

MEMORIA TÉCNICA DE LA ACTIVIDAD

“DEMANDA TURISTICA EN ANDALUCIA. SEGMENTOS TURÍSTICOS.”





0. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Código y denominación de la actividad

05.09.05 Demanda turística en Andalucía. Segmentos turísticos

Tipo de actividad

Actividad estadística

Clasificación de la actividad

- En función de su etapa de desarrollo: operación.
- 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.

Organismos colaboradores y convenio

-



1.INTRODUCCIÓN

Área de estudio

El sector turístico es uno de los principales ingresos con los que cuenta la economía andaluza, pero hay que tener en cuenta que el turismo en Andalucía no es sólo sol y playa y que no todos los turistas vienen buscando eso, sino que también ofrecemos otras modalidades de turismo como son: el turismo rural, el cultural, el deporte (golf, windsurf, hípica....), negocios y reuniones, convenciones, etc...Teniendo en cuenta todo ello, no podemos centrarnos solamente en ampliar y mejorar nuestra oferta turística para sol y playa, sino también en el resto de ámbitos para así poder tener una mayor cuota de mercado en turismo al abarcar todo tipo de "segmentos turísticos". Si queremos prosperar en este sector tendremos que explotar el resto de segmentos turísticos, pues muchos de ellos están referidos a un mayor poder adquisitivo por parte del turista que viene a visitarnos (el turismo de sol y playa es uno de los más baratos), además de poder obtener un mayor prestigio en nuestra oferta turística no sólo a nivel nacional sino internacional. Por todo ello, es necesario conocer profundamente los "segmentos turísticos" tanto para ampliarlos como para mejorarlos, y ello es lo que se pretende hacer con la realización de la actividad estadística que nos ocupa.

Marco conceptual: conceptos y definiciones

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT):

6. Visitante: es toda aquella persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Existen dos clases de visitantes: turistas, los cuales deben permanecer una o más noches en el lugar visitado y los excursionistas, que comprenden a aquellos que visitan un lugar sin pernoctar en él.

 - Segmento turístico: grupo de consumidores que responden a unas características similares entre sí.

Para definir el entorno habitual, a efectos de esta actividad estadística, se considera turista a toda persona no residente en Andalucía que realice turismo en la Comunidad y a toda persona residente que se desplace a una zona distinta, según clasificación de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (en adelante ECTA), para



realizar turismo. En el caso del excursionismo, la noción del entorno habitual se establece como el municipio de residencia habitual y los desplazamientos fuera de éste que tienen carácter rutinario.

Antecedentes: en el tiempo / en otros ámbitos

Considerada estadística oficial desde 2004, año en el que se incluyó por primera vez en un programa estadístico anual, es concebida para completar la información de otras actividades estadísticas, siendo incluida desde entonces en los programas posteriores, incluido el programa 2019. Publicándose datos desde 2003.

La ECTA proporciona información muy valiosa sobre el comportamiento de la demanda en Andalucía, llegando incluso a ofrecer alguna información con representatividad estadística para Andalucía y anual de algunos segmentos (ciudad, cultural, litoral, interior, etc.). No obstante, adolece de algunas deficiencias entre las que cabe destacar:

- Falta de desagregación territorial.
- Determinación de aspectos cuantitativos y cualitativos más específicos según las características de cada tipo de turismo.
- Obtención de datos elevados (número de turistas e ingresos), para conocer la aportación del segmento al turismo andaluz.

Estas deficiencias justifican la necesidad de poner en marcha operaciones específicas para el análisis de los principales segmentos turísticos de Andalucía.

Además, la elaboración de estas operaciones se nutrirá de las experiencias acumuladas en el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (en adelante SAETA) (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Encuesta de Seguimiento Turístico, Encuesta de turismo de residentes, Encuesta de movimiento turístico en fronteras... etc.) así como la opinión de expertos.

No existen trabajos equivalentes que se hayan realizado o realicen en otros ámbitos



Justificación y utilidad

El sector turístico está sometido a una evolución continua. Los gustos y las preferencias de los consumidores cambian constantemente, así como los canales de información y de comercialización. Para poder adaptarse a una situación tan cambiante es necesario contar con un sistema de información adecuado que permita conocer cuáles son y en qué consisten las nuevas tendencias de la demanda turística. En particular esta información ayudará a las empresas turísticas andaluzas a mejorar su competitividad, fortalecimiento y consolidación.

Debido a la gran riqueza y variedad turística de Andalucía, la región cuenta con múltiples recursos y segmentos turísticos, los cuales deben ser identificados y analizados separadamente.

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.

Objetivos específicos

Con esta operación se pretende:

A) Obtener información anual para Andalucía de las principales variables de comportamiento tanto de la demanda como de la oferta para los segmentos turísticos del destino andaluz.



B) Realizar estudios más específicos que permitan un mejor conocimiento sobre grupos de turistas que responden a una misma motivación para adaptar mejor la oferta y las políticas turísticas. De este modo, se pretende dotar al sector turístico en general y a las PYMES turísticas en particular de herramientas que ayuden a la toma de decisiones, de una manera ágil y efectiva.

Ejes transversales

- **Cohesión:** la actividad es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.
- **Sostenibilidad:** para esta actividad no es aplicable el eje transversal de sostenibilidad.
- **Innovación:** la actividad es pertinente el eje transversal de innovación, ya que estudia variables relativas al uso de las nuevas tecnologías en el turismo.
- **Género:** esta actividad es pertinente al eje transversal de género ya que estudia variables relativas a personas.
- **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 residentes y no residentes en la Comunidad Autónoma andaluza con una determinada motivación.

Unidad investigada: Turistas residentes y no residentes en la Comunidad Autónoma andaluza con una determinada motivación.

Periodicidad en la recogida: Anual.

Desagregación territorial máxima alcanzada: Autonómico.

Variables

- Número de turistas
- Gasto medio diario
- Estancia media
- Hábitos de consumo turístico
- Motivación secundaria
- Procedencia
- Composición del gasto
- Sexo
- Valoración del segmento

Para más información véase en anexo cada uno de los cuestionarios empleados en el estudio de los segmentos.



Recogida de la información

Se establecen dos fases:

- Búsqueda de información de interés sobre el segmento turístico analizado (fuentes estadísticas secundarias de organismos oficiales: Instituto Nacional de Estadística (INE), Instituto de Estudios Turísticos (IET), Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (en adelante IECA), Federaciones Deportivas y Patronatos de Turismo, realizando un exhaustivo análisis de la oferta adscrita al segmento. Según la información recopilada en esta fase es o no necesario la realización de una encuesta por correo electrónico y/o telefónica a la oferta.

Esta fase tiene como objetivo obtener información que permita adaptar la muestra a la realidad que pretendemos medir (distribución muestral en el territorio andaluz, temporal, por procedencia, etc.)

- Estudio muestral mediante entrevista personal in situ a los turistas a través de un cuestionario, variando entre 2 y 24 los puntos de encuestación dependiendo del segmento analizado que se distribuirán según sus características por todo el territorio andaluz.

El detalle temporal será dividido en oleadas según temporada alta y temporada media/baja, para cada uno de los segmentos turísticos objeto de estudio.

Tipo de muestreo

El método de muestreo será aleatorio

Marco muestral y tamaño de la muestra

Se considera población infinita al desconocer el volumen de turistas de los segmentos turísticos, mientras que para su distribución territorial y temporal se realiza en función de la información disponible de la oferta específica de cada segmento de estudio (ejemplos: el reparto territorial y temporal de la muestra de turismo de puertos deportivos se realiza en función del número de atraques de puertos deportivos y su uso anual y, el reparto de la muestra de turismo de golf se realiza en función del número de salidas al campo de no socios al año, etc.)



Método de afijación de la muestra

Método de afijación proporcional

Según estas especificaciones se establece el trabajo de campo y se distribuye la muestra que se adecua al nivel de representatividad exigido en el análisis de la operación. No obstante, de forma general se realizan aproximadamente 1.500 cuestionarios por segmento según la muestra obtenida por población infinita con un nivel de confianza del 95,5% y un error del +/- 3,5% donde $p=q=0,5$.

De forma paralela se realizará un conteo aleatorio, para cada segmento, de los abordados hasta cubrir el total de la muestra de turistas diferenciando residentes y excursionistas.

Método de sustitución de unidades en la muestra

Las negativas o no perfil (residentes) se sustituyen por un entrevistado que cumpla con los requisitos exigidos: que su motivación principal sea el segmento analizado en cuestión y que cumpla la definición de visitante, aquella persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Existen dos clases de visitantes: turistas, los cuales deben permanecer una o más noches en el lugar visitado y los excursionistas, que comprenden a aquellos que visitan un lugar sin pernoctar en él.

Unidades de análisis

Turistas residentes y no residentes en la Comunidad Autónoma andaluza

Tipo de encuestación

Encuesta personal continua, de periodicidad anual y que se extiende a todo el territorio de Andalucía. La metodología utilizada para su elaboración parte del análisis de fuentes secundarias de información consideradas (véase primera fase de recogida de información).



Criterios de selección y formación específica proporcionada a los entrevistadores

Dada las características de la encuesta planteada (continua, trimestral y cobertura para el total del territorio andaluz), no se dispone de recursos suficientes para acometerla desde SAETA. Por ello se propone una contratación externa del trabajo de campo siempre bajo la supervisión del equipo SAETA.

Los entrevistadores vienen seleccionados por la empresa adjudicataria del trabajo de campo, especificándose en la oferta realizada por la empresa los curriculum del equipo de trabajo implicado en la operación, exigiéndose en todo caso que el número de encuestadores será el necesario para cubrir cuotas y además se exige que al menos el 50% de los encuestadores dominen además del español, el inglés y/u otro de los idiomas oficiales de la Unión Europea.

No obstante a la hora de seleccionar la empresa que realizará en trabajo de campo, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. valora muy positivamente aquellas que acreditan tener una cartera de entrevistadores con gran experiencia en trabajos similares.

Se realiza un curso de formación de una jornada laboral con la participación del técnico de SAETA responsable de la operación. En el curso se les facilita un “Manual del Encuestador” que consta de los siguientes apartados:

1. Introducción y objetivo del trabajo
2. Procedimiento a seguir en la realización del trabajo de campo
3. Métodos de Seguimiento de los trabajos de campo
4. Instrucciones para la correcta cumplimentación del cuestionario
5. Anexos con definiciones, códigos y cuestionario.



Control del trabajo de los entrevistadores

Se establecerán mecanismos de control del trabajo de campo que realice la empresa adjudicataria, en lo que se refiere al cumplimiento en la zona y tiempo preestablecido así como de la presencia y conducta del equipo investigador.

Utilización de cuestionario y tiempo estimado de cumplimentación

Se añaden cuestionarios como anexo. El tiempo estimado de cumplimentación varía según segmento (cuestionarios tienen aproximadamente entre 20 y 25 preguntas).

Técnicas de codificación del cuestionario

La grabación de las entrevistas personales se realiza “in situ” mediante soportes informáticos que llevan incorporadas la encuesta en los distintos idiomas anteriormente especificados. Este sistema ofrece una gran fiabilidad de la entrevista debido a los controles que incorporará: control de tiempos, validaciones, saltos entre preguntas, rotación de contenidos, etc., eliminando las inconsistencias del cuestionario, evitando sesgos en las respuestas y permitiendo un control de calidad efectivo del trabajo de campo. De este modo, al realizar la grabación, también se realizará simultáneamente la supervisión, codificación y depuración de los cuestionarios.

Tratamiento informático de los cuestionarios

Respuesta en el apartado de codificación

Técnicas de depuración de los cuestionarios

Respuesta en el apartado de codificación

Técnicas de imputación

No se utilizan.



Encuesta piloto

En la ofertas de las empresas contratadas para la realización del trabajo de campo se valora la inclusión de la realización de una encuesta piloto, no obstante la experiencia en esta operación y en su análoga realizada por el IECA nos da la suficiente garantía del buen funcionamiento de la operación.

Cálculo de estimadores

Se supone que la población objeto de estudio, formada por N unidades elementales, se subdivide en L subpoblaciones disjuntas lo más homogéneas posible (que forman una partición) de tamaños N_1, N_2, \dots, N_L denominadas estratos. En cada uno de estos estratos se eligen de modo independiente n_h unidades para la muestra estratificada de tamaño n .

$$\begin{array}{l} \text{POBLACIÓN} \\ \sum_{h=1}^L N_h = N \end{array}$$

$$\begin{array}{l} \text{MUESTRA} \\ \sum_{h=1}^L n_h = n \end{array}$$

$h = 1, 2, \dots, L$ dónde L es el número de estratos en los que se subdivide la población.
 $i = 1, 2, \dots, N_h$, siendo N_h el tamaño del estrato.

En muestreo estratificado el parámetro poblacional puede escribirse como:

$$\theta = \sum_h^L \sum_i^{N_h} Y_{hi}$$

El estimador del total poblacional (para características cuantificables numéricamente) en muestreo estratificado aleatorio sin reposición es la suma de los estimadores del total en cada estrato

$$\theta = X \Rightarrow Y_{hi} = X_{hi} \Rightarrow X_{st} = \sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \frac{X_{hi}}{\pi_{hi}} = \sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \frac{X_{hi}}{n_h N_h} = \sum_{h=1}^L N_h \frac{1}{n_h} \sum_{i=1}^{n_h} X_{hi} = \sum_{h=1}^L N_h \bar{x}_h = \sum_{h=1}^L \hat{X}_h$$

El estimador del total de clase (para características cualitativas) en muestreo estratificado sin reposición es la suma de los estimadores del total de clase en cada estrato.



Donde π_{hi} es la probabilidad de figurar en la muestra de n unidades, que al tratarse de afijación proporcional todas las unidades de la población tienen la misma probabilidad de figurar en la muestra, luego $\pi_{hi} = \frac{n_h}{N_h} = k = f$.

Elevación de los resultados:

Los coeficientes de elevación son los factores que, a partir de los datos obtenidos en la muestra, permiten la obtención de los resultados totales poblacionales. Las variables que se utilizan para la elevación de los datos de cada uno de los segmentos analizados son las variables de oferta específicas de cada uno de los segmentos objeto de estudio

Métodos de estimación de errores

Véase apartado anterior de cálculo de estimadores.

Validación de la información:

En el momento de la recogida y grabación de la información, a realizar por la empresa adjudicataria. Esta fase comprende:

Redacción y validación del cuestionario por la empresa adjudicataria y por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A.; traducción del cuestionario a todas las lenguas implicadas; adecuación de los cuestionarios a la muestra prefijada (tamaños de las muestras y del perfil de los entrevistados) y controles de coherencia del cuestionario; sesión informativa de formación sobre el estudio y sus objetivos a los entrevistadores; supervisión directa de las entrevistas mientras se estén realizando; depuración y validación de la base de datos por parte de la empresa adjudicataria.

En el momento de la recepción de los datos por parte de SAETA que comprende:

Adecuación de los cuestionarios a la muestra prefijada (se comprueba que el número de cuestionarios realizados se distribuyen adecuadamente a la propuesta inicial) y controles de coherencia del cuestionario (se establecen determinados filtros que permiten analizar que una respuesta tenga coherencia respecto a otras respuestas relacionadas)



Además se procederá a la validación de la base de datos. Para ello se comprobará que la base de datos contiene todas las variables estipuladas en el cuestionario y que aquellas que hayan requerido una codificación posterior, ésta se haya realizado conforme al plan de códigos acordado con Turismo Andaluz, así como se realizarán controles de coherencia de variables relacionadas. Existen dos tipos de validación:

Restricciones y alternativas

Restricción interna: la restricción principal es la información de partida con la que contamos a la hora de distribuir el número de cuestionarios a realizar por territorio y tiempo. No obstante, esto se solventa a lo largo del desarrollo de la operación modificando o ampliando puntos y fechas de encuestación con el requisito imprescindible de conseguir la representatividad exigida.

4. PLAN DE ANÁLISIS, TABULACIÓN Y COMPILACIÓN

Preparación y tratamiento base de la información

La estimación, análisis y tabulación de los resultados de todos los segmentos turísticos especificados se realiza con las herramientas de Microsoft Office (Excel y Access), así como el programa de tratamiento de datos estadísticos IBM-SPSS Statistics 20 (software).

Como excepción, el análisis de las principales características que presenta la demanda de turismo de sol y playa en Andalucía se lleva a cabo a través de una explotación específica de la ECTA, elaborada por el IECA.

Aunque la ECTA no contempla dentro de sus objetivos la obtención de información por segmentos turísticos, los 3.026 cuestionarios realizados en 2004 e imputables a este segmento, ha permitido a SAETA, obtener las principales variables cuantitativas y cualitativas con el objeto de mostrar una visión general sobre el comportamiento de la demanda de turismo de sol y playa en Andalucía.

Sistemas de codificación y nomenclaturas utilizados



Criterios y variables de clasificación

Siguiendo las directrices de la Organización Mundial de Turismo.

Análisis realizado y metodología

El análisis de las principales características que presenta la demanda de turismo de segmentos en Andalucía se lleva a cabo a través de una explotación específica del cuestionario elaborado para el desarrollo de dicha operación estadística.

SAETA , obtiene las grandes cifras principales variables cuantitativas y cualitativas con el objeto de mostrar una visión general sobre la repercusión turística de los eventos deportivos en Andalucía.

De este modo, el trabajo desarrollado permitirá el diseño de estrategias más personalizadas en este Segmento por todos los agentes del sector, especialmente por el tejido empresarial.

Control de calidad

La recogida, grabación y procesamiento de la información, así como la validación y explotación de la base de datos resultante se realiza a través de programas informáticos que permiten realizar todos estos procesos de la manera más automática posible, lo que minimiza la posibilidad de cometer errores y garantiza la calidad de los resultados.

Garantía de secreto estadístico

Los entrevistados 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 que todo el personal estadístico tendrá 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)

Los segmentos analizados y publicados junto con la referencia de los datos han sido los siguientes:

-Análisis de la demanda de turismo de ciudad en Andalucía: 2010.

-Análisis de la demanda de turismo de interior en Andalucía: 2010-2016

-Análisis de la demanda de turismo de litoral en Andalucía: 2010-2016

-Análisis del turismo de camping en Andalucía: 2008, 2011

-Internet y turismo en Andalucía: 2010-2016

-La demanda de turismo de golf en Andalucía: 2005, 2010-2016



- La demanda de turismo cultural en Andalucía: 2003, 2009, 2012-2016
- La demanda de turismo de flamenco en Andalucía: 2004
- La demanda de turismo hotelero en Andalucía: año 2010
- La demanda de turismo de líneas de bajo coste en Andalucía: 2007-2008
- La demanda del turismo de sol y playa en Andalucía: 2004, 2009, 2012
- La demanda de turismo rural en Andalucía: 2003
- La demanda del excursionismo en Andalucía: 2010-2016
- Turismo de cruceros en Andalucía: 2006, 2011-2017
- Turismo de reuniones y congresos en Andalucía: 2009, 2012, 2014
- Turismo de salud y bienestar en Andalucía: 2007, 2011-2016
- Turismo náutico en Andalucía : 2006, 2011-2015
- Turismo familiar en Andalucía: 2014, 2016

Niveles de desagregación territorial alcanzados

En toda la tabulación el grado de desglose territorial y por nacionalidad dependerá de la representatividad estadística exigida en la operación realizada.

En términos generales y en aquellas variables que son susceptibles se compara con el total del turismo en Andalucía a través de los resultados de la ECTA realizada por el IECA .

Unidades de medida utilizadas

Indicadores que se van a construir

No se construye indicadores.



5. PLAN DE DIFUSIÓN

Denominación de la publicación

-La misma lista que aparece en el apartado "Posibles resultados"

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 y Tablas

Medios de difusión

Internet.

El enlace a todas las publicaciones presentes en internet relativas a esta actividad es el siguiente:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/turismoydeporte/opencms/estadisticas-consejeria/turismo/segmentos-turisticos>

Las tablas que aparecen publicadas en Internet son las mismas que aparecen en el apartado 4. Plan de Análisis y Tabulación.

Periodicidad en la publicación de resultados

Anual. Mensual

Periodicidad en la difusión de resultados

Anual; mensual



Perfil de los receptores (descripción de los usuarios potenciales de los datos) (R40)

Tanto Sector público como privado

No hay **disponibilidad de bases de datos** (microdatos) pero si pueden realizarse tabulaciones a medida siempre que sea representativa estadísticamente y no incumpla el secreto estadístico.

6. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Los recursos personales y materiales se ajustan a SAETA perteneciente a la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. (Consejería competente).

Recursos humanos

Dada las características de la encuesta planteada, no se dispone de recursos suficientes 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 equipo de 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 los técnicos responsables asignados a la actividad:

- Cinco técnicos superior de nivel I y II de SAETA , con una dedicación anual del 20%.

Recursos materiales

Hardware. Equipos informáticos disponibles en SAETA ,y PDAs para la encuestación

Software. Microsoft Office y el programa de tratamiento de datos estadísticos IBM-SPSS Statistics 20 (software).

Recursos económicos

Contratación mediante concurso público con un coste aproximado, para el Programa 2019, de 24.500 euros para el segmento analizado. Esta operación se encuentra cofinanciada con Fondos FEDER.



7. CRONOGRAMA

Dada la diversidad de segmentos estudiados, el cronograma puede variar de uno a otro, aunque a grandes rasgos se podría generalizar con el siguiente esquema:

Durante el año se recogen los datos de oferta referente al año anterior si procede en el segmento analizado y a su vez se recopilan los datos de demanda referentes al año en curso.

En el segundo trimestre se realiza el tratamiento de datos referente al año anterior junto con la publicación de los resultados obtenidos.

Fase	Tarea	Ene/n	Feb/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	Recopilación de datos	Tr1-Tr4 /Año (n)											
Tratamiento procesamiento de datos	Tratamiento de los datos	Tr 2 /Año (n-1)											
Obtención y difusión de resultados	Publicación de resultados							Jul/(n-1)					