consideran que la contaminación acústica, la contaminación de ríos, acequias y pantanos, y la contaminación del mar y de las playas, son los problemas que más afectan al municipio.
  - Valoración de los recursos naturales y patrimoniales:
    - Los turistas han valorado de forma positiva a todos los recursos, destacando las playas y la línea de costa, y los arrozales de l'Albufera y Xúquer.
    - Los recursos peor valorados han sido los ríos, lagunas y zonas húmedas. No obstante, la puntuación media sigue siendo positiva.
  - Valoración de la calidad de vida y convivencia:

- Los aspectos mejor valorados han sido el entorno y las playas, y la oferta de ocio y restauración.
  - El tráfico y las zonas de aparcamiento, el transporte público, y la alta ocupación en verano han recibido las valoraciones más bajas.
- 📍 En lo que respecta a la influencia del modelo turístico actual en los problemas medioambientales, una parte significativa de la muestra opina que agrava dichos problemas.
  - 📍 Se puede afirmar que la opinión general de Cullera como destino turístico es positiva, con un 52% de los encuestados que la considera como muy recomendable, mientras que el 43% indica que es recomendable.
  - 📍 Se observa que, en general, los turistas de Cullera están contentos con la conservación de los recursos patrimoniales y naturales, así como con los diferentes aspectos de la calidad de vida del municipio.
  - 📍 Sin embargo, algunos elementos a tener en cuenta son:
    - La contaminación acústica.
    - La contaminación de los ríos, acequias y pantanos.
    - El tráfico y las zonas de aparcamiento, el transporte público, y la alta ocupación en verano.
    - El estado de los ríos lagunas y zonas húmedas.
    - Las actividades relacionadas con aspectos culturales en el municipio y las actividades deportivas.