

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)

2007ko azaroa / Noviembre 2007

http://www.euskadi.net/estudios_sociologicos

Aurkibidea / Índice

SARRERA / INTRODUCCIÓN	1
LABURPENA / SÍNTESIS	4
A – TURISMOA EUSKAL HERRIAN / EL TURISMO EN EL PAÍS VASCO	7
• Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / Incremento del turismo en el País Vasco	8
• 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	14
• Arlo turistikoan 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	21
• Logotipoa kalitate turistikoarekin lotzea / Vinculación del logotipo con la calidad turística	23
• Ziurtagiriari emandako esanahia / Significado atribuido al certificado	26
• Ziurtagiria ikusitako lekuak / Lugares donde se ha visto el certificado	29
• Ziurtagiria duten establezimenduak nahiago izatea / Preferencia por establecimientos certificados	31
• Ziurtagiria duten establezimenduen garestitasuna / Carestía de los establecimientos certificados	33
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 **2007ko urrian** Euskal Soziometroa bildumaren 35. ikerketan erabilitako galdesortan berariaz sartutako galdera multzo batetik datoz.

Galdera zehatzak **Basquetourren (Turismoaren Euskal Agentzia) 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 35 de la serie de Sociómetros Vascos, **realizado en octubre de 2007.**

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.*

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.*
- Grupos de edad: *18-29, 30-45, 46-64 y >=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).
- 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 (%81ek) azkenaldian Euskal Herrira turista gehiago etortzen direla uste dute eta lautik hiruren iritzi (%74) turismoak garrantzi handia du Euskal Herriko garapen ekonomikorako eta enplegurako. Izan ere, herritarren %77k diote turismoa gure eguneroko bizitzarako elementu positiboa dela.

ZEINTZUK DIRA TURISMOA GEHIEN ERAKARTZEN DUTEN ELEMENTUAK?

Herritarren ustez, turismoa gehien erakartzen duten elementuak eskaintza gastronomikoa (%62), paisaia eta natura (%44) eta eskaintza kulturala eta museoak (%41) dira.

ETA ZEINTZUK HOBETU BEHARKO LIRATEKE?

Euskal arlo turistikoan gehien hobetu beharreko alderdiak ondokoak dira herritarren iritzi: prezioak (%53), zerbitzuen kalitatea (%33), eskaintza kulturala eta museoak (%18) eta harrera ona egitea eta atseginak izatea (%13). Gero eta herritar gehiagok aipatzen dute turismoa erakartzeko prezioak hobetu beharra.

EZAGUNA AL DA KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA? NON IKUSI DUTE HERRITARREK? ETA ZEREKIN LOTZEN DA?

EAEko herritarren %55ek ikusi du noizbait kalitate turistikoaren ziurtagiria eta %11k, erantzunik iradoki gabe galdetuta ere, kalitate turistikoarekin lotu dute. Beste %38k kalitatearekin lotu dute oro har.

Herritarren %24k establezimendu turistikoetan ikusi dute irudia, %12k prentsan eta %10ek publizitate eskuorrietan.

2005etik hona asko handitu da irudia ikusi duten herritarren kopurua, baita kalitate turistikoarekin lotu dutenena ere.

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

Herritarren %35ek, establezimendu batean kalitate turistikoaren ziurtagiria ikusten dutenean, bere benetako esanahiarekin lotzen dute, hau da, establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitate betetzen duela ulertzen dute. %27k ulertzen dute establezimendu horrek kalitate handia duela, zerbitzu ona ematen duela.

¿QUÉ PERCEPCIÓN TENEMOS DEL TURISMO EN EL PAÍS VASCO?

Ocho de cada diez ciudadanas y ciudadanos de la CAPV (81%) creen que últimamente vienen más turistas al País Vasco y en opinión de tres de cada cuatro (74%) el turismo es muy importante para el desarrollo económico y el empleo. De hecho, un 77% cree que el turismo es un elemento positivo para la vida cotidiana.

¿QUÉ ELEMENTOS SON LOS QUE MÁS ATRAEN AL TURISMO?

En opinión de la población, los elementos que más atraen al turismo son la oferta gastronómica (62%), el paisaje y la naturaleza (44%) y la oferta cultural y de museos (41%).

¿Y CUÁLES HABRÍA QUE MEJORAR?

Los elementos que más habría que mejorar en el sector turístico, según la ciudadanía, son: los precios (53%), la calidad de los servicios (33%), la oferta cultural y de museos (18%) y la hospitalidad y amabilidad (13%). Cada vez son más las y los ciudadanos que mencionan la necesidad de mejorar los precios para atraer turismo.

¿ES CONOCIDO EL LOGOTIPO DE LA CALIDAD TURÍSTICA? ¿EN QUÉ LUGARES SE HA VISTO? Y ¿CON QUÉ SE RELACIONA?

Un 55% de las y los habitantes de la CAPV han visto alguna vez el certificado de calidad turística, y un 11%, habiendo sido preguntados sin sugerir ninguna respuesta, lo han relacionado con la calidad turística. Otro 38% lo han relacionado con la calidad en general.

Un 24% de la población ha visto el logotipo en establecimientos turísticos, un 12% en la prensa y un 10% en folletos publicitarios.

Desde 2005 ha aumentado notablemente el porcentaje de ciudadanos que han visto el logotipo, así como el de quienes lo relacionan con la calidad turística.

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

Un 35% de las y los ciudadanos, cuando ve el certificado de la calidad turística, lo relacionan con su verdadero significado, es decir entienden que el establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida. Un 27% entienden que el establecimiento tiene mucha calidad o que ofrece un buen servicio.

ZELAKO ESTABLEZIMENDUAK NAHIAGO DITU JENDEAK?

Herritarren %47k, momentu honetan establezimendu turistiko bat aukeratu beharko balute, Q-a duen bat nahiago lukete, eta %48ri berdin litzaieke Q-a izan ala ez.

ZER IRITZI DAGO ZIURTAGIRIA DUTEN ESTABLEZIMENDUEN PREZIOAZ?

Herritarren laurden batek (%26k) uste du Q-a duten establezimenduak gainerakoak baino garestiagoak direla, eta %54k, aldiz, uste dute ez dutela derrigor garestiagoak izan beharrik.

¿QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTOS PREFIERE LA GENTE?

Un 47% de la población, si tuviera que elegir en este momento un establecimiento turístico, preferiría unos que tuviera la Q, y a un 48% le daría igual que tuviera la Q o no.

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

Una cuarta parte de la población (26%) cree que los establecimientos que tienen la Q son más caros, y por el contrario, un 54% cree que no tienen por qué serlo.

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

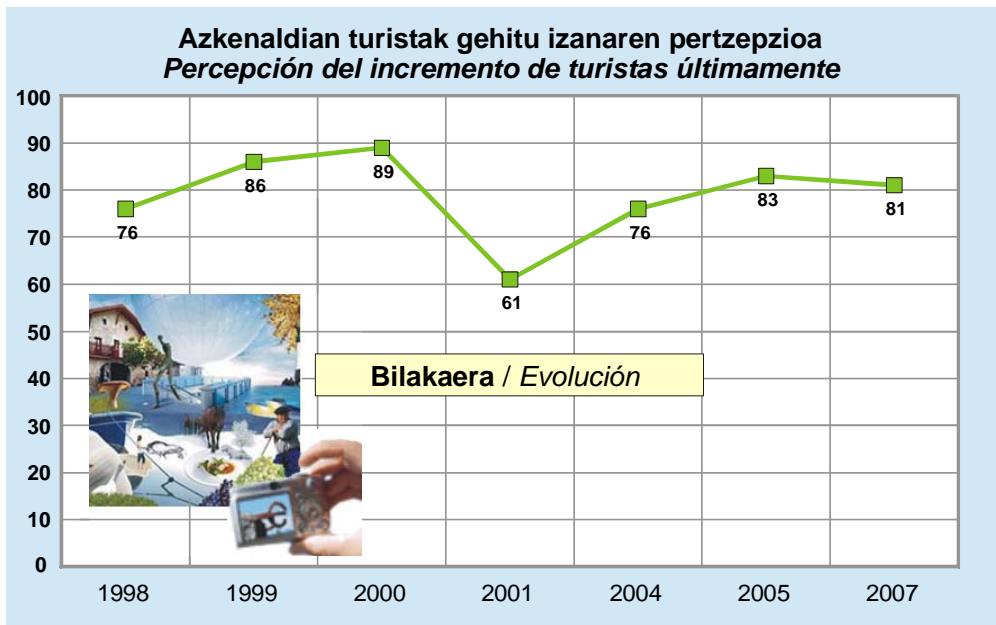
- **Turismoaren hazkundera Euskal Herrian / *Incremento del turismo en el País Vasco***
- **Turismoa garapenerako baliabide moduan / *El turismo como elemento de desarrollo***
- **Turismoa eguneroko bizitzan / *El turismo en la vida cotidiana***
- **Turismoa erakartzen duten elementuak / *Elementos de 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 / 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>	2007KO IRAILA-URRIA <i>SEP-OCT 2007</i>
Bai / Sí.....	76	86	89	61	76	83	81
Ez / No.....	11	5	6	29	11	10	11
Ed-EE / Ns-Nc.....	13	9	6	10	13	7	8
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100



- EAEko hamar herritarretatik zortzik (%81ek) uste dute azken aldi honetan turista gehiago etortzen direla Euskal Herrira.
- Iritzi hau ez da asko aldatu azken urteotan.

- Ocho de cada diez ciudadanos y ciudadanas de la CAPV (81%) creen que últimamente vienen más turistas al País Vasco.
- Esta opinión no ha variado sustancialmente 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)

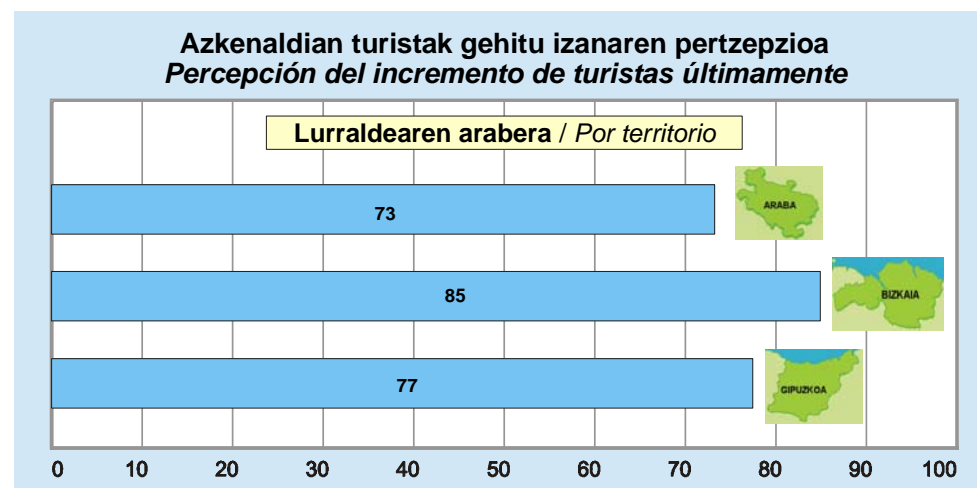
Zure ustez, azken bolada honetan turista gehiago etortzen dira Euskal Herrira? / ¿Cree Ud. que últimamente vienen más turistas al País Vasco?

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Sí.....	81	73	85	77	77	80	84
Ez / No.....	11	16	8	14	13	11	10
Ed-Ee / Ns-Nc.....	8	11	7	9	10	9	6
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100

	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	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
Bai / Sí.....	81	80	82	82	82	76	78	80	82	83
Ez / No.....	11	11	10	10	12	12	12	12	10	11
Ed-Ee / Ns-Nc.....	8	9	8	8	7	11	10	9	9	6
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Azken bolada honetan Euskal Herrira turista gehiago datozelako ideia oso zabaldua dago talde guztietan, bereziki Bizkaian eta gutxien Araban. Turisten gehikuntza hori gehiago nabaritu dute hiriburu eta herri txikiak.

La idea de que últimamente vienen más turistas al País Vasco está muy extendida en todos los colectivos, especialmente en Bizkaia y menos en Araba. Ese incremento de turistas la han percibido más las y los residentes de las capitales y menos las y los de los municipios pequeños.



Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

Turismoa garapenerako baliabide moduan / El turismo como elemento de desarrollo

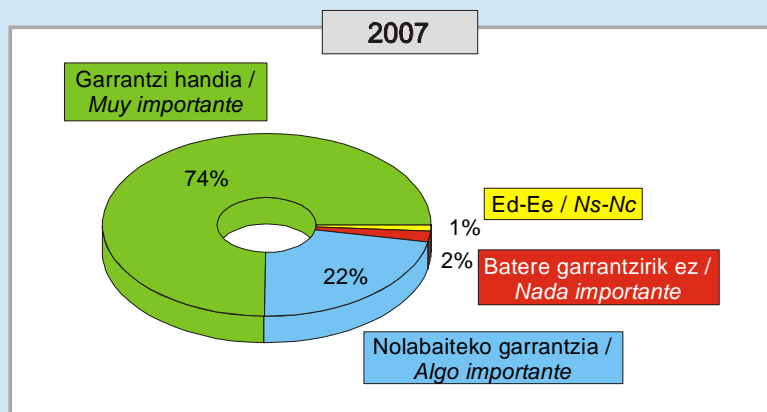
(GUZTIZKOAK / TOTALES)

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE	74	72	69	73	74
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE	22	26	26	24	22
BATERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE	3	1	4	1	2
Ed-Ee / Ns-Nc	1	1	2	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100

Turismoaren garrantzia garapen ekonomikoan / Importancia del turismo en el desarrollo económico



EAEko lau herritarretatik hiruk (%74k) uste dute turismoak garrantzi handia duela garapen ekonomikorako eta enplegurako; beste %22k nolabaiteko garrantzia duela uste dute eta bakarrik %2k uste dute 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 (74%) creen que el turismo es un elemento de desarrollo económico y de empleo muy importante, mientras que un 22% 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?

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	74	66	74	78	69	76	75
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	22	30	23	18	26	21	22
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	2	2	2	2	3	1	2
ED-EE / NS-NC.....	1	2	1	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	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
GARRANTZI HANDIA / MUY IMPORTANTE.....	74	75	72	74	76	75	78	74	74	74
NOLABAITEKO GARRANTZIA / ALGO IMPORTANTE.....	23	22	25	24	20	20	15	23	23	25
BAT ERE GARRANTZIRIK EZ / NADA IMPORTANTE.....	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1
ED-EE / NS-NC.....	1	2	1	1	1	3	4	2	1	0
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Turismoa garapen ekonomikorako eta enplegurako oso garrantzitsua delako iritzia oso zabaldua dago talde guztietan; beste inon baino zabalduago dago Gipuzkoan eta dezente gutxiago Araban.

Herri txikietan, ertainetan eta hiriburuetan baino gutxiagok ikusten dute turismoa garapen ekonomikorako eta enplegurako elementu garrantzitsutzat.

La idea de que el turismo es un elemento muy importante para el desarrollo económico y el empleo es mayoritaria en todos los colectivos; está especialmente extendida en Gipuzkoa, y bastante menos en Araba.

En los municipios pequeños son menos que en las poblaciones medianas y las capitales quienes ven el turismo como un elemento importante de desarrollo económico y empleo.

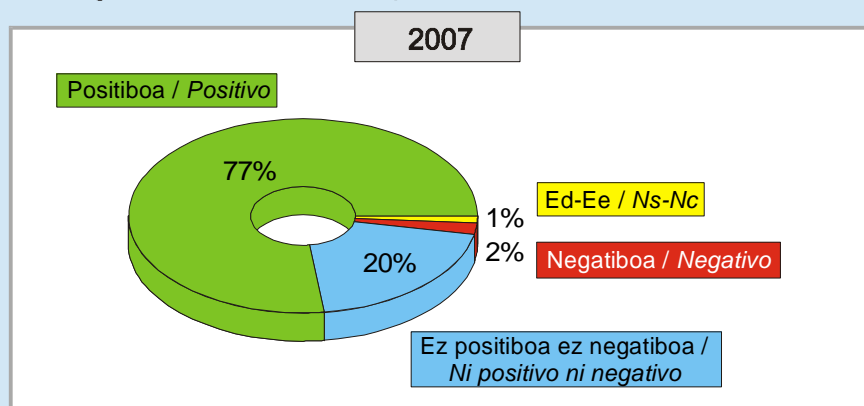
Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
POSITIBOA / POSITIVO.....	80	84	79	84	77
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO.....	16	13	17	14	20
NEGATIBOA / NEGATIVO.....	2	1	3	1	2
ED-EE / NS-NC.....	2	2	2	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100

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



EAeko herritarren %77k uste dute turismoa gauza positiboa dela gure eguneroko bizitzarako, %20ren ustez ez da ez positiboa ezta negatiboa ere, eta %2k uste dute negatiboa dela.

Turismoa eguneroko bizitzarako positiboa dela uste dutenak aurreko urteetan baino gutxiago dira, eta gehiago dira aldiz ez positiboa ez negatiboa dela uste dutenak.

El 77% de la ciudadanía de la CAPV cree que el turismo es un elemento positivo para nuestra vida cotidiana, un 20% piensa que no es ni positivo ni negativo y un 2% cree que es negativo.

Quienes opinan que el turismo es algo positivo para nuestra vida cotidiana son menos que en años anteriores, y son más por el contrario quienes creen que no es ni positivo ni negativo.

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?

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
POSITIBOA / POSITIVO	77	73	75	80	70	78	79
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO	20	24	22	15	26	19	18
NEGATIBOA / NEGATIVO	2	1	1	3	2	2	2
ED-Ee / Ns-Nc	1	2	1	1	2	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100

	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	LEHEN MAILAKOAK PRIMARIOS	BIGARREN MAILAKOAK SECUNDARIOS	GOI-MAILAKOAK SUPERIORES
POSITIBOA / POSITIVO	77	76	75	78	78	74	74	75	77	80
EZ POSITIBOA EZ NEGATIBOA / NI POSITIVO NI NEGATIVO	19	21	22	19	20	21	21	23	19	17
NEGATIBOA / NEGATIVO	2	1	2	2	2	1	1	1	3	2
ED-Ee / Ns-Nc	1	1	1	1	0	3	4	1	1	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Aztertutako talde guztietan, gehiengoak uste du turismoa eguneroko bizitzarako positiboa dela; iritzi hori bereziki zabaldua dago gipuzkoarren artean eta udalerritainetan eta hiriburuetan. Gainera, ikasketa maila zenbat eta altuagoa izan orduan eta gehiago dira iritzi hori dutenak.

En todos los colectivos estudiados son mayoría quienes creen que el turismo es un elemento positivo para la vida cotidiana. Esta opinión está especialmente extendida entre las y los guipuzcoanos y en las poblaciones medianas y las capitales. Además, a medida que aumenta el nivel de estudios, también son más quienes opinan así.

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	49	50	53	59	62
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	50	43	47	50	44
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS.....	51	48	44	34	41
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES.....	11	14	12	11	13
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD.....	15	15	11	15	12
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	10	10	8	7	10
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	5	5	4	8	5
PREZIOAK / LOS PRECIOS.....	2	3	2	3	3

* ERANTZUN AUKERAK IRADOKITZEN ZIREN GALDESORTAN BERTAN. BATURA 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.

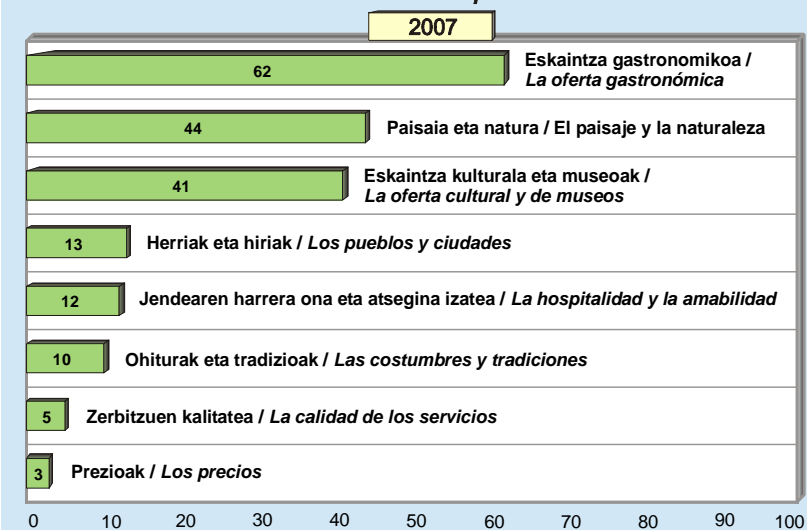
EAEko herritarrek uste dute datozen turistak gehien erakartzen dituzten bi gauzak (aurretik erakutsitako zerrenda batetik hartutakoak) ondokoak direla: eskaintza gastronomikoa eta paisaia eta natura (%62k eta %44k aipatuta, hurrenez hurren). Hamar herritarretatik lauk (%41ek) uste dute eskaintza kulturalak eta museoek erakartzen dituztela gehien, beste %13k herri eta hiriek, %12k harrera onak eta atseginak izateak, %10ek ohiturek eta tradizioek, %5ek eskaintako zerbitzuen kalitateak, eta bakarrik %3k uste dute prezioak direla turistak gehien erakartzen dituenak.

Gero eta gehiago dira turistaren erakarpenerako elementu nagusizat eskaintza gastronomikoa aipatzen dutenak. Aurten gutxiago aipatu dituzte paisaia eta natura, eta eskaintza kulturala eta museoak aipatu dituztenak, aurreko urteetako beharrezko joera hautsiz, 2005ean baino gehiago dira aurten.

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 62% y 44%, respectivamente). Cuatro de cada diez ciudadanas y ciudadanos (41%) piensan que es la oferta cultural y de museos, otro 13% cree que son los pueblos y ciudades, un 12% la amabilidad y la hospitalidad de la gente, un 10% las costumbres y tradiciones, un 5% la calidad de los servicios ofertados y tan sólo un 3% cree que son los precios.

Cada vez son más quienes creen que el factor que más atrae a los turistas es la oferta gastronómica. En esta ocasión han sido algunos menos quienes han mencionado el paisaje y la naturaleza, y quienes mencionan la oferta cultural y los museos, rompiendo la tendencia a la baja de los últimos años, son algunos más que en 2005.

Turismoa erakartzen duten elementuak /
Elementos de atracción para el turismo



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? *

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	62	68	55	72	56	64	64
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA.....	44	44	36	59	45	46	42
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	41	26	61	13	40	40	43
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	13	15	12	14	13	12	13
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	12	11	10	15	13	12	11
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	10	13	9	9	9	9	10
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	5	8	4	5	6	3	6
PREZIOAK / LOS PRECIOS	3	4	4	2	2	3	4

* 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, bizkaitarrentzat salbu, horien artean gehiago baitira kultur eskaintza eta museoak aipatu dituztenak. Herri ertainetan eta hiriburuetan ere herri txikietan baino gehiago aipatu da eskaintza gastronomikoa.

Gipuzkoarrek gainerakoek baino gehiago aipatu dituzte paisaia eta natura eta jendearen harrera ona eta atsegina izatea; arabarrek ohitura eta tradizioak eta zerbitzuen kalitatea.

El mayor atractivo para el turismo es la oferta gastronómica según todos los colectivos estudiados, excepto para las y los vizcaínos, que mencionan más la oferta cultural y de museos. En las poblaciones medianas y en las capitales también se ha mencionado más que en las poblaciones pequeñas la oferta gastronómica.

Las y los guipuzcoanos han mencionado más que el resto el paisaje y la naturaleza, y la hospitalidad y amabilidad de la gente; las y los alaveses las costumbres y tradiciones y la calidad de los servicios.

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? *

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA.....	62	62	62	61	62	63	64	62	61	65	61
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	44	45	44	50	44	45	38	41	40	49	47
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	41	40	42	36	42	43	41	35	40	37	50
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	13	14	12	15	13	12	11	12	13	12	14
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	12	12	11	10	12	12	13	14	14	11	9
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	10	9	10	13	11	7	8	8	9	11	10
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	5	5	5	4	4	6	4	2	6	5	4
PREZIOAK / LOS PRECIOS	3	3	3	2	3	3	4	6	5	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.

Talde guztietan eskaintza gastronomikoa aipatu da gehien turistak erakartzeko elementuen artean.

Turistak gehien erakartzen dituen paisaia eta natura direla uste dutenak gehiago dira 18 eta 29 urte bitartekoaren artean eta bigarren edo goi-mailako ikasketak dituztenen artean.

Kultur eskaintza eta museoak batez ere goi-mailako ikasketak dituztenek aipatu dituzte, harrera ona egitea eta atseginak izatea lehen mailako ikasketak edo baxuagoak dituztenek, eta ohitura eta tradizioak 18 eta 29 urte bitartekoak.

En todos los colectivos la oferta gastronómica es el elemento de atracción para el turismo más mencionado.

La opinión de que lo que más atrae a los turistas es el paisaje y la naturaleza está más extendida entre quienes tienen entre 18 y 29 años y entre quienes tienen estudios secundarios o superiores.

La oferta cultural y de museos ha sido más mencionada por quienes tienen estudios superiores, la hospitalidad y amabilidad por quienes tienen estudios primarios o más bajos, y las costumbres y tradiciones por las y los jóvenes de 18 a 29 años.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

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

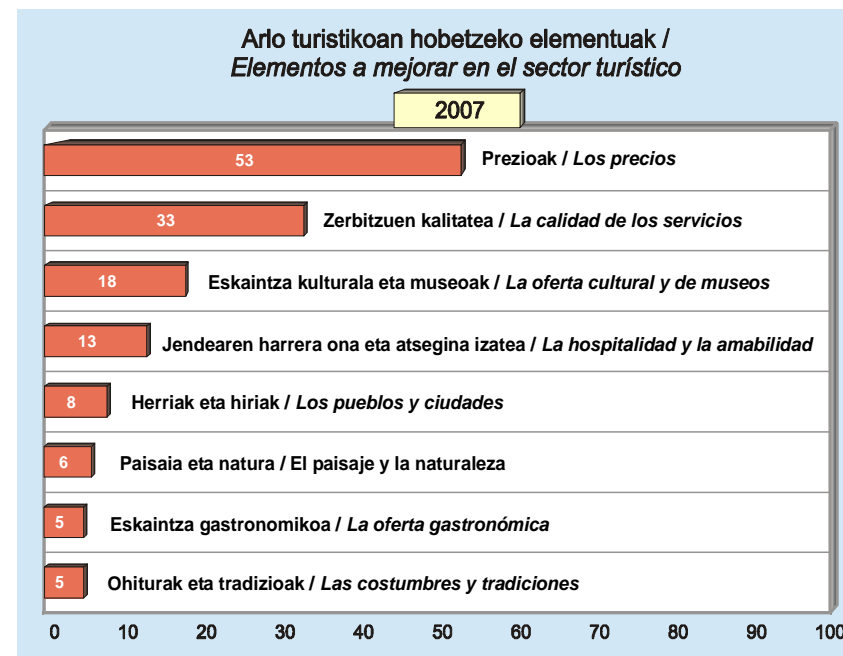
(GUZTIZKOAK / TOTALES)

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
PREZIOAK / LOS PRECIOS	51	35	39	47	53
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	42	34	28	26	33
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	14	16	13	12	18
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	16	14	10	8	13
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	11	9	8	8	8
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	10	10	6	5	6
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	7	6	5	5	5
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	2	2	2	1	5

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



Euskal turismogintza garatzeko gehien hobetu beharrekoa prezioak dira jendearen %53ren ustez eta zerbitzuen kalitatea %33ren iritziz. Gutxiagok aipatu dituzte kultur eskaintza eta museoak (%18), harrera ona egitea eta atseginak izatea (%13), herri eta hiriak (%8), paisaiak eta natura (%6), eskaintza gastronomikoa (%5) eta ohitura eta tradizioak (%5).

Aurreko urteetako neurketekin alderatuta, inoizko altuenak dira hobetu beharreko elementu nagusizat prezioak, eskaintza kulturala eta museoak eta ohitura eta tradizioak aipatu dituztenen kopuruak. Zerbitzuen kalitatea eta harrera ona egitea eta atseginak izatea aipatu dituztenak ere azken neurketetan baino gehiago dira. Hobetu beharreko gainerako elementuak aipatu dituztenen kopuruak ez dira asko aldatu azken urteekiko.

El elemento que más se debería mejorar para desarrollar el sector turístico vasco, son los precios según un 53% de las y los ciudadanos y la calidad de los servicios en opinión de un 33%. Son menos quienes han mencionado la oferta cultural y los museos (18%), la hospitalidad y la amabilidad (13%), los pueblos y ciudades (8%), el paisaje y la naturaleza (6%), la oferta gastronómica (5%) y las costumbres y tradiciones (5%).

Comparándolo con las mediciones de años anteriores, los porcentajes de quienes creen que los elementos principales a mejorar son los precios, la oferta cultural y de museos y las costumbres y tradiciones son los más altos hasta el momento. También se ha incrementado el porcentaje de quienes mencionan la calidad de los servicios y la hospitalidad y amabilidad. Los porcentajes de quienes han mencionado el resto de elementos a mejorar no ha variado de forma significativa con respecto a años anteriores.

Turismoa Euskal Herrian / El turismo en el País Vasco

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

(KOLEKTIBOKA I / 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? *							
	2007KO IRAILA-URRIA <i>SEP-OCT 2007</i>	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
PREZIOAK / LOS PRECIOS	53	58	47	61	38	56	58
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	33	31	34	31	24	34	38
ESKAINNTZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	18	19	17	20	22	15	19
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	13	13	13	12	13	11	14
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	8	9	10	5	10	8	7
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA.....	6	2	9	4	10	6	3
ESKAINNTZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	5	2	7	2	9	4	3
OHITURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	5	5	5	4	4	5	4

* 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.

Talde guztietan hobetu beharreko elementuen arten prezioak eta zerbitzuen kalitatea aipatu dira gehien. Arabarrek eta gipuzkoarrek bizkaitarrek baino gehiago aipatu dute prezioak hobetzeko beharra.

Udalerri ertainetan eta hiriburuetan bizi direnek herri txikitakoek baino gehiago aipatu dituzte prezioak eta zerbitzuen kalitatea. Herri txikitako biztanleek aldiz gainerakoek baino gehiago aipatu dituzte hobetu beharrekoen artean kultur eskaintza eta museoak, herri eta hiriak, paisaia eta natura eta eskaintza gastronomikoa.

En todos los colectivos, los más mencionados como elementos a mejorar son los precios y la calidad de los servicios. Las y los alaveses y guipuzcoanos han mencionado más que las y los vizcaínos la necesidad de mejorar los precios.

Las y los residentes de los municipios medianos y las capitales han mencionado más que los de los municipios pequeños los precios y la calidad de los servicios. Quienes viven en municipios pequeños han mencionado más que el resto la oferta cultural y de museos, los pueblos y ciudades, el paisaje y la naturaleza y la oferta gastronómica.

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? **

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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	53	53	53	57	53	51	49	52	52	54	52
ZERBITZUEN KALITATEA / LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	33	34	32	30	34	38	27	26	29	35	39
ESKAINZA KULTURALA ETA MUSEOAK / LA OFERTA CULTURAL Y DE MUSEOS	18	16	20	19	20	17	15	12	17	19	21
HARRERA ONA EGITEA ETA ATSEGINAK IZATEA / LA HOSPITALIDAD Y LA AMABILIDAD	13	12	13	13	11	14	13	14	12	13	14
HERRIAK ETA HIRIAK / LOS PUEBLOS Y CIUDADES	8	9	7	8	9	8	8	7	10	8	7
PAISAIA ETA NATURA / EL PAISAJE Y LA NATURALEZA	6	6	7	8	6	4	7	5	6	6	6
ESKAINZA GASTRONOMIKOA / LA OFERTA GASTRONÓMICA	5	5	5	5	5	5	5	2	6	5	4
OHTURAK ETA TRADIZIOAK / LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES	5	5	5	6	5	4	4	4	5	4	6

* 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.

Talde guztietan prezioak eta zerbitzuen kalitatea dira hobetu beharrekoen artean gehien aipatutakoak. Zenbat eta gazteago izan, orduan eta gehiagok aipatu dituzte prezioak. Zerbitzuen kalitatea, aldiz, 46 eta 64 urte artekoek aipatu dute gehien, eta ikasketa maila igo ahala ere jende gehiagok aipatu du.

Kultur eskaintza eta museoak ere gero eta gehiago aipatu dira ikasketa maila igo ahala eta emakumezkoen artean ere gizonzkoen artean baino gehiagok aipatu dute.

En todos los colectivos los precios y la calidad de los servicios son los elementos a mejorar más mencionados. A menor edad, son más quienes mencionan los precios. La calidad de los servicios es más mencionada por quienes tienen entre 46 y 64 y es también más mencionada cuanto mayor es el nivel de estudios.

La oferta cultural y los museos se mencionan más conforme sube el nivel de estudios, y también es más mencionada por las mujeres que por los hombres.

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
Bai / Sí.....	23	55
Ez / No.....	72	42
Ed-Ee / Ns-Nc.....	5	2
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100

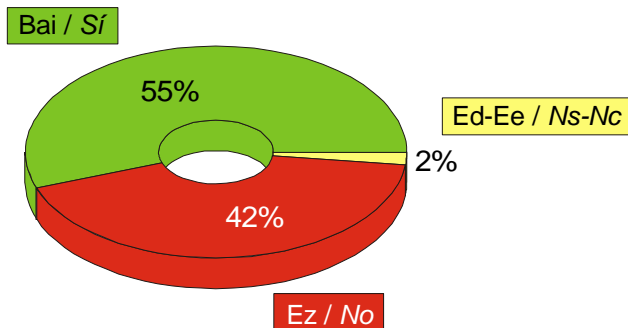
* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA ERAKUTSI ZITZAIEN, BAINA INOLAKO TESTURIK ERANTSI GABE /

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



Ziurtagiriaren logotipoaren ezagutza / Conocimiento del logotipo del certificado

2007



Herritarren %55ek ikusi dute inoiz kalitate turistikoaren ziurtagiriaren irudia, %42k ez dute inoiz ikusi eta %2k ez dute erantzun.

2005etik hona nabarmen handitu da irudia ikusi dutenen kopurua.

Un 55% de las y los ciudadanos han visto anteriormente la imagen del certificado de calidad turística, un 42% no lo ha visto, y un 2% no contesta.

Desde 2005 ha aumentado notablemente el porcentaje de quienes 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? **

	2007ko IRAILA-URRIA SEP-Oct 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai / Sí.....	55	50	53	61	56	52	59
Ez / No.....	42	48	44	37	43	45	39
Ed-ee / Ns-Nc.....	2	1	2	3	1	3	2
(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.....	57	53	64	68	54	27	26	38	68	78
Ez / No.....	40	45	34	30	44	69	69	59	30	21
Ed-ee / Ns-Nc.....	3	2	2	2	2	4	5	3	2	1
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	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 ziurtagiriaren irudia gipuzkoarrek, hiriburuetan bizi direnek eta 45 urtetik beherakoek ikusi dute gehien. Gainera, ikasketa maila zenbat eta altuagoa izan, orduan eta gehiago dira irudia ikusi dutenak.

La imagen del certificado de calidad turística ha sido más vista por las y los guipuzcoanos, quienes viven en las capitales y las y los menores de 45 años. Además, a medida que aumenta el nivel de estudios, también son más quienes han visto esta imagen.

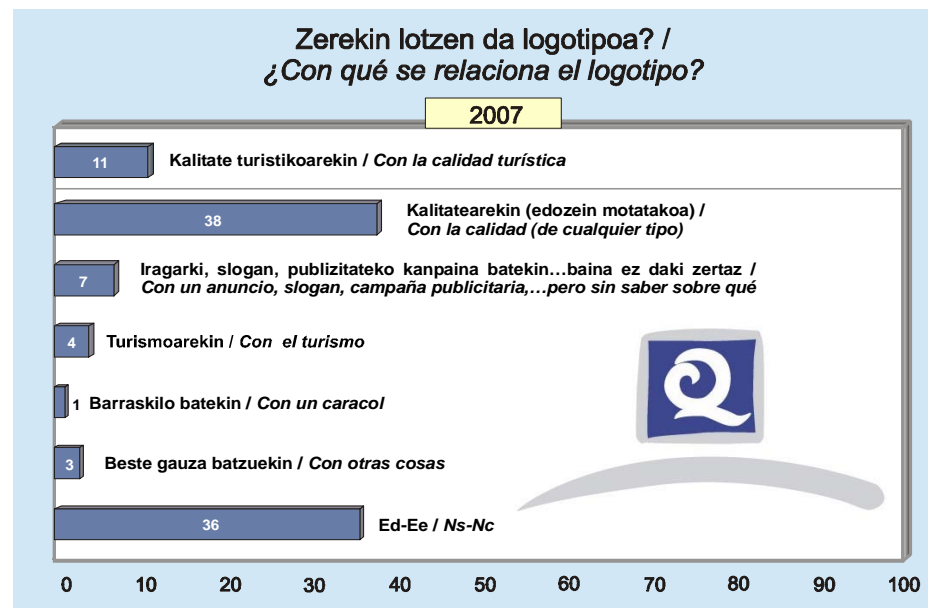
Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA.....	3	11
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO).....	22	38
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA,... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	10	7
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	3	4
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1	1
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	5	3
Ed-Ee / Ns-Nc.....	56	36
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	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



Kalitate turistikoaren ziurtagiriaren logotipoa inolako testurik gabe erakutsita eta inolako erantzunik iradoki gabe, herritarren %11k identifikatu dute kalitate turistikoarekin eta beste %38k kalitatearekin oro har. %7k iragarki edo publizitate kanpaina batekin, %4k turismoarekin, %1ek barraskilo batekin eta %3k beste gauza batzuekin lotu dute irudi hau. Herritarren %36k ez dute erantzun.

2005eko datuekin alderatuta, orduan baino gehiago dira irudia kalitate turistikoarekin lotu dutenak, baita kalitatearekin oro har lotu dutenak ere. Gutxitu egin da, aldiz, iragarki edo publizitate kanpaina batekin lotu dutenak eta batez ere erantzunik eman ez dutenak.

Mostrando el logotipo del certificado de calidad turística sin ningún texto y sin aportar ninguna sugerencia de respuesta, un 11% de las y los ciudadanos han identificado la imagen con la calidad turística y otro 38% con la calidad en general. Un 7% la han relacionado con un anuncio o campaña publicitaria, un 4% con el turismo, un 1% con un caracol y otro 3% con otras cosas. Un 36% no ha contestado.

Con respecto a los datos de 2005, se ha incrementado el porcentaje de quienes relacionan la imagen con la calidad turística, así como el de quienes lo relacionan con la calidad. Ha disminuido, en cambio, el número de quienes lo relacionan con un anuncio o campaña publicitaria, y sobre todo, el de quienes no responden.

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? *							
	2007ko IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
KALITATE TURISTIKOAREKIN / CON LA CALIDAD TURÍSTICA	11	4	12	14	9	11	13
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO)	38	42	35	40	41	37	36
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KANPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA,...PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	7	6	10	2	4	9	7
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	4	4	5	3	3	3	7
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1	1	1	0	0	1	0
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	3	3	3	4	3	4	3
Ed-Ee / Ns-Nc	36	40	34	36	40	35	33
(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

Gipuzkoarrek bizkaitarrek baino gehiago lotu dute irudia kalitate turistikoarekin, eta bizkaitarrek arabarrek baino gehiago. Arabarren artean aipagarria da irudia kalitatearekin oro har lotu dutenen ehunekoa, eta Bizkaian iragarki edo publizitate kanpaina batekin lotu dutenena.

Udalerraren tamaina zenbat eta handiagoa izan, orduan eta gehiago dira irudia kalitate turistikoarekin lotu dutenak.

Las y los guipuzcoanos han relacionado más que las y los vizcaínos la imagen con la calidad turística y estos últimos más que las y los alaveses. En Araba destaca el porcentaje de quienes la relacionan con la calidad en general, y en Bizkaia el de quienes lo hacen con un anuncio o una campaña publicitaria.

Cuanto mayor es el tamaño del municipio en que viven, son más quienes relacionan la imagen con la calidad turística.

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? **

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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	11	13	10	12	15	12	4	6	8	13	18
KALITATEAREKIN (EDOZEIN MOTATAKOA) / CON LA CALIDAD (DE CUALQUIER TIPO)	38	39	36	46	46	39	13	13	25	47	55
IRAGARKI, SLOGAN, PUBLIZITATEKO KAMPAINA BATEKIN... BAINA EZ DAKI ZERTAZ / CON UN ANUNCIO, SLOGAN, CAMPAÑA PUBLICITARIA,... PERO SIN SABER SOBRE QUÉ	7	7	8	6	7	6	9	14	7	6	6
TURISMOAREKIN / CON EL TURISMO	4	4	5	7	4	3	4	3	3	6	5
BARRASKILO BATEKIN / CON UN CARACOL	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0
BESTE GAUZA BATZUEKIN / CON OTRAS COSAS	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
ED-Ee / Ns-Nc	36	34	37	25	23	37	64	61	52	24	13
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* INKESTATUEI KALITATE TURISTIKOAREN LOGOTIPOA (INGLAKO 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

64 urtetik beherakoek, zaharragoek baino gehiago identifikatu dute irudia kalitate turistikoarekin, baita oro har kalitatearekin ere. 65 urte edo gehiagokoek artean asko dira (%64) erantzunik eman ez dutenak.

Ikasketa maila igo ahala ere gehiagok aipatu dute kalitate turistikoa, baita kalitatea oro har ere.

Las y los menores de 64 años relacionan en mayor medida que las y los mayores, la imagen con la calidad turística y también con la calidad en general. Entre las personas de 65 o más años son muchos (64%) quienes no contestan.

A medida que sube el nivel de estudios también son más quienes señalan la calidad turística, así como quienes mencionan la calidad en general.

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
ESTABLEZIMENDUAK AGINDUTAKO ZERBITZU EDO KALITATEA BENETAN BETETZEN DUELA ZIURTATZEN DELA / QUE SE ASEGURA QUE DICHO ESTABLECIMIENTO CUMPLE CON EL SERVICIO O CALIDAD PROMETIDA.....	22	35
KALITATE HANDIA, ZERBITZU ONA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD, BUEN SERVICIO	30	27
MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO	10	7
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.....	6	7
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOA DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS	1	2
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS	0	2
BERMATZEN DUEN EZAUGARRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA ...	0	1
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOA DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO	1	0
KONFIANTZAKO DELA / QUE ES DE CONFIANZA	0	0
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS	2	4
Ed-Ee / Ns-Nc	26	17
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	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

Kalitate turistikoaren ziurtagiriaren irudia osorik erakutsita, eta establezimendu batean ikusita zer ulertuko luketen galdetuta, herritarren %35ek bere benetako esanahia aipatu dute, hau da, establezimenduak agindutako zerbitzu edo kalitatea betetzen duela ziurtatzen duela.

Bestelako erantzunak ere eman dira: establezimenduak kalitate handia duela edo zerbitzu ona ematen duela (%27), maila altukoa dela (%7), kalitatea eta prezioaren arteko harreman ona daukela (%7), beste leku batzuk baino garestiagoa dela (%2), kontrolak pasatu dituela edo baldintza jakin batzuk betetzen dituela (%2), sari edo label bat jaso duela (%1) eta bestelakoak (%4). Herritarren %17k ez dute erantzun.

2005etik hona nabarmen handitu da logotipoa bere benetako esanahiarekin lotu duen jendearen portzentajea eta aldiz, gutxitu egin dira erantzunik ematen jakin ez dutenak.

Mostrando la imagen del certificado de calidad turística completo, y preguntando qué entenderían si lo vieran en un establecimiento, un 35% de las y los ciudadanos mencionan su significado real, es decir, que se asegura que el establecimiento cumple con el servicio o calidad prometida.

Otras respuestas han sido: que el establecimiento tiene mucha calidad u ofrece un buen servicio (27%), que es de nivel alto (7%), que tiene buena relación calidad/precio (%7), que es más caro que otros (2%), que ha pasado unos controles o cumple unos requisitos (2%), que ha recibido un premio o label (1%), y otras respuestas (4%). Un 17% de la ciudadanía no contesta.

Con respecto a 2005, ha aumentado notablemente el porcentaje de quienes relacionan el logotipo con su significado real, y ha disminuido el de quienes no han sabido dar una 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? * /

*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? **

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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	25	35	41	25	38	39
KALITATE HANDIA, ZERBITZU ONA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD, BUEN SERVICIO	27	29	28	24	37	25	23
MAILA ALTUKOA DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO	7	15	6	6	8	6	8
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO	7	4	8	4	6	6	8
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOA DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS.....	2	2	1	2	1	2	2
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS	2	4	2	1	2	1	2
BERMATZEN DUEN EZAUGARRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA	1	1	0	2	1	1	0
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOA DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO.....	0						
KONFIANTZAZKOA DELA / QUE ES DE CONFIANZA	0						
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS	4	3	4	3	4	5	2
Ed-Ee / Ns-Nc	17	16	16	17	16	18	16
(EHUNEN 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

Gipuzkoan Bizkaian baino gehiagok aipatu dute logotipoaren benetako esanahia, eta Bizkaian Araban baino gehiagok. Araban aipatzekoa da logotipoak establezimendua maila altukoa dela adierazten duela uste dutenen portzentajea.

Udalerrri ertainetan edo hiriburuetan bizi direnek herri txikietakoek baino neurri handiagoan identifikatu dute logotipoaren esanahi zuzena. Herri txikietan talde handi xamarra osatzen dute logotipoak establezimendua kalitate handia duela adierazten duela uste dutenek.

En Gipuzkoa son más que en Bizkaia quienes han mencionado el significado real del logotipo, y en Bizkaia más que en Araba. En Araba destaca el porcentaje de quienes creen que el logotipo significa que el establecimiento tiene un nivel alto.

En los municipios medianos y en las capitales mencionan en mayor medida que en los pueblos pequeños el significado real del logotipo. En los pueblos pequeños un grupo de gente considerable cree que el logotipo indica que el establecimiento tiene 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? *

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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	BIGARRIN 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	35	37	34	41	41	35	22	27	27	42	43
KALITATE HANDIA, ZERBITZU ONA DUELA / QUE TIENE MUCHA CALIDAD, BUEN SERVICIO.....	27	27	26	28	26	29	23	24	29	27	24
MAILA ALTUKOAK DELA / QUE ES DE NIVEL ALTO.....	7	8	7	9	7	6	8	7	7	7	8
KALITATE ETA PREZIOAREN ARTEKO ERLAZIO ONA DUELA / QUE TIENE BUENA RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.....	7	6	7	4	7	9	5	6	7	5	9
BESTE ESTABLEZIMENDUAK BAINO GARESTIAGOAK DELA / QUE ES MÁS CARO QUE OTROS ESTABLECIMIENTOS	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1
KONTROLAK PASATU DITUELA, BALDINTZA BATZUK BETETZEN DITUELA / QUE HA PASADO UNOS CONTROLES, CUMPLE UNOS REQUISITOS.....	2	1	2	2	2	2	0	0	1	2	3
BERMATZEN DUEN EZAUGARRI, SARI, ZIURTAGIRI EDO LABELA DUELA / QUE POSEE UN DISTINTIVO, PREMIO, CERTIFICADO, LABEL QUE LO AVALA	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOAK DELA / QUE ES UN ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO	0										
KONFIANTZAZKOA DELA / QUE ES DE CONFIANZA	0										
BESTELAKO ERANTZUNAK / OTRAS RESPUESTAS	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	5
Ed-Ee / Ns-Nc	17	15	18	10	11	14	37	31	23	10	8
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* INKSTATUEI 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

45 urte edo gutxiago dituztenek eta bigarren edo goi-mailako ikasketak dituztenek gainerakoek baino neurri handiagoan identifikatu dute logotipoa bere esanahiarekin.

65 urte edo gehiagokoen eta lehen mailako ikasketak baino baxuagoak dituztenen artean aipatzekoa da erantzunik eman ez dutenen portzentajea.

Quienes tienen 45 o menos años y quienes tienen estudios secundarios o superiores identifican en mayor medida que el resto el logotipo con su significado.

Entre quienes tienen 65 o más años o estudios menores que primarios 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

(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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
ESTABLEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC)	9	24
PRENTSAN / EN PRENSA	6	12
PUBLIZITATE ESQUORRIETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS	4	10
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS	1	4
INTERNETEN / EN INTERNET.....	2	3
GOZOKIETAN / EN CAMELOS	0	1
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES	16	21

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

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 O SOPORTES COMO SE DESEARA.

Establezimendu turistikoetan herritarren laurden batek (%24k) ikusi dute kalitate turistikoaren ikurra, prentsan %12k, publizitate eskuorrietan %10ek, kabina edota markesinetan %4k, interneten %3k, gozokietan %1ek eta beste euskarri edo leku batzuetan %21ek.

2005eko datuekin alderatuz, kalitate turistikoaren ikurra ikusi dutenen portzentajea nabarmen handitu da aztertutako euskarri guztietan, batez ere establezimendu turistikoetan.

Una cuarta parte de la población (24%) ha visto el símbolo de la calidad turística en establecimientos turísticos, un 12% en prensa, un 10% en folletos publicitarios, un 4% en cabinas y/o marquesinas, un 3% en Internet, un 1% en caramelos, y un 21% en otros soportes o lugares.

Con respecto a 2005, ha aumentado de forma notable el porcentaje de gente que ha visto el símbolo de la calidad turística en todos los soportes analizados; especialmente en los establecimientos turísticos.

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? *

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	TXIKIA PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
ESTABEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	24	21	26	22	20	23	28
PRENTSAN / EN PRENSA	12	12	12	14	9	11	16
PUBLIZITATE ESQUORRIETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS	10	13	9	10	6	10	12
INTERNETEN / EN INTERNET.....	4	2	4	2	2	3	4
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS	3	5	4	3	2	4	4
GOZOKIETAN / EN CAMELOS.....	1	0	1	1	1	1	1
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES	21	13	23	21	23	23	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
ESTABEZIMENDU TURISTIKOETAN (BIDAIA-AGENTZIAN, HOTELETAN, KANPINETAN, JATETXEETAN, ETA ABARRETAN) / EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS (AGENCIAS DE VIAJE, HOTELES, CAMPINGS, RESTAURANTES, ETC).....	25	23	28	30	24	11	11	14	30	38
PRENTSAN / EN PRENSA	13	12	13	16	12	5	8	8	13	20
PUBLIZITATE ESQUORRIETAN / EN FOLLETOS PUBLICITARIOS.....	9	10	12	11	10	6	2	7	12	15
INTERNETEN / EN INTERNET.....	4	2	6	3	3	1	0	1	3	7
KABINETAN ETA/EDO MARKESINETAN / EN CABINAS Y/O MARQUESINAS.....	4	3	4	5	4	2	2	1	5	6
GOZOKIETAN / EN CAMELOS.....	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
BESTELAKO LEKUETAN / EN OTROS LUGARES	20	22	25	27	19	10	13	16	25	26

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

Bizkaitarrek gainerakoek baino pixka bat gehiago ikusi dute kalitate turistikoaren ikurra establezimendu turistikoetan eta bestelakoetan eta arabarrek publizitate eskuorrietan eta gipuzkoarrek prentsan.

Aztertutako euskarri gehien kasuan udalerraren tamaina handitu edota ikasketa maila areagotu ahala ikurra ikusi duten ere gehiago dira. 64 urteik beherakoen artean zaharragoen artean baino gehiagok ikusi dute.

Las y los vizcaínos han visto ligeramente en mayor medida que el resto el símbolo de la calidad turística en establecimientos turísticos y en otros lugares, las y los alaveses en folletos publicitarios y las y los guipuzcoanos en prensa.

En la mayoría de los soportes analizados, a mayor tamaño de municipio y/o mayor nivel de estudios, son más quienes han visto el símbolo. También son más entre las y los menores de 64 años que entre el resto.

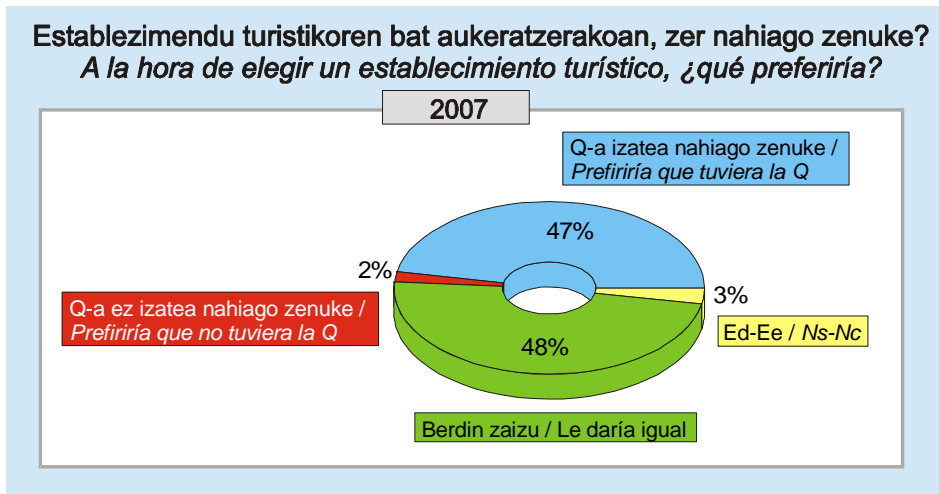
Kalitate turistikoaren ziurtagiria / El certificado de calidad turística

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
Q-A IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE TUVIERA LA Q	44	47
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q	2	2
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL	48	48
Ed-Ee / Ns-Nc	6	3
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES)	100	100



Herritarren %47k diote momentu honetan establezimendu turistiko bat aukeratu behar izanez gero, nahiago luketela Q-a duen bat aukeratu, %48ri berdin litzaieke eta %2k nahiago lukete Q-a ez izatea. %2k ez dute erantzun.

2005etik hona ez da asko aldatu jendearen iritzia gai honetan, orain pixka bat gehiago badira ere Q-a duen establezimendua nahiago luketenak.

Un 47% de la ciudadanía dice que si tuviera que elegir un establecimiento turístico en este momento, preferiría uno que tuviera la Q, un 48% afirma que le daría igual que la tuviera o no, y sólo un 2% dice que preferiría que no la tuviera. Un 3% no contesta.

La opinión en torno a este tema no ha variado sustancialmente desde 2005, aunque ahora son algunos más quienes preferirían un establecimiento 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?

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	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.....	47	38	47	50	42	48	49
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q.....	2	4	1	1	1	2	2
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL.....	48	53	49	45	53	47	46
ED-Ee / Ns-Nc.....	3	4	3	4	4	3	3
(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.....	45	48	45	50	50	40	41	42	51	51
Q-A EZ IZATEA NAHIAGO ZENUKE / PREFERIRÍA QUE NO TUVIERA LA Q.....	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1
BERDIN ZAIZU / LE DARÍA IGUAL.....	50	46	51	45	47	51	50	51	45	46
ED-Ee / Ns-Nc.....	3	4	1	3	2	8	8	4	2	2
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bizkaitarren artean arabarrenean baino gehiagok esan dute Q-a daukan establezimendu bat nahiago luketela, eta gipuzkoarren artean are gehiagok.

Udalerri ertainetako eta hiriburu-tako biztanleek eta 30 eta 64 urte bitartekoek ere gainerakoek baino neurri handiagoan esan dute nahiago luketela Q-a daukan establezimendu bat. Bigarren edo goi-mailako ikasketak dituzten artean ere lehenengo mailakoak edo baxuagoak dituzten artean baino gehiagok dute iritzia hori.

Entre las y los vizcaínos son más que entre las y los alaveses quienes preferirían un establecimiento que tuviera la Q, y más aún entre las y los guipuzcoanos.

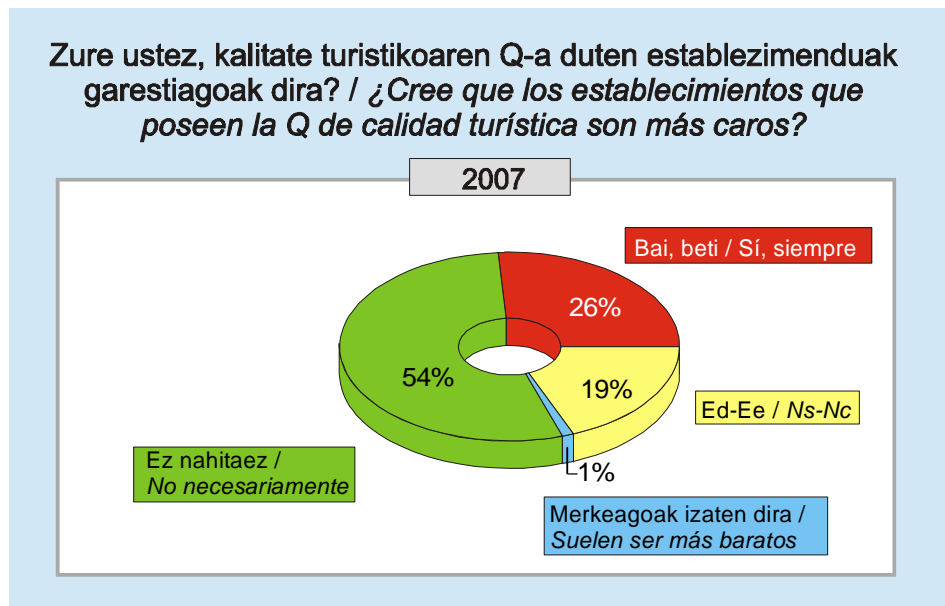
Las y los habitantes de municipios medianos y capitales, y quienes tienen entre 30 y 64 años prefieren en mayor medida que el resto establecimientos con la Q. Esa opinión también es más compartida por quienes tienen estudios secundarios o superiores que por quienes los tienen primarios o más bajos.

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	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007
BAI, BETI / SI, SIEMPRE.....	30	26
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE.....	51	54
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS.....	1	1
ED-EE / NS-Nc	18	19
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100



- Herritarren laurden batek (%26k) uste du Q-a duten establezimenduak gainerakoak baino garestiagoak direla, %54k uste dute ez dutela nahitaez garestiagoak izan behar, %1ek merkeagoak izaten direla uste dute eta %19k ez dute erantzun.
- 2005etik hona ez da asko aldatu jendearen iritzia gai honi buruz. Orain gehixeago dira hala ere uste dutenak Q-a duten establezimenduek ez dutela nahitaez gainerakoak baino garestiagoak izan beharrik, eta gutxiago dira, aldiz, establezimendu horiek garestiagoak direla diotenak.

- Una cuarta parte de la ciudadanía (26%) cree que los establecimientos que tienen la Q son más caros que el resto, un 54% cree que no tienen por qué ser más caros necesariamente, un 1% cree que son más baratos, y un 19% no contesta.
- Desde 2005 no ha variado sustancialmente la opinión de la gente con respecto a este tema, aunque ahora son algunos más quienes creen que los establecimientos certificados con la Q no tienen por qué ser más caros necesariamente y, por el contrario, son algunos menos quienes creen que sí son más caros.

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?

	2007KO IRAILA-URRIA SEP-OCT 2007	LURRALDEA / TERRITORIO			UDALERRIAREN TAMAINA TAMAÑO DE MUNICIPIO		
		ARABA	BIZKAIA	GIPUZKOA	Txikia PEQUEÑO	ERTAINA MEDIANO	HIRIBURUA CAPITAL
Bai, BETI / Sí, SIEMPRE.....	26	25	25	29	28	28	23
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE.....	54	51	55	53	51	53	56
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS.....	1	1	1	0	0	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	19	23	19	17	21	18	19
(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 / Sí, SIEMPRE.....	27	26	32	29	24	20	28	26	28	24
EZ DUTE NAHITAEZ GARESTIAGOAK IZAN BEHAR / NO TIENEN POR QUÉ SER MÁS CAROS NECESARIAMENTE.....	54	54	53	56	58	46	45	50	57	60
MERKEAGOAK IZATEN DIRA / SUELEN SER MÁS BARATOS.....	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Ed-Ee / Ns-Nc.....	19	19	15	15	17	32	26	23	15	15
(EHUNEKO BERTIKALAK) / (PORCENTAJES VERTICALES).....	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Gipuzkoarrek eta herri txiki edo ertainetan bizi direnek gainerakoek baino neurri handiagoan adierazi dute Q-a duten establezimenduak garestiagoak direla. Zenbat eta gazteago izan ere, gehiago dira iritzi hori dutenak.

Ikasketa maila zenbat eta altuagoa izan, gero eta gehiago dira uste dutenak Q-a duten establezimenduak ez dutela nahitaez garestiagoak izan behar.

Las y los guipuzcoanos y quienes viven en municipios pequeños o medianos creen en mayor medida que el resto que los establecimientos certificados con la Q son más caros que los demás. A menor edad, también son más quienes comparten esa opinión.

Cuanto más alto es el nivel de estudios, son más quienes opinan que los establecimientos que tienen la Q no tienen por qué ser más caros que los demás.

Zehaztasun teknikoak / *Ficha técnica*

Informazio bilketa **2007ko irailaren 25etik urriaren 10era bitartean** egin zen –baki barne- galdesorta 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: 619 pertsona Araban, 1287 Bizkaian eta 976 Gipuzkoan, beraz, 2882 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** Basquetour (Turismoaren Euskal Agentzia) eta Eusko Jaurlaritzaren Lehendakariaren 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.

2882 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.

Inkesten $67,7\%$ telefono bidez **kontrolatu** dira eta $8,2\%$ etxean bertan. 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 “zati” multzoen artean (azterketarako unitate geografiko txikiena), Eustatek egindako kale izendegien arabera.

La recogida de información se realizó entre **el 25 de septiembre y el 10 de octubre de 2007** -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: 619 personas en Araba, 1287 en Bizkaia y 976 en Gipuzkoa, lo que supone un total de 2882 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 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 2882 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 del $67,7\%$ de las encuestas y un control domiciliario del $8,2\%$. 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.