

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***

**( BASQUETOUR )**

**2009ko azaroa / *Noviembre 2009***

[www.lehendakaritza.ejgv.euskadi.net/r48-17354/eu/](http://www.lehendakaritza.ejgv.euskadi.net/r48-17354/eu/)

[www.lehendakaritza.ejgv.euskadi.net/r48-17354/es/](http://www.lehendakaritza.ejgv.euskadi.net/r48-17354/es/)

## Aurkibidea / Índice

<b>SARRERA / INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>LABURPENA / SÍNTESIS</b> .....	3
<b>A – TURISMOA EUSKAL HERRIAN / EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO</b> .....	6
• <b>Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / Incremento del turismo en el País Vasco</b> .....	7
• <b>Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo</b> .....	12
• <b>Turismoa eguneroko bizitzan / El turismo en la vida cotidiana</b> .....	14
• <b>Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo</b> .....	13
• <b>Arlo turistikoan hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico</b> .....	19
<b>B – KALITATE TURISTIKOAREN ZIURTAGIRIA / EL CERTIFICADO DE CALIDAD TURÍSTICA</b> .....	22
• <b>Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado</b> .....	18
• <b>Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística</b> .....	20
• <b>Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado</b> .....	22
• <b>Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado</b> .....	25
• <b>Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados</b> .....	28
• <b>Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados</b> .....	30
<b>ZEHAZTASUN TEKNIKOAK / FICHA TÉCNICA</b> .....	37

## **Sarrera / Introducción**

## Helburuak / Objetivos

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

Hau ez da gai honi buruzko iritziak aztertzen diren lehenengo aldia, beraz, badauzkagu alderaketa kronologikoa eta EAEko biztanleen iritzien bilakaera ikertzen lagunduko diguten lehenagoko 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 estas cuestiones, 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 **2009ko irailean** Euskal Soziometroa bildumaren 41. ikerketan erabilitako galdesortan berariaz sartutako galdera multzo batetik datoz.

Galdera zehatzak **Basquetourren (Turismoaren Euskal Agentzia) eskaera** baten ondorioz landu dira, Eusko Jaurlaritzaren Lehendakartzako Prospekzio Soziologikoen Kabinetearekin elkarlanean.

Los resultados de este trabajo proceden de un bloque de preguntas *ad hoc* incluidas en el cuestionario del estudio nº 41 de la serie de Sociómetros Vascos, **realizado en septiembre de 2009**.

Las cuestiones concretas planteadas han sido elaboradas a partir de **una petición de Basquetour (Agencia Vasca de 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*.
- Adin taldeak: *18-29, 30-45, 46-64 eta >=65*.
- Ikasketa maila: *lehen mailakoak edo baxuagoak* (bat ere ez, lehen mailakoak baino baxuagoak, lehen mailakoak, oinarritzko batxilergoa, OHO), *bigarren mailakoak* (lanbide heziketa, goi-mailako batxilergoa, IEE, BBB, UBI), *goi-mailakoak* (diplomaturak, lizentziaturak, doktoretzak, gradu-ondokoak).

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

- 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*.
- Grupos de edad: *18-29, 30-45, 46-64 y >=65*.
- Nivel de estudios: *primarios o inferiores* (ninguno, menos que primarios, primarios, bachiller elemental, EGB), *secundarios* (profesionales, secundarios, bachiller superior, REM, BUP, COU), *superiores* (diplomaturas, licenciaturas, doctorados, post-gradus).

## Laburpena / *Síntesis*

### **Zer uste dugu Euskal Herrira datorren turismoari buruz?**

EAEko hamar herritarretatik zazpik (%68k) azkenaldian Euskal Herrira turista gehiago etortzen direla uste dute. Halaber, aurreko urteetako neurketen ildotik, %71k turismoak garrantzi handia duela Euskal Herriko garapen ekonomikorako eta enplegurako diote eta %81ek turismoa gure eguneroko bizitzarako elementu positiboa dela.

### **Zeintzuk dira turismoa erakartzen duten elementuak? Eta zeintzuk hobetu beharrekoak?**

Herritarren ustez, turismoa gehien erakartzen duten elementuak eskaintza gastronomikoa (%66), paisaia eta natura (%43) eta eskaintza kulturala eta museoak (%36) dira.

Euskal arlo turistikoa garatzeko nagusiki hobetu beharreko alderdiak ondokoak lirateke (eskainitako zerrenda itxi batetik aukeratuak): prezioak (%55), zerbitzuen kalitatea (%31), eskaintza kulturala eta museoak (%19) eta harrera ona egitea eta atseginak izatea eta herriak eta hiriak (%12, biek). Gero eta garrantzi handiagoa jaso du prezioak hobetu beharrak.

### **Kalitate turistikoaren logotipoa ezagutzea: non ikusi dute eta zerekin lotzen da?**

EAEko herritarren %53k ikusi du noizbait kalitate turistikoaren ziurtagiria eta %14k, erantzunik iradoki gabe galdetuta, kalitate turistikoarekin lotu dute. Beste %36k kalitatearekin lotu dute oro har.

Biztanleen %29k establezimendu turistikoetan ikusi dute irudia, %20k telebistan, %13k prentsan eta %10ek publizitate esku-orrietan.

2007tik hona handitu egin da kalitate turistikoarekin lotu duten herritarren kopurua.

### **Zein da herritarrek kalitate turistikoaren logotipoari ematen dioten esanahia?**

Herritarren %35ek, establezimendu batean kalitate turistikoaren ziurtagiria ikusten dutenean, bere benetako esanahiarekin lotzen dute, hots, establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitate betetzen duela ulertzen dute. Beste %26k ulertzen dute establezimendu horrek kalitate handia duela, zerbitzu ona ematen duela.

### **Zelako establezimenduak nahiago ditu jendeak?**

Herritarren %44k, une honetan establezimendu turistiko bat aukeratu beharko balute,

### **¿Qué percepción tenemos del turismo en el País Vasco?**

Siete de cada diez ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (68%) creen que últimamente vienen más turistas al País Vasco. Asimismo, siguiendo el sentido de las mediciones de los últimos años, un 71% opinan que el turismo es muy importante para el desarrollo económico y el empleo, y un 81% que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana.

### **¿Qué elementos son los que atraen al turismo? ¿Y cuáles habría que mejorar?**

En opinión de la población, los elementos que más atraen al turismo son la oferta gastronómica (66%), el paisaje y la naturaleza (43%) y la oferta cultural y de museos (36%).

Los elementos que principalmente habrían de mejorarse en el sector turístico vasco son (elegidos de un listado cerrado): los precios (%55), la calidad de los servicios (31%), la oferta cultural y de museos (19%) y los pueblos y ciudades y la hospitalidad y la amabilidad (12%, ambos).

### **Conocimiento del logotipo de la calidad turística: ¿dónde se ha visto y con qué se relaciona?**

Un 53% de la ciudadanía de la CAPV han visto alguna vez el certificado de calidad turística y un 14% lo han relacionado con la calidad turística, habiendo sido preguntados de forma abierta. Otro 36% lo han relacionado con la calidad en general.

Un 29% de la población han visto la imagen en los establecimientos turísticos, un 20% en televisión, un 13% en prensa y un 10% en los folletos publicitarios.

Desde 2007 ha aumentado el porcentaje de quienes lo relacionan con la calidad turística.

### **¿Cuál es el significado atribuido al logotipo de la calidad turística?**

Un 35% de las y los ciudadanos, cuando ven el certificado de calidad turística en un establecimiento, lo relacionan con su significado propio, es decir, que cumple con el servicio o calidad prometida. Otro 26% entienden que dicho establecimiento tiene mucha calidad u ofrece un buen servicio.

### **¿Qué tipo de establecimientos prefiere la gente?**

Un 44% de la ciudadanía, si tuvieran que elegir un establecimiento turístico en este momento, preferirían que tuviera el símbolo de la Q, y aun 47% le daría igual que lo tuviera o no.

Q-a duen bat nahiago lukete, eta %47ri berdin litzaieke Q-a izan ala ez.

***Zer deritzogu ziurtagiria duten establezimenduen prezioaz?***

Biztanleen %28k uste dute Q-a duten establezimenduak gainerakoak baino garestiagoak direla beti, eta %53k, aldiz, ez dutela derrigor garestiagoak izan beharrik.

***¿Qué opinión hay respecto al precio de los establecimientos certificados?***

Un 28% de la población opinan que los establecimientos que tienen la Q son siempre más caros que el resto y un 53%, en cambio, opinan que no necesariamente tienen por qué serlo.

## **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***

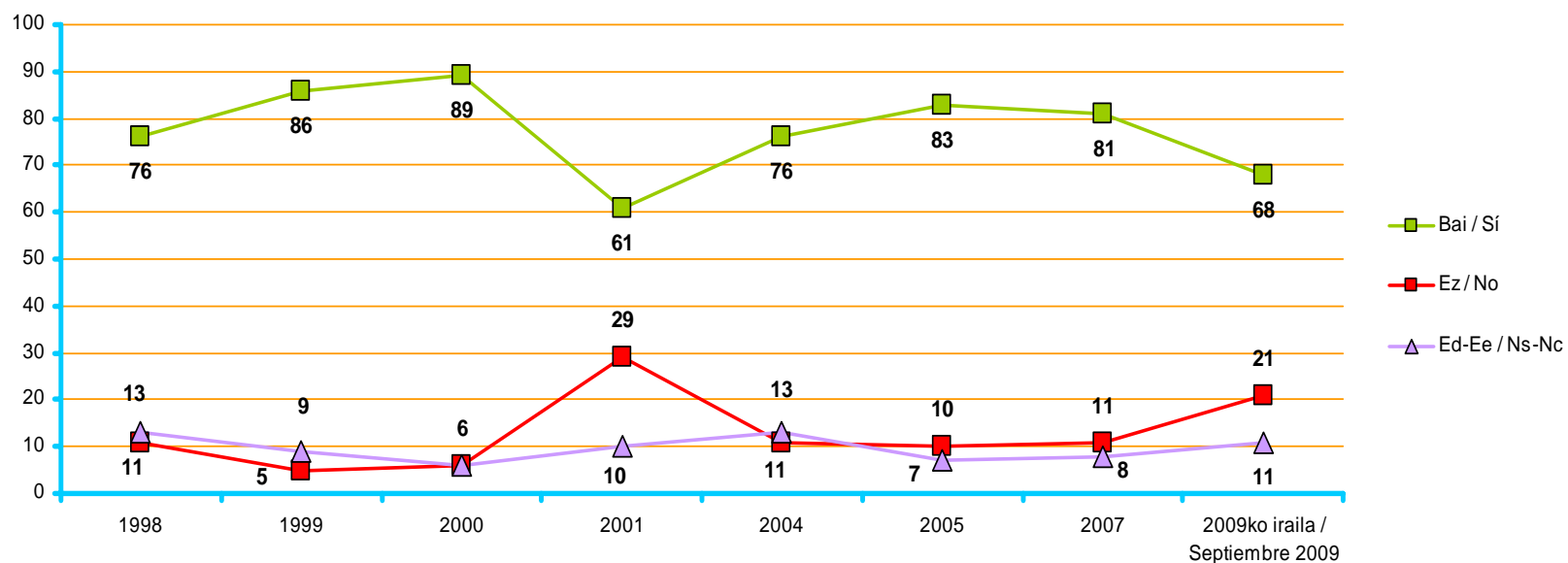


## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

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

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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



EAEko herritarren %68k uste dute azkenaldian turista gehiago etortzen direla Euskal Herrira.

Azken urteetan baino txikiagoa da turismoa goraka doala uste dutenen kopurua.

El 68% de la ciudadanía de la CAPV consideran que últimamente vienen más turistas al País Vasco.

El porcentaje de quienes creen que el turismo ha ascendido es menor que en los últimos años.

## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

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

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

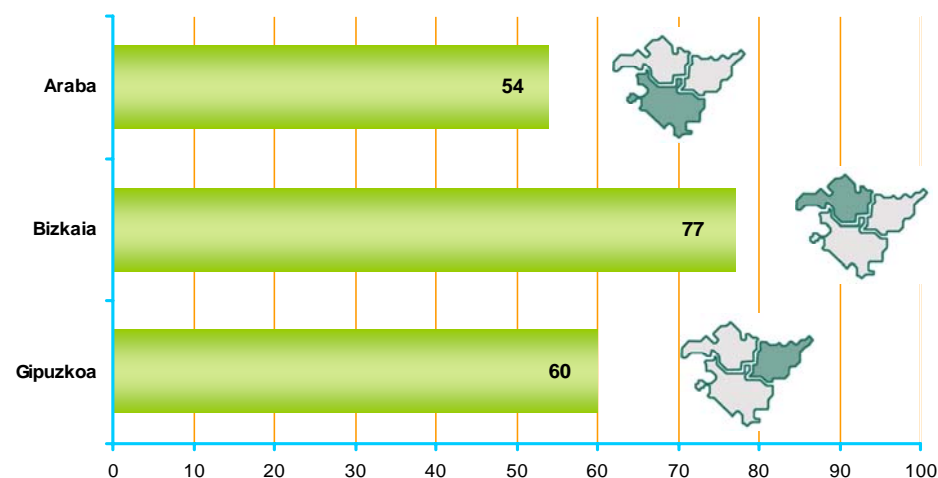
Zure ustez, azken bolada honetan turista gehiago etortzen dira Euskal Herrira? / ¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA / TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Sí.....	68	54	77	60	66	64	75
Ez / No.....	21	28	16	26	20	24	17
Ed-Ee / Ns-Nc.....	11	18	7	15	14	12	8
(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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai / Sí.....	68	68	66	66	70	70	68	68	68
Ez / No.....	23	19	22	23	21	17	21	21	21
Ed-Ee / Ns-Nc.....	9	13	12	11	9	13	12	11	10
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Azken urteetan Euskal Herrira turista kopuru handiagoa datorrela uste dutenak nagusi dira talde guztietan, bereziki Bizkaian eta hiriburuetan eta gutxien Araban.

La creencia de que últimamente el número de turistas que vienen a Euskal Herria ha aumentado es la opinión más extendida en todos los colectivos, especialmente en Bizkaia y en las capitales, y donde menos extendida está es en Araba .

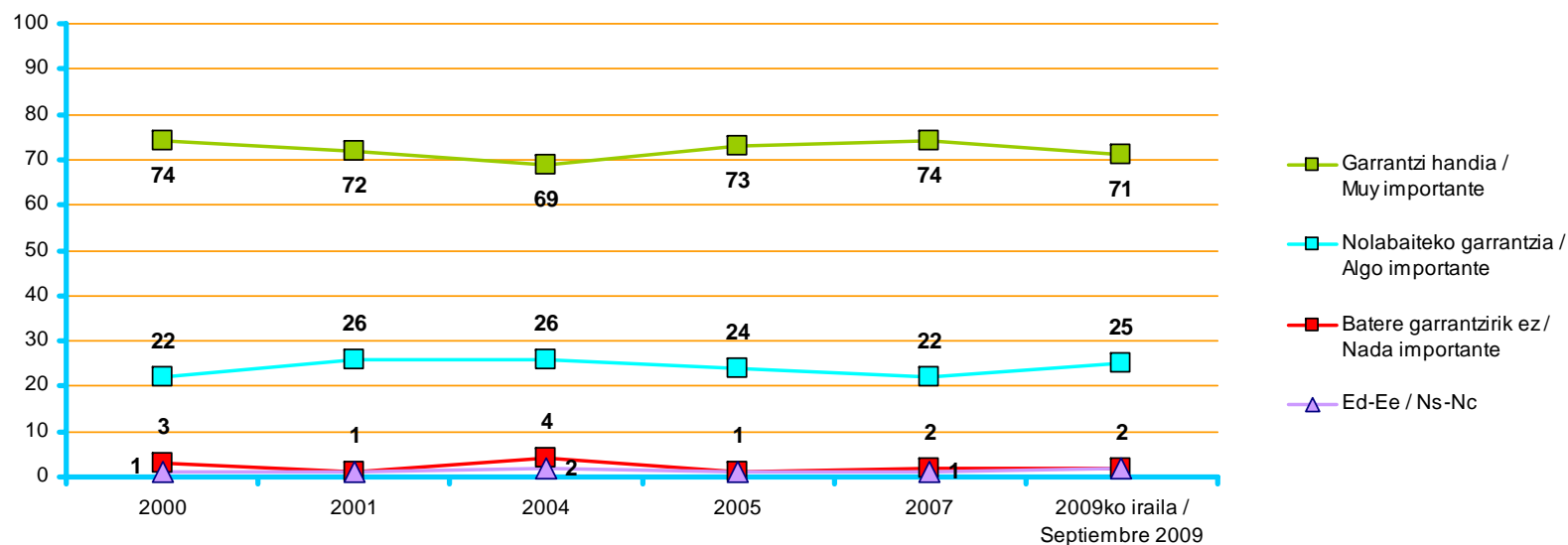


## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

### Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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?



Hamar herritarretatik zazpik (%71k) uste dute turismoak garrantzi handia duela garapen ekonomiko eta enplegurako eta beste laurdenak (%25ek) nolabaiteko garrantzia duela. Soilik %3k ez diote aitortzen batere garrantzirik.

Turismoak garapen ekonomiko eta enplegurako daukan garrantziari buruzko iritzia gutxieneko aldaketak jaso ditu urtez urteko seriean.

Siete de cada diez ciudadanos y ciudadanas (71%) creen que el turismo es un elemento muy importante de desarrollo económico y de empleo y otro cuarto (25%) que es algo importante. Únicamente un 3% lo consideran nada importante.

La opinión respecto a la importancia del turismo para el desarrollo económico y el empleo ha sufrido variaciones mínimas en la serie a lo largo de los años.

## 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?

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	71	65	73	71	75	67	74
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	25	30	23	26	22	29	22
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	2	3	2	2	1	2	2
ED-Ee / Ns-Nc.....	2	2	2	2	2	2	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	72	71	69	72	72	71	73	70	71
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	25	25	28	25	25	23	23	26	28
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	2	2	1	2	2	3	2	2	1
ED-Ee / Ns-Nc.....	1	2	2	2	0	3	2	2	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Turismoak garapen ekonomikorako eta enplegurako garrantzi handia duelako iritzia da talde denetan hedatuena, nahiz eta Araban eta herri ertainetan gainerakoetan baino pixka bat hedapen eskasagoa duen.

La opinión de que el turismo es un elemento muy importante de desarrollo económico y de empleo es la más extendida en todos los colectivos, aunque es ligeramente menor en Araba y en los municipios medianos que en el resto.

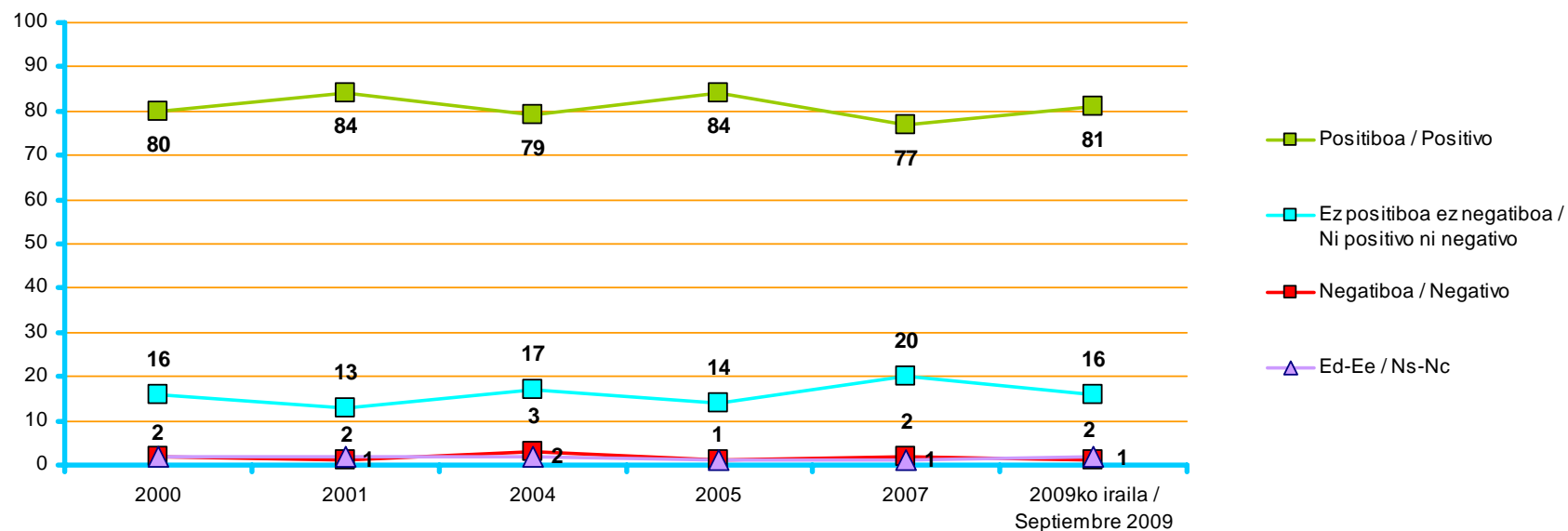
## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

### Turismoa eguneroko bizitzan / El turismo en la vida cotidiana

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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?



EAEko hamar herritarretatik zortzik (%81ek) uste dute turismoa positiboa dela gure eguneroko bizitzarako, %16ren ustez ez da ez positiboa ezta negatiboa ere eta soilik %1ek uste dute negatiboa dela.

Turismoa eguneroko bizimodurako positiboa dela uste dutenen kopurua pixka bat igo da azken neurketarekiko eta aldiz, ez positibo ez negatiboa dela uste dutenena jaitsi.

Ocho de cada diez ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (81%) creen que el turismo es positivo para nuestra vida cotidiana, un 16% piensan que no es ni positivo ni negativo y únicamente un 1% que es negativo.

El porcentaje de quienes creen que el turismo es positivo para nuestra vida cotidiana ha ascendido ligeramente respecto al último dato y ha descendido, en cambio, la de quienes consideran que no es ni positiva ni negativa.

## 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?

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
POSITIBOA / POSITIVO .....	81	78	82	82	85	77	84
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO .....	16	20	15	15	11	21	13
NEGATIBOA / NEGATIVO .....	1	1	1	1	2	1	1
ED-Ee / Ns-Nc .....	2	1	2	1	3	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
POSITIBOA / POSITIVO .....	83	80	77	85	83	79	81	81	83
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO .....	16	16	20	13	15	17	16	17	15
NEGATIBOA / NEGATIVO .....	1	2	2	0	2	1	1	1	1
ED-Ee / Ns-Nc .....	1	2	2	2	1	3	2	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES) .....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Aztertutako talde guztietan iritzi nagusia da turismoa gauza positiboa dela eguneroko bizitzarako.

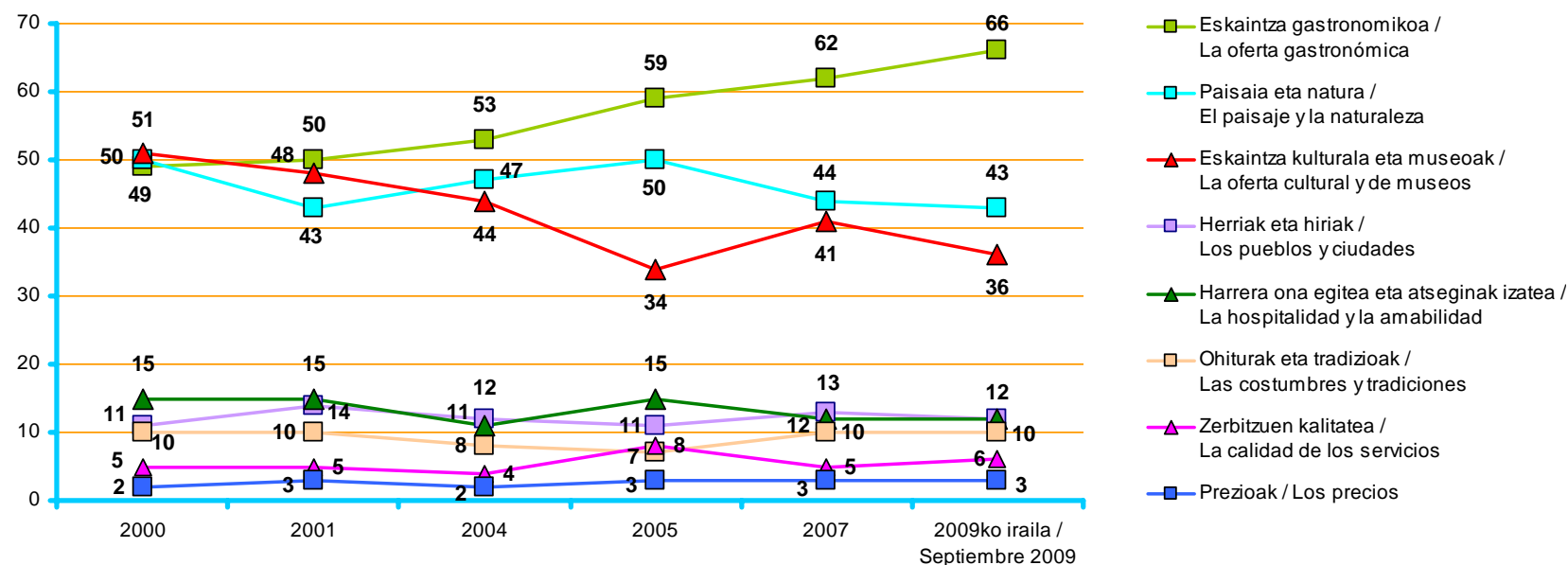
En todos los colectivos analizados es opinión mayoritaria que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana.

## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

### Turismoa erakartzen duten elementuak / Elementos de atracción para el turismo

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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?\*



\* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. BATURA 100 BAINO HANDIAGOA 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.

Turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak (zerrenda itxi batetik aukeratuak) honakoak dira: eskaintza gastronomikoa, %66k aipatua, eta paisaia eta natura, %43k aipatua. %36k eskaintza kulturala eta museoak, gutxienez herriak eta hiriak, harrera ona egin eta atseginak izatea edota ohiturak eta tradizioak aipatu dituzte (%12k lehen biak eta %10ek hirugarrena) eta azken tokian geratu dira zerbitzuen kalitatea (%6k) edo prezioak (%3k) bezalako arrazoiak.

Inoiz baino gehiago dira eskaintza gastronomikoa erakartzen duela turismoa gehien uste dutenak, pixka bat jaitsi dira eskaintza kulturalak eta museoek erakartzen dituztela diotenak eta gainerako arrazoiak bere horretan mantendu dira.

En opinión de la población, los dos elementos que más atraen a los turistas (elegidos de un listado cerrado) son la oferta gastronómica, mencionada por un 66%, y el paisaje y la naturaleza, por un 43%. Un 36% citan la oferta cultural y los museos, algunos menos los pueblos y ciudades, la hospitalidad y la amabilidad y, las tradiciones y costumbres (un 12% las dos primeras y un 10% la tercera) y se sitúan en último lugar razones como la calidad de los servicios (6%) y los precios (3%).

Son más que nunca quienes creen que la oferta gastronómica es lo que principalmente atrae al turismo, descienden ligeramente quienes creen que es la oferta cultura y los museos lo que más atrae y el resto de razones se mantienen en porcentajes similares a los de años anteriores.

## 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? \***

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA .....	66	65	63	71	68	67	63
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA .....	43	46	32	60	47	42	41
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS .....	36	26	53	12	31	41	34
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES .....	12	16	11	11	11	11	13
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD .....	12	11	10	14	11	12	12
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES .....	10	11	9	11	8	9	13
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS .....	6	8	5	9	5	6	8
PREZIOAK / LOS PRECIOS .....	3	4	3	2	3	2	4

	SEXUA / SEXO		ADINTALDEAK / GRUPOS DE EDAD				IKASKETA MAILA / NIVEL DE ESTUDIOS		
	GIZONEZKOA VARÓN	EMAKUMEZKOA MUJER	18-29	30-45	46-64	>=65	<=LEHEN MAILAKOAK <=PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA .....	68	63	57	68	66	71	66	69	62
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA .....	44	42	48	43	42	38	39	48	43
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS .....	35	37	30	38	40	35	35	34	40
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES .....	12	11	17	10	10	12	13	10	11
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD .....	9	14	8	11	15	12	13	10	11
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES .....	12	8	18	9	9	5	8	11	13
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS .....	6	7	5	7	7	5	5	9	6
PREZIOAK / LOS PRECIOS .....	2	3	5	3	2	2	3	2	2

\* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. BATURA 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.

Turismoaren erakarpenerako elementu nagusia eskaintza gastronomikoa da aztertutako talde guztientzat, bereziki gipuzkoarrentzat eta adinean gora igo ahala. Herri txiki eta ertaintetan hiriburuetan baino gehiago aipatu da, gizonak emakumeek baino gehixeago eta bigarren mailako ikasketadunek gainerakoek baino. Bestalde, gipuzkoarrak nabarmendu dira paisaia eta natura aipatu dituzten artean eta bizkaitarrak eskaintza kulturala eta museoak aipatu dituzten artean. Halaber, deigarria da gazteenak direla ohiturak eta tradizioak erakartzen dutela turismoa gehien aipatu dutenak.

El elemento más atractivo para el turismo es la oferta gastronómica en todos los colectivos analizados, especialmente para las y los guipuzcoanos y a medida que asciende la edad. Se ha mencionado más en los municipios pequeños y medianos que en las capitales, entre los hombres algo más que entre las mujeres y entre quienes tienen estudios secundarios que entre el resto. Por otro lado, las y los guipuzcoanos destacan entre quienes mencionan el paisaje y la naturaleza y las y los vizcaínos entre quienes citan los museos y la oferta cultural. Asimismo es destacable que sean los más jóvenes quienes más mencionan las costumbres y tradiciones.



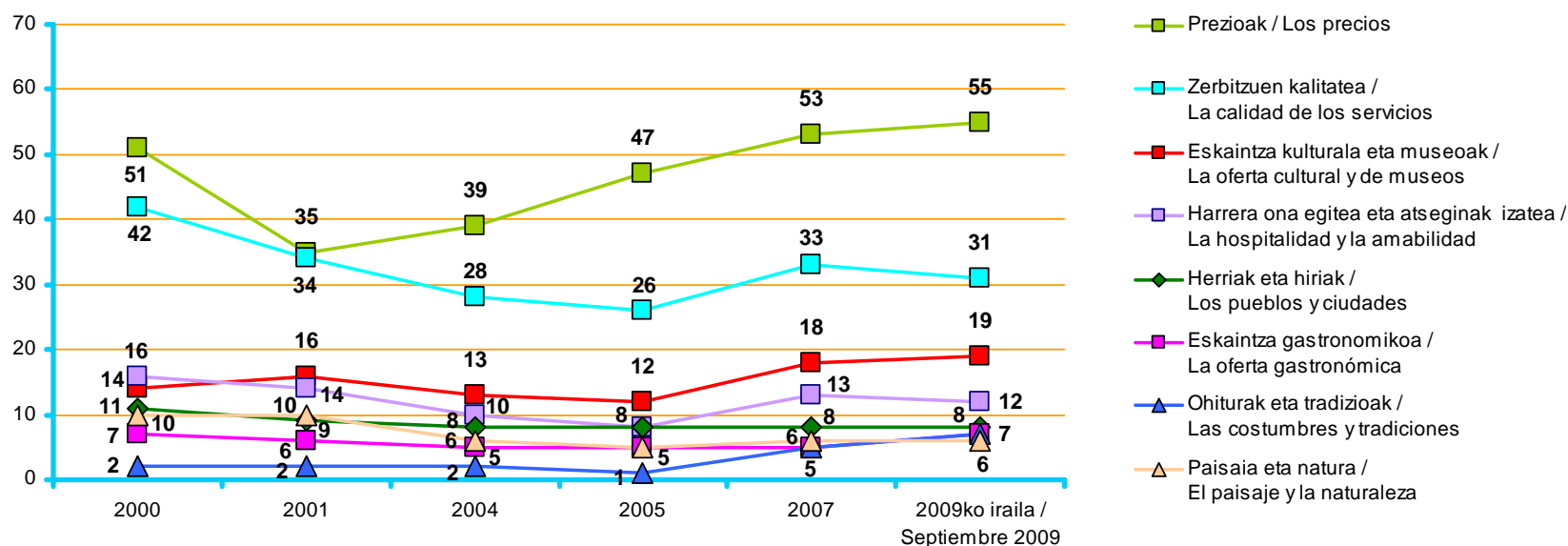
## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

### Arlo turistikoan hobetzeko elementuak / Elementos a mejorar en el sector turístico

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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? \*



\* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. BATURA 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.

✓ Euskal arlo turistikoa hobetzeko prezioak hobetu beharko liriateke jendartearen %55en ustez eta zerbitzuen kalitatea %31ren iritziz. Bestelako elementuak gutxiagok aipatu dituzte, hala nola: eskaintza kulturala eta museoak (%19k), harrera ona egitea eta atseginak izatea (%12k), herriak eta hiriak (%8k), ohiturak eta tradizioak eta eskaintza gastronomikoa (%7k, bata zein bestea) eta azkenik, paisaia eta natura (%6k).

✓ Aurreko urteetako datuekin konparatuz, inoiz baino gehiago dira prezioak, eskaintza kulturala eta museoak eta ohiturak eta tradizioak hobetu beharra aipatu dituzten herritarrek. Gainerako gauzak aipatu dituztenen kopurua aurreko urteetako antzera mantendu da.

✓ Los elementos que deberían mejorarse son los precios según un 55% de la gente y la calidad de los servicios según un 31%. Los restantes elementos son menos mencionados, así: la oferta cultural y de museos (19%), la hospitalidad y la amabilidad (12%), los pueblos y ciudades (8%), las costumbres y tradiciones y la oferta gastronómica (7%, respectivamente) y por último, el paisaje y la naturaleza.

✓ En comparación con los datos de años anteriores, son más que nunca las y los ciudadanos que mencionan los precios, la oferta cultural y de museos y, las costumbres y tradiciones. Se mantienen en porcentajes similares a los de años anteriores quienes mencionan el resto de elementos.

## Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

### Arlo turistikoan 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? \***

	2009ko IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
PREZIOAK / LOS PRECIOS .....	55	62	48	62	55	55	54
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	31	31	33	28	29	32	32
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	19	19	20	16	13	17	25
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD.....	12	15	11	12	9	12	14
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	8	14	8	5	10	8	5
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	7	4	9	5	4	8	7
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	7	4	11	1	3	9	6
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA.....	6	3	8	3	5	8	4

	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
PREZIOAK / LOS PRECIOS .....	54	55	59	55	52	53	53	59	52
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	32	31	29	27	39	29	29	30	37
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	20	17	16	21	19	17	14	20	25
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD.....	13	11	14	14	10	10	10	12	14
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	6	9	10	7	7	7	7	9	7
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	7	7	8	6	5	8	7	7	6
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	7	6	5	8	5	9	9	3	6
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA.....	7	5	6	5	6	5	6	5	6

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

- Talde guztietan hobetu beharreko bi elementu nagusien artean prezioak eta zerbitzuen kalitatea aipatu dituzte, hurrenkera horretan. Batetik, prezioak Araban eta Gipuzkoan aipatu dira gehien eta zerbitzuen kalitatea 30-45 urte artean eta goi mailako ikasketak dituztenen artean.
- Eskaintza kulturala eta museoak aipatu dira hirugarren tokian talde guztietan, nahiz eta hiriburuetak biztanleek eta goi-mailako ikasketak dituztenek aipatu dituzte nabarmenen.

- En todos los colectivos mencionan los precios y la calidad de los servicios, en ese orden, como los dos elementos principales de mejora. Por un lado, en Araba y Gipuzkoa es donde más se citan los precios y la calidad de los servicios entre quienes tienen 30-45 años o estudios superiores.
- La oferta cultural y de museos es el tercer elemento más mencionado, aunque lo es en mayor medida por quienes viven en capitales y por quienes tienen estudios superiores.

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

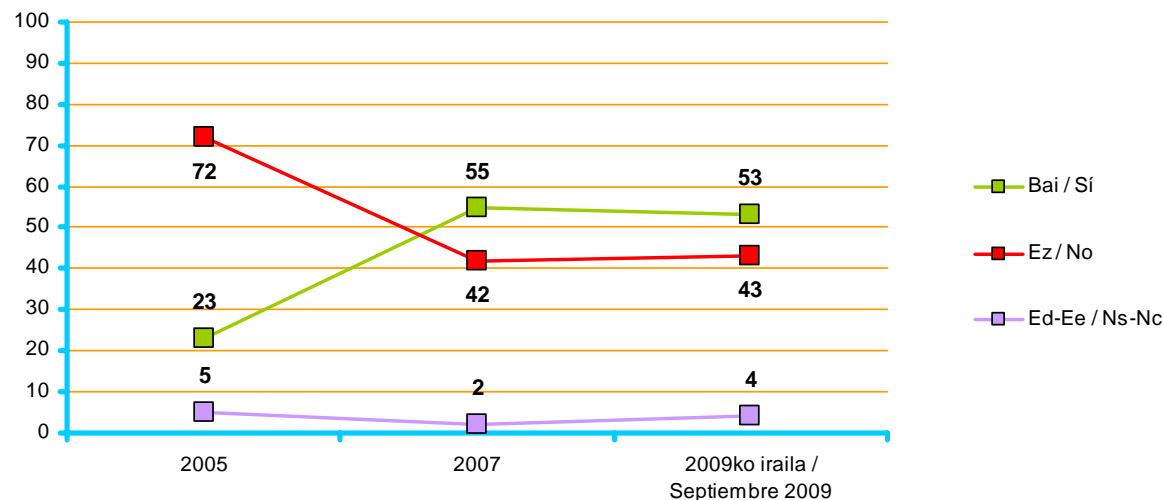
- **Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado**
- **Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística**
- **Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado**
- **Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares 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

(GUZTIZKOA K ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

Begiratu, mesedez, ondoko irudia. Ikusi al duzu inoiz aurretik? \* / Mire por favor la siguiente imagen. ¿La había visto usted alguna vez anteriormente? \*



\* 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.

Herritarrek banaturik agertu dira kalitate turistikoaren logotipoa noizbait ikusi dutenen (%53) eta ez dutenen artean (%43).

2007ko azken neurketatik ez dago alde esanguratsurik logotipoa ikusi dutenei eta ez dutenei dagokienez.

La población se encuentra dividida entre quienes han visto anteriormente el logotipo de la calidad turística (53%) y quienes no lo han visto (43%).

No hay diferencias significativas respecto a los datos del 2007 en los porcentajes de quienes han visto y de quienes no han visto el logotipo.

## 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? \*

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Sí.....	53	49	53	55	50	54	55
Ez / No.....	43	48	42	43	45	44	40
Ed-EE / Ns-Nc.....	4	3	5	2	5	1	6
(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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai / Sí.....	56	50	64	65	52	27	35	62	76
Ez / No.....	40	46	34	31	44	67	60	35	22
Ed-EE / Ns-Nc.....	3	4	1	4	4	5	5	3	2
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	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.

Kalitate turistikoaren logotipoa gehien ikusi dutenak 45 urtez azpikoak dira; gipuzkoarrek, hiriburuetan bizi direnek eta gizonen ere gainerakoek baino gehixeago ikusi dute. Gainera, ikasketeta maila igo ahala, ikusi dutela diotenak gehitzen dira.

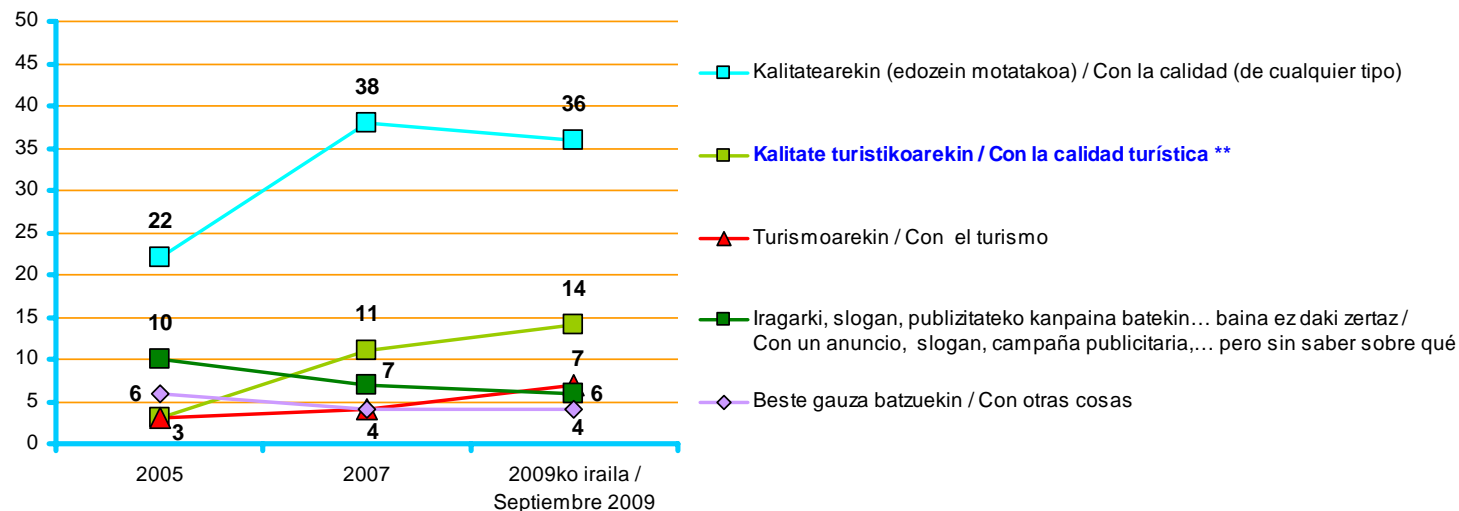
Quienes más han visto el logotipo de la calidad turística son las y los menores de 45 años; las y los guipuzcoanos, quienes viven en las capitales y los hombres también lo han visto ligeramente más que el resto. Además, a medida que aumenta el nivel de estudios son más quienes afirman haberlo visto.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

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

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y COLECTIVOS)

Aurretik ikusita izan zein ez, zerekin erlazionatzen duzu? \* / Independientemente de que la haya visto anteriormente o no, ¿con qué la relaciona? \*



\* 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.

\*\* ERANTZUN ZUZENA / RESPUESTA CORRECTA

Kalitate turistikoaren ziurtagiriaren logotipo soila (hots, testurik gabea) eta inolako erantzunik iradoki gabe erakutsita, %14k kalitate turistikoarekin lotu dute eta %36k kalitatearekin oro har. Beste %7k turismoarekin lotu dute, %6k iragarki, slogan edo publizitate kanpainaren batekin eta %4k beste gauza batzuekin. Herritarren %34k ez dakite edo ez dute erantzun.

2007an baino zertxobait gehiago dira kalitate turistikoarekin edota turismoarekin lotu dutenak.

Mostrando simplemente el logotipo de la calidad turística (esto es, sin añadir texto) y sin sugerir ninguna respuesta, un 14% lo han relacionado con la calidad turística y un 36% con la calidad en general. Otro 7% lo han relacionado con el turismo, un 6% con algún anuncio, slogan o campaña publicitaria y un 4% con otras cosas. Un 34% no sabe o no contesta.

Son ligeramente más que en 2007 quienes relacionan el slogan con la calidad turística o con el turismo.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

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

(KOLEKTIBOKA / POR COLECTIVOS)

Aurretik ikusita izan zein ez, zerekin erlazionatzen duzu? \* / Independientemente de que la haya visto anteriormente o no, ¿con qué la relaciona? \*

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA .....	14	18	17	7	9	15	17
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO) .....	36	37	34	41	42	35	33
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO .....	7	6	8	4	7	7	7
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA, ... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ .....	6	4	6	5	4	8	4
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS.....	4	4	3	4	3	5	3
Ed-Ee / Ns-Nc .....	34	31	32	38	34	30	37
(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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA .....	14	14	19	16	12	10	9	16	21
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO) .....	39	34	39	47	37	17	24	43	52
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO .....	7	6	11	7	7	3	6	8	7
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA, ... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ .....	5	6	5	5	6	5	8	5	3
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS.....	4	4	4	5	3	3	4	3	5
Ed-Ee / Ns-Nc .....	31	36	23	20	35	62	50	26	13
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	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.

Arabarrek eta bizkaitarrek gipuzkoarrek baino gehiago lotu dute irudia kalitate turistikoarekin. Halaber, bizi diren herriaren tamaina zenbat eta handiagoa, adina zenbat eta gazteagoa eta ikasketa maila zenbat eta altuagoa izan, orduan eta gehiago dira lotura hori egin dutenak.

Gipuzkoarrek, herri txikietako biztanleek, gizonak eta 30-45 urte artekoak lotu dute gehien kalitatearekin oro har. Halaber, ikasketa maila igo ahala, hori esan dutenak gehitzen dira. Bestalde, nabarmena da erantzunik eman ez dutenen kopurua 64 urteik gora eta lehen mailako ikasketak edo gutxiago dituztenen artean.

Las y los alaveses han relacionado más que las y los guipuzcoanos la imagen con la calidad turística. Asimismo, cuanto mayor es el tamaño del municipio de residencia, cuanto más jóvenes son y cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el número de quienes establecen esa relación.

Las y los guipuzcoanos, los residentes en municipios pequeños, los hombres y el grupo de 30-45 años son quienes más lo relacionan con la calidad en general. En este sentido, a medida que asciende el nivel educativo, aumentan quienes lo dicen. Por otro lado, el porcentaje de no respuesta es notable entre quienes tienen más de 64 años y quienes tienen estudios primarios o menos.

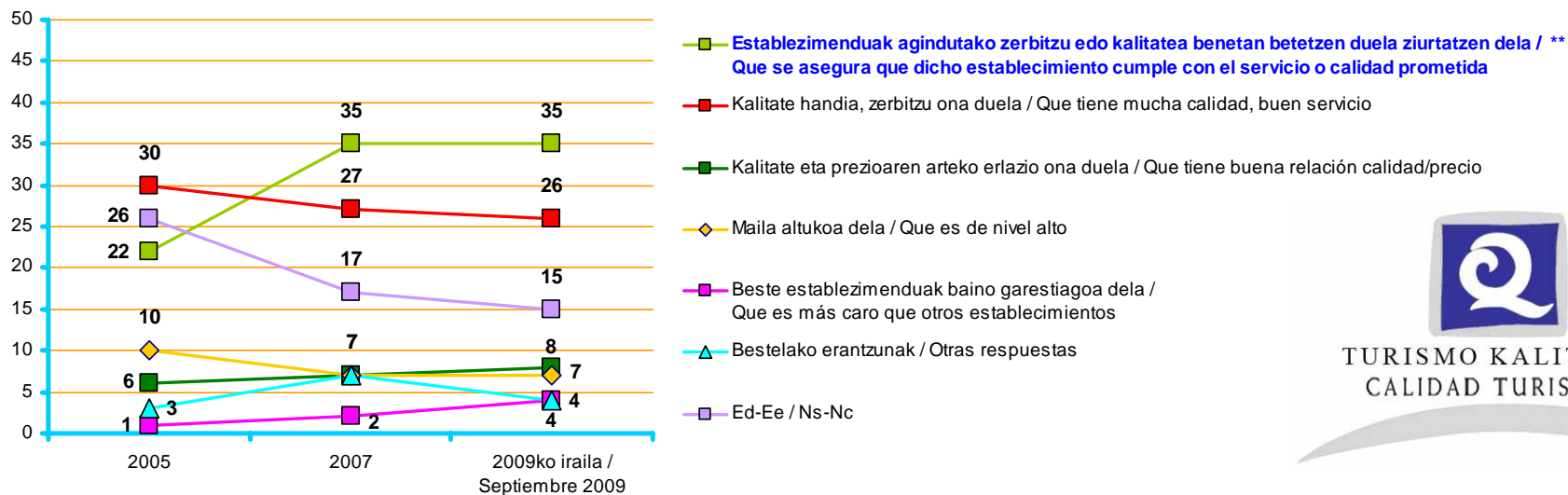
## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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? \*



\* 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.

\*\* ERANTZUN ZUZENA / RESPUESTA CORRECTA

Kalitate turistikoaren irudi testuduna erakutsi eta establezimendu batean hori ikusitakoan zer ulertuko luketen galdetu zaienean, herritarren %35k asmatu dute, hots, establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea benetan betetzen duela ziurtatzen dela.

Edozelan, beste %26k aipatu dute establezimenduak kalitate handia, zerbitzu ona ematen duela ulertuko luketela. Askoz gutxiagok aipatu dute kalitate eta prezioaren arteko erlazio ona duela (%8k), maila altukoa dela (%7k) edota besteak baino garestiago dela (%4k) ulertuko luke-tela eta, azkenik, bestelako erantzunak eman dituzte (%4k).

Azken neurketarekin alderatuta, ez dago alderik ziurtagiriari eskainitako esanahian.

Mostrando la imagen con texto de la calidad turística, y preguntados qué entenderían si lo vieran en un establecimiento, un 35% de la ciudadanía mencionan su significado, esto es, que se asegura que dicho establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida.

En todo caso, otro 26% citan que entenderían que el establecimiento tiene mucha calidad, buen servicio. Son muchos menos quienes dicen entender que tiene una buena relación calidad/precio (8%), que es de nivel alto (7%) y/o que es más caro que otros (4%) y, por último, un 4% da otras respuestas.

Comparando con la última medición, no hay diferencias respecto al significado atribuido al certificado.



## 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? \**

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	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 .....	35	53	34	31	33	33	40
KALITATE HANDIA, ZERBITZU ONA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD, BUEN SERVICIO .....	26	17	26	31	21	26	31
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO .....	8	3	11	5	8	11	5
MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO .....	7	4	8	7	8	9	5
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGO DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS .....	4	3	4	3	3	6	1
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS .....	4	7	3	6	6	2	5
Ed-Ee / Ns-Nc .....	15	13	14	18	21	13	14
(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.

Araban Bizkaian eta Gipuzkoan baino gehiagok aipatu dute ziurtagiriaren esanahi zuzena, hots, agindutako zerbitzu edo kalitatea benetan ziurtatzen dela. Aldiz, azken bietan Araban baino gehiago aipatu dute kalitate handia duela esanahi duela. Halaber, bizkaitarrek nabarmendu dute kalitate eta prezioaren arteko erlazio ona eta, azken hauek eta gipuzkoarrek arabarrek baino gehiago lotu dute maila altukoa izatearekin ere.

Hiriburuetan bizi direnek lotu dute gehien establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea betetzearekin; herri ertaintakoek nabarmendu dute kalitate eta prezioaren arteko erlazio ona edo besteak baino garestiago izatea. Herriaren tamaina igo ahala, kalitate handia duela esanahia-ekin lotu dutenen kopurua gehitzen da.

En Araba son más que en Bizkaia y Gipuzkoa quienes mencionan el significado correcto del certificado, esto es, que asegura que cumple con el servicio o calidad prometida. En cambio, en los dos últimos son más que en Araba quienes mencionan que significa que tienen mucha calidad. Asimismo, las y los vizcaínos destacan el tener buena relación calidad/precio y, estos mismos y las y los guipuzcoanos también lo relacionan más que las y los alaveses con el nivel alto.

Quienes residen en las capitales son quienes más lo relacionan con que el establecimiento cumpla con el servicio o calidad prometida; las y los residentes en municipios medianos destacan la buena relación calidad/precio o el ser más caro que otros. A medida que aumenta el tamaño del municipio, aumenta el porcentaje de quienes lo relacionan con tener mucha calidad.

**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? \* /**

**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? \***

	2009ko IRAILA SEPTIEMBRE 2009	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
<b>ESTABLEZIMENDUAK AGINDUTAKO ZERBITZU EDO KALITATEA BENETAN BETETZEN DUELA ZIURTATZEN DELA / QUE SE ASEGURA QUE DICHO ESTABLECIMIENTO CUMPLE CON EL SERVICIO O CALIDAD PROMETIDA.....</b>	<b>35</b>	37	33	39	39	37	24	25	42	46
<b>KALITATE HANDIA, ZERBITZU ONA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD, BUEN SERVICIO.....</b>	<b>26</b>	24	28	29	26	27	23	29	23	24
<b>KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.....</b>	<b>8</b>	7	9	8	6	8	11	9	7	9
<b>MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO.....</b>	<b>7</b>	8	7	8	8	7	6	8	7	6
<b>BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGO DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS.....</b>	<b>4</b>	5	2	4	5	3	3	3	5	4
<b>BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS.....</b>	<b>4</b>	4	4	3	6	5	2	2	5	7
<b>Ed-Ee / Ns-Nc.....</b>	<b>15</b>	14	16	8	10	14	31	24	10	5
<b>(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....</b>	<b>100</b>	100	100	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.

65 urtez azpikoek gorakoek baino neurri handiagoan identifikatu dute logotipoa bere esanahi zuzenarekin. Halaber, zenbat eta ikasketa maila altuagoa, orduan eta gehiagok aipatu dute berori.

64 urtez gorakoek edota lehen mailako ikasketak edo baxuagoak dituztenen artean nabarmenezkoa da erantzunik eman ez dutenen kopurua.

Quienes tienen menos de 65 años identifican en mayor medida el logotipo con su significado propio. En este sentido, a medida que aumenta el nivel de estudios, aumenta el porcentaje de quienes mencionan eso mismo.

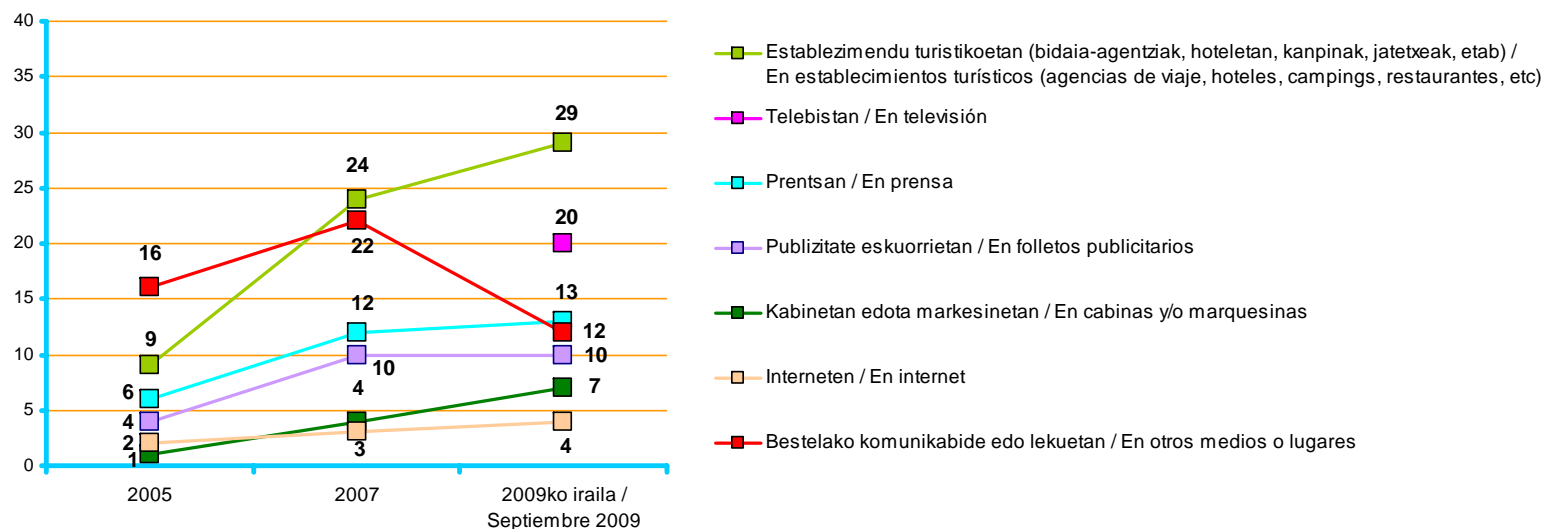
Entre quienes tienen más de 64 años y/o estudios primarios o menores destaca el alto porcentaje de no respuesta.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado

(GUZTIZKOKAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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



\* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITAZIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE. AURKEZTUTAKO PORTZENTAJEAK BIDE, LEKU ESO EUSKARRI BAKOITZAREN AIPAMENEI DAGOZKIE, NAHI BESTE AIPA BAITZITEZKEEN. /

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 MEDIOS, LUGARES O SOPORTES, PUDIENDO SEÑALARSE TANTOS COMO SE DESEARA.

Hamar herritarretatik hiruk (%29k) establezimendu turistikoetan ikusi dute kalitate turistikoaren ikurra, %20k telebistan, %13k prentsan, %10ek publizitate esku-orrietan, %7k kabina edo markesinetan, %4k Interneten eta %12k bestelako komunikabide edo lekuetan.

Aurreko urteetako datuekin alderatuta, kalitate turistikoaren ziurtagiria ikusi dutenen portzentajea gehitzen doala dakusagu oro har eta, jaitsi egin da, aldiz, bestelako lekuetan ikusi dutela diotenen kopurua.

Tres de cada diez ciudadanos (29%) han visto el símbolo de la calidad turística en los establecimientos turísticos, un 20% en la televisión, un 13% en la prensa, un 10% en los folletos publicitarios, un 7% en cabinas o marquesinas, un 4% en Internet y un 12% en otros medios o lugares.

Comparando con los datos de años anteriores, el porcentaje de quienes han visto el certificado de calidad turística sigue ascendiendo respecto a cada uno de los soportes y ha descendido, en cambio, el de quienes lo han visto en otros medios o lugares diferentes.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado

(KOLEKTIBOKA | / POR COLECTIVOS I)

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

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KAMPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	29	28	30	27	22	30	32
TELEBISTAN / EN TELEVISIÓN.....	20	19	22	17	15	25	18
PRENTSAN / EN PRENSA.....	13	13	14	11	16	16	8
PUBLIZITATE ESKU-ORRIETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS.....	10	13	10	8	8	10	10
KABINETAN EDOTA MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS.....	7	6	9	3	3	7	8
INTERNETEN / EN INTERNET.....	4	6	5	3	4	6	3
BESTELAKO KOMUNIKABIDE EDO LEKUETAN / EN OTROS MEDIOS O LUGARES.....	12	9	10	17	11	12	12

\* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE. AURKEZTUTAKO PORTZENTAJEAK BIDE, LEKU ESO EUSKARRI BAKOITZAREN AIPAMENI DAGOZKIE, NAHI BESTE AIPA BAITZITEZKEEN. / 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 MEDIOS, LUGARES O SOPORTES, PUDIENDO SEÑALARSE TANTOS COMO SE DESEARA.

Kalitate turistikoaren ziurtagiria bizkaitarrek gainerakoek baino gehiagotan ikusi dute edozein delarik hedabide, euskari edo lekua, publizitate esku-orrietan, Internet edo beste komunikabide edo lekuetan izan ezik.

Oro har, udalerrri ertainetako biztanleek ziurtagiria gehiagotan ikusi dute gainerakoek baino, nahiz eta establezimendu turistikoetan edo kabina eta markesinetan gehien hiriburuetakoez ikusi duten.

Las y los vizcaínos han visto el certificado de calidad turística en mayor medida que el resto sea cual sea el medio, soporte o lugar, excepto en el caso de los folletos publicitarios, Internet o otros medios o lugares.

En general, la población de los municipios medianos han visto el certificado en mayor medida que el resto, aunque son quienes residen en las capitales quienes más lo han visto en los establecimientos turísticos o en cabinas y marquesinas.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado

(KOLEKTIBOKA II / POR COLECTIVOS II)

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

	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIETAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	31	26	33	39	27	12	15	37	43
TELEBISTAN / EN TELEVISIÓN .....	22	18	23	23	20	13	14	21	31
PRENTSAN / EN PRENSA .....	14	12	14	16	14	8	9	15	19
PUBLIZITATE ESKUORRIETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS .....	11	9	12	11	12	2	6	12	14
KABINETAN EDOTA MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS .....	7	6	8	8	7	3	4	5	12
INTERNETEN / EN INTERNET.....	5	3	7	7	3	1	2	5	7
BESTELAKO KOMUNIKABIDE EDO LEKUETAN / EN OTROS MEDIOS O LUGARES.....	13	11	16	16	10	5	8	15	16

\* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA TESTUAREKIN ERAKUTSI ETA MODU IREKIAN GALDETU ZITZAIEN, ERANTZUNIK IRADOKI GABE. AURKEZTUTAKO PORTZENTAJEAK BIDE, LEKU ESO EUSKARRI BAKOITZAREN AIPAMENEI DAGOZKIE, NAHI BESTE AIPA BAITZITEZKEEN. / 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 MEDIOS, LUGARES O SOPORTES, PUDIENDO SEÑALARSE TANTOS COMO SE DESEARA.

- Kalitate turistikoaren ziurtagiria gizonek emakumeek baino gehixeago ikusi dute, edozein delarik erakusteko erabilitako hedabide, euskarri edo lekua.
- 65 urtez azpiko herritarrek edozein hedabide, euskarri edo tokitan gorakoek baino gehiagotan ikusi dute kalitate turistikoaren ziurtagiria.
- Ikasketa maila gehitu ahala, edozein bidetatik ziurtagiria ikusi dutenak gehitzen dira.

- Los hombres han visto el certificado de calidad turística, cualquiera que sea su medio, soporte o lugar, en ligera mayor medida que las mujeres.
- Entre las y los menores de 65 años son más quienes han visto el certificado de calidad turística que entre el resto.
- A medida que aumenta el nivel de estudios, son más quienes han visto el certificado por cualquiera de los medios.

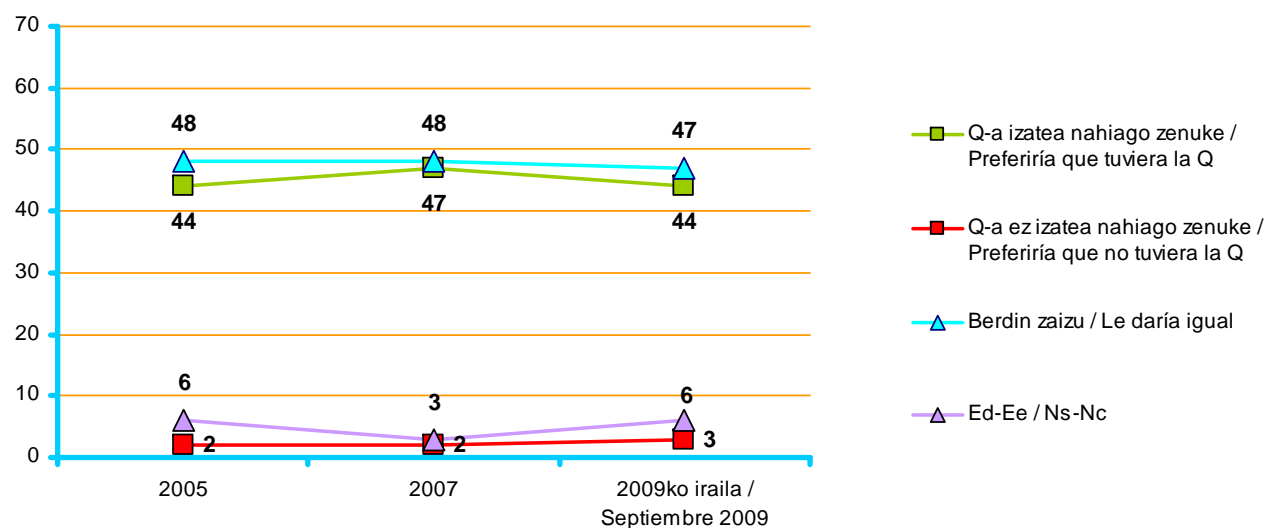
## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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?



Herritarren %44k diote orain establezimendu turistiko bat aukeratu behar balute, Q-a izatea nahiago luketela, %47k berdin litzaiokeela diote eta %3k ez izatea nahiago lukeela.

Urtez urte ia ez da aldatu gai honi buruzko jendearen iritzia, aurten 2007an baino pixka bat gutxiago badira ere Q-a izatea nahiago luketenak.

Un 44% de las y los ciudadanos dicen que si tuvieran que elegir un establecimiento turístico, preferirían que tuviera la Q, un 47% que le daría igual y un 3% que preferirían que no lo tuviera.

La opinión de la población respecto a este tema casi no ha variado a lo largo de los años, aunque en la actualidad son ligeramente menos que en el 2007 quienes preferirían que tuviera la Q.

## 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?

	2009KO IRAILA SEPTIEMBRE 2009	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	51	44	40	38	44	48
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q.....	3	2	4	2	4	3	3
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL.....	47	42	46	53	51	50	41
ED-Ee / NS-NC.....	6	6	7	5	7	4	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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Q-A IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE TUVIERA LA Q.....	45	42	42	47	49	33	37	50	48
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q.....	3	3	3	4	3	3	4	2	3
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL.....	47	48	51	45	42	54	50	45	46
ED-Ee / NS-NC.....	5	6	4	4	6	10	10	3	2
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bizkaitarren artean gipuzkoarren artean baino gehiago diote establezimenduek kalitate ziurtagiria izatea nahiago luketela, eta are gehiagok arabarren artean.

Herriaren tamaina, adina (64 urtetik gora berrito jaisten den arren) eta ikasketa maila igo ahala ere, Q-a izatea nahiago luketenen kopurua igotzen da.

Entre las y los vizcaínos son más que entre las y los guipuzcoanos quienes dicen que preferirían que los establecimientos tuvieran el certificado de calidad, y aún más entre las y los alaveses.

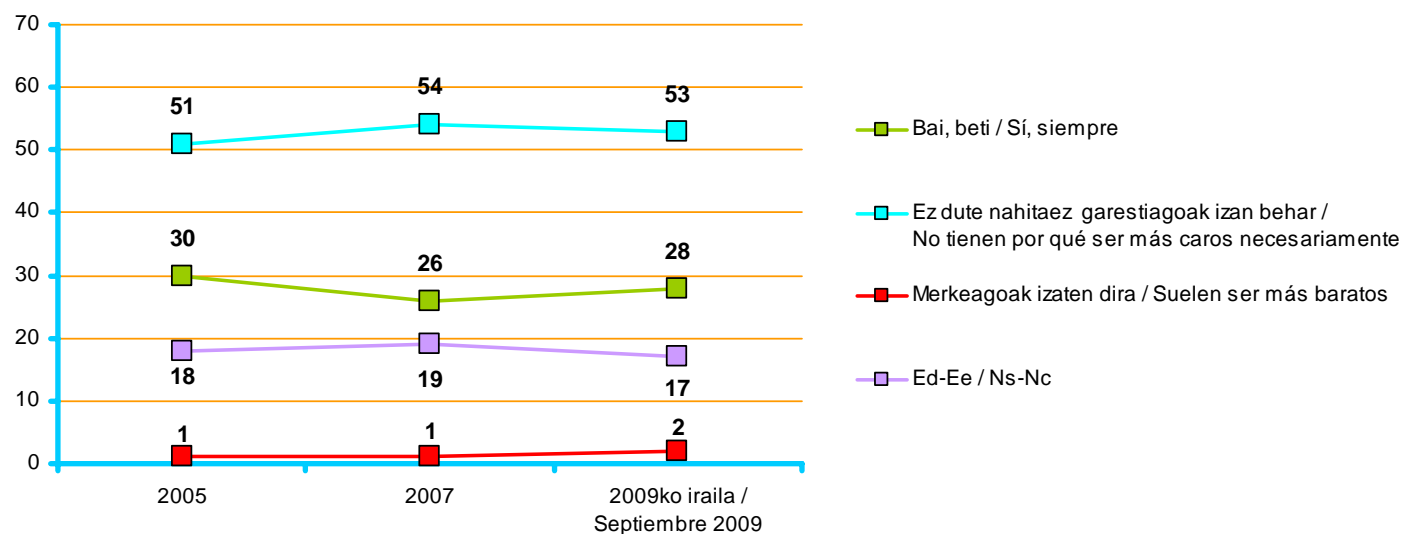
A medida que asciende el tamaño del municipio, la edad (aunque vuelve a descender a partir de los 64 años) y el nivel educativo, asciende el porcentaje de quienes preferirían tener la Q.

## Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

### Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados

(GUZTIZKOAK ETA BILAKAERA / TOTALES Y EVOLUCIÓN)

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?



Herritarren %28k uste dute kalitate turistikoaren ziurtagiria duten establezimenduak gainerakoak baino garestiagoak direla, %53k uste dute ez dutela zertan garestiagoak izan behar eta soilik %2k merkeagoak izaten direla.

Urte hauetan zehar ez da askorik aldatu jendeak gai honi buruz duen iritzia.

Un 28% de la ciudadanía creen que los establecimientos que tienen el certificado de calidad turística son más caros que otros, un 53% creen que no tienen que ser necesariamente más caros y únicamente un 2% que suelen ser más baratas.

A lo largo de estos años no ha variado sustancialmente la opinión de la gente sobre este tema.



## 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?

	2009ko IRAILA-URRIA SEP-OCT 2009	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	Txikia PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai, BETI / Sí, SIEMPRE.....	28	22	28	33	33	30	24
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE.....	53	62	54	48	48	53	56
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS.....	2	0	1	4	2	2	2
Ed-Ee / Ns-Nc.....	17	16	17	16	17	15	18
(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	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai, BETI / Sí, SIEMPRE.....	29	28	35	27	27	26	28	30	26
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE.....	53	53	51	57	58	43	48	53	63
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS.....	2	1	1	2	2	2	2	2	2
Ed-Ee / Ns-Nc.....	16	17	13	14	13	29	22	14	10
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Gipuzkoarrek, herri txikietan bizi direnek eta gazteenek gainerakoek baino neurri handiagoan diote Q-a duten establezimenduak beti garestiagoak izaten direla.

Arabarrek eta goi-mailako ikasketak dituztenek uste dute gehien establezimendu horiek ez dutela zergatik besteak baino garestiagoak izan behar.

Las y los guipuzcoanos, quienes residen en municipio pequeños y las y los más jóvenes creen en mayor medida que el resto que los establecimientos con la Q son más caros siempre.

Las y los alaveses y quienes tienen estudios superiores creen en mayor medida que dichos establecimientos no tienen por qué ser necesariamente más caros.

## Zehaztasun teknikoak / *Ficha técnica*

Informazio bilketa 2009ko irailaren 22a eta 30a 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: 403 pertsona Araban, 670 Bizkaian eta 540 Gipuzkoan, beraz, 1.613 pertsona elkarrizketatu ziren guztira. Gizabanakoen hautaketa prozedura polietapiko eta estratifikatuaren bidez egin zen, ausazko ibilbideak erabiliz -120 laginketa abiapunturekin<sup>1</sup>-, ondoren pertsonak sexuaren, adinaren eta lan egoeraren arabera kuoten bidez aukeratu. Emaitzak hiru lurraldeetako biztanleria zentsuaren eta 2009ko Eusko Legebiltzarreko Hauteskundeetako boto oroimenaren arabera haztatu dira.

Ikerkertaren diseinua Basquetour (Turismoaren Euskal Agentzia) eta Eusko Jaurlaritzaren Lehendakartzako Prospekzio Soziologikoen Kabinetearen arteko elkarlanean oinarritzen da, baina emaitzen azterketa eta txostenaren idazketa Prospekzio Soziologikoen Kabineteari dagozkio soilik. Bestalde, informazio bilketa Lurra eraikina, Txingurri pasealekua 28-30, 2, 20017 Donostia helbidean dagoen Ikertalde enpresak egin zuen.

1.613 pertsonako lagin honi dagokion lagin errorearen estimazioa, erabat ausazkoak diren laginketei egozgarria, +%2,49koa da EAE osorako, %95,5eko konfiantza mailarako,  $p=q=0,5$  izanik.

Inksten %53,4 telefono bidez kontrolatu dira eta %8,8 berriz, etxean bertan.

La recogida de información se realizó entre el 22 y el 30 de septiembre de 2009 -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: 403 personas en Araba, 670 en Bizkaia y 540 en Gipuzkoa, lo que supone un total de 1.613 personas entrevistadas. La selección se realizó por procedimiento polietápico y estratificado, siguiendo rutas aleatorias -a partir de un total de 120 puntos de muestreo<sup>1</sup>- 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 2009, en cada uno de los tres Territorios.

El diseño de la investigación es compartido entre Basquetour (Agencia Vasca de 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 el edificio Lurra, Paseo Txingurri 28-30, 2, 20017, Donostia-San Sebastián.

El error muestral correspondiente a esta muestra de 1.613 individuos, y atribuible en el caso teórico de que la muestra hubiera sido estrictamente aleatoria, se cifra en un +2,49% 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 del 53,4% de las encuestas y un control domiciliario del 8,8% de las mismas.

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

(\*) 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.