

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

Segundo semestre de 2012

Núm. 14

SUMARIO

ARTÍCULOS

“Seguridad percibida en la ciudad de Curitiba. Un sondeo exploratorio en residentes locales y turistas”

Ericka Amorin, Jose Manoel Gandara, Peter Tarlow y Maximiliano Korstanje

“Antecedentes del valor de la relación entre agencias de viaje y sus proveedores”

Beatriz Moliner Velázquez, María Fuentes Blasco y María Eugenia Ruiz Molina

“Un modelo MIMIC para el análisis de la satisfacción global de la demanda turística en un espacio natural protegido”

Juan Ignacio Pulido Fernández y Carlos Bel Ortega

“Difusión de la investigación científica realizada por instituciones españolas en revistas de turismo”

Sergio Moreno Gil y Patricia Picazo Peral

“Estrategias para una gestión eficaz de la declaración de Capital Europea de la Cultura como reclamo para el turismo cultural”

Yaiza López Sánchez

“Sistemas de recomendación para realidad aumentada en un sistema integral de gestión de destinos”

José Luis Leiva Olivencia, Antonio Guevara Plaza y Carlos Rossi Jiménez

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 14, 2º semestre 2012, pp. 23-32

UN MODELO MIMIC PARA EL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN UN ESPACIO NATURAL PROTEGIDO

Juan Ignacio Pulido Fernández
Universidad de Jaén
Carlos Bel Ortega
IES Padre Luis Coloma

Revista de Análisis Turístico

ISSN impresión: 1885-2564; ISSN electrónico: 2254-0644

Depósito Legal: B-39009

©2012 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisturistico@aecit.org

UN MODELO MIMIC PARA EL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN UN ESPACIO NATURAL PROTEGIDO

Juan Ignacio Pulido Fernández

jipulido@ujaen.es

Universidad de Jaén

Carlos Bel Ortega

cbelortega@yahoo.es

IES Padre Luis Coloma

resumen

Se presenta en este artículo una metodología para el análisis de la satisfacción global de la demanda turística que visita un espacio natural protegido, en este caso el Parque Natural Sierra de Grazalema. El modelo de análisis propuesto, replicable adaptándolo a las características de otros territorios, es una herramienta útil para el estudio de las relaciones causales de tipo lineal que, a partir de unos vectores exógenos conocidos y determinados por ciertas preguntas del cuestionario realizado a los turistas, permite conocer variables "latentes" u "ocultas" cuya importancia puede tener gran utilidad para rentabilizar y potenciar al máximo los esfuerzos realizados en la planificación y gestión del uso público y turístico de un espacio natural protegido.

Palabras clave: *gestión activa, parque natural, análisis de la demanda turística, satisfacción de la demanda turística, modelo MIMIC.*

abstract

We present in this paper a methodology for the analysis of overall satisfaction of tourist demand to visit a protected area, in this case the Sierra de Grazalema Natural Park. The proposed analysis model, replicable adapted to the characteristics of other territories, is a useful tool for the study of causal relationships of linear type that from exogenous vectors known and determined by some questions of the questionnaire to visitors provides information about "latent" or "hidden" variables whose importance can be useful to profitable and maximize efforts in planning and management of public use and tourism in a protected area.

Key words: *active management, Natural Park, tourist demand analysis, tourist satisfaction, MIMIC model.*

1. introducción

La demanda de turismo en espacios naturales protegidos va en aumento, lo que genera problemas serios a los gestores de estos territorios, generalmente no especializados en estas cuestiones.

La falta de una gestión adecuada de los flujos turísticos –en general, de visitantes- puede redundar en una caída en los niveles de satisfacción de la demanda y, como consecuencia, en comportamientos no responsables o, cuanto menos, inconscientes, que pueden afectar a la preservación de los recursos e, incluso, poner en peligro el equilibrio ecológico del territorio en cuestión.

En los últimos años, han proliferado los estudios sobre satisfacción de los turistas, aunque más en el ámbito de los servicios que en el de los productos, y menos aún en lo relacionado con los destinos turísticos. En cualquier caso, es evidente que se trata de un tema de gran interés, por cuanto afecta directamente a aspectos básicos relacionados con el papel del turismo como instrumento de desarrollo endógeno (disposición a pagar del turista, gasto realizado en destino, fidelización, prescripción, etc.) y también, como se planteaba anteriormente, a la propia gestión de estos territorios.

A este respecto, cabe recordar las sistemáticas quejas de falta de recursos humanos y económicos para la gestión del uso público y turístico de los espacios naturales protegidos en España (Hernández y Gómez-Limón, 2005: 233).

En tal contexto, en este artículo se plantea la utilización de un modelo para el análisis de la satisfacción global de la demanda –aplicado al Parque Natural Sierra de Grazalema (PNSG), pero que es posible adaptar a cualquier espacio natural protegido- que permitirá conocer los factores que influyen en la satisfacción de los visitantes de un espacio natural y, por tanto, se puede convertir en una herramienta muy útil para priorizar las escasas inversiones y actuaciones que los gestores puedan realizar en aspectos relacionados con el uso público, buscando las más rentables y contribuyendo así a ejecutar las mismas no sólo pensando en interés de la oferta –situación actual-, sino también en las necesidades de la demanda.

2. estado de la cuestión

Los espacios naturales protegidos se han convertido en lugares atractivos para ocupar el tiempo de ocio y disfrutar de nuevas experiencias interactuando con la naturaleza y el resto de visitantes. De hecho, estudios recientes vienen a demostrar que este tipo de prácticas reducen el stress (Hipp y Ogunseitan, 2011) e, incluso, mejoran el bienestar psicológico de los visitantes (Korpela et al., 2009). Ello explica el aumento de los flujos turísticos que se ha producido en las últimas décadas hacia este tipo de territorios, lo que, a su vez, ejerce una tremenda presión sobre los recursos ambientales,

culturales y antropológicos de los que disponen (O'Neill et al., 2010; Ramkissoon et al., 2012).

En este contexto, existe un creciente convencimiento en que la conducta de un turista en un espacio natural protegido está muy condicionada por su nivel de satisfacción respecto a la experiencia turística deseada (Lehman y Geller, 2004). De ahí que el conocimiento acerca del nivel de satisfacción de los turistas y, sobre todo, de las variables que influyen en el mismo, se esté convirtiendo en un aspecto clave para la gestión sostenible de estos territorios. Incluso, hay autores que plantean que esta información ayuda a los gestores a influir en el comportamiento de los visitantes y estimular acciones responsables en los mismos (Blackstock, Blanco, McCrum, Scott, y Hunter, 2008).

Siguiendo a Kotler et al. (2000), se puede definir el nivel de satisfacción de una persona como el resultado de comparar su percepción de los beneficios del producto y las expectativas de beneficios que se van a recibir del mismo. Por tanto, la satisfacción alcanzada por el turista respecto a un determinado producto o destino turístico dependerá de las propias necesidades del turista y del nivel de expectativas que había puesto en su visita (Lopes, 2006), así como de la valoración que haga de la calidad de las infraestructuras, servicios y experiencias que aquel ofrece, y puede dar múltiples resultados (prescripción del destino, lealtad, mayor disponibilidad a pagar por determinados productos y/o servicios, etc.) (Akama y Kieti, 2003). Se trata, en definitiva, de un concepto complejo que depende de numerosas variables que afectan tanto al consumidor (factores personales, culturales, económicos, motivacionales, experiencias previas o actitudes), como al propio producto o servicio (características, atributos, calidad, costes, etcétera) (Bigné et al., 2000).

Para el caso concreto del turismo, existen numerosos estudios (Lee et al., 2004; Ross e Iso-Ahola, 1991; Severt et al., 2007; Yoon y Uysal, 2005, por citar algunos) que demuestran la estrecha relación que existe entre la satisfacción del turista y la motivación que le había llevado a elegir el destino.

El turismo de naturaleza, tanto más cuando se trata de turismo específicos, como el ecoturismo, el *birdwatching*, etc. (Pulido, 2003), tiene motivaciones y preferencias muy definidas, relacionadas con el contacto con un entorno natural de calidad, la práctica de actividades al aire libre (senderismo, *trekking*, *mountain bike*, pesca, etc.), la observación de flora y fauna, el disfrute de los valores ambientales y culturales del lugar visitado, etc. Por tanto, los gestores están obligados a asumir una gestión activa (Pulido, 2007) de estos espacios orientada hacia una doble acción: i) satisfacer –en la medida de lo posible y siempre que ello no condicione la preservación de los principales valores de estos territorios- las motivaciones y preferencias de los visitantes y ii) influir en el comportamiento de los visitantes y estimular acciones responsables.

En el caso concreto de España, según el *Anuario 2011 del estado de las áreas protegidas en España* (Múgica et al., 2012), los parques nacionales españoles

recibieron, al menos, 9,5 millones de visitas en 2010, mientras que los parques naturales recibieron, al menos, 11,5 millones de visitas durante dicho año. Aunque se trata aún de un turismo con motivaciones muy genéricas, la necesidad de gestión de los flujos turísticos generados en los espacios naturales protegidos españoles ha llevado a los gestores a la formulación de diferentes planteamientos que se han concretado, en la mayoría de los casos, en dos tipos de instrumentos: los planes de uso público (PUP) y la Carta Europea del Turismo Sostenible (CETS). Ambos documentos plantean la necesidad de una gestión activa de la demanda turística, incluyendo, incluso, estrategias para la gestión de los flujos de visitantes. La crítica que se puede realizar a todo este proceso es que los planteamientos de gestión se han realizado, en la mayor parte de los casos (y como consecuencia de un tremendo desconocimiento de la demanda), desde la óptica de la oferta. Es decir, que no se ha tenido en cuenta las motivaciones, preferencias, necesidades y, menos aún, la satisfacción o insatisfacción los visitantes respecto a la experiencia turística, sino que son más una consecuencia de la intuición de los propios gestores respecto a los que ellos creen que requieren los visitantes.

Lo que se plantea en este trabajo es la necesidad de disponer de mecanismos que permitan conocer la satisfacción global de la demanda turística de estos espacios, a fin de facilitar la toma de decisiones de gestión, lo que redundará en una mayor satisfacción de los visitantes y, por ende, en una mejora en su comportamiento durante su visita y en una mayor facilidad de los gestores a la hora de tomar decisiones.

3. metodología

Los modelos de ecuaciones estructurales (SEM) constituyen una herramienta útil para el estudio de las relaciones causales de tipo lineal (Schumacker y Lomax, 2004; Kline, 2011). Permiten medir las relaciones simultáneas que se producen entre un conjunto de variables independientes y un conjunto de variables dependientes, siendo muy utilizadas para identificar relaciones causales entre variables latentes.

La especificación del modelo parte de una representación gráfica en la que se formulan las hipotéticas relaciones estadísticas entre las variables observadas y las variables latentes (que pueden ser ambas variables endógenas o variables exógenas). En consecuencia, la formulación a priori implica que el investigador debe introducir en el modelo cuáles son las variables que se supone que afectan a otras variables y cuál es la dirección de dichos efectos. Es decir, que la especificación a priori del modelo refleja las hipótesis del investigador, que serán posteriormente contrastadas mediante los datos disponibles.

A continuación, se explica el modelo concreto utilizado en este trabajo, las características de la encuesta realizada para la obtención de los datos y las variables definidas para el análisis.

3.1. el modelo MIMIC

El modelo empleado en este trabajo es un submodelo del Modelo de Estructura de Covarianza (MEC), en concreto el denominado MIMIC (Multiple Indicators and Multiple Cause Model), desarrollado por Zellner en 1970, que consta de varias variables latentes "causadas" por un vector de variables observadas exógenas, las cuales originan el comportamiento de una serie de "indicadores" endógenos del fenómeno. Un minucioso estudio de los modelos MIMIC aplicados a la evaluación de características de calidad en una institución puede verse en López (2002).

El modelo MIMIC implica resolver simultáneamente dos ecuaciones. La primera, relaciona los indicadores observables Y con las variables latentes η y un vector de medición de errores aleatorios ε :

$$Y = \Lambda\eta + \varepsilon \quad [1]$$

La segunda es una ecuación estructural que incluye las relaciones causales entre las variables latentes η y las variables explicativas X :

$$\eta = \Gamma x + \delta \quad [2]$$

Utilizando esta metodología, se valoraron aproximadamente cincuenta modelos plausibles, combinando diferentes preguntas del cuestionario, lo que pone de manifiesto la dificultad en la búsqueda del modelo de satisfacción.

Las causas de dicha dificultad hay que buscarlas en que, frecuentemente, en las investigaciones sobre modelos de satisfacción, el proceso es inverso al realizado en este trabajo. Es decir, primero se explicita el modelo de satisfacción con el que se va a trabajar y, en segundo lugar, se elaboran las preguntas del cuestionario que responden al objetivo del modelo.

En este caso, el objetivo fundamental del cuestionario respondía a la necesidad de conocer aspectos fundamentales relacionados con los visitantes y sus características. La búsqueda del modelo de satisfacción ha sido un objetivo secundario, lo que ha obligado a plantear diferentes modelos para ver cuál de ellos ajustaba mejor, ya que, a pesar de conocer o intuir las causas e indicadores de algunas preguntas, no se podía establecer a priori su eficacia hasta que se probase que su nivel de error era suficientemente pequeño, al ser contrastado con los datos obtenidos de los informantes a la hora de explicar la satisfacción global.

Además, en muchas ocasiones, las restricciones impuestas por las preguntas del cuestionario hacían imposible considerar otros conjuntos de interés. Se presenta, por tanto, el modelo que resultó estadísticamente más aceptable.

3.2. muestra y procedimiento

La herramienta utilizada para conocer la opinión de los turistas que visitan el PNSG respecto al nivel de satisfacción obtenido en su visita fue el cuestionario.

Hay que destacar desde un principio que la encuesta no se diseñó expresamente para tal fin, sino que tenía un planteamiento más general orientado a conocer el perfil de los visitantes a este espacio protegido, su grado de conocimiento respecto a diferentes aspectos del parque natural, las principales actividades que realizan durante su visita, su interés por aspectos concretos de la oferta turística de la zona, como la práctica de senderismo, etc. (Bel, 2009; Bel y Arranz, 2011) (ver Anexo).

Se obtuvieron 1.115 encuestas válidas, de un total de 1.198 realizadas (Cuadro 1). Las encuestas se realizaron durante los fines de semana –sábados y domingos-, con la exclusión consciente de aquellos con difíciles condiciones meteorológicas (lluvias generalizadas o nevadas) o en los que se celebraban festividades nacionales o autonómicas, o acontecimientos significativos en el área de influencia del parque (festividades locales, campeonato de motociclismo en Jerez, etc.). El objetivo era eliminar las fechas que pudieran alterar la frecuentación habitual –tanto en número como en tipología- de los turistas que acuden al PNSG, evitando con ello alteraciones significativas de los resultados.

Cuadro 1. Ficha técnica del trabajo de campo

Universo	Turistas mayores de 18 años que han visitado el PNSG en fines de semana
Unidad muestral	Visitantes del PNSG que hayan pernoctado, al menos, una noche, en el área de influencia del mismo
Recogida de información	Encuesta personal estructurada
Error muestral	2,9%
Nivel de confianza	95%; $z = 2$ $P = Q = 0,5$
Procedimiento de muestreo	No probabilístico
Número de encuestas	1.115 encuestas válidas
Trabajo de campo	Noviembre 2006 a abril 2007

Fuente: Elaboración propia.

La consistencia interna del cuestionario se evaluó sobre cada uno de los bloques de preguntas de los que consta el mismo, mediante el “método de las dos mitades”, estimando y comparando el coeficiente alfa de Cronbach sobre aquellos ítems de tipo categórico o de escala Likert, y asegurando con el coeficiente de correlación entre cada mitad (King et al., 2000; López, 2002). Los resultados (ver Cuadro 2) confirman la consistencia interna del cuestionario e indican que la encuesta, en su totalidad, es un instrumento útil para recoger la información deseada de manera estable y eficiente. Generalmente, la obtención de un indicador alfa de Cronbach superior a 0,7 ya se considera una valoración aceptable (Nunnally, 1978).

Cuadro 2. Evaluación de la consistencia interna del cuestionario

	1	2	3	4	5	6
Cronbach 1	0.85	0.75	0.79	0.78	0.06	0.78
Cronbach 2	0.92	0.89	0.77	0.69	0.97	0.65
Correlación entre mitades	0.78	0.89	0.78	0.79	0.95	0.74

Fuente: Elaboración propia.

3.3. variables definidas

El modelo presenta una serie de variables. Las exógenas o causales son las siguientes:

A1. Conocimiento de las ofertas adicionales del parque, elaborada a partir de diversas preguntas del cuestionario respondido por los visitantes: conocimiento y compra de los productos fabricados (pregunta 25); conocimiento de empresas dedicadas al turismo activo (pregunta 23); conocimiento de establecimientos hoteleros y casas de turismo (pregunta 19); conocimiento de equipamientos de uso público utilizados en el PNSG (pregunta 16).

A2. Conocimiento y realización de actividades en el parque como entorno natural, a partir del conocimiento y realización de senderos del parque (preguntas 17 y 18).

B1. Información existente, a partir de la satisfacción con la señalización (preguntas 30-31-32) y satisfacción obtenida con los puntos de información (preguntas 33 y 34).

B2. Estado del parque, a partir de la valoración del estado de conservación del parque (pregunta 40), valoración del ruido y del número de personas (preguntas 37 y 38) y valoración de los itinerarios (pregunta 29).

Por su parte, las variables consideradas endógenas son las siguientes:

Y1. Conocimiento general del parque, a partir del conocimiento del parque y los servicios que en él se prestan (preguntas 9, 10, 11, 14).

Y2. Satisfacción global de la visita, a partir del hecho de que la visita al parque le está agradando (pregunta 36).

Tanto las variables causales A1, A2, B1 y B2, como las endógenas Y1, Y2, fueron construidas sintetizando varias preguntas del cuestionario, con la premisa de que sus valores estuviesen conformados por cinco categorías ordenables (escala Likert). Dado que no todas las preguntas de una misma variable tienen el mismo rango, para mantener la premisa fue necesario realizar una transformación aritmética de las escalas de las preguntas, tal como se explica a continuación.

Sean $[a_1, b_1]$ $[a_k, b_k]$ los rangos respectivos de k preguntas que constituyen cualquiera de estas variables:

Paso 1. Para cada pregunta que forma una determinada variable, causal o endógena, se transforma el rango de

valores a escala 1 a 5, de manera que al valor más bajo le corresponda el valor 1 y al más alto el 5. Esto se realiza mediante la expresión:

$$y = 5 + \left(\frac{4}{b-a} \right) (x-b) \quad [3]$$

Paso 2. Se suman las puntuaciones ya transformadas de todas las preguntas en una nueva variable intermedia S, de la cual se obtiene su rango (denotado por Sa y Sb):

$$S = \sum_1^k y_i \Rightarrow \begin{matrix} S_a = \min(R) \\ S_b = \max(R) \end{matrix}, \quad [4]$$

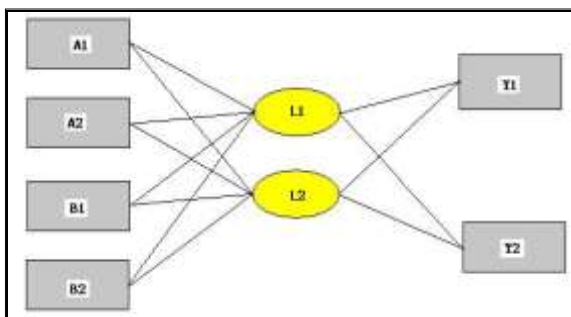
Paso 3. Se divide el rango de S en 5 intervalos de igual longitud, categorizando cada uno de ellos del 1 al 5, según el intervalo donde se encuentre:

$$A = \begin{cases} 1 & \text{si } Sa < S \leq Sa + \frac{Sb-Sa}{5} \\ 2 & \text{si } Sa + \frac{Sb-Sa}{5} < S \leq Sa + 2 \frac{Sb-Sa}{5} \\ \dots & \text{si } Sa + 4 \frac{Sb-Sa}{5} < S \leq Sb \end{cases} \quad [5]$$

Estas transformaciones de tres pasos se efectuaron para las nuevas variables de síntesis A1, A2, B1, B2, Y1 y Y2, asegurando así la idoneidad de la escala.

Finalmente, las variables latentes del modelo MIMIC son L1 y L2, relacionadas de manera lineal tanto con las variables predictoras A1, A2, B1 y B2, como con las variables respuesta, Y1, Y2. El Gráfico 1 ilustra el modelo original. La estimación de los pesos de las conexiones entre variables del modelo de ecuaciones estructurales descrito determinará el valor de L1 y L2.

Gráfico 1. Modelo MIMIC considerado inicialmente



Fuente: Elaboración propia.

4. análisis de la satisfacción global de la demanda turística del PNSG

En este apartado se presentan los principales resultados del modelo de análisis propuesto y se discuten los mismos.

Los resultados obtenidos evidencian que el modelo de análisis de la satisfacción global de la demanda turística propuesto constituye una herramienta muy útil para la gestión del uso público de los espacios naturales protegidos, permitiendo priorizar los esfuerzos en aquellas actuaciones que acrecienten los resultados de conocimiento o valoración global del parque por parte de los visitantes.

4.1. estimación de las matrices de los parámetros y diagnóstico del ajuste

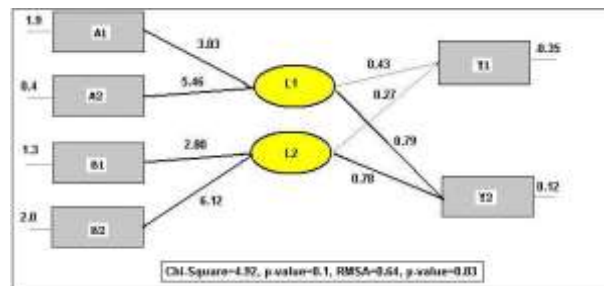
La estimación de los parámetros del modelo presentado fue obtenida empleando el programa LISREL (Lineal Interdependent Structural Relationship) (Mels, 2003) sobre el entorno Windows y es la que sigue:

$$\Gamma = \begin{pmatrix} 3.03 & 0.00 & 0.00 & 5.46 \\ 0.00 & 2.80 & 6.12 & 0.00 \end{pmatrix} \quad \delta = \begin{pmatrix} 1.9 \\ 0.4 \\ 1.3 \\ 2.0 \end{pmatrix} \quad [6]$$

$$\Lambda = \begin{pmatrix} 0.43 & 0.27 \\ 0.79 & 0.78 \end{pmatrix} \quad \varepsilon = \begin{pmatrix} -0.35 \\ 0.12 \end{pmatrix}$$

Por lo que el modelo finalmente queda parametrizado¹ como se recoge en el Gráfico 2².

Gráfico 2. Modelo obtenido y valoración de la bondad de su ajuste



Fuente: Elaboración propia.

Es decir:

$$\begin{aligned} L1 &= 3.03 A1 + 5.46 A2 & Y1 &= 0.43 L1 + 0.27 L2 \\ L2 &= 2.80 B1 + 6.12 B2 & Y2 &= 0.79 L1 + 0.78 L2 \end{aligned} \quad [7]$$

Si bien, la estimación de los pesos da una idea de la fuerza de la conexión entre las variables que forman el modelo, estos valores no son directamente comparables, al provenir de distintas escalas. Para realizar esta comparación es necesario calcular las matrices de pesos tipificados Γ_{st} y Λ_{st} (que se obtienen operando la

¹ Al tener las variables escala Likert, la especificación del modelo fue de tipo ordinal, esto es, empleando la estimación de la Matriz de Correlación Policórica como entrada para el algoritmo de datos continuos (Joreskog, 2004).

² Las conexiones que no aparecen en el gráfico, o que aparecen en gris suave, son estadísticamente no significativas.

matriz de pesos inicial con la Matriz de Correlación Policórica (Joreskog, 2004).

Estas matrices, calculadas por el programa LISREL, son las siguientes:

$$\Gamma_{st} = \begin{pmatrix} 3.12 & 0.00 & 0.00 & 1.25 \\ 0.00 & 0.68 & 2.54 & 0.00 \end{pmatrix} \quad \Lambda_{st} = \begin{pmatrix} 0.83 & 1.54 \\ 0.79 & 0.17 \end{pmatrix} \quad [8]$$

El *Contraste de Razón de Verosimilitudes* ji-cuadrado proporciona un diagnóstico global que permite establecer si la hipótesis nula, de que el modelo ajusta bien los datos, es cierta. Esta hipótesis es aceptada, como evidencia el contraste ji-cuadrado= 4,92, con un p-valor de 0,10.

Para cuantificar el ajuste se empleó el *Residuo Cuadrático Medio de Aproximación* (RMSA), que quedó estimado en 0,64, siendo este nivel de error no significativo con un p-valor de 0,83.

4.2. resultados del modelo: influencias entre las variables

De la matriz Γ de coeficientes directos presentada en las ecuaciones [6] y [7] se deduce que la variable latente L1 está condicionada por las variables A1 y A2. Dado que recoge aspectos relativos al conocimiento del parque y de sus ofertas, se ha denominado a L1 **CONOCIMIENTO**.

Por otro lado, la variable latente L2 está relacionada exclusivamente con B1 y B2, que representan la evaluación del visitante sobre el estado del parque (tanto en la calidad y cantidad de la información suministrada, como en su valoración medioambiental). Por esta razón, L2 se ha denominado **VALORACION** y se identifica como la evaluación que realiza el visitante sobre el parque.

La matriz de los coeficientes estandarizados Γ_{st} , cuya estimación se presenta en la ecuación [7], permitió comparar la importancia de las causas sobre las variables latentes, quedando de manifiesto lo siguiente.

En la variable latente (L1) influye 2,5 veces más A1 que A2, como refleja el Cuadro 3. Es decir, que tener conocimiento de las ofertas adicionales del parque –variable exógena A1- influye en la valoración del conocimiento general del parque –variable latente L1- dos veces y media más que el conocimiento del parque como entorno natural (A2).

Cuadro 3. Datos de influencia de las variables A1 y A2 sobre la variable L1

$$\Gamma_{st} = \begin{pmatrix} 3.12 & 0.00 & 0.00 & 1.25 \\ 0.00 & 0.68 & 2.54 & 0.00 \end{pmatrix}$$

Fuente: Elaboración propia.

En la variable latente (L2) influye 3,5 veces más B2 que B1, como refleja el Cuadro 4. Es decir, que en la evaluación del estado del parque influyen tres veces y media más los aspectos relativos al estado de conservación (B2) que los que se refieren a la satisfacción por la información disponible sobre el entorno (B1).

Cuadro 4. Datos de influencia de las variables B1 y B2 sobre la variable L2

$$\Gamma_{st} = \begin{pmatrix} 3.12 & 0.00 & 0.00 & 1.25 \\ 0.00 & 0.68 & 2.54 & 0.00 \end{pmatrix}$$

Fuente: Elaboración propia.

4.3. interpretación de la Matriz de Efectos

La matriz de cargas factoriales Λ_{st} y sus p-valores asociados muestran –Cuadro 5- que las dos variables latentes: **CONOCIMIENTO** (L1) y **VALORACION** (L2) influyen significativamente en la satisfacción con la visita (Y2). Sin embargo, dichas variables latentes no explicitan una evidencia estadística sobre su influencia en el estado general de conocimiento del parque (Y1).

Los datos que aporta la matriz de cargas factoriales –Cuadro 5- confirman que las variables exógenas han dado lugar a que la variable latente L1 (conocimiento del parque) vale 0,83 y es fruto de dos variables: A1, elaborada a partir de preguntas del cuestionario relacionadas con la compra de productos del parque, conocimiento de equipamientos de uso público, conocimiento de empresas dedicadas al turismo activo, conocimiento de establecimientos hoteleros y casas de turismo rural; y A2, elaborada a partir del conocimiento y realización de senderos. Por su parte, L2 (valoración del parque) vale 1,54 y es fruto de dos variables: B1, elaborada a partir de diversas preguntas relacionadas con la satisfacción obtenida con las señalizaciones y con la información obtenida en los puntos de información; y B2, elaborada a partir de preguntas relacionadas con la valoración del ruido, saturación de visitantes, y valoración de los itinerarios. Es decir, que L2 es 1,8 veces superior en importancia a L1 en la valoración de satisfacción global de la visita.

Cuadro 5. Datos de la Matriz de cargas factoriales

$$\Lambda_{st} = \begin{pmatrix} 0.83 & 1.54 \\ 0.79 & 0.17 \end{pmatrix}$$

Fuente: Elaboración propia.

Dicho de otra manera, el modelo de análisis de la satisfacción global de la demanda turística que se presenta explícita que las variables exógenas reflejadas – A1, A2, B1 y B2-, a través de las variables latentes L1 y L2, no pueden usarse para pronosticar el nivel general de conocimiento del parque (Y1), ya que sus efectos no son significativos, lo que parece indicar que este conocimiento se debe a otros factores. Sin embargo, L1 y L2, son variables útiles para cuantificar la satisfacción global de la visita (Y2), teniendo 1,8 veces más importancia los aspectos relacionados con la valoración del parque realizada por los visitantes que los aspectos relacionados con el conocimiento del parque.

5. conclusiones

Una vez establecidas, no sólo las relaciones existentes entre las variables exógenas, endógenas y latentes del modelo de satisfacción, sino, incluso, la importancia y categoría de las mismas en cuanto a influencia, el modelo puede emplearse como ayuda a la hora de tomar decisiones de gestión del PNSG, porque los parámetros son interpretables y permiten cuantificar los efectos que unas variables producen sobre otras.

Los resultados más significativos que el modelo aporta para la gestión general del uso público en el PNSG permiten obtener las siguientes conclusiones:

- En la mejora del conocimiento general del parque (L1), las actuaciones que tengan que ver con la compra de productos del parque, conocimiento de equipamientos de uso público, conocimiento de empresas dedicadas al turismo activo o conocimiento de establecimientos hoteleros y casas de turismo rural, que conforman la variable A1, tienen 2,5 veces más importancia que los aspectos relacionados con la variable A2, que responde a aspectos relacionados con el conocimiento y realización de senderos.
- En la mejora de la satisfacción general del parque (L2), las actuaciones que tengan que ver con B2, elaboradas a partir de preguntas relacionadas con la valoración del ruido, saturación de visitantes, y valoración de los itinerarios, influyen 3,5 veces más que las actuaciones que tengan que ver con B1, fruto de preguntas relacionadas con la satisfacción obtenida con las señalizaciones y con la información obtenida en los centros de visitantes o en los puntos de información
- El modelo de satisfacción explícita que las variables exógenas –A1, A2, B1 y B2- no sirven para pronosticar el nivel general de conocimiento del parque (Y1), ya que sus efectos no son significativos, lo que sugiere que el conocimiento del mismo se debe a otros factores. Cabe entender, vistos los resultados obtenidos en el cuestionario que han respondido 1.115 visitantes al parque, que buena parte del conocimiento del PNSG viene por amigos y/o familiares, o fuentes de información

externas como Internet, más que por el conocimiento endógeno del territorio.

- Sin embargo, las preguntas formuladas en el cuestionario que han ayudado a conformar las variables exógenas A1, A2, B1 y B2 sí son predictores útiles para cuantificar la satisfacción global de la visita al parque (Y2). Aunque no existe proporcionalidad respecto a su importancia, pues son 1,8 veces más importantes los aspectos relacionados con la valoración del parque (L2) –lo que implica las preguntas relacionadas con las variables B1 y B2- que los aspectos relacionados con el conocimiento (L1) –conformado por las preguntas que conforman las variables A1 y A2-.

En un escenario, por otro lado habitual, de pocos recursos económicos para invertir en cuestiones relativas al uso público en el PNSG, el modelo de satisfacción global sugiere que, si se quiere que los visitantes aumenten su nivel de conocimiento sobre el parque, claramente las inversiones deben estar dirigidas a potenciar aspectos relacionados con el conocimiento de los equipamientos del parque, el conocimiento de empresas dedicadas al turismo activo, establecimientos hoteleros y casas de turismo rural, o a la compra de productos locales, porque su rentabilidad es muy superior a la obtenida con las inversiones que se dirigen, por ejemplo, al conocimiento y realización de senderos. Curiosamente, las actuaciones que mejoran el conocimiento del parque –según este modelo de satisfacción global- redundan en beneficio de la población local y pueden generar puestos de trabajo, objetivo, entre otros, de la CETS.

Por otro lado, el modelo de satisfacción global sugiere que, si se quiere que los visitantes se vayan más satisfechos, las inversiones que se realicen deben dirigirse a potenciar la satisfacción de la calidad ambiental del territorio, que incluye ausencia de ruido, poca saturación de visitantes en el territorio o satisfacción en los itinerarios realizados, frente a las inversiones dirigidas a aumentar las señalizaciones o invertir en centros de visitantes o puntos de información, que son equipamientos poco utilizados y poco rentabilizados por los visitantes.

Como corolario, queda demostrado que análisis de este tipo tienen una enorme utilidad para los gestores de los espacios naturales protegidos, pues les ayudan a seleccionar los objetivos de inversión y las actuaciones más adecuadas para la satisfacción de la demanda turística de estos territorios, cuestión clave en cualquier caso, pero más aún en un momento como el actual, en el que los gestores tienen una evidente falta de recursos para acometer actuaciones vinculadas con la gestión de flujos turísticos.

6. bibliografía

- Akama, J.S. y Kieti, D.M. (2003): "Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: a case study

- of Tsavo West National Park", *Tourism Management*, 24: 73-81.
- Bel, C. (2009): *Turismo, uso público y gestión sostenible de espacios naturales protegidos. El caso del Parque Natural Sierra de Grazalema*. Tesis Doctoral inédita. Universidad de Jaén, Jaén.
- Bel, C. y Arranz, A. (2011): "El turismo y el desarrollo rural en los parques naturales. El caso del Parque Natural Sierra de Grazalema (Cádiz-Málaga)", *Spanish Journal of Rural Development*, 2(2): 1-22.
- Bigné, E., Font, X., y Andreu, L. (2000): *Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*, ESIC, Madrid.
- Blackstock, K. L., White, V., McCrum, G., Scott, A. y Hunter, C. (2008): "Measuring responsibility: an appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators", *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3): 276-297.
- Hernández, J. y Gómez-Limón, J. (2005): *Manual de conceptos de uso público en los espacios naturales protegidos. Nº 1. Serie Manuales del Plan de Acción*. Madrid. Fundación González Bernáldez.
- Hipp, J. y Ogunseitan, O. (2011): "Effect of environmental conditions on perceived psychological restorativeness of coastal parks", *Journal of Environmental Psychology*, 31: 421-429.
- Joreskog, K.G. (2004): *Structural Equation Modeling with Ordinal Variables using LISREL*. Sof. International, Inc. "Department of Statistics & Measurement Theory. Univers of Groningen". Holanda.
- King, R., Keohane, R. y Vera, S. (2000): *El diseño de la investigación social*, Alianza Editorial, Madrid.
- Kline, R.B. (2011): *Principles and practice of Structural Equation Modeling*, Gilford Press, New York.
- Korpela, K., Ylen, M., Tyrvaenen, L. y Silvennoinen, H. (2009): "Stability of selfreported favourite places and place attachment over a 10-month period", *Journal of Environmental Psychology*, 29: 95-100.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I. y Cruz, I. (2000): *Dirección de Marketing Turístico*, Prentice Hall, Madrid.
- Lee, C.K., Lee, Y.K. y Wicks, B. (2004): "Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction", *Tourism Management*, 25: 61-70.
- Lehman, P. y Geller, E. (2004): "Behavior analysis and environmental protection. Accomplishments and potential for more", *Behavior & Social Issues*, 13: 13-32.
- Lopes, E. (2006): "La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil", *Boletín de la AGE*, 42: 303-314.
- López, A. (2002): "Cuantificación de relaciones entre operaciones de un proceso y características de calidad", *Epíclidos*, 1(1): 81-95.
- Mels, G. (2003): *Getting Started with the Student Edition of LISREL 8.54 for Windows*. Sof. International, Inc.
- Múgica, M., Martínez, C., Gómez-Limón, J., Puertas, J. y Atauri, J.A. (2012): *Anuario 2011 del estado de las áreas protegidas en España*, Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- Nunnally, J. (1978): *Psychometric theory*, McGraw-Hill, New York.
- O'Neill, M., Riscinto-Kozub, K. y Van Hyfte, M. (2010): "Defining visitor satisfaction in the context of camping oriented nature-based tourism-the driving force of quality", *Journal of Vacation Marketing*, 16(2): 141-156.
- Ramkissoon, H., Smith, L. y Weiler, B. (2012): "Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach", *Tourism Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.003>
- Pulido, J.I. (2003): "Turismo de naturaleza y sostenibilidad", *A Distancia*. Monográfico Turismo y Sostenibilidad, 21(1): 32-46.
- Pulido, J.I. (2007): "Elementos para orientar la formulación de una política turística sostenible en los parques naturales andaluces", *Cuadernos de Turismo*, 19: 167-188.
- Ross, E.L. e Iso-Ahola, S.E. (1991): "Sightseeing tourists' motivation and satisfaction", *Annals of Tourism Research*, 18: 226-237.
- Schumacker, R.E. y Lomax, R.G. (2004): *A beginner's guide to Structural Equation Modeling*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, London.
- Severt, D., Wang, Y., Chen, P. y Breiter, D. (2007): "Examining the motivation, perceived performance, and behavioural intentions of convention attendees: Evidence from a regional conference", *Tourism Management*, 28: 399-408.
- Yoon, Y. y Uysal, M. (2005): "An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model", *Tourism Management*, 26: 45-56.

Fecha de recepción del original: agosto 2012

Fecha versión final: diciembre 2012

ANEXO. ENCUESTA A LOS VISITANTES DEL PARQUE NATURAL SIERRA DE GRAZALEMA

1. ¿Cómo ha viajado hasta aquí?

1. En vehículo particular 2. Transporte público
3. Viaje organizado 4. Otros
9. NS/NC

2. ¿Nos podría indicar qué tiempo ha tardado aproximadamente en llegar desde su domicilio hasta aquí?

1. Menos de 1 hora 2. Entre 1 y 2
3. Más de 2 y menos de 3 horas 4. Entre 3 y 4
5. Más de 4 horas 9. NS/NC

3. ¿Dónde está su vivienda habitual?

1. Municipio 2. Provincia 9. NS/NC

4. Viaja usted

1. Acompañado 2. Solo (pasar a la preg. 8)
9. NS/NC

5. Sus acompañantes son:

1. Familiares 2. Amigos 3. Familiares y amigos
4. Grupo organizado 9. NS/NC

6. Sus acompañantes ¿se sitúan en estas franjas de edades? Si=1/No=0

	Si	No
Menores de 5 años		
Entre 5-17 años		
Entre 18-30 años		
Entre 31-40 años		
Entre 41-50 años		
Entre 51-60 años		
Más de 61 años		
NS/NC		

7. Total acompañantes _____

8. En su visita a este Parque Natural, ¿dónde piensa dormir?

1. Retorna a su casa donde dormirá
2. En un Hotel/Hostal 3. En una casa de turismo rural
4. En un albergue juvenil 5. En casa de unos amigos
6. En camping 7. Otros lugares
9. NS/NC

9. ¿Con qué frecuencia suele visitar el PNSG?

1. Es la primera vez 2. Una vez al año
3. De 2 a 5 veces al año 4. Habitualmente (+ 5 veces al año)
9. NS/NC

10. La visita a esta zona:

1. Es el principal objetivo de este viaje

2. Está dentro de unas vacaciones más amplias que comprende otros destinos
9. NS/NC

11. ¿Cómo conoció la existencia del PNSG? Si=1/No=0

	Si	No
Por amigos y familiares		
Por folletos, revistas, guías, libros		
Por la televisión y la radio		
Por publicaciones de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta Andalucía		
Por las oficinas de turismo		
Por Internet		
Otros		

12. ¿Cuánto tiempo durará su visita al PNSG?

1. Menos de 2 horas 2. De 2 a 5 horas
3. Todo el día 4. Entre 2 y 4 días
5. Entre 5 y 7 días 6. Más de una semana
9. NS/NC

13. ¿Con qué imagen asocia usted el PNSG? Si=1/No=0

	Si	No
Con el nombre de un pueblo		
Con un bosque de Pinsapos		
Con un espacio natural protegido por su elevada calidad ambiental		
Con una comarca geográfica de Cádiz		
Con un destino turístico: la Ruta de los Pueblos Blancos		
Con un lugar donde observar animales/aves		
Con un lugar muy lluvioso		
Otros ¿Cuáles?		

14. ¿Podría usted decirme si donde estamos, está dentro de los límites del parque?

1. Sí 0. No 9. NS/NC

15. ¿Ha visitado usted algún otro espacio natural protegido durante el último año?

1. Si ¿Cuál? 0. No 9. NS/NC

16. De los siguientes equipamientos de uso público en el PNSG. ¿Podría indicarnos cuál ha visitado? Si=1/No=0

	No	Si	¿Cuál?
Centro de visitantes o Punto de información			1. El Bosque 2. Zahara 3. Cortes Frontera

Áreas recreativas		1. El Bosque 2. Villaluenga 3. Benamahoma
Miradores paisajísticos		1. Puerto Acebuches 2. Puerto Palomas 3. Puerto Boyar 4. La Manga
Albergue juvenil.		1. El Bosque
Aula de la naturaleza		1. El Hiquerón de Tavizna
Ecomuseos		1 Molino del agua en (Benamahoma) 2. Museo Etnográfico (Benaocaz)

17. Uno de los atractivos turísticos del parque que usted visita son los senderos de naturaleza ¿Ha realizado alguno?

1. Sí, ¿Cuál?

Itinerario del Río del Bosque
Al Pinsapar desde Benamahoma
Itinerario subida al Pico Torreón
Puerto. Boyar-Salto del Cabrero-Benaocaz
Puerto. Boyar-subida al Reloj y Simancón
Puerto. Boyar-Fardela-Benaocaz
Puerto. Boyar-Grazalema
El Pinsapar desde Grazalema
Itinerario de la Garganta Verde
Villaluenga a Sima Republicanos
Calzada Romana Ubrique-Benaocaz
Cortes de la Frontera-Cortijo de Líbar
Estación Benaoján a Jimera de Líbar
Montejaque-Cortijo de Líbar
Otros, ¿Cuál?
0. No (pasar a la pregunta 19) 9. NS/NC

18. Si has realizado algún sendero que recorra el parque ¿Cómo ha sabido de su existencia?

- Si=1/No=0 9 NS/NC

	Si	No
Al visitar el centro de visitantes o puntos de información		
Por folletos del parque editados por la Consejería de Medio Ambiente		
Por las oficinas de turismo de los pueblos del parque		
Gracias al alojamiento donde me hospedo		
Gracias a la radio, periódico, televisión, libros, revistas, etc.		
Por amigos o conocidos		
Por Internet		
Otros		

19. En el PNSG, existen establecimientos hoteleros y casas de turismo rural ¿Conoce alguno?

1. Sí 0. No (pasa a la pregunta 23)
9. NS/NC

20. ¿Cómo ha sabido de su existencia? Si=1/No=0 -9 ns/nc

	Si	No
Al visitar el centro de visitantes o puntos de información		
Por folletos editados por la Consejería de Medio Ambiente sobre el parque.		
Por las oficinas de turismo de los pueblos del parque		
Por Internet		
Por la red de alojamientos rurales de la Sierra de Cádiz		
Por la red de alojamientos rurales Serranía de Ronda. (CIT)		
Gracias a la radio, periódico o televisión		
guías de viajes, libros, revistas		
Por amigos o conocidos		
Otros		

21. ¿Ha dormido usted en algún establecimiento hotelero o casas de turismo rural en el parque?

1. Sí 0. No (pasa a la pregunta 23)
9. NS/NC

22. ¿Cómo valoraría usted los siguientes aspectos relacionados con el establecimiento hotelero donde ha dormido?

	Excelente	Muy Mal
Alojamiento NS/NC	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	
Tranquilidad NS/NC	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	
Hospitalidad NS/NC	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	
Información NS/NC	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	
Turística del Parque Natural NS/NC		
Cuidado Entorno NS/NC	10 9 8 7 6 5 4 3 2 1	

23. En el PNSG existen empresas dedicadas al turismo activo que realizan actividades como senderismo con guías, rutas a caballo, etc. ¿Conoce alguna?

1. Sí, ¿Cuál? 0. No (pasa a la pregunta 25)
9. NS/NC

24. ¿Cómo ha sabido de su existencia? Sí=1/No=0 9 NS/NC

	Sí	No
Al visitar el centro de visitantes o puntos de información		
Por folletos editados por la Consejería de Medio Ambiente sobre el parque		
Por las oficinas de turismo de los pueblos del parque		
Por Internet		
Gracias a la radio, periódico o televisión		
Por guías de viajes, libros, revistas		
Por amigos o conocidos		
Otros		

25. En el PNSG, se fabrican y se pueden comprar productos de calidad. ¿Ha comprado usted algunos? Sí=1/ No=0

	Sí	No
Productos alimenticios como embutidos, aceite, miel, legumbres, quesos, dulces, pan		
Productos textiles como ropa, mantas		
Productos de marroquinería como bolsos, cintos		
Productos de recuerdo como llaveros, camisetas		
Muebles		
Otros productos		

26. ¿Qué actividades ha desarrollado o piensa desarrollar durante su estancia en esta zona? Sí=1/No=0

	Sí	No
Visitar los pueblos		
Visitar los monumentos históricos		
Visitar el centro de visitantes o puntos de información del parque		
Descansar y estar tranquilo		
Contemplar el paisaje		
Pasear		
Comer en el campo		
Hacer senderismo con guías		
Hacer senderismo sin guías		
Hacer cicloturismo		
Hacer rutas ecuestres		
Hacer piragüismo		
Otras actividades ¿cuál?		

27. ¿Trae usted alguno de estos utensilios? Sí=1/No=0

	Sí	No
Botas o calzado apropiado para andar		
Mapas, folletos o guías del parque		
Mochila		
Cámara de fotos		
Prismáticos		
Sillas o mesas plegables		
Nevera portátil		

28. ¿Ha realizado algún itinerario senderista de los existentes en el parque? 1. Sí 0. No (pasa a la pregunta 32) 9. NS/NC

29. ¿Le han gustado los lugares por donde discurren los senderos que ha recorrido? 1. Nada 2. Me han gustado algo 3. Me han gustado bastante 4. Me han gustado mucho 9. NS/NC

30. La señalización del trazado del sendero, le parece que está: 1. Mal indicada 2. Confusa 3. Es correcta 4. Es muy buena 9. NS/NC

31. Algunos senderos señalizados tienen paneles informativos ¿Le ha gustado la información que aportan? 1. Nada 2. Me han gustado algo 3. Me han gustado bastante 4. Me han gustado mucho 9. NS/NC

32. Los equipamientos en el parque están señalizados. Dicha señalización le ha ayudado para organizar mejor su visita 1. Nada 2. Algo 3. Bastante 4. Mucho 9. NS/ NC

33. ¿Ha visitado algún centro de visitantes o punto de información del parque? 1. Sí 0. No (pasa a la pregunta 35) 9. NS/NC

34. Si ha visitado algún centro ¿Se siente satisfecho con la información recibida en el mismo? 1. Muy insatisfecho 2. Insatisfecho 3. Ni satisfecho ni insatisfecho 4. Satisfecho 5. Muy satisfecho 9. NS/NC

35. De las siguientes opciones, dígame cuál de ellas haría más grata su futura visita al parque Sí=1/No=0

	Sí	No
Mejorar las carreteras de acceso		
Mejorar la información turística del parque		
Crear más áreas recreativas		
Crear más áreas de acampada		
Mejorar la limpieza y el ruido en los pueblos		
Mejorar la calidad de los hoteles y casas de turismo rural		
Crear más senderos		

36. ¿La visita al PNSG, le está agradando? 1. Nada 2. Algo 3. Bastante 4. Mucho 9. NS/NC

37. En su opinión cree que el número de personas visitantes que hay en la zona donde usted está es: 1. Excesivo 2. Adecuado 3. Hay pocas personas 9. NS/NC

38. En su opinión el ruido que usted ha detectado en los lugares que ha visitado, le ha parecido: 1. Excesivo 2. Adecuado 3. Poco 9. NS/NC

39. ¿Recomendaría la visita a esta zona a familiares y/o amigos? 1. Sí 0. No 9. NS/NC

40. En su opinión, ¿Cuál es el estado de conservación de la zona que usted ha visitado? 1. Muy mal conservado 2. Mal conservado 3. Algo conservado 4. Bien conservado 5. Muy bien conservado 9. NS/NC

41. Sexo 1. Hombre 2. Mujer

42. Es usted: 1. Menor de 20 años 2. De 20 a 30 años 3. De 31 a 40 años 4. De 41 a 50 años 5. De 51 a 60 años 6. Más de 60 años 9. NS/NC

43. ¿Qué estudios ha realizado usted? 1. Primarios 2. Bachillerato o módulos de F.P. 3. Diplomatura 4. Licenciatura 5. Ninguno 9. NS/NC

44. ¿Nos podría indicar su ocupación actual? 1. Estudiante 2. Empresario/a 3. Empleado/asalariado 4. Funcionario/a 5. Ama de Casa 6. Jubilado/a 7. Desempleado/a 8. Liberal o profesional independiente 9. NS/NC

45. ¿Cuántos miembros componen su unidad familiar? 1. Yo solo 2. Somos dos 3. Somos tres 4. Somos cuatro 5. Somos más de 4 miembros 9. NS/NC

46. ¿Podría indicar en qué tramos se sitúan sus ingresos familiares netos al mes? 1. Menos de 600 € (menos de 100.000 pesetas) 2. De 601 a 900 € (entre 100.000 y 150.000) 3. De 901 a 1.200 € (+ 150.000 a 200.000) 4. Entre 1.201 y 1.500 € (+ 200.000-250.000) 5. De 1.501 a 1.800 € (+ de 250.000 a 300.000) 6. De 1.801 a 2.100 euros (+ de 300.000 a 350.000) 7. De 2101 a 2.400 euros (+ de 350.000 a 400.000) 8. Más de 2.401 € (+ más de 400.000) 9. NS/NC