

**MEMORIA TÉCNICA DE LA ACTIVIDAD**

**“INDICADORES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN ANDALUCÍA”**





## **0. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD**

### **Código y denominación de la actividad**

05.09.10 Indicadores de Satisfacción Turística en Andalucía

### **Tipo de actividad**

Actividad estadística

### **Clasificación de la actividad**

- En función de su etapa de desarrollo: proyecto.
- En función de su objeto: actividad de producción

### **Área temática**

05. Actividad económica y tejido empresarial.

### **Subárea temática**

09. Turismo y hostelería

### **Sectores económicos u otros sectores cubiertos por la actividad**

-

### **Organismo responsable**

Consejería competente

### **Unidad ejecutora**

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante EPGTD)

### **Organismos colaboradores y convenio**

-



## 1. INTRODUCCIÓN

### Área de estudio

La industria turística ofrece una serie muy diversa de servicios entre los que se encuentran el transporte, alojamiento, restauración y otros muchos que van destinados a satisfacer la demanda turística.

Debido a la importancia del turismo dentro de la economía andaluza, se ponen en marcha operaciones, medidas y políticas dirigidas a impulsar a Andalucía como destino turístico. Para ello se vienen realizando grandes esfuerzos en potenciar la imagen de la Comunidad andaluza. Esto conlleva a un gran interés por medir la calidad de los servicios a través de la satisfacción de los clientes.

Este proyecto, por tanto, persigue un análisis sobre la satisfacción del turista con el fin de identificar tanto aquellas áreas de servicios donde pueda no estar cumpliéndose las expectativas del turista como áreas donde verdaderamente se cumplen y se satisfacen.

### Marco conceptual: conceptos y definiciones

- Turismo. De acuerdo con la definición dada por la Organización Mundial del Turismo (en adelante OMT), a efectos estadísticos, turismo son "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (definición aprobada por la OMT en la Conferencia de Ottawa, junio 1991).
- Turista. Para la caracterización del turista, la OMT define al visitante Internacional (nacional) como "toda aquella persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país (región) distinto de su lugar de residencia, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado". De acuerdo con la definición:
  - a) la noción de "entorno habitual" excluye como turísticos los desplazamientos dentro del lugar de residencia habitual y los que tienen carácter rutinario.



b) la noción de "duración" por menos de un determinado tiempo implica que se excluyen las migraciones a largo plazo.

c) la noción de "motivo principal distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado" implica que se excluyen a los movimientos migratorios de carácter laboral.

De esta forma se considera turista a efecto de este proyecto estadístico a "toda aquella persona que siendo residente fuera de Andalucía visita nuestra Comunidad Autónoma, por motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, así como aquellas personas que siendo residentes en Andalucía se desplazan a una zona distinta de la de residencia por un motivo distinto al de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado".

Hay que señalar que de acuerdo con esta definición estarían incluidas aquellas personas que responden a la definición pero que no pernoctan en el lugar visitado. Estas personas la OMT las califica como excursionistas, no incluyéndolos en la definición de turista.

### **Antecedentes: en el tiempo/ en otros ámbitos**

Actualmente en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (en adelante ECTA) del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (en adelante IECA) se le pregunta al encuestado como de satisfactorio se encuentra en relación a una serie de aspectos, sin embargo no se conoce la existencia de otros estudios de este tipo con los que poder realizar comparaciones.

Respecto a los antecedentes en el tiempo, esta actividad es totalmente nueva y aparece por primera vez como estadística oficial en el Programa Estadístico Anual 2011.

### **Justificación y utilidad**

La utilidad de este proyecto se justifica en la necesidad de conocer la percepción que tiene el turista de los servicios recibidos en su viaje por Andalucía con el fin de corregir las posibles deficiencias percibidas por el consumidor final. Es una herramienta que ayuda a las pequeñas y medianas empresas a identificar qué aspectos son los más relevantes para los turistas a la hora de emitir una opinión sobre el destino y si se



cumplen las expectativas. Los empresarios, de esta manera, pueden ir adecuando su oferta a los requerimientos de los turistas.

En este sentido, esta actividad da cumplimiento al Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2013 - 2020 en los objetivos generales de:

- Producir la información estadística y cartográfica de calidad requerida para la ejecución y el seguimiento de las políticas europeas, nacionales y autonómicas en el ámbito de competencia de la Junta de Andalucía.
- Producir y difundir los datos estadísticos y cartográficos como información útil y reutilizable para la toma de decisiones participativas por la sociedad andaluza.

## **2. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Avanzar en el conocimiento sobre la actividad productiva y la realidad económica, localización de las instalaciones e infraestructuras en el sector del turismo y la hostelería.

El desarrollo de indicadores de satisfacción en el ámbito de servicios y, en particular, en el sector turístico, proporcionan una adecuada comprensión de los factores que determinan el nivel de calidad de servicio y satisfacción percibida por los turistas y, al mismo tiempo, refleja adecuadamente las especificidades del sector turístico.

### **Objetivos específicos**

- 1.- Identificar la importancia que tiene cada uno de los servicios demandados por el turista en su satisfacción global.
- 2.- Obtener una valoración de los servicios turísticos recibidos en función del cumplimiento de expectativas.



## Ejes transversales

- **Cohesión:** la actividad es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.
- **Sostenibilidad:** proporciona datos de calidad que pueden favorecer la medición de la sostenibilidad.
- **Innovación:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de innovación.
- **Género:** la muestra no es suficientemente representativa para dar datos por género.
- **Evaluación de la eficacia de las políticas públicas:** la actividad es pertinente a este eje en cuanto produce información de calidad requerida para la ejecución y el seguimiento de políticas europeas, nacionales y autonómicas en el ámbito de competencia de la Junta de Andalucía. En concreto, contribuye a la planificación en materia de turismo.

## 3. METODOLOGÍA

### Ámbito de estudio

Población objeto de estudio: Turistas españoles, británicos y alemanes que han estado en Andalucía recientemente.

Unidad investigada: Turistas españoles, británicos y alemanes, que han estado en Andalucía recientemente, que han sido entrevistados por el IECA para la ECTA y que han dado su conformidad para participar en el estudio.

Periodicidad en la recogida: Trimestral.

Desagregación territorial máxima alcanzada: Autonómica por nacionalidades (españoles, británicos y alemanes)



## Variables

Están relacionadas con la satisfacción en las siguientes áreas:

- Consulta y búsqueda de información (Disponibilidad de información en varios idiomas, rapidez y facilidad para encontrarla, etc.)
- Reserva (Rapidez, facilidad y seguridad en el proceso de reserva)
- Transporte (Modernidad, limpieza, rapidez del check in/out y conexiones al centro de la ciudad entre otras)
- Movilidad (Disponibilidad del transporte público, variedad de medios de transporte, horarios, señalización vial, etc.)
- Alojamiento: ubicación, confort, limpieza, mobiliario, habitaciones, instalaciones, personal (profesionalidad, trato amable a los huéspedes, disponibilidad de ayudas a huéspedes), entre otros.
- Oferta gastronómica (calidad, gastronomía típica de la región, v facilidad para obtener bebidas alcohólicas)
- Entorno cultural
- Entorno social (ofertas de visitas guiadas a monumentos, señalización de monumentos y sitios pintorescos)
- Entorno natural (atractivo del entorno natural y paisajístico, ruido ambiental, calidad de las playas)
- Oros servicios turísticos como la facilidad de obtener cambio monetario o dinero en metálico a través de tarjetas de crédito, presencia de oficinas de turismo, etc.)



## **Recogida de información**

La recogida de información se realiza a través de encuesta on-line o telefónica a un panel de personas que han visitado Andalucía en un periodo no superior a los tres meses de la fecha en la que se realiza la entrevista.

**Tipo de muestreo:** Discrecional

**Marco muestral:** la recogida de información será a través de una encuesta on-line y en su defecto telefónico a través de un cuestionario que recoge información sobre las variables mencionadas en el párrafo anterior. Para ello se va a utilizar como marco los turistas que han participado en la ECTA (de los cuales se conoce su número de teléfono) y que dieron su conformidad para participar en estudios posteriores. Así pues, se les solicitará información a todos estos turistas identificados y no cabe por tanto especificación de diseño muestral alguno. Se completará con un panel de personas que han visitado Andalucía.

**Tamaño de la muestra:** se realizarán 450 encuestas al trimestre distribuidas equitativamente entre las tres nacionalidades exigidas (españoles, británicos y alemanes) siempre que la ECTA lo permita.

Esta muestra se ha determinado teniendo en cuenta el desconocimiento de la población total para cada nacionalidad y fijándose la cantidad siguiendo una población finita (número de turistas por nacionalidad y un nivel de confianza del 95,5% y un error de +/- 5%).

## **Método de afijación de la muestra:**

Se especifican 400 unidades muestrales para cada nacionalidad (España, Alemania y Reino Unido)

## **Método de sustitución de unidades en la muestra:**

Bajo el criterio de haber visitado Andalucía en los tres meses anteriores a la fecha de la encuestación.

## **Unidades de análisis:**

Turistas españoles, británicos y alemanes, que han estado en Andalucía recientemente.



**Tipo de encuestación:**

El trabajo de campo lo llevará a cabo una empresa externa que realizará una entrevista vía on-line o telefónica a turistas seleccionados para tal fin.

**Criterios de selección de entrevistadores**

Para realizar el trabajo de campo se contrata a una empresa y es esta la que realiza el proceso de selección de los entrevistadores.

**Formación específica proporcionada a los entrevistadores**

Esta es proporcionada por la empresa contratada para realizar la encuestación.

**Control del trabajo de los entrevistadores**

Es llevada a cabo por la empresa contratada para realizar este trabajo.

**Utilización de cuestionario y tiempo estimado de cumplimentación**

Se añade el cuestionario como anexo.

**Técnicas de codificación del cuestionario y tratamiento informático de los cuestionarios:**

La técnica de entrevista telefónica asistida por ordenador o la entrevista on-line permite que el cuestionario se programe informáticamente, lo que supone una recogida automática de datos y de todas las variables que se consideren oportunas a partir de las preguntas del cuestionario, facilitando también que se pueda incluir un completo sistema de control de la consistencia y coherencia de cada respuesta al mismo tiempo que se contesta a la entrevista.

Sólo las preguntas abiertas necesitarán de un plan de codificación, que será acordado con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. y ejecutado por un equipo profesional especializado en el tratamiento de la información.



### **Técnicas de depuración de los cuestionarios:**

Para la depuración de los cuestionarios, la empresa que realice el trabajo de campo, utilizará una aplicación informática que realizará los siguientes controles:

- Análisis de los principales estadísticos.
  1. Análisis de fiabilidad (consistencia de las variables que a priori se determina que deben estar correlacionadas si los datos son correctos).
  2. Análisis de la correcta aplicación de filtros.
  3. Análisis lógicos.
  4. Análisis de rangos.

### **Técnicas de imputación:**

No se utilizan.

### **Encuesta piloto**

Se realizó durante tres meses en el año 2010 con el fin de probar el funcionamiento del cuestionario y analizar los resultados obtenidos. Para ello se utilizó el cuestionario que actualmente se utiliza.

### **Cálculo de estimadores:**

No cabe especificación de diseño muestral alguno.

### **Elevación de los resultados:**

No cabe especificación de diseño muestral alguno.

### **Métodos de estimación de errores:**

No cabe especificación de diseño muestral alguno.



### **Validación de la información:**

Se realizarán controles o inspecciones a través de contactos a las unidades informantes tras recibir la entrevista. Estos controles son establecidos y llevados por la empresa adjudicataria del proyecto

Estos controles de calidad se harán aplicando las siguientes técnicas estadísticas y análisis de datos:

1. Análisis del comportamiento agregado de ciertas variables, estudiando su distribución por las variables de clasificación con el objetivo de encontrar posibles incongruencias.
2. Depuración de los datos obtenidos para verificar las cantidades muestrales y cuotas especificadas y corregir los posibles errores de digitación y las inconsistencias detectadas de las entrevistas.
3. Comprobación exógena de la existencia de posibles desviaciones entre la información recogida y la correspondiente a estudios anteriores.
4. Comprobación endógena de la existencia de posibles desviaciones entre cuestionario y el valor “normal” correspondiente al total de la muestra.
5. Cálculo de medidas de asociación entre variables categóricas como la Chi-cuadrado de Pearson y la razón de verosimilitud.
6. Cálculo de medidas de comparación de medias como la tabla ANOVA (análisis de la varianza) incluyendo estadísticos sobre la proporción de varianza explicada: coeficiente de correlación Pearson, para estudiar el grado de relación lineal existente entre dos variables cuantitativas, y su cuadrado.
7. Cálculo de la T de Student para contrastar hipótesis referidas a una media poblacional.
8. Cálculo de la F de Snedecor para poner a prueba la hipótesis de igualdad de la media.

El **sujeto informante** para el desarrollo de esta actividad es por tanto el turista español, británico o alemán, que ha visitado Andalucía recientemente, que o bien ha sido entrevistado por el IECA para la ECTA y ha dado su conformidad para que le realicen esta encuesta, o bien pertenece al panel utilizado para completar el número de entrevistas necesarias para el desarrollo de esta operación estadística.



Restricciones y alternativas

Como se ha mencionado con respecto al sujeto informante, si la información proporcionada por la ECTA no fuera suficiente para obtener el número de encuestas necesarias, al no obtener el número de respuestas deseadas, habrá que seleccionar nuevos turistas, por ello se le exigirá a la empresa que vaya a realizar el trabajo de campo que ofrezca una relación de estos que cumplan con las características técnicas de la encuesta.

#### **4. PLAN DE ANÁLISIS Y TABULACIÓN**

##### **Preparación y tratamiento base de la información**

La operación estadística consiste en realizar una encuesta de satisfacción con alrededor de 70 ítems a aquellas personas que una vez regresado a su destino han visitado Andalucía a ser posible en los tres meses anteriores a la realización de la entrevista. Esto es así con el fin de contar con el efecto recuerdo. En esta entrevista se solicita una valoración entre 1 y 5 puntos sobre cada uno de los ítems abordados.

Una vez realizada la encuesta, en la fase de tratamiento de la información se otorga la categoría de “satisfecho” a la agrupación de las valoraciones de 4 y 5 puntos.

##### **Sistemas de codificación y nomenclaturas utilizados**

-



## **Criterios y variables de clasificación**

-

## **Análisis realizado y metodología**

El análisis de los resultados se realiza mediante herramientas de SPSS y los resultados que se ofrecerán serán de la forma siguiente:

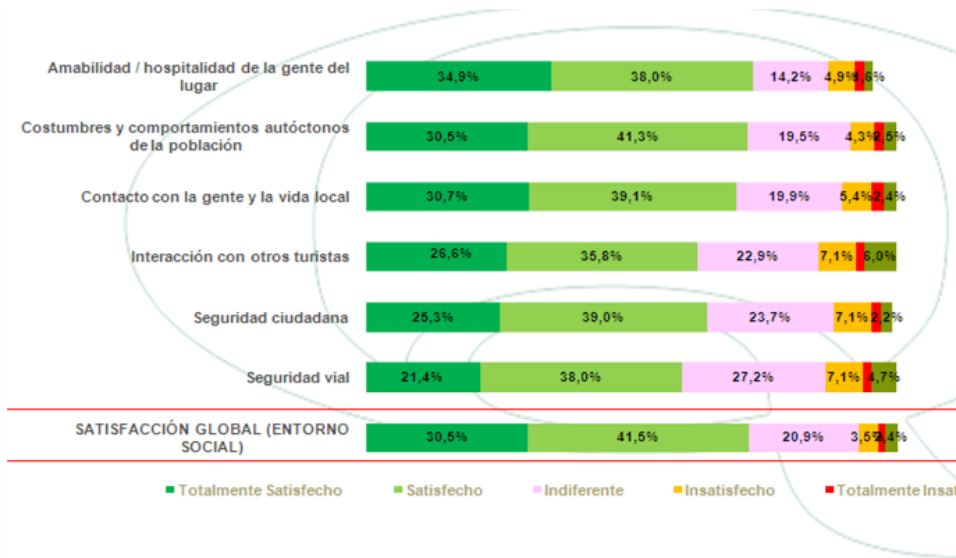
### Análisis de los resultados

1.- Valoración de 1 a 5 a un total de 70 ítems, las valoraciones con 4 y 5 puntos implican satisfacción por parte del encuestado. Los ítems se agrupan bajo la siguiente clasificación:

- Consulta/ búsqueda de información
- Reserva
- Transporte
- Movilidad
- Alojamiento
- Oferta gastronómica
- Entorno cultural
- Entorno social
- Entorno natural
- Otros servicios turísticos



Como ejemplo se representa, a continuación, la categoría “entorno social” que es valorada a través de 6 ítems. Esta información también puede obtenerse para españoles, británicos y alemanes, así como para segmentos turísticos específicos.



2.- Cada ítem tiene una importancia en el total de la satisfacción de cada categoría y la relación entre ambas variables (Eje Y: Importancia/ Eje X: Satisfacción) se representa de la siguiente Interpretación del gráfico: Cuanto más a la derecha y arriba, más satisfacción e importancia del ítem.

-

+

-



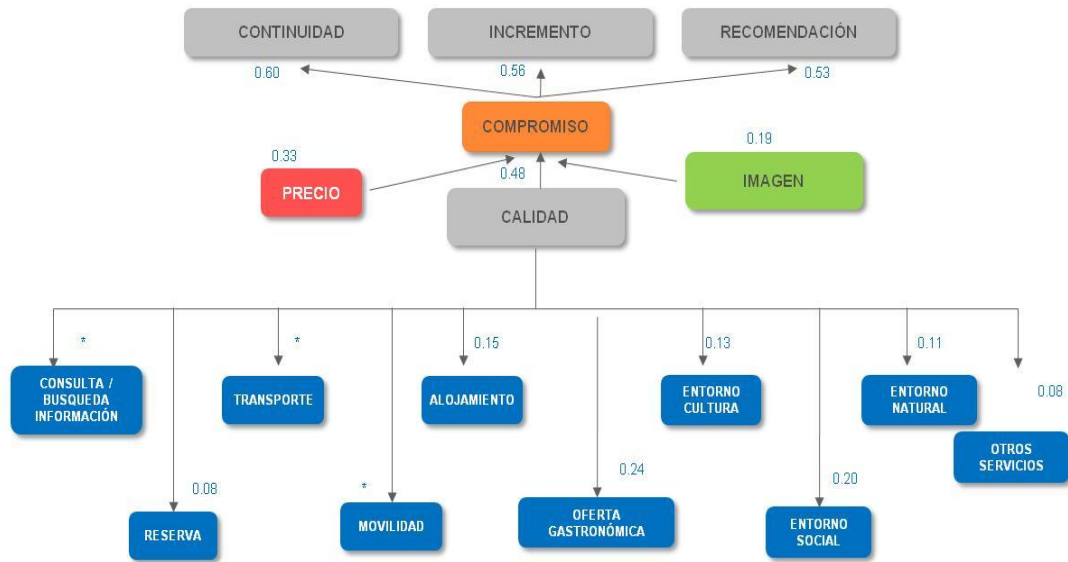
El área roja incluye aquellos aspectos que son bastante importantes para el turista durante su viaje pero el grado de satisfacción de los mismos ha estado por debajo de la media. Aquí están situados todos los ítems sobre los que es necesario actuar a corto plazo.

En el área naranja se representan aquellos aspectos que no son tan relevantes para el turista y además no han cubierto las expectativas de satisfacción del mismo. En esta ocasión la actuación para la mejora de estos ítems puede esperar a más largo plazo.

Sobre el área beige se dibujan aquellos puntos que siendo bastantes importantes para los turistas han cubierto gratamente las expectativas de los mismos y han obtenido una gran valoración en cuanto a satisfacción. Es un área en la que hay que estar vigilantes para seguir manteniendo la calidad ya que los puntos que se sitúen sobre ella tienen gran influencia a la hora de llevarse una imagen del destino.

Por último el área verde es sobre la que se puede mantener la calma, ya que en ella se representan aquellos aspectos que no siendo importantes para el turista sin embargo proporcionan un nivel de satisfacción bastante elevado.

3.- Al igual que el “entorno social” engloba una serie de ítems, esta categoría forma parte de una superior que en este caso es el concepto de “calidad”. En el gráfico inferior puede observarse que la “oferta gastronómica” junto con el “entorno social” son los dos aspectos más relevantes para los turistas en el destino, porque alcanza los coeficientes más altos (0,24 y 0,20 respectivamente).



\* Impacto muy bajo

Este modelo sirve para poder identificar los resortes claves del destino, determinar los procesos críticos desde la perspectiva de la demanda turística y que elemento de cada uno de ellos deben considerarse en primer lugar, estableciendo así un esquema de actuaciones en función de las prioridades.

Este modelo parte de que el comportamiento deseable de los turistas es consecuencia de su compromiso o lealtad con el destino. La lealtad/compromiso a su vez viene determinada por diversas actitudes u opiniones que los turistas mantienen para con el destino turístico, gestadas a partir de sus experiencias concretas con la misma, así como con los productos y/o servicios.





## **Control de calidad**

### **Genéricos:**

- Aplicación de los Estándares de Calidad ISO 9001, ISO 20252 e ISO 27001 y los Procedimientos de ECIM de ANEIMO.
- Inclusión de la base de datos de elementos muestrales en un fichero Público inscrito en el Registro General de Protección de datos.
- Garantía de secreto estadístico mediante la aplicación de la UNE-ISO020252 e ISO 27.001.
- Obligación de guardar la confidencialidad y el secreto profesionalidad
- Gestión de seguridad y procesos de acceso a información según ISO 27.001
- Gestión de procesos medioambientales según ISO 14.001

### **De la muestra:**

- Inspección de cobertura
- Comprobación de la correcta selección del encuestado.

### **Del trabajo de campo:**

- Verificación de la coherencia en el contenido de determinados apartados del cuestionario.
- Control del error sistemático en la cumplimentación de los cuestionarios.
- Seguimiento en tiempo real del balance de incidencias acaecidas durante la realización del trabajo de campo.
- Relectura y supervisión del 100% de los cuestionarios realizados por los entrevistadores.
- Completar el 100% válido de las unidades muestrales a investigar.



- Control del cumplimiento de cuotas objetivo
- Comprobación exógena de la existencia de posibles desviaciones entre cada cuestionario y el valor “normal” correspondiente al valor de la muestra.
- Validación del 100% de los cuestionarios.
- Inspección de contenido del 15% de las entrevistas
- Supervisión aleatoria del 15% de los contactos codificados como no colaboradores.
- Supervisión aleatoria del 15% de los contactos codificados como no localizables.
- Supervisión por encuestador
- Evaluación de la coherencia interna.
- Análisis de la completitud.
- Análisis del comportamiento agregado.
- Depuración de los datos obtenidos.
- Detección de las incompatibilidades en las respuestas.

**Del análisis de datos:**

- Cálculo de medias de asociación entre variables categóricas
- Cálculo de medidas de comparación de medias.
- Cálculo de la T de Student para contrastar hipótesis referidas a una media poblacional.
- Cálculo de la F de Snedecor para poner a prueba la hipótesis de igualdad de media.



## **Normas para garantizar el secreto estadístico**

Cuando se recoge la información para la operación estadística “Indicadores de Satisfacción Turística en Andalucía”, se informa a los entrevistados de que serán objeto de protección y quedarán amparados por el secreto estadístico todos los datos personales que obtengan los servicios estadísticos, tanto directamente de los informantes como a través de fuentes administrativas (art. 13.1 de la Ley de la Función Estadística Pública de 9 de mayo de 1989, (LFEP)). Y también se les informa sobre que todo el personal estadístico tiene la obligación de preservar el secreto estadístico (art. 17.1 de la LFEP).

## **Normas y estándares de aplicación**

Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de igualdad de género en Andalucía

Artículo 10. Estadísticas e investigaciones con perspectiva de género.

1. Los poderes públicos de Andalucía, para garantizar de modo efectivo la integración de la perspectiva de género en su ámbito de actuación, deberán:

a) Incluir sistemáticamente la variable sexo en las estadísticas, encuestas y recogida de datos que realicen.

b) Incorporar indicadores de género en las operaciones estadísticas que posibiliten un mejor conocimiento de las diferencias en los valores, roles, situaciones, condiciones, aspiraciones y necesidades de mujeres y hombres, su manifestación e interacción en la realidad que se vaya a analizar.

c) Analizar los resultados desde la dimensión de género.

2. Asimismo, realizarán análisis e investigaciones sobre la situación de desigualdad por razón de sexo y difundirán sus resultados. Especialmente, contemplarán la situación y necesidades de las mujeres en el medio rural, y de aquellos colectivos de mujeres sobre los que influyen diversos factores de discriminación.



### **Posibles resultados (plan de tabulación, mapas, fotos, servicios, datos espaciales u otros que se esperan obtener)**

Se obtendrán resultados de satisfacción para cada una de las siguientes áreas:

- Consulta/ búsqueda de formación
- Reserva
- Transporte
- Movilidad
- Alojamiento
- Oferta gastronómica
- Entorno cultural
- Entorno social
- Entorno natural
- Otros servicios turísticos

### **Niveles de desagregación territorial alcanzados**

Autonómico

### **Unidades de medida utilizadas**

Porcentajes de satisfacción, distribución de satisfechos sobre el total de encuestados.

### **Indicadores que se van a construir**

No hay indicadores especiales, los resultados se obtienen de calcular los porcentajes de satisfechos y no satisfechos.



## **5. PLAN DE DIFUSIÓN**

Denominación de la publicación

Indicadores de satisfacción turística en Andalucía

Organismo difusor

Consejería competente

**Tipo de producto de difusión (microdatos, datos espaciales, tablas, gráficos, mapas, fotos, bases de datos, directorios, servicios -WMS para aplicaciones,...-, informes, otros)**

Informes. Gráficos

Medio de difusión (Internet, CD-DVD, publicación impresa)

Internet

<http://www.ctd.junta-andalucia.es/turismoydeporte/opencms/areas/servicios/centro-documentacion/publicaciones/turismo/Indicadores-de-satisfaccion-turistica-de-Andalucia/>

**Periodicidad de la publicación**

Anual.

**Periodicidad de difusión de resultados**

Anual

**Perfil de los receptores (descripción de los usuarios potenciales de los datos)**

Entes públicos y privados.

**Disponibilidad de bases de datos**

Trimestral.



## **Posibilidad de peticiones específicas a demanda o disponibilidad de microdatos**

Las tabulaciones a medida son posibles siempre y cuando se respete la representatividad deseada para las variables de estudio.

## **6. RECURSOS Y PRESUPUESTO**

### Recursos humanos

Dada las características de la encuesta planteada, no se disponen de los recursos necesarios para acometerla desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. por ello se propone una contratación externa del trabajo de campo siempre bajo la supervisión del Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA).

En cuanto a los recursos personales en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A., cabe destacar dos técnicos responsables asignados a la actividad.

### Recursos materiales

Hardware: Equipos informáticos disponibles en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.

Software: SPSS

### Recursos económicos

Trabajo de campo: Cuya asignación económica puede variar según las especificaciones de la contratación y su adjudicación; para el Programa 2019 el coste estimado es cero, pero durante el Programa 2018 esta operación, cofinanciada con fondos FEDER, ha supuesto un coste aproximado de 35.000 euros.



## 7. CRONOGRAMA

**Recogida u obtención de información:** La recogida de información se hace paulatinamente tras la finalización de cada trimestre. Es decir durante los 4 trimestres del año se recoge la información de dicho año. Dicha recogida se realiza en los meses siguientes a tener los trabajos realizados para la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, tras recibir los datos telefónicos de los que han sido entrevistados por el IECA y que han dado su conformidad para participar en el estudio.

**Tratamiento y procesamiento de datos:** al igual que el apartado anterior, se tratarán una vez se hayan realizado las encuestas y se tengan resultados.

**Obtención y difusión de resultados:** se realiza en junio de cada año y los datos se refieren al año anterior.

Fase	Tarea	Ene/ n	Fe b/n	Mar/ n	Abr/ n	May /n	Jun/n	Jul/ n	Ago/ n	Sep/ n	Oct/ n	Nov/ n	Dic/ n
Recogida u obtención de información	Recogida trimestral de la información	Tri4/n-1			Tri1/n			Tri2/n			Tri3/n		
Tratamiento y procesamiento de datos	Tratamiento trimestral de los datos	Tri4/n-1			Tri1/n			Tri2/n			Tri3/n		
Obtención y difusión de resultados	Publicación en el Balance Anual						Año n-1						



## 7. ANEXOS:

### Cuestionario

#### RECLUTAMIENTO

**R.1** ¿Ha viajado a Andalucía en los últimos doce meses?

Sí	1	PASAR A R.2
No	2	• AGRADECER Y FINALIZAR

**R.2** ¿Cuál/es de las siguientes actividades realizan en su viaje a Andalucía? *RESPUESTA MÚLTIPLE*

Turismo de sol y playa	1
El paisaje y la naturaleza	2
Turismo cultural	3
Trabajo / negocios	4
Prácticas deportivas	5
Visitar a familiares o amigos	6
Actividades relacionadas con la salud	7
Compras	8
Estudios	9
Otros (especificar).....	10

**R.3** ¿Con quién realizó su viaje a Andalucía?

Solo	1
Con su pareja	2
Con su pareja e hijos	3
Con amigos	4
Con compañeros de trabajo	5
Con compañeros de estudio	6
Otros (especificar).....	8





## IMAGEN DE ANDALUCÍA

**P.0** A continuación, se incluyen una serie de afirmaciones relacionadas con Andalucía con las que pretendemos **analizar la imagen que poseía de Andalucía antes de realizar su viaje allí**.

Por favor, **valore su grado de acuerdo o desacuerdo** para cada una de ellas en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada De Acuerdo” y 5, “Totalmente De Acuerdo”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
0.	GRADO DE ACUERDO / DESACUERDO CON... tenía una imagen de Andalucía muy positiva	1	2	3	4	5	9
0.1	Andalucía es un destino de sol y playa	1	2	3	4	5	9
0.2	Andalucía cuenta con unas infraestructuras hoteleras de calidad	1	2	3	4	5	9
0.3	Andalucía es un destino cultural	1	2	3	4	5	9
0.4	Andalucía es hospitalaria	1	2	3	4	5	9
0.5	Andalucía es una región española representativa de todo el país	1	2	3	4	5	9
0.6	Andalucía es un destino barato	1	2	3	4	5	9
0.7	Andalucía es limpia	1	2	3	4	5	9
0.8	Andalucía es segura	1	2	3	4	5	9

## PROCESO DE CONSULTA / BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE ANDALUCÍA

**P.1** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con el **proceso de consulta que realizó para obtener información y planificar su viaje a Andalucía**.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
1.1	Rapidez en encontrar información sobre la oferta del destino	1	2	3	4	5	9
1.2	Facilidad para encontrar información sobre la oferta del destino	1	2	3	4	5	9
1.3	Información actualizada	1	2	3	4	5	9
1.4	La información encontrada es completa	1	2	3	4	5	9
1.5	Disponibilidad de la información en su diferentes idiomas	1	2	3	4	5	9
1.6	Disponibilidad de información climatológica	1	2	3	4	5	9
1.7	Rapidez de respuesta ante solicitudes de información	1	2	3	4	5	9
1.8	Información sobre precios	1	2	3	4	5	9
1.	SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el proceso de consulta / búsqueda de información sobre Andalucía	1	2	3	4	5	9



**P.1.A** ¿Diría usted que las expectativas que se había formado sobre Andalucía como consecuencia del proceso de consulta y búsqueda de información que realizó sobre Andalucía antes de realizar su viaje (fotos, descripciones del destino...) se vieron finalmente cubiertas?

No, en absoluto	1
Sólo en parte	2
Sí, completamente	3

### RESERVAS

**P.2** Antes de viajar a Andalucía, ¿realizó algún tipo de reserva anticipada (de alojamiento, transporte, visitas a monumentos...)?

Sí	1	- PASAR A P.2.1 y P.2.2
No	2	→ PASAR A P.3

#### SÓLO SI CÓDIGO 1 EN P.2

**P.2.1** Concretamente, ¿qué reservas realizó? *RESPUESTA MÚLTIPLE*

Alojamiento	1
Transporte	2
Visitas a monumentos	3
Actividades culturales, exposiciones....	4
Restaurantes / comidas	5
Otros (especificar).....	6

#### PARA CADA UNA DE LAS OPCIONES MENCIONADAS EN P.2.1

**P.2.2** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con la **reserva de.....** (*personalizar según respuesta en P.2.1*)

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS	NC
2.2.1	Rapidez en realizar al reserva	1	2	3	4	5	9	
2.2.2	Facilidad para realizar la reserva	1	2	3	4	5	9	
2.2.3	Seguridad transmitida por el proceso de compra	1	2	3	4	5	9	
2.2.4	Claridad de las condiciones de la reserva	1	2	3	4	5	9	
2.2.5	La información encontrada es completa	1	2	3	4	5	9	
2.2.6	Disponibilidad de la información en su idioma / inglés	1	2	3	4	5	9	



2.2	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el proceso de reserva</b>	1	2	3	4	5	9
-----	---	---	---	---	---	---	---

**P.2.A** ¿Diría usted que las expectativas que se había formado sobre su alojamiento como consecuencia del proceso de consulta y búsqueda de información que realizó sobre él antes de realizar su viaje (fotos, comentarios de otros viajeros...) se vieron finalmente cubiertas?

No, en absoluto	1
Sólo en parte	2
Sí, completamente	3



## INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE

### P.3 ¿A través de qué infraestructura de transporte llegó a Andalucía?

RESPUESTA ÚNICA

Aeropuerto	1	→	PASAR A P.3.1.1
Estación de tren	2	→	PASAR A P.3.1.1
Puerto	3	→	PASAR A P.3.1.1
Carretera	4	→	PASAR A P.4

PARA CADA UNA DE LAS OPCIONES MENCIONADAS EN P.3.1

**P.3.1** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con.....(personalizar según respuesta en P.3) a través del que llegó a Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS
							NC
3.1.1	Modernidad de las instalaciones	1	2	3	4	5	9
3.1.2	Limpieza	1	2	3	4	5	9
3.1.3	Rapidez del check in / check out	1	2	3	4	5	9
3.1.4	Distancia al alojamiento	1	2	3	4	5	9
3.1.5	Acceso de los vehículos	1	2	3	4	5	9
3.1.6	Conexiones con el centro de la ciudad	1	2	3	4	5	9
3.1.7	Existencia de tomas de electricidad para cargar aparatos electrónicos (teléfonos móviles, ordenadores...)	1	2	3	4	5	9
3.1.8	Disponibilidad de la información en su idioma / inglés	1	2	3	4	5	9
3.1	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... la infraestructura de transporte a través de la que llegó a Andalucía</b>	1	2	3	4	5	9



## MOVILIDAD EN EL DESTINO

**P.4** A continuación nos interesa recoger su opinión, una vez en el lugar de destino elegido, acerca de la **movilidad o facilidad para desplazarse** dentro de dicho lugar o a otros lugares.

RESPUESTA ÚNICA

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS	NC
4.1	Disponibilidad de transporte público (autobús, taxi, tren...)	1	2	3	4	5	9	
4.2	Variedad de medios de transporte público	1	2	3	4	5	9	
4.3	Frecuencia del servicio de transporte público	1	2	3	4	5	9	
4.4	Puntualidad del transporte público	1	2	3	4	5	9	
4.5	Disponibilidad del servicio de alquiler de coches, motos y bicicletas	1	2	3	4	5	9	
4.6	Facilidad de aparcamiento	1	2	3	4	5	9	
4.7	Señalización vial	1	2	3	4	5	9	
4.8	Disponibilidad de parking en el alojamiento, restauración, ocio...							
4.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... la movilidad o facilidad para desplazarse</b>	1	2	3	4	5	9	

## ALOJAMIENTO

**P.5 ¿En qué tipo de alojamiento se hospedó durante su estancia en Andalucía? En caso que, durante su estancia en Andalucía haya permanecido en diferentes tipos de alojamiento, por favor, señale aquel en el que se ha alojado un mayor número de noches**

RESPUESTA ÚNICA

Hotel	1	➔	PASAR A P.5.1.1
Otro alojamiento reglado (camping, parador, villa turística, apartahotel)	2	➔	PASAR A P.5.1.1
Alojamiento alquilado	3	➔	PASAR A P.5.1.1
Alojamiento particular (casa de amigos...)	4	➔	PASAR A P.6

### SÓLO SI CÓDIGO 1 EN P.5

**P.5.1** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con el **alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.



Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.1.1	Ubicación	1	2	3	4	5	9
5.1.2	Equipamiento tecnológico	1	2	3	4	5	9
5.1.3	Habitaciones	1	2	3	4	5	9
5.1.4	Instalaciones	1	2	3	4	5	9
5.1.5	Servicios	1	2	3	4	5	9
5.1.6	Personal	1	2	3	4	5	9
5.1	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el alojamiento</b>	1	2	3	4	5	9

#### ALOJAMIENTO: UBICACIÓN

**P.5.2** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con la **ubicación del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.2.1	Entorno atractivo	1	2	3	4	5	9
5.2.2	Distancia a las instalaciones o actividades objeto de su visita	1	2	3	4	5	9
5.2.3	Tranquilidad de la zona	1	2	3	4	5	9
5.2.4	Vistas atractivas desde el alojamiento	1	2	3	4	5	9
5.2.5	Facilidad de acceso	1	2	3	4	5	9



### ALOJAMIENTO: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO

**P.5.3** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con el **equipamiento tecnológico del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.3.1	Disponibilidad de conexión wifi a Internet	1	2	3	4	5	9
5.3.2	Disponibilidad de TV vía satélite	1	2	3	4	5	9
5.3.3	Cobertura de teléfonos móviles	1	2	3	4	5	9

### ALOJAMIENTO: HABITACIONES

**P.5.4** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con las **habitaciones del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.4.1	Confort de la habitación	1	2	3	4	5	9
5.4.2	Limpieza de la habitación	1	2	3	4	5	9
5.4.3	Tamaño de la habitación	1	2	3	4	5	9
5.4.4	Limpieza de la ropa de cama (sábanas, colchón...)	1	2	3	4	5	9
5.4.5	Limpieza de las toallas	1	2	3	4	5	9
5.4.6	Decoración	1	2	3	4	5	9
5.4.7	Mobiliario	1	2	3	4	5	9
5.4.8	Sistema de Aire Acondicionado y/o calefacción	1	2	3	4	5	9



### ALOJAMIENTO: INSTALACIONES

**P.5.5** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con las **instalaciones del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.5.1	Modernidad	1	2	3	4	5	9
5.5.2	Grado de conservación y mantenimiento	1	2	3	4	5	9
5.5.3	Instalaciones de ocio (bares, piscina, salones de bellezas...)	1	2	3	4	5	9
5.5.4	Instalaciones para conferencias	1	2	3	4	5	9
5.5.5	Instalaciones para niños	1	2	3	4	5	9
5.5.6	Instalaciones para personas de edad avanzada	1	2	3	4	5	9
5.5.7	Zonas para fumadores	1	2	3	4	5	9
5.5.8	Aparcamiento	1	2	3	4	5	9
5.5.9	Sistema de Aire Acondicionado y/o calefacción en zonas comunes	1	2	3	4	5	9

### ALOJAMIENTO: SERVICIOS

**P.5.6** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con los **servicios del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.6.1	Flexibilidad en la hora de salida	1	2	3	4	5	9
5.6.2	Oferta de comida y bebida	1	2	3	4	5	9
5.6.3	Servicio médico	1	2	3	4	5	9
5.6.4	Accesibilidad al alojamiento	1	2	3	4	5	9
5.6.5	Disponibilidad de material e información impresa sobre la zona	1	2	3	4	5	9
5.6.6	Disponibilidad de información en su idioma / inglés	1	2	3	4	5	9





### ALOJAMIENTO: PERSONAL

**P.5.7** A continuación, se incluyen una serie de aspectos relacionados con el **personal del alojamiento** en el que se hospedó durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
5.7.1	Apariencia y forma de vestir	1	2	3	4	5	9
5.7.2	Trato amable y amistoso con los huéspedes	1	2	3	4	5	9
5.7.3	Disponibilidad para ayudar a los huéspedes	1	2	3	4	5	9
5.7.4	Resolución de las peticiones de los huéspedes	1	2	3	4	5	9
5.7.5	Prestación de atención individualizada	1	2	3	4	5	9
5.7.6	Eficiencia en el check in / check out	1	2	3	4	5	9
5.7.7	Atención en diferentes idiomas	1	2	3	4	5	9
5.7.8	Profesionalidad	1	2	3	4	5	9
5.7.9	Atención en su idioma nativo / inglés	1	2	3	4	5	9

### OFERTA GASTRONÓMICA

**P.6** Por favor, **valore su nivel de satisfacción** respecto a los siguientes aspectos relacionados con la **oferta gastronómica en Andalucía**. Para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
6.1	Calidad de la oferta gastronómica	1	2	3	4	5	9
6.2	Gastronomía típica de la región	1	2	3	4	5	9
6.3	Variedad de restaurantes internacionales	1	2	3	4	5	9
6.4	Variedad de locales de restauración	1	2	3	4	5	9
6.5	Limpieza de los locales de restauración	1	2	3	4	5	9
6.6	Oferta gastronómica de su país de origen	1	2	3	4	5	9
6.7	Oferta gastronómica tipo <i>fast food</i>	1	2	3	4	5	9
6.8	Confianza en la seguridad alimentaria de la comida ofertada	1	2	3	4	5	9
6.9	Idiomas en rótulos / carteles informativos de los locales de restauración	1	2	3	4	5	9
6.10	Facilidad para obtener bebidas alcohólicas	1	2	3	4	5	9
<b>6.</b>	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... la oferta gastronómica en Andalucía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>



## ENTORNO CULTURAL

**P.7** Ahora nos interesaría recoger su opinión acerca del **entorno cultural de la/s zona/s que visitó** durante su estancia en Andalucía.

Por favor, **valore su nivel de satisfacción** para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
7.1	Oferta de actividades recreativas (instalaciones deportivas, SPAs, parques temáticos, parques infantiles...)	1	2	3	4	5	9
7.2	Flexibilidad en los horarios de apertura de los comercios	1	2	3	4	5	9
7.3	Vida nocturna (pubs, casinos, discotecas...)	1	2	3	4	5	9
7.4	Variedad de tiendas donde realizar compras	1	2	3	4	5	9
7.5	Oferta cultural (festivales musicales, exposiciones, espectáculos...)	1	2	3	4	5	9
7.6	Conservación del patrimonio monumental	1	2	3	4	5	9
7.7	Horario de apertura de los monumentos	1	2	3	4	5	9
7.8	Riqueza cultural, histórica y arquitectónica	1	2	3	4	5	9
7.9	Oferta de visitas guiadas a monumentos	1	2	3	4	5	9
7.10	Galerías de arte/museos/arqueología	1	2	3	4	5	9
7.11	Mercadillos	1	2	3	4	5	9
7.12	Espectáculos de flamenco y fiestas típicas (toros, ferias...)	1	2	3	4	5	9
7.13	Señalización de monumentos, museos y sitios pintorescos	1	2	3	4	5	9
7.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el entorno cultural de la/s zona/s que visitó</b>	1	2	3	4	5	9



## ENTORNO SOCIAL

**P.8** Respecto al **entorno social de la/s zona/s que visitó** durante su estancia en Andalucía, nos gustaría recoger **su nivel de satisfacción** de diferentes aspectos. Para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
8.1	Amabilidad / hospitalidad de la gente del lugar	1	2	3	4	5	9
8.2	Costumbres y comportamientos autóctonos de la población	1	2	3	4	5	9
8.3	Contacto con la gente y la vida local	1	2	3	4	5	9
8.4	Interacción con otros turistas	1	2	3	4	5	9
8.5	Seguridad ciudadana	1	2	3	4	5	9
8.6	Seguridad vial	1	2	3	4	5	9
8.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el entorno social de la/s zona/s que visitó</b>	1	2	3	4	5	9

## ENTORNO NATURAL

**P.9** También nos interesa conocer su satisfacción con diferentes aspectos relacionados con el **entorno natural y paisajístico de la/s zona/s que visitó** durante su estancia en Andalucía, nos gustaría recoger **su nivel de satisfacción** de diferentes aspectos. Para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
9.1	Atractivo del entorno natural y paisajístico	1	2	3	4	5	9
9.2	Conservación de patrimonio natural	1	2	3	4	5	9
9.3	Visitas guiadas y excursiones al medio natural	1	2	3	4	5	9
9.4	Oportunidades para ver la fauna y la flora	1	2	3	4	5	9
9.5	Parques Nacionales / Naturales	1	2	3	4	5	9
9.6	Calidad de las playas	1	2	3	4	5	9
9.7	Limpieza de las áreas de playa y del mar	1	2	3	4	5	9
9.8	Masificación de las playas	1	2	3	4	5	9
9.9	Servicios en la playa (tumbonas, duchas...)	1	2	3	4	5	9
9.10	Acceso y aparcamientos en las playas	1	2	3	4	5	9
9.11	Nivel de polución / contaminación	1	2	3	4	5	9
9.12	Cuidado del medio ambiente (reciclaje...)	1	2	3	4	5	9
9.13	Ruido ambiental	1	2	3	4	5	9
9.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el entorno natural y paisajístico de la/s zona/s que visitó</b>	1	2	3	4	5	9



## OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

**P.10** Además de todos los aspectos comentados anteriormente, existen **otros servicios turísticos** (oficinas de información turística, oficinas de cambio de dinero, carteles informativos de instalaciones turísticas...).

Para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
10.1	Facilidad para obtener cambio de moneda	1	2	3	4	5	9
10.2	Facilidad para obtener dinero en metálico con la tarjeta de crédito	1	2	3	4	5	9
10.3	Servicio post-venta del alojamiento	1	2	3	4	5	9
10.4	Recepción de noticias y avisos sobre novedades de la zona visitada	1	2	3	4	5	9
10.5	Presencia de oficinas de turismo y centros de información turística	1	2	3	4	5	9
10.6	Variedad de la información ofrecida en las oficinas de turismo y centros de información turística	1	2	3	4	5	9
10.7	Claridad de la información ofrecida en las oficinas de turismo y centros de información turística	1	2	3	4	5	9
10.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... otros servicios turísticos (oficinas de información turística, oficinas de cambio de dinero, carteles informativos de instalaciones turísticas...)</b>	1	2	3	4	5	9

## PRECIOS

**P.11** Por favor, valore su nivel de satisfacción con el **nivel general de los precios** (del alojamiento, de la restauración, del transporte público...) **en Andalucía**. Para cada uno de ellos en una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

							NS NC
11.1	Precio del alojamiento	1	2	3	4	5	9
11.2	Precio del transporte público	1	2	3	4	5	9
11.3	Precio de los locales de restauración						
11.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON... el nivel general de los precios en Andalucía</b>	1	2	3	4	5	9



## SATISFACCIÓN GLOBAL

**P.12** Por favor, ahora tenga en cuenta todos los aspectos que hemos ido mencionando de su visita y valore la satisfacción global con la visita a Andalucía. Para ello utilice una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada Satisfecho” y 5, “Totalmente Satisfecho”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

						NS	NC
12.	<b>SATISFACCIÓN GLOBAL CON...</b> <b>La visita a Andalucía</b>	1	2	3	4	5	9

**P.13** Pensando en su viaje a Andalucía, en qué medida recomendaría dicho destino a colegas o familiares. Para ello utilice una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Seguro que no” y 5, “Seguro que sí”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

						NS	NC
13.	<b>Recomendación</b>	1	2	3	4	5	9

**P.14** Pensando en su viaje a Andalucía, en qué medida piensa que volverá a elegir Andalucía como destino turístico. Para ello utilice una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Seguro que no” y 5, “Seguro que sí”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

						NS	NC
14.	<b>Continuidad</b>	1	2	3	4	5	9

**P.15** Pensando en su viaje a Andalucía, en qué medida piensa que incrementará el número de viajes a Andalucía en los próximos años. Para ello utilice una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Seguro que no” y 5, “Seguro que sí”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

						NS	NC
15.	<b>Incremento</b>	1	2	3	4	5	9



**P.16** Para terminar le voy a leer unas frases relacionadas con Andalucía como destino turístico para que me diga en qué medida está de acuerdo o no con las mismas. Para ello utilice una escala del 1 al 5 donde 1 significa “Nada de acuerdo” y 5, “Totalmente de acuerdo”. Puede utilizar valoraciones intermedias para matizar su respuesta.

								<b>NS NC</b>
16.1	<b>Suelo considerar Andalucía como destino turístico cuando pienso en mis vacaciones</b>	1	2	3	4	5	9	

### PREGUNTAS DE CLASIFICACIÓN

**C.1 ¿Podría decirme su edad?** ..... años

**C.2 Por favor, indíqueme su género**

Hombre	1
Mujer	2

**C.3 Por favor, indíqueme su nivel de estudios terminados**

Menos de estudios primarios	1
Estudios primarios	2
Estudios secundarios	3
Estudios superiores	4

**C.4 Por favor, indíqueme su situación laboral actual**

Ocupado por cuenta propia	1
Ocupado por cuenta ajena	2
Pensionista / Jubilado	3
Estudiante	4
Parado	5
Ama de casa	6



**C.5 Por favor, indíqueme su país de residencia**

España	1
Alemania	2
Reino Unido	3