



CONSORCI PER A LA MILLORA DE LA
COMPETITIVITAT DEL TURISME I OCI
A LES COMARQUES DE TARRAGONA

zoommercats

TERRES DE L'EBRE

#6

EL MERCAT ESPANYOL

Un mercat destacat entre els turistes que visiten les Terres de l'Ebre és l'espanyol*. Aquest número de "ZoomMercats" analitza les característiques dels turistes espanyols a les Terres de l'Ebre durant els períodes d'estiu de 2006 a 2011.

COM SÓN

La mitjana d'edat dels turistes espanyols a Terres de l'Ebre és de 43 anys. Un 49,0% pertany al grup d'edat de 35 a 44 anys, sent aquest el grup més nombrós, i un 9,1% tenen més de 65 anys.

L'origen d'aquests turistes es distribueix de la següent manera; un 23,1% són de la Comunitat Valenciana, un 23,0% d'Aragó i un 15,3% de la Comunitat de Madrid. La resta de mercats presents a la zona són; Castella-Lleó (9,3%), País Basc (8,4%), Navarra (6,5%), Andalusia (4,9%) Castella la Manxa (3,8%) i La Rioja (1,9%), i un 3,8% provenen de la resta de comunitats.

ON S'ALLOTGEN

Els municipis costaners concentren el 71,8% d'aquests turistes mentre que a l'interior de Terres de l'Ebre s'allotja el 28,2%. Un 80,3% realitza estades a hotels, principalment a establiments de tres estrelles (60,3%), mentre que un 17,6% les realitza a hotels de 4-5 estrelles i un 2,4% a hotels de dues estrelles o menys. Un 13,5% s'allotja a càmpings. I finalment, la resta ho fa a segones residències, apartaments llogats directament o per agència, cases de familiars i amics i establiments de turisme rural.

QUAN DECIDEIXEN VISITAR LA DESTINACIÓ

El mercat espanyol decideix el seu viatge, per terme mitjà, amb gairebé dos mesos d'antelació. Tot i que el grup més nombrós (un 22,6%) ho decideix entre 1 i 7 dies abans d'iniciar el viatge.

QUANTS DIES ESTAN A LES TERRES DE L'EBRE

La seva estada mitjana a les Terres de l'Ebre és de 8,8 dies. Les estades més freqüents són o bé d'1-2 nits (amb un 19,3% de les estades) o bé de 7 nits (amb un 18,7%).

COM ARRIBEN I COM HAN CONEGUT LA DESTINACIÓ

Pràcticament 3 de cada 4 organitzen el seu viatge directament, la resta ho fa mitjançant agències de viatge.

El mitjà de transport per arribar és principalment el vehicle particular amb un 89,6%.

Entre els que vénen a la destinació per primer cop es pot destacar internet com el canal principal de coneixement de

les Terres de l'Ebre –un 55,2% les coneixen per aquest mitjà-. Un 17,7% ho fan mitjançant la recomanació de familiars i amics i un 10,2% per agències de viatges, sent aquests tres els principals mitjans de coneixement de la destinació.

FIDELITAT A LES TERRES DE L'EBRE

Existeix un percentatge alt de turistes d'aquest mercat que coneixen la destinació per primer cop (68,5%).

MOTIVACIÓ

La seva primera motivació és la platja (28,6%) i la segona és la natura i la muntanya (14,8%). Aquestes dues motivacions són les més rellevants per al mercat analitzat.

En segon ordre d'importància trobem la cultura, la tranquil·litat i la feina com a motivacions del viatge a Terres de l'Ebre amb un 8,7%, un 8,4% i un 7,8% respectivament.

QUÈ VÉENEN A FER

2 de cada 3 turistes del mercat espanyol vénen a Terres de l'Ebre per la platja, per relaxar-se i descansar, per passejar i per visitar llocs culturals i/o naturals, sent aquestes les principals activitats que es realitzen a la zona.

Un 22,5% realitzen activitats esportives, que inclouen bicicleta, senderisme o Via Verda. Un 3,2% d'aquests turistes cita específicament la gastronomia com a activitat a la destinació; cal assenyalar que l'any 2011 han augmentat fins a un 13,5% els espanyols que l'han mencionada.

El Delta de l'Ebre és el principal atractiu de la zona i rep les visites del 61,7% dels turistes espanyols allotjats a Terres de l'Ebre.

COM VALOREN L'ESTADA

Aquests turistes valoren la seva estada en termes generals amb un 4,1, en una escala que va de l'1 al 5.

L'aspecte més valorat de les Terres de l'Ebre pel mercat espanyol és l'amabilitat de la gent amb un 4,4. En segon lloc, amb una puntuació d'un 4,3, es valora molt positivament la natura.

L'aspecte que es valora menys, amb un 3,3, és l'entreteniment i la vida nocturna de la destinació.

QUÈ ÉS EL MILLOR DE LES TERRES DE L'EBRE**

Per als turistes del mercat espanyol, la tranquil·litat, la bellesa del paisatge, la platja i la natura són els quatre aspectes millors de les Terres de l'Ebre.



CONSORCI PER A LA MILLORA DE LA
COMPETITIVITAT DEL TURISME I OCI
A LES COMARQUES DE TARRAGONA

zoommercats

TERRES DE L'EBRE

QUÈ ÉS EL PITJOR**

Pràcticament 1 de cada 3 turistes assenyalava que no hi ha "res" que sigui el pitjor.

Un 8,4% destaca que el pitjor són les mosques i els mosquits, i un 4,6% indica la manca de serveis.

QUÈ ES TROBA A FALTAR**

Un 44,4% no troba a faltar res. Al voltant d'un 5% troba a faltar serveis a l'allotjament i a la zona on s'allotja.

SIGNIFICAT DE LES TERRES DE L'EBRE

El descans, la tranquil·litat, el relax i el benestar és el significat que té la destinació per al turisme del mercat espanyol.

El turistes espanyols veuen Terres de l'Ebre com un lloc de natura i de platja on descansar, relaxar-se i gaudir de la bellesa del paisatge. Es tracta sobretot d'un mercat de proximitat amb les comunitats limítrofes encara que també requereix especial menció la comunitat de Madrid que, no sent de proximitat, atreu a un percentatge apreciable. Un nombre de turistes important d'aquest mercat ve per primer cop a la destinació. És, per tant, un lloc per descobrir que serà recomanat pels que ja han vingut perquè els resulta satisfactori, sobretot degut als seus valors naturals i a l'amabilitat de la seva gent.

*No s'inclou el mercat català.

**Dades corresponents al 2009 i 2011

FITXA METODOLÒGICA

Cobertura

L'estudi és una explotació *ad-hoc* per al mercat turístic a les Terres de l'Ebre. La base de dades prové de l'operació de Caracterització de la Demanda que realitza l'Observatori de Turisme de Costa Daurada¹.

Aquesta base de dades conté enquestes dels turistes que s'allotgen en hotels, en càmpings i en establiments de turisme rural de les Terres de l'Ebre durant el període de la segona quinzena de juny a setembre.

Àmbit geogràfic de referència

Terres de l'Ebre.

Grandària mostral

Es realitzen 1.227 enquestes a turistes que s'allotgen en hotels, càmpings i establiments de turisme rural de les Terres de l'Ebre.

Àmbit temporal

L'explotació de dades correspon als anys naturals 2006, 2007, 2008 i 2009, 2010 i 2011.

Tipus i unitats de mostatge

El mostatge és no probabilístic, *ad-hoc* amb diferents etapes. En una primera etapa s'utilitzen criteris d'estratificació per municipis i zones.

En una segona etapa s'utilitzen dues estratègies diferents segons la cobertura de l'estudi. Una d'aquestes estratègies és determinar quotes d'ubicació que s'estableixen amb criteris de proporcionalitat als fluxos de turistes. La segona estratègia consisteix en establir un pànel d'allotjaments turístics que s'ha mantingut constant al llarg dels anys analitzats mantenint una renovació mínima.

Finalment, un cop a l'establiment s'arriba a la unitat final de mostatge que és l'individu turista. La tria de la unitat final es realitza mitjançant una selecció aleatòria sistemàtica.

Equilibrat de la mostra

La mostra es pondera per elevar-la a l'univers corresponent. L'univers es calcula a partir de l'afluència en nombre d'arribades a cadascuna de les zones i per tipus d'allotjament. El càlcul de l'afluència prové del creuament entre l'operació d'ocupació d'allotjament públic col·lectiu i la pròpia operació de demanda, ambdues operacions dutes a terme per l'Observatori de Turisme de Costa Daurada.

La base de dades que analitza ZoomMercats es troba dipositada al Consorci per a la Millora de la Competitivitat del Turisme i Oci a les comarques de Tarragona del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci.

¹ Les bases de dades de l'Observatori de Turisme de Costa Daurada s'han elaborat a partir d'estudis encarregats pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, els Patronats de Turisme de Salou, Cambrils, la Pineda i Tarragona, i el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

DATA DE PUBLICACIÓ: 18 de desembre de 2011