

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

LEHENDAKARITZA

*Azterlan eta Lege Araubide
Zuzendaritza*

Prospekzio Soziologikoen Kabinetea

PRESIDENCIA

*Dirección de Estudios y
Régimen Jurídico*

Gabinete de Prospección Sociológica

Turismoa eta kalitate turistikoa
El turismo y la calidad turística

**(INDUSTRIA, MERKATARITZA ETA TURISMO SAILA /
DPTO. INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO)**

2005eko abendua / Diciembre 2005

http://www.euskadi.net/estudios_socilogicos

Aurkibidea / Índice

SARRERA / INTRODUCCIÓN	1
LABURPENA / SÍNTESIS	4
A – TURISMOA EUSKAL HERRIAN / EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO	9
• Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / Incremento del turismo en el País Vasco	10
• Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo	12
• Turismoa eguneroko bizitzan / El turismo en la vida cotidiana	14
• Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo	16
• Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico	19
B – KALITATE TURISTIKOAREN ZIURTAGIRIA / EL CERTIFICADO DE CALIDAD TURÍSTICA	22
• Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado	23
• Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística	25
• Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado	28
• Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado	31
• Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados	33
• Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados	35
ZEHAZTASUN TEKNIKOAK / FICHA TÉCNICA	37

Sarrera / Introducción

Helburuak / Objetivos

Euskal Autonomia Erkidegoko (EAEko) **biztanleek turismoarekin lotutako bi gairi buruz (Euskal Herrira datorren turismoaz dugun pertzepzioari buruz eta kalitate turistikoa bermatzen duen ziurtagiriaren ezagutzari buruz, hain zuzen ere) dituzten iritziak** ezagutzea da txosten honen helburua. Horretarako 18 urte eta gehiagoko herritarrek gai horiei buruzko galdera batzuei eman dizkieten erantzunak aztertuko ditugu.

Hau ez da Euskal Herrira datorren turismoari buruzko iritziak aztertzeko lehenengo aldia, beraz badauzkagu alderaketa kronologikoa eta EAEko biztanleen iritzien bilakaera ikertzen lagunduko diguten datuak.

El objetivo del presente informe es **conocer las opiniones de la población de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV) en relación a dos cuestiones referentes al turismo: por un lado, la percepción que tenemos del turismo que acude al País Vasco y, por otro lado, el conocimiento del certificado de calidad turística.** Para ello analizaremos las respuestas dadas por los ciudadanos y ciudadanas de 18 y más años a preguntas realizadas sobre estas cuestiones.

Esta no es la primera ocasión en que se estudian las opiniones sobre el turismo que acude al País Vasco, con lo cual disponemos de datos anteriores que nos permiten realizar una comparación cronológica y comprobar la evolución de las opiniones de la ciudadanía de la CAPV en relación a este tema.

Informazio Iturria / Origen de la Información

Lan honetako emaitzak **2005eko urrian** Euskal Soziometroa bildumaren 29. ikerketan erabilitako galdesortan berariaz sartutako galdera multzo batetik datoz.

Galdera zehatzak **Industria, Merkataritza eta Turismo Sailaren eskaera** baten ondorioz landu dira, Eusko Jaurlaritzaren Lehendakariatzako Prospekzio Soziologikoen Kabinetearekin elkarlanean.

Los resultados de este trabajo proceden de un bloque de preguntas *ad hoc* incluidas en el cuestionario del estudio nº 29 de la serie de Sociómetros Vascos, **realizado en octubre de 2005.**

Las cuestiones concretas planteadas han sido elaboradas a partir de **una petición del Departamento de Industria, Comercio y Turismo**, y en colaboración con el Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco.

Kolektibokako azterketa / Análisis por colectivos

Inkestaren datuak biztanleria guztirako ez ezik **segmentazio soziodemografikoen arabera** ere aztertu dira. Ondokoak dira aldagai soziodemografiko horiek (sortutako azpitaldeak letra etzanean azaltzen dira):

- Lurraldea: *Araba, Bizkaia eta Gipuzkoa.*
- Udalerriaren tamaina: *txikia* (<10.000 biztanle), *ertaina* (10.000-120.000 biztanle) eta *hiriburua* (>120.000 biztanle: Vitoria-Gasteiz, Bilbao eta Donostia-San Sebastián).
- Sexua: *gizonezkoa eta emakumezkoa.*

Los datos de la encuesta son analizados, no sólo desde los totales poblacionales, sino también en base a **segmentaciones sociodemográficas**. Las variables diferenciadoras consideradas (y los subcolectivos formados, que aparecen en cursiva) son las siguientes:

- Territorio: *Araba, Bizkaia y Gipuzkoa.*
- Tamaño de municipio: *pequeño* (<10.000 habitantes), *mediano* (10.000-120.000 habitantes) y *capital* (>120.000 habitantes: Vitoria-Gasteiz, Bilbao y Donostia-San Sebastián).
- Sexo: *varón y mujer.*

- Adin taldeak: 18-29, 30-45, 46-64 eta >=65.
 - Ikasketa maila: <lehen mailakoak, lehen mailakoak (lehen mailakoak, oinarrizko batxilergoa, OHO), bigarren mailakoak (lanbide heziketa, goi-mailako batxilergoa, IEE, BBB, UBI), goi-mailakoak (diplomaturak, lizentziaturak, doktoretzak, graduondokoak).
- Grupos de edad: 18-29, 30-45, 46-64 y >=65.
 - Nivel de estudios: <primarios, primarios (primarios, bachiller elemental, EGB), secundarios (profesionales, secundarios, bachiller superior, REM, BUP, COU), superiores (diplomaturas, licenciaturas, doctorados, postgrados).

Laburpena / *Síntesis*

Puntuz puntu / Punto por punto

ZER USTE DUGU EUSKAL HERRIRA DATORREN TURISMOARI BURUZ?

EAEko hamar herritarretatik zortzik (%83k) uste dute azkenaldian turista gehiago datozela Euskal Herrira.

Uste hori zabalduago dago Bizkaian.

TURISMOAK ZELAKO ERAGINA DUELA USTE DUGU?

Herritarren %73ren ustez, turismoak garapen ekonomikorako eta enplegurako garrantzi handia du; beste %24ren iritziz nolabaiteko garrantzia du eta bakarrik %1ek uste du ez duela inolako garrantzirik.

Turismoak garapenerako duen garrantzia nabarmen gehiago sentitzen da Gipuzkoan.

Gainera, EAEko herritarren %84k uste dute turismoa positiboa dela gure eguneroko bizitzarako, beste %14k uste dute ez dela positiboa ezta negatiboa ere, eta bakarrik %1ek deritzo negatiboa dela.

Gure eguneroko bizitzarako turismoa positiboa delako ideia zertxobait hedatuago dago goi-mailako ikasketak dituztenen artean.

ZEINTZUK DIRA TURISMOA GEHIEN ERAKARTZEN DUTEN ELEMENTUAK?

EAEko biztanleek Euskal Herrira datozen turistentzat erakargarrien dituzten bi gauzak hauexek dira: eskaintza gastronomikoa (%59k aipatua) eta paisaia eta natura (%50ek). Heren batek eskaintza kulturala eta museoak aipatu ditu (%34k) eta gutxiago dira beste aldeak esan dituztenak: jendearen harrera ona eta atsegina izatea (%15ek), herriak eta hiriak (%11k), zerbitzuen kalitatea (%8k), ohitura eta tradizioak (%7k) eta prezioak (%3k).

Eskaintza gastronomikoa gehiago aipatu da Gipuzkoan eta Araban, Bizkaian baino, baina Bizkaian besteetan baino nabarmen gehiago aipatu da eskaintza kulturala eta museoena. Alde horrek aipamen gehiago jaso ditu udalerraren tamaina eta/edo ikasketa maila igo ahala ere. Bestalde, paisaia eta natura gehiago aipatu dira Gipuzkoan eta herri txikietan.

ETA ZEINTZUK HOBETU BEHARKO LIRATEKE?

Jendearen ustez, turismoa gutxien erakartzen duen elementua da, hain zuzen ere, euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu beharko litzatekeena: prezioak (%47k aipatuta). Gainera, %26k zerbitzuen kalitatea hobetu behar dela diote, %12k eskain-

¿QUÉ PERCEPCIÓN TENEMOS DEL TURISMO EN EL PAÍS VASCO?

Ocho de cada diez ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (83%) creen que últimamente se ha incrementado el número de turistas que vienen al País Vasco.

Esta percepción es más sentida en Bizkaia.

¿QUÉ INCIDENCIA CREEMOS QUE TIENE EL TURISMO?

El 73% de la ciudadanía opina que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante; otro 24% cree que es algo importante, y apenas un 1% cree que no es nada importante.

La importancia del turismo como motor de desarrollo es especialmente sentida en Gipuzkoa.

Además, el 84% de los ciudadanos y ciudadanas de la CAPV opina que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana, otro 14% cree que no es ni positivo ni negativo y únicamente un 1% cree que es negativo.

La idea de que el turismo es positivo para nuestra vida cotidiana está algo más extendida entre quienes poseen estudios superiores.

¿QUÉ ELEMENTOS SON LOS QUE MÁS ATRAEN AL TURISMO?

Los dos elementos que la ciudadanía de la CAPV considera más atractivos para los y las turistas que visitan el País Vasco son la oferta gastronómica (mencionada por un 59%) y el paisaje y la naturaleza (50%). Un tercio menciona la oferta cultural y de museos (34%) y son menos quienes mencionan otros aspectos: la hospitalidad y amabilidad de la gente (15%), los pueblos y ciudades (11%), la calidad de los servicios (8%), las costumbres y tradiciones (7%) y los precios (3%).

La oferta gastronómica es más mencionada en Gipuzkoa y en Araba que en Bizkaia, y es que en Bizkaia es bastante más mencionada que en el resto la oferta cultural y de museos, aspecto que también ve incrementadas sus menciones a medida que se aumenta el tamaño de municipio y/o el nivel de estudios. El paisaje y la naturaleza, por su parte, reciben más menciones en Gipuzkoa y en los pueblos pequeños.

¿Y CUÁLES HABRÍA QUE MEJORAR?

Justamente el elemento considerado menos atractivo para el turismo es el que los ciudadanos y ciudadanas creen que más habría que mejorar para desarrollar el sector turístico

tza kulturala eta museoak, %8k herriak eta hiriak, beste %8k jendearen harrera ona eta atsegina izatea, %5ek paisaia eta natura, beste %5ek ohitura eta tradizioak eta %1ek eskaintza gastronomikoa (lehen komentatutako joerari jarraituz, erakargarriena den elementua hobetu beharko liratekeen gauzen zerrendaren azken tokian dago).

Prezioak hobetzea gehien eskatu dutenak hauexek dira: Arabako eta Gipuzkoako bizilagunak, baita hiriburuetakoak ere. Araban deigarriak dira eskaintza kulturala eta museoak eta jendearen harrera eta adeitasuna hobetzeko beharraren aipamenak ere.

EZAGUNA AL DA KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA?

EAEko herritarren ia laurden batek (%23k) kalitate turistikoaren ziurtagiriaren logotipoa noizbait ikusi duela dio. Beste %72k ez dutela inoiz ikusi diote eta %5ek ez dute inolako erantzunik eman.

Logotipo hori zertxobait gehiago ezagutzen dute gipuzkoarrek gainontzekoek baino.

ZEIN LEKUTAN IKUSI DA?

Herritarren %9k establezimendu turistikoetan (hala nola, bidaia-agentzietan, hoteletan, jatetxeetan eta abarretan) ikusi dutela diote, %6k prentsan ikusi dute, %4k publizitate-foiletoetan, %2k interneten eta %1ek kabinetan eta/edo markesinetan. Beste %16k beste lekuetan (zehaztu gabe) ikusi dutela esan dute.

ZEREKIN LOTZEN DA ESPONTANEOKI?

Bakarrik herritarren %3k lotu dute berez ziurtagiriaren logotipoa kalitate turistikoarekin. Gehiago dira kalitate orokorarekin lotu dutenak (%22), zehaztu gabeko iragarki edo publizitate-kanpaina batekin lotu dutenak (%10) edo turismoarekin, orokorrean, lotu dutenak (%3). Dena dela, dezente gehiago dira erantzunik eman ez dutenak (%56).

JENDEAK ZER ULERTZEN DU ESTABLEZIMENDU BATEAN KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA IKUSTEN DUENA?

Establezimendu bateko atean logotipoa ikusiz gero, herritarren %22k ulertuko lukete establezimendu horrek agindutako zerbitzu edo kalitate maila betetzen duela. Beste %30ek kalitate handiko establezimendua dela ulertuko lukete, beste %10ek maila altukoa dela, %6k kalitate eta prezioaren arteko erlazio ona duela, eta beste erantzunek ez dute aipamen guztien %1 gainditzen. Bestalde, %26k ez dakite edo ez dute erantzun.

Zenbat eta gazteagoa izan eta/edo ikasketa maila altuagoa izan orduan eta zabalduago dago ondoko ustea: ziurtagiriak bermatzen duela establezimendu horrek

vasco: los precios (señalado por un 47%). Además, un 26% señala que habría que mejorar la calidad de los servicios, un 12% la oferta cultural y de museos, un 8% los pueblos y ciudades, otro 8% la hospitalidad y la amabilidad de la gente, un 5% el paisaje y la naturaleza, otro 5% las costumbres y tradiciones y un 1% la oferta gastronómica (siguiendo la tendencia mencionada, el elemento considerado más atractivo es el que ocupa el último puesto de cosas a mejorar).

Quienes más reclaman una mejora de los precios son los y las residentes en Araba y Gipuzkoa y en las capitales. En Araba también destacan las menciones a la necesidad de mejorar la oferta cultural y de museos y la hospitalidad y amabilidad de la gente.

¿ES CONOCIDO EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA?

Casi una cuarta parte de la ciudadanía de la CAPV (23%) dice haber visto en alguna ocasión el logotipo del certificado de calidad turística. Otro 72% dice que no lo ha visto nunca y un 5% no emite ninguna respuesta.

Este logotipo es algo más conocido por las y los guipuzcoanos que por el resto.

¿EN QUÉ LUGARES SE HA VISTO?

Un 9% de la ciudadanía dice haberlo visto en establecimientos turísticos (agencias de viajes, hoteles, restaurantes, etc), un 6% en prensa, un 4% en folletos publicitarios, un 2% en internet y un 1% en cabinas y/o marquesinas. Otro 16% señala haberlo visto en otros lugares (sin especificar).

¿CON QUÉ SE RELACIONA DE FORMA ESPONTÁNEA?

Apenas un 3% de los ciudadanos y ciudadanas vinculan de forma espontánea el logotipo del certificado con la calidad turística. Son más quienes lo relacionan con la calidad en general (22%), con un anuncio o campaña publicitaria sin especificar el tema (10%) o con el turismo en general (3%). En cualquier caso, son bastantes más (56%) quienes no emiten ninguna respuesta.

¿QUÉ ENTIENDE LA CIUDADANÍA SI VE EL LOGOTIPO DE CALIDAD TURÍSTICA EN UN ESTABLECIMIENTO?

Si vieran este logotipo en la puerta de un establecimiento, un 22% de los ciudadanos y ciudadanas entendería que dicho establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida. Otro 30% entendería que se trata de un establecimiento con mucha calidad, otro 10% que es de nivel alto, un 6% que tiene buena relación calidad/precio, mientras que el resto de respuestas no superan el 1% de mención. Por otro lado, un 26% no sabe o no responde.

agindutakoa betetzen duela.

ZELAKO ESTABLEZIMENDUAK NAHIAGO DITU JENDEAK?

Une honetan establezimendu turistiko bat aukeratu beharko balute, biztanleen %44k establezimendu horrek kalitate turistikoaren Qa izatea nahiago lukete, beste %48k berdin litzatekela diote eta bakarrik %2k diote Qa ez izatea nahiago luketela. Beste %6k ez dakite edo ez dute erantzun.

Araban bizi direnek besteek baino neurri handiagoan diote nahiago litzuketela kalitate turistikoaren Qa duten establezimenduak.

ZER IRITZI DAGO ZIURTAGIRIA DUTEN ESTABLEZIMENDUEN PREZIOAZ?

Herritarren %51k establezimendu horiek ez dutela nahitaez besteak baino garestiagoak izan behar adierazi dute. %30ek, aldiz, badute garestiagoak direlako ustea eta bakarrik %1ek deritzo merkeagoak izaten direla. Beste %18k ez dute iritzirik eman gai horretaz.

A medida que desciende la edad y/o aumenta el nivel de estudios se incrementa la percepción de que el certificado asegura que el establecimiento cumple con lo prometido.

¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTOS PREFIERE LA GENTE?

Si en este momento hubiera que elegir un establecimiento turístico, un 44% de la población señala que preferiría que éste tuviera la Q de calidad turística, otro 48% dice que le daría igual y sólo un 2% dice que preferiría que no la tuviera. Otro 6% no sabe o no responde.

Las y los residentes en Araba son quienes más se decantarían por establecimientos certificados con la Q de calidad turística.

¿QUÉ OPINIÓN HAY RESPECTO AL PRECIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS CERTIFICADOS?

El 51% de los ciudadanos y ciudadanas señalan que estos establecimientos no tienen por qué ser necesariamente más caros que el resto. Un 30%, en cambio, sí cree que son más caros y tan sólo un 1% cree que suelen ser más baratos. Otro 18% no opina.

Aurreko neurketekin alderatz / Respecto a períodos anteriores

Euskal Herrira datozen turistak gehitu direlako ideia 2001ean eta 2004an baino zabalduago dago baina ez da 1999an eta 2000n jasotako maila altuetara heldu.

laztik hona gehitu dira turismoak garapen ekonomikorako eta enplegurako garrantzi handia duela uste dutenak, baita gure eguneroko bizitzarako elementu positiboak dela diotenak ere. Horrela aurreko mailetara itzuli da.

Aurreko urteetan moduan turismorako erakargarientzat jo diren bi elementuak eskaintza gastronomikoa (eta horren aipamenak gehitu egin dira) eta paisaia eta natura dira, eta ondoren eskaintza kulturala eta museoak (nahiz eta azken horren aipamenak nabarmen gutxitu diren). Prezioak dira, berriro ere, turismoa gutxien erakartzen dutenak.

Aurreko urteetan ikusten zen legez, jendearen ustez euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu beharko litzatekeen elementua prezioena da, eta gainera horren aipamenak areagotu dira 2001ekoekin eta 2004koekin alderatz.

La idea de que el número de turistas que acuden al País Vasco se ha incrementado está más extendida que en los años 2001 y 2004, pero no alcanza los elevados niveles registrados en 1999 y 2000.

Respecto al año pasado se ha incrementado el número de quienes consideran que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, así como el de quienes creen que es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana. De este modo se han recuperado los niveles de años anteriores.

Al igual que en años anteriores los dos elementos considerados más atractivos para el turismo son la oferta gastronómica (cuyas menciones han aumentado) y el paisaje y la naturaleza, seguidos de la oferta cultural y de museos (si bien las menciones de esta última han descendido notablemente). El aspecto menos atractivo es, nuevamente, el relativo a los precios.

Tal y como se constataba en años precedentes, el aspecto que la ciudadanía considera que más debe mejorar para desarrollar el sector turístico vasco corresponde a los precios y además su mención se ha incrementado respecto a 2001 y 2004.

AZKEN BURUAN / EN DEFINITIVA

EAEko herritar gehienek uste dute azken bolada honetan turista gehiago datozela Euskal Herrira, turismoak garrantzi handia duela garapen ekonomikorako eta enplegurako eta positiboa dela eguneroko bizitzarako. Pertzepzio horiek guztiak zabaldu dira iaiztik hona.

Herritarren ustez turismoa gehien erakartzen duten elementuak eskaintza gastronomikoa eta paisaia eta natura dira, ondoren eskaintza kulturala eta museoak datozelarik; turismoa gutxien erakartzen dutenak, berriz, prezioak dira, eta azken gauza hori da, hain zuzen ere, jendearen iritziz euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu beharko litzatekeena.

Herritar gutxik ezagutzen dute kalitate turistikoaren ziurtagiriaren logotipoa (bakarrik biztanleriaren laurden batek ikusi du nonbait) eta establezimendu turistikoetan bertan ikusi da gehien. Jendeak, berez, ziurtagiriaren logotipoa kalitatearekin lotu du, baina oso gutxi dira kalitate turistikoarekin lotu dutenak. Establezimendu batek ziurtagiri hori badauka, jendeak, batez ere, kalitate altuko establezimendua dela ulertzen du. Biztanleriaren erdiak dio ziurtagiria duten establezimenduek ez dutela nahitaez besteak baino garestiagoak izan behar, dena dela, ia heren batek garestiagoak direla uste dute. Azkenik, establezimendu turistikoren bat aukeratu beharko balute, kalitate turistikoaren Qa duen bat nahiago luketenak beste dira ia, ziurtagiri hori izan zein ez berdin litzatekeela diotenak.

La mayoría de la ciudadanía de la CAPV cree que últimamente vienen más turistas al País Vasco, que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante y que resulta positivo para nuestra vida cotidiana. Todas estas percepciones se han incrementado respecto al año pasado.

Los elementos considerados más atractivos para el turismo son la oferta gastronómica y el paisaje y la naturaleza, seguidos de la oferta cultural y de museos; el menos atractivo, en opinión de las y los ciudadanos, es el relativo a los precios, y es este aspecto, precisamente, el que más gente cree que habría que mejorar para desarrollar el sector turístico vasco.

El logotipo del certificado de calidad turística es poco conocido por la población (apenas una cuarta parte de la ciudadanía lo ha visto en alguna parte) y donde más se ha visto es en los propios establecimientos turísticos. La gente, de forma espontánea, liga el logotipo del certificado con la calidad, pero son muy pocos quienes lo relacionan con la calidad turística. Igualmente, entienden, principalmente, que si un establecimiento posee dicho certificado significa que es de calidad alta. La mitad de la ciudadanía señala que los establecimientos que poseen el certificado no tienen por qué ser necesariamente más caros que otros, si bien casi un tercio de las y los ciudadanos sí les atribuyen un precio más elevado. Finalmente, en caso de tener que elegir un establecimiento turístico, son casi tantos quienes se decantarían por uno que tuviera la Q de calidad turística como quienes señalan que les daría igual.

A - Turismoa Euskal Herrian / *El turismo en el País Vasco*

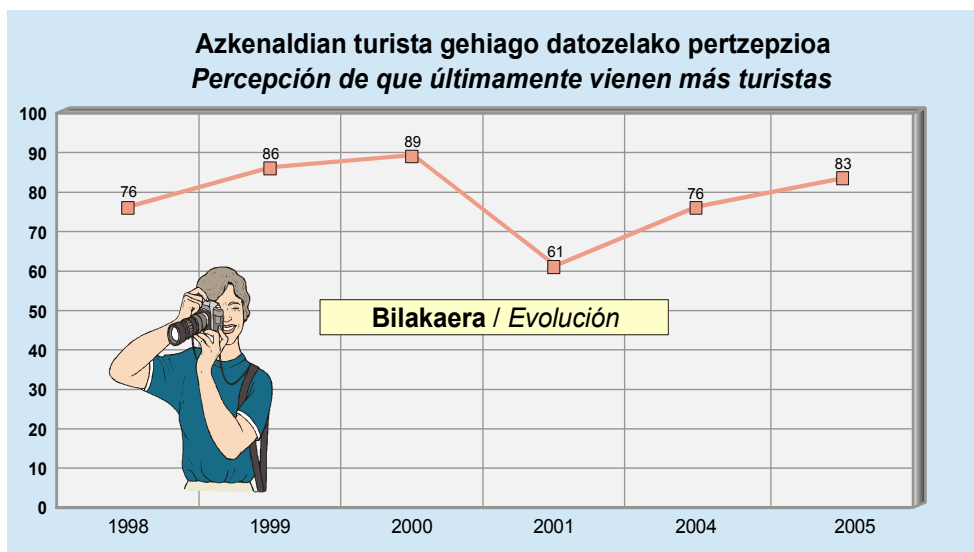
- **Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / *Incremento del turismo en el País Vasco***
- **Turismoa garapenerako baliabide moduan / *El turismo como elemento de desarrollo***
- **Turismoa eguneroko bizitzan / *El turismo en la vida cotidiana***
- **Turismoa erakartzen duten elementuak / *Elementos de atracción para el turismo***
- **Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / *Elementos a mejorar en el sector turístico***

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / Incremento del turismo en el País Vasco

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Zure ustez, azken bolada honetan turista gehiago etortzen dira Euskal Herrira? / ¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?						
	1998KO MAIATZA <i>MAYO 1998</i>	1999KO URTARRILA <i>ENERO 1999</i>	2000KO EKAINA <i>JUNIO 2000</i>	2001EKO URRIA <i>OCTUBRE 2001</i>	2004KO IRAILA-URRIA <i>SEPT.-OCT. 2004</i>	2005EKO URRIA <i>OCTUBRE 2005</i>
Bai / Si	76	86	89	61	76	83
Ez / No	11	5	6	29	11	10
Ed-Ee / Ns-Nc	13	9	6	10	13	7
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100



- EAEko hamar herritarretatik zortzik (%83k) uste dute azken bolada honetan turista gehiago datozela Euskal Herrira.
- Azkenaldian turista gehiago datozelako ideia zabaldugo dago 2001ean eta 2004an baino, baina ez da 1999ko eta 2000ko mailetara iritsi.

- Ocho de cada diez ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (83%) creen que últimamente vienen más turistas al País Vasco.
- La idea de que últimamente vienen más turistas está más extendida que en 2001 y 2004, pero no alcanza los niveles de 1999-2000.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / Incremento del turismo en el País Vasco

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

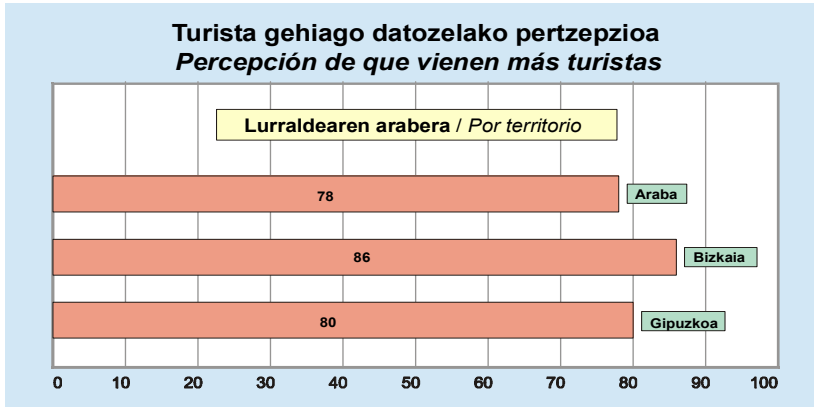
Zure ustez, azken bolada honetan turista gehiago etortzen dira Euskal Herrira? / ¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Si.....	83	78	86	80	85	80	86
Ez / No.....	10	11	9	11	7	12	8
Ed-Ee / Ns-Nc.....	7	11	5	9	8	7	7
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai / Si.....	83	83	81	84	85	81	83	82	84	83
Ez / No.....	10	9	11	9	9	11	10	11	9	9
Ed-Ee / Ns-Nc.....	7	7	8	7	6	9	7	7	7	8
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Azken bolada honetan Euskal Herrira turista gehiago datozelako ideia zabalduago dago Bizkaian, Gipuzkoan edo Araban baino, eta zertxobait gehiago nabaritzen da herri txikietan eta hiriburuetan ere.

La idea de que últimamente vienen más turistas al País Vasco está más extendida en Bizkaia que en Gipuzkoa o Araba, y también es algo más percibida en los municipios pequeños y en las capitales.



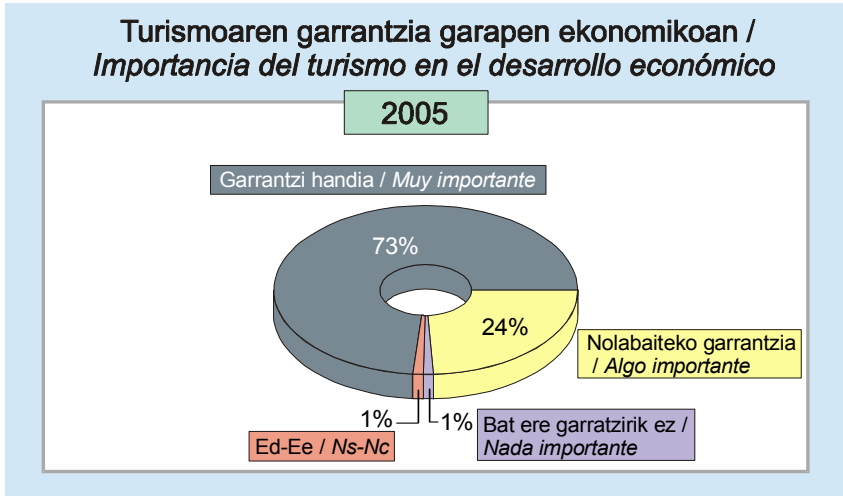
Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Zure ustez, Euskal Herriko garapen ekonomiko eta enplegurako, zenbaterainoko garrantzia dauka turismoak: handia, nolabaitekoa edo batere ez? / ¿Cree que el turismo en el País Vasco es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, algo importante o nada importante?

	2000KO EKAINA JUNIO 2000	2001EKO URRIA OCTUBRE 2001	2004KO IRAILA-URRIA SEPT.-OCT. 2004	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE	74	72	69	73
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE	22	26	26	24
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE	3	1	4	1
Ed-Ee / Ns-Nc	1	1	2	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100



EAEko lau herritarretatik hiruk (%73k) uste dute turismoak garrantzi handia duela garapen ekonomikorako eta enplegurako; bestalde %24k nolabaiteko garrantzia duela uste dute eta bakarrik %1ek uste du ez duela inolako garrantzirik.

Turismoa garapen ekonomikorako eta enplegurako garrantzitsua delako ustea ez da asko aldatu aurreko urteetatik hona.

Tres de cada cuatro ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (73%) creen que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, mientras que un 24% cree que es algo importante y apenas un 1% cree que no es nada importante.

La idea de que el turismo es un elemento importante para el desarrollo económico y el empleo no presenta grandes variaciones respecto a años anteriores.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Zure ustez, Euskal Herriko garapen ekonomiko eta enplegurako, zenbaterainoko garrantzia dauka turismoak: handia, nolabaitekoa edo batere ez? / ¿Cree que el turismo en el País Vasco es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, algo importante o nada importante?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	73	70	69	81	73	70	78
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	24	26	28	17	24	28	20
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	1	2	1	2	2	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	1	2	1	0	1	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	73	74	72	74	74	72	73	73	74	72
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	25	24	26	24	24	24	22	24	24	26
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	1	2	1	1	1	2	3	1	0	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

- Turismoa garapen ekonomikorako eta enplegurako oso garrantzitsua delako iritzia beste inon baino zabaldugago dago Gipuzkoan.
- Hiriburuetan ere batezbestekoa baino gehiago agertu zaigu ideia hori.

- La idea de que el turismo es un elemento muy importante para el desarrollo económico y el empleo está especialmente extendida en Gipuzkoa.
- También está más presente que la media en las capitales.

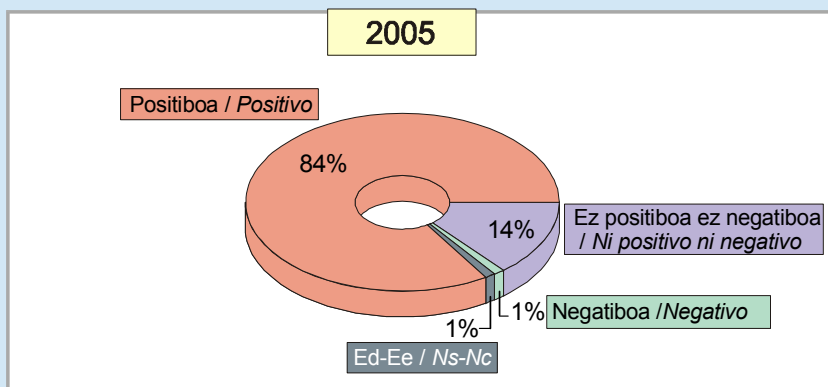
Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa eguneroko bizitzan / El turismo en la vida cotidiana

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Eta gure eguneroko bizitzarako, turismoa gauza positiboa, ez positibo ez negatiboa edo negatiboa da? / Y para nuestra vida cotidiana, ¿el turismo es un elemento positivo, ni positivo ni negativo o negativo?				
	2000KO EKAINA JUNIO 2000	2001EKO URRIA OCTUBRE 2001	2004KO IRAILA-URRIA SEPT.-OCT. 2004	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
POSITIBOA / POSITIVO	80	84	79	84
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO	16	13	17	14
NEGATIBOA / NEGATIVO	2	1	3	1
Ed-Ee / Ns-Nc	2	2	2	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100

Zelakoa da turismoa eguneroko bizitzarako? / ¿Como es el turismo para nuestra vida cotidiana?



EAeko herritarren %84k uste dute turismoa gauza positiboa dela gure eguneroko bizitzarako, %14ren ustez ez da ez positiboa ezta negatiboa ere, eta bakarrik %1ek uste du negatiboa dela.

Turismoa eguneroko bizitzarako positiboa dela uste dutenen ehunekoa zertxobait igo da 2004tik hona eta horrela 2001eko mailetara itzuli da.

El 84% de la ciudadanía de la CAPV cree que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana, un 14% piensa que no es ni positivo ni negativo y tan solo un 1% cree que es negativo.

El porcentaje de quienes creen que el turismo es positivo para nuestra vida cotidiana se ha incrementado ligeramente respecto a 2004 y retorna a los niveles de 2001.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa eguneroko bizitzan / El turismo en la vida cotidiana

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Eta gure eguneroko bizitzarako, turismoa gauza positiboa, ez positibo ez negatiboa edo negatiboa da? /

Y para nuestra vida cotidiana, ¿el turismo es un elemento positivo, ni positivo ni negativo o negativo?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
POSITIBOA / POSITIVO	84	84	82	86	80	84	85
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO	14	13	16	12	16	14	13
NEGATIBOA / NEGATIVO	1	2	1	1	2	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc	1	1	1	1	2	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
POSITIBOA / POSITIVO	83	84	83	85	86	79	80	83	83	88
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO	15	13	15	13	12	16	16	15	15	10
NEGATIBOA / NEGATIVO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc	1	1	1	0	1	3	3	1	1	2
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Turismoa eguneroko bizitzarako positiboa delako pertzepzioa oso zabalik dago aztertutako talde guztietan; dena dela, apur bat gehiago aipatu da Gipuzkoan, 30-64 urte dituztenen artean eta zabaltzen doa udalaren tamaina handitu ahala, baita, eta bereziki, inkestatuen ikasketa maila igo ahala ere.

La percepción de que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana está ampliamente extendida en todos los colectivos analizados; en cualquier caso, es algo más señalada en Gipuzkoa, entre quienes cuentan entre 30 y 64 años, y se incrementa a medida que aumenta el tamaño del municipio de residencia y, especialmente, a medida que se incrementa el nivel de estudios de las y los encuestados.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

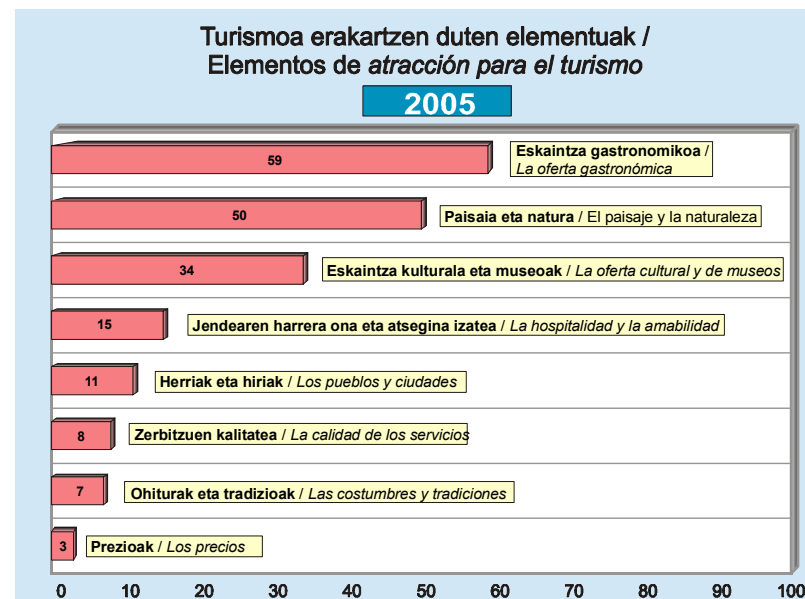
Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Zure ustez zeintzuk dira guregana datozen turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak?*/ ¿Cuáles cree que son las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos?*				
	2000KO EKAINA JUNIO 2000	2001EKO URRIA OCTUBRE 2001	2004KO IRAILA-URRIA SEPT.-OCT. 2004	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	49	50	53	59
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	50	43	47	50
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	51	48	44	34
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINA IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	15	15	11	15
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	11	14	12	11
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	5	5	4	8
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	10	10	8	7
PREZIOAK / LOS PRECIOS.....	2	3	2	3

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /

LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERIAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODÍAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.



EAEko herritarrek uste dute datozen turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak (aurretik erakutsitako zerrenda batetik hartutakoak) ondokoak direla: eskaintza gastronomikoa eta paisaia eta natura (%59k eta %50ek aipatuta, hurrenez hurren). Herritarren heren batek (%34k) eskaintza kulturala eta museoak direla uste du, beste %15ek jendearen harrera ona eta atsegina izatea dela, %11k gure herriak eta hiriak, %8k eskaintako zerbitzuen kalitatea, %7k gure ohiturak eta tradizioak eta bakarrik %3k uste dute prezioak direla turistak gehien erakartzen dituztenak.

Aurreko urteekin konparatuta, orain gehiago aipatu da eskaintza gastronomikoa eta, neurri txikiagoan, zerbitzuen kalitatea eta, aldi berean, gero eta gutxiago eskaintza kulturala eta museoena.

Las ciudadanas y ciudadanos de la CAPV piensan que los dos elementos (de un listado previamente mostrado) que más atraen a los y las turistas que nos visitan son la oferta gastronómica y el paisaje y la naturaleza (en opinión del 59% y 50%, respectivamente). Un tercio de la ciudadanía (34%) piensa que es la oferta cultural y de museos, otro 15% cree que es la hospitalidad y la amabilidad de nuestras gentes, un 11% los pueblos y ciudades, un 8% la calidad de los servicios ofertados, un 7% nuestras costumbres y tradiciones y tan sólo un 3% cree que son los precios.

Respecto a años anteriores han aumentado las menciones de la oferta gastronómica y, en menor medida, de la calidad de los servicios, al tiempo que van disminuyendo paulatinamente las relativas a la oferta cultural y de museos.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo

(KOLEKTIBOKA I / POR COLECTIVOS I)

Zure ustez zeintzuk dira guregana datozen turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak? * /

¿Cuáles cree que son las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	59	64	51	69	61	55	61
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	50	52	38	70	59	48	48
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	34	28	49	10	22	35	39
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINA IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	15	12	16	15	19	14	14
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	11	12	11	10	10	11	10
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	8	9	9	5	6	9	8
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	7	11	6	6	8	7	6
PREZIOAK / LOS PRECIOS	3	3	4	1	3	3	2

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /

LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERIAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODÍAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.

- Eskaintza gastronomikoak duen erakarpena onartua dago aztertutako talde guztietan, baina gehiago aipatu da Gipuzkoan eta Araban, Bizkaian baino (baita herri txikietan eta hiriburuetan herri ertaintetan baino gehiago ere).
- Bizkaian, aldiz, beste lurraldeetan baino askoz gehiago aipatu da eskaintza kulturala eta museoena. Horren aipamenak dezente ugariagoak dira udalerrriaren tamaina handitu ahala ere.
- Bestalde, paisaia eta natura nabarmen gehiago aipatu dira Gipuzkoan eta herri txikietan.
- Jendearen harrera ona eta atsegina izatea gehiago aipatu dituzte herri txikietakoek.
- Zerbitzuen kalitateak aipamen gehiago jaso ditu Araban eta Bizkaian, Gipuzkoan baino.
- Bestalde, ohiturak eta tradizioak gehien adierazi dituztenak arabarrak dira.

- La atracción ejercida por la oferta gastronómica es ampliamente reconocida en todos los colectivos analizados, si bien es más señalada en Gipuzkoa y en Araba que en Bizkaia (así como en los municipios pequeños y en las capitales más que en los municipios medianos).
- Y es que en Bizkaia es mucho más mencionada que en el resto de territorios la oferta cultural y de museos. Este elemento también ve incrementadas notablemente sus menciones a medida que aumenta el tamaño del municipio.
- Por otro lado, el paisaje y la naturaleza son bastante más mencionados en Gipuzkoa y en los pueblos pequeños.
- La hospitalidad y amabilidad son más mencionadas en los pueblos pequeños.
- La calidad de los servicios recibe más menciones en Araba y Bizkaia que en Gipuzkoa.
- Por su parte, las costumbres y tradiciones son más señaladas por las y los alaveses.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo

(KOLEKTIBOKA II / POR COLECTIVOS II)

Zure ustez zeintzuk dira guregana datozen turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak? * /
¿Cuáles cree que son las dos cosas que más atraen a los turistas que vienen a visitarnos? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
		GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	59	59	58	61	56	59	60	63	57	60	58
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	50	50	51	54	48	51	49	48	49	52	51
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	34	32	35	30	38	35	30	27	31	35	39
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINA IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD.....	15	15	15	13	14	16	18	18	17	14	13
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	11	11	10	10	11	10	11	12	11	10	11
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	8	8	8	6	9	9	8	6	9	7	9
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	7	7	7	10	7	5	5	6	6	9	5
PREZIOAK / LOS PRECIOS.....	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /
LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERIAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODIAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.

- Turismoa erakartzen duten elementuek aipamen hurrenkera berbera gordetzen dute aztertutako talde guztietan: inportanteena eskaintza gastronomikoa da eta ondoren datoz paisaia eta natura, eskaintza kulturala eta museoak, jendearen harrera ona eta atsegina izatea eta herriak eta hiriak.
- Paisaia eta natura apur bat gehiago aipatu dute gazteek.
- Eskaintza kulturala eta museoak 30-45 bitartekoek eta goi-mailako ikasketak dituztenek (izatez, zenbat eta ikasketa maila altuagoa izan orduan eta gehiago aipatzen da aukera hori).
- Jendearen harrera ona eta atsegina izatea gero eta gehiago aipatu da jendearen adina igo ahala (aldiz, kontrakoa gertatu da ohitura eta tradizioen aipamenekin, gutxiago aipatu baitira adina igo ahala).

- El orden de mención de los principales elementos de atracción turística es igual en todos los colectivos analizados: en primer lugar la oferta gastronómica, seguida del paisaje y la naturaleza, la oferta cultural y de museos, la hospitalidad y amabilidad de la gente y los pueblos y ciudades.
- El paisaje y la naturaleza son algo más mencionados por las y los jóvenes.
- La oferta cultural y de museos por quienes cuentan entre 30 y 45 años y por quienes poseen estudios superiores (de hecho, esta opción es más señalada a medida que aumenta el nivel de estudios).
- Y la hospitalidad y amabilidad de la gente son algo más señaladas a medida que se incrementa la edad (al contrario que las costumbres y tradiciones, que son algo menos mencionadas a medida que la edad aumenta).

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Eta zeintzuk dira euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu behar diren bi gauzak?*
 ¿Y qué dos (elementos) cree que hay que mejorar más para desarrollar el sector turístico vasco? *

	2000KO EKAINA JUNIO 2000	2001EKO URRIA OCTUBRE 2001	2004KO IRAILA-URRIA SEPT.-OCT. 2004	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
PREZIOAK / LOS PRECIOS	51	35	39	47
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS...	42	34	28	26
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	14	16	13	12
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	16	14	10	8
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINA IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	11	9	8	8
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	10	10	6	5
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	7	6	5	5
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	2	2	2	1

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /

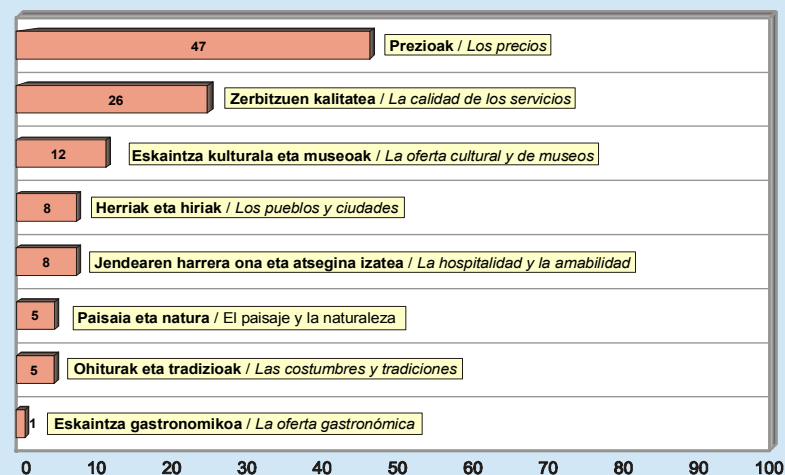
LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERIAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODÍAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.

Euskal turismogintza garatzeko jendearen iritziz gehien hobetu behar den elementua, hain zuzen ere herritarren ustez turistak gutxien erakartzen dituen da: prezioak (herritarren %47k aipatua). Gainera, %26k uste dute zerbitzuen kalitatea hobetu beharko litzatekela eta dezente gutxiago dira ondokoak hobetu behar direla uste dutenak: eskaintza kulturala eta museoak (%12), herriak eta hiriak (%8), jendearen harrera ona eta atsegina izatea (%8), paisaia eta natura (%5), ohitura eta tradi-zioak (%5) eta eskaintza gastronomikoa (%1).

Prezioak hobetzeko beharra gehiago aipatu da orain 2001ean edo 2004an baino, baina ez 2000 urtean aipatu zen beste. Beste aldeak hobetzea gutxiago eskatzen da urteak pasatu ahala, eta kasurik aipagarriena zerbitzuen kalitatearena da, horren aipamenak nabarmen gutxitu baitira 2000tik hona.

Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico

2005



El aspecto que más gente cree que hay que mejorar para desarrollar el sector turístico vasco es, precisamente, el que la ciudadanía considera que menos atrae al turismo: los precios (mencionado por un 47% de la ciudadanía). Además, un 26% cree que hay que mejorar la calidad de los servicios, y son bastantes menos quienes creen que hay que mejorar la oferta cultural y de museos (12%), los pueblos y ciudades (8%), la hospitalidad y amabilidad de la gente (8%), el paisaje y la naturaleza (5%), las costumbres y tradiciones (5%) y la oferta gastronómica (1%).

La necesidad de mejorar los precios es más señalada ahora que en 2001 ó 2004, aunque no tanto como en el año 2000. La mejora de los restantes aspectos es menos señalada a medida que pasan los años, siendo especialmente destacado el caso de la calidad de los servicios, cuyas menciones han disminuido considerablemente respecto al 2000.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico

(KOLEKTIBOKA | / POR COLECTIVOS I)

Eta zeintzuk dira euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu behar diren bi gauzak? * / ¿Y qué dos (elementos) cree que hay que mejorar más para desarrollar el sector turístico vasco? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
PREZIOAK / LOS PRECIOS	47	53	41	55	48	43	52
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	26	29	26	24	31	21	29
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	12	19	9	12	16	8	13
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	8	9	10	6	13	7	7
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINAZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD.....	8	19	7	5	6	5	12
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA.....	5	4	7	3	9	5	3
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	5	5	5	4	4	5	5
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	1	2	2	0	2	1	1

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /

LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERIAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODÍAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.

Talde guztiak ados daude euskal turismogintza garatzeko gehien hobetu behar diren bi elementuak aipatzean, lehenengo tokian prezioak eta bigarrenean zerbitzuen kalitatea aipatu baituzte guztiek.

Dena dela, prezioak hobetzeko beharra gehiago aipatu dute Gipuzkoan eta Araban, baita hiriburuetan ere; zerbitzuen kalitatea hobetzea, aldiz, gehiago eskatu dute Araban eta herri txikietan eta hiriburuetan.

Bestalde, eskaintza kulturala eta museoak hobetu behar direla neurri handienean diotenak arabarrak eta herri txikiak dira. Herri txikiak bizi direnek besteek baino gehiago eskatu dute herriak eta hiriak hobetzea, baita paisaia eta natura ere (azken alde hori Bizkaian ere beste lurraldeetan baino gehiago aipatu dute). Azkenik, jendearen harrera eta adeitasuna hobetzea gehien eskatu dutenak arabarrak eta hiriburuak dira.

Todos los colectivos comparten la idea de que los dos elementos que más hay que mejorar para desarrollar el sector turístico vasco son, en primer lugar, los precios y, en segundo lugar, la calidad de los servicios.

En cualquier caso, la necesidad de mejorar los precios es más señalada en Gipuzkoa y en Araba, así como en las capitales; mientras que la mejora de la calidad de los servicios es más mencionada en Araba y en los municipios pequeños y en las capitales.

Por otro lado, quienes más dicen que hay que mejorar la oferta cultural y de museos son los y las alavesas y quienes viven en pueblos pequeños. Las y los residentes en pueblos pequeños también son quienes más reclaman que hay que mejorar los pueblos y ciudades, así como el paisaje y la naturaleza (este último aspecto también es más señalado en Bizkaia que en el resto de territorios). Finalmente, quienes más piden que mejore la hospitalidad y amabilidad de la gente son las y los residentes en Araba y en las capitales.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Arlo turistikoa hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico

(KOLEKTIBOKA II / POR COLECTIVOS II)

Eta zeintzuk dira euskal arlo turistikoa garatzeko gehien hobetu behar diren bi gauzak? * /

*¿Y qué dos (elementos) cree que hay que mejorar más para desarrollar el sector turístico vasco? **

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
		GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
PREZIOAK / LOS PRECIOS	47	47	47	50	48	45	45	46	47	49	45
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	26	27	25	26	28	25	24	25	25	28	26
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	12	11	12	14	12	12	9	8	10	13	13
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	8	8	8	9	8	8	8	7	8	10	7
JENDEAREN HARRERA ONA ETA ATSEGINA IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	8	8	8	8	8	7	8	6	8	8	8
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	5	6	5	4	7	5	4	4	5	6	5
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	5	5	4	5	4	6	4	4	4	4	6
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. GUZTIRA 100 BAINO HANDIAGO DA BI GAUZA AIPATU AHAL ZIRELAKO /

LAS OPCIONES DE RESPUESTA SE SUGERÍAN EN LA PROPIA ENCUESTA. LA SUMA TOTAL ES SUPERIOR A 100 YA QUE SE PODÍAN MENCIONAR HASTA DOS COSAS.

Berrito ere, aztertutako talde guztiak ados daude prezioak eta zerbitzuen kalitatea aipatzeko, euskal turismogintza garatzeko hobetu behar diren alderdiak aztertzen ditugunean.

Aipatzeko modukoak diren taldeen arteko ezberdintasun bakarrak ondokoak dira: prezioak gehiago aipatu direla adina jaitsi ahala eta eskaintza kulturala eta museoak aipatu dituztenak gehiago direla zenbat eta gazteago izan eta/edo ikasketa maila altuagoa izan.

Nuevamente, todos los colectivos analizados coinciden en señalar los precios y la calidad de los servicios como los aspectos que más se deben mejorar para desarrollar el sector turístico vasco.

Las únicas diferencias destacables entre colectivos son la mayor mención de los precios a medida que desciende la edad, y también el incremento de las menciones de la oferta cultural y de museos a medida que desciende la edad y/o se incrementa el nivel de estudios.

B - Kalitate turistikoaren ziurtagiria / *El certificado de calidad turística*

- **Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / *Conocimiento del logotipo del certificado***
- **Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / *Vinculación del logotipo con la calidad turística***
- **Ziurtagiriari emandako esanahia / *Significado atribuido al certificado***
- **Ziurtagiria ikusitako lekuak / *Lugares donde se ha visto el certificado***
- **Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / *Preferencia por establecimientos certificados***
- **Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / *Carestía de los establecimientos certificados***

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Begiratu, mesedez, ondoko irudia. Ikusi al duzu inoiz aurretik? * /

*Mire por favor la siguiente imagen. ¿La había visto usted alguna vez anteriormente? **

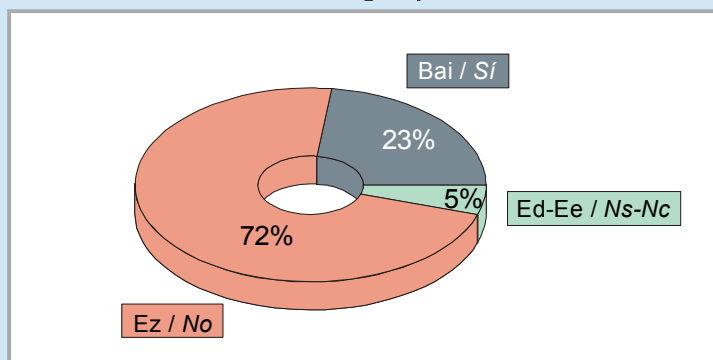
	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
Bai / Sí.....	23
Ez / No.....	72
Ed-Ee / Ns-Nc.....	5
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA ERAKUTSI ZITZAIEN, BAINA INOLAKO TESTURIK ERANTSI GABE /

A LAS ENCUESTADAS Y ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA, PERO SIN NINGÚN TEXTO ADJUNTO



Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado



Bakarrik EAEko herritarren laurden batek (%23k, hain zuzen ere) esan du kalitate turistikoaren logoa ikusi duela noizbait.

Apenas una cuarta parte de la ciudadanía de la CAPV (23%, más concretamente) señala haber visto en alguna ocasión el logotipo de la calidad turística.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Begiratu, mesedez, ondoko irudia. Ikusi al duzu inoiz aurretik? * /

*Mire por favor la siguiente imagen. ¿La había visto usted alguna vez anteriormente? **

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Sí	23	22	19	30	22	22	25
Ez / No	72	77	74	66	72	74	70
Ed-ee / Ns-Nc	5	1	7	4	6	4	5
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai / Sí	26	20	24	30	23	12	12	14	27	36
Ez / No	69	75	71	65	72	83	83	81	68	58
Ed-ee / Ns-Nc	4	6	5	4	5	5	5	5	4	6
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA ERAKUTSI ZITAZIEN, BAINA INOLAKO TESTURIK ERANTSI GABE /

A LAS ENCUESTADAS Y ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA, PERO SIN NINGÚN TEXTO ADJUNTO

- Kalitate turistikoaren logotipoa gehiago ikusi dute gipuzkoarrek eta gutxiago bizkaitarrek.
- Hiriburuetako biztanleek beste herrietakoek baino apur bat gehiago ikusi dute.
- Gizonezkoek emakumezkoek baino neurri handiagoan diote ikusi dutela.
- 30-45 urtekoek ere gainontzekoek baino gehiago diote ikusi dutela eta, aldiz, 64 urtetik gorakoek besteek baino gutxiago diote hori.
- Ikasketa maila igo ahala gehiago dira logotipoa ikusi dutela diotenak.

- El logotipo de la calidad turística ha sido más visto por las y los guipuzcoanos y menos por las y los vizcaínos.
- Las y los residentes en las capitales lo han visto un poco más que las y los del resto de municipios.
- Los varones dicen haberlo visto en mayor medida que las mujeres.
- También quienes cuentan entre 30 y 45 años dicen haberlo visto más que el resto, siendo, por el contrario, las y los mayores de 64 años quienes menos reconocen haberlo visto.
- A medida que aumenta el nivel de estudios son más quienes dicen haber visto este logotipo.

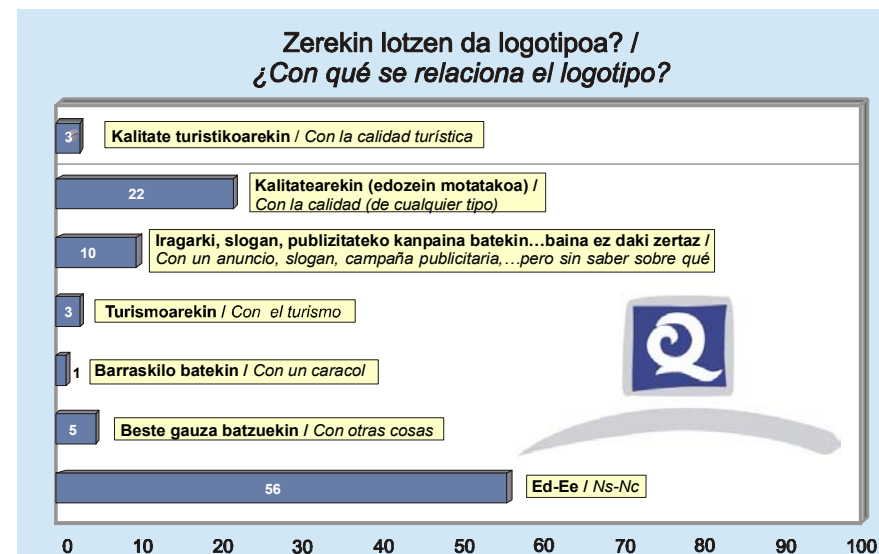
Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Aurretik ikusita izan zein ez, zerekin erlazionatzen duzu? * / Independientemente de que la haya visto anteriormente o no, ¿con qué la relaciona? *	
	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA	3
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO)	22
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA, ... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	10
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	3
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	5
Ed-Ee / Ns-Nc	56
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA (INOLAKO TESTURIK GABE) ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE / A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA (SIN NINGÚN TEXTO ADJUNTO) Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA



Kalitate turistikoaren logotipoa inolako testurik gabe erakutsita eta inolako erantzunik iradoki gabe, inkestatutako herritarren %3k bakarrik jakin zuten kalitate turistikoarekin lotzen.

%22k lotu zituzten logotipoa eta kalitatearen kontzeptu orokorra. Beste %10ek iragarki, eslogan edo publizitate kanpaina batekin lotu zuten baina zeri buruzkoa zen zehaztu barik. Beste %3k turismoarekin, orokorrean, lotu zuten, eta beste batzuek gauza ezberdinekin lotu zuten, hala nola barraskilo batekin (%1ek) edo "beste gauza" batzuekin izeneko kategorian bilduta dauden ideia ezberdinekin (bakoitza %1era heldu barik), esate baterako, establezimendu edo enpresekin, telefono gida batekin ("Q de Q"), telebistarekin, informatikarekiko zerbaitekin, eta abarrekin (ideia horien batuketa iritzi guztien %5a da).

Dena dela, dezente gehiago dira (%56) ezerekin lotzen jakin ez zutenak.

Mostrado el logotipo de la calidad turística sin ningún texto adjunto y sin aportar ninguna sugerencia de respuesta, tan sólo un 3% de los ciudadanos y ciudadanas encuestadas supo vincularlo a la calidad turística.

Un 22% relacionó dicho logotipo con el concepto de calidad, en general. Otro 10% lo relacionó con un anuncio, slogan o campaña publicitaria, pero sin determinar de qué se trataba. Otro 3% lo ligó al turismo, en general, mientras que algunos lo relacionaron con cosas tan dispares como un caracol (1%) o diferentes ideas con porcentajes de mención inferiores al 1% en cada caso y que han sido agrupadas todas ellas bajo la denominación de "otros", entre las que se recogen menciones a establecimientos o empresas, una guía telefónica ("Q de Q"), la televisión, algo relativo a la informática, etc (la suma de todas ellas supone un 5% del total de opiniones).

En cualquier caso, son bastantes más (56%) quienes no supieron relacionarlo con nada.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística

(KOLEKTIBOKA I / POR COLECTIVOS I)

Aurretik ikusita izan zein ez, zerekin erlazionatzen duzu? * / Independientemente de que la haya visto anteriormente o no, ¿con qué la relaciona? *							
	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ÉRTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA	3	4	3	2	1	2	4
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO)	22	14	20	27	24	22	19
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA, ...PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	10	11	12	8	6	12	11
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	3	5	3	2	2	3	3
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1	2	0	1	1	0	1
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	5	9	2	8	7	4	6
Ed-Ee / Ns-Nc	56	54	59	52	58	57	55
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA (INOLAKO TESTURIK GABE) ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE /
A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA (SIN NINGÚN TEXTO ADJUNTO) Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA

- Erakutsitako logotipoa kalitate turistikoarekin erlazionatu dutenak ez dira %5era heldu inolako taldetan (gehien lotu dutenak arabarrak eta hiriburukoak dira, %4 kasu bietan).
- Gipuzkoan eta herri txikietan beste lekuetan baino gehiago lotu da kalitatearekin.
- Araban beste lurraldeetan baino gehiago lotu da turismoarekin.

- En ningún colectivo alcanzan el 5% quienes ligan el logotipo mostrado con la calidad turística (las y los alaveses y quienes residen en las capitales son quienes más lo relacionan, con un 4% en ambos casos).
- En Gipuzkoa y en los municipios pequeños es donde este logotipo ha sido más relacionado con la calidad.
- En Araba es más relacionado con el turismo que en el resto de territorios.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística

(KOLEKTIBOKA II / POR COLECTIVOS II)

Aurretik ikusita izan zein ez, zerekin erlazionatzen duzu? * /

*Independientemente de que la haya visto anteriormente o no, ¿con qué la relaciona? **

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
		GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA	3	3	2	4	3	2	1	2	1	4	4
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTAKOAK) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO)	22	24	19	26	29	21	7	7	14	26	36
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA, ... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	10	11	10	11	12	10	9	12	8	12	11
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	3	3	3	3	4	4	1	4	2	4	2
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	5	5	5	6	6	3	5	5	5	5	4
Ed-Ee / Ns-Nc	56	53	60	48	46	58	76	68	68	48	43
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA (INOLAKO TESTURIK GABE) ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE /

A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA (SIN NINGÚN TEXTO ADJUNTO) Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA

- Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea, nahiz eta oso portzentaje eskasetan izan (%5 baino txikiagoak kasu guztietan), zabaldu egiten da adina jaitsi ahala eta /edo ikasketa maila igo ahala.
- Taldeen arteko ezberdintasunik handiena kalitate orokorraren aipamenetan datza. Gehien aipatu dutenak ondokoak dira: gizonezkoak, 46 urtetik beherakoak eta goi-mailako ikasketadunak (izatez, zenbat eta ikasketa maila altuagoa izan orduan eta gehiago aipatzen da kalitatea).
- Aipagarria da 64 urtetik gorakoen artean erantzun ez dutenen ehuneko altua (%76).

- La vinculación del logotipo con la calidad turística, aunque con porcentajes muy escasos (inferiores en todos los casos al 5%) se incrementa a medida que desciende la edad y/o aumenta el nivel de estudios.
- La mayor diferencia entre los distintos grupos reside en la mayor mención de la calidad en general por parte de los varones, las y los menores de 46 años y quienes cuentan con estudios superiores (de hecho, la mención de la calidad se incrementa a medida que aumenta el nivel de estudios).
- Es destacable el alto porcentaje de no respuesta (76%) entre las y los mayores de 64 años.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística**Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado**

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Begiratu orain ikur osoa. Ikur hori bidaia-agentzia, hotel edo jatetxe bateko atean ikusiko bazenu, horrek esan nahiko luke establezimendu horrek kalitate turistikoaren ziurtagiria duela, baina zer ulertuko zenuke zuk horrekin? * /

Fíjese ahora en el símbolo completo. Si Ud. viera este símbolo en la puerta de una agencia de viajes, de un hotel, restaurante, etc, significaría que dicho establecimiento cuenta con el certificado de calidad turística, pero ¿qué entendería Ud. con ello? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
ESTABLEZIMENDUAK AGINDUTAKO ZERBITZU EDO KALITATEA BENETAN BETETZEN DUELA ZIURTATZEN DELA / QUE SE ASEGURA QUE DICHO ESTABLECIMIENTO CUMPLE CON EL SERVICIO O CALIDAD PROMETIDA	22
KALITATE HANDIA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD	30
MAILA ALTUKOAK DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO	10
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.....	6
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOAK DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS	1
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOAK DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO	1
BERMATZEN DUEN EZAUGARRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA	0
KONFIANTZAZKOA DELA / QUE ES DE CONFIANZA	0
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS	0
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS	2
Ed-Ee / Ns-Nc	26
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100



* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE /

A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA CON TEXTO Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA

Logotipo osoa (testuarekin) erakutsita bere esanahiaz galdetean, inkestatuen %22k esan zuten ziurtagiri horrek daukan establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea benetan betetzen duela ziurtatzen duela.

Ondoren, espontaneoki emandako bestelako erantzunak adierazten dira: establezimenduak kalitate handia duela (%30ek aipatua), maila altukoa dela (%10ek), kalitate eta prezioaren arteko erlazio ona duela (%6k), garestiagoa dela (%1ek), establezimendu turistikoa dela (%1ek) eta %1era heldu ez diren beste erantzunak, hala nola, konfiantzazkoa dela, baduela bermatzen duen ezaugarri, sari, ziurtagiri edo labela, kontrolak jaso dituela edo baldintza batzuk betetzen dituela, eta abar. Inkestatuen laurden batek (%26k) ez zuen erantzunik eman.

Al mostrar el logotipo completo (con texto) y preguntar por su significado, el 22% de los encuestados y encuestadas señaló que dicho certificado asegura que el establecimiento que lo posee cumple con el servicio o calidad prometida.

Otras respuestas aportadas de forma espontánea son que el establecimiento cuenta con mucha calidad (30%), que es de nivel alto (10%), que tiene buena relación calidad/precio (6%), que es más caro (1%), que se trata de un establecimiento turístico (1%) y otras respuestas que no alcanzan el 1% de mención como que es de confianza, que posee un distintivo, premio, certificado o label que lo avala, que ha pasado unos controles o cumple con unos requisitos, etc. Una cuarta parte de las y los entrevistados (26%) no dió ninguna respuesta.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística**Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado**

(KOLEKTIBOKA I / POR COLECTIVOS I)

Begiratu orain ikur osoa. Ikur hori bidaia-agentzia, hotel edo jatetxe bateko atean ikusiko bazenu, horrek esan nahiko luke establezimendu horrek kalitate turistikoaren ziurtagiria duela, baina zer ulertuko zenuke zuk horrekin? * /

Fíjese ahora en el símbolo completo. Si Ud. viera este símbolo en la puerta de una agencia de viajes, de un hotel, restaurante, etc, significaría que dicho establecimiento cuenta con el certificado de calidad turística, pero ¿qué entendería Ud. con ello? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESTABLEZIMENDUAK AGINDUTAKO ZERBITZU EDO KALITATEA BENETAN BETETZEN DUELA ZIURTATZEN DELA / QUE SE ASEGURA QUE DICHO ESTABLECIMIENTO CUMPLE CON EL SERVICIO O CALIDAD PROMETIDA.....	22	26	20	24	20	24	21
KALITATE HANDIA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD.....	30	33	30	30	27	30	34
MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO.....	10	7	10	10	11	11	8
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.....	6	5	6	6	5	5	7
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOA DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS.....	1	2	1	2	1	1	2
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOA DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO.....	1	1	1	0	1	1	0
BERMATZEN DUEN EZAGURRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA.....	0	1	0	0	1	0	1
KONFIANTZAZKOA DELA / QUE ES DE CONFIANZA.....	0	1	0	0	0	0	1
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS.....	0	0	1	0	0	0	1
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS.....	2	5	1	3	2	2	3
Ed-Ee / Ns-Nc.....	26	19	29	24	31	26	24
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE / A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA CON TEXTO Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA

Nahiz eta alde nabarmenik ez izan taldeen artean, Araban beste lekuetan baino gehiago aipatu da kalitate turistikoaren ziurtagiriak establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea betetzen duela ziurtatzen duela.

Aunque no hay grandes diferencias entre los colectivos, en Araba es donde más se señala que el certificado de calidad turística asegura que el establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística**Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado**

(KOLEKTIBOKA II / POR COLECTIVOS II)

Begiratu orain ikur osoa. Ikur hori bidaia-agentzia, hotel edo jatetxe bateko atean ikusiko bazenu, horrek esan nahiko luke establezimendu horrek kalitate turistikoaren ziurtagiria duela, baina zer ulertuko zenuke zuk horrekin? * /

Fijese ahora en el símbolo completo. Si Ud. viera este símbolo en la puerta de una agencia de viajes, de un hotel, restaurante, etc, significaría que dicho establecimiento cuenta con el certificado de calidad turística, pero ¿qué entendería Ud. con ello? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	SEXUA/ SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
		GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
ESTABLEZIMENDUAK AGINDUTAKO ZERBITZU EDO KALITATEA BENETAN BETETZEN DUELA ZIURTATZEN DELA / QUE SE ASEGURA QUE DICHO ESTABLECIMIENTO CUMPLE CON EL SERVICIO O CALIDAD PROMETIDA.....	22	22	22	28	24	22	13	19	16	25	29
KALITATE HANDIA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD	30	32	29	32	32	28	30	25	32	31	30
MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO.....	10	11	9	8	12	9	9	12	9	11	8
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO	6	6	6	8	6	6	3	3	6	7	7
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOA DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOA DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURISTICO	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
BERMATZEN DUEN EZAUGARRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
KONFIANTZAZKOA DELA / QUE ES DE CONFIANZA	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS.....	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2
Ed-Ee / Ns-Nc	26	24	28	19	19	28	41	35	33	21	19
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE / A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA CON TEXTO Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA

Zenbat eta gazteagoa izan eta/edo ikasketa maila altuagoa izan orduan eta gehiago dira kalitate turistikoaren ziurtagiriak establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea betetzen duela ziurtatzen duela diotenak.

A medida que desciende la edad y/o aumenta el nivel de estudios son más quienes señalan que el certificado de calidad turística asegura que el establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Orain, ikur osoa ikusita, inon ikusi izana gogoratzen duzu? * / Ahora que ha visto el símbolo completo, ¿recuerda haberlo visto en alguna parte? *	
	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	9
PRENTSAN / EN PRENSA.....	6
PUBLIZITATE-FOILETOETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS.....	4
INTERNETEN / EN INTERNET.....	2
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS.....	1
GOZOKIETAN / EN CARAMELOS.....	0
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES.....	16

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE. AURKEZTUTAKO PORTZENTAJEAK LEKU BAKOITZAREN AIPAMENEI DAGOZKIE, LEKU BAKOITZA NAHI ZEN BESTE ALDITAN AIPATU AHAL BAITZEN. /

A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA CON TEXTO Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA. EL PORCENTAJE PRESENTADO ES EL CORRESPONDIENTE A LAS MENCIONES DE CADA UNO DE LOS LUGARES, PUDIENDO SEÑALARSE TANTOS LUGARES COMO SE DESEARA.

Inkestatutako herritarren %9k diote kalitate turistikoaren ziurtagiriaren ikurra ikusi dutela establezimendu turistikoetan, hala nola, bidaiagentzietan, hoteletan, jatetxeetan eta abarretan. Beste %6k prentsan ikusi dutela diote, %4k publizitate-foiletoetan, %2k interneten, %1ek telefono kabinetan edo markesinetan eta ez dira %1era heldu gozokietan ikusi dutela diotenak. Beste %16k beste lekuetan (gehiago zehaztu gabe) ikusi dutela adierazi dute.

Un 9% de las y los ciudadanos encuestados señalan haber visto el símbolo del certificado de calidad turística en establecimientos hosteleros, como agencias de viajes, hoteles, restaurantes, etc. Otro 6% dice haberlo visto en la prensa, un 4% en folletos publicitarios, un 2% en internet, un 1% en cabinas de teléfono o marquesinas y no alcanza el 1% quienes dicen haberlo visto en caramelos. Otro 16% señala haberlo visto en otros lugares (sin especificar).

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Orain, ikur osoa ikusita, inon ikusi izana gogoratzen duzu? * / Ahora que ha visto el símbolo completo, ¿recuerda haberlo visto en alguna parte? *

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	9	8	7	12	9	8	9
PRENTSAN / EN PRENSA.....	6	3	4	9	7	5	6
PUBLIZITATE-FOILETOETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS.....	4	2	3	6	3	4	4
INTERNETEN / EN INTERNET.....	2	2	2	3	1	2	3
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS.....	1	1	1	2	1	1	1
GOZOKIETAN / EN CAMELOS.....	0	0	0	0	0	0	0
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES.....	16	16	10	24	16	14	17

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	10	8	9	13	9	3	2	5	12	13
PRENTSAN / EN PRENSA.....	6	5	6	7	6	4	4	3	6	9
PUBLIZITATE-FOILETOETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS.....	4	4	5	5	3	2	4	2	5	6
INTERNETEN / EN INTERNET.....	2	2	3	3	2	0	0	1	2	4
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS.....	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
GOZOKIETAN / EN CAMELOS.....	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES.....	17	14	16	18	16	11	10	12	16	24

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE. AURKEZTUTAKO PORTZENTAJEAK LEKU BAKOITZAREN AIPAMENI DAGOZKIE, LEKU BAKOITZA NAHI ZEN BESTE ALDITAN AIPATU AHAL BAITZEN. / A LAS Y LOS ENCUESTADOS SE LES MOSTRÓ EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA CON TEXTO Y SE LES PREGUNTÓ DE FORMA ABIERTA, SIN SUGERIR NINGUNA RESPUESTA. EL PORCENTAJE PRESENTADO ES EL CORRESPONDIENTE A LAS MENCIONES DE CADA UNO DE LOS LUGARES, PUDIENDO SEÑALARSE TANTOS LUGARES COMO SE DESEARA.

Oro har, kalitate turistikoaren ziurtagiriaren logotipoa gehien ikusi dutenak ondokoak dira: Gipuzkoan bizi direnak, 64 urtetik beherakoak eta bigarren mailako edo goi-mailako ikasketak dituztenak.

En general, quienes más han visto el logotipo del certificado de calidad turística son las y los residentes en Gipuzkoa, quienes tienen menos de 64 años y quienes tienen estudios secundarios o superiores.

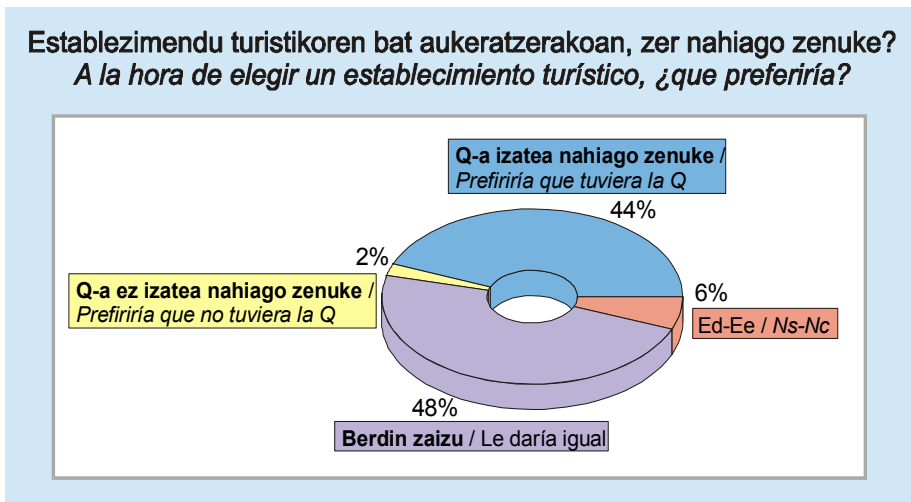
Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Orain bidaia-agentzia, hotela edo jatetxea aukeratu behar izanez gero, zer nahiago zenuke: establezimenduak kalitate turistikoaren Q-a izatea, ez izatea edo berdin zaizu izatea zein ez? / Si en este momento Ud. tuviera que elegir una agencia de viajes, un hotel, restaurante, etc. ¿preferiría que el establecimiento tuviera la Q de calidad turística, preferiría que no la tuviera o le daría igual?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
Q-A IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE TUVIERA LA Q	44
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q	2
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL	48
Ed-Ee / Ns-Nc	6
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100



Gaur egun, establezimendu turistiko bat aukeratu beharrean egonez gero, inkestaturako herritarren %44k adierazi dute nahiago luketela establezimendu horrek kalitate turistikoaren Q-a izatea. Beste %48k berdin zaiela esan dute eta bakarrik %2k diote nahiago luketela Q-a ez izatea. Gainontzeko %6k ez dakite edo ez dute erantzun.

Actualmente, a la hora de elegir un establecimiento turístico un 44% de los ciudadanos y ciudadanas encuestadas señalan que preferirían que dicho establecimiento tuviera la Q de calidad turística. Otro 48% señala que le da igual y únicamente un 2% dice que preferiría que no tuviera la Q. El 6% restante no sabe o no contesta.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Orain bidaiia-agentzia, hotela edo jatetxea aukeratu behar izanez gero, zer nahiago zenuke: establezimenduak kalitate turistikoaren Q-a izatea, ez izatea edo berdin zaizu izatea zein ez? /

Si en este momento Ud. tuviera que elegir una agencia de viajes, un hotel, restaurante, etc, ¿preferiría que el establecimiento tuviera la Q de calidad turística, preferiría que no la tuviera o le daría igual?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Q-A IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE TUVIERA LA Q	44	54	43	41	46	42	44
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q	2	1	3	2	2	2	2
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL	48	41	49	50	48	49	49
ED-EE / NS-NC	6	4	5	7	4	7	5
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Q-A IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE TUVIERA LA Q	43	44	43	47	48	34	44	38	47	49
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL	49	48	49	46	44	56	47	53	45	46
ED-EE / NS-NC	5	6	5	4	6	8	6	6	6	4
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Araban beste lurraldeetan baino jende gehiagok dio establezimendu turistikoa aukeratzeko orduan, nahiago lukela establezimendu horrek kalitate turistikoaren Q-a izatea. Bizkaian eta Gipuzkoan, aldiz, gehiago dira berdin litzaiekela diotenak.

64 urtetik gorakoen artean ere berdin litzaiekela diotenen ehunekoa altuagoa da.

En Araba hay más ciudadanos y ciudadanas que en el resto de territorios que, a la hora de elegir un establecimiento turístico, preferirían que éste tuviera la Q de calidad turística. En Bizkaia y Gipuzkoa, en cambio, son más quienes dicen que les daría igual.

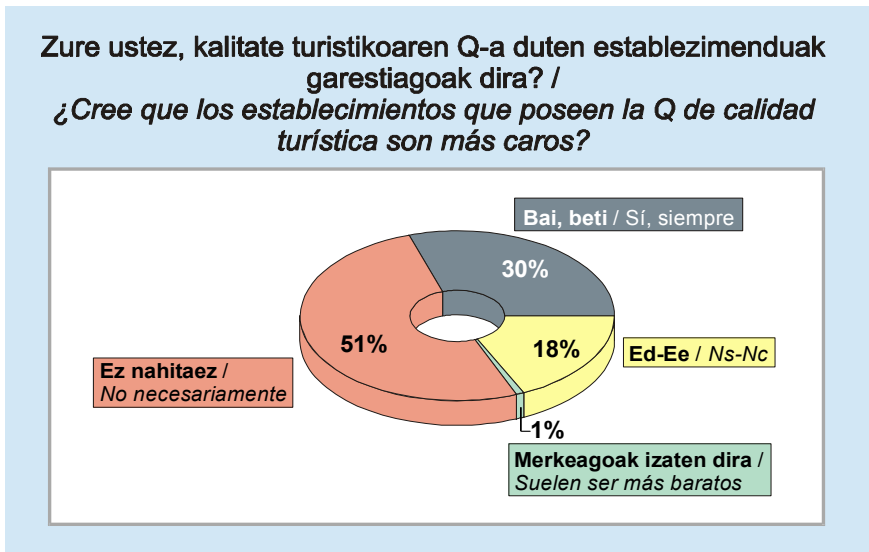
Entre las y los mayores de 64 años también hay un mayor porcentaje de quienes señalan que les daría igual.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados

(GUZTIZKOAK / TOTALES)

Zure ustez, oro har, kalitate turistikoaren Q-a duten establezimenduak, ez dutenak baino garestiagoak dira? / ¿Cree Ud. que, en general, los centros certificados con la Q de calidad turística son más caros que los que no la poseen?	
	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005
BAI, BETI / Sí, SIEMPRE	30
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE ...	51
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS	1
ED-EE / Ns-Nc	18
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100



Inkestatutako herritarren erdiek (%51k) uste dute kalitate turistikoaren Q-a duten establezimenduek ez dutela nahitaez Q-a ez dutenak baino garestiagoak izan behar.

Beste %30ek badirela garestiagoak uste dute eta bakarrik %1ek deritzo merkeagoak izaten direla. Gainontzeko %18k ez dute horretaz iritzirik eman.

La mitad de las ciudadanas y ciudadanos encuestados (51%) creen que los establecimientos certificados con la Q de calidad turística no tienen por qué ser necesariamente más caros que los que no la poseen.

Otro 30% cree que sí son más caros, mientras que tan sólo un 1% piensa que son más baratos. El 18% restante no emite ninguna opinión al respecto.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Zure ustez, oro har, kalitate turistikoaren Q-a duten establezimenduak, ez dutenak baino garestiagoak dira? /

¿Cree Ud. que, en general, los centros certificados con la Q de calidad turística son más caros que los que no la poseen?

	2005EKO URRIA OCTUBRE 2005	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	Txikia PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
BAI, BETI / SI, SIEMPRE.....	30	27	33	27	36	31	26
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE	51	57	50	49	45	52	53
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS	1	1	0	1	0	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	18	15	16	23	19	17	20
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

	SEXUA / SEXO		ADIN TALDEAK GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA NIVEL DE ESTUDIOS			
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<LEHEN MAILAKOAK <PRIMARIOS	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
BAI, BETI / SI, SIEMPRE.....	31	30	39	30	26	27	33	29	31	30
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE	51	51	46	56	55	43	39	48	53	57
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	18	19	15	13	18	29	27	22	15	12
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kalitate turistikoaren Q-a duten establezimenduek ez dutela nahitaez besteak baino garestiagoak izan behar gehien uste dutenak hauexek dira: Arabako biztanleak, udalerrri ertainetan edo hiriburuetan bizi direnak, 30-64 urte bitartekoak eta goi-mailako ikasketak dituztenak (izatez, pertzepzio hori zabaltzen doa ikasketa maila igo ahala).

Bizkaian, herri txikietan eta gazteen artean beste taldeetan baino gehiago dira establezimendu horiek garestiagoak izaten direla deritzotenak (uste hori zabaltzen doa udalerrriaren tamaina eta/edo adina jaitsi ahala).

Establezimendu horiek merkeagoak izaten direla deritzotenak ez dira %1 baino gehiago inolako kasutan.

Quienes más comparten la idea de que los establecimientos certificados con la Q de calidad turística no tienen por qué ser más caros que el resto son quienes residen en Araba, quienes viven en municipios medianos o capitales, quienes tienen entre 30 y 64 años y quienes poseen estudios superiores (de hecho, esta percepción está más extendida a medida que aumenta el nivel de estudios).

En Bizkaia, en los municipios pequeños y entre las y los jóvenes son más que en el resto de colectivos quienes piensan que estos establecimientos suelen ser más caros (esta creencia aumenta a medida que desciende el tamaño del municipio y/o la edad).

Quienes piensan que estos establecimientos suelen ser más baratos no superan el 1% en ningún caso.

Zehaztasun teknikoak / *Ficha técnica*

Informazio bilketa **2005eko urriaren 4tik 17ra bitartean** egin zen –biak barne- galde-sorta egituratu eta itxia erabiliz, Euskal Autonomia Erkidegoko (EAEko) hiru lurraldeetarako lagin adierazgarri bati etxean egindako banakako elkarrizketen bidez.

Lagina, 18 urte edo gehiagoko biztanleriari zuzendua, honela banatu zen: 617 pertsona Araban, 1282 Bizkaian eta 980 Gipuzkoan, beraz, 2879 pertsona elkarrizketatu ziren guztira. Gizabanakoen hautaketa prozedura polietapiko eta estratifikatuaren bidez egin zen, ausazko ibilbideak erabiliz –214 laginketa abiapunturekin (*)-, ondoren pertsonak sexuaren, adinaren eta lan egoeraren arabera kuoten bidez aukeratu. Emaitzak hiru lurraldeetako biztanleria zentsuaren eta 2005eko Eusko Legebiltzarreko hauteskundeetako boto oroimenaren arabera haztatu dira.

Ikerkertaren **diseinua** Industria, Merkataritza eta Turismo Saila eta Eusko Jaurlaritzaren Lehendakariatzako Prospekzio Soziologikoen Kabinetearen arteko elkarlanean oinarritzen da, baina emaitzen **azterketa eta txostenaren idazketa** Prospekzio Soziologikoen Kabineteari dagozkio soilik. Bestaldetik, informazio bilketa Askatasunaren hiribidea, 17-19, 2004 Donostia helbidean dagoen *Ikertalde* enpresak egin zuen.

2879 pertsonako lagin honi dagokion **lagin errorearen** estimazioa, erabat ausazkoak diren laginketei egozgarria, $\pm\%1,86$ koa da EAE osorako, $\%95,5$ eko konfiantza mailarako, $p=q=0,5$ izanik.

Zenbait inkesta telefono bidez edo/eta etxean bertan **kontrolatu** dira. Horrez gain, jasotako galdetegi guztietan kontrol informatiko egokiak egin dira (logika, koherentzia eta heinari buruzkoak).

Datuen **fidagarritasuna eta baliotasuna** bermatua dago, bai EAerako baita lurralde bakoitzarentzat ere, lagin adierazgarri egokia erabiliz eta inkestaren azken emaitzen eta argitaratutako beste kanpo erreferentzia objektibo batzuen arteko desberdintasunen ebaluazioa eginez, azken hau beti ere, datu alderagarriak dauden kasuetan. Zehatzago, ondoko aldagaiei buruz ari gara: batetik 2005eko Eusko Legebiltzarreko hauteskundeetako botoaren banaketa erreala eta, bestetik, adina, sexua, ikasketa maila, lan egoera eta euskararen ezagutza mailari buruzko estatistika ofizialak.

(*) Hasiera puntu fisiko zehatza ausaz lortu zen hauteskunde sekzio bakoitzeko kale “zation” multzoen artean (azterketarako unitate geografiko txikiena), Eustatek egindako kale izendegien arabera.

La recogida de información se realizó entre **el 4 y el 17 de octubre de 2005** -ambos inclusive- a través de entrevista individual mediante cuestionario estructurado y cerrado, realizada a domicilio a una muestra representativa de la población de cada uno de los Territorios Históricos de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV).

La **muestra**, dirigida a una población de 18 y más años, se distribuyó del siguiente modo: 617 personas en Araba, 1282 en Bizkaia y 980 en Gipuzkoa, lo que supone un total de 2879 personas entrevistadas. La selección se realizó por procedimiento polietápico y estratificado, siguiendo rutas aleatorias -a partir de un total de 214 puntos de muestreo (*)- y con selección de los individuos por cuotas de sexo, edad y situación laboral, siendo posteriormente ponderados los resultados en base a la población y al recuerdo de voto en las Elecciones al Parlamento Vasco de 2005, en cada uno de los tres Territorios.

El **diseño** de la investigación es compartido entre el Departamento de Industria, Comercio y Turismo y el Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco, mientras que el **análisis** de los resultados y la **redacción del informe** es responsabilidad exclusiva del Gabinete de Prospección Sociológica. La recogida de información fue realizada por la empresa *Ikertalde*, sita en la calle Avenida de la Libertad, 17-19, 20004, Donostia-San Sebastián.

El **error muestral** correspondiente a esta muestra de 2879 individuos, y atribuible en el caso teórico de que la muestra hubiera sido estrictamente aleatoria, se cifra en un $\pm 1,86\%$ para el conjunto de la CAPV, con un nivel de confianza de $95,5\%$ y $p=q=0,5$.

Se ha llevado a cabo un **control** telefónico y/o un control domiciliario de algunas encuestas. Asimismo, se han realizado todos los controles informáticos pertinentes (lógicos, de coherencia y de rango) en cada uno de los cuestionarios recogidos.

La **fiabilidad y validez** de los datos queda garantizada en base al empleo de una muestra adecuadamente representativa, tanto para el conjunto de la CAPV como para cada uno de los tres Territorios Históricos, así como mediante la evaluación de las diferencias entre los resultados finales de la encuesta con otras referencias externas objetivas publicadas, siempre que existen datos contrastables. Nos referimos, concretamente, a la distribución oficial real de voto en las Elecciones al Parlamento Vasco de 2005 y a las estadísticas oficiales de edad, sexo, nivel de estudios, situación laboral y nivel de conocimiento de euskera.

(*) El lugar físico concreto de inicio se obtuvo aleatoriamente del conjunto de “tramos” de calles incluidos en cada sección electoral (unidad geográfica mínima de análisis), según los callejeros elaborados por el Eustat.