L'activitat turística a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre

TEMPORADA 2011

L'activitat turística a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre

TEMPORADA 2011

PRESENTACIÓ

Per onzè any consecutiu, l'Observatori ha dut a terme el seguiment de l'evolució de l'ocupació dels diferents tipus d'establiment d'arreu de la demarcació de Tarragona, així com l'estudi de les característiques de la demanda dels turistes que han visitat les nostres contrades al llarg de la temporada 2011.

L'elaboració d'aquest document, que constitueix l'onzè informe anual que publica l'Observatori, no hauria estat possible sense el suport de les diferents institucions i associacions empresarials que formen part de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada, així com dels patronats municipals de turisme de Salou, Cambrils, la Pineda Platja i Tarragona, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i la Universitat Rovira i Virgili.

Els resultats que es presenten en aquesta publicació i que corresponen a l'any 2011 són provisionals. Les dades que s'hi inclouen en relació amb la temporada 2010 es consideren definitives.

AGRAÏMENTS:
El nostre agraïment s'adreça especialment a tots els empresaris i treballadors d'hotels, càmpings, empreses explotadores d'apartaments turístics i establiments de turisme rural que ens proporcionen la seva col·laboració en l'enquesta d'ocupació que s'administra quinzenalment a la mostra obtinguda del total d'establiments oferts.
L'elaboració d'aquest informe (i, per tant, la difusió de les dades que s'hi inclouen) no hauria estat possible sense l'esmentada col·laboració: a tots vostès moltes gràcies.

EDICIÓ:
Coordinació: Alícia Orellana

Tècnic: Mohammed Mazroua

DADES:
Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada

© La reproducció total o parcial d'aquesta publicació per qualsevol mitjà queda prohibida sense el permís previ dels titulars dels drets a la propietat.

ÍNDEX

1. L'OFERTA D'ALLOTJAMENT TURÍSTIC A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011 4
2. L'OCUPACIÓ TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011 5
3. TURISTES ESTRANGERS A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011....9
4. MITJANA DE NITS D'ESTADA A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011....11
5. SATISFACCIÓ DE L'EMPRESARI AMB L'OCUPACIÓ A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011...13
6. ANÀLISI PER TIPUS D'ESTABLIMENT A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011 15
7. ANÀLISI DELS MUNICIPIS DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA I TARRAGONA EL 2011....17
   a) SALOU 17
   b) CAMBRILS 18
   c) LA PINEDA PLATJA 19
   d) TARRAGONA 20
8. ANÀLISI DE LA DEMANDA TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA I A LES TERRES DE L'EBRE: ESTIU DE 2011 21
9. ANÀLISI DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA I TARRAGONA EL 2011....25
   a) SALOU 25
   b) CAMBRILS 26
   c) LA PINEDA PLATJA 27
   d) TARRAGONA 28
10. SUMARI DE LA TEMPORADA 2011....31
11. RESUMEN EN CASTELLANO 32

1. L'OFERTA D'ALLOTJAMENT TURÍSTIC A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

Pel que fa al nombre de places d'allotjament turístic regulat disponible durant la temporada 2011, s'ha registrat una lleu reducció en el nombre de places disponibles i en el nombre d'establiments de la província de Tarragona. En el quadre següent s'ofereix un resum de l'oferta d'allotjament corresponent al global de la demarcació en la temporada 2011:

QUADRE 1. OFERTA D'ALLOTJAMENT A COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE 2011

Tipus d'establiment	Places (*)		Establiments		% respecte al total de places		Grandària mitjana	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
Hotels(**)	66.744	**65.377**	353	**348**	41%	**41%**	189	**188**
Càmpings	64.213	**63.529**	65	**66**	40%	**40%**	988	**963**
Establiments turisme rural	2.391	**2.276**	263	**251**	1%	**1%**	9	**9**
Total	133.348	**131.182**	681	**665**	82%	**82%**	-	**-**
Empreses explotadores d'apartaments turístics (***)	28.287	**28.982**	73	**68**	18%	**18%**	387	**426**
Total oferta regulada	161.635	**160.164**	754	**733**	100%	**100%**	-	**-**

(*) Places a 31-12-2010 i 31-12-2011.
(**) S'hi inclouen els establiments hotelers següents: hotels, aparthotels, hostals, pensions i fondes. Aquesta nomenclatura s'utilitza així al llarg de tot l'informe.
(***) En aquesta categoria només es consideren els apartaments turístics comercialitzats a través d'empreses explotadores associades. Ara bé, cal advertir que el nombre total d'habitatges d'ús turístic –que inclou tant cases i apartaments de segona residència com cases i apartaments llogats o apartaments turístics– és molt superior.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada i l'Associació d'Apartaments Turístics Costa Daurada.

La distribució de l'oferta d'allotjament turístic regulat per a cadascuna de les dues marques turístiques de la demarcació és la següent:

QUADRE 2. DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA D'ALLOTJAMENT PER MARQUES 2011 (*)

Marques	Hotels		Càmpings		Apartaments		ETR (**)	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
COSTA DAURADA	90%	**90%**	92%	**92%**	99%	**99%**	62%	**61%**
TERRES DE L'EBRE	10%	**10%**	8%	**8%**	1%	**1%**	38%	**39%**
GLOBAL CD + TE	100%	**100%**	100%	**100%**	100%	**100%**	100%	**100%**

(*) Places a 31-12-2010 i 31-12-2011.
(**) Establiments de turisme rural. Aquesta nomenclatura s'utilitza així al llarg de tot l'informe.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada i l'Associació d'Apartaments Turístics Costa Daurada.

L'oferta d'allotjament de la província de Tarragona es caracteritza per l'estacionalitat, que es reflecteix en el percentatge global de places obertes en els diferents trams de la temporada (vegeu el quadre 3, a la pàgina següent). Cal considerar que les taxes d'ocupació que s'ofereixen en aquest informe fan referència al nombre de places totals existents. Així, cal tenir en compte el percentatge de places obertes en els diferents trimestres de l'any per tal que les dades d'ocupació incloses en els quadres 4 i 5, que apareixen a continuació, puguin ser interpretades adequadament. De fet, en la línia de les temporades anteriors, el període en què el percentatge de places obertes en el conjunt de l'oferta ha estat més elevat comprèn des de Setmana Santa fins a mitjan octubre, mentre que en el primer trimestre de l'any s'ha situat en un 24% del total, i durant el quart trimestre, en un 37%.

QUADRE 3. PLACES OBERTES (%) PER TRIMESTRES. GLOBAL COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE 2011				
	1r TRIMESTRE	2n TRIMESTRE	3r TRIMESTRE	4t TRIMESTRE
2010	28%	92%	98%	36%
2011	**24%**	**87%**	**97%**	**37%**

2. L'OCUPACIÓ TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

QUADRE 4. RESUM D'OCUPACIÓ (*) PER PERÍODES A COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE 2011								
	COSTA DAURADA				TERRES DE L'EBRE			
	HOTELS		CÀMPINGS		HOTELS		CÀMPINGS	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
1Q GENER	5%	**5%**	2%	**2%**	8%	**12%**	2%	**0%**
2Q GENER	5%	**5%**	3%	**3%**	9%	**10%**	3%	**1%**
1Q FEBRER	8%	**7%**	4%	**4%**	15%	**16%**	3%	**2%**
2Q FEBRER	11%	**10%**	3%	**3%**	24%	**21%**	3%	**3%**
1Q MARÇ	12%	**13%**	6%	**7%**	32%	**25%**	5%	**9%**
2Q MARÇ	26%	**19%**	20%	**17%**	55%	**34%**	15%	**21%**
1Q ABRIL	40%	**29%**	34%	**23%**	62%	**48%**	41%	**26%**
2Q ABRIL	36%	**54%**	30%	**35%**	62%	**48%**	14%	**36%**
1Q MAIG	44%	**49%**	27%	**29%**	50%	**34%**	20%	**20%**
2Q MAIG	50%	**57%**	33%	**33%**	54%	**39%**	24%	**19%**
1Q JUNY	59%	**69%**	36%	**35%**	51%	**43%**	22%	**31%**
2Q JUNY	69%	**74%**	40%	**47%**	59%	**44%**	32%	**32%**
1Q JULIOL	77%	**81%**	46%	**54%**	61%	**55%**	39%	**57%**
2Q JULIOL	78%	**83%**	70%	**70%**	63%	**64%**	30%	**73%**
1Q AGOST	89%	**91%**	81%	**87%**	65%	**72%**	77%	**83%**
2Q AGOST	87%	**89%**	60%	**68%**	78%	**76%**	65%	**66%**
1Q SETEMBRE	66%	**73%**	40%	**45%**	45%	**50%**	29%	**34%**
2Q SETEMBRE	61%	**63%**	40%	**38%**	53%	**47%**	23%	**24%**
1Q OCTUBRE	48%	**47%**	26%	**25%**	33%	**35%**	18%	**18%**
2Q OCTUBRE	34%	**35%**	14%	**13%**	39%	**29%**	8%	**5%**
1Q NOVEMBRE	11%	**12%**	4%	**3%**	30%	**27%**	2%	**1%**
2Q NOVEMBRE	9%	**10%**	3%	**2%**	14%	**15%**	1%	**1%**
1Q DESEMBRE	8%	**8%**	2%	**2%**	16%	**14%**	3%	**2%**
2Q DESEMBRE	7%	**6%**	3%	**1%**	14%	**10%**	1%	**2%**
MITJANA PONDERADA	39%	**41%**	26%	**27%**	41%	**36%**	20%	**24%**

(*) Ocupació sobre places totals.
(1Q= 1ª quinzena; 2Q= 2ª quinzena)

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

QUADRE 5. RESUM D'OCUPACIÓ (*) PER PERÍODES A GLOBAL TARRAGONA 2011

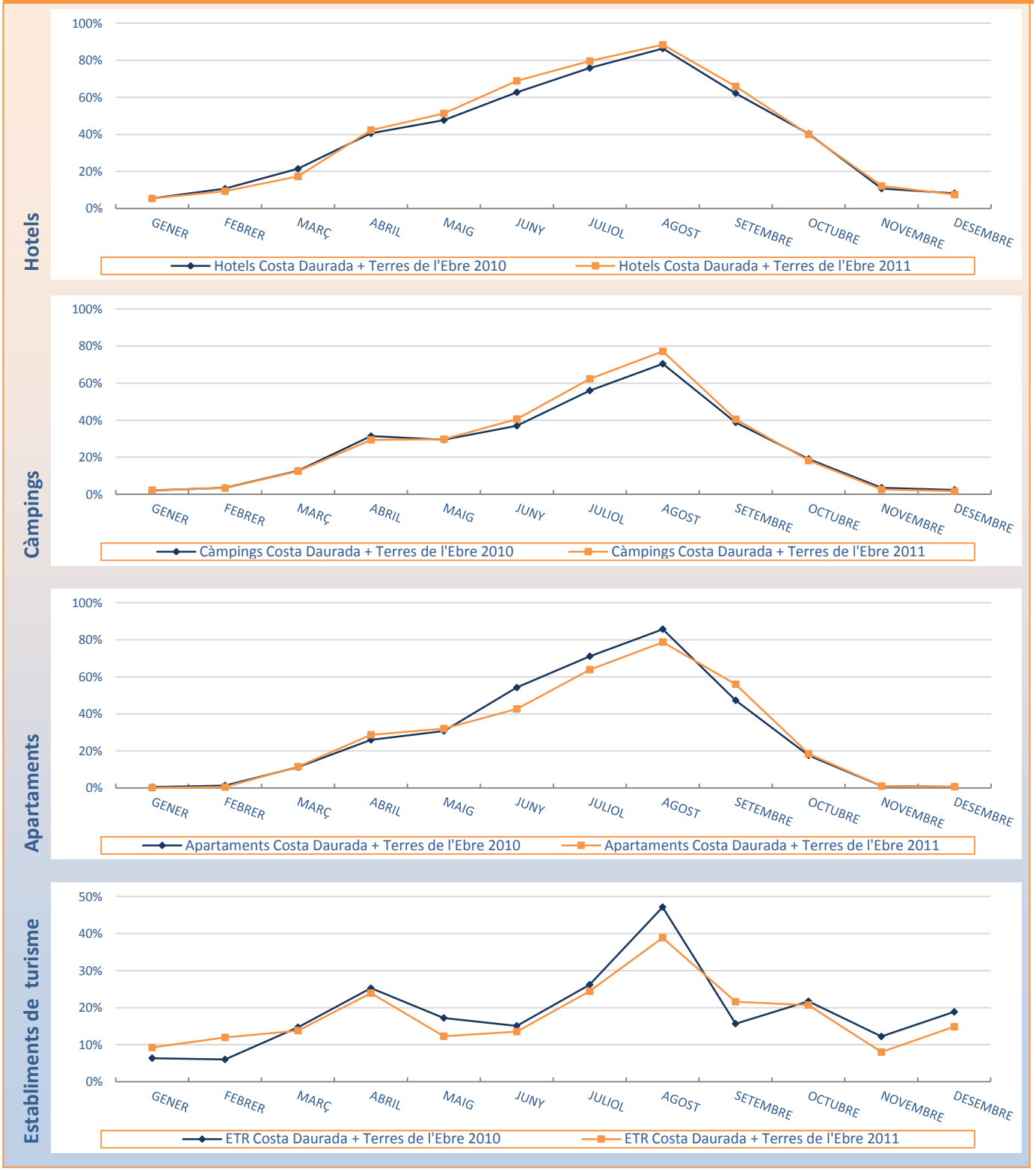
	GLOBAL COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE									
	HOTELS		CÀMPINGS		APARTAMENTS		ETR		GLOBAL	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
GENER	5%	**5%**	2%	**2%**	0%	**0%**	6%	**9%**	3%	**3%**
FEBRER	11%	**9%**	3%	**3%**	1%	**0%**	6%	**12%**	6%	**5%**
MARÇ	21%	**17%**	13%	**12%**	11%	**12%**	15%	**14%**	16%	**14%**
ABRIL	41%	**42%**	31%	**29%**	26%	**29%**	25%	**24%**	34%	**34%**
MAIG	48%	**51%**	29%	**30%**	31%	**32%**	17%	**12%**	37%	**39%**
JUNY	63%	**69%**	37%	**41%**	54%	**43%**	15%	**14%**	50%	**52%**
JULIOL	76%	**80%**	56%	**62%**	71%	**64%**	26%	**24%**	66%	**69%**
AGOST	86%	**88%**	70%	**77%**	86%	**79%**	47%	**39%**	79%	**81%**
SETEMBRE	62%	**66%**	39%	**40%**	47%	**56%**	16%	**22%**	50%	**53%**
OCTUBRE	40%	**40%**	19%	**18%**	18%	**18%**	22%	**21%**	28%	**27%**
NOVEMBRE	11%	**12%**	4%	**3%**	1%	**1%**	12%	**8%**	6%	**6%**
DESEMBRE	8%	**8%**	2%	**2%**	1%	**1%**	19%	**15%**	5%	**4%**
MITJANA POND.	40%	**41%**	26%	**27%**	29%	**28%**	19%	**18%**	32%	**33%**

(*) Ocupació sobre places totals.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

Nota 1: L'oferta mitjana en places per a 2011 a què fan referència aquests percentatges és la següent: hotels: 65.467 places; càmpings: 64.172 places; ETR: 2.346 places, i apartaments: 28.697 places.

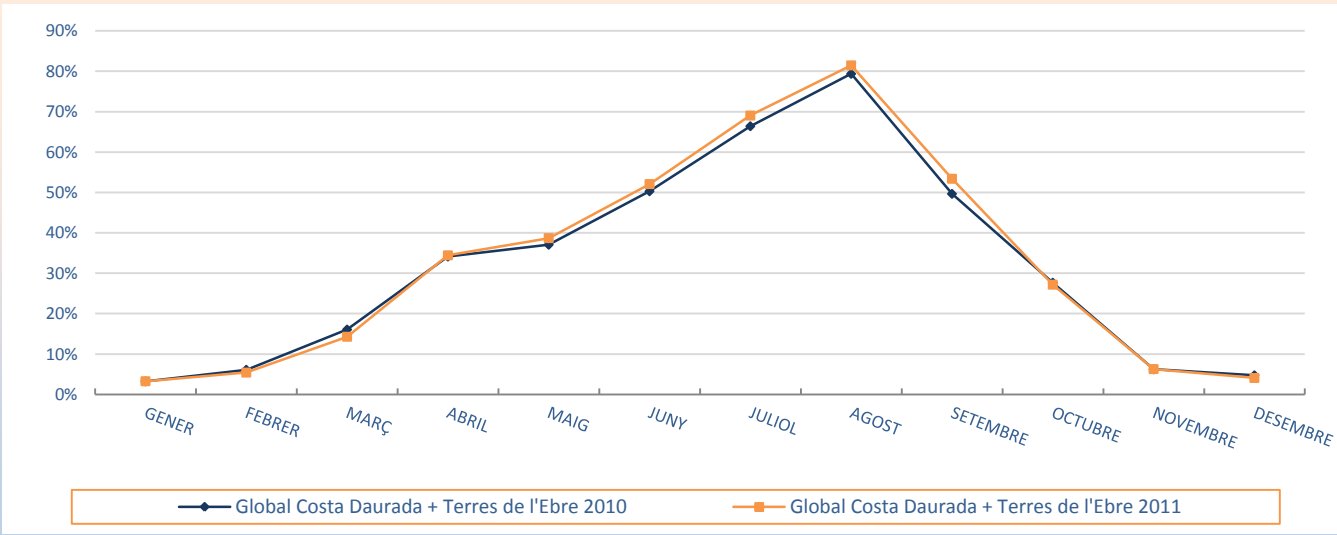
GRÀFIC 1. OCUPACIÓ TURÍSTICA (%) PER ESTABLIMENTS (*) : GENER - DESEMBRE 2011



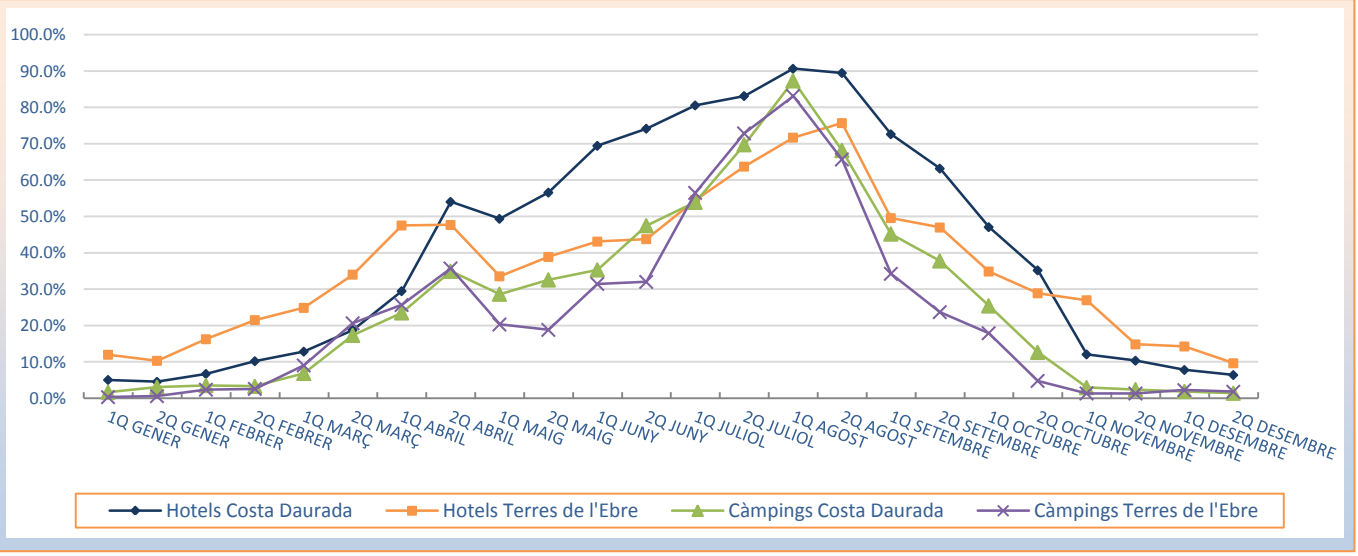
(*) Ocupació sobre places totals.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

GRÀFIC 2. OCUPACIÓ TURÍSTICA (%) GLOBAL A COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE (*): GENER - DESEMBRE 2011



GRÀFIC 3. OCUPACIÓ (%) PER MARQUES TURÍSTIQUES I TIPUS D'ESTABLIMENT (*): GENER - DESEMBRE 2011



(*) Ocupació sobre places totals.
(1Q= 1ª quinzena; 2Q= 2ª quinzena)

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

3. TURISTES ESTRANGERS A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

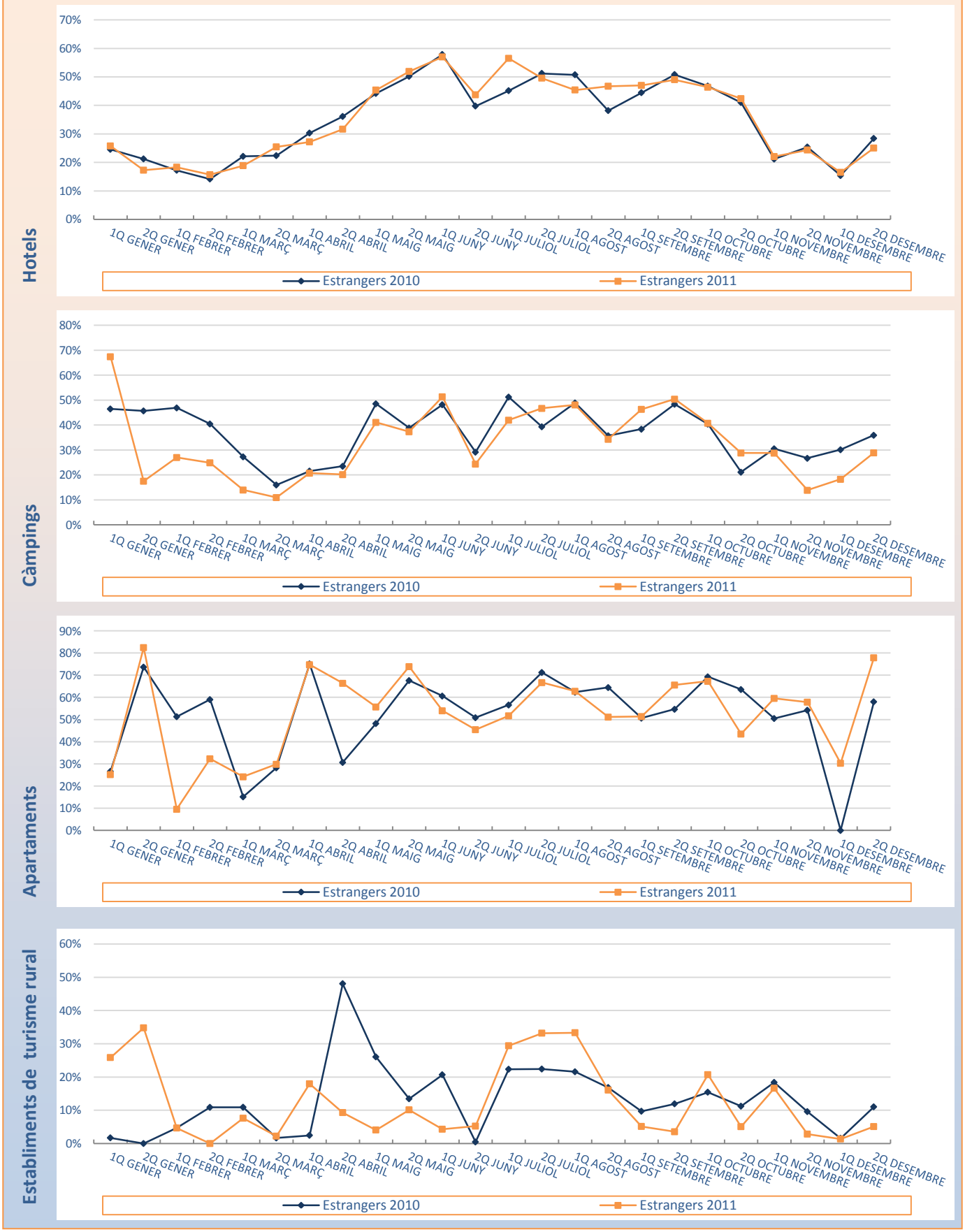
QUADRE 6. TURISTES ESTRANGERS (%) PER TIPUS D'ESTABLIMENT: GENER - DESEMBRE 2011

	GLOBAL COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE									
	HOTELS		CÀMPINGS		APARTAMENTS		ETR		GLOBAL	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
1Q GENER	25%	**26%**	46%	**67%**	27%	**25%**	2%	**26%**	28%	**34%**
2Q GENER	21%	**17%**	46%	**18%**	74%	**82%**	0%	**35%**	30%	**19%**
1Q FEBRER	17%	**18%**	47%	**27%**	51%	**10%**	5%	**5%**	26%	**20%**
2Q FEBRER	14%	**16%**	40%	**25%**	59%	**32%**	11%	**0%**	21%	**17%**
1Q MARÇ	22%	**19%**	27%	**14%**	15%	**24%**	11%	**8%**	23%	**17%**
2Q MARÇ	22%	**25%**	16%	**11%**	28%	**30%**	2%	**2%**	21%	**21%**
1Q ABRIL	30%	**27%**	22%	**21%**	75%	**75%**	2%	**18%**	33%	**33%**
2Q ABRIL	36%	**32%**	23%	**20%**	31%	**66%**	48%	**9%**	31%	**32%**
1Q MAIG	44%	**45%**	49%	**41%**	48%	**56%**	26%	**4%**	46%	**45%**
2Q MAIG	50%	**52%**	39%	**37%**	68%	**74%**	13%	**10%**	49%	**50%**
1Q JUNY	58%	**57%**	48%	**51%**	61%	**54%**	21%	**4%**	55%	**55%**
2Q JUNY	40%	**44%**	29%	**24%**	51%	**45%**	0%	**5%**	39%	**37%**
1Q JULIOL	45%	**56%**	51%	**42%**	57%	**52%**	22%	**29%**	49%	**51%**
2Q JULIOL	51%	**50%**	39%	**47%**	71%	**67%**	22%	**33%**	50%	**51%**
1Q AGOST	51%	**45%**	49%	**48%**	62%	**63%**	22%	**33%**	52%	**49%**
2Q AGOST	38%	**47%**	36%	**34%**	64%	**51%**	17%	**16%**	42%	**43%**
1Q SETEMBRE	44%	**47%**	38%	**46%**	51%	**51%**	10%	**5%**	44%	**47%**
2Q SETEMBRE	51%	**49%**	48%	**50%**	55%	**66%**	12%	**4%**	50%	**52%**
1Q OCTUBRE	47%	**46%**	40%	**41%**	69%	**67%**	15%	**21%**	47%	**47%**
2Q OCTUBRE	41%	**42%**	21%	**29%**	64%	**43%**	11%	**5%**	38%	**39%**
1Q NOVEMBRE	21%	**22%**	31%	**29%**	51%	**60%**	18%	**17%**	24%	**24%**
2Q NOVEMBRE	25%	**24%**	27%	**14%**	54%	**58%**	10%	**3%**	26%	**23%**
1Q DESEMBRE	15%	**16%**	30%	**18%**	0%	**30%**	2%	**1%**	17%	**17%**
2Q DESEMBRE	28%	**25%**	36%	**29%**	58%	**78%**	11%	**5%**	30%	**26%**
MITJANA POND.	42%	**44%**	39%	**38%**	59%	**58%**	15%	**15%**	44%	**44%**

(1Q= 1ª quinzena; 2Q= 2ª quinzena)

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

GRÀFIC 4. TURISTES ESTRANGERS (%) PER TIPUS D'ESTABLIMENT: GENER - DESEMBRE 2011



4. MITJANA DE NITS D'ESTADA A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

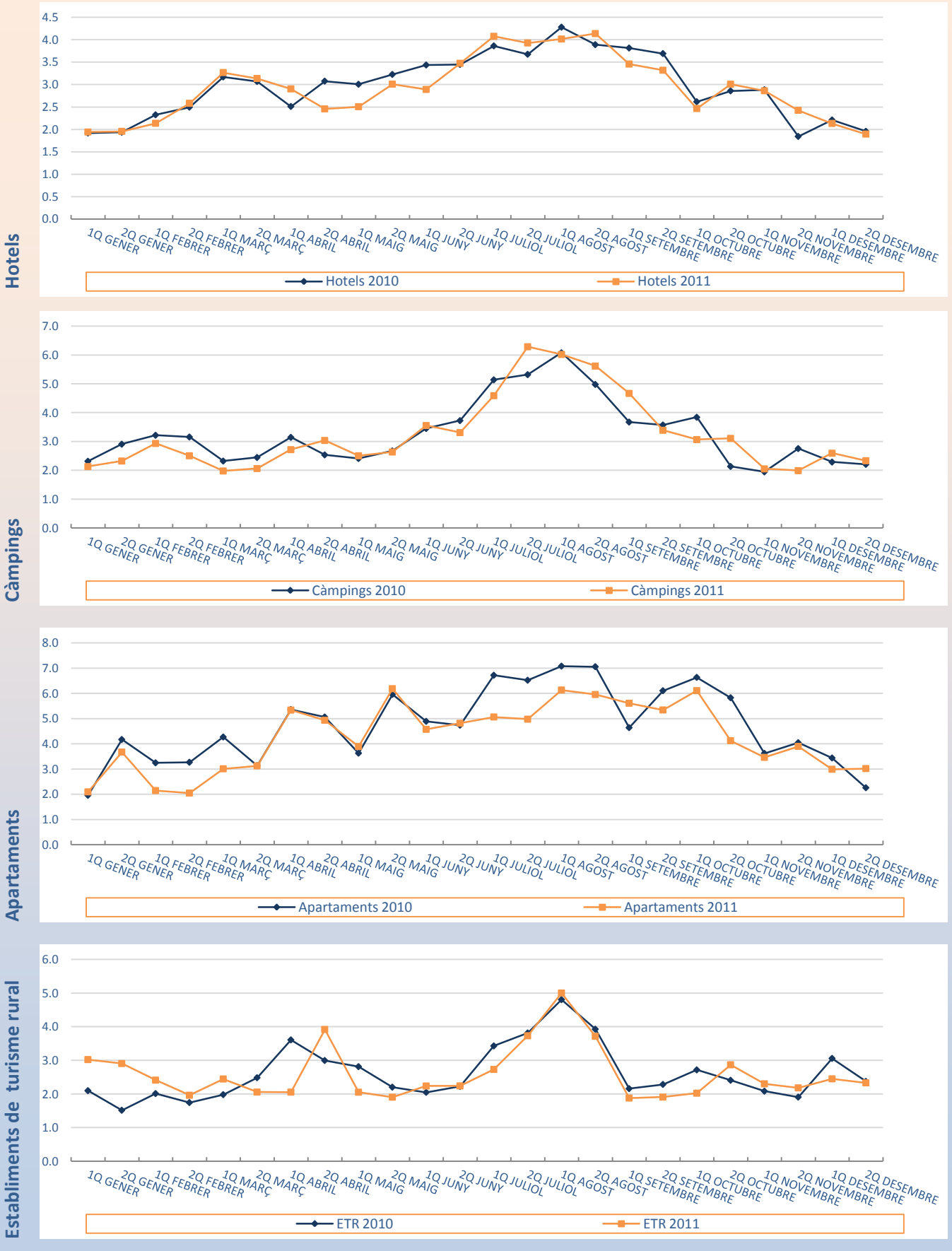
QUADRE 7. MITJANA DE NITS D'ESTADA PER TIPUS D'ESTABLIMENT: GENER - DESEMBRE 2011

	GLOBAL COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE									
	HOTELS		CÀMPINGS		APARTAMENTS		ETR		GLOBAL	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
1Q GENER	1,9	**1,9**	2,3	**2,1**	2,0	**2,1**	2,1	**3,0**	2,0	**2,0**
2Q GENER	1,9	**2,0**	2,9	**2,3**	4,2	**3,7**	1,5	**2,9**	2,2	**2,1**
1Q FEBRER	2,3	**2,1**	3,2	**2,9**	3,2	**2,1**	2,0	**2,4**	2,5	**2,3**
2Q FEBRER	2,5	**2,6**	3,2	**2,5**	3,3	**2,0**	1,7	**2,0**	2,6	**2,5**
1Q MARÇ	3,2	**3,3**	2,3	**2,0**	4,3	**3,0**	2,0	**2,4**	2,9	**2,7**
2Q MARÇ	3,1	**3,1**	2,4	**2,1**	3,1	**3,1**	2,5	**2,1**	2,8	**2,6**
1Q ABRIL	2,5	**2,9**	3,1	**2,7**	5,4	**5,3**	3,6	**2,1**	3,0	**3,0**
2Q ABRIL	3,1	**2,5**	2,5	**3,0**	5,1	**4,9**	3,0	**3,9**	3,0	**2,8**
1Q MAIG	3,0	**2,5**	2,4	**2,5**	3,6	**3,9**	2,8	**2,1**	2,9	**2,7**
2Q MAIG	3,2	**3,0**	2,7	**2,6**	6,0	**6,2**	2,2	**1,9**	3,2	**3,1**
1Q JUNY	3,4	**2,9**	3,5	**3,6**	4,9	**4,6**	2,0	**2,2**	3,6	**3,2**
2Q JUNY	3,4	**3,5**	3,7	**3,3**	4,7	**4,8**	2,2	**2,2**	3,7	**3,6**
1Q JULIOL	3,9	**4,1**	5,1	**4,6**	6,7	**5,1**	3,4	**2,7**	4,5	**4,4**
2Q JULIOL	3,7	**3,9**	5,3	**6,3**	6,5	**5,0**	3,8	**3,7**	4,6	**4,8**
1Q AGOST	4,3	**4,0**	6,1	**6,0**	7,1	**6,1**	4,8	**5,0**	5,2	**5,0**
2Q AGOST	3,9	**4,1**	5,0	**5,6**	7,1	**6,0**	3,9	**3,7**	4,6	**4,8**
1Q SETEMBRE	3,8	**3,5**	3,7	**4,7**	4,6	**5,6**	2,2	**1,9**	3,9	**4,0**
2Q SETEMBRE	3,7	**3,3**	3,6	**3,4**	6,1	**5,3**	2,3	**1,9**	3,8	**3,6**
1Q OCTUBRE	2,6	**2,5**	3,8	**3,1**	6,6	**6,1**	2,7	**2,0**	3,2	**2,8**
2Q OCTUBRE	2,9	**3,0**	2,1	**3,1**	5,8	**4,1**	2,4	**2,9**	2,7	**3,1**
1Q NOVEMBRE	2,9	**2,9**	1,9	**2,1**	3,6	**3,5**	2,1	**2,3**	2,6	**2,7**
2Q NOVEMBRE	1,8	**2,4**	2,8	**2,0**	4,0	**3,9**	1,9	**2,2**	2,0	**2,4**
1Q DESEMBRE	2,2	**2,1**	2,3	**2,6**	3,4	**3,0**	3,1	**2,5**	2,3	**2,2**
2Q DESEMBRE	2,0	**1,9**	2,2	**2,3**	2,3	**3,0**	2,4	**2,3**	2,0	**2,0**
MITJANA POND.	3,3	**3,2**	3,7	**3,8**	5,5	**5,1**	2,8	**2,6**	3,6	**3,6**

(1Q= 1ª quinzena; 2Q= 2ª quinzena)

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

GRÀFIC 5. MITJANA DE NITS D'ESTADA PER TIPUS D'ESTABLIMENT: GENER - DESEMBRE 2011



5. SATISFACCIÓ DE L'EMPRESARI AMB L'OCUPACIÓ A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

QUADRE 8. SATISFACCIÓ DE L'EMPRESARI AMB L'OCUPACIÓ PER ESTABLIMENTS: GENER-DESEMBRE 2010

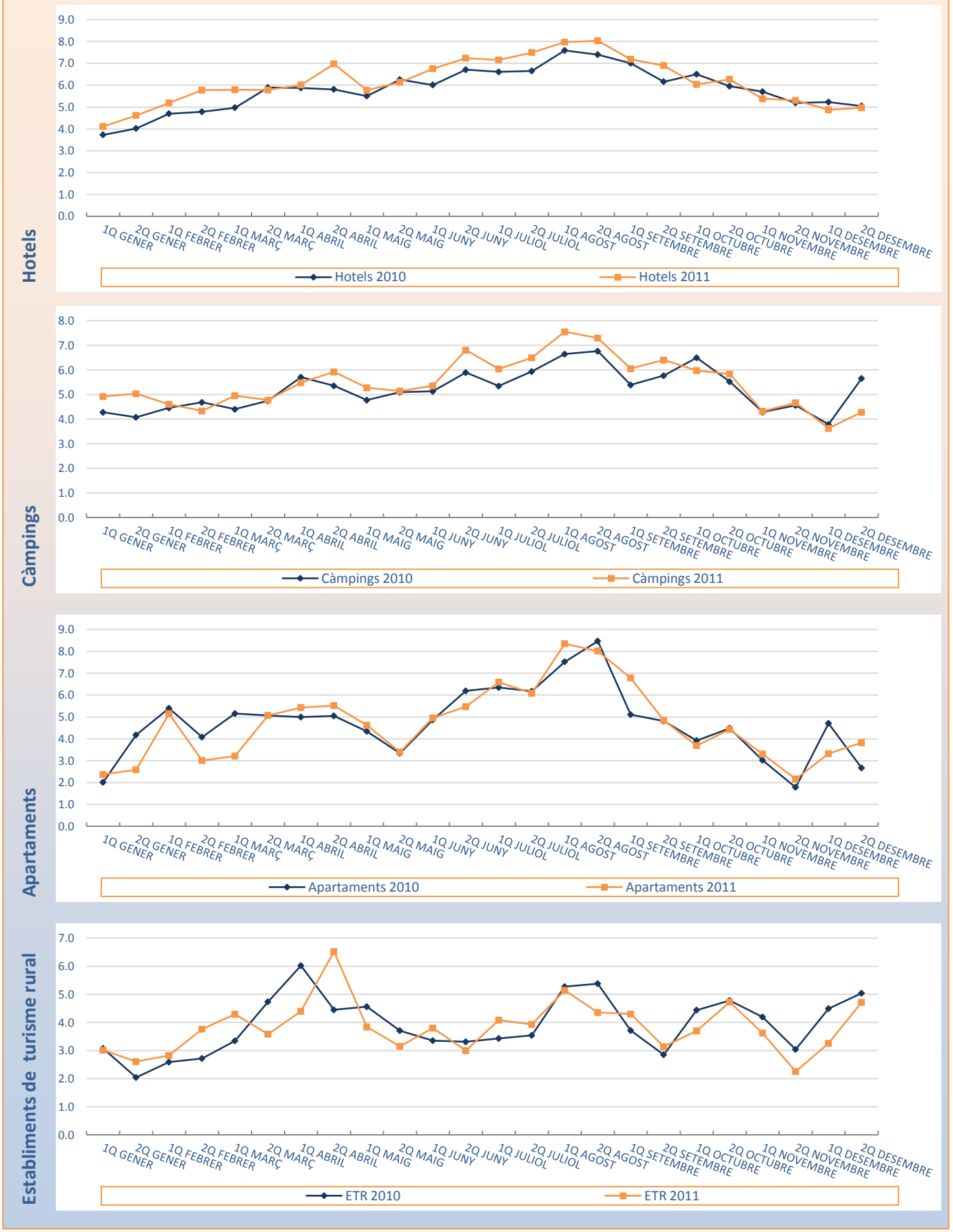
	GLOBAL COSTA DAURADA + TERRES DE L'EBRE									
	HOTELS		CÀMPINGS		APARTAMENTS		ETR		GLOBAL	
	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**	2010	**2011**
1Q GENER	3,7	**4,1**	4,3	**4,9**	2,0	**2,4**	3,1	**3,0**	3,8	**4,2**
2Q GENER	4,0	**4,6**	4,1	**5,0**	4,2	**2,6**	2,0	**2,6**	3,9	**4,5**
1Q FEBRER	4,7	**5,2**	4,5	**4,6**	5,4	**5,1**	2,6	**2,8**	4,5	**4,8**
2Q FEBRER	4,8	**5,8**	4,7	**4,3**	4,1	**3,0**	2,7	**3,8**	4,6	**5,2**
1Q MARÇ	5,0	**5,8**	4,4	**5,0**	5,2	**3,2**	3,3	**4,3**	4,7	**5,3**
2Q MARÇ	5,9	**5,8**	4,7	**4,8**	5,1	**5,1**	4,7	**3,6**	5,3	**5,1**
1Q ABRIL	5,9	**6,0**	5,7	**5,5**	5,0	**5,4**	6,0	**4,4**	5,7	**5,6**
2Q ABRIL	5,8	**7,0**	5,4	**5,9**	5,0	**5,5**	4,4	**6,5**	5,5	**6,3**
1Q MAIG	5,5	**5,8**	4,8	**5,3**	4,3	**4,6**	4,6	**3,8**	5,0	**5,3**
2Q MAIG	6,3	**6,1**	5,1	**5,1**	3,3	**3,4**	3,7	**3,2**	5,2	**5,2**
1Q JUNY	6,0	**6,8**	5,1	**5,4**	4,9	**5,0**	3,4	**3,8**	5,4	**5,9**
2Q JUNY	6,7	**7,2**	5,9	**6,8**	6,2	**5,5**	3,3	**3,0**	6,2	**6,7**
1Q JULIOL	6,6	**7,2**	5,3	**6,0**	6,3	**6,6**	3,4	**4,1**	6,0	**6,6**
2Q JULIOL	6,7	**7,5**	5,9	**6,5**	6,2	**6,1**	3,5	**3,9**	6,2	**6,8**
1Q AGOST	7,6	**8,0**	6,6	**7,5**	7,5	**8,3**	5,3	**5,1**	7,2	**7,8**
2Q AGOST	7,4	**8,0**	6,8	**7,3**	8,5	**8,0**	5,4	**4,4**	7,3	**7,7**
1Q SETEMBRE	7,0	**7,2**	5,4	**6,1**	5,1	**6,8**	3,7	**4,3**	6,0	**6,6**
2Q SETEMBRE	6,2	**6,9**	5,8	**6,4**	4,8	**4,8**	2,9	**3,1**	5,7	**6,3**
1Q OCTUBRE	6,5	**6,0**	6,5	**6,0**	3,9	**3,7**	4,4	**3,7**	6,0	**5,5**
2Q OCTUBRE	5,9	**6,3**	5,5	**5,8**	4,5	**4,4**	4,8	**4,7**	5,5	**5,7**
1Q NOVEMBRE	5,7	**5,4**	4,3	**4,3**	3,0	**3,3**	4,2	**3,6**	5,0	**4,8**
2Q NOVEMBRE	5,2	**5,3**	4,6	**4,7**	1,8	**2,2**	3,0	**2,3**	4,5	**4,7**
1Q DESEMBRE	5,2	**4,9**	3,8	**3,6**	4,7	**3,3**	4,5	**3,3**	4,7	**4,3**
2Q DESEMBRE	5,0	**5,0**	5,7	**4,3**	2,7	**3,8**	5,0	**4,7**	5,1	**4,7**
MITJANA POND.	5,8	**6,2**	5,2	**5,5**	4,7	**4,7**	3,9	**3,8**	5,4	**5,7**

(1Q= 1ª quinzena; 2Q= 2ª quinzena)

(*) Valoració subjectiva de l'empresari o treballador autoritzat sobre el nivell d'ocupació en el període corresponent en una escala d'1 a 10 (on 1 equival a molt malament i 10 equival a molt bé).

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

GRÀFIC 6. SATISFACCIÓ DE L'EMPRESARI AMB L'OCUPACIÓ PER TIPUS D'ESTABLIMENT: GENER - DESEMBRE 2011



6. ANÀLISI PER TIPUS D'ESTABLIMENT A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE EL 2011

Els **hotels** de la demarcació han tingut en la temporada 2011 un nivell global d'ocupació sobre places totals del 41%, un punt més que la taxa registrada el 2010. Pel que fa a l'evolució del nivell d'ocupació al llarg dels diferents períodes de l'any, la taxa d'ocupació registrada augmenta ininterrompudament des del gener fins a l'agost, període en què es registra el màxim anual, amb una taxa mensual del 88% (mentre que el 2010 va ser del 86%), i a partir del qual es produeix una disminució dels nivells d'ocupació fins a finals d'any. L'ocupació mitjana en el període de més activitat, de juny a setembre, s'ha situat en el 76%. D'altra banda, la proporció d'estrangers entre els turistes allotjats en els hotels de la demarcació és d'un 44%, 2 punts per sobre del percentatge de 2010, que era del 42%. Respecte a la mitjana global de nits d'estada durant la temporada 2011, ha estat de 3,2 nits (lleugerament inferior que el 2010 quan va ser de 3,3). Finalment, la mitjana anual de la satisfacció dels empresaris envers l'ocupació és d'un 6,2, valor quatre dècimes més alt que l'enregistrat l'any 2010.

Els **càmpings** presenten un nivell global d'ocupació sobre places totals del 27%, un punt més que la taxa registrada la temporada anterior. Cal assenyalar que tant el primer com el darrer trimestre de l'any l'activitat és reduïda, atès que la majoria dels càmpings de la demarcació estableixen la data d'obertura per Setmana Santa i donen per finalitzada la temporada a mitjan octubre, després de la festivitat del Pilar. En el període que comprèn de juny a setembre, la mitjana d'ocupació global ha estat d'un 55%. Pel que fa a la proporció de turistes estrangers, en el conjunt de la temporada 2011 ha estat d'un 38%, un punt per sota de la registrada l'any anterior. Respecte a les nits d'estada, s'ha registrat una mitjana global per al conjunt de la temporada –una dècima més alta que la temporada de 2010- de 3,8 nits. I, per acabar, la mitjana anual de la satisfacció dels empresaris per al total de la temporada 2011 ha estat d'un 5,5, dada tres dècimes superior a la registrada la temporada anterior (5,2).

Els **apartaments** han registrat un nivell d'ocupació global sobre places totals del 28%, un punt menys que la taxa registrada el 2010. Val a dir que tant el primer com el darrer trimestre de l'any, igual que en el cas dels càmpings, el volum de places obertes és limitat, de manera que el nivell d'activitat durant els esmentats períodes és molt baix. En la franja de més activitat, de juny a setembre, s'ha registrat un nivell mitjà d'ocupació global sobre places totals del 61%. La proporció d'estrangers entre els turistes allotjats als apartaments regulats de la demarcació ha estat del 58%, un punt per sota del percentatge registrat l'any 2010. L'estada mitjana anual s'ha situat en les 5,1 nits, mentre que la temporada anterior fou de 5,5. Finalment, la mitjana anual de la satisfacció dels empresaris en relació a l'ocupació és de 4,7, igual que la valoració de la temporada anterior.

Els **establiments de turisme rural** han registrat un nivell d'ocupació mitjana anual del 18%, un punt per sota del percentatge registrat l'any 2010. Cal tenir en compte que l'activitat en aquest tipus d'establiments es concentra especialment en els caps de setmana i els períodes de Setmana Santa, mes d'agost i ponts d'abast estatal; a més a més, la major part dels turistes que s'hi allotgen provenen de l'Estat. En el global de la temporada, la proporció de turistes d'origen estranger ha estat del 15%, mantenint-se la registrada el 2010. L'estada mitjana anual ha estat de 2,6 nits, dues dècimes per sota de la temporada anterior. Per acabar, la mitjana anual de la satisfacció de l'empresari envers l'ocupació ha estat de 3,8 punts, una dècima menys que la valoració de la temporada anterior.

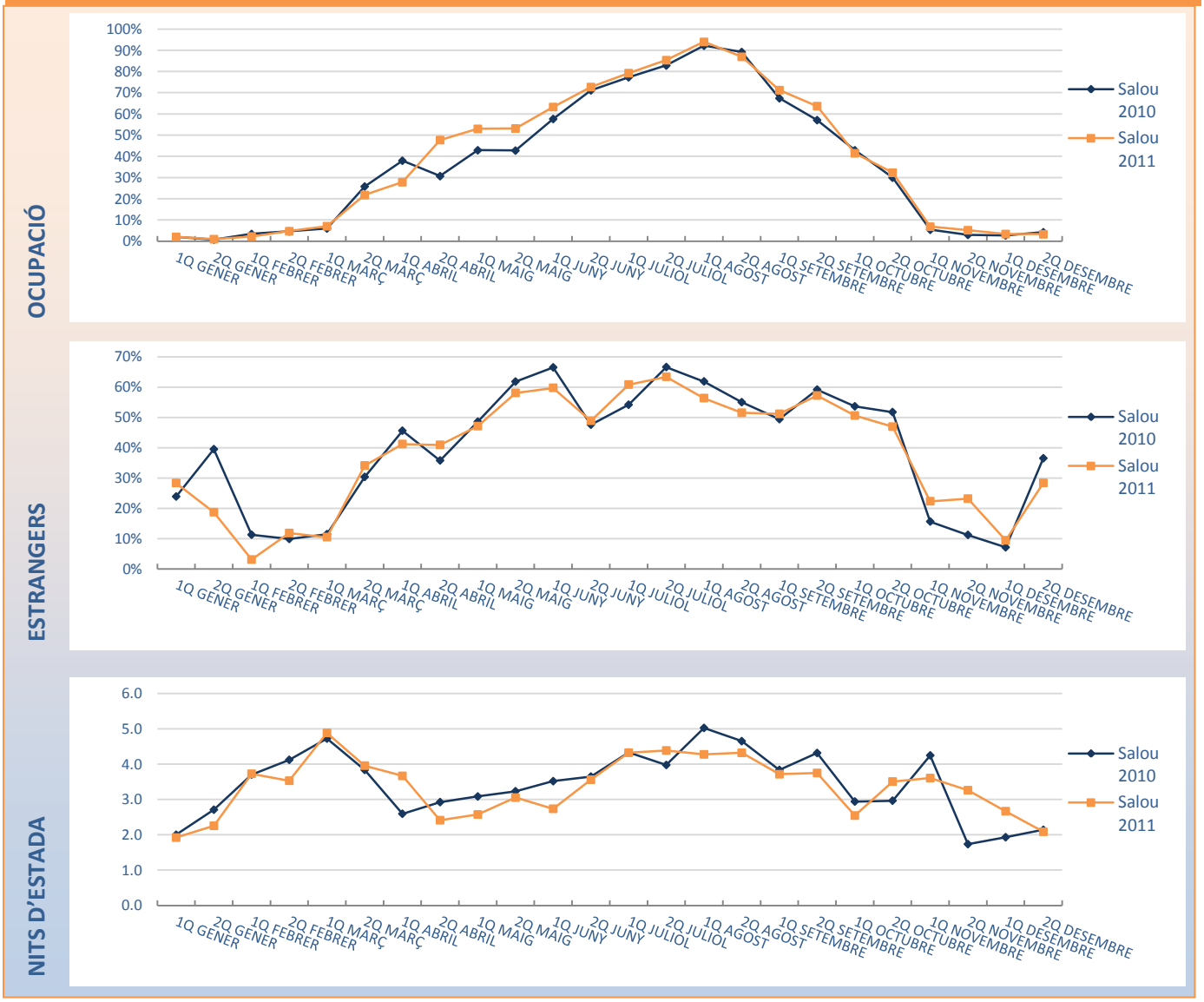
FITXA METODOLÒGICA DE L'ENQUESTA D'OCUPACIÓ D'ESTABLIMENTS PÚBLICS COL·LECTIUS

Àmbit: Costa Daurada i Terres de l'Ebre (les deu comarques de la província de Tarragona).
Univers: Oferta d'allotjament regulat en hotels, càmpings, apartaments regulats associats i establiments de turisme rural.
Unitat mostral: L'establiment en el cas d'hotels, càmpings i establiments de turisme rural, i l'empresa explotadora en el cas dels apartaments regulats. Les unitats últimes per al càlcul són les places.
Grandària mostral: De mitjana, s'ha enquestat un 35% del total de places en oferta per cadascuna de les onades.
Àmbit temporal: Les enquestes es realitzen durant els tres dies immediatament posteriors a l'acabament de la quinzena o període corresponent.
Metodologia: Qüestionari administrat per telèfon, fax o correu electrònic als empresaris o personal autoritzat.
Tipus de mostratge: Mostra seleccionada aleatòriament de l'univers distribuït en diferents estrats geogràfics; en el cas dels apartaments, respecte als quals la metodologia és diferent, es treballa amb un panel fix d'establiments.
Anàlisi de resultats: La taxa d'ocupació és una mitjana ponderada pel nombre de places de cadascun dels establiments de la mostra obtinguda.

7. ANÀLISI DELS MUNICIPIS DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA I TARRAGONA EL 2011

a) SALOU

GRÀFIC 7. RESULTATS GLOBALS A SALOU TEMPORADA 2011: GENER - DESEMBRE



QUADRE 9. OFERTA D'ALLOTJAMENT A SALOU 2011

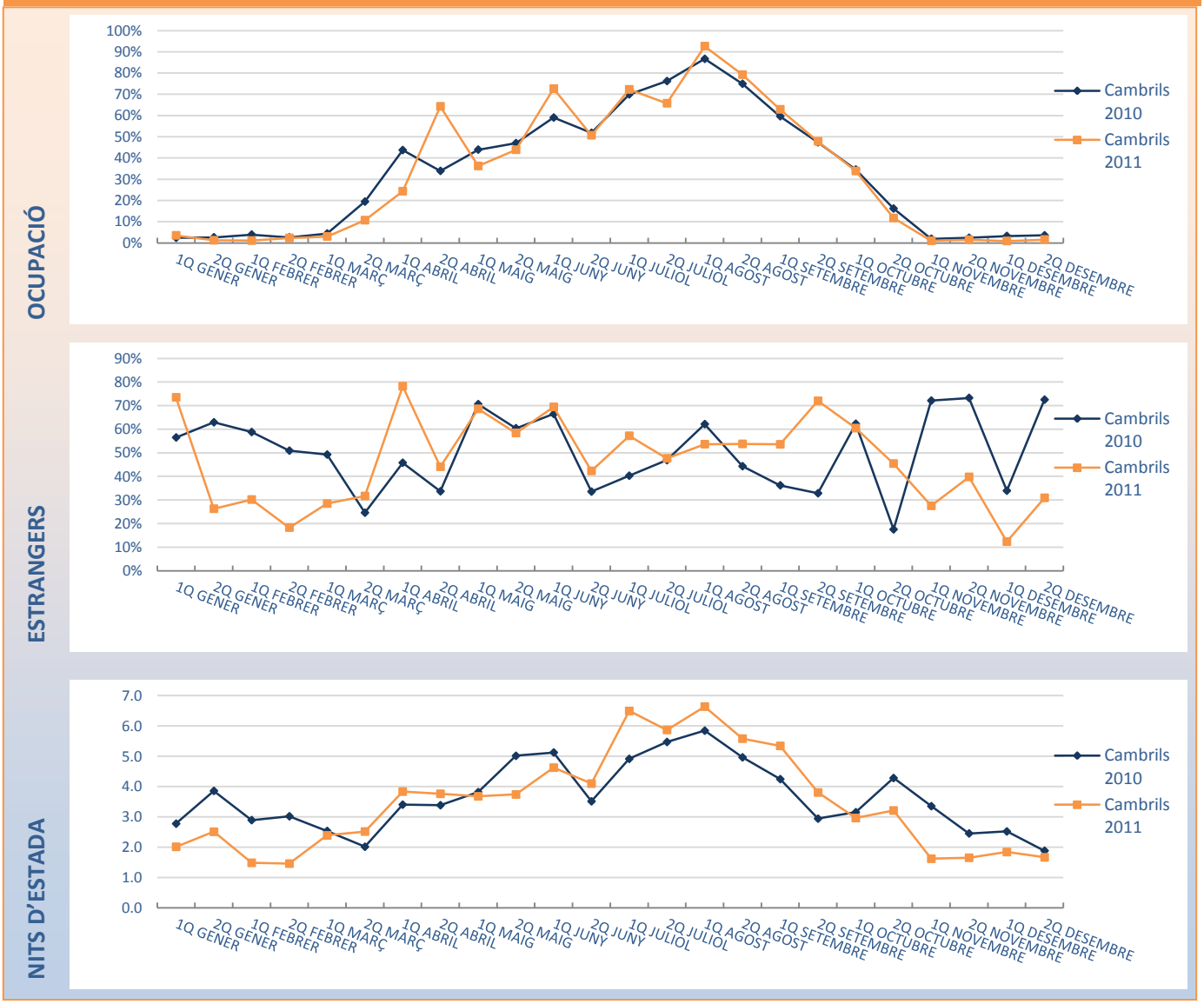
Tipus d'establiment	Places (*)		Establiments		% respecte total places 11		Grandària mitjana	
	2010	**2011**	2010	**2011**	SALOU	C. DAURADA(***)	2010	**2011**
Hotels	35.667	**32.918**	66	**65**	**64%**	**56%**	540	**506**
Càmpings	5.451	**5.451**	3	**3**	**11%**	**9%**	1817	**1817**
Empreses explotadores d'apartaments turístics (**)	13.142	**13.056**	15	**14**	**25%**	**46%**	876	**933**
Total	54.260	**51.425**	84	**82**	**100%**	**35%**	-	**-**

(*) Places a 31-12-2010 i 31-12-2011.
(**) Únicament els apartaments turístics comercialitzats a través d'empreses explotadores associades.
(***) No inclou ETR.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada i l'Associació d'Apartaments Turístics Costa Daurada.

b) CAMBRILS

GRÀFIC 8. RESULTATS GLOBALS A CAMBRILS TEMPORADA 2011: GENER - DESEMBRE



QUADRE 10. OFERTA D'ALLOTJAMENT A CAMBRILS 2011

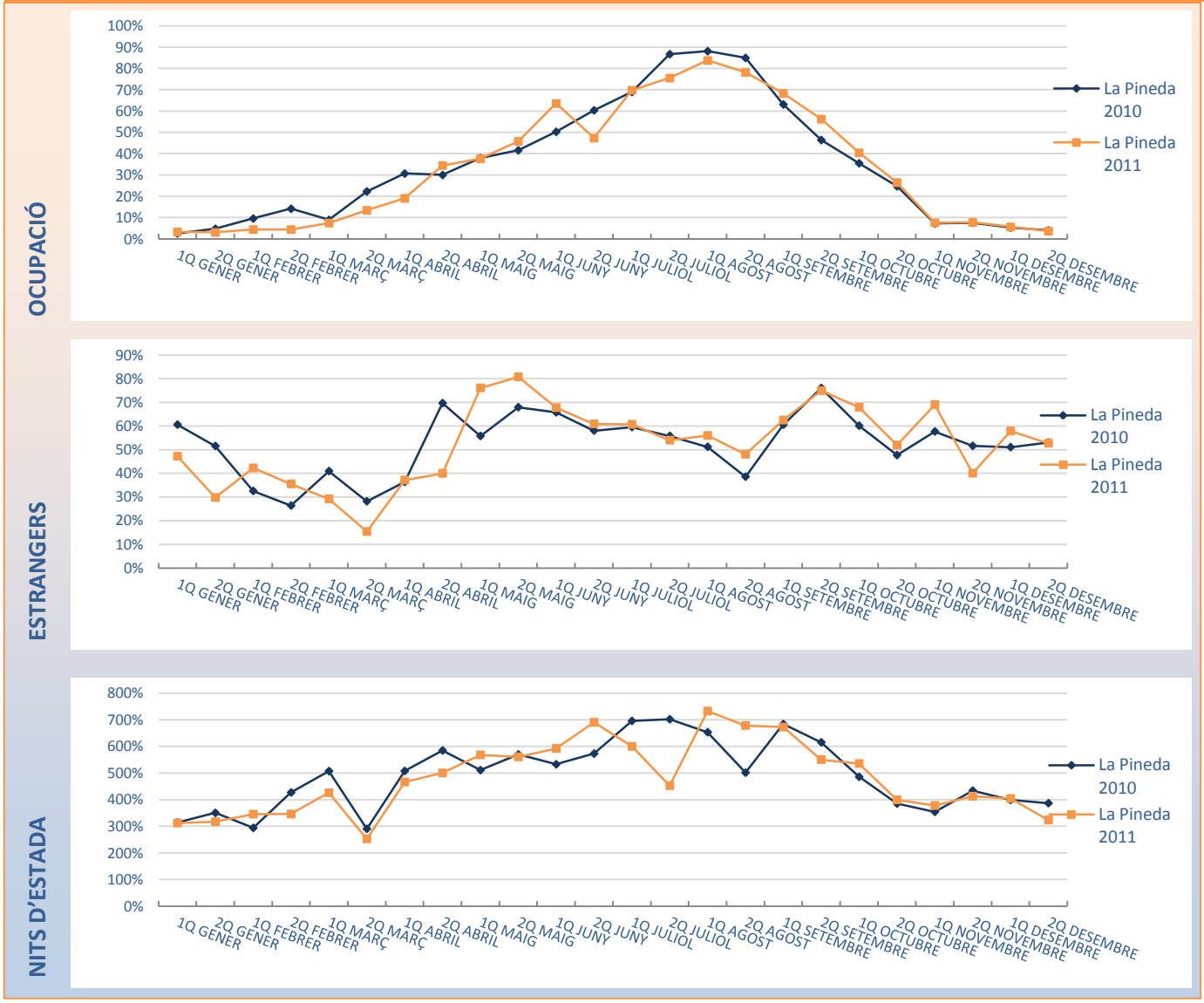
Tipus d'establiment	Places (*)		Establiments		% respecte total places 11		Grandària mitjana	
	2010	**2011**	2010	**2011**	CAMBRILS	C. DAURADA(***)	2010	**2011**
Hotels	6.587	**6.590**	27	**27**	**32%**	**11%**	244	**244**
Càmpings	9.241	**9.241**	6	**6**	**46%**	**16%**	1540	**1540**
Empreses explotadores d'apartaments turístics (**)	3.382	**4.464**	11	**10**	**22%**	**16%**	307	**446**
Total	19.210	**20.295**	44	**43**	**100%**	**14%**	-	**-**

(*) Places a 31-12-2010 i 31-12-2011.
(**) Únicament els apartaments turístics comercialitzats a través d'empreses explotadores associades.
(***) No inclou ETR.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada i l'Associació d'Apartaments Turístics Costa Daurada.

c) LA PINEDA PLATJA

GRÀFIC 9. RESULTATS GLOBALS A LA PINEDA PLATJA TEMPORADA 2011: GENER - DESEMBRE



QUADRE 11. OFERTA D'ALLOTJAMENT A LA PINEDA PLATJA 2011

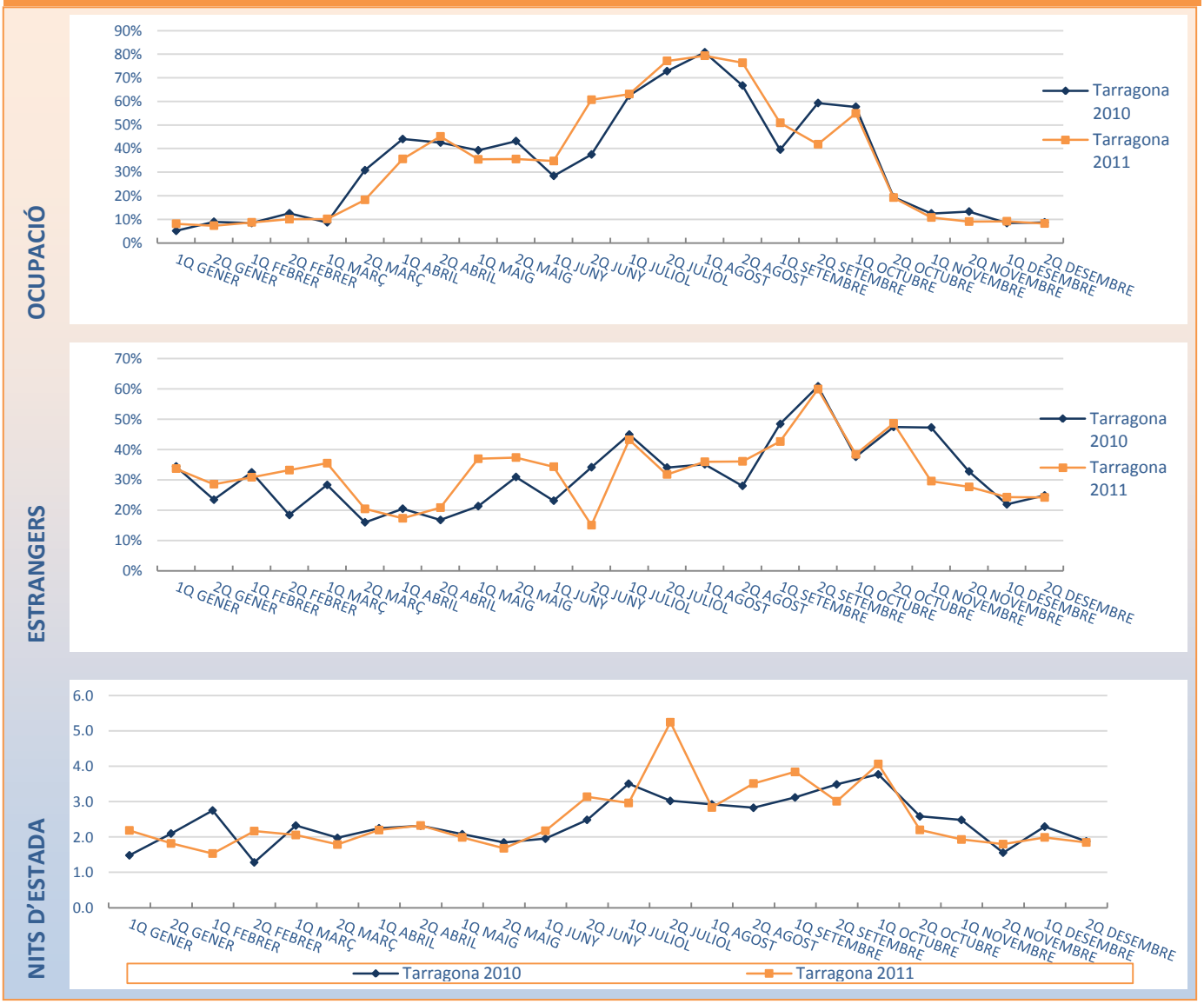
Tipus d'establiment	Places (*)		Establiments		% respecte total places 11		Grandària mitjana	
	2010	**2011**	2010	**2011**	LA PINEDA	C. DAURADA(***)	2010	**2011**
Hotels	5.706	**5.706**	9	**9**	**48%**	**10%**	634	**634**
Càmpings	840	**840**	1	**1**	**7%**	**10%**	840	**840**
Empreses explotadores d'apartaments turístics (**)	5.977	**5.405**	9	**8**	**45%**	**20%**	664	**676**
Total	12.523	**11.951**	19	**18**	**100%**	**8%**	-	**-**

(*) Places a 31-12-2010 i 31-12-2011.
(**) Únicament els apartaments turístics comercialitzats a través d'empreses explotadores associades.
(***) No inclou ETR.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada i l'Associació d'Apartaments Turístics Costa Daurada.

d) TARRAGONA

GRÀFIC 10. RESULTATS GLOBALS A TARRAGONA TEMPORADA 2011: GENER - DESEMBRE



QUADRE 12. OFERTA D'ALLOTJAMENT A TARRAGONA 2011

Tipus d'establiment	Places (*)		Establiments		% respecte total places 11		Grandària mitjana	
	2010	**2011**	2010	**2011**	TARRAGONA	C. DAURADA (**)	2010	**2011**
Hotels	2.467	**2.466**	25	**25**	**28%**	**4%**	99	**99**
Càmpings	6.478	**6.478**	7	**7**	**72%**	**11%**	925	**925**
Total Pl. Hotels + Càmpings	8.945	**8.944**	32	**32**	**100%**	**8%**	-	-

(*) Places a 31-12-2009 i 31-12-2010.
(**) No inclou Apartaments i ETR.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

Nota: La proporció que representa l'oferta d'allotjament de Tarragona en relació amb el global de Costa Daurada reflectida en el quadre 12 només té en compte places d'establiments hotelers i de càmpings, a diferència del que es recull als quadres 9, 10 i 11, que tenen en compte també els apartaments turístics comercialitzats a través d'empreses explotadores associades.

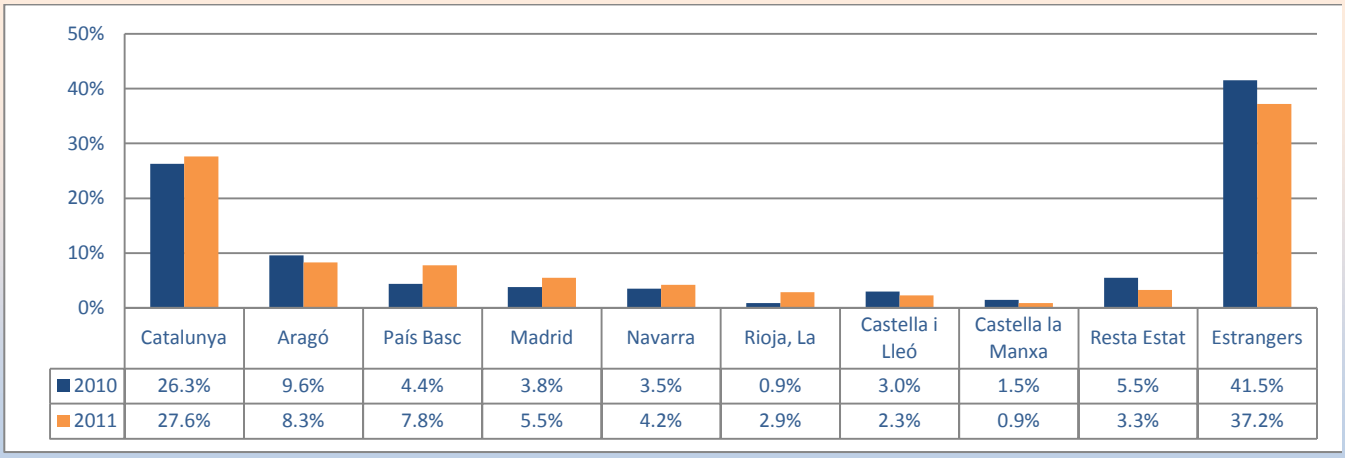
8. ANÀLISI DE LA DEMANDA TURÍSTICA A LA COSTA DAURADA I A LES TERRES DE L'EBRE: ESTIU DE 2011

A l'estiu de 2011, dels turistes que han visitat la Costa Daurada el 62,8% eren de l'Estat i el 37,2% estrangers. Provenien de Catalunya el 27,6% del total de turistes, mentre que els d'Aragó representaven el 8,3%, els del País Basc el 7,8%, els de la comunitat de Madrid el 5,5%, els de Navarra el 4,2%, els de la Rioja el 2,9%, els de Castella i Lleó el 2,3%, els de Castella la Manxa el 0,9% i la resta de l'Estat el 3,3% restant.

Pel que fa als turistes estrangers, l'estiu de 2011 els francesos representaven l'11,4% del total, mentre que el segon mercat és l'anglès amb el 6,0% del total. El mercat rus representa el 5,2% del total dels turistes, el mercat holandès el 4,1%, el mercat portuguès el 2,3%, el mercat alemany el 2,1%, el mercat belga l'1,7% i el resta d'estrangers el 4,4% restant.

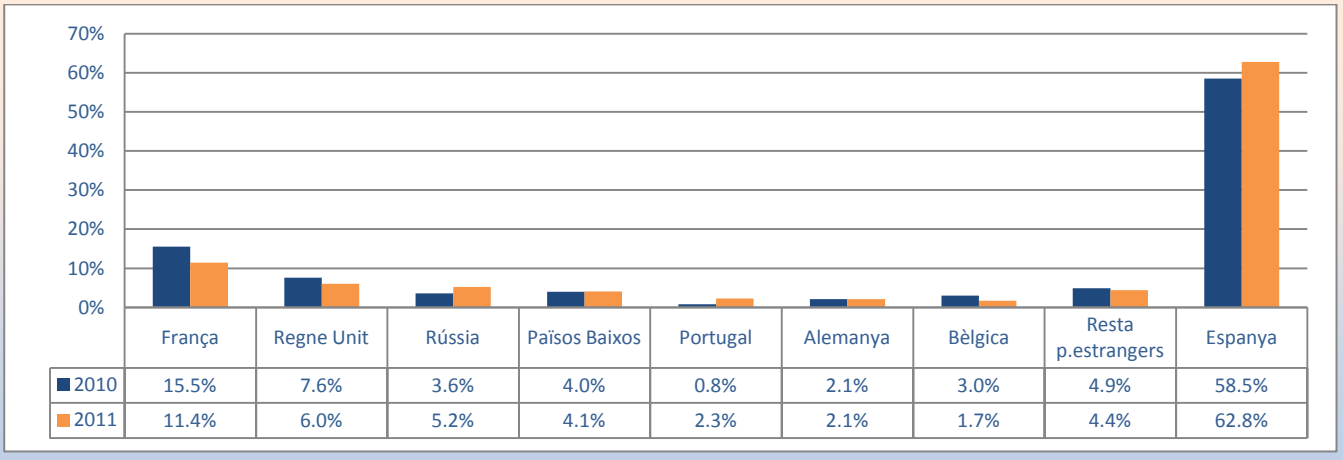
En relació amb la temporada passada s'observa un augment de la proporció dels turistes que provenen de Catalunya, del País Basc, de Madrid, de la Rioja i de Navarra i un descens de la proporció dels turistes procedents d'altres comunitats autònomes. Pel que fa als mercats estrangers, s'observa un descens del percentatge dels turistes de França, del Regne Unit i de Bèlgica i un augment dels percentatges del mercats rus i portuguès.

GRÀFIC 11. ORIGEN DELS TURISTES ESTATALS A COSTA DAURADA: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Catalunya	Aragó	País Basc	Madrid	Navarra	Rioja, La	Castella i Lleó	Castella la Manxa	Resta Estat	Estrangers
2010	26.3%	9.6%	4.4%	3.8%	3.5%	0.9%	3.0%	1.5%	5.5%	41.5%
2011	27.6%	8.3%	7.8%	5.5%	4.2%	2.9%	2.3%	0.9%	3.3%	37.2%

GRÀFIC 12. ORIGEN DELS TURISTES ESTRANGERS A COSTA DAURADA: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)



	França	Regne Unit	Rússia	Països Baixos	Portugal	Alemanya	Bèlgica	Resta p.estrangers	Espanya
2010	15.5%	7.6%	3.6%	4.0%	0.8%	2.1%	3.0%	4.9%	58.5%
2011	11.4%	6.0%	5.2%	4.1%	2.3%	2.1%	1.7%	4.4%	62.8%

(*) Turistes allotjats a hotels, càmpings i turisme rural.

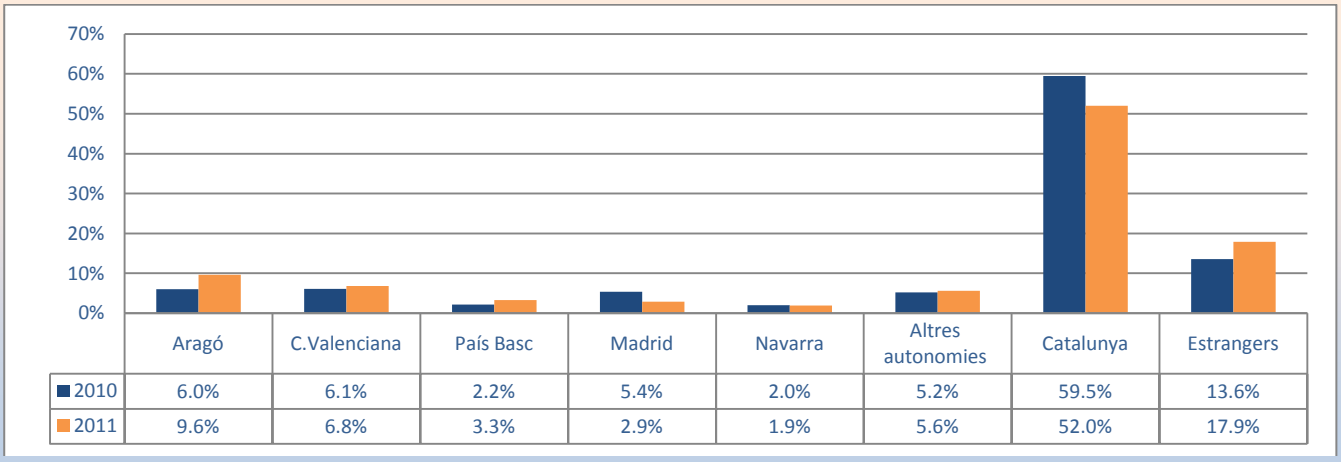
Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

L'estiu de 2011, dels turistes que han visitat les Terres de l'Ebre el 30,1% eren estatals i el 17,9% estrangers. Eren catalans el 52,0% del total de turistes, seguits pels turistes d'Aragó i de la Comunitat Valenciana, que representaven respectivament el 9,6% i el 6,8% del total. El 3,3% provenien del País Basc, el 2,9% de la Comunitat de Madrid i l'1,9% de Navarra.

Pel que fa als mercats estrangers, el mercat francès encara és el primer mercat exterior de les Terres de l'Ebre amb el 8,7% del total de turistes que han visitat les Terres de l'Ebre, seguit pel mercat del Regne Unit i l'italià, amb el 2,9% i l'1,7%, respectivament, del total dels turistes. La resta es reparteix entre el mercat dels Països Baixos (1,3%) i el mercat belga (1,2%).

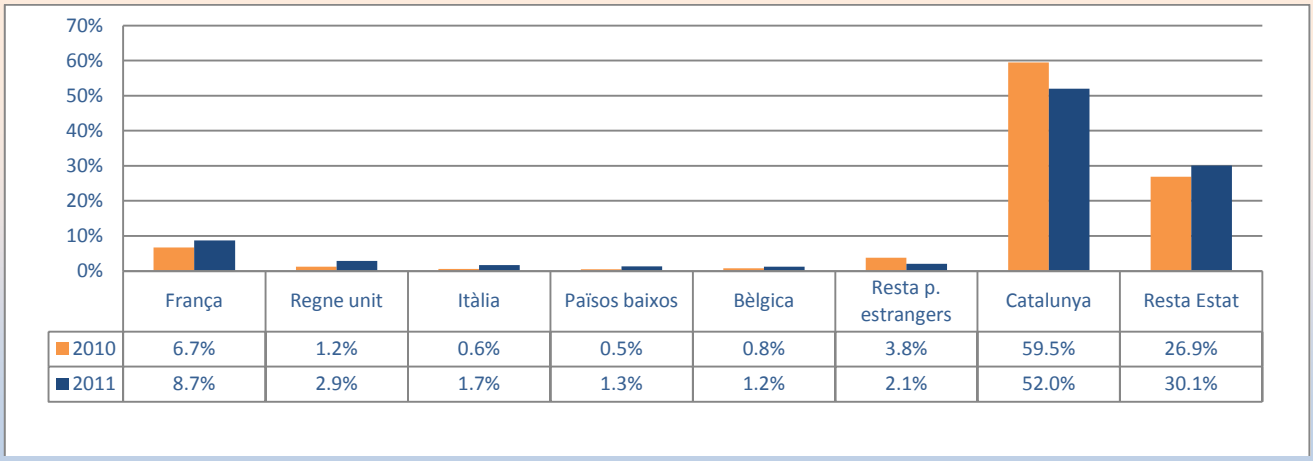
En relació a la temporada de 2010, es pot observar una pujada de totes les proporcions dels mercats estatals, menys dels de Catalunya, Madrid i Navarra. La proporció d'estrangers ha crescut i es pot observar una pujada general de tots els mercats.

GRÀFIC 13. ORIGEN DELS TURISTES ESTATALS A TERRES DE L'EBRE: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Aragó	C.Valenciana	País Basc	Madrid	Navarra	Altres autonomies	Catalunya	Estrangers
2010	6.0%	6.1%	2.2%	5.4%	2.0%	5.2%	59.5%	13.6%
2011	9.6%	6.8%	3.3%	2.9%	1.9%	5.6%	52.0%	17.9%

GRÀFIC 14. ORIGEN DELS TURISTES ESTRANGERS A TERRES DE L'EBRE: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)



	França	Regne unit	Itàlia	Països baixos	Bèlgica	Resta p. estrangers	Catalunya	Resta Estat
2010	6.7%	1.2%	0.6%	0.5%	0.8%	3.8%	59.5%	26.9%
2011	8.7%	2.9%	1.7%	1.3%	1.2%	2.1%	52.0%	30.1%

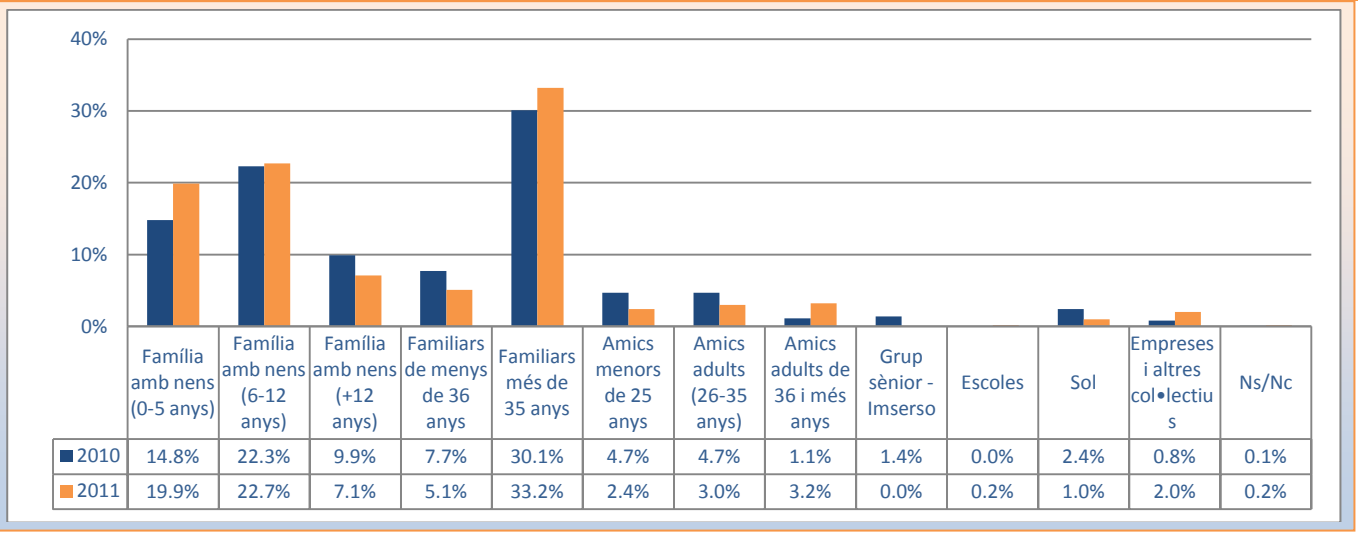
(*) Turistes allotjats a hotels, càmpings i turisme rural.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

Tal com es mostra en els gràfics 15 i 16, i pel que fa al tipus de grup de viatge, tant a la Costa Daurada com a les Terres de l'Ebre s'observa un predomini del turisme familiar, que ja s'havia donat el 2010. En el primer cas, el 49,7% dels turistes viatgen en família (pares i fills); en el cas de les Terres de l'Ebre, aquesta proporció augmenta fins al 53,3% del total.

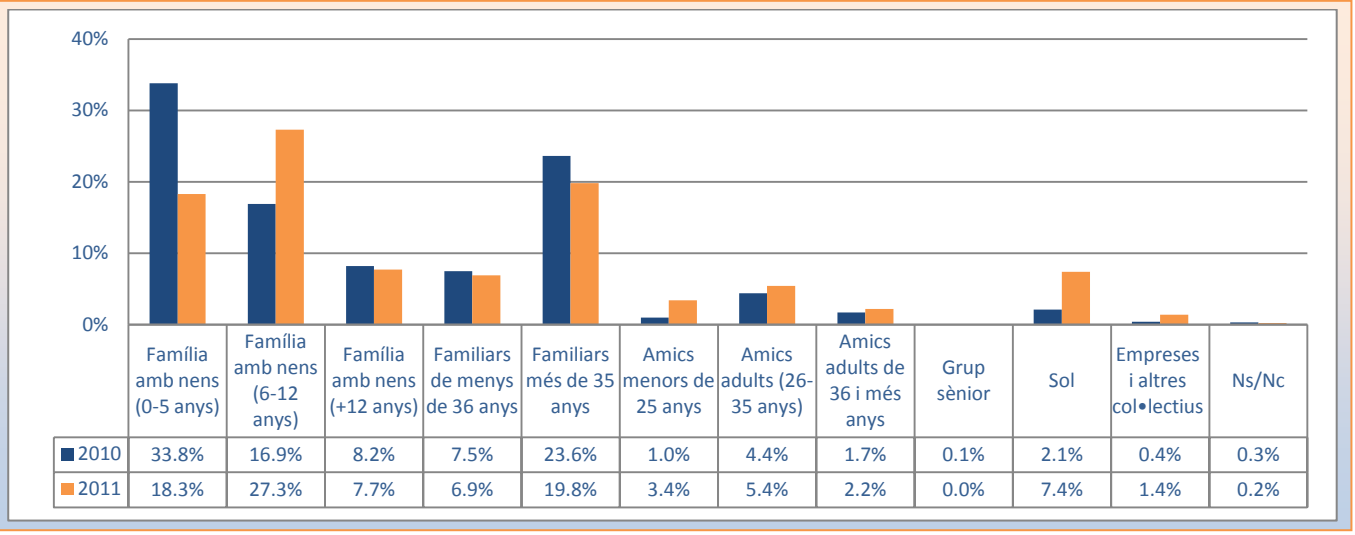
Per altra banda, es pot observar que la tipologia de les famílies que viatgen a la Costa Daurada i a les Terres de l'Ebre sembla evolucionar respecte el 2010. Mentre que a la Costa Daurada es nota un increment de la proporció de famílies amb fills de menys de 6 anys, a les Terres de l'Ebre són les famílies amb fills de 6 a 12 anys les que pugen.

GRÀFIC 15. GRUP DE VIATGE. COSTA DAURADA: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Família amb nens (0-5 anys)	Família amb nens (6-12 anys)	Família amb nens (+12 anys)	Familiars de menys de 36 anys	Familiars més de 35 anys	Amics menors de 25 anys	Amics adults (26-35 anys)	Amics adults de 36 i més anys	Grup sènior - Imserso	Escoles	Sol	Empreses i altres col•lectius	Ns/Nc
2010	14.8%	22.3%	9.9%	7.7%	30.1%	4.7%	4.7%	1.1%	1.4%	0.0%	2.4%	0.8%	0.1%
2011	19.9%	22.7%	7.1%	5.1%	33.2%	2.4%	3.0%	3.2%	0.0%	0.2%	1.0%	2.0%	0.2%

GRÀFIC 16. GRUP DE VIATGE. TERRES DE L'EBRE: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011 (*)

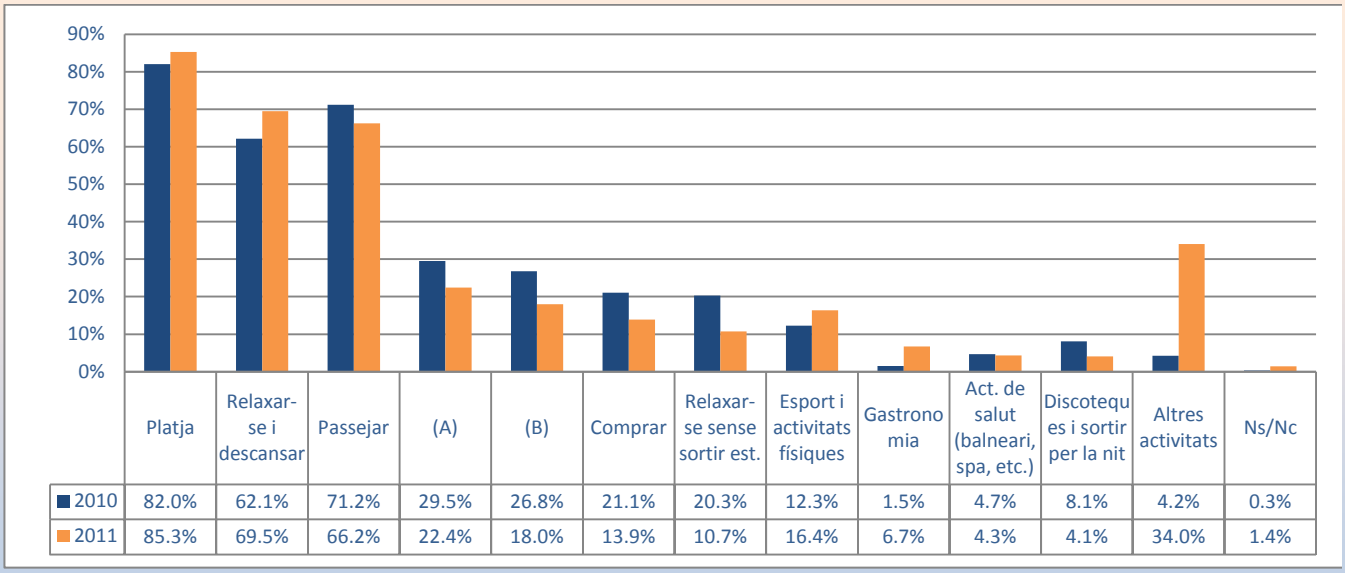


	Família amb nens (0-5 anys)	Família amb nens (6-12 anys)	Família amb nens (+12 anys)	Familiars de menys de 36 anys	Familiars més de 35 anys	Amics menors de 25 anys	Amics adults (26-35 anys)	Amics adults de 36 i més anys	Grup sènior	Sol	Empreses i altres col•lectius	Ns/Nc
2010	33.8%	16.9%	8.2%	7.5%	23.6%	1.0%	4.4%	1.7%	0.1%	2.1%	0.4%	0.3%
2011	18.3%	27.3%	7.7%	6.9%	19.8%	3.4%	5.4%	2.2%	0.0%	7.4%	1.4%	0.2%

(*) Turistes allotjats a hotels, càmpings i turisme rural.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

GRÀFIC 17. PRINCIPALS ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA A LA COSTA DAURADA (*): JULIOL – AGOST - SETEMBRE DE 2011 (**)

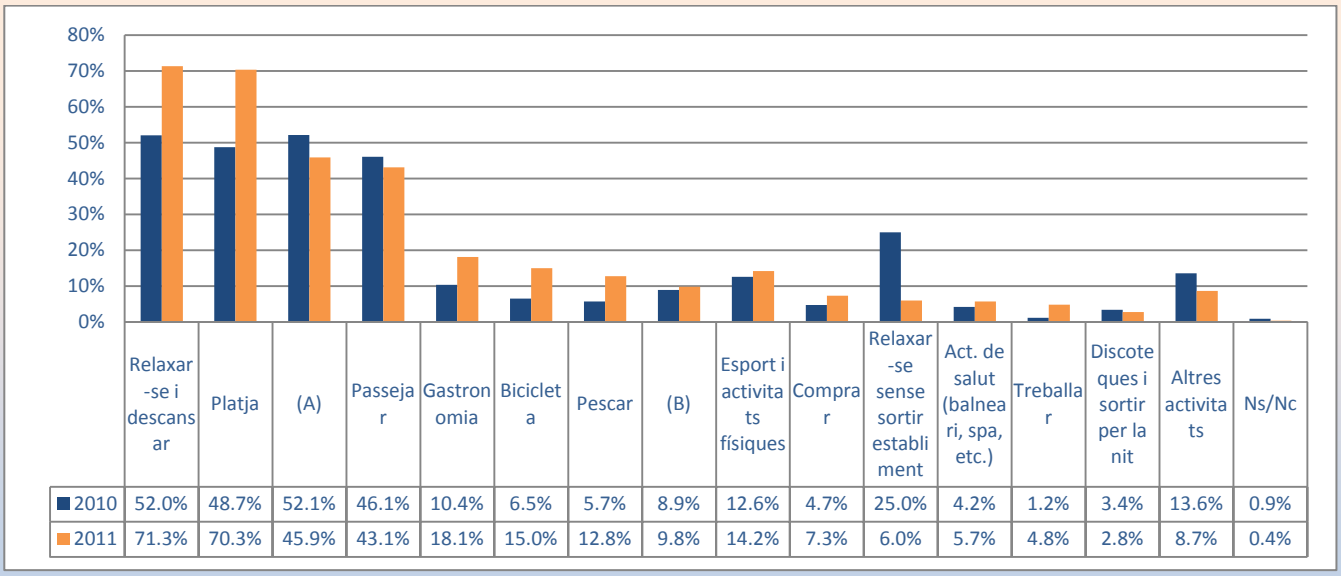


	Platja	Relaxar-se i descansar	Passejar	(A)	(B)	Comprar	Relaxar-se sense sortir est.	Esport i activitats físiques	Gastronomia	Act. de salut (balneari, spa, etc.)	Discoteques i sortir per la nit	Altres activitats	Ns/Nc
2010	82.0%	62.1%	71.2%	29.5%	26.8%	21.1%	20.3%	12.3%	1.5%	4.7%	8.1%	4.2%	0.3%
2011	85.3%	69.5%	66.2%	22.4%	18.0%	13.9%	10.7%	16.4%	6.7%	4.3%	4.1%	34.0%	1.4%

Base 2010: 953
Base 2011: 1.247

(A): visitar llocs culturals i/o naturals.
(B): esdeveniments especials, espectacles, parcs i parcs temàtics.

GRÀFIC 18. PRINCIPALS ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA A LES TERRES DE L'EBRE (*): JULIOL – AGOST - SETEMBRE DE 2011 (**)



	Relaxar-se i descansar	Platja	(A)	Passejar	Gastronomia	Bicicleta	Pescar	(B)	Esport i activitats físiques	Comprar	Relaxar-se sense sortir establiment	Act. de salut (balneari, spa, etc.)	Treballar	Discoteques i sortir per la nit	Altres activitats	Ns/Nc
2010	52.0%	48.7%	52.1%	46.1%	10.4%	6.5%	5.7%	8.9%	12.6%	4.7%	25.0%	4.2%	1.2%	3.4%	13.6%	0.9%
2011	71.3%	70.3%	45.9%	43.1%	18.1%	15.0%	12.8%	9.8%	14.2%	7.3%	6.0%	5.7%	4.8%	2.8%	8.7%	0.4%

Base 2010: 551
Base 2011: 640

(A): visitar llocs culturals i/o naturals.
(B): esdeveniments especials, espectacles, parcs i parcs temàtics.

(*) Resposta múltiple (**) Turistes allotjats a hotels, càmpings i turisme rural.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

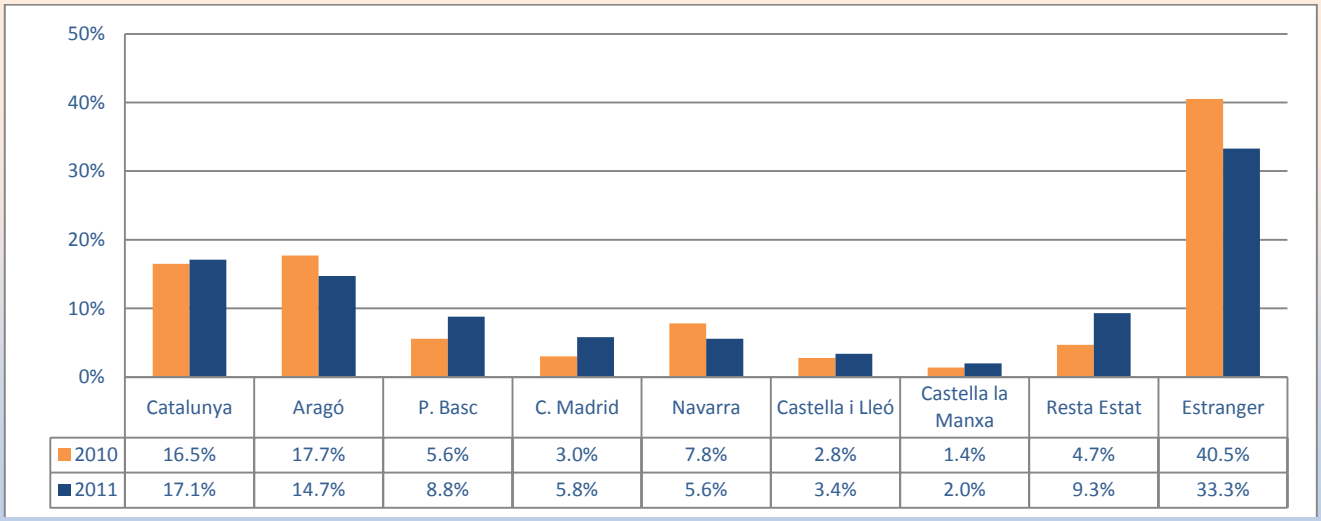
En relació a les principals activitats realitzades pels turistes a la Costa Daurada es troben, en primer lloc, "anar a la platja" (85,3%); en segon lloc, "relaxar-se i descansar" (69,5%), i, en tercer lloc, "passejar" (66,2%).

A les Terres de l'Ebre, "relaxar-se i descansar" se situa en el primer lloc (71,3%), seguit d'"anar a la platja" (70,3%) i "visitar llocs culturals i/o naturals" se situa en tercer lloc (45,9%).

9. ANÀLISI DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA I TARRAGONA EL 2011

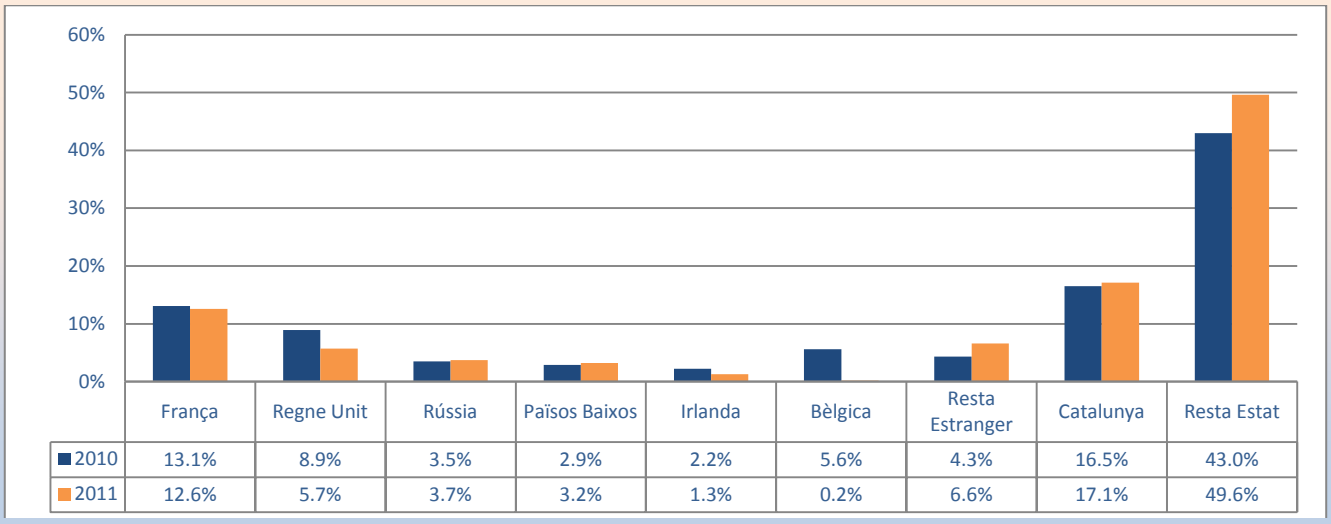
a) SALOU

GRÀFIC 19. ORIGEN DELS TURISTES ESTATALS. SALOU: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011



	Catalunya	Aragó	P. Basc	C. Madrid	Navarra	Castella i Lleó	Castella la Manxa	Resta Estat	Estranger
2010	16.5%	17.7%	5.6%	3.0%	7.8%	2.8%	1.4%	4.7%	40.5%
2011	17.1%	14.7%	8.8%	5.8%	5.6%	3.4%	2.0%	9.3%	33.3%

GRÀFIC 20. ORIGEN DELS TURISTES ESTRANGERS. SALOU: JULIOL- AGOST - SETEMBRE DE 2011



	França	Regne Unit	Rússia	Països Baixos	Irlanda	Bèlgica	Resta Estranger	Catalunya	Resta Estat
2010	13.1%	8.9%	3.5%	2.9%	2.2%	5.6%	4.3%	16.5%	43.0%
2011	12.6%	5.7%	3.7%	3.2%	1.3%	0.2%	6.6%	17.1%	49.6%

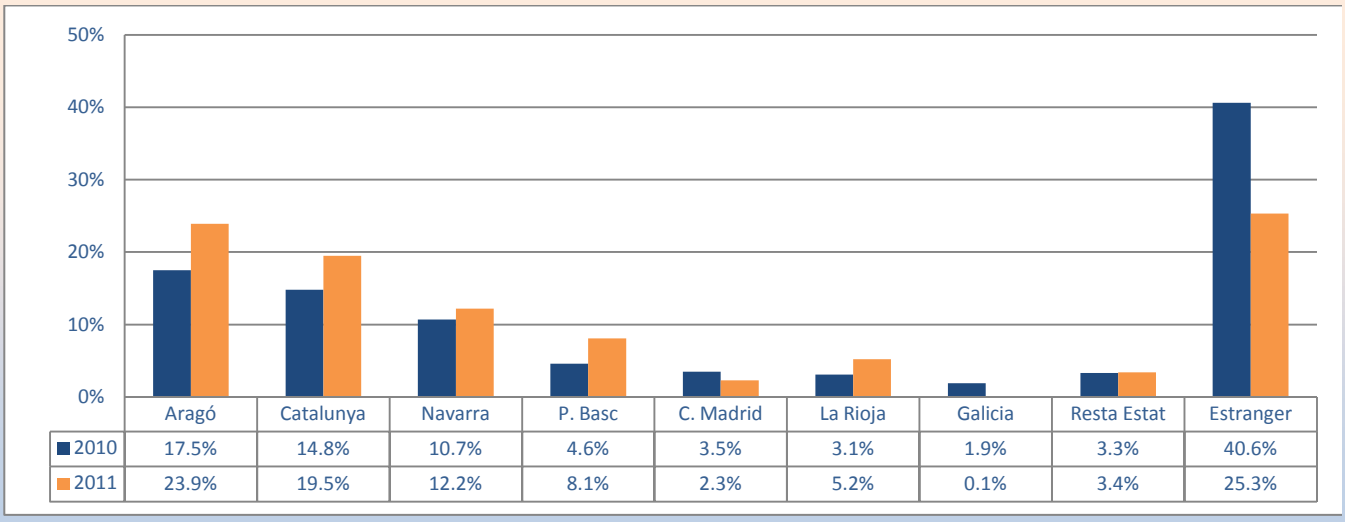
Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

La proporció de turistes catalans allotjats a Salou l'estiu de 2011 representa el 17,1% del total i és el primer mercat estatal a Salou. Per la seva banda, la proporció de turistes aragonesos passa del 17,7% al 14,7%. El mercat de Navarra ha disminuït la seva proporció respecte a l'any anterior, mentre que els altres mercats estatals han incrementat en proporció respecte el 2010 (el major increment és el del País Basc, que ha guanyat 3,2 punts).

D'altra banda, el 33,3% dels turistes que s'han allotjat a Salou l'estiu de 2011 són estrangers. Els turistes de França representen el 12,6% del total de turistes de Salou en aquest període. El mercat del Regne Unit, amb un percentatge del 5,7% registra més de 3 punts menys que la temporada anterior. Bèlgica i Irlanda també han reduït la seva proporció mentre que Països Baixos i Rússia han vist incrementar lleument la seva proporció un 0,3 i un 0,2 respectivament.

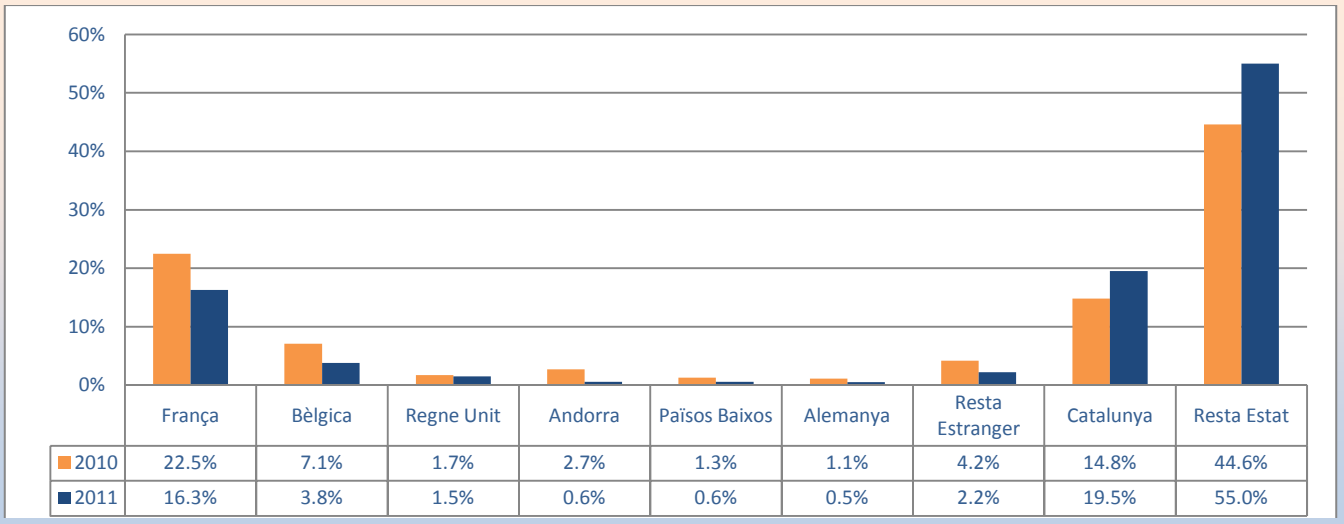
b) CAMBRILS

GRÀFIC 21. ORIGEN DELS TURISTES ESTATALS. CAMBRILS: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011



	Aragó	Catalunya	Navarra	P. Basc	C. Madrid	La Rioja	Galicia	Resta Estat	Estranger
2010	17.5%	14.8%	10.7%	4.6%	3.5%	3.1%	1.9%	3.3%	40.6%
2011	23.9%	19.5%	12.2%	8.1%	2.3%	5.2%	0.1%	3.4%	25.3%

GRÀFIC 22. ORIGEN DELS TURISTES ESTRANGERS. CAMBRILS: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011



	França	Bèlgica	Regne Unit	Andorra	Països Baixos	Alemanya	Resta Estranger	Catalunya	Resta Estat
2010	22.5%	7.1%	1.7%	2.7%	1.3%	1.1%	4.2%	14.8%	44.6%
2011	16.3%	3.8%	1.5%	0.6%	0.6%	0.5%	2.2%	19.5%	55.0%

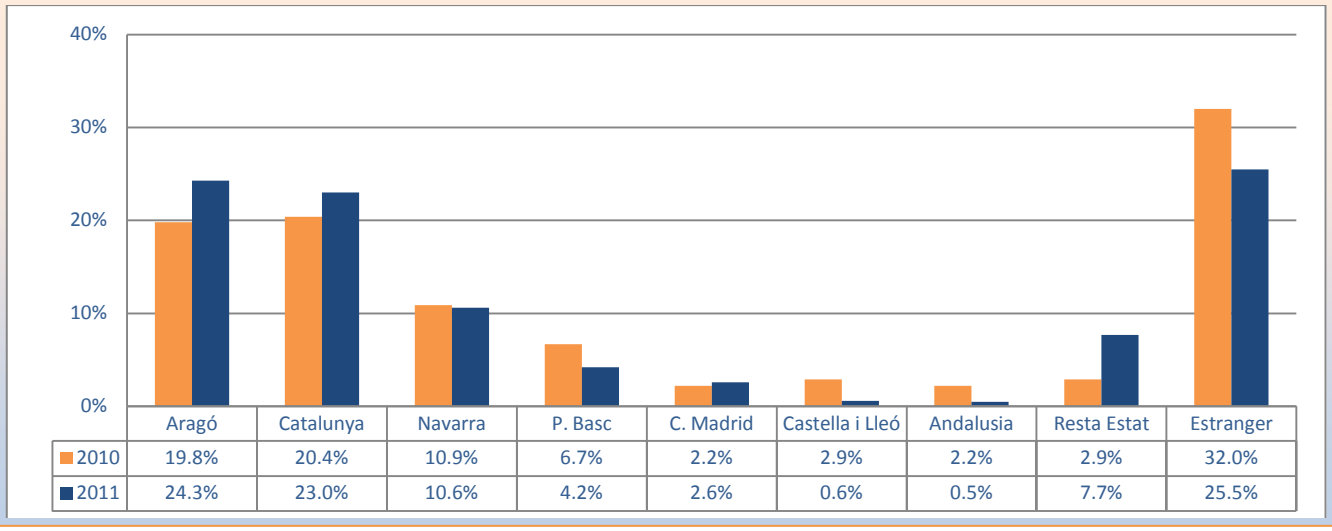
Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

L'any 2011 a Cambrils el mercat aragonès ha crescut 6,4 punts respecte el 2010, representant el 23,9% del total. Catalunya també ha registrat una pujada de les seves proporcions, però és més lleu en comparació del mercat aragonès (4,7 punts) i es manté com a segon mercat estatal a Cambrils darrere d'Aragó. El mercat de Navarra segueix creixent el 2011, ho ha fet en 1,5 punts i es manté en tercera posició dins del conjunt de mercats emissors estatals de Cambrils. El País Basc i la Rioja també han crescut, mentre que la Comunitat de Madrid ha vist reduïda la seva proporció.

Pel que fa a la distribució dels diferents països de procedència dels turistes estrangers, tots han experimentat una reducció en la seva proporció respecte a l'any anterior. El mercat francès, que ha experimentat una baixada de 6,2 punts respecte a l'any anterior, segueix sent el més important dels mercats emissors estrangers. El mercat de Bèlgica és el segon mercat emissor amb el 3,8% del total (7,1% el 2010).

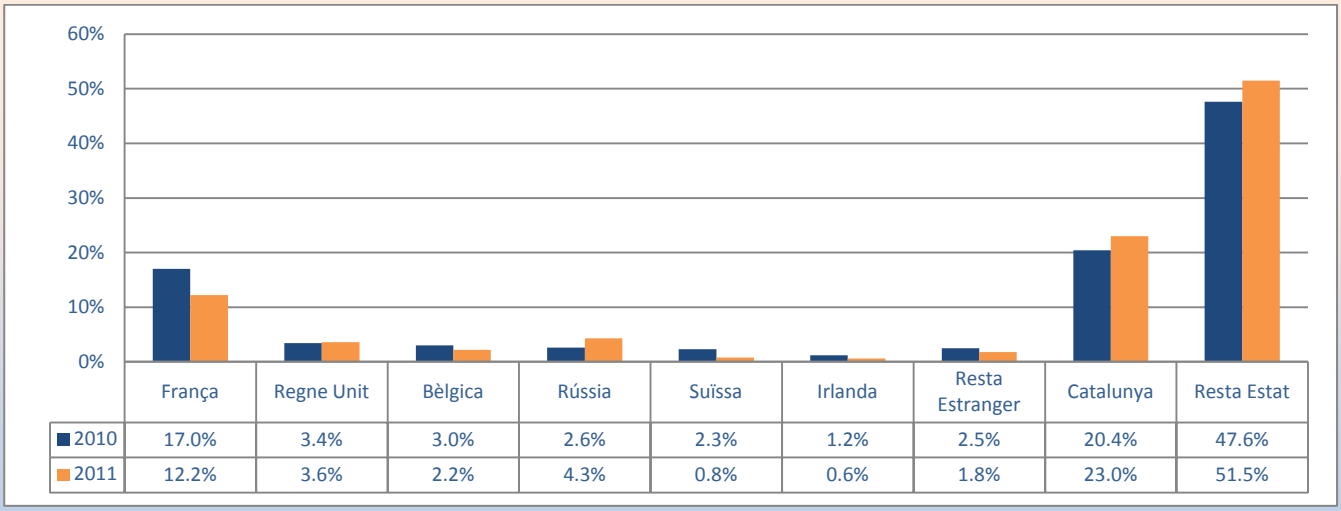
c) LA PINEDA PLATJA

GRÀFIC 23. ORIGEN DELS TURISTES ESTATALS. LA PINEDA PLATJA: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011



	Aragó	Catalunya	Navarra	P. Basc	C. Madrid	Castella i Lleó	Andalusia	Resta Estat	Estranger
2010	19.8%	20.4%	10.9%	6.7%	2.2%	2.9%	2.2%	2.9%	32.0%
2011	24.3%	23.0%	10.6%	4.2%	2.6%	0.6%	0.5%	7.7%	25.5%

GRÀFIC 24. ORIGEN DELS TURISTES ESTRANGERS. LA PINEDA PLATJA: JULIOL - AGOST - SETEMBRE DE 2011



	França	Regne Unit	Bèlgica	Rússia	Suïssa	Irlanda	Resta Estranger	Catalunya	Resta Estat
2010	17.0%	3.4%	3.0%	2.6%	2.3%	1.2%	2.5%	20.4%	47.6%
2011	12.2%	3.6%	2.2%	4.3%	0.8%	0.6%	1.8%	23.0%	51.5%

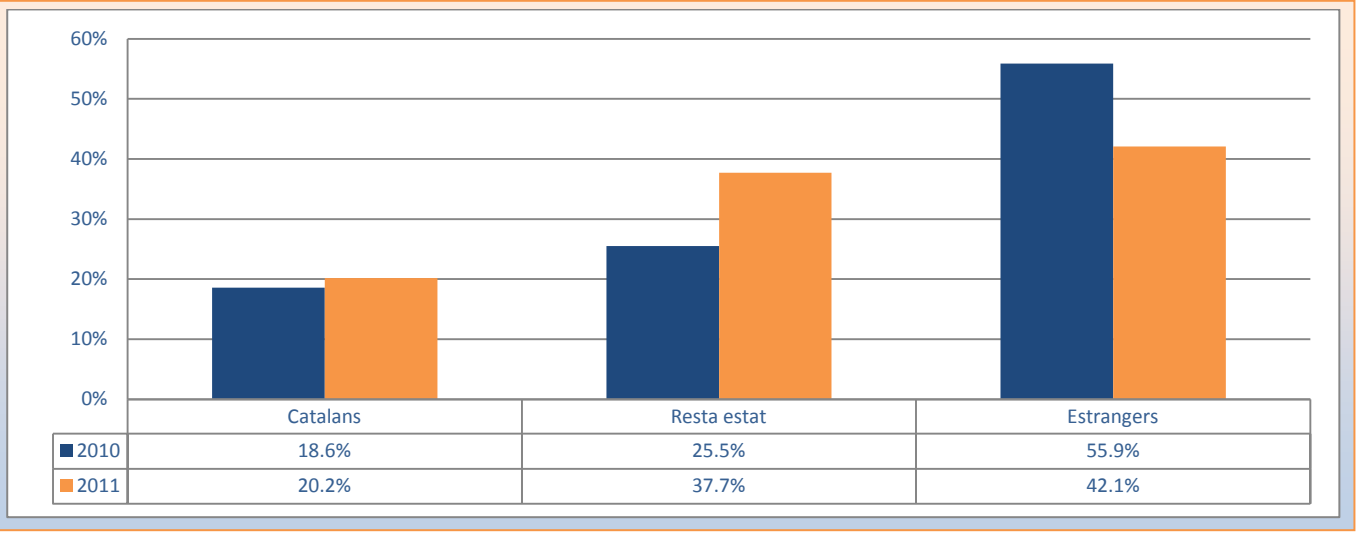
Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

Aragó, amb el 24,3%, és la principal comunitat de procedència dels turistes estatals que s'han allotjat a la Pineda Platja entre juliol i setembre de 2011. La segona és Catalunya, amb el 23,0%, seguida de Navarra, el País Basc, la Comunitat de Madrid i Castella i Lleó, amb el 10,6%, 4,2%, 2,6% i 0,6%, respectivament. Aragó i Catalunya han experimentat un destacat increment de 4,5 i 2,6 punts respectivament; mentre que el País Basc i Castella i Lleó s'han situat 2, 5 i 2,3 punts per sota de 2010.

Pel que fa als turistes estrangers, s'ha registrat un descens en la proporció de turistes procedents de França (del 17,0% registrat el 2010 passa al 12,2% el 2011), encara que segueix ocupant la primera posició. Rússia, amb el 4,3%, passa a ocupar la segona posició (amb un increment d'1,7 punts respecte a 2010), i Regne Unit, amb el 3,6%, baixa a la tercera posició.

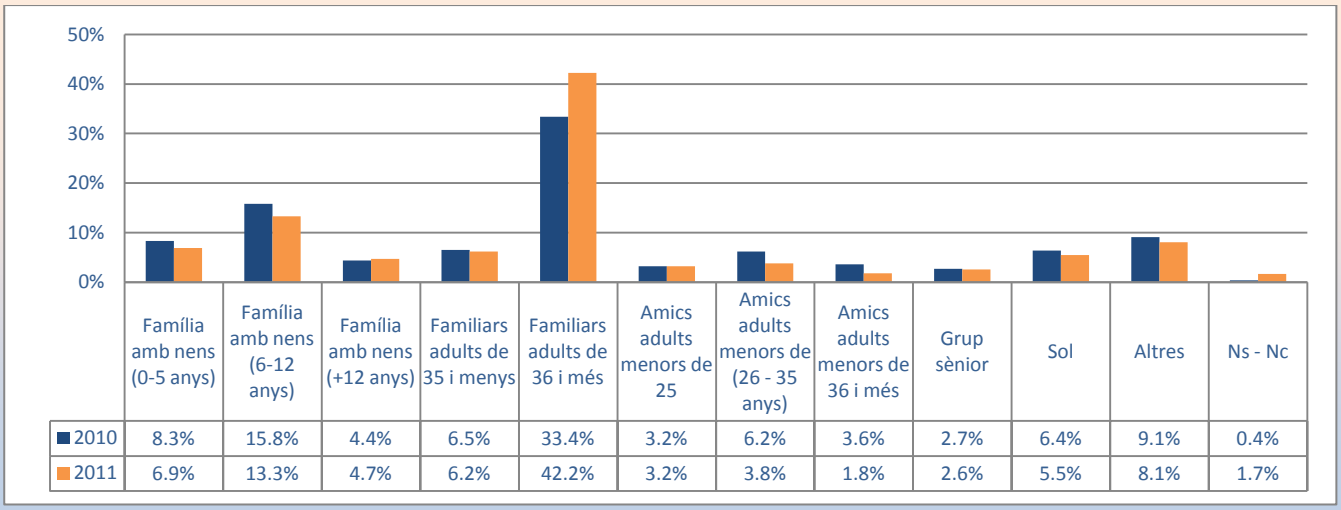
d) TARRAGONA

GRÀFIC 25. ORIGEN DELS VISITANTS. TARRAGONA: MARÇ - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Catalans	Resta estat	Estrangers
2010	18.6%	25.5%	55.9%
2011	20.2%	37.7%	42.1%

GRÀFIC 26. GRUP DE VIATGE. TARRAGONA: MARÇ - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Família amb nens (0-5 anys)	Família amb nens (6-12 anys)	Família amb nens (+12 anys)	Familiars adults de 35 i menys	Familiars adults de 36 i més	Amics adults menors de 25	Amics adults menors de (26 - 35 anys)	Amics adults menors de 36 i més	Grup sènior	Sol	Altres	Ns - Nc
2010	8.3%	15.8%	4.4%	6.5%	33.4%	3.2%	6.2%	3.6%	2.7%	6.4%	9.1%	0.4%
2011	6.9%	13.3%	4.7%	6.2%	42.2%	3.2%	3.8%	1.8%	2.6%	5.5%	8.1%	1.7%

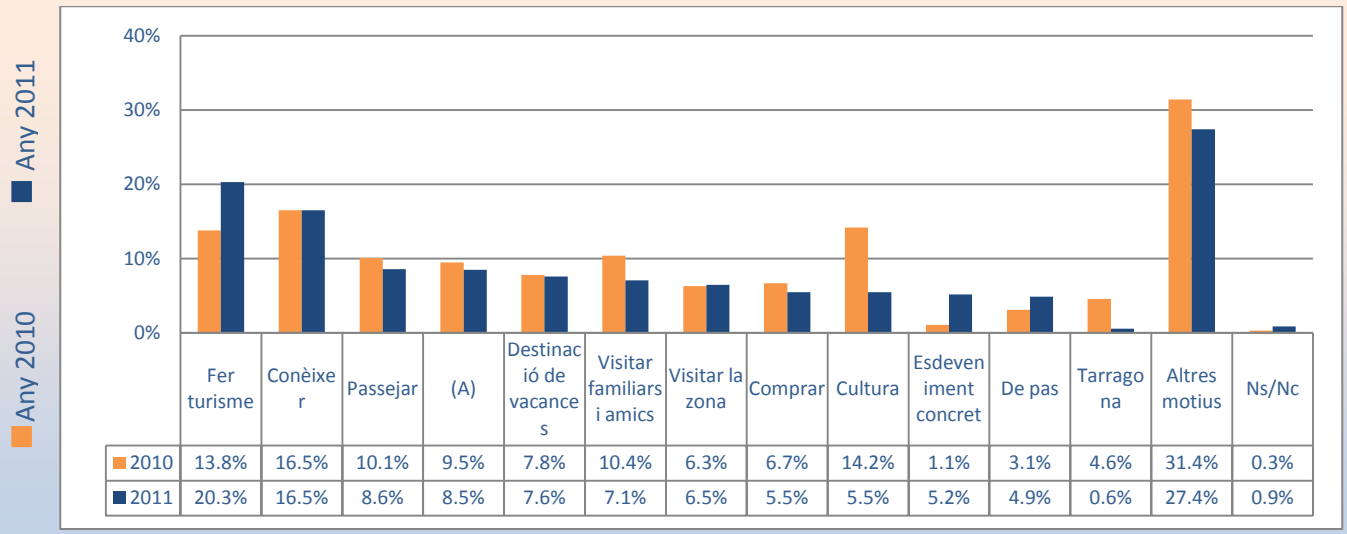
(*) Visitants de la ciutat de Tarragona.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

El 42,1% dels visitants de Tarragona entre els mesos de març i setembre de 2011 provenen de l'estranger, el 37,7% del mercat de la resta de l'Estat (essent un 25,5% el 2010) i el 20,2% del mercat català (creixent respecte al 18,6% de 2010).

En relació al tipus de grup de viatge, s'observa un predomini, que ha crescut respecte a l'any anterior, de grups de familiars adults de 36 anys o més, els quals suposen el 42,2% del total de visitants (el 33,4% el 2010). D'altra banda, s'observa un retrocés de famílies amb fills. Les famílies amb nens de 6 a 12 anys passen una proporció del 15,8% del total el 2010 a representar el 13,3% el 2011, i les famílies amb nens fins a 5 anys redueixen el seu percentatge del 8,3% el 2010 al 6,9% el 2011.

GRÀFIC 27. MOTIVACIÓ PRINCIPAL DE LA VISITA. TARRAGONA: MARÇ - SETEMBRE DE 2011 (*)



	Fer turisme	Conèixer	Passejar	(A)	Destinació de vacances	Visitar familiars i amics	Visitar la zona	Comprar	Cultura	Esdeveniment concret	De pas	Tarragona	Altres motius	Ns/Nc
2010	13.8%	16.5%	10.1%	9.5%	7.8%	10.4%	6.3%	6.7%	14.2%	1.1%	3.1%	4.6%	31.4%	0.3%
2011	20.3%	16.5%	8.6%	8.5%	7.6%	7.1%	6.5%	5.5%	5.5%	5.2%	4.9%	0.6%	27.4%	0.9%

(A): visitar les ruïnes – Tarragona romana-

(*) Visitants de la ciutat de Tarragona.

Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada.

Les quatre motivacions principals per a la visita de la ciutat de Tarragona entre els mesos de març i setembre de 2011 han estat, per aquest ordre, "fer turisme" (20,3%), "conèixer la ciutat" (16,5%), "passejar" (8,6%), "visitar la Tàrraco romana" (8,5%), "destinació de vacances" (7,6%), "visitar familiars i amics" (7,1%), "visitar la zona" (6,5%) i "comprar" (5,5%).

FITXA METODOLÒGICA DE L'ENQUESTA DE CARACTERÍSTIQUES DE LA DEMANDA A LA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE: JULIOL-SETEMBRE DE 2011

Àmbit: Costa Daurada i Terres de l'Ebre (les deu comarques de la província de Tarragona).
Univers: Turistes que visiten la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i s'allotgen en hotels, càmpings i establiments de turisme rural.
Unitat mostral: L'individu turista amb més de quinze anys.
Grandària mostral: 1.887 enquestes a l'estiu de 2011.
Àmbit temporal: De l'1 de juliol al 30 de setembre de 2011.
Metodologia: Enquesta directa als turistes a les portes dels hotels i a l'interior dels càmpings. En el cas dels establiments de turisme rural l'enquesta és autoadministrada.
Tipus de mostratge: Es realitza en diferents etapes. En un primer moment s'estratifiquen les zones. Per realitzar una mostra de cada zona se seleccionen expressament les unitats primàries de mostratge (municipis) que tenen un nombre rellevant de places d'allotjament de caire turístic. Les unitats intermèdies (els establiments) se seleccionen per conglomerats de forma aleatòria, i les unitats últimes (els individus) se seleccionen de forma aleatòria sistemàtica dins de cada establiment.
Anàlisi de resultats: Freqüències ponderades.

FITXA METODOLÒGICA DE L'ENQUESTA DE CARACTERÍSTIQUES DE LA DEMANDA ALS MUNICIPIS DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA I TARRAGONA: JULIOL - SETEMBRE DE 2011 (*)

Àmbit: Municipis de Salou, Cambrils, Vila-seca (la Pineda Platja) i Tarragona.

Univers: Turistes de quinze anys en endavant en el cas de Salou, Cambrils i la Pineda Platja, i visitants en general de quinze anys en endavant en el cas de Tarragona.

Grandària mostral: 1.956 enquestes el 2011.

Àmbit temporal del treball de camp (*): Entre l'1 de juliol i el 30 de setembre de 2011.

Metodologia: Enquesta directa als turistes mitjançant enquestadors professionals entrenats a l'efecte; es realitza als accessos a la platja i al carrer, sempre en punts neuràlgics del municipi. Els turistes responen de forma immediata a l'enquesta, que té una durada aproximada de cinc minuts.

Tipus de mostratge: En un primer moment s'estableixen quotes d'acord amb la variable ubicació dins del municipi. Les quotes d'ubicació s'estableixen amb criteris de proporcionalitat al pas de turistes, segons la ubicació triada per enquestar, de forma que aquestes ubicacions siguin representatives dels fluxos de turistes del municipi. En un segon moment es realitza de forma aleatòria sistemàtica la selecció dels individus dins de cada quota.

Anàlisi de resultats: Cadascuna de les dades se sotmeten a una variable de ponderació o pes que s'utilitza per corregir possibles desviacions de la probabilitat teòrica de trobar cada turista a la ubicació on es realitza l'enquesta. Per tant, en l'anàlisi de resultats trobem les freqüències ponderades.

(*) El període corresponent en relació a l'enquesta de Tarragona és de l'1 de març al 30 de setembre de 2011.

10. SUMARI DE LA TEMPORADA 2011

- La temporada 2011 el nivell global d'ocupació anual als establiments públics col·lectius (hotels, càmpings, apartaments regulats i establiments de turisme rural) de la demarcació ha estat d'un 33%.
- En la mitjana global de nits d'estada, el 2011 s'ha registrat un valor de 3,6 nits, el mateix valor registrat l'any 2010.
- Els establiments hotelers han registrat un nivell global d'ocupació del 41%, un punt per damunt de la taxa registrada el 2010. El màxim anual ha estat d'un 88% i es va registrar el mes d'agost, mentre que el mínim anual ha estat d'un 5% i es va registrar el mes de gener.
- Els càmpings de la demarcació, l'activitat principal dels quals es concentra en els mesos centrals de l'any (de juny a setembre), han registrat un nivell d'ocupació global del 27%, un punt per damunt de la taxa registrada el 2010.
- En els apartaments turístics regulats –el nivell d'activitat dels quals és molt baix durant els dos primers i darrers mesos de l'any– el nivell global d'ocupació anual ha estat d'un 28%, un punt per sota de la taxa registrada el 2010.
- En els establiments de turisme rural, el nivell global d'ocupació anual ha estat d'un 18%, un punt per sota de la taxa registrada el 2010. Cal assenyalar que l'activitat en aquest tipus d'establiments es concentra especialment en els caps de setmana, els períodes de Setmana Santa, el mes d'agost i els ponts d'abast estatal, i que la major part dels turistes que s'hi allotgen provenen de l'Estat.
- Pel que fa a les característiques de la demanda allotjada en els hotels, càmpings i establiments de turisme rural de la demarcació l'estiu de 2011, s'ha observat un predomini del turisme familiar. Pel que fa a la procedència dels turistes, Catalunya (el 27,6% a la Costa Daurada i el 52,0% a les Terres de l'Ebre), juntament amb Aragó (el 8,3% a la Costa Daurada i el 9,6% a les Terres de l'Ebre) són les comunitats d'on provenen la majoria dels turistes d'origen estatal. En relació als turistes estrangers, França, el Regne Unit i Rússia a la Costa Daurada (11,4%, 6,0% i 5,2% respectivament), i França, el Regne Unit i Itàlia a Terres de l'Ebre (8,7%, 2,9% i 1,7% respectivament) han estat els principals mercats emissors.
- Catalunya i Aragó són les dues comunitats de procedència més destacades entre els turistes estatals que s'han allotjat a Salou, Cambrils i la Pineda Platja durant l'estiu de 2011, mentre que els principals mercats emissors estrangers han estat, una vegada més, el Regne Unit i França.
- L'estiu de 2011 les principals activitats realitzades pels turistes durant la seva estada a la Costa Daurada han estat "anar a la platja" (85,3%), "relaxar-se i descansar" (69,5%) i "passejar" (66,2%). A les Terres de l'Ebre "relaxar-se i descansar" és l'activitat que se situa en el primer lloc (71,3%), seguit d' "anar a la platja" (70,3%) i de "visitar llocs culturals i/o naturals" (45,9%).
- Finalment, les motivacions principals per visitar la ciutat de Tarragona entre els mesos de març i setembre són "fer turisme" (20,3%), "conèixer la ciutat" (16,5%), "passejar" (8,6%), "visitar la Tàrraco romana" (8,5%), "destinació de vacances" (7,6%), "visitar familiars i amics" (7,1%), "visitar la zona" (6,5%) i "comprar" (5,5%).

11. RESUMEN EN CASTELLANO

PRESENTACIÓN

Por undécimo año consecutivo, el Observatorio ha realizado el seguimiento de la evolución de la ocupación de los diferentes tipos de establecimiento en la provincia de Tarragona, así como el estudio de las características de la demanda de los turistas que han visitado nuestro territorio a lo largo de la temporada 2011. La elaboración de este documento, que constituye el décimo primero informe anual que publica el Observatorio, no habría sido posible sin el apoyo de las diferentes instituciones y asociaciones empresariales que forman parte de la Fundación de Estudios Turísticos Costa Daurada, así como de los patronatos municipales de turismo de Salou, Cambrils, La Pineda Playa y Tarragona, el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y la Universitat Rovira i Virgili.

Los resultados que se presentan en este documento corresponden a la temporada 2011. Los datos correspondientes a la temporada 2010 que aquí aparecen se consideran definitivos.

LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN COSTA DAURADA Y TERRES DE L'EBRE 2011

La oferta de alojamiento de la provincia de Tarragona se caracteriza por su estacionalidad, que se refleja en el porcentaje global de plazas abiertas en los diferentes tramos de la temporada. Se tiene que tomar en cuenta que las tasas de ocupación que se ofrecen en este informe están calculadas sobre plazas totales existentes; en la tabla 3 se indica el porcentaje de plazas que han permanecido abiertas durante los diferentes trimestres del año 2011 para que los datos de ocupación incluidos en las tablas 4 y 5 puedan ser adecuadamente interpretados. De hecho, en la línea de las temporadas anteriores, el periodo en que el porcentaje de plazas abiertas en el conjunto de la oferta ha sido más elevado va desde Semana Santa hasta mediados de octubre, mientras que durante el primer trimestre del año se ha situado alrededor del 24% sobre el total, y en el cuarto trimestre, alrededor del 37%.

ANÁLISIS POR ESTABLECIMIENTOS EN COSTA DAURADA Y TERRES DE L'EBRE 2011

Los **hoteles** de la demarcación han registrado en la temporada 2011 un nivel global de ocupación sobre plazas totales del 41%, un punto más que la tasa registrada en 2010. En lo que se refiere a la evolución del nivel de ocupación a lo largo de los diferentes períodos del año, la tasa de ocupación registrada aumenta ininterrumpidamente desde enero hasta agosto, período en el que se registra el máximo anual, con una tasa mensual del 88% (mientras que en 2010 fue del 86%), y a partir del cual se produce una disminución de los niveles de ocupación hasta finales de año. La ocupación media en el período de más actividad, de junio a septiembre, se ha situado en el 76%. Por otro lado, la proporción de extranjeros entre los turistas alojados en los hoteles de la demarcación es de un 44%, 2 puntos por encima del porcentaje de 2010, que era del 42%. Respecto a la media global de noches de estancia durante la temporada 2011, ha sido de 3,2 (ligeramente inferior que en 2010, cuando fue de 3,3 noches). Finalmente, la media anual de la satisfacción de los empresarios sobre la ocupación es de un 6,2, valor cuatro décimas más alto que el registrado el año 2010.

Los **cámpings** presentan un nivel global de ocupación sobre plazas totales del 27%, un punto por encima de la tasa registrada la temporada anterior. Hay que señalar que tanto el primer como el último trimestre del año la actividad es reducida, debido a que la mayoría de los cámpings de la demarcación establecen la fecha de apertura en Semana Santa y dan por cerrada la temporada a mediados de octubre, tras la festividad del Pilar. En el período que comprende de junio a septiembre, la media de ocupación global ha sido de un 55%. Por lo que respecta a la proporción de turistas extranjeros, en el conjunto de la temporada 2011 ha sido de un 38%, un punto por debajo de la registrada el año anterior. Respecto a las noches de estancia, se ha registrado una media global para el conjunto de la temporada –una décima más alta que la temporada de 2011- de 3,8 noches. Y para acabar, la media anual de la satisfacción de los empresarios para el total de la temporada 2011 ha sido de un 5,5, cifra tres décimas superior a la registrada la temporada anterior (5,2).

Los **apartamentos** han registrado un nivel de ocupación global sobre plazas totales del 28%, un punto menos que la tasa registrada en 2010. Hay que decir que tanto el primer como el tercer trimestre del año, como en el caso de los cámpings, el volumen de plazas abiertas es limitado, de manera que el nivel de actividad durante los períodos comentados es muy bajo. En la franja de mayor actividad, de junio a septiembre, se ha registrado un nivel medio de ocupación global sobre plazas totales del 61%. La proporción de extranjeros entre los turistas alojados en los apartamentos regulados de la demarcación ha sido del 58%, un punto por debajo del porcentaje registrado en 2010. La estancia media anual se ha situado en las 5,1 noches, mientras que la temporada anterior fue de 5,5. Finalmente, la media anual de satisfacción de los empresarios con la ocupación es de 4,7, igual que la valoración de la temporada anterior.

Los **establecimientos de turismo rural** han registrado un nivel de ocupación media anual del 18%, un punto por debajo del porcentaje registrado el año 2010. Hay que tener en cuenta que la actividad en este tipo de establecimientos se concentra especialmente en los fines de semana y los períodos de Semana Santa, mes de agosto y puentes de ámbito estatal; además, la mayor parte de los turistas que se alojan en apartamentos procede del Estado. En el global de la temporada, la proporción de turistas de origen extranjero ha sido del 15%, manteniéndose la registrada en 2010. La estancia media anual ha sido de 2,6 noches, dos décimas inferior a la de la temporada anterior. Para finalizar, la media anual de la satisfacción del empresario con respecto a la ocupación ha sido de 3,8 puntos, una décima menos que la valoración de la temporada anterior.

FICHA METODOLÓGICA DE LA ENCUESTA DE OCUPACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS PÚBLICOS COLECTIVOS

Ámbito: Costa Daurada y Terres de l'Ebre (las diez comarcas de la provincia de Tarragona).
Universo: Oferta de alojamiento en hoteles, campings, apartamentos regulados asociados y establecimientos de turismo rural.
Unidad muestral: El establecimiento en el caso de los hoteles, campings y establecimientos de turismo rural, y la empresa explotadora en el caso de los apartamentos regulados. Las unidades últimas para el cálculo son las plazas.
Tamaño muestral: Por término medio se ha encuestado a un 35% del total de las plazas en oferta en cada quincena.
Ámbito temporal: las encuestas se realizan durante los tres días inmediatamente posteriores a la finalización de la quincena o periodo correspondiente.
Metodología: Encuesta administrada por teléfono, fax o correo electrónico a los empresarios o personal autorizado.
Tipo de muestreo: Muestra seleccionada aleatoriamente del universo distribuido en diferentes estratos geográficos; en el caso de los apartamentos, respecto a los cuales la metodología es algo diferente, se trabaja con un panel fijo de establecimientos.
Análisis de resultados: La tasa de ocupación es una media ponderada por el número de plazas de todos y cada uno de los establecimientos de la muestra obtenida.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN COSTA DAURADA Y TERRES DE L'EBRE: VERANO DEL 2011

En verano de 2011, de los turistas que han visitado la Costa Daurada el 62,8% eran del Estado y el 37,2% extranjeros. Procedían de Cataluña el 27,6% del total de turistas, mientras que los de Aragón representaban el 8,3%, los del País Vasco el 7,8%, los de la Comunidad de Madrid el 5,5%, los de Navarra el 4,2%, los de La Rioja el 2,9%, los de Castilla y León el 2,3%, los de Castilla La Mancha el 0,9% y el resto del Estado el 3,3% restante. En lo que a los turistas extranjeros se refiere, el verano de 2011 los franceses representaban el 11,4% del total de turistas, mientras que el segundo mercado era el inglés con el 6,0% del total. El mercado ruso representa el 5,2% del total de turistas, el mercado holandés el 4,1%, el mercado portugués el 2,3%, el mercado alemán el 2,1%, el mercado belga el 1,7% y el resto de extranjeros el 4,4% restante.

En relación con la temporada anterior se observa un aumento de la proporción de los turistas que proceden de Cataluña, País Vasco, Madrid, La Rioja y Navarra, y un descenso de la proporción de los turistas procedentes de otras comunidades autónomas. En el mercado extranjero, se observa un descenso del porcentaje de los turistas de Francia, el Reino Unido y Bélgica y un aumento de los porcentajes del mercado ruso y portugués.

La temporada de verano de 2011, de los turistas que han visitado las Terres de l'Ebre el 30,1% eran estatales y el 17,9% extranjeros. Fueron catalanes el 52,0% del total de turistas, seguidos de los turistas de Aragón y de la Comunidad Valenciana, que representaban respectivamente el 9,6% y el 6,8% del total. El 3,3% procedía del País Vasco, el 2,9% de la Comunidad de Madrid y el 1,9% de Navarra. Por lo que a mercados extranjeros se refiere, el mercado francés aún es el primer mercado exterior de las Terres de l'Ebre con el 8,7% del total de turistas que han visitado las Terres de l'Ebre, seguido del mercado del Reino Unido y el de Italia, con el 2,9% y el 1,7%, respectivamente, del total de turistas. El resto se reparte entre el mercado de los Países Bajos /1,3%) y el mercado belga (1,2%).

Respecto al tipo de grupo de viaje, tanto en la Costa Daurada como en las Terres de l'Ebre se observa un predominio del turismo familiar, que ya se había dado en 2010. En el primer caso, el 49,7% de los turistas viaja en familia (padres e hijos); en el caso de las Terres de l'Ebre, esta proporción aumenta hasta el 53,3% del total.

Por otro lado, se puede observar que la tipología de las familias que viajan a la Costa Daurada y a las Terres de l'Ebre parece evolucionar respecto a 2010. Mientras que en la Costa Daurada se percibe un incremento de la proporción de familias con hijos menores de 6 años, en las Terres de l'Ebre son las familias con hijos de 6 a 12 años las que crecen.

Durante el verano de 2011 las principales actividades realizadas en la Costa Daurada han sido "ir a la playa" (85,3%), "relajarse y descansar" (69,5%) y "pasear" (66,2%).Y en las Terres de l'Ebre en primer lugar se sitúa "relajarse y descansar" (71,3%), seguido de "ir a la playa" (70,3%) y de "visitar lugares culturales y/o naturales" (45,9%).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA Y TARRAGONA: VERANO DEL 2011

La proporción de turistas catalanes alojados en Salou en verano de 2011 representa el 17,1% del total y es el primer mercado estatal de Salou. Por otro lado, la proporción de turistas aragoneses pasa del 17,7% al 14,7%. El mercado de Navarra ha reducido su proporción respecto al año anterior, mientras que los otros mercados estatales han incrementado en proporción respecto al 2010.

El 33,3% de los turistas que se han alojado en Salou en verano de 2011 son extranjeros. Los turistas de Francia representan el 12,6% del total de turistas de Salou en este período. El mercado del Reino Unido, con un porcentaje del 5,7% registra más de 3 puntos menos que la temporada anterior.

En 2011 en Cambrils el mercado aragonés ha crecido 6,4 puntos respecto a 2010, representando el 23,9% del total. Cataluña también ha registrado un incremento de sus proporciones, pero es más leve en comparación del mercado aragonés (4,7 puntos) y se mantiene como segundo mercado estatal en Cambrils tras Aragón. El mercado de Navarra sigue creciendo en 2011 y se mantienen en tercera posición. En lo que se refiere a la distribución de los diferentes países de procedencia de los turistas extranjeros, todos han experimentado una reducción en su proporción respecto al año anterior. El mercado francés, que ha bajado 6,2 puntos respecto a 2010, sigue siendo el más importante de los mercados emisores extranjeros.

Aragón, con el 24,3%, es la principal comunidad de procedencia de los turistas estatales que se han alojado en La Pineda Playa entre julio y septiembre de 2011. La segunda es Cataluña, con el 23,0%, seguida de Navarra, el País Vasco, la Comunidad de Madrid y Castilla y León, con el 10,6%, 4,2%, 2,6% y 0,6%, respectivamente. Respecto a los turistas extranjeros, se ha registrado un descenso en la proporción de turistas procedentes de Francia (del 17,0% registrado en 2010 pasa al 12,2% de 2011), aunque sigue ocupando la primera posición. Rusia, con el 4,3%, pasa a ocupar la segunda posición (con un incremento de 1,7 puntos respecto a 2010), y Reino Unido, con el 3,6%, baja a la tercera posición.

El 42,1% de los visitantes de Tarragona entre los meses de marzo y septiembre de 2011 proceden del extranjero, el 37,7% del mercado del resto del Estado (un 25,5% en 2010) y el 20,2% del mercado catalán (incrementándose respecto al 18,6% de 2010).

En relación al tipo de grupo de viaje, se observa un predominio, que ha crecido respecto al año anterior, de grupos de familiares adultos de 36 años o más, quienes suponen el 42,2% del total de visitantes (el 33,4% en 2010). De otro lado, se observa un retroceso de familias con hijos. Las familias con niños de 6 a 12 años pasan de un porcentaje del 15,8% del total en 2010 a representar el 13,3% en 2011. Las cuatro motivaciones principales para la visita de la ciudad de Tarragona entre los meses de marzo y septiembre de 2011 han sido, por este orden, "hacer turismo" (20,3%), "conocer la ciudad" (16,5%), "pasear" (8,6%), "visitar la Tarraco romana" (8,5%), "destino de vacaciones" (7,6%), "visitar familiares y amigos" (7,1%), "visitar la zona" (6,5%) y "comprar" (5,5%).

FICHA METODOLÓGICA DE LA ENCUESTA DE CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA EN LA COSTA DAURADA Y TERRES DE L'EBRE: JULIO - SEPTIEMBRE 2011

Ámbito: Costa Daurada y Terres de l'Ebre (las diez comarcas de la provincia de Tarragona).
Universo: Turistas que visitan Costa Daurada y las Terres de l'Ebre y se alojan en hoteles, campings i establecimientos de turismo rural.
Unidad muestral: El individuo turista con más de quince años.
Tamaño muestral: 1.887 encuestas durante el verano 2011.
Ámbito temporal: Desde el 1 de julio hasta el 30 de septiembre de 2011.
Metodología: Encuesta directa a los turistas en las puertas de los hoteles y en el interior de los campings. En el caso de los establecimientos de turismo rural la encuesta es autoadministrada.
Tipo de muestreo: Se realiza en diferentes etapas; en un primer momento se estratifican las zonas; para realizar una muestra de cada zona se seleccionan a propósito las unidades primarias de muestreo (municipios) que tienen una cantidad relevante de plazas de alojamiento turístico. Las unidades intermedias (los establecimientos) se seleccionan por conglomerados de forma aleatoria y las unidades últimas (los individuos) se seleccionan de forma aleatoria sistemática dentro de cada establecimiento.
Análisis de resultados: Frecuencias ponderadas.

FICHA METODOLÓGICA DE LA ENCUESTA DE CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA EN LOS MUNICIPIOS DE SALOU, CAMBRILS, LA PINEDA PLATJA Y TARRAGONA: JULIO - SEPTIEMBRE 2010

Ámbito: municipios de Salou, Cambrils, Vila-seca (La Pineda Platja) y Tarragona.

Universo: turistas con más de quince años en el caso de Salou, Cambrils y La Pineda Platja, y visitantes en general, mayores de quince años, en el caso de Tarragona.

Tamaño muestral: 1.903 encuestas en 2010.

Ámbito temporal del trabajo de campo: entre el 1 de julio y el 30 de septiembre de 2010. (*) El periodo correspondiente en relación a la encuesta de Tarragona es del 1 de marzo al 30 de septiembre de 2010.

Metodología: encuesta directa a los turistas mediante encuestadores profesionales entrenados al efecto; se realiza en los accesos a playa y en la calle siempre en puntos neurálgicos del municipio. Los turistas responden de forma inmediata a la encuesta, que tiene una duración aproximada de cinco minutos.

Tipo de muestreo: en un primer momento se establecen cuotas de acuerdo con la variable ubicación dentro del municipio. Las cuotas de ubicación se establecen con criterios de proporcionalidad al paso de turistas, según la ubicación escogida para encuestar, de forma que estas ubicaciones sean representativas de los flujos de turistas del municipio. En un segundo momento se realiza de forma aleatoria sistemática la selección de los individuos dentro de cada cuota.

Análisis de resultados: cada uno de los datos se somete a una variable de ponderación o peso que se utiliza para corregir posibles desviaciones de la probabilidad teórica de encontrar cada turista en la ubicación donde se realiza la encuesta. Por tanto, en el análisis de resultados encontramos las frecuencias ponderadas.

SUMARIO 2011

- La temporada 2011, el nivel global de ocupación anual en los establecimientos públicos colectivos (hoteles, campings, apartamentos regulados y establecimientos de turismo rural) de la provincia de Tarragona ha sido de un 33%.
- En cuanto a la media global de noches de estancia en 2011 se ha registrado un valor de 3,6, el mismo valor que el registrado en 2010.
- Los establecimientos hoteleros han registrado en el 2011 un nivel global de ocupación del 41%, un punto por encima del que se registró en 2010. El máximo anual ha sido del 88% y se ha dado el mes de agosto, mientras que el mínimo ha sido del 5% y se ha registrado en enero.
- Los cámpings de la demarcación, cuya actividad principal se concentra en los meses centrales del año (de junio a septiembre), han registrado un nivel de ocupación global del 27%, un punto por encima de la tasa registrada la temporada anterior.
- En los apartamentos turísticos regulados, cuyo nivel de actividad es muy bajo durante los dos primeros y últimos meses del año, el nivel global de ocupación anual ha sido del 28%, un punto por debajo de la tasa registrada la temporada anterior.
- En los establecimientos de turismo rural el nivel global de ocupación ha sido de un 18%, un punto por debajo de la tasa registrada en 2010. Cabe señalar que la actividad en este tipo de establecimientos se concentra especialmente en los fines de semana, los periodos de Semana Santa, el mes de agosto y los puentes de ámbito estatal, y que predomina el turismo estatal.
- En cuanto a las características de la demanda alojada en hoteles, cámpings y establecimientos de turismo rural de la demarcación durante el verano de 2011, se ha observado un predominio del turismo familiar. En cuanto a la procedencia de los turistas, Cataluña (el 27,6% en la Costa Daurada y el 52,0% en las Terres de l'Ebre), junto con Aragón (el 8,3% en la Costa Daurada y el 9,6% en las Terres de l'Ebre), son las comunidades de donde provienen la mayoría de los turistas de origen estatal. En relación a los turistas extranjeros, Francia, el Reino Unido y Rusia en la Costa Daurada (con el 11,4%, el 6,0% y el 5,2% respectivamente), y Francia, el Reino Unido e Italia en las Terres de l'Ebre (con el 8,7%, 2,9% y 1,7% respectivamente) han sido los principales mercados emisores.
- Cataluña y Aragón son las dos comunidades de procedencia más destacadas entre los turistas estatales que se han alojado en Salou, Cambrils y La Pineda Platja durante el verano de 2011,

mientras que los principales mercados emisores extranjeros han sido, una vez más, el Reino Unido y Francia.

- Durante el verano de 2011 las principales actividades realizadas en la Costa Daurada han sido "ir a la playa" (85,3%), "relajarse y descansar" (69,5%) y "pasear" (66,2%).Y en las Terres de l'Ebre en primer lugar se sitúa "relajarse y descansar" (71,3%), seguido de "ir a la playa" (70,3%) y de "visitar lugares culturales y/o naturales" (45,9%).
- Finalmente, las motivaciones principales para visitar la ciudad de Tarragona entre los meses de marzo y septiembre son, por este orden, "hacer turismo" (20,3%), "conocer la ciudad" (16,5%), "pasear" (8,6%), "visitar la Tarraco romana" (8,5%), "destino de vacaciones" (7,6%), "visitar familiares y amigos" (7,1%) "visitar la zona" (6,5%) y "comprar" (5,5%).

Fundació d'Estudis Turístics - Observatori
Costa Daurada

UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

Salou
PATRONAT DE TURISME

Cambrils
a bon Port

La Pineda Platja
Patronat Municipal de Turisme de Vila-seca

Tarragona turisme
essència mediterrània

COSTA DAURADA

Patronat de Turisme

Diputació Tarragona