

COSTA DAURADA ESTIU 2020

CARACTERITZACIÓ DE LA DEMANDA
TURÍSTICA D'HOTELS, CÀMPINGS I
ESTABLIMENTS DE TURISME RURAL

Índex

Índex	3
METODOLOGIA.....	6
1. PRESENTACIÓ	7
2. OBJECTIUS	7
3. CARACTERÍSTIQUES GENERALS DE L'OPERACIÓ	8
Cobertura	8
Àmbit geogràfic de referència	8
Àmbit poblacional	8
Període de referència	8
Grandària mostral	8
4. DISSENY MOSTRAL	9
Tipus i unitats de mostratge.....	9
Marc per a la selecció de les unitats mostrals.....	9
Criteris d'estratificació	9
Distribució de la mostra.....	9
5. TREBALL DE CAMP.....	10
Mètode de recollida	10
El qüestionari.....	10
6. ORGANITZACIÓ DEL TREBALL DE CAMP.....	10
Organització, gestió i control.....	10
El control de qualitat dels treballs de camp	10
Consistència interna.....	10
Gravació de dades.....	10
Depuració de les dades	10
7. ANÀLISI DE LES DADES	11
Equilibrat de la mostra.....	11
Procediment d'elevació al total de la població	11
8. DESCRIPCIÓ DE LES VARIABLES SOCIODEMOGRÀFIQUES	11
9. DESCRIPCIÓ DE LES VARIABLES DE LES CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA.....	12
10. DESCRIPCIÓ DE VARIABLES RELACIÓ TURISTA – DESTINACIÓ	14

COSTA DAURADA . HOTELS, CÀMPINGS I TURISME RURAL

11. DESCRIPCIÓ DE VARIABLES DE VALORACIÓ	16
CARACTERÍSTIQUES DE LA MOSTRA	17
1-. Sexe	18
2-. Composició per zones	19
3-. Tipus d'establiment on s'ha realitzat la l'enquesta	20
CARACTERÍSTIQUES DEL TURISTA.....	21
1-. Edat	22
2-. Origen (I).....	23
2-. Origen (II)	24
2-. Origen (III)	25
2-. Origen (IV).....	26
3-. Classe social dels turistes	27
CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA	28
1-. Com va conèixer la destinació?.....	29
2-. Estada al territori	30
3-. Motivacions del viatge	31
4-. Acompanyants de viatge	32
5-. Mitjà de transport	33
6-. Manera d'organització del viatge	34
7-. Temps de reserva de l'allotjament.....	35
RELACIÓ AMB LA DESTINACIÓ.....	36
1-. Fidelitat a la destinació.....	37
2-. Influència COVID19 en l'elecció de destinació.....	38
3-. Activitats realitzades durant el viatge	39
4-. Modificació de la destinació a causa de Covid19	40
4.1-. Destinació prevista amb anterioridad COVID19	40
5-. Modificació de la durada de l'estada a causa de la Covid19.....	41
6-. Modificació del mitjà de transport a causa de la Covid19	41
7-. Modificació del tipus d'allotjament a causa de la Covid19	42
8-. Modificació de les activitats a causa de la Covid19.....	42
9-. Principals visites realitzades durant el viatge.....	43
10-. Despesa mitjana a la destinació per persona ("POCKET MONEY")	44
11-. Compra de productes en agrobotigues	45

COSTA DAURADA . HOTELS, CÀMPINGS I TURISME RURAL

VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ	46
1-. Valoració de diferents aspectes de la destinació	47
2-. Valoració de diferents aspectes dels restaurants	48
3-. Recomanaria la visita a la destinació	49
4-. Repetiria la visita a la destinació.....	49
5-. Els principals significats de la destinació.....	50
RESUM: LA DEMANDA TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA, JULIOL –SETEMBRE 2020	51
QÜESTIONARI	54

METODOLOGIA

1. PRESENTACIÓ

Aquest estudi recull les característiques de la demanda turística que han rebut les diferents modalitats d'allotjament – hotel, càmping i establiments de turisme rural– de la marca Costa Daurada.

Aquest document s'organitza de la següent manera. En primer lloc trobem els objectius i la metodologia emprada - característiques generals de l'operació, disseny mostral, organització i treball de camp - i per últim, l'anàlisi de dades i resultats.

Dins de l'anàlisi s'inclou un text explicatiu de cadascuna de les variables i, a més a més, s'incorpora l'explicació de les relacions més significatives entre variables que han aparegut durant el processament de les dades. A més a més, es realitza la comparativa dels resultats del període analitzat amb el mateix període de l'any anterior.

Aquesta temporada amb motiu de la seva excepcionalitat s'han inclòs preguntes sobre la pandèmia en relació amb les decisions respecte a la destinació Costa Daurada.

2. OBJECTIUS

- Diferenciar sociodemogràficament els turistes allotjats a la Costa Daurada de juliol a setembre de 2020
- Conèixer la distribució i les característiques dels turistes segons les diferents tipologies d'allotjament.
- Descobrir les pautes de relació amb el territori dels turistes.
- Obtenir les valoracions dels turistes sobre la destinació i els seus diferents components.

3. CARACTERÍSTIQUES GENERALS DE L'OPERACIÓ

Cobertura

L'estudi versa sobre turistes que pernocten a hotels, càmpings i establiments de turisme rural i que han realitzat una estada mínima d'una nit en municipis de la Costa Daurada durant el període de juliol a setembre de 2020.

Àmbit geogràfic de referència

La marca turística Costa Daurada.

Àmbit poblacional

L'àmbit poblacional el podem calcular mitjançant les operacions d'ocupació hotelera, de càmpings i establiments de turisme rural i les dades d'aflluència a establiments d'allotjament públic col·lectiu.

Cal recordar, però, que la mostra està condicionada per un panel d'establiments d'allotjament, els quals han tingut voluntat de col·laborar. Així, doncs, no tots els turistes de l'àmbit poblacional tenen la mateixa probabilitat d'estar reflectits a la mostra. Cal dir, però, que el panel, malgrat estar configurat amb un disseny no probabilístic, està treballat per a que reculli la màxima representativitat estadística.

Període de referència

La enquesta s'ha realitzat des de l'1 de juliol fins al 15 de setembre de 2020.

Grandària mostral

Es realitzen 925 entrevistes a la marca turística Costa Daurada.

4. DISSENY MOSTRAL

Tipus i unitats de mostratge

El mostratge és no probabilístic i és un tipus de mostratge *ad-hoc* amb diferents etapes.

En una primera etapa s'estratifiquen les zones de la marca Costa Daurada, distingint entre nord, centre i interior. Seguidament es seleccionen les unitats primàries de mostratge (municipis) que presenten un nombre rellevant de places d'allotjament de caràcter turístic. Les unitats intermèdies (els establiments) formen part d'un panel d'establiments col·laboradors.

En una tercera etapa es seleccionen aleatòriament els trams horaris i diaris d'entrevista i el punt on s'enquesta. La unitat final de mostratge és l'individu turista allotjat a la Costa Daurada, en el seu conjunt. La tria de la unitat final es realitza de manera aleatòria sistemàtica dins de cada establiment col·laborador.

En el cas dels municipis de la zona centre de la Costa Daurada (Salou, Cambrils, Vila-seca, La Pineda Platja i Tarragona) enlloc d'utilitzar-se unitats intermèdies (establiments turístics) s'utilitzen quotes d'ubicació i finalment s'arriba a la unitat final de mostratge que és l'individu turista allotjat en aquests municipis. La tria de la unitat final es realitza mitjançant una **selecció aleatòria sistemàtica**. Els llocs concrets, anomenats ubicació, dins del municipi es trien de manera intencional i estan determinats teòricament.

Marc per a la selecció de les unitats mostrals

La unitat de mostratge intermedi (municipi) ha estat triada intencionalment seguint el criteri que aquesta comptés, almenys, amb un 1 hotel o 1 càmping al seu territori.

Criteris d'estratificació

L'estratificació respon a un criteri territorial i es troba distribuïda en tres zones delimitades per criteris d'homogeneïtat pel que fa a la dinàmica turística: nord, centre i interior.

La zona nord inclou els municipis litorals compresos entre Altafulla i Cunit. La zona centre comprèn els municipis litorals de Tarragona a l'Hospitalet i la zona interior comprèn la resta de municipis.

Les enquestes s'han realitzat proporcionalment al volum de freqüentació als allotjaments d'aquestes tres zones.

Distribució de la mostra

La mostra es troba distribuïda segons els estrats definits anteriorment i durant els set dies de la setmana. L'assignació del lloc d'enquesta es realitza a mode de conglomerats on aleatòriament s'assigna el lloc als diferents trams diaris d'enquestació, és a dir, a cada lloc s'enquesta en un dia assignat aleatòriament.

5. TREBALL DE CAMP

Mètode de recollida

La recollida d'informació es realitza mitjançant enquesta en format electrònic directament en contacte amb el turista implementada per enquestadors professionals entrenats específicament per a l'estudi realitzat i emprant *Tablets*.

El qüestionari

El qüestionari comprèn les variables habituals en la recerca de mercats turístics (veure annex).

6. ORGANITZACIÓ DEL TREBALL DE CAMP

Organització, gestió i control

El treball de camp s'ha dut a terme amb enquestadors professionals. Amb la gestió i supervisió d'un cap de camp. L'enquestador és entrenat i format en una sèrie d'aspectes. Així com també en el coneixement dels objectius d'informació que s'obtenen amb cada variable.

El control de qualitat dels treballs de camp

Els treballadors de camp són supervisats i inspeccionats directament i en ocasions per sorpresa directament al seu treball de camp.

Consistència interna

S'han realitzat proves de consistència interna del treball de camp amb un creuament de resultats per a cadascun dels enquestadors.

Gravació de dades

La gravació de les dades recollides a través de les enquestes, per a la seva posterior explotació, es realitza en un servidor de Snap Surveys Ltd., una empresa amb una llarga trajectòria en investigació de mercats i desenvolupament de programari. Posteriorment, des del centre de càlcul del Departament d'Innovació Turística de la Fundació Eurecat es tracten les dades.

Depuració de les dades

Durant el procés de gravació les dades són depurades per segon cop i es detecten i s'estudien les possibles inconsistències internes.

7. ANÀLISI DE LES DADES

Equilibrat de la mostra

La mostra es pondera per elevar-la a l'univers corresponent. L'univers es calcula a partir de l'afluència a cadascuna de les zones.

Procediment d'elevació al total de la població

El criteri d'elevació és el nombre d'arribades de turistes a la zona a cadascun dels tipus d'allotjament turístic.

El càlcul de l'univers es realitza prenent com a referència les dades d'ocupació d'hotels, càmpings i establiments de turisme rural de les zones enquestades segons l'operació d'ocupació d'establiments públics col·lectius que realitza quinzenalment el Departament d'Innovació Turística de la Fundació Eurecat.

8. DESCRIPCIÓ DE LES VARIABLES SOCIODEMOGRÀFIQUES

A continuació es presenta una definició conceptual de les variables incloses al qüestionari. Les variables estan definides a partir de la consideració de quatre blocs temàtics: característiques sociodemogràfiques, característiques de l'estada, característiques de la relació del turista amb la destinació i un bloc sobre percepció i valoració de diferents aspectes de la destinació.

El primer bloc de variables (característiques sociodemogràfiques) tenen com a objectiu caracteritzar socialment i demogràficament a l'individu.

Edat

Els turistes entrevistats tenen 15 anys en endavant.

Origen

país en el cas dels turistes estrangers.

El nivell de desagregació màxim d'origen és d'àmbit comarcal en el cas de turistes que resideixen a la mateixa marca.

Classe social

La variable classe social s'obté a partir de l'encreuament de variables entre el nivell d'estudis i la professió de la persona que aporta l'ingrés principal a la llar. L'obtenció de la variable es realitza mitjançant el sistema proposat per l'associació Esomar (The European Society for Opinion and Marketing Research).

9. DESCRIPCIÓ DE LES VARIABLES DE LES CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

El segon grup de variables té com a objectiu conèixer les característiques de l'estada que el turista realitza al municipi.

Com va conèixer la destinació

Es recullen a través d'aquesta variable els canals més habituals de conèixer una destinació. Es contempla un "altres" amb resposta oberta per a poder recollir totes les respostes de l'entrevistat.

Estada al municipi

La durada de l'estada es recull en nits.

Tipus d'establiment on s'allotja

Es registra en quin tipus d'establiment s'allotja el turista, el qual coincideix amb l'espai on es duu a terme l'enquesta.

Motivació del viatge

La pregunta sobre motivació és oberta i espontània. Per aquest motiu es registra la resposta tal i com l'enquestat l'esmenta.

Acompanyants del viatge

Aquesta variable defineix el tipus de grup amb el qual el turista ha viatjat. Donat que es defineix com a una pregunta de resposta única, en el cas que la resposta sigui múltiple, es converteix en una de sola tenint en compte els següents criteris: si la família té fills es prioritzarà sempre l'opció que assenyalava els fills més petits; si el grup el formen famílies amb fills i amics, es prioritzen les famílies; si dues persones viuen plegades són considerades parella; si no viuen junts són considerades amics; un grup sènior és tot aquell que ve per grups de la lmserso o qualsevol altra associació o col·lectiu de majors de 65 anys.

Mitjà de transport

Contempla tots els mitjans de transport possibles segons la via d'accés i diferencia de la resta de trens el tren d'alta velocitat i diferenciant els vols xàrter dels vols regulars i la localització de l'aeroport.

La pregunta reflecteix el mitjà de transport amb el qual han realitzat el trajecte més llarg.

Manera d'organització del viatge

Aquesta variable té com a finalitat distingir si la contractació i organització del viatge es realitza de manera directa o bé a través d'intermediaris com les agències de viatge, així mateix intenta distingir entre les agències de viatge tradicionals i agències de viatges d'Internet entre altres canals.

Temps de reserva de l'allotjament

Es pregunta amb l'objectiu d'esbrinar el temps que fa que els turistes van contractar els serveis d'allotjament per a l'estada en aquesta destinació.

10. DESCRIPCIÓ DE VARIABLES RELACIÓ TURISTA – DESTINACIÓ

El tercer grup de variables té com a objectiu conèixer la relació que el turista estableix amb la destinació.

Fidelitat a la destinació

Aquesta variable pretén distingir els turistes que visiten la destinació per primer cop dels que ja han vingut altres vegades.

Influència del COVID19 en l'elecció de destinació

Es valora en una escala d'1 a 10 com ha influït el COVID19 en l'elecció de la Costa Daurada com a destinació enguany.

Activitats realitzades durant el viatge

Les activitats realitzades fan referència al viatge actual i s'han definit de la següent manera: es consideren "Platja" totes les activitats que tenen relació amb banyar-se i prendre el sol; "Relaxar-se i descansar" es marca quan l'enquestat així ho manifesta; L'activitat del "Passeig" exclou caminar que és considerat com activitat física, esport; "Espectacles i esdeveniments" inclou els espectacles esportius, teatre, concerts, festivals, òpera, ballet, cinema, circ i exclou els parcs d'oci i parcs temàtics que s'inclouen a "parcs temàtics i aquàtics"; "Visita a llocs culturals" inclou visitar museus, llocs d'història, edificis, exposicions i la visita d'altres municipis de l'entorn per a conèixer la zona; "Natura" inclou activitats relacionades amb la muntanya o el mar i la visita a parcs naturals, zoològics o botànics; "Comprar" inclou també el fet de visitar magatzems, botigues i zones comercials. També es consideren activitats l'assistència a "congressos i convencions", la "gastronomia" "Assistir a tradicions i festes" i "l'esport" que també inclou les activitats físiques no professionals.

Modificació a causa de la COVID'19 de la destinació, la durada de la estada, el mitjà de transport, el tipus d'allotjament o les activitats realitzades a la destinació

Aquesta pregunta s'ha introduït aquest any per poder valorar millor l'especificitat d'aquesta temporada tan atípica.

Visites realitzades durant el viatge

És una pregunta oberta i múltiple. Els llocs fan referència únicament al viatge actual però no es cenyeix a l'estada a Costa Daurada sinó que inclou visites realitzades a Terres de l'Ebre i municipis propers a les marques turístiques.

Despesa a la destinació per persona

La despesa per la qual es demana és *pocket money*, és a dir, tot allò que el turista ha pagat en efectiu o targeta un cop ja es troba a la destinació. Aquesta despesa no inclou l'allotjament ni el transport. Cal esmentar que aquesta variable conté errors de mesura, ja que hi ha turistes que són capaços d'anomenar amb molta concreció la despesa realitzada (ja sigui perquè es pregunta en el darrer dia del viatge o perquè és una persona que anota la despesa amb molt cura), però també hi ha turistes que diuen una xifra que correspon més a la "despesa desitjada" o pressupost, més que a la despesa real, perquè no són coneixedors –ni ho volen ser– de la despesa que realitzen durant el viatge.

Enfront aquestes dificultats metodològiques cal dir que aquesta variable és només orientativa i que per conèixer les despeses a la destinació cal un altre tipus d'estudi. Es justifica, però, pel seu interès, incloure aquí aquests resultats orientatius, havent fet esment de les seves limitacions.

Compra de productes d'agrobotigues

Aquesta pregunta intenta esbrinar la incidència que té la compra de productes autòctons a les agrobotigues.

11. DESCRIPCIÓ DE VARIABLES DE VALORACIÓ

El quart grup de variables tenen com a objectiu conèixer la valoració que el turista realitza dels diferents aspectes de la destinació.

Valoració dels diferents aspectes de la destinació

Els aspectes que es valoren són els següents: neteja de les àrees públiques, seguretat, amabilitat de la gent, mesures de prevenció del coronavirus, servei d'allotjament, transports públics, facilitats per als vianants, entreteniment i vida nocturna, zones verdes i naturalesa, neteja de les platges i el mar, equipaments de les platges, relació qualitat/preu, senyalització, restaurants en general, preu dels restaurants, qualitat del menjar, varietat del menjar, menús, atenció al client en els restaurants.

També es demana un grau de satisfacció general al final de la valoració de la resta dels ítems, per tant, el que es demana és un grau de satisfacció general reflexionat.

Recomanació de visita

Resposta dicotòmica.

Intenció de repetir visita

Resposta dicotòmica.

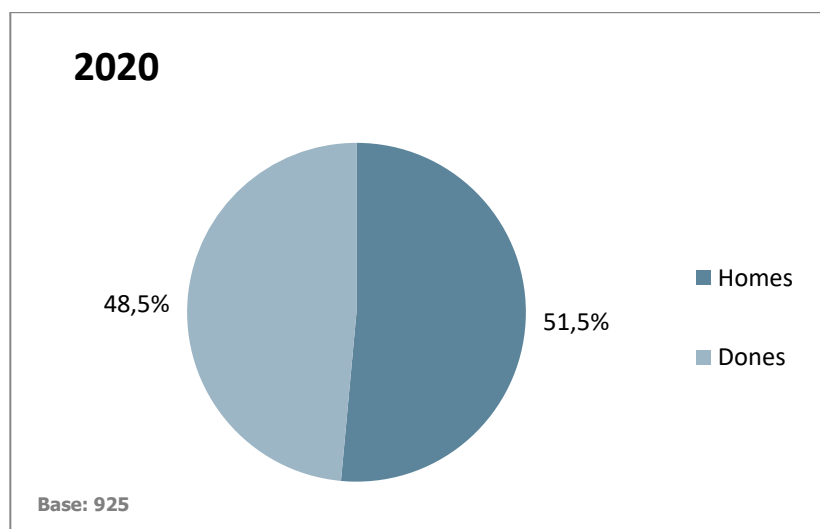
Significat de la destinació

Mitjançant aquesta variable es demana a l'entrevistat que expressi amb la primera paraula que li vingui al cap el que significa per a ell la destinació. Així podem comprendre alguna cosa de la percepció que el subjecte té de la destinació.

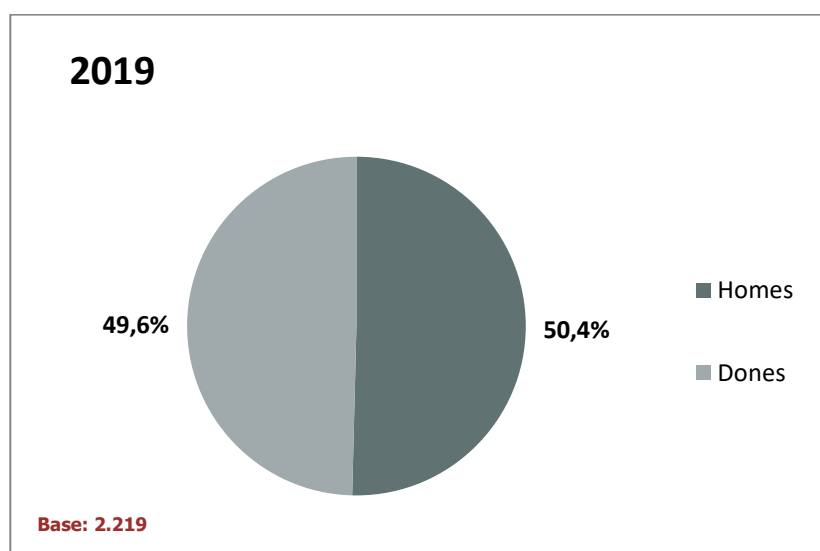
RESULTATS

CARACTERÍSTIQUES DE LA MOSTRA

1-. Sexe



Gràfic 1 Composició de la mostra per sexe (2020)

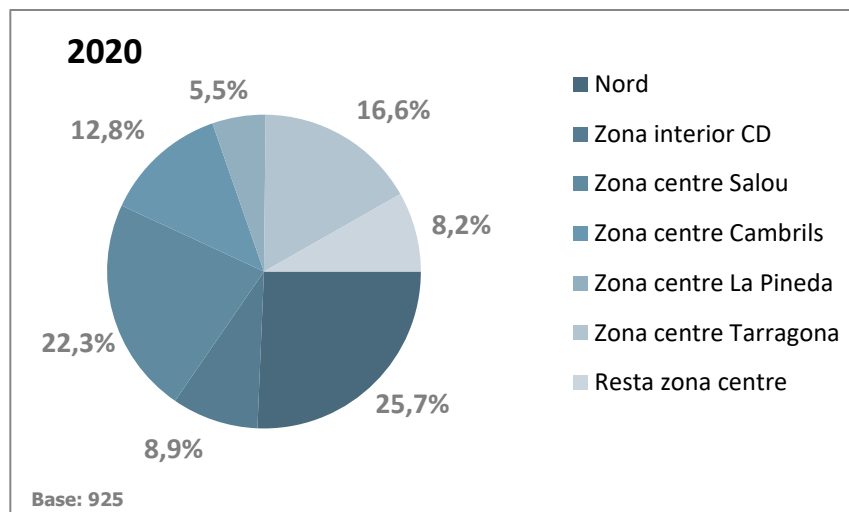


Gràfic 2 Composició de la mostra per sexe (2019)

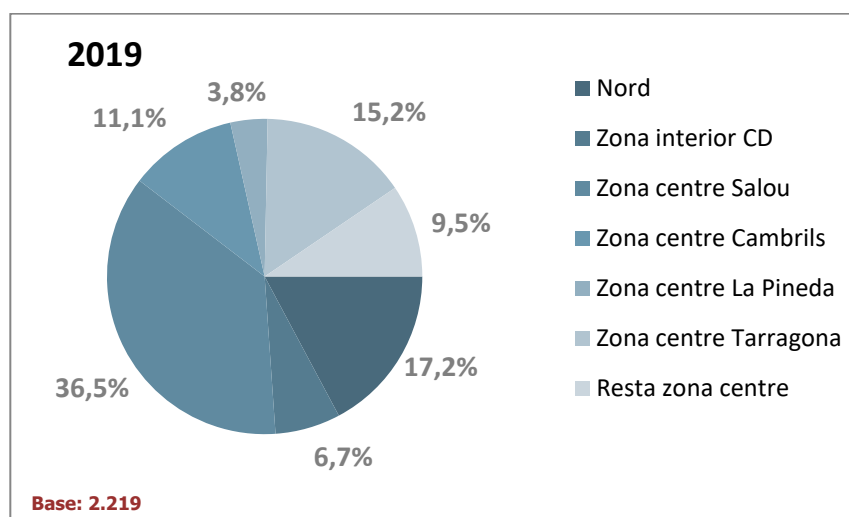
La mostra es troba formada per turistes que han visitat la Costa Daurada durant l'estiu de 2020. Aquesta contempla a entrevistats de quinze anys o més.

Un 48,5% de la mostra de l'estiu de 2020 ha estat integrada per dones i un 51,5% per homes. En el mateix període del 2019, un 49,6% dels entrevistats foren homes i un 50,4%, dones.

2-. Composició per zones



Gràfic 3 Composició de la mostra per zones (2020)



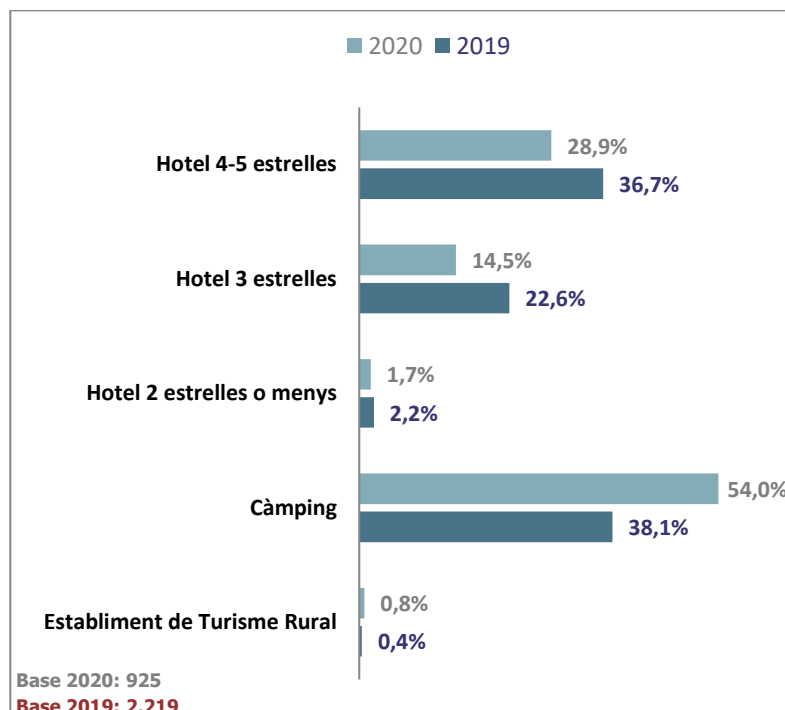
Gràfic 4 Composició de la mostra per zones (2019)

Les enquestes estan ponderades en funció del volum total d'arribades segons la zona i la seva dinàmica turística. Per aquest motiu, la zona centre concentra el 65,4% de l'afluència, la zona nord ocupa un 25,7% i la zona d'interior ocupa el 8,9% del total.

3-. Tipus d'establiment on s'ha realitzat la l'enquesta

Mentre que el 62,8% dels catalans s'allotgen en càmping, el 63,9% dels turistes de la resta de l'Estat s'allotgen en hotels.

De la mateixa manera, el 59,4% dels turistes que repeteixen destinació s'allotgen en càmping i el 66,0% dels que ens visiten per primera vegada ho fan en hotels.



Gràfic 5 Distribució per tipus d'establiment

El 45,2% de les entrevistes s'han dut a terme en el marc d'establiments hotelers, el 54,0% a establiments de càmping i el 0,8% a establiments de turisme rural.

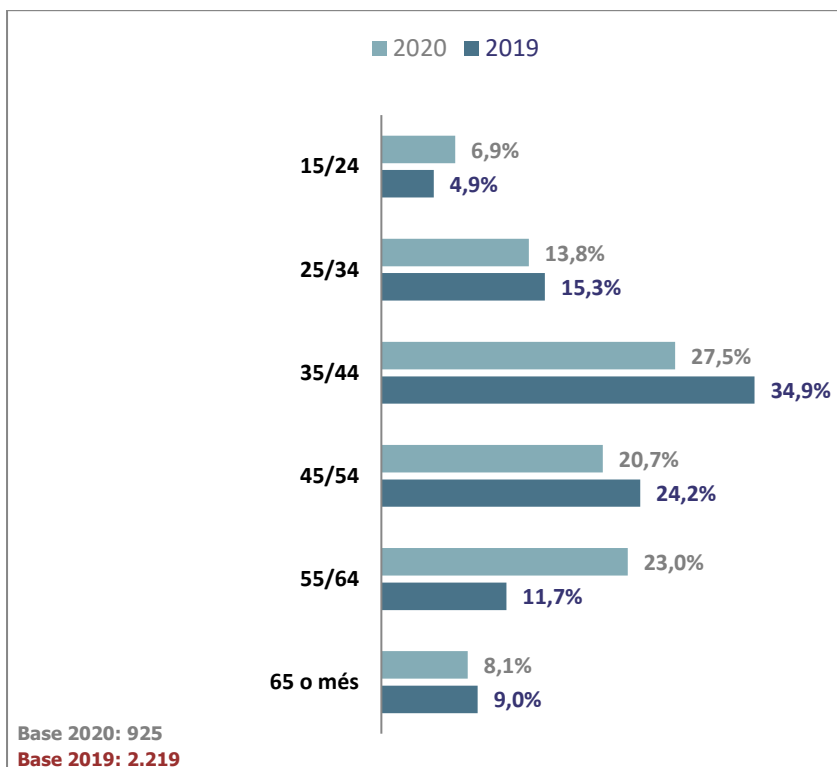
NOTA: La distribució total d'hotels, càmpings i establiments de turisme rural correspon a la distribució real de l'afluència que hi ha hagut a la Costa Daurada. Pel contrari, la categoria d'allotjament on s'ha recollit la mostra no depèn de les dades d'afluència sinó que depèn del panel adoptat format per establiments que han presentat la voluntat de col·laborar en l'estudi.

RESULTATS

CARACTERÍSTIQUES DEL TURISTA

1-. Edat

La mitjana d'edat dels turistes allotjats a Tarragona és la més gran de totes les zones amb 50,0 anys i la de Salou és la de menor edat amb 39,8 anys.



Gràfic 6 Distribució per edat

El grup d'edat més freqüent dels turistes que visiten la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 ha estat, amb un 27,5%, els d'una edat compresa entre els 35 i 44 anys. A aquests els han seguit els turistes entre 55 i 64 anys, amb un freqüència del 23,0% del total.

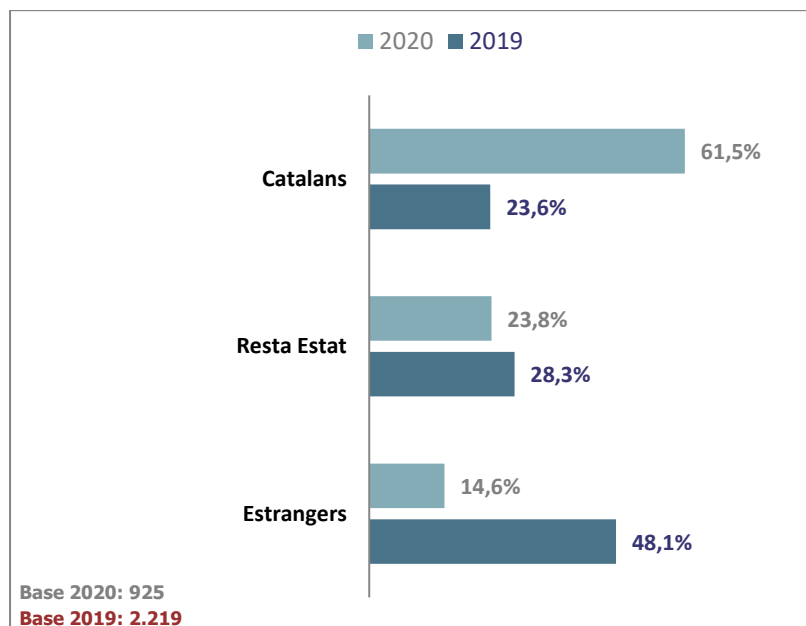
La dada més significativa és que el percentatge de turistes d'entre 55 i 64 anys ha augmentat 11,3 punts percentuals respecte al 2019, i en canvi, ha disminuït el nombre de turistes amb edats compreses entre 35 i 44 anys (7,4 punts percentuals) i entre 45 i 54 anys (3,5 punts percentuals).

2-. Origen (I)

A la Zona Interior el mercat català arriba al 91,6% i entre els més grans de 65 anys al 81,2%.

Entre els menors de 24 anys, en canvi, el mercat internacional representa el 25,2%.

Els turistes catalans també predominen en els Establiments de Turisme Rural (83,4%), mentre que als hotels un terç dels visitants són del mercat de la resta de l'Estat (33,7%).



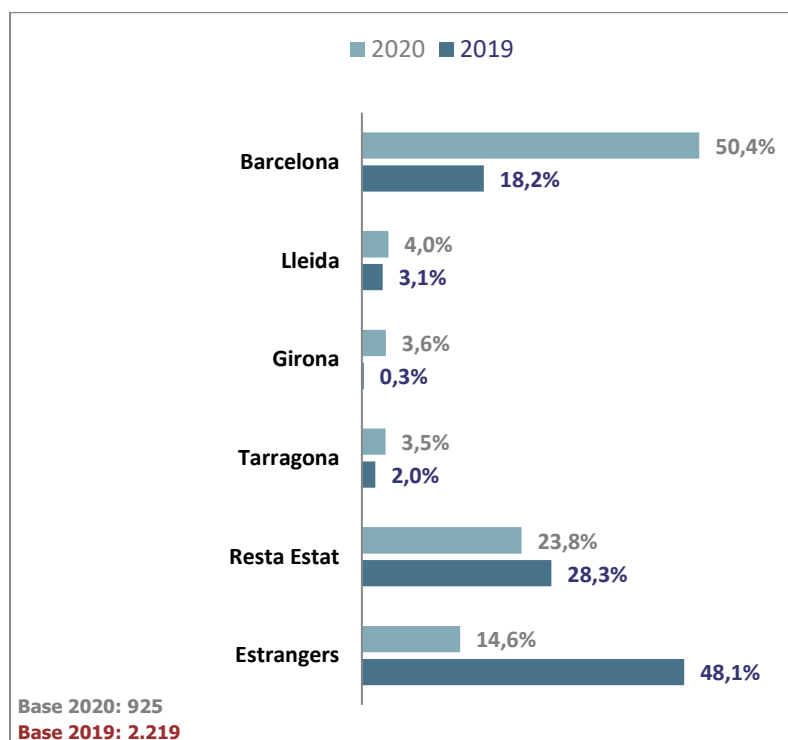
Gràfic 7 Distribució per origen (I)

El mercat català ha estat el més nombrós durant l'estiu de 2020 a la Costa Daurada, representant el 61,5% dels turistes.

L'ha seguit el mercat de la resta de l'Estat espanyol (23,8%) i el mercat estranger (14,6%).

Destaca l'enorme increment del mercat català (+37,9 punts percentuals) respecte al passat any, en detriment del mercat internacional (-33,5 punts).

2-. Origen (II)

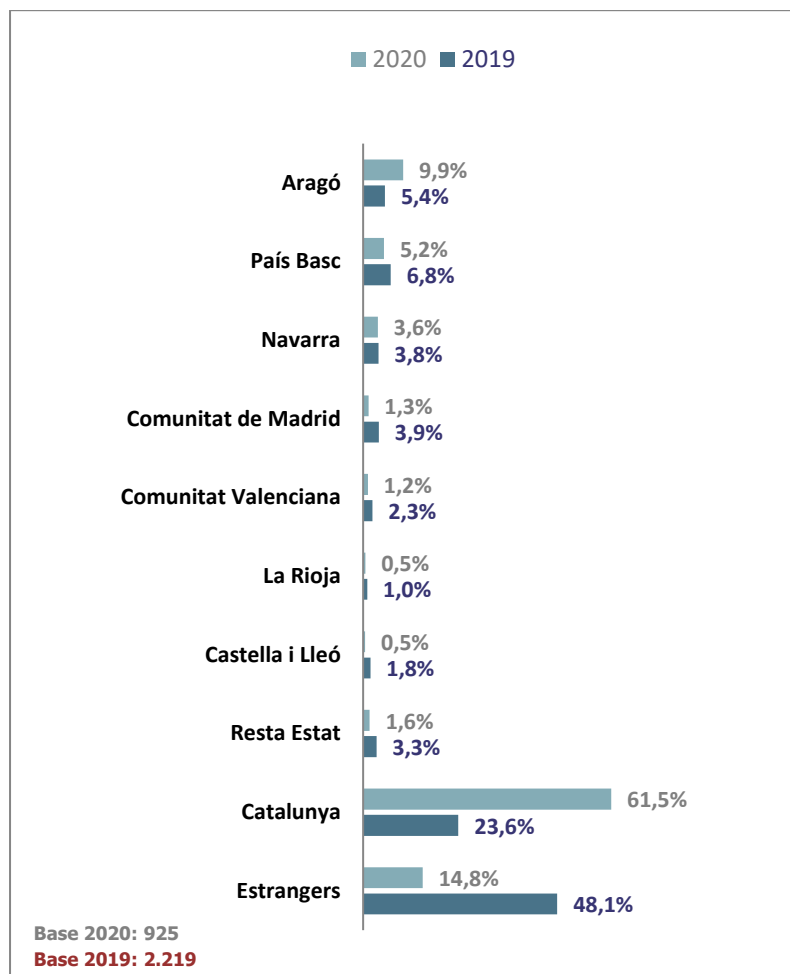


Gràfic 8 Distribució per origen (II)

Dels turistes que han visitat la Costa Daurada durant l'estiu de 2020, un 50,4% són de Barcelona. El turista procedent d'aquesta província és el predominant del mercat català, incrementant el seu pes aquesta temporada fins arribar a la meitat del total de visites.

El mercat lleidatà i el gironí segueixen amb un 4,0% i un 3,6% de freqüència, respectivament. Per últim, trobem el mercat tarragoní, amb un 3,5% del total de turistes.

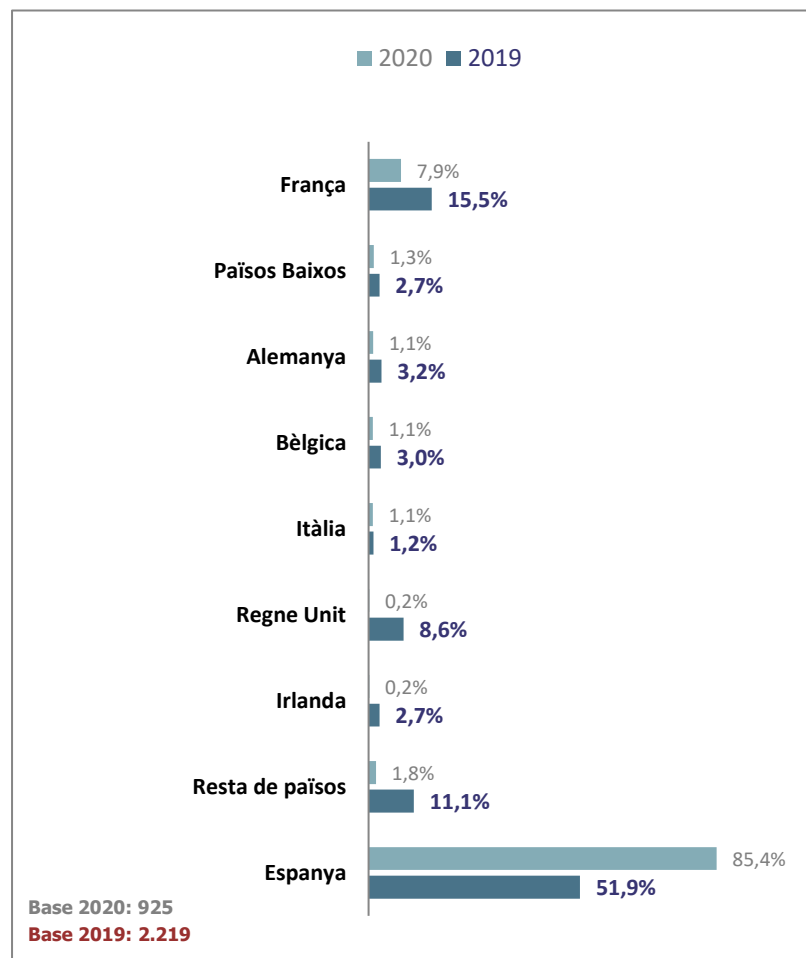
2-. Origen (III)



Gràfic 9 Distribució per origen (III)

Comparant els turistes procedents de les diferents Comunitats Autònomes, val a dir que rere el mercat català (61,5%), amb un 9,9% del total de turistes, el mercat aragonès s'ha situat per sobre del mercat basc (5,2%) i del navarrès (3,6%).

2-. Origen (IV)



Gràfic 10 Distribució per origen (IV)

Quant als mercats estrangers, el turista francès (7,9%) ha estat el predominant a la Costa Daurada l'estiu de 2020, seguit del turista dels Països Baixos, que amb un 1,3% del total es situa per davant del turista alemany (1,1%).

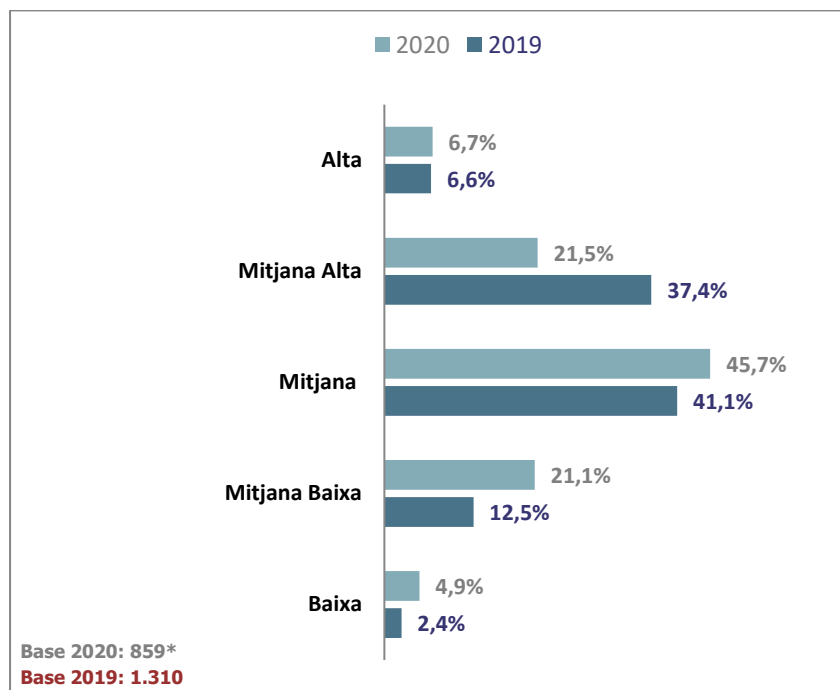
Així, es pot observar com el mercat francès continua sent el major mercat, però amb una caiguda de 7,6 punt percentuals, si bé el mercat que més cau és el britànic (-8,4 punts).

També a destacar que el mercat rus pràcticament desapareix (5,8% el passat any).

3-. Classe social dels turistes

* Aquesta pregunta només apareix en els qüestionaris llargs

Els turistes estrangers i els allotjats en Establiments de Turisme Rural presenten majors percentatges en les classes alta i mitjana alta (44,1% en el primer cas i 49,9% en el segon).



Gràfic 11 Distribució per classe social

El grup social majoritari entre els turistes de la Costa Daurada ha estat la classe social mitjana. Un 45,7% dels turistes pertanyen a aquest grup.

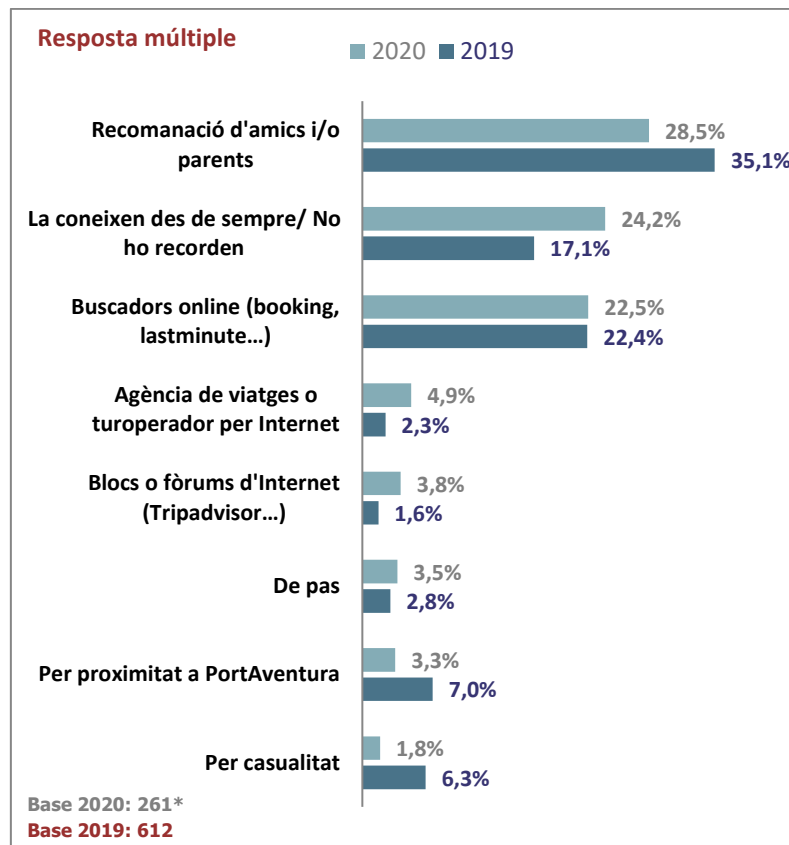
Augmenta respecte del 2019 el nombre de turistes inclosos dins la classe social mitjana baixa, en 8,6 punts percentuals; en detriment dels inclosos dins la categoria de classe mitjana alta (que es veuen reduïts en 15,9 punts).

RESULTATS

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

1-. Com va conèixer la destinació?

Resposta dels turistes que vénen per primera vegada.



Gràfic 12 Distribució per mitjà de coneixement de destinació

El 28,5% dels turistes que han arribat per primera vegada a la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 arriben recomanats per amigats i/o parents. Els que coneixen la destinació des de sempre o no recorden quan va ser la primera vegada es situa com a segon mitjà de coneixement de la destinació, amb un 24,2% de freqüència, seguit dels que han utilitzat buscadors online com booking o lastminute (22,5 %).

Destaca l'augment del nombre de turistes que responen que coneixen la destinació des de sempre (17,1% el 2019 i 24,2% el 2020).

2-. Estada al territori

Els turistes que realitzen estades mitjanes més llargues a la Costa Daurada són els qui s'allotgen a la resta de la zona centre (13,8 nits), i els qui les realitzen més breus s'allotgen a la Zona Interior (4,3 nits).

Les famílies amb nens (8,4 nits) i els turistes estrangers (11,2) també tenen una mitjana d'estada més llarga.

Finalment, l'estada mitjana en càmping és de 9,8 nits i en Establiments de Turisme Rural és de 4,7.

	Estiu 2020	Estiu 2019
1 - 2 nits	20,6%	12,1%
3 nits	11,1%	6,3%
4 nits	9,1%	7,9%
5 nits	9,2%	8,9%
6 nits	5,5%	14,1%
7 nits	13,3%	14,8%
8 nits	2,3%	2,7%
9 nits	1,0%	3,6%
10 nits	3,2%	5,4%
11- 15 nits	7,4%	15,2%
16 - 30 nits	8,5%	5,4%
Més de 30 nits	8,8%	3,6%
Fins a 7 nits	68,8%	64,1%
8 – 15 nits	13,8%	26,9%
Més de 15 nits	17,3%	9,0%
MITJANA*	7,3 nits	7,6 nits
DESVIACIÓ TÍPICA*	7,1 nits	5,3 nits

Base 2020: 925

Base 2019: 2.219

*Despesa mitjana i desviació típics per estades iguals o inferiors a 30 dies.

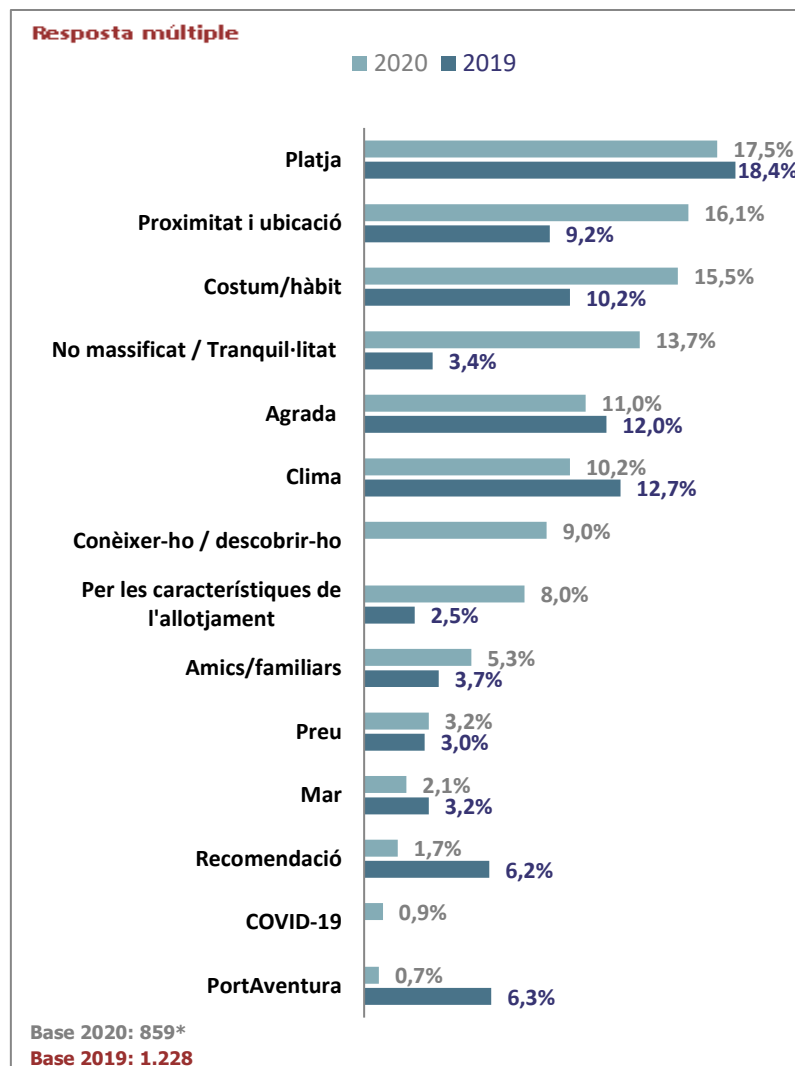
Taula 1 Distribució per durada estada al municipi

A l'estiu 2020 l'estada més freqüent ha estat la d'entre 1 i 2 nits, realitzada pel 20,6% dels turistes de la Costa Daurada. En segon lloc s'ha situat l'estada de 7 nits, amb el 13,3% dels turistes.

La mitjana d'estada al territori ha estat de 7,3 nits en estades iguals o inferiors a 30 dies.

3- Motivacions del viatge

El 26,8% dels turistes de Vila-seca esmenten la Proximitat com a motiu del seu viatge; el 28,9% dels turistes de Cambrils, l'Hàbit en les visites i el 40,8% dels de Tarragona el Conèixer o Descobrir la ciutat.



Gràfic 13 Motivacions del viatge

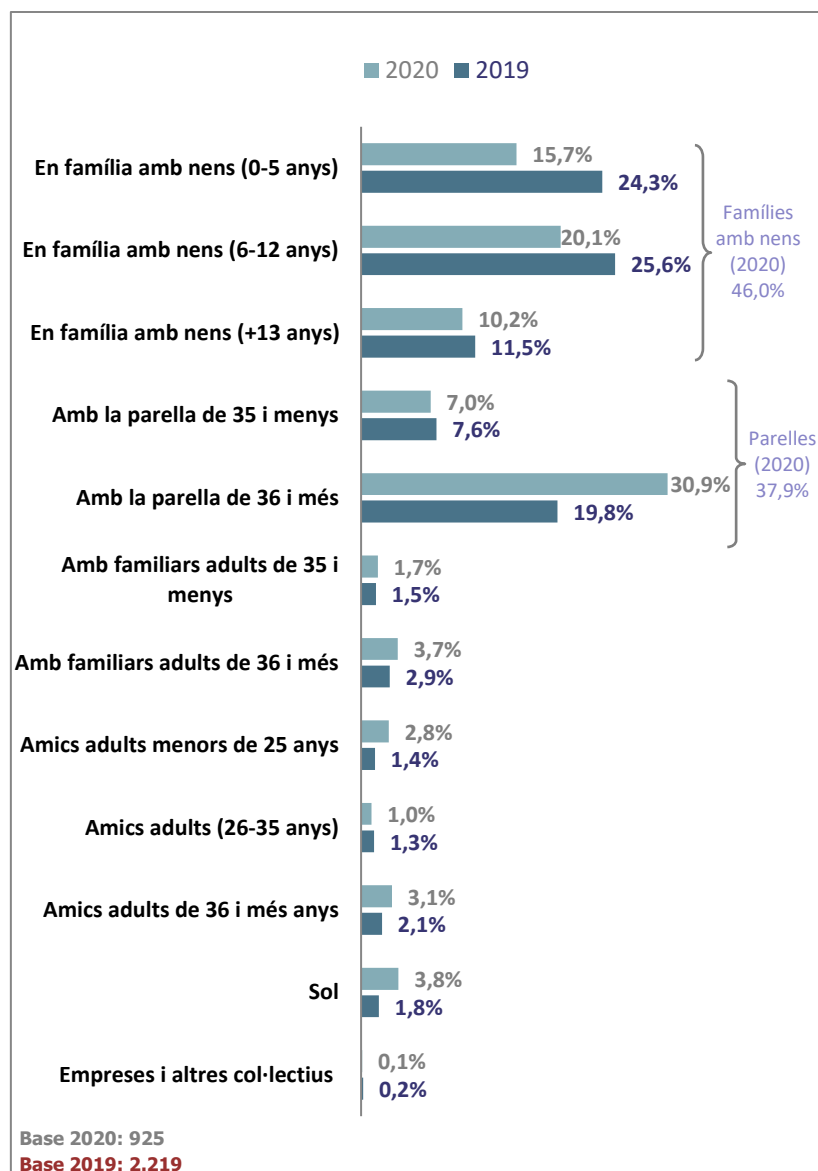
Les principals motivacions dels turistes per a visitar la Costa Daurada l'estiu de 2020 han estat la platja (17,5%), la proximitat i ubicació (16,1%), i el costum / hàbit (15,5%).

La no massificació, el desig de descobrir la destinació i la proximitat presenten creixements percentuals significatius.

4-. Acompanyants de viatge

Mentre que a la Zona Nord i a Cambrils més la meitat dels turistes vénen en família (54,2% i 53,4% respectivament), a Tarragona i Vila-seca predominen les parelles (56,2% i 49,5%).

Les famílies també passen del 50% en els mercats de la Resta de l'Estat i Estranger (52,2% i 51,6%).



Gràfic 14 Distribució per acompanyants de viatge

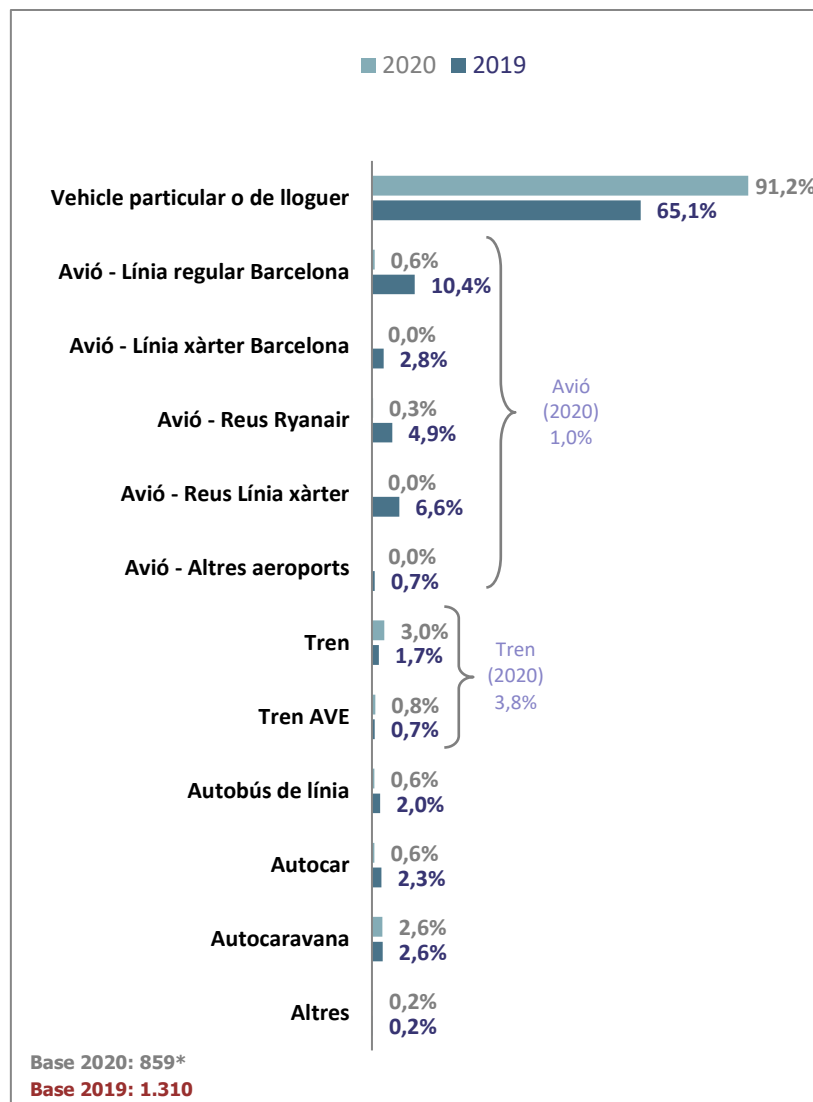
El perfil de grup majoritari dels turistes que ha visitat la Costa Daurada ha estat format per famílies amb nens (46,0%).

Els que han viatjat amb la parella (37,9%) i els que ho han fet amb amics adults (6,9%) han estat els següents en representació.

Destaca l'augment en 11,1 punts percentuals d'aquells visitants que vénen acompanyats per la seva parella de 36 anys i més. Contràriament, les famílies amb nens/es de 0 a 5 anys han disminuït 8,6 punts respecte a l'estiu de 2019.

5-. Mitjà de transport¹

El percentatge més baix de visites amb cotxe es dona en el segment dels Familiars Adults (77,8%), on el tren (15,3%) i l'autocaravana (5,1%) adquireixen una mica més de protagonisme.



Gràfic 15 Distribució per mitjà de transport

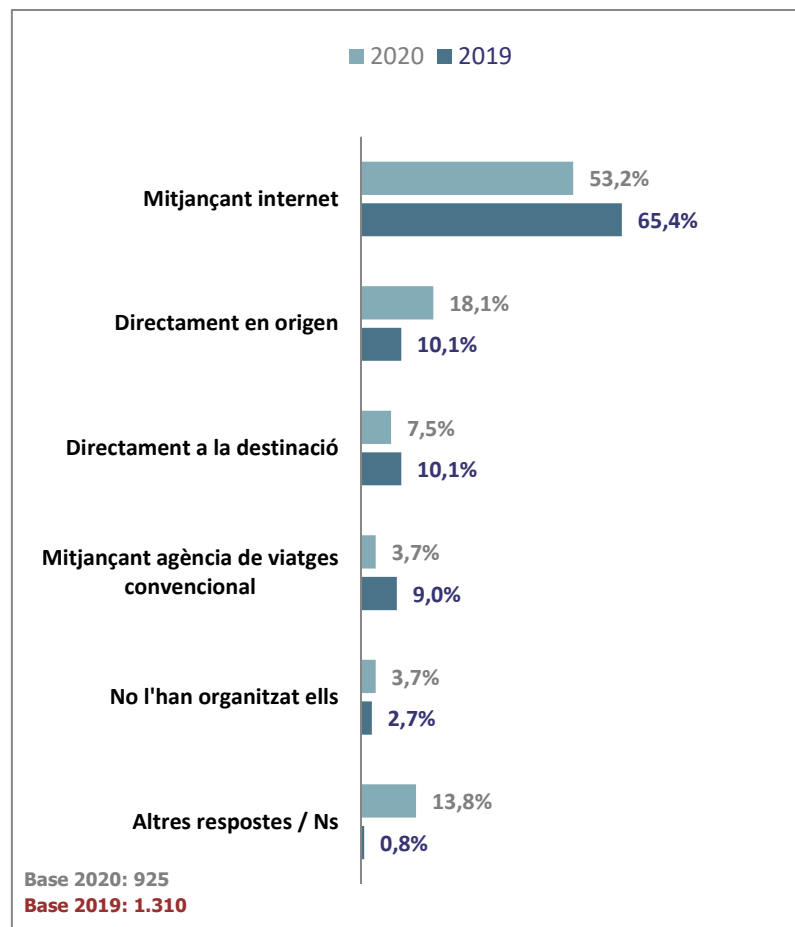
Els turistes de la Costa Daurada han realitzat el trajecte més llarg fins arribar a la seva destinació mitjançant vehicle particular o de lloguer (91,2%). En segon terme es troben els turistes que han arribat amb tren (3,8%).

Destaca el gran creixement de les arribades amb cotxe, ja que 9 de cada 10 visitants ho han fet en aquest mitjà de transport, 26,1 punts percentuals més que l'any passat.

¹Aquesta variable fa referència al mitjà de transport utilitzat per a realitzar el trajecte més llarg per tal d'arribar fins a la destinació

6-. Manera d'organització del viatge

Els turistes allotjats a Salou, els que vénen en grup d'amics i els menors de 24 anys destaquen per utilitzar buscadors online, com Lastminute, Trivago, booking.com, etc. (67,2%, 60,4% i 65,5%, respectivament).



Gràfic 16 Distribució per manera d'organització del viatge

Internet és l'opció que han triat en major proporció els turistes allotjats durant l'estiu a la Costa Daurada per organitzar el seu viatge (53,2%), seguit de l'organització del viatge directament a l'allotjament o propietari (telèfon o e-mail) des del seu lloc de residència (18,1%).

Cal assenyalar l'augment significatiu (de 8,0 punts percentuals) d'aquest segment que reserva directament en origen, respecte l'estiu de 2019, i les caigudes dels que organitzen el viatge mitjançant internet o agència de viatges convencional (12,2 i 8,3 punts percentuals respectivament).

NOTA: A la categoria "mitjançant Internet" s'inclouen les reserves realitzades a través d'agències de viatge on-line i a través d'aquest canal, ja siguin buscadors, etc..

7-. Temps de reserva de l'allotjament

Mentre que els catalans duen a terme la reserva amb una mitjana de 24,2 dies d'antelació, els estrangers ho fan amb 76,6.

Vila-seca és la zona en la qual es reserva amb menys dies d'antelació (17,8); per contra, a Tarragona és on es fa més anticipadament (64,5 dies).

En els càmpings s'anticipa la reserva 53,5 dies de mitjana i als hotels 15,6.

	ESTIU 2020	ESTIU 2019
Mitjana de dies d'anticipació de la reserva de l'allotjament	34,1 dies	73,5 dies
Desviació típica de temps d'anticipació de la reserva de l'allotjament	62,7 dies	79,3 dies

Taula 2 Mitjana temps d'antelació de la reserva del viatge

Durant l'estiu de 2020 els turistes han reservat l'allotjament on pernoctaran a la Costa Daurada amb una mitjana de 34,1 dies d'antelació.

	ESTIU 2020	ESTIU 2019
1-7 dies	49,9%	15,1%
8-15 dies	16,3%	11,3%
16-30 dies	13,9%	21,4%
31-60 dies	5,6%	16,3%
61-120 dies	7,4%	16,9%
121-160 dies	2,2%	4,2%
161-200 dies	2,0%	8,8%
Més de 200 dies	2,7%	6,0%

Base 2020: 859*

Base 2019: 1.181

Taula 3 Repartició per dies d'antelació

El 80,2% dels turistes han contractat l'allotjament amb menys d'un mes d'antelació. D'aquests, el 30,3% ho han fet entre dues setmanes i un mes abans, i el 49,9% han fet la reserva l'última setmana abans de la data del viatge.

Destaca el gran creixement de les reserves realitzades amb una única setmana d'antelació, que augmenta 34,8 punts percentuals.

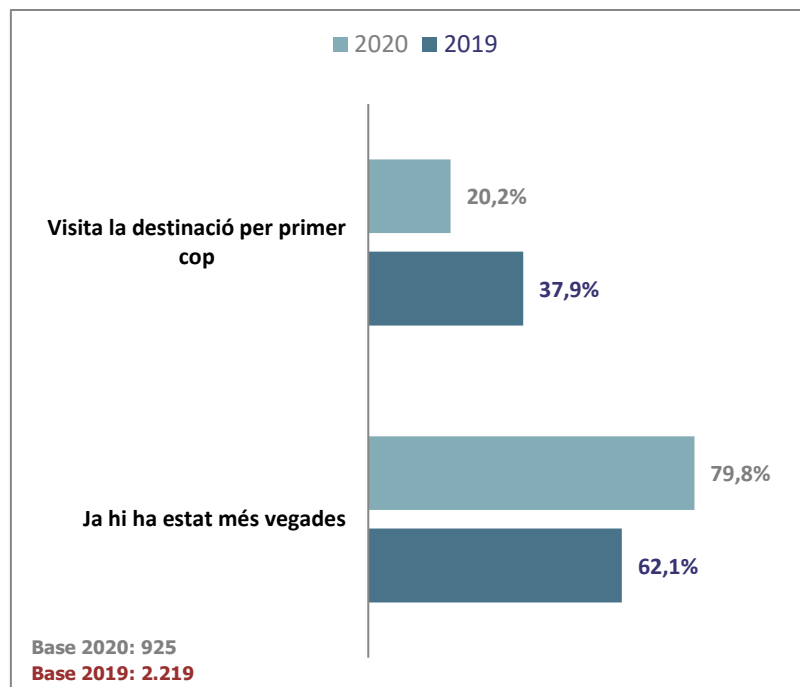
RESULTATS

RELACIÓ AMB LA DESTINACIÓ

1-. Fidelitat a la destinació

9 de cada 10 turistes allotjats en la Zona Nord ja havien estat en la destinació prèviament (91,8%), mentre que gairebé la meitat dels arribats a municipis de la Zona Interior de la Costa Daurada visiten la destinació per primera vegada (46,5%).

Els càmpings són el tipus d'allotjament que rep més repetidors (87,7%).



Gràfic 17 Distribució per fidelitat a la destinació

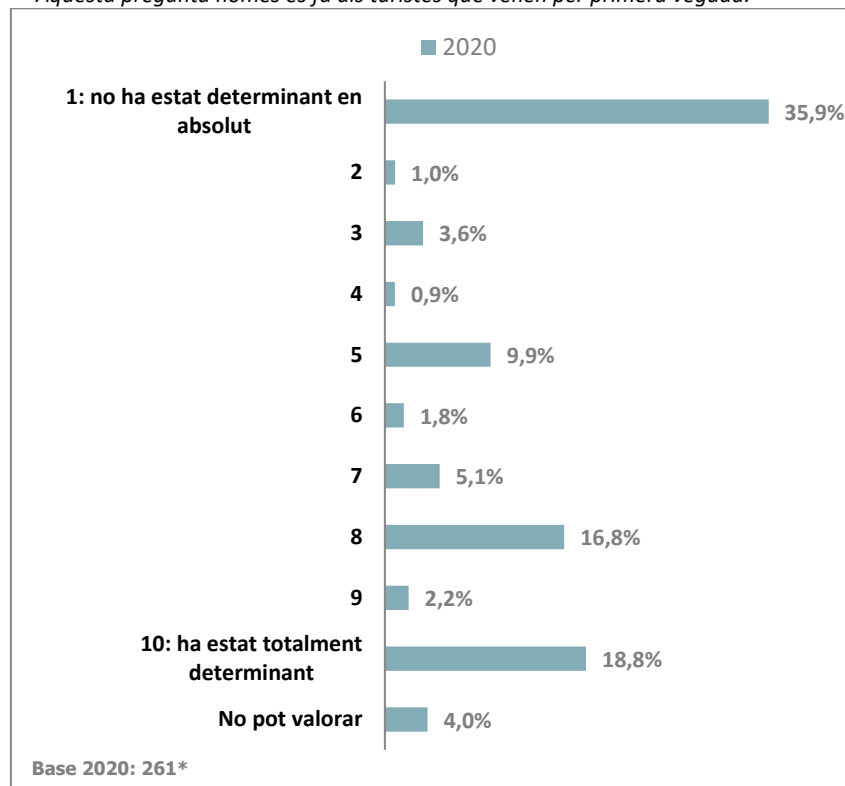
Per una banda, el 79,8% dels turistes que han visitat la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 han repetit la seva estada a la destinació.

Per l'altra banda, el 20,2% de turistes han visitat la Costa Daurada aquest any per primera vegada.

La distribució ha variat en un 17,7% respecte l'any immediatament anterior, augmentant el nombre de turistes que ja havien estat en la destinació més vegades amb anterioritat.

2-. Influència COVID-19 en l'elecció de destinació

* Aquesta pregunta només es fa als turistes que vénen per primera vegada.

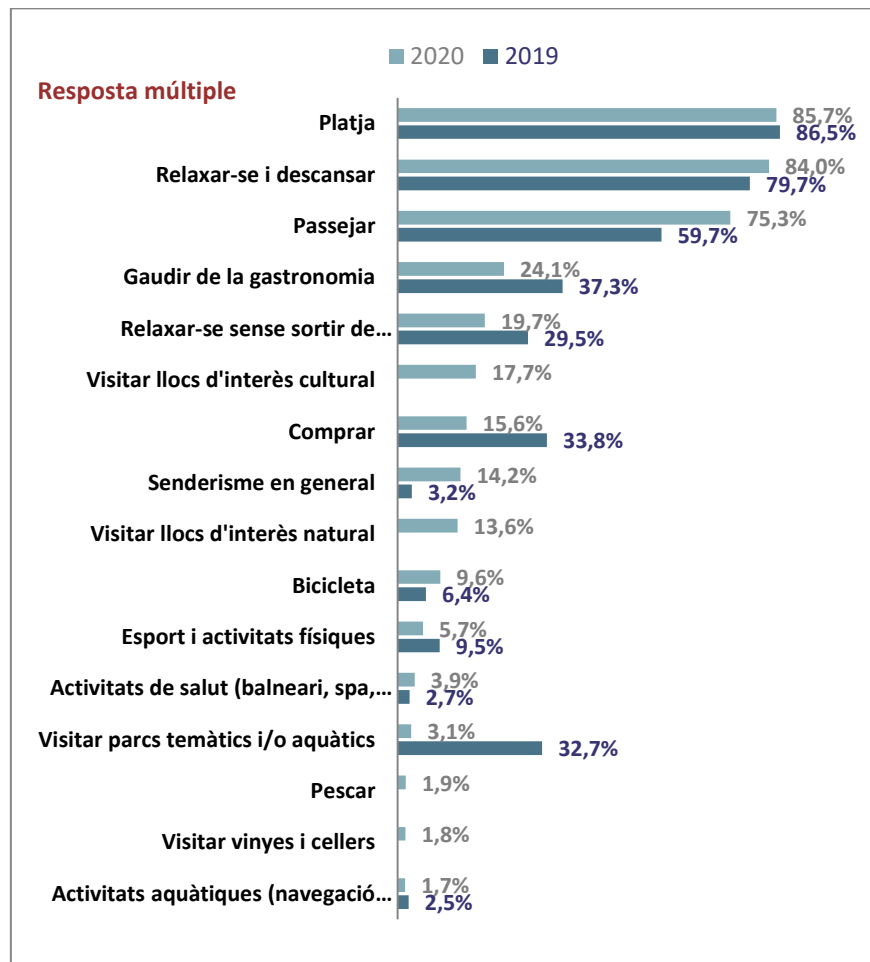


Gràfic 18 Distribució per influència COVID-19 en l'elecció de destinació

A la llum de les dades observades, podríem dir que per a un terç dels turistes que visitaven per primera vegada la destinació de la Costa Daurada enguany, el COVID-19 no ha incidit en la seva elecció de destinació.

Per contra, per a més o menys un altre terç d'aquests turistes (els que han puntuat de 8 a 10), el COVID-19 ha incidit de manera important en la seva decisió.

3- Activitats realitzades durant el viatge



Gràfic 19 Distribució per activitats realitzades durant el viatge

Base 2020: 859*

Base 2019: 2.219

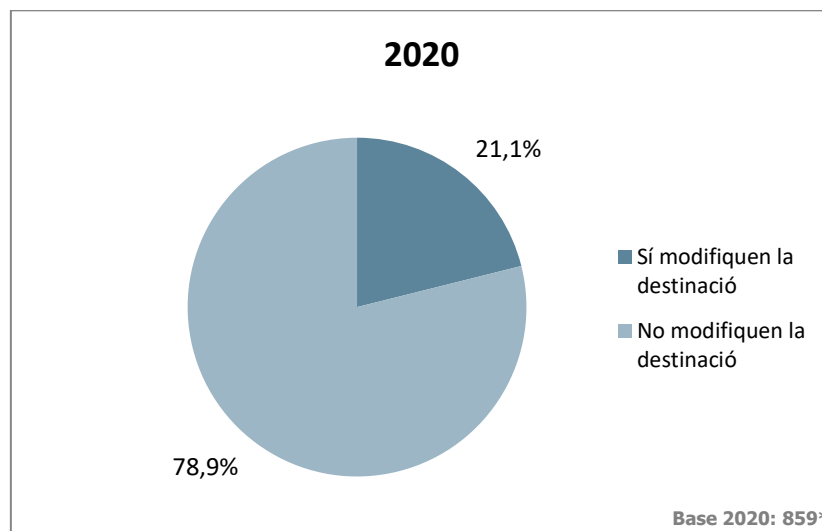
Anar a la platja (85,7%), relaxar-se i descansar (84,0%), i passejar (75,3%) són les principals activitats que duen a terme els turistes de la Costa Daurada.

Rere aquestes es troben gaudir de la gastronomia (24,1%) relaxar-se sense sortir de l'allotjament (19,7%) i visitar llocs d'interès cultural (17,7%).

NOTA: Cal tenir en compte que s'inclouen únicament les categories que superaven el 1,5% de freqüència, ja que aquesta pregunta, al ser de resposta múltiple, proporciona gran multitud de respostes variades.

La categoria Visitar llocs d'interès cultural i Visitar llocs d'interès natural no es pot comparar amb el any anterior per que s'han desagregat els ítems.

4-. Modificació de la destinació a causa de Covid-19

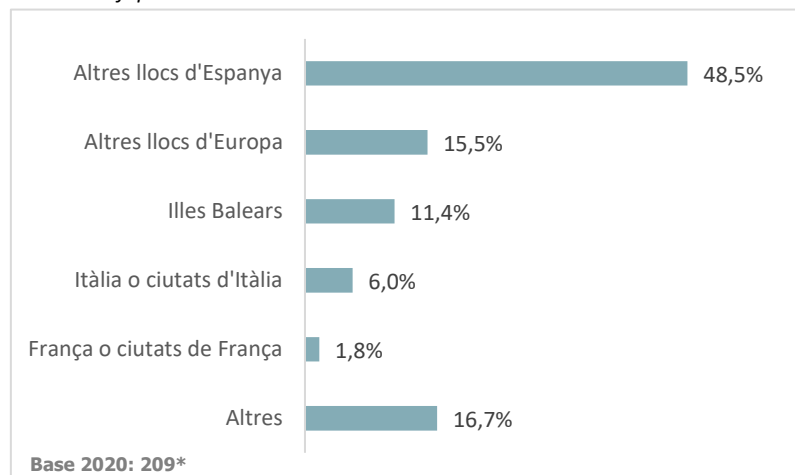


Gràfic 20 Distribució per modificació de destinació a causa de COVID

Una cinquena part dels turistes va canviar la destinació que tenia prevista a causa de la pandèmia de la COVID-19.

4.1-. Destinació prevista amb anterioridad COVID-19

* Sí modifiquen la destinació

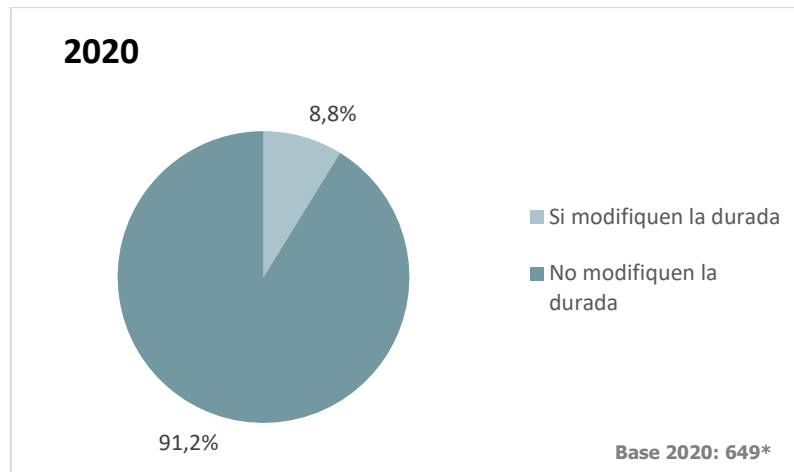


Gràfic 21: Distribució per destinació prevista abans de la COVID

Més de la meitat dels turistes que van canviar la destinació a causa de la COVID-19, tenien previst viatjar per algun altre lloc d'Espanya.

5- Modificació de la durada de l'estada a causa de la Covid-19

* Aquesta pregunta només es fa als turistes que no modifiquen la destinació

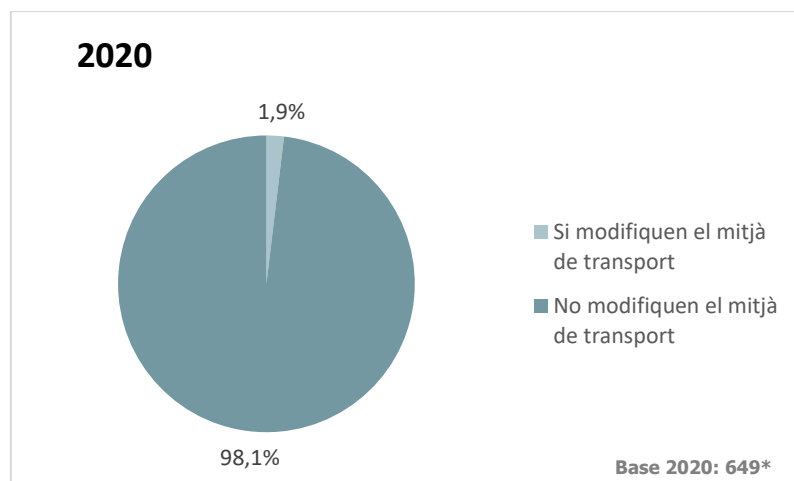


Gràfic 22: Distribució per modificació durada estada a causa COVID

El 8,8% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar l'estada prevista.

6- Modificació del mitjà de transport a causa de la Covid-19

* Aquesta pregunta només es fa als turistes que no modifiquen la destinació

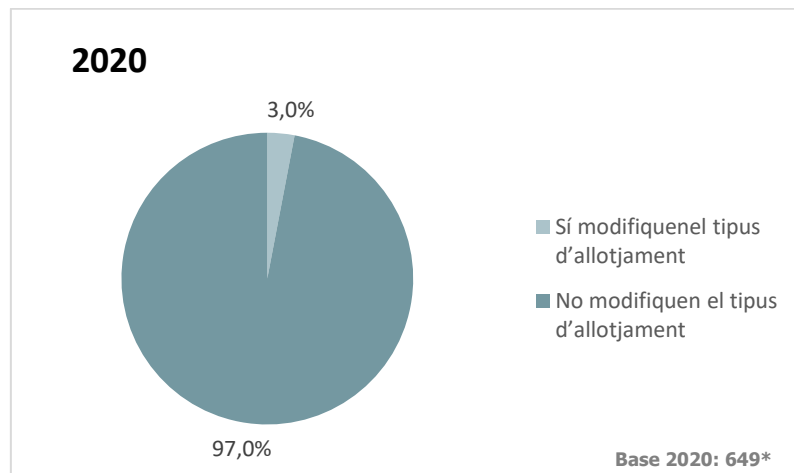


Gràfic 23: Distribució per modificació mitjà transport a causa COVID

Solament el 1,9% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar el mitjà de transport.

7-. Modificació del tipus d'allotjament a causa de la Covid-19

* Aquesta pregunta només es fa als turistes que no modifiquen la destinació

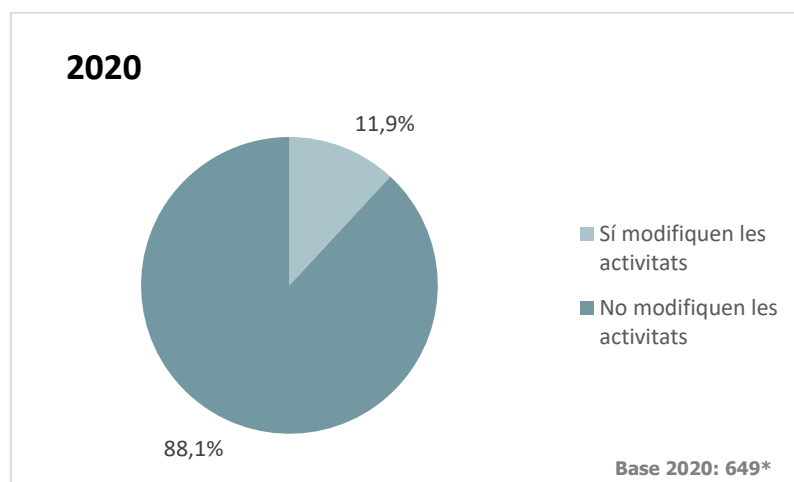


Gràfic 24: Distribució per modificació allotjament a causa COVID

Solament el 3,0% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar el tipus d'allotjament.

8-. Modificació de les activitats a causa de la Covid-19

* Aquesta pregunta només es fa als turistes que no modifiquen la destinació



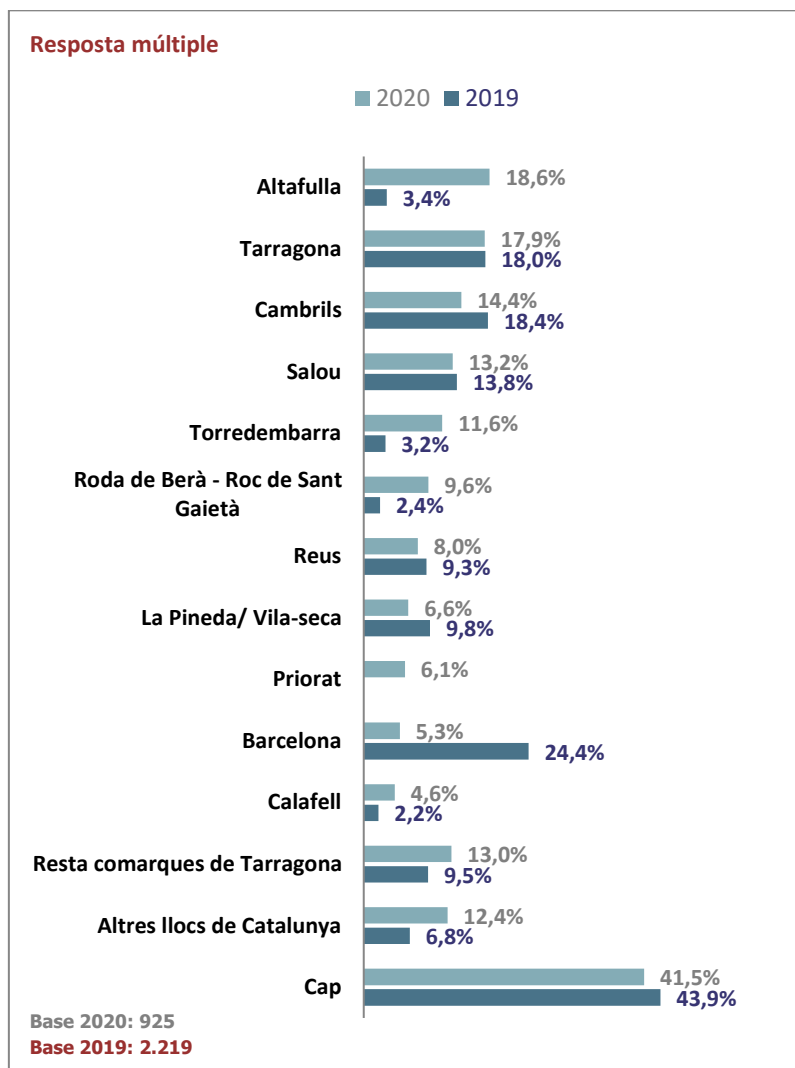
Gràfic 25: Distribució per modificació activitats a causa COVID

El 11,9% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar les activitats que pensaven realitzar a la destinació.

9- Principals visites realitzades durant el viatge

La meitat dels allotjats a Tarragona i un terç dels allotjats a la Zona Nord han visitat el municipi d'Altafulla.

També ha visitat Altafulla el 27,7% dels turistes allotjats en càmping.



Gràfic 26: Distribució per visites realitzades durant el viatge

Altafulla s'ha situat com la ciutat més visitada entre els turistes, amb una freqüència del 18,6%. A aquesta l'han seguit Tarragona (17,9%) i Cambrils (14,4%).

Altafulla passa d'aglutinar les visites del 3,4% dels turistes el 2019 a fer-ho del 18,6% durant aquest el 2020.

Per contra, Barcelona ha passat de rebre el 24,4% de les visites en 2019 al 5,3% en 2020.

El 41,5% dels turistes han estat als municipis on s'han allotjat prescindint de realitzar cap visita.

NOTA: incloses únicament les categories que superaven el 3,0% de freqüència, ja que aquesta pregunta proporciona gran multitud de respostes variades.

10-. Despesa mitjana a la destinació per persona (“POCKET MONEY”²)

Durant el total de la seva estada.

* Aquesta pregunta només apareix en els qüestionaris llargs

	Estiu 2020	Estiu 2019
Menys de 200 euros	58,2%	30,4%
De 201 a 300 euros	7,6%	7,9%
De 301 a 500	4,5%	7,6%
De 501 a 900	2,2%	3,6%
De 901 a 2.000	2,1%	2,2%
Més de 2.001	0,3%	0,3%
Ns/Nc	25,1%	48,0%
MITJANA PER PERSONA	200€	280€
DESVIACIÓ TÍPICA	289€	307€

Base 2020: 859*

Base 2019: 1.310

Taula 4 Rang de despesa per persona

La despesa mitjana en *pocket money* per persona i viatge que han realitzat els turistes de la Costa Daurada d'aquest any s'ha registrat en 200 euros, 80 euros menys que la despesa de la temporada anterior.

La despesa més freqüent ha estat la de menys de 200€ per persona i viatge.

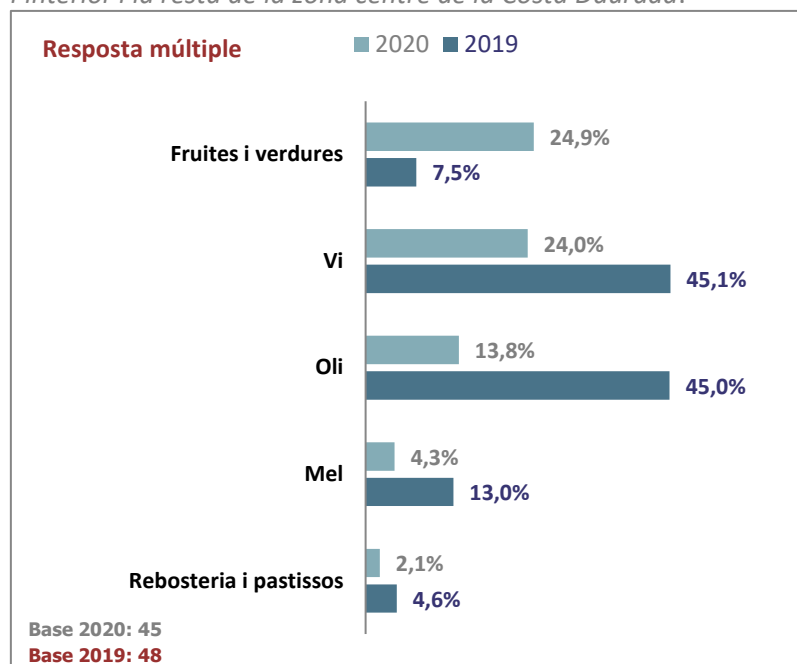
NOTA: Cal tenir en compte en la interpretació de resultats l'alt percentatge del buit de resposta (Ns/Nc) i que la dada està afectada per la llargada de l'estada.

2. Despesa que no inclou ni allotjament ni transport

11-. Compra de productes en agrobotigues

Resposta del 14,2% del total de turistes* que afirmen haver comprat productes en agrobotigues. Aquesta va ser del 9,8% per al 2019.

**Pregunta administrada només als turistes allotjats a la zona nord, l'interior i la resta de la zona centre de la Costa Daurada.*



Gràfic 27 Distribució per productes comprats en agrobotigues

Els productes comprats en agrobotigues més consumits pels turistes que han manifestat haver comprat productes en agrobotigues han estat: fruites i verdures (24,9%), vi (24,0%), oli (13,8%), i mel (4,3%).

NOTA: Mostres poc representatives.

RESULTATS

VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ

1- Valoració de diferents aspectes de la destinació

(Valoració d'1 - molt deficient - a 5 - excel·lent-)

* Aquesta pregunta només apareix en els qüestionaris llargs

Els turistes allotjats a Interior de la Costa Daurada, els menors de 24 anys, els visitants estrangers i els allotjats en Establiments de Turisme Rural han valorat amb 4,5 el grau de satisfacció general, mentre que el segment dels nous visitants han arribat a l'4,6.

	ESTIU 2020	ESTIU 2019
Neteja de les àrees públiques	4,1	4,1
Seguretat	4,2	4,3
Mesures de prevenció del coronavirus (Covid 19)	4,0	
Amabilitat de la gent	4,4	4,4
Serveis d'allotjament	4,4	4,3
Transports públics	3,9	4,1
Facilitats per als vianants	4,3	4,2
Entreteniment i vida nocturna	3,3	4,1
Zones verdes - naturalesa	4,2	4,1
Neteja de les platges i el mar	3,9	4,1
Equipaments de les platges	3,4	4,0
Relació qualitat/preu	3,9	4,0
Senyalització	4,2	4,0
Grau de satisfacció general	4,4	4,3

Base 2020: 859*

Base 2019: 1.267

Taula 5 Valoració de diferents aspectes de la destinació

En una escala de l'1 al 5, el grau de satisfacció general, per terme mig, que han manifestat els turistes entrevistats ha estat d'un 4,4, una dècima per sobre de l'estiu de 2019.

En quant a la valoració de cada un dels aspectes de la destinació, l'amabilitat de la gent i els serveis d'allotjament han estat els més ben valorats, amb una puntuació mitjana de 4,4 punts sobre 5.

Destaquen les baixades en el Entreteniment i vida nocturna i en els Equipaments de les platges.

2-. Valoració de diferents aspectes dels restaurants

(Valoració d'1 - molt deficient - a 5 - excel·lent-)

Els turistes allotjats a Interior de la Costa Daurada i els menors de 24 anys donen respectivament una valoració de 4,6 i 4,5 als restaurants en general.

	ESTIU 2020	ESTIU 2019
Preu	4,0	3,9
Qualitat	4,1	4,1
Varietat	4,1	4,1
Menús	4,1	4,0
Atenció al client	4,4	4,2
Restaurant en general	4,2	4,1

Base 2020: 859*

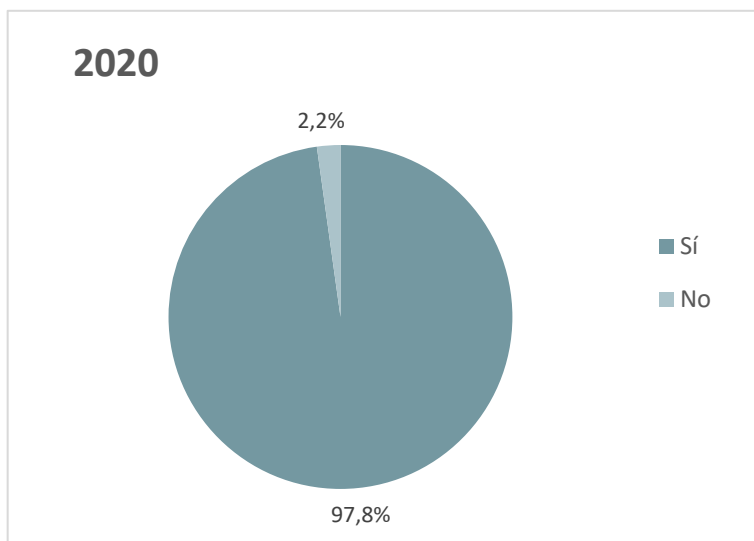
Base 2019: 901

Taula 6 Valoració de diferents aspectes dels restaurants

Els restaurants en general de la Costa Daurada han estat valorats pels turistes de la destinació amb una puntuació mitjana d'un 4,2 sobre 5. Aquesta valoració ha augmentat una dècima respecte a l'estiu de 2019.

De cada un dels aspectes referents als establiments de restauració del territori, l'atenció al client ha estat el més ben valorat, amb una nota d'un 4,4 sobre 5.

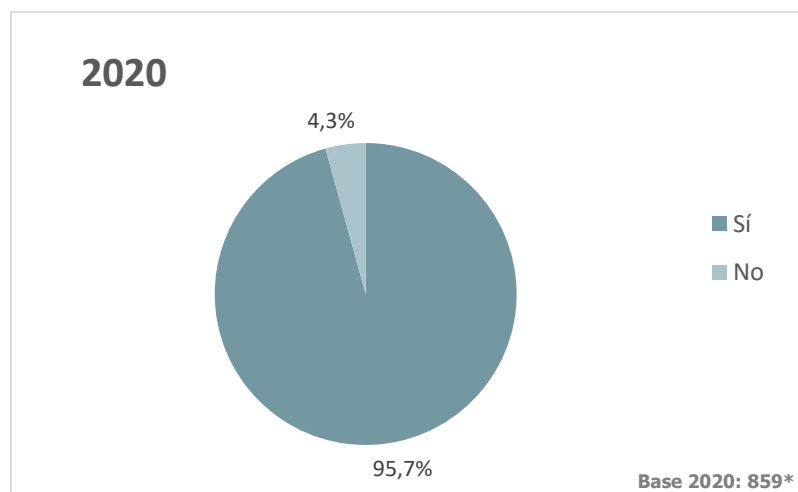
3-. Recomanaria la visita a la destinació



Gràfic 28: Distribució per recomanació de visita a la destinació

Pràcticament tots els turistes recomanarien la visita a la destinació (97,8%).

4-. Repetiria la visita a la destinació

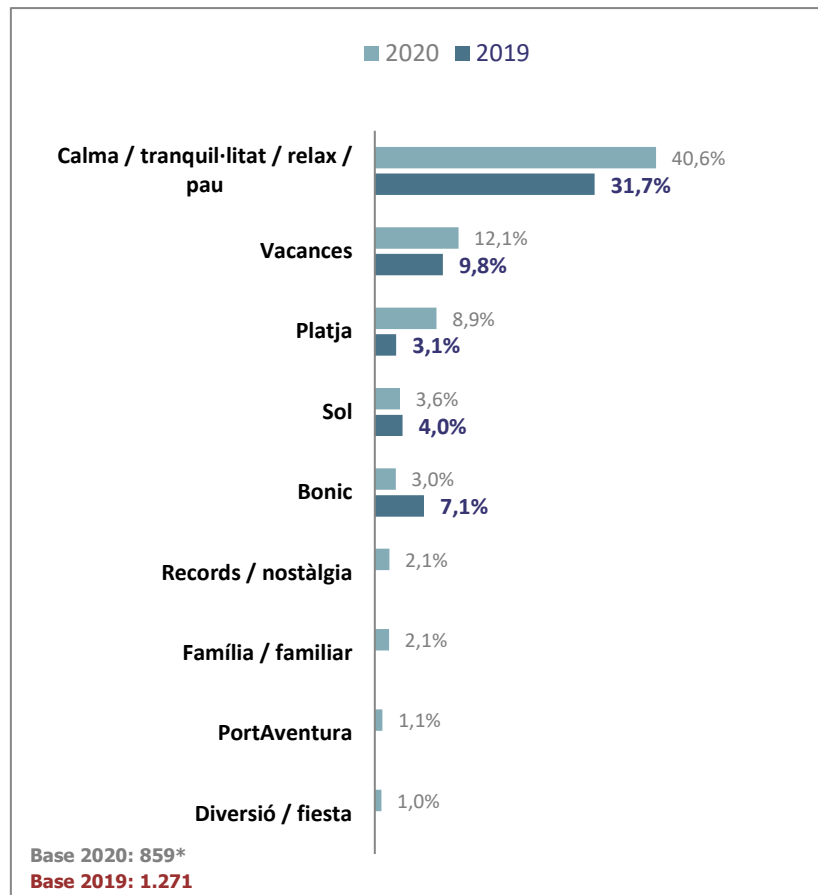


Gràfic 29: Distribució per repetició de visita a Tortosa

Pràcticament tots els turistes repetirien la visita a la destinació (95,7%).

5- Els principals significats de la destinació

Resposta oberta



Gràfic 30 Distribució per significat de la destinació

Els turistes de l'estiu del 2020 han descrit la Costa Daurada, en major mesura, amb les paraules "Calma / tranquil·litat / relax / pau", amb una freqüència del 40,6%.

En segon lloc l'han relacionat amb "Vacances" (12,1%) i "Platja" (8,9%).

NOTA: incloses únicament les categories que superaven el 1% de freqüència, ja que aquesta pregunta proporciona gran multitud de respostes extremadament variades.

Algunes de les variables s'han modificat respecte a l'any anterior.

RESUM: LA DEMANDA TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA, JULIOL –SETEMBRE 2020

- *El grup d'edat més freqüent dels turistes que visiten la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 ha estat, amb un 27,5%, els d'una edat compresa entre els 35 i 44 anys. A aquests els han seguit els turistes entre 55 i 64 anys, amb un freqüència del 23,0% del total.*
- *El mercat català ha estat el més nombrós durant l'estiu de 2020 a la Costa Daurada, representant el 61,5% dels turistes. L'ha seguit el mercat de la resta de l'Estat espanyol (23,8%) i el mercat estranger (14,6%).*
- *Dels turistes que han visitat la Costa Daurada durant l'estiu de 2020, un 50,4% són de Barcelona. El turista procedent d'aquesta província és el predominant del mercat català, incrementant el seu pes aquesta temporada fins arribar a la meitat de l'total de visites.*
- *Comparant els turistes procedents de les diferents Comunitats Autònomes, val a dir que rere el mercat català (61,5%), amb un 9,9% del total de turistes, el mercat aragonès s'ha situat per sobre del mercat basc (5,2%) i del navarrès (3,6%).*
- *Quant als mercats estrangers, el turista francès (7,9%) ha estat el predominant a la Costa Daurada l'estiu de 2020, seguit del turista dels Països Baixos, que amb un 1,3% del total es situa per davant del turista alemany (1,1%).*
- *El grup social majoritari entre els turistes de la Costa Daurada ha estat la classe social mitjana. Un 45,7% dels turistes pertanyen a aquest grup. Augmenta respecte del 2019 el nombre de turistes inclosos dins la classe social mitjana baixa, en 8,6 punts percentuals; en detriment dels inclosos dins la categoria de classe mitjana alta (que es veuen reduïts en 15,9 punts).*
- *El 28,5% dels turistes que han arribat per primera vegada a la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 arriben recomanats per amistats i/o parents. Els que coneixen la destinació des de sempre o no recorden quan va ser la primera vegada es situa com a segon mitjà de coneixement de la destinació, amb un 24,2% de freqüència, seguit dels que han utilitzat buscadors online com booking o lastminute (22,5 %).*
- *A l'estiu 2020 l'estada més freqüent ha estat la d'entre 1 i 2 nits, realitzada pel 20,6% dels turistes de la Costa Daurada. En segon lloc s'ha situat l'estada de 7 nits, amb el 13,3% dels turistes. La mitjana d'estada al territori ha estat de 7,3 nits en estades iguals o inferiors a 30 dies.*

COSTA DAURADA . HOTELS, CÀMPINGS I TURISME RURAL

- *Les principals motivacions dels turistes per a visitar la Costa Daurada l'estiu de 2020 han estat la platja (17,5%), la proximitat i ubicació (16,1%), i el costum / hàbit (15,5%).*
- *El perfil de grup majoritari dels turistes que ha visitat la Costa Daurada ha estat format per famílies amb nens (46,0%). Els que han viatjat amb la parella (37,9%) i els que ho han fet amb amics adults (6,9%) han estat els següents en representació.*
- *Els turistes de la Costa Daurada han realitzat el trajecte més llarg fins arribar a la seva destinació mitjançant vehicle particular o de lloguer (91,2%). En segon terme es troben els turistes que han arribat amb tren (3,8%).*
- *Internet és l'opció que han triat en major proporció els turistes allotjats durant l'estiu a la Costa Daurada per organitzar el seu viatge (53,2%), seguit de l'organització del viatge directament a l'allotjament o propietari (telèfon o e-mail) des del seu lloc de residència (18,1%).*
- *Durant l'estiu de 2020 els turistes han reservat l'allotjament on pernoctaran a la Costa Daurada amb una mitjana de 34,1 dies d'antelació. El 80,2% dels turistes han contractat l'allotjament amb menys d'un mes d'antelació. D'aquests, el 30,3% ho han fet entre dues setmanes i un mes abans, i el 49,9% han fet la reserva l'última setmana abans de la data del viatge.*
- *Per una banda, el 79,8% dels turistes que han visitat la Costa Daurada durant l'estiu de 2020 han repetit la seva estada a la destinació. Per l'altra banda, el 20,2% de turistes han visitat la Costa Daurada aquest any per primera vegada. La distribució ha variat en un 17,7% respecte l'any immediatament anterior, augmentant el nombre de turistes que ja havien estat en la destinació més vegades amb anterioritat.*
- *A la llum de les dades observades, podríem dir que per a un terç dels turistes que visitaven per primera vegada la destinació de la Costa Daurada enguany, el COVID-19 no ha incidit en la seva elecció de destinació. Per contra, per a més o menys un altre terç d'aquests turistes (els que han puntuat de 8 a 10), el COVID-19 ha incidit de manera important en la seva decisió.*
- *Anar a la platja (85,7%), relaxar-se i descansar (84,0%), i passejar (75,3%) són les principals activitats que duen a terme els turistes de la Costa Daurada.*
- *Una cinquena part dels turistes va canviar la destinació que tenia prevista a causa de la pandèmia de la COVID-19.*

COSTA DAURADA . HOTELS, CÀMPINGS I TURISME RURAL

- *El 8,8% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar l'estada prevista.*
- *Solament el 1,9% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar el mitjà de transport.*
- *Solament el 3,0% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar el tipus d'allotjament.*
- *El 11,9% dels turistes que ja pensaven anar a la Costa Daurada abans de la COVID-19 van modificar les activitats que pensaven realitzar a la destinació.*
- *Altafulla s'ha situat com la ciutat més visitada entre els turistes, amb una freqüència del 18,6%. A aquesta l'han seguit Tarragona (17,9%) i Cambrils (14,4%).*
- *La despesa mitjana en pocket money per persona i viatge que han realitzat els turistes de la Costa Daurada d'aquest any s'ha registrat en 200 euros, 80 euros menys que la despesa de la temporada anterior. La despesa més freqüent ha estat la de menys de 200€ per persona i viatge.*
- *Els productes comprats en agrobotigues més consumits pels turistes que han manifestat haver comprat productes en agrobotigues han estat: fruites i verdures (24,9%), vi (24,0%), oli (13,8%), i mel (4,3%).*
- *En una escala de l'1 al 5, el grau de satisfacció general, per terme mig, que han manifestat els turistes entrevistats ha estat d'un 4,4, una dècima per sobre de l'estiu de 2019. En quant a la valoració de cada un dels aspectes de la destinació, l'amabilitat de la gent i els serveis d'allotjament han estat els més ben valorats, amb una puntuació mitjana de 4,4 punts sobre 5.*
- *Els restaurants en general de la Costa Daurada han estat valorats pels turistes de la destinació amb una puntuació mitjana d'un 4,2 sobre 5. Aquesta valoració ha augmentat una dècima respecte a l'estiu de 2019.*
- *Pràcticament tots els turistes recomanarien i repetirien la visita a la destinació (97,8% i 95,7% respectivament).*
- *Els turistes de l'estiu del 2020 han descrit la Costa Daurada, en major mesura, amb les paraules "Calma / tranquil·litat / relax / pau", amb una freqüència del 40,6%. En segon lloc l'han relacionat amb "Vacances" (12,1%) i "Platja" (8,9%).*

ANNEX

QÜESTIONARI



TIPOLOGIA D'ALLOTJAMENT

- Hotel 4-5 estrelles
- Hotel 3 estrelles
- Hotel 2 estrelles o menys
- Càmping
- Apartament
- Turisme rural

NOM DE L'ESTABLIMENT

.....

MUNICIPI

.....

P1. Quantes nits s'ha quedat o es quedarà a Tarragona? (una sola resposta)

Menys d'una nit → Fi d'entrevista

Nº NITS

P2a. Quin és el seu país de residència habitual? (una sola resposta)

.....

P2b. Si viu a Espanya, A quina província?

.....

P2c. Si viu a Tarragona, A quina comarca?

.....

P2d. Si viu a França, Rússia, Regne Unit o Irlanda: Regió?

.....

P3. Quin ha estat el motiu o els motius per a escollir Tarragona i no una altra DESTINACIÓ? (una o varies respostes)

- 1.-
- 2.-
- 3.-

P4. Digui quin lloc o llocs de la zona ha visitat o pensa visitar durant el seu ACTUAL viatge o visita. (ENTREV.: MOSTRAR)

Barcelona	Girona ciutat, Figueras o Costa Brava.
Salou	Tortosa
Cambrils	Miravet
Tarragona	Horta de Sant Joan
La Pineda/Vila-seca	Espais de la Batalla de l'Ebre
Reus	P.N. Els Ports
Altafulla	Priorat
Torredembarra	Resta comarques Tgna
Calafell	Altres llocs de Catalunya
Roda de Berà - Roc de Sant Gaietà	Franja d'Aragón (Terol)
P.N. Delta del Ebro	Castellón (Peníscola/Morella)
Poblet	Reserva Natural de Sebes i Meandre de Flix
Santes Creus	Cap
Montserrat	

P5. Amb qui ha vingut a Tarragona? (una sola resposta)

- Amb la família amb nens entre 0 i 5 anys
- Amb la família amb nens entre 6 i 12 anys
- Amb la família amb nens de 13 i més
- Amb la parella de 35 i menys
- Amb la parella de entre 36 i 55 anys
- Amb la parella de 56 i més
- Amb altres familiars adults de 35 i menys
- Amb altres familiars adults de entre 36 y 55 anys
- Amb altres familiars adults de 56 y més
- Amics adults menors de 25
- Amics adults de entre 26 y 35 anys
- Amics adults de entre 36 y 55
- Amics adults de 56 y més
- Escoles
- Sol
- Empreses i altres col·lectius

P6. És la primera vegada que visita Tarragona?

Sí → Passar a P7
No → Passar a P8

P7. Valori el grau en que el coronavirus (COVID-19) ha estat determinant per a la tria aquesta zona (Costa Daurada):

no ha estat determinant en absolut									ha estat totalment determinant
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

P8. Amb quin mitjà de transport ha realitzat el trajecte més llarg per arribar fins a Costa Daurada?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Cotxe particular | <input type="checkbox"/> Moto particular |
| <input type="checkbox"/> Cotxe de lloguer | <input type="checkbox"/> Vaixell |
| <input type="checkbox"/> Cotxe: Blablacar o similar | <input type="checkbox"/> Autocaravana |
| <input type="checkbox"/> Avió – Línia regular Barcelona | <input type="checkbox"/> Altres (anotar) |
| <input type="checkbox"/> Avió – Línia charter Barcelona | |
| <input type="checkbox"/> Avió – Reus Ryanair | |
| <input type="checkbox"/> Avió – Reus Línia charter | |
| <input type="checkbox"/> Avió – altres aeroports | |
| <input type="checkbox"/> Tren | |
| <input type="checkbox"/> Tren AVE | |
| <input type="checkbox"/> Autobús de línia | |
| <input type="checkbox"/> Autocar | |

P9. Com ha contractat l'allotjament? (una sola resposta)

Directament a l'allotjament o propietari (telèfon o e-mail) des del seu lloc de residència	
Directament a l'allotjament o propietari (en persona, telèfon o e-mail) un cop a la destinació	
Mitjançant la web de l'hotel, càmping, apartament o casa rural	
Mitjançant agència de viatges convencional (per telèfon, oficina)	
Mitjançant agència de viatges per Internet	
Buscadors online (lastminute, Trivago, booking.com...)	
No lo han contractat ells	
No ho sap	
Altres. ANOTAR:	

P10. Amb quant temps d'anticipació ha reservat el seu allotjament (hotel, càmping, apartament o casa rural)?

dies

COSTA DAURADA . HOTELS, CÀMPINGS I TURISME RURAL

P11. Com ha conegut aquesta zona (Costa Daurada o Terres de l'Ebre)? (una o varies respostes) (ENTREVISTADOR: MOSTRAR)

<input type="checkbox"/>	Catàleg de touoperador
<input type="checkbox"/>	Agència de viatges convencional
<input type="checkbox"/>	Agència de viatges o touoperador per Internet
<input type="checkbox"/>	Triptics en recepció (hotel / càmping / apartament)
<input type="checkbox"/>	Buscadors online (booking, lastminute...)
<input type="checkbox"/>	Revistes, diaris o ràdio
<input type="checkbox"/>	Informació d'amics i/o parents
<input type="checkbox"/>	Blocs o fòrums d'Internet (Tripadvisor...)
<input type="checkbox"/>	Oficines de turisme d'aquesta província
<input type="checkbox"/>	A fires i promocions de turisme
<input type="checkbox"/>	A la TV
<input type="checkbox"/>	Oficina Nacional de Turisme
<input type="checkbox"/>	Guies especialitzades
<input type="checkbox"/>	De pas
<input type="checkbox"/>	Per casualitat
<input type="checkbox"/>	Publireportatge
<input type="checkbox"/>	Des de sempre/ no ho recorden
<input type="checkbox"/>	Per proximitat a PortAventura
<input type="checkbox"/>	No ho sap
<input type="checkbox"/>	Altres
Anotar: <input type="text"/>	

ENTREVISTADOR: HACER P12 A P15 SÓLO EN COSTA DAURADA

P12. Sap vostè que les entrades per a Port Aventura i Ferrari Land són vàlides només amb data de visita obtinguda amb cita prèvia?

Sí
No

P13. Ha visitat o pensa visitar durant el seu ACTUAL viatge o visita el parc temàtic PortAventura?

Sí
No

P14. Ha visitat o pensa visitar durant el seu ACTUAL viatge o visita el parc temàtic Ferrari Land?

Sí
No

ENTREVISTADOR: HACER P15 SI VA A PORTAVENTURA Y NO VA A FERRARI LAND

P15. Del següent llistat que li mostro a continuació, digui quins són els motius pels quals no ha visitat o no pensa visitar Ferrari Land durant el seu ACTUAL viatge.

<input type="checkbox"/>	Hi aniran més endavant
<input type="checkbox"/>	És per a nens i joves
<input type="checkbox"/>	Són grans
<input type="checkbox"/>	És molt cansat
<input type="checkbox"/>	És car
<input type="checkbox"/>	Ja tenen parcs a la zona on viuen
<input type="checkbox"/>	Pel clima (fa fred o calor)
<input type="checkbox"/>	Ja han anat abans
<input type="checkbox"/>	Motius de salut
<input type="checkbox"/>	No agrada el producte
<input type="checkbox"/>	Està lluny de l'allotjament
<input type="checkbox"/>	Té nens massa petits
<input type="checkbox"/>	Han vingut per altres motius
<input type="checkbox"/>	Per falta de temps
<input type="checkbox"/>	Per les cues i la massificació
<input type="checkbox"/>	No ho coneixen, no saben què és
<input type="checkbox"/>	És per a nens
<input type="checkbox"/>	Altres

P16. Quines són les principals activitats que ha realitzat o pensa realitzar durant la seva ACTUAL estada a aquesta zona)? (MOSTRAR)

<input type="checkbox"/>	Platja
<input type="checkbox"/>	Relaxar-se i descansar
<input type="checkbox"/>	Activitats de salut (baineario, spa, etc.)
<input type="checkbox"/>	Assistir a espectacles, esdeveniments
<input type="checkbox"/>	Visitar parcs temàtics i/o aquàtics
<input type="checkbox"/>	Visitar llocs d'interès cultural
<input type="checkbox"/>	Visitar llocs d'interès natural
<input type="checkbox"/>	Assistir a tradicions i festes. Quines? _____

<input type="checkbox"/>	Passejar
<input type="checkbox"/>	Comprar
<input type="checkbox"/>	Congressos, convencions i fires
<input type="checkbox"/>	Esport i activitats físiques
<input type="checkbox"/>	Relaxar-se sense sortir de l'hotel, càmping o apartament
<input type="checkbox"/>	Discoteques i sortir de nit
<input type="checkbox"/>	Pescar
<input type="checkbox"/>	Gastronomia
<input type="checkbox"/>	Treballar
<input type="checkbox"/>	Via verda
<input type="checkbox"/>	Bicicleta/ cicloturisme
<input type="checkbox"/>	Senderisme en general
<input type="checkbox"/>	Senderisme GR-92
<input type="checkbox"/>	Birdwatching (observació d'ocells)
<input type="checkbox"/>	Activitats aquàtiques (navegació riu, activitats marítimes...)
<input type="checkbox"/>	GR-99 - Camí de Sirga
<input type="checkbox"/>	Visitar vinyes i cellers
<input type="checkbox"/>	Altres activitats

P17. Tenies pensat abans anar a una altra destinació turística i l'has canviat per culpa de la crisi sanitària del coronavirus?

Sí On? _____
No → Passar a P18, 19, 20 y 21

P18. Ha modificat la durada de la seva estada la crisi sanitària del coronavirus:

Sí ¿Durada nits prevista abans?
No

P19. Ha modificat el mitjà de transport utilitzat la crisi sanitària del coronavirus:

Sí → Passar a P19a
No → Passar a P20

P19a. Amb quin mitjà de transport pensava venir abans?

<input type="checkbox"/>	Cotxe particular	<input type="checkbox"/>	Moto particular
<input type="checkbox"/>	Cotxe de lloguer	<input type="checkbox"/>	Vaixell
<input type="checkbox"/>	Cotxe: Blablacar o similar	<input type="checkbox"/>	Autocaravana
<input type="checkbox"/>	Avió - Línia regular Barcelona	<input type="checkbox"/>	Altres
<input type="checkbox"/>	Avió - Línia charter Barcelona		
<input type="checkbox"/>	Avió - Reus Ryanair		
<input type="checkbox"/>	Avió - Reus Línia charter		
<input type="checkbox"/>	Avió - altres aeroports		
<input type="checkbox"/>	Tren		
<input type="checkbox"/>	Tren AVE		
<input type="checkbox"/>	Autobús de línia		
<input type="checkbox"/>	Autocar		

P20. Ha modificat el tipus d'allotjament utilitzat la crisi sanitària del coronavirus:

Sí → Passar a P20a
No → Passar a P21

P20a. ¿A quin tipus d'allotjament tenies previst anar abans?

<input type="checkbox"/>	Hotel 4-5 estrelles
<input type="checkbox"/>	Hotel 3 estrelles
<input type="checkbox"/>	Hotel 2 estrelles o menys
<input type="checkbox"/>	Apartament llogat a través agència
<input type="checkbox"/>	Apartament llogat directament a un particular
<input type="checkbox"/>	Apartament llogat a través AIRBNB o similar
<input type="checkbox"/>	Càmping
<input type="checkbox"/>	Auto caravana (fora de càmping)
<input type="checkbox"/>	Casa pròpia (2ª residència)
<input type="checkbox"/>	Familiars-Amics
<input type="checkbox"/>	Establiments de Turisme Rural
<input type="checkbox"/>	Un altre tipus d'allotjament

P21. Ha modificat las activitats realitzades a la destinació la crisi sanitària del coronavirus:

Sí → Passar a P21a
No → Passar a P22

P21a. Quines són les principals activitats que pensaves realitzar abans?

- Platja
- Relaxar-se i descansar
- Activitats de salut (balneario, spa, etc.)
- Assistir a espectacles, esdeveniments
- Visitar parcs temàtics i/o aquàtics
- Visitar llocs d'interès cultural
- Visitar llocs d'interès natural
- Assistir a tradicions i festes
- Passejar
- Comprar
- Congressos, convencions i fires
- Esport i activitats físiques
- Relaxar-se sense sortir de l'hotel, càmping o apartament
- Discoteques i sortir de nit
- Pescar
- Gastronomia
- Treballar
- Via verda
- Bicicleta/ cicloturisme
- Senderisme en general
- Senderisme GR-92
- Birdwatching (observació d'ocells)
- Activitats aquàtiques (navegació riu, activitats marítimes...)
- GR-99 - Camí de Sirga
- Visitar vinyes i cellers
- Altres activitats

P22. Podria dir-me, amb la primera paraula que li vingui al cap, què significa aquest lloc per a vostè?

P23. Per la seva experiència al seu ACTUAL viatge o visita, com puntuaria els següents aspectes de aquesta zona (CD/TE), en una escala d'1 a 5, en la qual 1=molt deficient, 2=deficient, 3=normal, 4=bé i 5=excel·lent? (ENTREVISTADOR: 6=No pot valorar)

Neteja de les àrees públiques	1	2	3	4	5	6
Seguretat	1	2	3	4	5	6
Mesures de prevenció del coronavirus (Covid 19)	1	2	3	4	5	6
Amabilitat de la gent	1	2	3	4	5	6
Servei d'allotjament	1	2	3	4	5	6
Transports públics	1	2	3	4	5	6
Facilitats per als vianants	1	2	3	4	5	6
Entreteniment i vida nocturna	1	2	3	4	5	6
Neteja de les platges i el mar	1	2	3	4	5	6
Equipaments a les platges	1	2	3	4	5	6
Relació qualitat/preu	1	2	3	4	5	6
Senyalització	1	2	3	4	5	6
Restaurants en general	1	2	3	4	5	6
Preu dels restaurants	1	2	3	4	5	6
Qualitat de la menjar	1	2	3	4	5	6
Varietat del menjar	1	2	3	4	5	6
Menús	1	2	3	4	5	6
Atenció al client als restaurants	1	2	3	4	5	6
Grau de satisfacció general	1	2	3	4	5	6

P24. ¿Recomanaria la Costa Daurada?

Sí
No

P25. ¿Repetiria la seva estada en la Costa Daurada?

Sí
No

P26. Ha comprat algun producte en una agrobotiga de la zona?

Sí ¿Quins? _____
No

P27. Podria dir-me la despesa que ha tingut o calcula que tindrà durant tot aquest viatge (o visita) sense incloure allotjament ni transport??

P27a. Si us plau, indiqui la seva moneda

Euros
 Lliures
 Dòlars
 Altres monedes. ¿Quines? _____

P28. Podria dir-me el nombre de persones que s'han beneficiat d'aquesta despesa?

persones

P29. Si us plau, indiqui la seva edat:

anys

P30. Sexe: (una sola resposta)

Home
Dona

P31. Quins són els estudis de major nivell que ha realitzat la persona que aporta l'ingrés principal a la llar? (una sola resposta)

Cap estudi (analfabet, primaris i EGB sense finalitzar)

Primaris, Batxillerat inferior, EGB, FP 1º grau finalitzat.

Batxillerat superior, Formació Superior 2º grau, BUP, COU

Estudis universitaris de Grau Mig finalitzats o estudis superiors fins tercer aprovat

Estudis universitaris superiors finalitzats / Actual grau

Ns/Nc

P32. Quina es la feina o ocupació de la persona que aporta l'ingrés principal a la llar? (Insistir i anotar amb claredat i detall)

32a. Anotar ocupació: _____

SI ESTÀ JUBILAT A L'ANTERIOR PREGUNTA:

32b. Anotar la seva última ocupació: _____

32c. La seva feina és o va ser...

Dependent i per compte aliè
 Treball o treballava per compte propi

32d. Té o va tenir treballadors al seu càrrec?

Sí → Quants? _____
No

