

# Guía de escucha social y plantillas de encuestas

Red de Villas Termales de España

---

# 1. Introducción

Las Villas Termales son destinos donde la actividad turística convive estrechamente con la vida cotidiana de la población local. La calidad de la experiencia turística depende no solo de los recursos disponibles, sino también de la percepción que tienen los residentes y los visitantes sobre el destino.

Conocer esta opinión es una herramienta fundamental para mejorar la gestión turística, identificar necesidades, detectar oportunidades de mejora y orientar la toma de decisiones.

Esta guía proporciona una metodología sencilla para que cualquier Villa Termal, independientemente de su tamaño o recursos disponibles, pueda poner en marcha un sistema básico de escucha social.

## 2. ¿Qué es la escucha social?

La escucha social consiste en **recoger, analizar y utilizar la opinión de las personas que interactúan con el destino turístico**.

En una Villa Termal, este proceso debe centrarse principalmente en dos grupos:

- **Residentes.**
- **Visitantes.**

La escucha social no debe entenderse únicamente como la realización de encuestas, sino como una **herramienta de mejora continua que permite conocer cómo evoluciona el destino y cómo es percibido por quienes lo visitan y quienes viven en él.**

## 3. ¿Por qué es importante para una Villa Termal?

La escucha social permite:

- **Mejorar la experiencia turística:** los visitantes pueden identificar aspectos positivos y señalar oportunidades de mejora relacionadas con servicios, recursos turísticos, accesibilidad o información.
- **Mejorar la convivencia:** la opinión de la población local permite conocer cómo afecta la actividad turística al municipio y detectar posibles necesidades o preocupaciones.
- **Priorizar inversiones:** conocer qué aspectos valoran más residentes y visitantes ayuda a orientar los recursos disponibles hacia las actuaciones con mayor impacto.
- **Evaluar actuaciones:** permite comprobar si las acciones impulsadas por el ayuntamiento o los agentes turísticos del destino están generando resultados positivos.

## 4. ¿A quién debemos escuchar?

| Residentes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Visitantes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Su opinión permite conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• percepción general del turismo;</li><li>• beneficios percibidos para el municipio;</li><li>• posibles molestias o impactos;</li><li>• nivel de participación;</li><li>• acceso a recursos turísticos;</li><li>• propuestas de mejora.</li></ul> | <p>Los visitantes permiten conocer:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nivel de satisfacción;</li><li>• valoración de los recursos turísticos;</li><li>• experiencia durante la estancia;</li><li>• motivaciones del viaje;</li><li>• intención de regresar;</li><li>• probabilidad de recomendar el destino.</li></ul> |

## 5. ¿Qué información debemos recoger?

Se recomienda obtener información relacionada con cinco grandes ámbitos:



### Experiencia turística

- satisfacción global;
- valoración de recursos;
- calidad de los servicios.



### Perfil de la demanda

- procedencia;
- motivación del viaje;
- duración de la estancia.



### Relación turismo-comunidad

- aceptación social del turismo;
- participación de la comunidad local;
- percepción de beneficios.



### Accesibilidad e inclusión

- facilidad de acceso a recursos;
- necesidades específicas detectadas.



### Propuestas de mejora

- sugerencias;
- necesidades;
- nuevas ideas para el destino.

## 6. ¿Cómo poner en marcha un sistema de escucha social?

No es necesario disponer de grandes recursos económicos o técnicos para conocer la opinión de residentes y visitantes. Lo importante es seleccionar herramientas sencillas y sostenibles en el tiempo que permitan recoger información útil y convertirla posteriormente en acciones de mejora.

Cada Villa Termal puede adaptar el sistema a su realidad, comenzando por métodos simples e incorporando herramientas más avanzadas a medida que aumenta su capacidad de gestión.

La recomendación general es combinar diferentes canales para obtener una visión más completa del destino.



## Paso 1. Definir qué queremos conocer

Antes de diseñar cualquier encuesta es recomendable identificar qué información será realmente útil para el destino. Algunos ejemplos:

### Sobre visitantes

- Nivel de satisfacción general.
- Valoración de los recursos termales.
- Grado de satisfacción con la oferta turística.
- Motivaciones del viaje.
- Intención de regresar.
- Probabilidad de recomendar el destino.

### Sobre residentes

- Percepción del turismo.
- Uso de los recursos turísticos.
- Beneficios percibidos para el municipio.
- Principales oportunidades de mejora.
- Grado de participación en la actividad turística.
- El objetivo debe ser recopilar información que pueda ayudar a tomar decisiones concretas.

## Paso 2. Elegir las herramientas de recogida de información

No todas las herramientas sirven para todos los destinos. La elección dependerá del volumen de visitantes, los recursos disponibles y los objetivos planteados.

### ❖ Encuestas online

Las encuestas digitales son una de las herramientas más sencillas y económicas para una Villa Termal. Pueden elaborarse mediante herramientas gratuitas como:

- [Microsoft Forms](#): Microsoft Forms es una herramienta incluida en el ecosistema Microsoft 365 que permite crear encuestas, cuestionarios, formularios de inscripción y recogida de opiniones de forma rápida e intuitiva. Además, ofrece gráficos automáticos de resultados y permite exportar la información a Excel para realizar análisis más detallados. También se integra fácilmente con otras herramientas como Teams, SharePoint o Power BI.
- [Google Forms](#): Google Forms es una herramienta gratuita incluida dentro de Google Workspace que permite crear formularios y encuestas online de forma muy sencilla. Las respuestas se recopilan automáticamente y pueden analizarse mediante gráficos integrados o exportarse a Google Sheets para realizar análisis adicionales.
- [Jotform](#): Jotform es una plataforma de creación de formularios más avanzada que permite diseñar encuestas visualmente atractivas mediante un sistema de arrastrar y soltar. Incorpora funcionalidades adicionales como lógica condicional, generación automática de informes, integración con otras aplicaciones y una amplia biblioteca de plantillas.

- [SurveyMonkey \(versión básica\)](#): SurveyMonkey es una de las plataformas de encuestas más conocidas a nivel internacional. Dispone de una versión básica gratuita y diferentes planes de pago con funcionalidades avanzadas para el diseño, distribución y análisis de encuestas. Incluye plantillas profesionales y herramientas específicas para medir satisfacción y experiencia de usuarios.

## ❖ **Códigos QR**

Los códigos QR permiten facilitar el acceso a las encuestas mediante teléfonos móviles. Estos pueden llevar a las encuestas realizadas con las diferentes herramientas nombradas en el punto anterior. Pueden colocarse en:

- Oficina de turismo.
- Balneario.
- Alojamientos.
- Restaurantes.
- Centros de interpretación.
- Espacios termales.
- Eventos turísticos.

## ❖ **Buzón físico o digital de sugerencias**

Es una herramienta muy sencilla para recoger propuestas y opiniones espontáneas. Puede ubicarse en el Ayuntamiento, la Oficina de turismo, el balneario o la página web municipal.

Este buzón permite recoger propuestas, incidencias, sugerencias e ideas de mejora. Aunque no sustituye a las encuestas, puede aportar información valiosa sobre cuestiones concretas que se reciban tanto por parte de visitantes como de residentes.

## ❖ **Reuniones participativas con la población local**

La escucha social no debe limitarse a los cuestionarios. Organizar encuentros periódicos con vecinos y asociaciones permite profundizar en aspectos que difícilmente aparecen en una encuesta cerrada.

### Participantes recomendados

- Asociaciones culturales.
- Asociaciones vecinales.
- Empresarios turísticos.
- Comerciantes.
- Entidades deportivas.
- Centros educativos. Colectivos sociales.

### Temáticas posibles

- Situación turística del destino.
- Valoración de eventos.
- Uso de recursos turísticos.
- Nuevos proyectos.
- Prioridades de mejora.

## ❖ Redes Sociales

Las redes sociales y las plataformas de opinión constituyen una fuente complementaria de información muy valiosa para conocer cómo perciben el destino tanto los visitantes como la población local.

A diferencia de las encuestas, donde las preguntas son definidas previamente, estas herramientas permiten acceder a opiniones espontáneas que reflejan experiencias reales, comentarios sobre servicios concretos y percepciones generales del destino.

No se trata de realizar un análisis complejo, sino de revisar periódicamente los comentarios y valoraciones publicados para identificar tendencias, fortalezas y oportunidades de mejora.

Canales habituales:

- Facebook
- Instagram
- Google Reviews
- TripAdvisor
- Dependiendo de las características del destino, también pueden analizarse:
  - Booking.com (alojamientos);
  - EscapadaRural;
  - Airbnb;
  - reseñas del balneario;
  - blogs de viajes;
  - comentarios en portales turísticos autonómicos o provinciales

La combinación de encuestas a residentes y visitantes, junto con la revisión periódica de redes sociales y plataformas de valoración, permite disponer de una visión más completa de la realidad turística del destino.

No es necesario recoger grandes cantidades de información. Lo importante es identificar tendencias, escuchar las opiniones más recurrentes y utilizar ese conocimiento para orientar pequeñas mejoras que contribuyan al desarrollo sostenible de la Villa Termal.

### Paso 3. Recoger la información

Una vez seleccionadas las herramientas, es importante establecer una periodicidad.

- En el caso de los visitantes, se recomienda una recogida continua durante todo el año, o campañas específicas en periodos de mayor afluencia.
- En el caso de los residentes, la recogida de información puede ser menos frecuente, recomendándose dos veces al año, de forma previa y posterior a la temporada alta (generalmente verano).

## Paso 4. Analizar la información

El análisis debe centrarse en identificar:

### **Fortalezas**

Aspectos mejor valorados por visitantes y residentes.

Por ejemplo:

- Experiencia termal.
- Trato recibido.
- Entorno natural.
- Patrimonio cultural.

### **Oportunidades de mejora**

Aspectos que reciben valoraciones inferiores o aparecen con frecuencia en las respuestas abiertas.

Por ejemplo:

- Señalización.
- Información turística.
- Accesibilidad.
- Oferta complementaria.

### **Propuestas prioritarias**

Aquellas actuaciones que aparecen repetidamente y pueden generar una mejora significativa en la experiencia turística o en la calidad de vida de los residentes.

## Paso 5. Comunicar y actuar

La escucha social genera mayor confianza cuando las personas perciben que sus opiniones tienen utilidad.

Por ello se recomienda:

- Compartir un resumen de resultados con la población.
- Informar sobre las principales conclusiones.
- Explicar qué actuaciones se pondrán en marcha.

Incluso pequeñas acciones derivadas de las encuestas ayudan a incrementar la participación futura y refuerzan la implicación de residentes y visitantes en el desarrollo turístico de la Villa Termal.



# Anexo 1: Plantilla encuesta visitantes

Utilice esta plantilla para recoger información sobre el perfil, satisfacción y experiencia de los visitantes antes del destino:

## 1. Perfil del visitante

- ¿Es la primera vez que visita la Villa? (sí/no)
- Lugar de procedencia
- Duración de la estancia
  - Excursión de un día (sin pernoctación)
  - 1 noche2-3 noches
  - 4-7 noches
  - Más de 7 noches
- Motivación principal del viaje (múltiple opción)
  - Turismo termal y bienestar
  - Naturaleza y actividades al aire libre
  - Turismo cultural
  - Gastronomía
  - Visita a familiares o amigos
  - Evento o celebración
  - Trabajo o viaje profesional
  - Otro (especificar)
- ¿Con quién realiza el viaje?
  - Solo/a
  - En pareja
  - Con familia
  - Con amigos
  - En grupo organizado
  - Con compañeros de trabajo
  - Otro (especificar)
- ¿Cómo conoció el destino?
  - Recomendación de familiares o amigos
  - Redes sociales
  - Página web turística
  - Búsqueda en Internet
  - Agencia de viajes
  - Programa IMSERSO
  - Prensa o medios de comunicación
  - Ya conocía el destino
  - Otro

## **2. Valoración de la experiencia (escala 1-5)**

- Experiencia termal
- Información turística
- Señalización
- Patrimonio cultural
- Entorno natural
- Limpieza
- Gastronomía
- Atención recibida

## **3. Valoración general**

- ¿Recomendaría la Villa a otras personas? (0-10) ¿Por qué? (pregunta abierta)
- ¿Tiene intención de volver? ¿Por qué? (pregunta abierta)

## **4. Preguntas abiertas**

- ¿Qué es lo que más le ha gustado? (pregunta abierta)
- ¿Qué mejoraría del destino? (pregunta abierta)

## Anexo 2: Plantilla encuesta residentes

Utilice esta plantilla para conocer la percepción de la población local sobre el turismo y su impacto en el municipio:

### 1. Relación con el turismo

- ¿Considera importante el turismo para el municipio? (escala 1-5 y pregunta abierta)
- ¿Cómo valora el turismo en el municipio? (escala 1-5 y pregunta abierta)

### 2. Impactos percibidos (escala 1-5)

- Economía local
- Comercio local
- Patrimonio cultural
- Calidad de vida
- Imagen del municipio

### 3. Participación

- ¿Considera que se tiene en cuenta la opinión de la población? (sí/no y pregunta abierta: ¿por qué?)
- ¿Ha participado en alguna actividad turística? (sí/no y, en caso de sí: ¿Cuáles?; en caso de no: ¿Por qué? pregunta abierta)

### 4. Recursos turísticos

- ¿Utiliza los recursos turísticos del municipio?
- ¿Le gustaría disponer de más actividades dirigidas a residentes?

### 5. Propuestas de mejora

- ¿Qué aspectos turísticos deberían mejorarse? (pregunta abierta)
- ¿Qué iniciativas considera prioritarias? (pregunta abierta)

# Guía desarrollo producto

Red de Villas Termales de España

---

