

Universitat de Barcelona
Grau en Geografia

Turisme de sol i platja a Catalunya.

Estudi de cas: Lloret de Mar



Javier Guerrero Fidalgo

Treball Final de Grau

Tutora: Maria dels Àngels Alió i Torres

Setembre 2013

***Agraïments:** A la meva tutora, Mari Àngels Alió, per la seva dedicació al treball, i a totes les persones que han col·laborat directa o indirectament per tal que aquesta tasca hagi estat possible.*

‘Un viatge de mil milles comença amb el primer pas...’ (Lao-Tsé, filòsof xinès)

SUMARI

CAPÍTOL I: BLOC INTRODUCTORI

1.1. Introducció i motiu de l'elecció de la temàtica.....	4
1.2. Metodologia i objectius del treball.....	5
1.3. Hipòtesis.....	7
1.4. Estat de la qüestió	
1. 4.1 El concepte de turisme enfocat a Catalunya.....	8
1. 4.2 Distribució geogràfica del turisme a Catalunya.....	8
1. 4.3 Dades generals del turisme a Lloret de Mar: situació, demografia, turistes i procedència dels mateixos.....	9

CAPÍTOL II: ECONOMIA I TURISME A CATALUNYA, A LA COSTA BRAVA I A LLORET DE MAR. ESTUDI DE CAS: EVOLUCIÓ DEL MODEL DE TURISME A LLORET DE MAR DURANT LES ÚLTIMES DÈCADES.

2.1. Els inicis del turisme a Catalunya, tipus de turisme que es dona actualment i perspectives de futur	
2. 1.1 Els inicis del turisme a Catalunya, el model de sol i platja.....	11
2.1.2 Tipus de turisme que es dona a Catalunya.....	11
2.1.3 Perspectives de futur del turisme a Catalunya.....	14
2.2. Economia i turisme a Catalunya. Aportació econòmica per part del turisme al PIB català.....	15
2.3. Economia i turisme a la Costa Brava. Dades econòmiques del PIB a la Costa Brava.....	16

2.4. Economia i turisme a Lloret de Mar

2. 4.1 Evolució del PIB a Lloret de Mar.....	17
2.4.2 Evolució dels establiments i de les places hoteleres a Lloret de Mar.....	17
2.4.3 Establiments hotelers actuals a Lloret de Mar	21

CAPÍTOL III: ESTUDI DE CAS A LA COSTA BRAVA. TREBALL DE CAMP A LLORET DE MAR.

3.1. Objectius plantejats a l'hora de realitzar el treball de camp.....	23
3.2. Resultats i conclusions extretes de les enquestes.....	25
3.2.1 Característiques sociodemogràfiques dels turistes.....	25
3.2.2 Característiques generals del viatge i la temporalitat.....	27
3.2.3 L'espai viscut dels turistes.....	32
3.2.4 Comparatives amb viatges anteriors.....	35

CAPÍTOL IV: CONCLUSIONS I CONTRASTACIÓ DE LES HIPÒTESIS INICIALS

4.1 Conclusions part teòrica.....	40
4.2 Conclusions part pràctica (Treball de camp).....	41
4.3 Contrastació hipòtesis inicials.....	42

BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....44

ÀNNEXOS.....46

CAPÍTOL I: BLOC INTRODUCTORI

El primer bloc del present treball està enfocat a fer una introducció a la temàtica. En ell en primer lloc es presentarà el motiu de l'elecció del tema i la metodologia que s'emprarà. Endemés, com tot treball, es planteja amb una sèrie d'objectius, que quedaran reflectits en aquest primer bloc introductori. Per finalitzar el bloc, es presentarà l'estat de la qüestió, on s'exposarà en concepte de turisme enfocat a Catalunya, com està aquest distribuït al territori; i s'exposaran algunes dades generals del turisme a Lloret de Mar.

1.1-Introducció i motiu de l'elecció de la temàtica

Segurament tots hem fet turisme en algun moment de la nostra vida. Sabem que l'activitat generalment està associada a l'oci, el descans i el descobriment de nous llocs, entre altres qüestions. Però, què és exactament el turisme?

Per començar, el concepte de turisme es defineix com el conjunt de les accions que una persona porta a terme mentre viatja i pernocta en un lloc diferent al de la seva residència habitual per un període consecutiu que ha de ser superior a un dia i inferior a un any .

Aquest estudi tracta d'una investigació sobre l'evolució dels últims anys del turisme centrat al litoral català, i el municipi escollit per a la realització del treball és Lloret de Mar, ubicat a la Costa Brava, pel nombre de turistes que rep i la seva importància i ocupació dins del turisme de sol i platja a Catalunya.

Viatgem, pernoctem, consumim, i tot això mou xifres insospitades de diners. Com ha anat evolucionant el turisme durant les últimes dècades a casa nostra? Com repercuteix aquest en l'economia del país? Quanta gent es mou pel litoral català durant les seves vacances? Aquestes són preguntes a les quals s'intentarà donar resposta en aquest estudi sobre economia i turisme al litoral català.

En quant al motiu de l'elecció de la temàtica per aquest Treball de Fi de Grau, considero que el turisme és un fenomen que abasta molts aspectes de la geografia humana i regional, i degut al meu interès vers aquestes branques de la geografia he cregut que el turisme em permetria investigar sobre aspectes que m'interessen, des del punt de vista de la geografia humana i en concret de la geografia econòmica i la geografia de Catalunya.

Endemés, al mes de maig vaig tenir l'oportunitat de poder fer pràctiques en una escola al curs de segon de batxillerat, i vaig decidir impartir l'apartat de turisme a Espanya i a Catalunya, posant en pràctica part de la meva recerca per al treball final de grau fins al moment.

Així doncs, essent un tema que m'agrada i interessa, el qual considero que és proper a l'actualitat, i relacionat amb les branques de la geografia que més m'agraden, vaig decidir començar a indagar en aquest fet, que m'ha dut a realitzar el meu treball final de grau.

1.2-Metodologia i objectius del treball

En primer lloc, la metodologia emprada en el treball serà clara. Hi haurà un apartat teòric i un apartat pràctic. El teòric estarà basat en la recerca d'informació i de dades estadístiques per tal de poder extreure conclusions sobre els turistes a Catalunya, a la Costa Brava i a Lloret de Mar; dades econòmiques dels indrets, i evolució dels turistes i places disponibles a l'àrea d'estudi.

D'altra banda, hi haurà una part important del treball que consistirà en el treball de camp in situ, on, a partir de l'estància durant uns dies a Lloret de Mar es realitzaran un seguit d'enquestes a turistes per tal de conèixer diferents aspectes lligats intrínsecament al present treball. A partir de les dades extretes de les enquestes, es realitzarà una tasca purament estadística per extreure les conclusions del treball de camp.

Endemés, en segon lloc, els objectius plantejats amb l'estudi són clars. En primer lloc, **conèixer** l'evolució del turisme de sol i platja a Catalunya durant les últimes dècades des de diferents perspectives: àmbit econòmic i aportació a la comunitat autònoma per part d'aquest sector econòmic; aflluència turística: conèixer la quantitat de turistes que al llarg de l'any van al litoral català per passar les seves vacances, i procedència dels turistes que pernocten i passen uns dies a Catalunya.

En segon lloc, l'estudi pretén **mostrar** resultats sobre la importància econòmica actual del sector a Catalunya. En els temps que corren el turisme és de gran importància per a l'economia catalana, i fins i tot s'estan prenent mesures recolzades en el turisme per reflotar l'economia, com la taxa turística hotelera per pernoctació. Amb tot això, no hi ha dubte que sense el turisme l'economia catalana es veuria greument perjudicada.

Endemés, un fet indubtable és que els temps canvien i el turisme també. El model de turisme ha pogut canviar o continuar com dècades enrere, però les preferències dels turistes són les mateixes ara que anys enrere? A partir de l'estudi de places hoteleres, turistes, tipus d'hotels i apartaments, es pretén **explicar** l'evolució dels allotjaments que s'ofereixen als turistes que vénen a passar les seves vacances al litoral català.

Així mateix, aprofitant la relativa proximitat del municipi escollit a la ciutat de Barcelona on resideixo, mitjançant la realització de treball de camp es pretén dur a terme treball qualitatiu via enquestes per **conèixer** la satisfacció o insatisfacció dels turistes que estiuegen a l'àrea d'estudi, les seves preferències, motivacions i motius a l'hora d'escollir el lloc per a les seves vacances.

Aquests doncs són els objectius que s'intentarà assolir en aquest treball, titulat 'turisme de sol i platja a Catalunya. Estudi de cas: Lloret de Mar'.

1.3- Hipòtesis

S'han dut a terme un seguit d'hipòtesis que s'aprovaran o refutaran un cop realitzat l'estudi. A partir d'aquí, les hipòtesis plantejades són les següents:

Hipòtesi 1

- Parlant de xifres econòmiques, el turisme està resistint als temps de crisi i en comparació amb el PIB total a Catalunya no s'ha vist afectat en aquests darrers anys.

La primera hipòtesi es basa en la idea que el turisme és un fenomen que malgrat els temps que corren continua present i continua sent un dels motors econòmicament importants per al país. De l'anàlisi de dades econòmiques s'intentarà verificar o refutar aquest fet.

Hipòtesi 2

- La durada de les estades dels turistes en les destinacions ha disminuït en els últims anys, tot i que el sector econòmic resisteix sense problemes a la crisi. D'ells, la majoria que acudeixen a la zona d'estudi procedeixen de països de l'estranger, majoritàriament d'Europa.

La segona hipòtesi del treball es fonamenta en el fet que a partir d'una lectura realitzada (*El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro. SoleJimenez (UOC) i Llorenç Prats (UB)*), es va començar a llegir informació sobre aquest fet, i faltava contrastar la informació per poder verificar la hipòtesi. A més, segons dades estadístiques consultades en la bibliografia i netgrafia consultada per a la realització de l'estat de la qüestió, la majoria de turistes que acudeixen a l'estiu a tots dos municipis procedeixen de fora d'Espanya, sobretot de Regne Unit, França o Alemanya.

1.4-Estat de la qüestió

1.4.1 El concepte de turisme enfocat a Catalunya

El turisme per se és una activitat amb segles d'història i alhora un tema actual. A Catalunya hi ha un total de gairebé tres-centes platges. Entre la Costa Brava i la Costa Daurada juntament amb la Ciutat Comtal es reben més del 80% dels turistes i amb ells les pernoctacions turístiques de Catalunya, de manera que és indubtable que es tracta d'un motor econòmic important per al país.

Segons la Real Acadèmia Espanyola, el turisme és l'activitat o fet de viatjar per plaer, i la persona que realitza aquesta activitat és el turista. Com ha estat comentat anteriorment, per ser considerat turisme ha de ser un viatge superior a un dia i inferior a un any en un lloc diferent de la residència habitual. Cal destacar que la competència sobre turisme a Catalunya correspon en exclusiva a la Generalitat, en virtut de l'article 171 de l'Estatut d'Autonomia del 2006.

A més, el turisme és el sector econòmic de major creixement al llarg de les últimes dècades i un dels que millor persisteix a la crisi. En moltes ocasions, esdevé una necessitat en les pautes de consum de gent amb poder socioeconòmic. A Catalunya el turisme està caracteritzat per una litoralització i es centra en un producte determinat, anomenat el turisme de sol i platja. No obstant, al llarg del treball s'exposaran els diferents tipus de turisme que juntament l'anteriorment esmentat conformen l'oferta turística de Catalunya, i les denominades marques turístiques que conformen el territori català.

1.4.2 Distribució geogràfica del turisme a Catalunya

Actualment, Catalunya com a regió és la primera destinació turística d'Espanya en nombre de visitants i ingressos globals. Això es deu, en primer lloc, a les seves característiques geogràfiques i socioculturals. A més, la Costa Brava i la Costa Daurada han estat i són una destinació clàssica per al turisme de sol i platja. En quant a la distribució geogràfica, la Costa Brava posseeix més de la meitat del total de places hoteleres del litoral català. El turisme cal dir que és una activitat que genera múltiples impactes i que a través d'aquests pot implicar transformacions des del punt de vista poblacional.

1.4.3 Dades generals del turisme a Lloret de Mar: situació, demografia, turistes, i procedència dels mateixos

Lloret de Mar és un dels punts d'atracció turística més importants del sud d'Europa. Es troba a 70 km de Barcelona, a 45 de Girona i a 80 km de Figueres. El terme municipal de Lloret ocupa una extensió de 48 km quadrats amb cinc platges principals i un total de fins a 9 km de costa. La Costa Brava en el seu conjunt es caracteritza per les seves costes rocoses i penya segats, i cal destacar que la seva vegetació és mediterrània.

Actualment Lloret de Mar acull el 12% dels turistes que visiten Catalunya i més del 40% dels que visiten la Costa Brava. Amb dades de l'any 2010, Lloret de Mar va rebre més d'1 milió de turistes i es van enregistrar quasi 5,5 milions de pernoctacions al municipi. Amb aquestes dades, Lloret de Mar és considerada la primera destinació catalana turística de sol i platja urbana en nombre de places hoteleres i pernoctacions, i la cinquena a nivell espanyol. En total, l'oferta hotelera del municipi es resumeix en 125 establiments i 31222 places.

A nivell demogràfic Lloret de Mar ha doblat la seva població en els últims deu anys passant dels 20.000 als 40.000 habitants, un fet que, sumat a l'important volum turístic que rep anualment requeria una profunda reflexió sobre els reptes a afrontar en un futur.

En quant als turistes que rep Lloret de Mar, les principals procedències són, en primer lloc, França amb un 23.1% dels turistes. En segon lloc, trobem Alemanya amb un 8.7%, seguit d'Itàlia amb un 5.6%. Els turistes espanyols representen un 27% dels turistes que rep Lloret, i d'aquests, els catalans són només un 5.3%.

CAPÍTOL II: ECONOMIA I TURISME A CATALUNYA, A LA COSTA BRAVA I A LLORET DE MAR. ESTUDI DE CAS: EVOLUCIÓ DEL MODEL DE TURISME A LLORET DE MAR DURANT LES ÚLTIMES DÈCADES.

El segon bloc del treball és purament teòric. En ell es tractaran aspectes d'economia i turisme, començant a nivell de Catalunya, continuant per la Costa Brava i acabant amb Lloret de Mar. Al principi es farà una síntesi dels inicis del turisme a Catalunya, es veuran els tipus de turisme que es donen a Catalunya i es parlarà de les perspectives de futur del mateix. A continuació, es passarà a parlar d'economia i turisme a Catalunya, i es farà el mateix per als casos de la Costa Brava i de Lloret de Mar. Centrats a Lloret de Mar, a més a més, s'estudiaran els establiments hotelers i l'evolució de les places hoteleres. Tot això compondrà el segon bloc d'aquest Treball de Fi de Grau.

2.1. Els inicis del turisme a Catalunya, tipus de turisme que es dona actualment i perspectives de futur

2.1.1 Els inicis del turisme a Catalunya, el model de sol i platja.

El turisme a Catalunya va començar a arrencar cap als anys cinquanta del segle XX, i fins als anys noranta s'ha centrat en l'ocupació massiva de platges. Durant aquests anys, la procedència dels turistes que acudien al litoral català era de destinacions properes a

Catalunya, com són França, Regne Unit o Alemanya a nivell europeu, o Saragossa i València des de territori espanyol.

El model turístic fins a final del segle XX s'ha basat en l'oferta de sol i platja, i aquest ha estat basat en infraestructures hoteleres que a més han estat agressives amb el medi i preus a la baixa.

Amb aquestes estratègies s'intentava crear un turisme per vendre com genèricament barat. Actualment, cada any s'incrementa el nombre de turistes, malgrat que va lligat d'una disminució gairebé constant de la durada de les estades. A tot això cal sumar certa intolerància cultural dels autòctons respecte a certs col·lectius de turistes i els seus hàbits.

A Catalunya, el predominant és el turisme de sol i platja basat en estrangers que compren paquets de viatges a baix preu, volant pel denominat 'low cost' i fent poc consum fora de l'establiment en el qual s'allotgen, ja sigui hotel, apartament o càmping.

Un altre punt important a destacar és que, com s'ha comentat anteriorment, el turisme va començar a créixer de manera considerable a partir dels anys 50-60, i aquí van començar a construir hotels en massa. Molts d'aquests s'han anat renovant al llarg d'aquests últims anys, i ho han fet centrant-se en la qualitat i la sostenibilitat.

2.1.2 Tipus de turisme que es dona a Catalunya

Catalunya en específic s'ha especialitzat en un turisme de vacances de costa, de sol i platja, en els quals els intermediaris habitualment són els 'operadors turístics' estrangers, que es dediquen a comercialitzar paquets a baix preu.

Catalunya és un dels centres turístics europeus amb una tradició llarga en turisme de sol i platja a les seves esquenes, i fa que la seva capacitat d'allotjament sigui una de les més importants d'Espanya. En termes generals Catalunya acull en la seva totalitat més de 3 milions de places, cosa que suposa un 20% de l'oferta de tot l'estat.

El nombre de visitants anualment, en termes generals, supera els 16 milions (P. Benejam i A. Albet, 2008). Cal destacar que les últimes dades, per a l'any 2012, són de 14,4 milions de turistes, segons el Balanç turístic anual del 2012 elaborat per la Generalitat de Catalunya. Una altra dada important a destacar és que de les 228.000 places d'hotel i 250.000 places de càmping existents a Catalunya més del 60% es troben a la costa.

Pel que fa a l'origen dels turistes, actualment la majoria són europeus, però cal destacar la creixent presència de nord-americans i japonesos. L'oferta turística a Catalunya es pot simplificar en turisme de neu, rural, de negocis, esportiu, de balneari, cultural i de sol i platja. A continuació, es farà cinc cèntims de cadascun dels tipus de turisme català.

El turisme denominat 'de neu' va començar a nivell estatal al Pirineu català. Les pistes no presenten extensions gaire grans, però es pot afirmar que la seva relativa proximitat a la Ciutat Comtal i la demanda existent ha fet que hagin proliferat moltes instal·lacions, tant d'esquí nòrdic, com a Sant Joan de l'Erm o a Tuixén; o d'esquí alpí com a Vaquèira-Beret, la Molina o el Port del Comte.

En quant al turisme esportiu també té cabuda a Catalunya. Alguns esports d'aventura com per exemple el ràfting o l'ala delta es donen a comarques interiors de Catalunya com el Pallars o la Noguera. Val a dir que aquest fet està ajudat per la diversitat de recursos naturals i també, la fàcil accessibilitat des de Barcelona, i ha permès a aquestes comarques especialitzar-se en aquest tipus d'activitat.

El fet del turisme rural està lligat al contacte amb el camp, la natura, l'excursionisme i les visites als parcs nacionals i naturals, com poden ser el Parc Nacional d'Aigüestortes i estany de Sant Maurici, el Montseny... Altres indrets, en aquest cas més relacionats amb segones residències també lligats al turisme rural a Catalunya, són el Baix Empordà o la Cerdanya.

El turisme de balneari es dona en llocs molt específics de Catalunya, com són Caldes de Montbui; Caldes de Malavella o Caldes de Boí. Aquest tipus de turisme es veu motivat per l'interès per les possibilitats benèfiques de les aigües termals, i d'aquí, pels balnearis.

Un altre tipus de turisme és el de negocis, turisme que a Barcelona té importància a nivell internacional per ser seu de fires i congressos que es donen a nivell mundial.

Endemés, trobem també turisme cultural. Barcelona s'ha consolidat com a una ciutat turística a nivell internacional per la seva arquitectura i urbanisme, i per determinats museus. Actualment podem considerar que és una modalitat en expansió perquè està aprofitant una gran varietat de recursos i opcions possibles, i el podem trobar escampat per tot el territori català, lligat al fet que qualsevol comarca, tingui o no un desenvolupament turístic important pot donar-se a conèixer amb aquest tipus de turisme.

Per últim, com a temàtica central d'aquest projecte, també trobem, com ha estat comentat anteriorment, el turisme de sol i platja, fet explicat al llarg de tot el treball, i el més rellevant clarament a Catalunya

A la globalitat de Catalunya, des d'un punt de vista territorial i turístic, podem diferenciar deu 'marques turístiques'. Barcelona, Catalunya Central, Costa Daurada, Costa Brava, Costa del Maresme, Costa del Garraf, Pirineus, Vall d'Aran, Terres de l'Ebre i Terres de Lleida són aquestes deu marques destacades del nostre territori, que podem apreciar en el següent mapa adjunt.

Imatge 1: Les marques turístiques de Catalunya



Font: Informe del sector turisme 2026.cat, Generalitat de Catalunya, 2009

Cal destacar que la presència del turisme en aquestes marques és molt desigual, ja que hi ha una oferta molt consolidada a tot el litoral i un nombre important de comarques de l'interior (llevat dels Pirineus) que reben una part molt més inferior del turisme català.

2. 1.3 Perspectives de futur del turisme a Catalunya

Actualment el turisme està canviant. Internet, les noves tecnologies, els vols 'low cost', etcètera, han facilitat els moviments entre països i per això s'ha modificat l'escenari turístic.

Aquests canvis provoquen que els turistes cada vegada siguin més heterogenis, estiguin millor informats i siguin més exigents. Per tant, per l'altra banda, les destinacions han d'oferir cada vegada un producte turístic més complet, de més qualitat, ben diferenciat i amb alguna especialització. El turisme té un paper molt rellevant a les economies de les destinacions turístiques. A Catalunya el turisme no és només un motor de desenvolupament econòmic sino que també ajuda a estabilitzar l'economia i proporciona equilibri territorial en temps de crisi. Catalunya està situada a la Mediterrània, i segons la OMT (Organització Mundial del Turisme) és la regió que és i continuarà essent la principal àrea turística del món. Per això Catalunya ha de continuar essent una destinació capdavantera a escala internacional. En l'actualitat rep més de catorze milions de turistes estrangers a l'any, i entorn a uns vint-i-sis milions de turistes en total.

Cal destacar que Catalunya disposa d'un gran potencial turístic, i el que li cal és prioritzar les polítiques d'atracció de turistes i de promoció. Amb això i l'impuls de les noves infraestructures com poden ser l'AVE que ja tenim a casa nostra, Catalunya ha d'intentar ser un model de referència turística a Europa i a la resta del món.

Endemés, des del govern s'ha aprovat el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016. Amb ell, es defineixen els principis bàsics del model turístic de Catalunya a un termini mitjà de temps; i es basa en desenvolupar un model turístic que segueixi uns criteris de competitivitat sostenible, i amb un equilibri entre quantitat i qualitat del turisme. A l'annex 3 (pàgina 48) al final del treball està adjuntat l'informe sobre el Pla Estratègic.

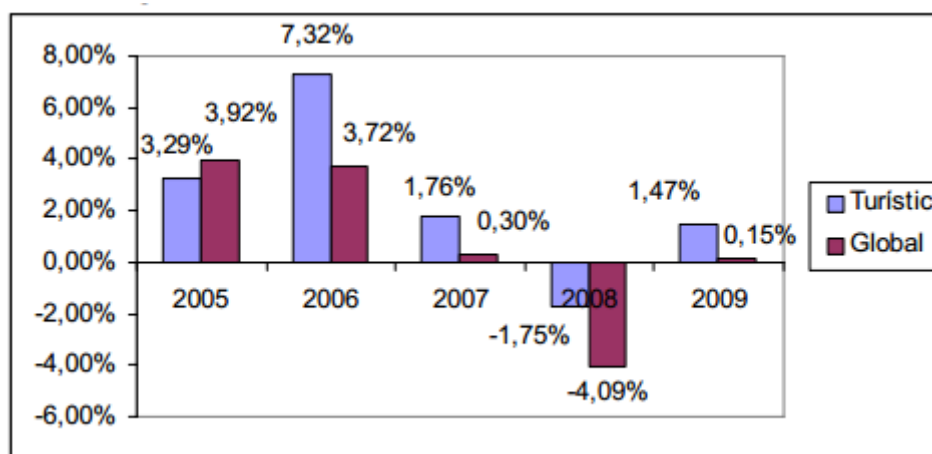
2.2 Economia i turisme a Catalunya. Aportació econòmica per part del turisme al PIB català.

No hi ha dubte que el sector turístic té molta importància en l'economia catalana. No obstant, hi ha una manca d'informació estadística en quant a economia i turisme. A partir de les dades trobades durant la recerca, es durà a terme una comparativa entre turisme a Catalunya i economia global catalana en el segon lustre del segle XXI. Per tant, a partir de dades entre el 2005 i 2010 es farà una visió general del turisme i l'economia catalanes, essent un lustre important per l'entrada de la crisi econòmica al nostre país.

En primer lloc, podem apuntar que a dades de l'any 2010, l'estimació del PIB turístic de 15.324 milions d'euros, el que equivaldria a un 11,1% del PIB global català per aquest any (Rodríguez, D i Duro, J.; 2011). Comparant amb anys anteriors, si prenem com a referència per exemple l'any 2005, va pujar més d'un milió i mig, ja que al 2005 la xifra era de 13.630 milions d'euros. Un fet important a comentar en aquest apartat d'economia i turisme és la incidència de la crisi en el sector. A partir de les dades obtingudes, l'any 2008 va produir-se una caiguda de l'activitat turística, que en termes del PIB va ser d'un 1,75%. No obstant, el retrocés de l'economia catalana en termes generals per a aquell any va ser d'un 4,1%. Un any més tard, el 2009, l'economia catalana va créixer un 0,1%, fent-ho el sector turístic un 1,47%.

Aquestes dades queden reflectides en el següent gràfic adjunt:

Gràfic 1: Creixement del PIB turístic vers el PIB total de l'economia catalana entre 2005 i 2010



Font: Estudi PIB i turisme a Catalunya, URV, 2011.

Al gràfic podem observar com entre 2005 i 2010 l'any que més va créixer el PIB turístic va ser el 2006, amb un espectacular 7,32%, i l'únic any que va decreixer, com hem apuntat abans, va ser l'any 2008. D'altra banda, el PIB global català va patir la pujada més important l'any 2005, on va créixer un 3,92; i va decreixer de manera molt important el 2008, fent-ho un 4,09%.

A partir d'aquestes dades podem afirmar que entre el quinquenni 2005-2010 el turisme va créixer per sobre de l'economia global catalana. A més, també podem deduir que la crisi ha colpejat menys el sector turístic que l'economia catalana en general, i per últim l'any 2009 el turisme es va recuperar més respecte la caiguda de l'any 2008 que l'economia global catalana. Per tant, podem afirmar com a conclusió general que el turisme és un sector està persistent millor a la crisi que l'economia catalana en termes general

2.3. Economia i turisme a la Costa Brava. Dades econòmiques del PIB a la Costa Brava.

En el present apartat ens centrarem en economia i turisme de la marca turística 'Costa Brava'. En primer lloc val a dir que la Costa Brava està habitada per 659.909 persones, la seva superfície és de 3892,6 km quadrats i per tant té una densitat de 169,5 habitants per quilòmetre quadrat.

En quant a economia, el pes del sector turístic al PIB de la Costa Brava és del 17,10%, el segon més alt de Catalunya, només per darrere de la Vall d'Aran, el qual representa un 42,7% de l'economia. Contrastant amb Catalunya, el pes del sector turístic està força per sobre, ja que aquest sector sobre Catalunya representa un 11,08% del producte interior brut. (J.A. Duro et al, 2012, 'Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques 2005-2010').

A tota la Costa Brava hi ha un total de 721 hotels, amb 75.036 places hoteleres. Del total de Catalunya, a la Costa Brava s'hi troben un 25,3% dels hotels, i un 25,9% de les places hoteleres, per tant, més d'una quarta part d'hotels i places estan situats en aquesta marca turística.

2. 4. Economia i turisme a Lloret de Mar

A continuació s'exposaran una sèrie d'aspectes d'economia i turisme a Lloret de Mar, com una evolució del PIB; una evolució històrica dels establiments i les places hoteleres i una relació dels establiments que es poden trobar actualment al municipi esmentat.

2.4.1 Evolució del PIB a Lloret de Mar durant l'última dècada

En primer lloc, a continuació s'exposa una taula sobre l'evolució del producte interior brut a Lloret de Mar entre els anys 2001 i 2008, on es mostra l'evolució del mateix al municipi de la Costa Brava.

Taula 1: Evolució del Producte Interior Brut a Lloret de Mar als anys entre 2001 i 2008

Any	PIB pm	PIB pm per habitant	
	milions d'euros	milers d'euros	índex Catalunya=100
2008	727,4	18,9	65,1
2006	676,7	20	73
2001	443	19,7	93,3

Font: Institut d'Estadística de Catalunya

PIB pm = producte interior brut a preu de mercat

En aquesta taula el que podem apreciar és l'evolució del PIB per habitant a Lloret de Mar entre 2001 i 2008. Cal remarcar que Lloret de Mar és un municipi on el turisme al PIB té molta importància, i per això he considerat estudiar l'evolució del PIB al municipi durant els últims anys.

Les tres dades mostren l'evolució del PIB exclusivament a Lloret de Mar. Si ens fixem en les dades es pot observar que en comparació amb la resta de Catalunya el PIB per habitant ha baixat al llarg de l'última dècada. Al 2001, sobre el total del PIB a Catalunya, Lloret de Mar tenia un 93,3%. Per al 2008, l'última dada disponible, aquest havia baixat a un 65,1%; pel que podem afirmar que la baixada del PIB per càpita s'ha accentuat considerablement al llarg dels últims anys a Lloret de Mar.

2.4.2 Evolució dels establiments i de les places hoteleres a Lloret de Mar

A continuació s'exposa una evolució històrica dels establiments i les places hoteleres a Lloret de Mar, amb dades des de 1975 fins a l'actualitat. Val a dir que l'accés a dades abans de l'any 2000 és molt més restringit i es té menys informació, pel que s'ha elaborat una taula amb dades quinquennals fins a l'any 2000, ja que no es disposen de dades de tots i cadascun dels anys.

Taula 2: Evolució de les places de càmping i hoteleres entre 1975 i 2000 a Lloret de Mar

Any	Càmping	Hotel	Total
1975	1.739	27.527	29.266
1981	1.739	29.433	31.172
1985	1.739	28.927	30.666
1990	3.986	29.957	33.943
1995	3.404	30.614	34.018
2000	3.420	31.225	34.645

Font: Elaboració pròpia a partir de recollida de dades a l'IDESCAT

A la taula adjunta podem apreciar l'evolució de les places d'hotel i de càmping a Lloret des de l'any 1975 fins al 2000. En primer lloc, parlant en termes generals, podem dir que des del 75 la tendència en quant a places ha estat a l'alça, si bé en vint-i-cinc anys s'han creat més de cinc mil places d'hotel i càmping al municipi de la Selva. Cal destacar que per a l'any 1980 no s'han trobat dades disponibles, i per aquest motiu aquell any ha estat substituït pel 1981.

Desglossant les dades, les places de càmping s'han duplicat en aquest període de 25 anys, passant de mil set centes a tres-mil quatre-centes. Observem que des del 75 fins al 85 les places de càmping van ésser les mateixes, però entre el 85 i el 90 observem una pujada impressionant, arribant a gairebé quatre mil places. També sobta el fet que entre el 90 i el 95 es van perdre més de 500 places de càmping, i al 2000 van acabar en 3.420.

En referència ara a les places hoteleres, veiem que ja els anys '70 superaven les 27.000 places, i han anat creixent de manera quasi contínua, llevat del 1985 on van disminuir unes 500 places respecte el 81, però en termes generals la xifra ha anat a l'alça, arribant l'any 2000 a les 31.225 places, la xifra més alta des del 1975 que es comencen a comptabilitzar

les places hoteleres. Així doncs, podem concloure que Lloret ja l'any 1975 era un lloc molt turístic, amb una xifra molt important de places per a turistes, però la tendència ha estat a l'alça, i entrant al segle XXI aquesta tendència 'in crescendo' ha continuat.

Taula 3: Establiments hotelers desglossats per categoria a Lloret de Mar, entre 2003 i 2012

Any	Hotels						Total	Hostals i pensions	Total
	1 estrella	de 2 estrelles	de 3 estrelles	de 4 estrelles	de 5 estrelles	Total			
2012	16	10	42	29	2	99	27	126	
2011	17	9	44	27	2	99	28	127	
2010	17	11	42	28	2	100	28	128	
2009	17	11	46	25	2	101	30	131	
2008	18	10	46	24	2	100	33	133	
2007	18	9	47	24	1	99	36	135	
2006	18	9	49	24	1	101	39	140	
2005	19	12	49	23	1	104	39	143	
2004	21	14	47	23	1	106	42	148	
2003	22	14	51	16	1	104	48	152	

Font: Idescat a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

A la taula adjunta es mostren els establiments hotelers a Lloret de Mar entre el 2003 i el 2012. En aquest cas, la taula està desglossada en hotels, hostals i pensions. En el cas dels hotels els trobem desglossats per estrelles.

Per començar, analitzarem el cas dels hotels. Ans al contrari del que podria semblar en un principi, els establiments hotelers han disminuït des del 2003 fins al 12; en total, s'ha produït un descens en 5 establiments des del 2003 i de 7 des del 2004, on foren creats dos hotels més. Els hotels d'1 estrella han estat reduïts en 6 establiments durant aquesta dècada i els de dues en quatre. Els establiments de 3 estrelles també han perdut 9 en una dècada, i tots aquests han anat a favors dels hotels més luxosos com són de 4 i 5 estrelles. En concret, en aquests deu anys hi ha un total de 13 hotels més de quatre estrelles que al 2003, i un més de cinc estrelles. Per tant, ens trobem davant d'un avenç cap als hotels més luxosos, i tot i que en total han disminuït cinc establiments, el canvi més important és aquesta tendència a fer hotels de més categoria per als turistes, amb tot el que això comporta.

Un altre canvi important el trobem en quant a pensions i hostals. Si l'any 2003 trobàvem

gairebé mig centenar d'aquests al municipi, el 2012 només n'hi havia 27. Aquest canvi de tendència pot estar lligat a la disminució d'hotels d'1 a 3 estrelles, ja que potser estem davant d'un canvi on els turistes busquen més la qualitat encara que sigui a un preu més elevat, i els hotels de poca categoria o les pensions no hi tenen cabuda en aquest canvi de model respecte dècades anteriors.

Taula 4: Places hoteleres desglossades per categoria a Lloret de Mar, entre 2003 i 2012

Any	Hotels						Hostals i pensions	Total
	1 estrella	de 2 estrelles	de 3 estrelles	de 4 estrelles	de 5 estrelles	Total		
2012	1624	2042	13501	11114	351	28632	1427	30059
2011	1693	1974	14122	10428	351	28568	1379	29947
2010	1693	2132	13659	10247	351	28082	1361	29443
2009	1807	2132	14591	9478	351	28359	1421	29780
2008	1887	2039	14734	9247	351	28258	1746	30004
2007	2082	1823	15166	8961	205	28237	1906	30143
2006	2082	1823	15632	8961	205	28703	2020	30723
2005	2133	2414	16026	8436	205	29214	2021	31235
2004	2335	2756	15824	8436	205	29556	2257	31813
2003	2422	2756	17154	5818	205	28355	2636	30991

Font: Idescat a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

A la taula adjunta en aquesta ocasió es mostren les places hoteleres a Lloret de Mar entre el 2003 i el 2012. La taula ens mostra l'evolució en aquest cas segons la categoria, per les estrelles dels hotels; mostrant així els gustos i preferències dels consumidors.

En primer lloc, podem veure que els hotels d'una, dues, i tres estrelles han disminuït les seves places contínuament des del 2003 fins al 2012, essent les dels tres casos força menys significatives ara que fa una dècada. Aquest fet és intrínsec a la pèrdua d'establiments comentada a la taula anterior. Del mateix mode, els hostals i les pensions també han perdut una xifra considerable de places, reduint-se en una dècada a gairebé la meitat de les que hi havia al 2003.

Per contra, les places dels hotels de quatre i cinc estrelles han crescut de manera molt considerable durant l'última dècada, fet lligat a la creixença d'establiments de 4 i 5 estrelles. A partir d'aquí podem afirmar que Lloret de Mar cada vegada oferta més places d'hotel amb una determinada categoria, disminuint els hotels de menys categoria, els hostals i les pensions les seves places disponibles de manera considerable.

2.4.3 Establiments hotelers actuals a Lloret de Mar

Centrant-nos ara en el cas de Lloret de Mar, cal destacar que actualment té més de 30.000 places hoteleres, amb una mitjana de 226 places per establiment (Font: Lloret turisme, 2013), i no només ofereix places d'hotel sinó també apartaments, pensions o càmpings.

Actualment Lloret de Mar es manté com la principal destinació del turisme de sol i platja de Catalunya i és la cinquena de l'estat espanyol. Parlant d'ocupació, Lloret de Mar té un 71.5% d'ocupació anual; i en els mesos de més ocupació, durant l'estiu, aquesta xifra arriba fins a un 80.7% (Font: Baròmetre de l'activitat i Ocupació de l'Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur)); data que constata que Lloret de Mar esdevé una destinació turística durant tot l'any.

En referència a les places hoteleres, càmpings, pensions i apartaments, a continuació es mostra una taula amb les dades totals desglossades en diferents nivells:

Taula 5: Nombre d'establiments i places hoteleres que podem trobar actualment a Lloret de Mar desglossades per categoria

TIPUS I CATEGORIA	NOMBRE D'ESTABLIMENTS	PLACES
HOTELS 5 ESTRELLES	3	743
HOTELS 4 ESTRELLES	28	11.121
HOTELS 3 ESTRELLES	40	13.957
HOTELS 2 ESTRELLES	11	2.204
HOTELS 1 ESTRELLA	15	1.702
PENSIONS	28	1.495
APARTAMENTS	38	3.624
CÀMPINGS	4	3.421

Font: Lloret de Mar turisme, a la publicació de l'any 2013

Si sumem el total de places d'hotels, pensions, apartaments i càmpings, podem observar que hi ha un total de 167 establiments i 38.267 places disponibles. S'estima que la despesa total dels viatgers de Lloret de Mar és d'aproximadament 430 milions d'euros anuals. El municipi va iniciar la seva activitat turística als anys seixanta, i des d'un principi va ser un model orientat en el turisme de sol i platja.

Actualment és un model de turisme de sol i platja però endemés també ofereix altres productes com són turisme esportiu, turisme de congressos, turisme de reunions; i d'oci i esdeveniments. El turisme de vacances de sol i platja continua sent el producte estrella de la destinació, però s'enriqueix amb la oferta d'aquests productes complementaris. L'oferta turística del municipi es va començar a consolidar durant el boom turístic dels anys seixanta i setanta. Va ser a la dècada dels vuitanta quan els va establir aquest creixement i es van superar per primer cop les trenta mil places hoteleres.

A partir dels anys 90 es van començar a reconvertir una part de les places hoteleres de baixa categoria (1 o 2 estrelles) o bé en unes de categoria superior, entre 3 i 5 estrelles, o bé com a apartaments turístics.

CAPÍTOL III: ESTUDI DE CAS A LA COSTA BRAVA. TREBALL DE CAMP A LLORET DE MAR.

El tercer bloc del treball tracta l'estudi de cas particular d'aquest Treball de Fi de Grau, basat en turisme a Lloret de Mar. En primer lloc s'exposaran els objectius plantejats de la mà del treball de camp; i en segon lloc, els resultats i conclusions extretes de les enquestes que es van realitzar al començament d'aquest estiu.

3.1. Objectius plantejats a l'hora de realitzar el treball de camp

A continuació comença l'apartat de treball de camp d'aquest Treball de Fi de Grau; al qual es va realitzar una enquesta els passats dies 1 i 2 de juliol a Lloret de Mar, en diferents horaris, entre matí, migdia i tarda. Prèviament a la realització de l'enquesta oficial; es va dur a terme una enquesta pilot durant el mes de març on varen ser modificades, incorporades i retirades algunes de les qüestions, pel que finalment l'enquesta oficial va quedar tal i com s'ha realitzat.

A l'enquesta oficial, la població mostral va ser un total de 60 persones entre joves adults i vells, i els resultats en la majoria dels casos estan expressats en percentatges calculats sobre les 60 persones enquestades. L'enquesta completa es troba a l'Annex-1, tal i com es va realitzar als turistes.

A l'hora de plantejar el treball de camp es van plantejar amb ell una sèrie d'objectius que s'han intentat assolir amb la realització d'aquest.

Objectius generals:

- 1- Realitzar treball de camp sobre el tema escollit per al treball final de grau i conèixer la realitat del tema estudiat de primera mà.
- 2- Posar en pràctica coneixements adquirits al llarg de la carrera de Geografia

Objectius específics:

- 1- Conèixer la periodicitat en general dels viatges dels turistes
- 2- Conèixer el temps d'estada dels turistes a Lloret de Mar
- 3- Investigar sobre l'evolució dels hàbits dels turistes lligats a altres anys, en aspectes com el temps d'estada i el pressupost
- 4- Saber el motiu de l'elecció de Lloret de Mar com a destinació vocacional per part dels turistes enquestats.
- 5- Conèixer els aspectes que més han agradat als turistes enquestats de Lloret de Mar
- 6- Saber el tipus d'establiment on han estat allotjats els turistes enquestats durant la seva estància a Lloret de Mar.

3.2 Resultats de les enquestes

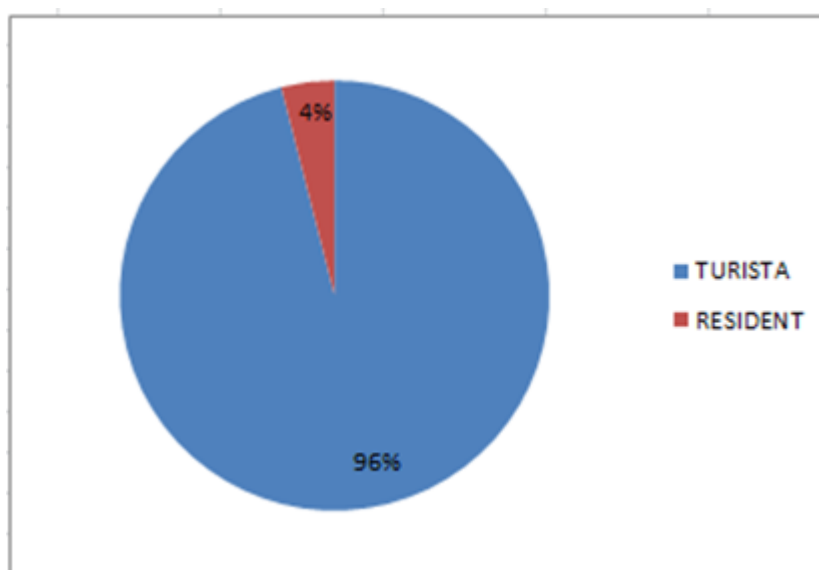
Els resultats de les enquestes s'expressen en grups de preguntes segons la temàtica a la qual estan referides. Així doncs l'ordre en el qual queden reflectides aquí les preguntes no és el mateix en el qual estan expressades a l'enquesta que es pot trobar a l'annex-2, facilitant així la comprensió de les mateixes i donant coherència interna. Per aquest motiu s'ha decidit agrupar les preguntes en quatre blocs: Característiques sociodemogràfiques dels turistes; característiques del viatge i la temporalitat; Característiques de l'espai viscut i característiques de les diferències amb els viatges realitzats en anys anteriors.

3.2.1 característiques sociodemogràfiques dels turistes

Al primer bloc d'enquestes s'han agrupat les preguntes relacionades amb la procedència i la companyia durant el viatge per part dels turistes, per fer una idea general del perfil dels turistes.

Procedència

Gràfic 2: Procedència dels enquestats



Font: elaboració pròpia a partir de les enquestes realitzades*

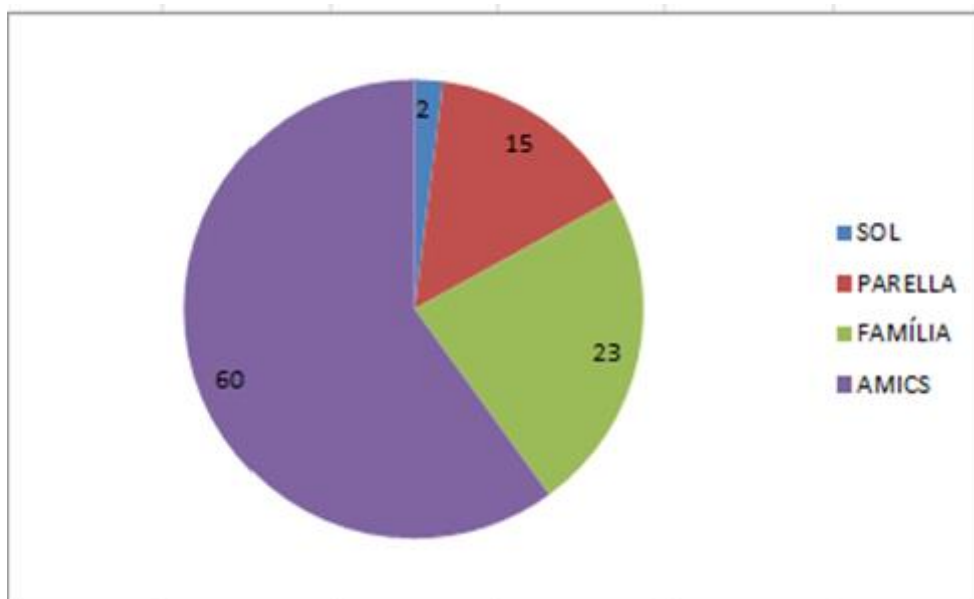
Com podem observar en el gràfic, de les seixanta persones enquestades només un quatre per cent eren residents de Lloret de Mar, essent gairebé la seva totalitat turistes. En quant a la procedència, dels 60 enquestats, un 70% eren estrangers, procedents majoritàriament d'Alemanya, França, Polònia, Rússia i Bèlgica. L'altre 30% eren procedents de la resta d'Espanya, on majoritàriament venien de Madrid, Guadalajara i León.

Així doncs, podem constatar que la majoria dels turistes que es trobaven per aquelles dates a Lloret de Mar eren estrangers i procedents d'Europa.

**Tots els gràfics adjunts en els resultats de les enquestes són d'elaboració pròpia, donant-se per sobreentès en els gràfics adjunts a continuació.*

Ha vingut...

Gràfic 3: Companyia durant l'estància a Lloret de Mar



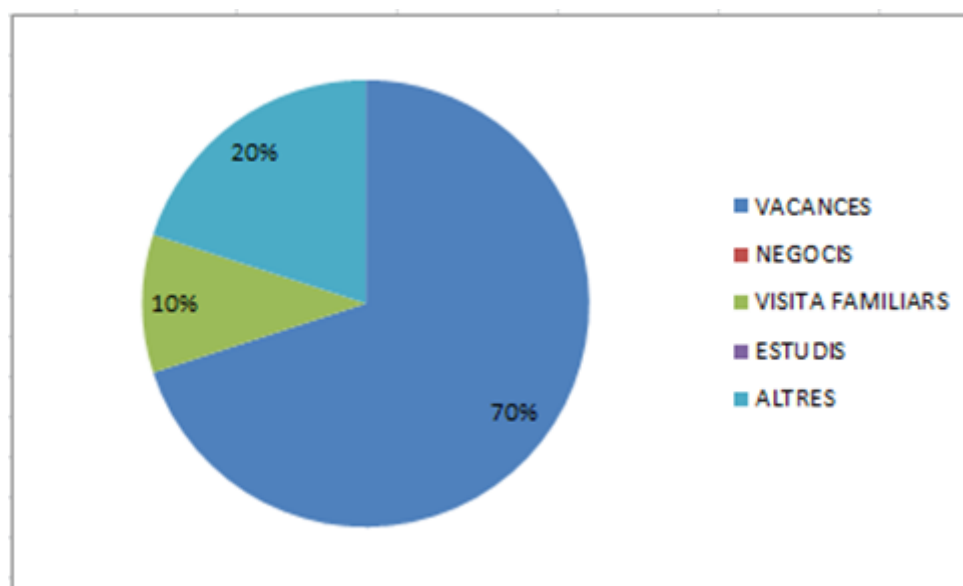
Aquesta fou la dotzena pregunta, a la qual els enquestats havien de contestar amb qui estaven passant les vacances a Lloret. Dels 60 enquestats, només un 2% va confessar anar sol; un 15% ho feia en parella, un 23% en família, i la xifra més alta amb molta diferència és la resposta 'amb amics'. Per tant, podem afirmar que més de la meitat dels turistes enquestats que passaven les seves vacances a Lloret viatjava amb els amics, i per tant Lloret de Mar és una destinació molt escollida per als viatges entre amics.

3.2.2: característiques generals del viatge i temporalitat

El segon bloc de preguntes exposades en aquest apartat estan relacionades amb les característiques generals del viatge, incloent el factor temporalitat. En ell s'exposen el motiu del viatge, el temps d'estada en termes generals i els dies en concret que dura aquest viatge, les excursions realitzades durant el viatge, la qualificació de l'estància i la valoració general del viatge.

Motiu del viatge:

Gràfic 4: Motiu de viatge dels enquestats



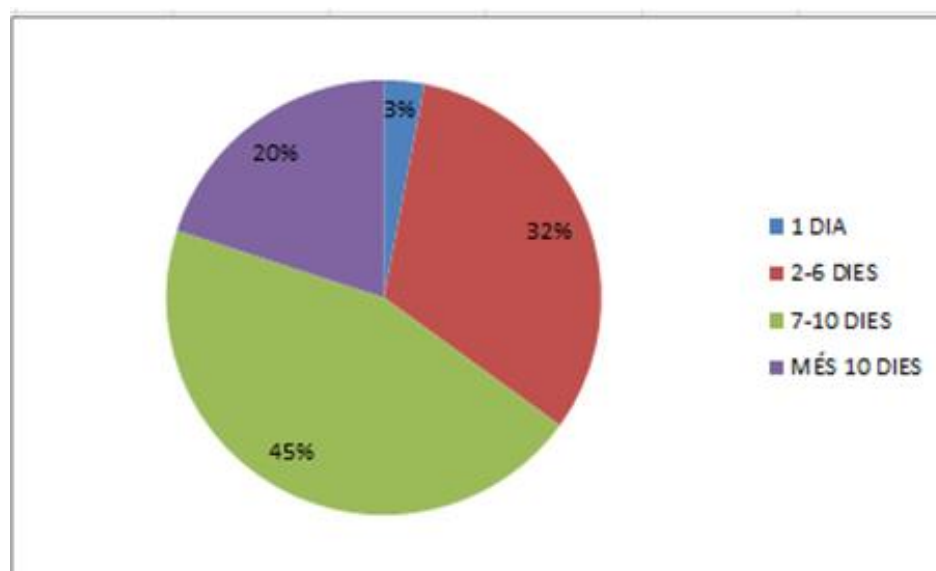
Aquesta fou la segona qüestió plantejada als enquestats, i va estar relacionada amb el motiu del viatge. Sobre ella, dels 60 enquestats, un 70% va respondre que es trobaven a Lloret per vacances. Dels mateixos, cap persona es trobava per un viatge de negocis ni per cap tema relacionat amb els estudis. Acte seguit, un 10% va afirmar trobar-se a Lloret de Mar per visitar a familiars; cap va contestar per estudis, i un 20% es trobava a Lloret de Mar per

altres motius, com va ser per un torneig de futbol que s'estava duent a terme durant aquella setmana a Lloret.

Contrastant amb dades extretes del dossier de Premsa Lloret Turisme 2013 amb dades de 2012; el passat any un 69% dels turistes va anar a Lloret per motius de platja, turisme i oci; per tant les dades del treball de camp són semblants als resultats expressats al dossier oficial de turisme a Lloret.

Temps d'estada

Gràfic 5: temps d'estada dels enquestats a Lloret de Mar



A la cinquena pregunta plantejada, els enquestats havien de contestar sobre els dies que estarien a Lloret de Mar. Només un 3% va respondre un dia, fet que no es considera turista ja que no hi ha pernoctació, sinó estan considerats excursionistes. Dels turistes, un 32% va respondre que estaran a Lloret durant un període de temps d'entre 2 i 6 dies; un 45% va respondre que estarien entre 7 i 10 dies, i un 20% va afirmar que la seva estància seria superior als 10 dies.

Quants dies estarà aquí?

A la setena pregunta realitzada, de resposta oberta, els enquestats van respondre amb el nombre de dies que estaria a Lloret de Mar. Sobre aquestes respostes, la mitjana va ser de 9,9 dies. Per tant, els turistes enquestats a Lloret de Mar es trobarien a la seva destinació una mitjana de 10 dies, dada considerable en temps com aquest.

Durant la seva estància ha sortit a visitar altres llocs?

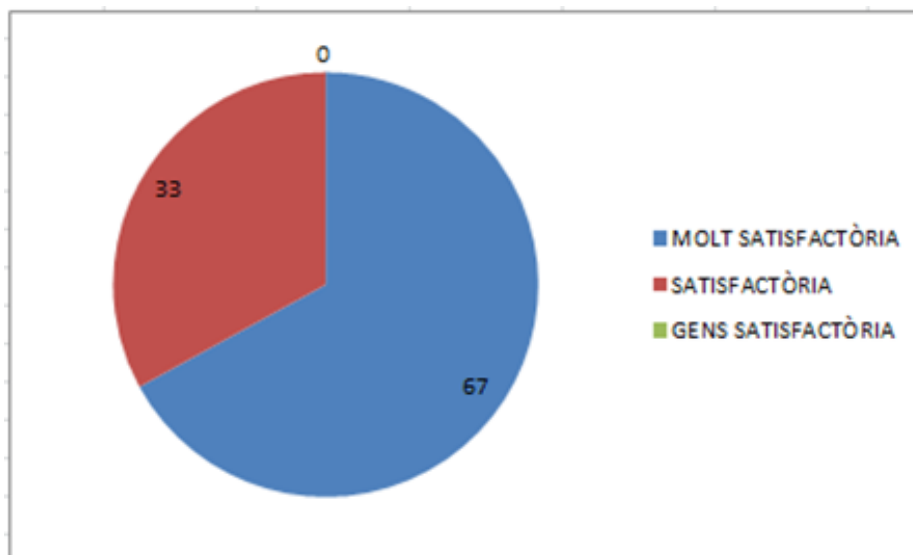
A la desena qüestió de l'enquesta els turistes havien de respondre sobre si durant l'estància a Lloret van aprofitar per sortir a visitar altres indrets propers al municipi o si havien centrat la seva estància únicament a Lloret de Mar. En aquest cas, un 55% dels turistes va afirmar que no s'havia quedat a Lloret tots els dies i que per tant sí que havia sortit a visitar altres llocs, mentre que un 45% dels enquestats va respondre que no havia visitat cap altre lloc a part de Lloret ni tenia la intenció de fer-ho.

Visitar aquest lloc li ha fet venir ganes de tornar?

La pregunta 11 de l'enquesta, lligada íntimament amb la 10, tractava sobre si sortir a visitar altres llocs fora de Lloret de Mar li havien fet ganes de tornar a Catalunya a visitar l'esmentat indret. A ella, un 96% va respondre que sí, i només un 4% va contestar que no, pel que podem afirmar que els turistes que visiten altres llocs marxen al seu país de procedència amb ganes de tornar a Lloret o a algun dels indrets que han visitat durant la seva estància a la Costa Brava.

Finalment, qualifiqui la seva estància:

Gràfic 6: Valoració qualitativa de l'estància a Lloret de Mar per part dels turistes enquestats



Com a penúltima pregunta de l'enquesta es va voler demanar als turistes una valoració qualitativa general de la seva estada a Lloret de Mar, tenint en compte tots els aspectes a valorar durant el seu viatge. En aquest cas no hi havia resposta oberta, sinó que els turistes havien d'escollir entre molt satisfactòria, satisfactòria o gens satisfactòria, i més tard, a l'última pregunta de l'enquesta, havien de justificar aquesta resposta.

Com es pot veure a la imatge adjunta, la resposta va ser contundent. Un terç dels enquestats, el 67%, va valorar la seva estada a Lloret de Mar com a molt satisfactòria. Només un 33% va respondre que estava essent satisfactòria, i ningú va valorar aquesta com a gens satisfactòria. Així doncs, els turistes tornen satisfets a casa seva després de gaudir la seva estada a la Costa Brava, fet lligat a una de les preguntes abans esmentades, on la gran majoria tornaria a Lloret en altres ocasions.

A la següent i última pregunta realitzada als turistes durant aquesta enquesta, es demanava justificar aquesta resposta, i aquestes van ser les respostes obtingudes:

...per què aquesta valoració?

A l'última pregunta que es va plantejar, on els enquestats havien de justificar la resposta donada a la pregunta anterior, es van donar diversos motius. Alguns enquestats no van saber justificar la resposta, però la majoria ho va fer, i les respostes van ser les següents.

Diverses persones van tornar a contestar que la seva estància havia estat satisfactòria o molt satisfactòria pel fet de les festes. Altres simplement van afirmar que els agradava molt Lloret de Mar en conjunt, perquè 's'ho estaven passant molt bé'.

Més gent va afirmar que els hi havia agradat molt per l'amabilitat de la gent amb la que havien tractat; o perquè es tracta d'un lloc 'maco i econòmic'. També alguns, lligant amb la pregunta del motiu del viatge, van afirmar que la seva estància estava essent molt satisfactòria perquè estaven podent gaudir de l'estància amb els seus amics o la seva família, o gaudint del seu apartament d'estiu.

Endemés, algun enquestat va afirmar que li estava agradant molt la seva estància perquè estava 'coneixent moltes noies', i altres simplement perquè estaven gaudint molt de l'estiu.

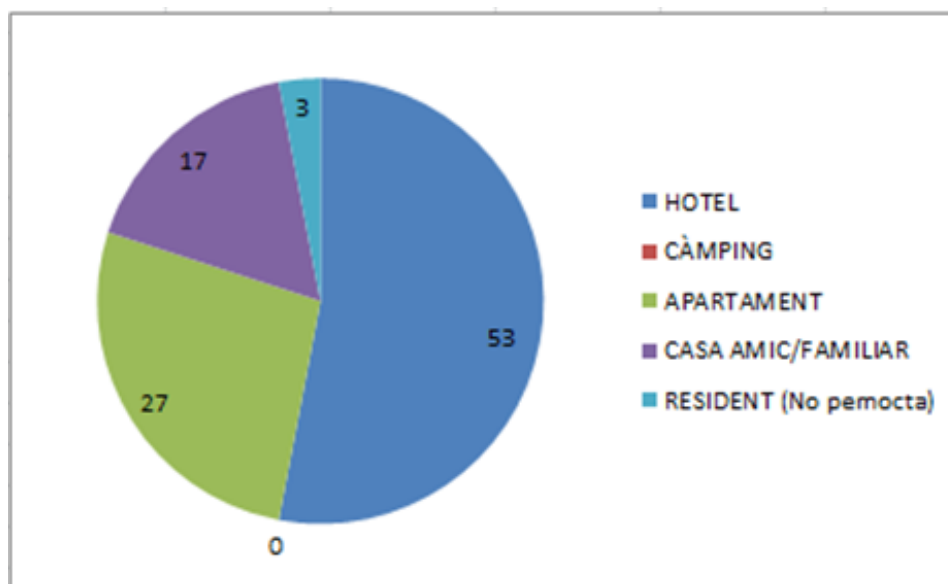
No obstant, no tot és un camí de roses, i per aquest motiu també hi ha alguna persona que va justificar la resposta a la pregunta 18 amb comentaris negatius; i és que dues persones que van respondre que la seva estància estava essent 'satisfactòria', van concloure dient que s'havien trobat al seu hotel amb 'gent estrangera molt mal educada'. Així doncs, no podien valorar la seva estància com a molt satisfactòria per problemes de comportament d'altres persones; i tot i que val a dir que aquestes respostes negatives van ser molt minoritàries, la realitat és que no tot pot ser perfecte, i aquí hi ha un exemple.

3.2.3: L'espai viscut dels turistes

El tercer grup de preguntes s'han organitzat sota el títol de característiques de l'espai viscut. En aquest s'han incorporat les preguntes relacionades amb el lloc d'allotjament, el motiu de l'elecció de Lloret de Mar, el que més els hi ha agradat de Lloret i el que més destaquen d'aquesta destinació.

On està allotjat?

Gràfic 7: Lloc on es troben allotjats els turistes a Lloret de Mar durant la seva estància



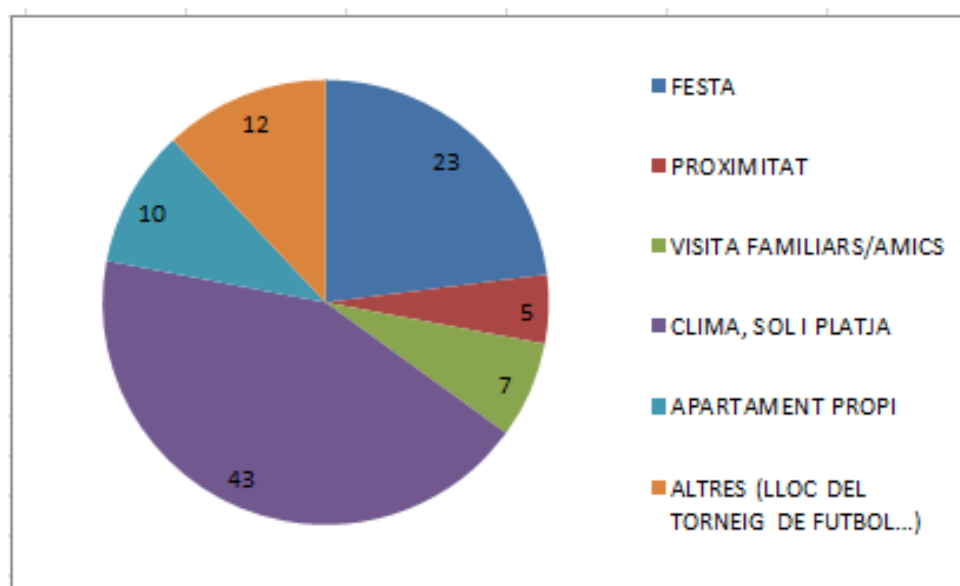
Al gràfic adjunt podem observar en aquest cas el tipus d'allotjament emprat pels turistes durant la seva estància a Lloret de Mar. Les respostes possibles eren hotel, càmping, apartament, casa d'un amic o familiar o resident, pel fet que no pernocitaria.

La majoria, com es veu representat, varen estar allotjats en un hotel, amb un 53% de respostes per part dels enquestats. A continuació, un 27% dels turistes estaven en apartaments; un 17% a casa d'un amic o familiar i només un 3% va respondre ser resident de Lloret o la Costa Brava i per tant no pernoctava fora de la llar habitual. Dels enquestats, cap persona estava allotjada en un càmping.

Aleshores, segons aquesta enquesta podem afirmar que la majoria dels turistes que visiten Lloret de Mar pernocten en hotels.

Per què ha escollit Lloret de Mar per a les seves vacances?

Gràfic 8: Motiu de l'elecció de Lloret de Mar com a destinació vocacional per part dels turistes



En aquest cas, els turistes havien de respondre sobre l'elecció de Lloret de Mar com a destinació vocacional. La pregunta era de resposta oberta, per tant cadascú podia donar la resposta que volgués sense uns ítems previs per escollir. Moltes respostes van ser iguals, per tant s'han agrupat totes en les sis categories que es poden apreciar a la imatge.

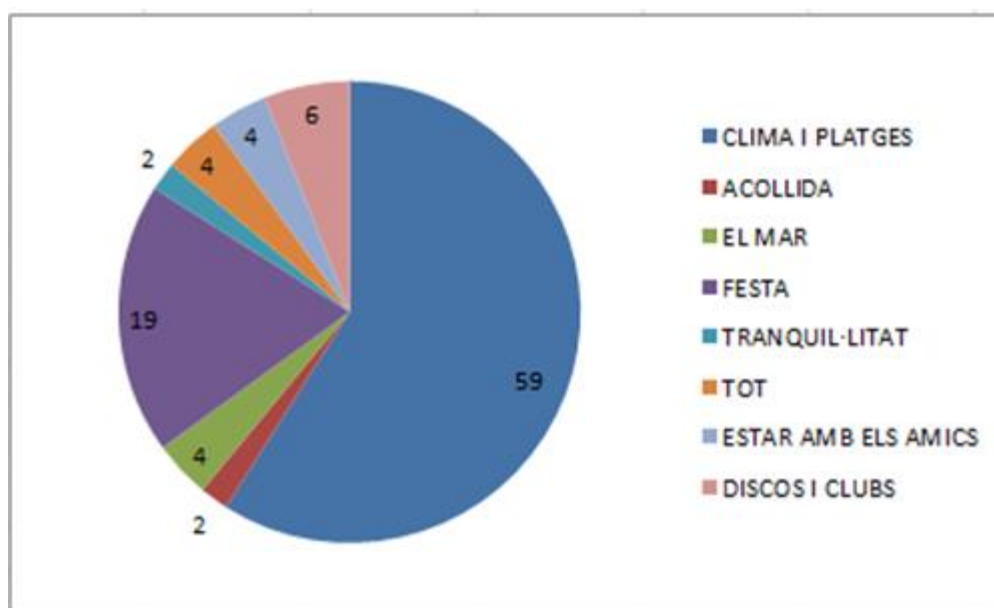
Com es pot observar al gràfic, un 43% va decidir anar a passar les seves vacances a Lloret pel clima, el sol i la platja. En segon lloc, amb un 23% dels vots es troba la festa. Com ha estat comentat abans, molts turistes que van a Lloret ho fan en grups d'amics, i a més de la platja i el clima, busquen també sortir de festa, i Lloret sense dubte té una important oferta en aquest aspecte, fet que fa que molts turistes siguin joves i viatgin, com hem dit, en grups d'amics. Altres persones van anar a Lloret no per voluntat pròpia, sino per altres raons com era un campionat de futbol que es donava durant aquella setmana al municipi de la Selva, i per tant, a la platja i passejant es trobaven moltes famílies que estaven allà per aquesta raó.

Endemés, un 10% va afirmar anar a Lloret ja que disposen d'apartament propi on estiuegen

cada any. Per últim, un 7% va respondre que es trobava a Lloret de Mar pel fet de visitar a familiars o amics, i un 5% ho feia per proximitat a la seva residència habitual.

Què li ha agradat més de Lloret de Mar?

Gràfic 9: Què agrada més als turistes que visiten Lloret de Mar



Aquesta es correspon a la setzena pregunta plantejada, que tracta sobre les preferències dels turistes respecte a Lloret de Mar, i també permetia resposta oberta, pel que cadascú podia dir allò que els agradava més del municipi. En aquesta ocasió les respostes van ser més variades, i han estat classificades en els vuit ítems que es poden observar al gràfic.

No obstant, i com es pot apreciar, malgrat ser una pregunta de resposta oberta, una majoria important, un 59% dels enquestats té molt clar que el que més li agrada de Lloret de Mar és el clima i les platges, i va ser la resposta que més es va repetir amb molta diferència, ja que la segona resposta més donada, però lluny de la primera, amb un 19% de resposta per part dels enquestats, fou la festa, també com ha estat esmentat a la pregunta anterior, motiu pel qual molts turistes van escollir Lloret de Mar per la seva estància vocacional.

Allunyades d'aquestes dues respostes es troben a continuació varies amb molta menys resposta per part dels turistes enquestats, com són l'acollida, el mar (no obstant també

relacionat amb les platges), la tranquil·litat, el fet d'estar amb els amics, o les discoteques i els clubs.

A part d'això, què més destacaria de Lloret?

A la dissetena pregunta que es va plantejar als enquestats, també de resposta oberta, es demanava que els turistes enquestats ampliessin la resposta donada a la pregunta setze, amb la intenció que no només es quedessin amb un aspecte sinó que poguessin ampliar la seva resposta i destacar altres fets o llocs que els varen agradar de Lloret. Tot i que alguns no van saber donar altres motius i van dir que bàsicament era el que havien contestat anteriorment, la majoria va donar altres respostes, com són les següents.

Alguns que no havien contestat les seves festes o discoteques a la pregunta anterior, en aquesta ocasió van apuntar a les festes com algun altre aspecte que els havia agradat molt de Lloret de Mar. D'altres van apuntar respostes com per exemple llocs concrets, com poden ser el castell de Lloret de Mar, el parc aquàtic, o els paisatges dels que es pot gaudir a Lloret. Altres persones van apuntar a la platja, el passeig de Lloret de Mar, les botigues, el menjar i la restauració o l'oferta turística existent en general.

També altres turistes van apuntar a la proximitat a la ciutat comtal com un aspecte que destacaria de Lloret, i la facilitat per arribar. La seva gent, l'amabilitat o el tracte van ser també aspectes que van sorgir en aquesta pregunta.

Així doncs, varen ser diverses i variades les coses que a part de les esmentades a la pregunta setze, destaquen els turistes que visiten Lloret de Mar del municipi de la Costa Brava.

3.2.4: Comparatives amb viatges anteriors

L'últim grup de preguntes són les comparacions amb viatges d'anys anteriors. En aquest bloc estan agrupades preguntes com si era la primera vegada que els turistes sortien del seu país de residència, la periodicitat dels viatges o si s'ha hagut de veure reduït el temps d'estada i/o el pressupost respecte d'altres anys.

És la primera vegada que surt del seu país?

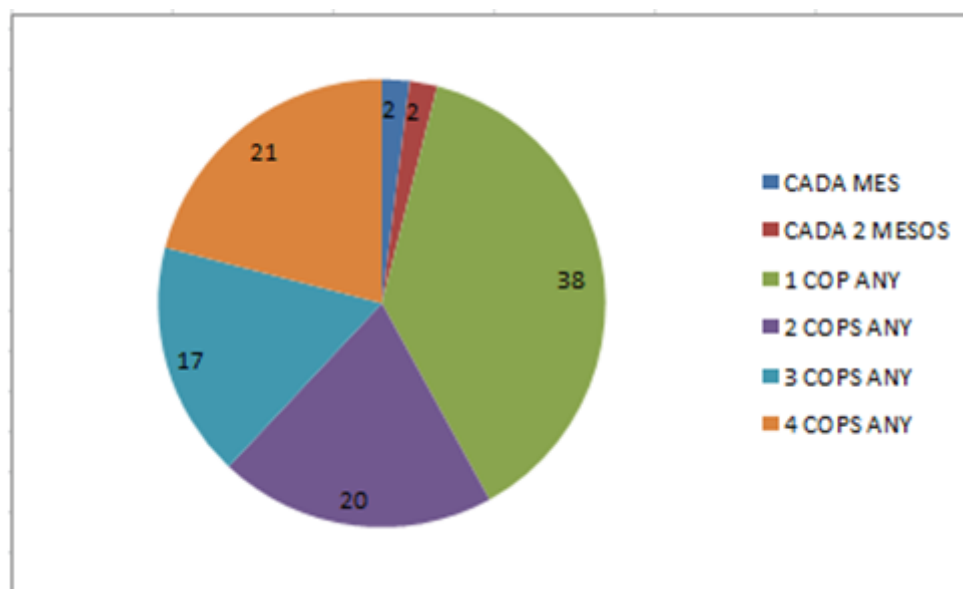
Aquesta pregunta es correspon a la tercera que es va plantejar a l'enquesta, i dels enquestats, un 10% va respondre que sí era la primera vegada que sortia del seu país (en el cas que el turista no fos resident a Espanya), i un 90% va respondre que no era la primera vegada que sortia del seu país per a viatjar.

Per tant, quasi la totalitat dels turistes estrangers que es trobaven a Lloret de Mar coincidien en la reiteració de viatjar a l'estranger per les seves vacances.

Cada quant acostuma a viatjar?

Aquesta pregunta es caracteritzava per ser de resposta oberta, per tant els enquestats podien contestar obertament a la periodicitat amb la que acostumen a viatjar. Les respostes han estat agrupades en trams, d'entre 1,2,3 o 4 cops a l'any, que són les respostes que els turistes van donar majoritàriament. Els resultats van quedar de la següent manera:

Gràfic 10: Periodicitat dels viatges dels turistes enquestats



Al gràfic podem observar com la resposta majoritària fou un cop a l'any, amb un 38% dels turistes. En segon lloc, estan molt empatades les respostes 2 i 4 cops a l'any, és a dir cada 6 i 3 mesos respectivament; seguit de 3 cops a l'any amb un 17% de les respostes.

Per últim, un 2% va respondre cada mes i un altre 2% cada dos mesos, el que equival a 2 de

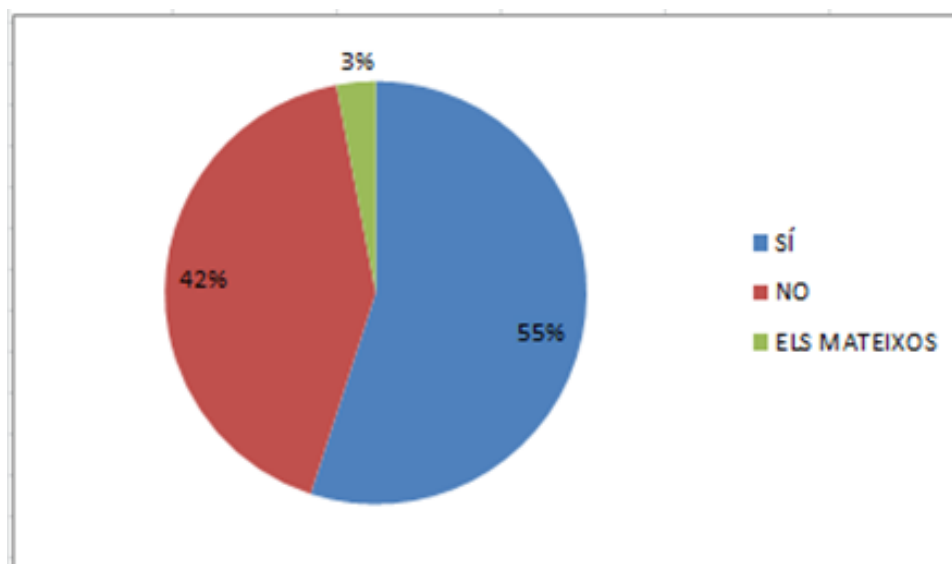
60 turistes que viatgen amb molta freqüència. La conclusió que podem extreure és que la majoria dels turistes viatja anualment, però ho fa només un cop a l'any.

Ha reduït el seu temps d'estada respecte les teves vacances en anys anteriors?

Aquesta pregunta tractava sobre el temps d'estada, i cal destacar que un 45% va respondre que no havia reduït el seu temps d'estada respecte d'anys anteriors, i un 55% va respondre que sí s'havia vist reduït el seu temps d'estada respecte altres anys. Per tant, podem afirmar que els turistes en general estan veient reduïdes les seves vacances respecte anys anteriors. Més endavant, es realitzarà la mateixa pregunta però en relació amb el 2012, pel que podrem veure si aquesta tendència d'anar reduint el període vocacional continua.

Són menys dies que l'any passat?

Gràfic 11: Comparació amb el període d'estada de l'any 2012

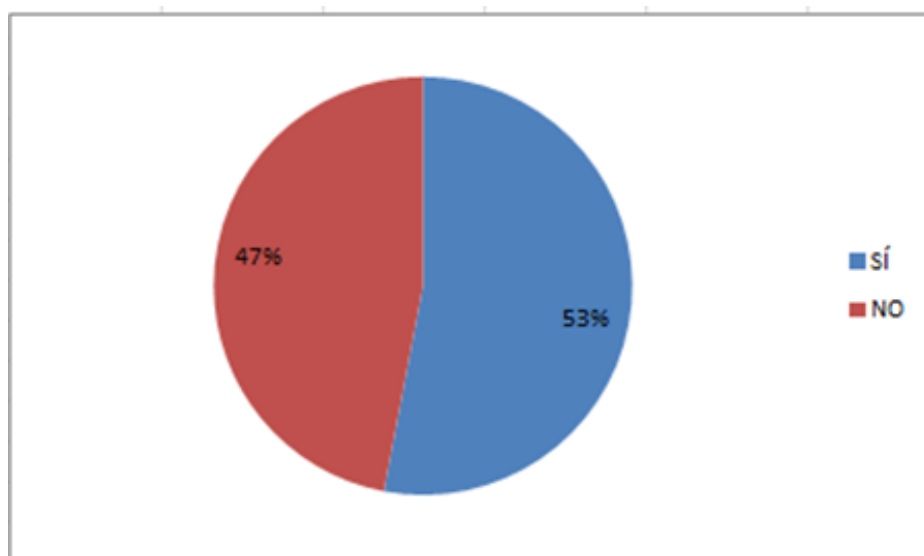


En aquest cas, els turistes havien de comparar el nombre de dies d'estada amb el de l'any anterior, 2012. La resposta per part seva va ser que sí s'han vist reduïts els dies respecte l'any 2012 en un 55%; un 42% va respondre no i només un 3% va respondre que eren exactament els mateixos. Per tant, podem afirmar que la majoria dels turistes, sí que han reduït la seva estància respecte el 2012, per tant, han continuat fent vacances però reduint el període vocacional.

A continuació, es realitzà la mateixa pregunta però en relació al pressupost, on podem veure si el fet de reduir el període vocacional va lligat amb una reducció del pressupost, generat per la situació de crisi actual.

Ha reduït el seu pressupost respecte de l'any passat?

Gràfic 12: Reducció del pressupost respecte de l'any passat



La pregunta 9 de l'enquesta està considerada com una de les principals de l'enquesta per la seva relació directa amb una de les hipòtesis, que seran contrastades al final del treball, i pel seu caràcter econòmic en relació directa amb la temàtica central del treball.

Sobre si s'ha vist reduït el pressupost respecte l'any anterior, un 53% dels enquestats va contestar que sí ha hagut de reduir el pressupost, i un 47% va respondre que no. Aleshores, podem concloure que la majoria dels turistes enquestats sí han vist reduït el seu pressupost respecte el 2012. Lligat amb la pregunta anterior sobre si han hagut de reduir l'estància respecte 2012 i el sí majoritari com a resposta; podem afirmar que els turistes en general respecte l'any anterior han reduït el temps d'estància i el pressupost, per tant, la situació en general ha canviat d'un any per l'altre, i segons la tendència, els turistes continuen sortint de vacances però cada cop es redueix més el temps d'estada i amb ell el pressupost disponible.

És la primera vegada que visita la Costa Brava?

En aquest cas, un 46% va respondre que sí era la primera vegada que visitava la Costa Brava i un 54% va contestar que no era el primer cop que venia a la Costa Brava. Per tant, la majoria dels enquestats ha repetit com a destinació la Costa Brava com a mínim en dues ocasions.

(en cas de resposta afirmativa), tornaria?

Als enquestats que van contestar que sí era la primera vegada que visitaven la Costa Brava se'ls va preguntar si en aquest cas tornarien, i el 100% va contestar que sí. Per tant, els que visitaren per primer cop la Costa Brava, tindrien intenció de repetir en una altra ocasió.

Així doncs, amb aquesta pregunta i aquest ventall de respostes va concloure l'enquesta realitzada per a aquest treball final de grau, experiència que m'ha servit per aprendre a realitzar una enquesta i per veure de primera mà el que tants mesos portava treballant a partir de dades i articles.

CAPÍTOL IV: CONCLUSIONS I CONTRASTACIÓ DE LES HIPÒTESIS INICIALS

A continuació s'exposaran les conclusions a les quals s'ha pogut arribar a partir d'aquest Treball Final de Grau. Aquestes han estat desglossades en conclusions de la part teòrica i conclusions del treball de camp. Per últim, es farà la contrastació de les hipòtesis que es van plantejar a l'iniciar el treball.

4.1 Conclusions de la part teòrica

- (1) Catalunya s'ha especialitzat en un turisme de sol i platja, rebent actualment un 20% de l'oferta turística de tot l'estat espanyol.
- (2) S'estima que el PIB turístic català està en l'11,1% ; i a partir de les dades mostrades al treball es pot afirmar que amb la crisi actual el turisme s'ha vist menys colpejat que l'economia global catalana.
- (3) En referència a la Costa Brava, el PIB turístic és encara fins a sis punts superior que el de Catalunya, essent el segon més alt del territori català, amb un 17,1% respecte el total de la Costa Brava.
- (4) Actualment, Lloret de Mar disposa de 38.267 places hoteleres entre hotels, pensions, apartaments i càmpings.
- (5) Estudiant l'evolució dels hotels i les places, la tendència general ha sigut anar cap a un turisme més luxós, on a partir dels 90 molts hotels es van reconvertir; i durant els últims anys s'han vist disminuïdes les places de molts establiments que eren d'1, 2 o 3 estrelles, cap a hotels i amb ells places disponibles de 4 i 5 estrelles.

4.2 Conclusions del treball de camp

- (6) Com a conclusions de les enquestes, en primer lloc, destacar que la majoria dels turistes que visiten Lloret de Mar durant l'estiu són estrangers i d'origen europeu.
- (7) La mitjana d'estada a Lloret de Mar per part dels enquestats és de 10 dies.
- (8) La majoria dels enquestats ha hagut de reduir el seu temps d'estada durant el període vocacional respecte el 2012, i amb ell també s'han vist obligats a reduir el pressupost disponible.
- (9) La majoria dels enquestats viatjà amb els amics i també la majoria es troben allotjats en hotels, i com a segona preferència, en apartaments.
- (10) El clima, les platges i la festa són els principals motius per part dels enquestats a l'hora de decidir-se per Lloret de Mar com a la seva destinació vocacional.

4.3 Contrastació de les hipòtesis inicials

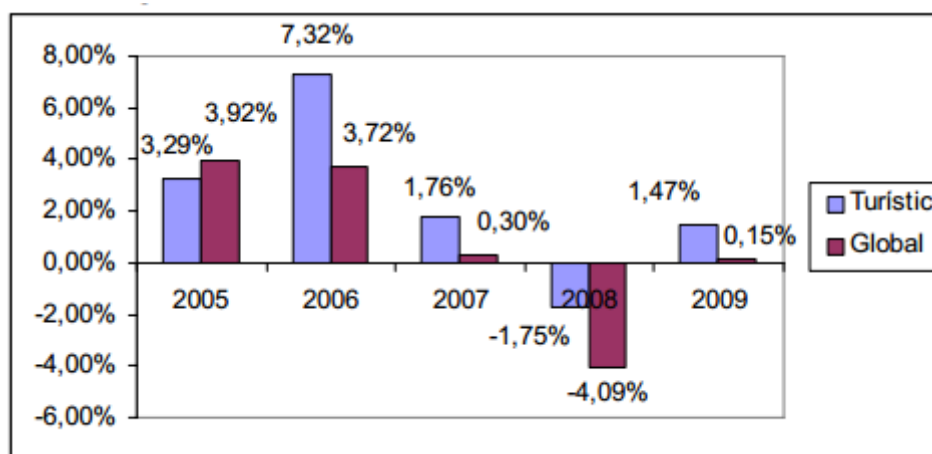
Per últim, ara cal contrastar les hipòtesis que es van plantejar a l'iniciar el treball.

Hipòtesi 1

- Parlant de xifres econòmiques, el turisme està resistint als temps de crisi i en comparació amb el PIB total a Catalunya no s'ha vist afectat en aquests darrers anys.

La primera hipòtesi feia referència a les xifres econòmiques, afirmant que el turisme resisteix als temps de crisi.

Creixement del PIB turístic vers el PIB total de l'economia catalana entre 2005 i 2010



Font: Estudi PIB i turisme a Catalunya, URV, 2011.

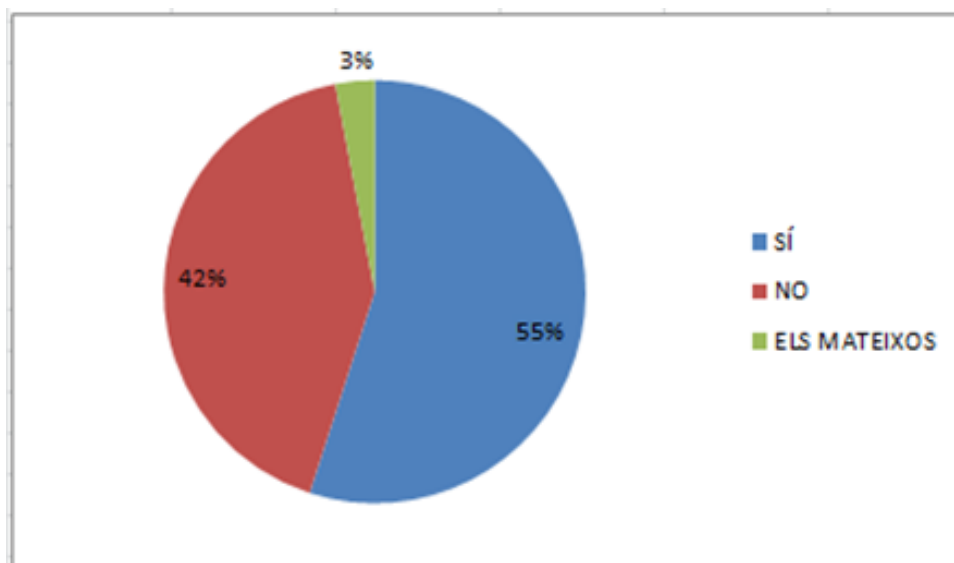
A partir de la investigació, i exactament, a partir d'aquest gràfic, es pot apreciar com el turisme resisteix millor que l'economia global catalana a la crisi, i malgrat el 2008 va patir una recessió, el 2009 ja va tornar a recuperar-se, i cada any ha estat considerablement per sobre del PIB provinent del turisme en comparació amb el total a Catalunya; i per tant, podem verificar la hipòtesi plantejada.

Hipòtesi 2

- La durada de les estades dels turistes a la zona d'estudi ha disminuït en els últims anys, tot i que el sector econòmic resisteix sense problemes a la crisi. D'ells, la majoria que acudeixen a la zona d'estudi procedeixen de països de l'estranger, majoritàriament d'Europa.

La segona hipòtesi afirmava que els turistes continuen viatjant però les seves estàncies cada vegada són més curtes. Endemés, s'afirmava que la majoria dels turistes que acudeixen a la zona d'estudi procedeixen de països estrangers majoritàriament d'Europa.

Ambdues afirmacions s'han treballat a partir del treball de camp propi, i amb les dades obtingudes podem corroborar-les. Dels enquestats, un 70% provenia de països de l'estranger i tots d'Europa; i un 55% va afirmar a la sisena pregunta plantejada a l'enquesta que sí reduïa el temps d'estada respecte altres anys. Endemés, més endavant se'ls va preguntar si havien reduït els dies d'estada respecte l'estiu del 2012 i aquesta va ser la resposta; un 55% sí ha reduït els dies respecte l'any passat.



Bibliografia i Netgrafia

Llibres

- El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro. Sole Jimenez (UOC) i Llorenç Prats (UB).
- Economía del sector turístico: una aplicación de la demanda turística en la Costa Brava'. Rafael Méndez Hellín, 1995.
- Economía del turismo. Un panorama. Carmelo Javier León González, Ginés de Rus Mendoza. Revista de economía aplicada, ISSN 1133-455X, Vol. 5, N°15 1997, pàg. 71-109
- Una panorámica de la economía del turismo en España. Eugeni Aguiló. 2010. pp. 5-41

Articles

Dossier de premsa Lloret turisme 2011 (<http://saladeprensa.lloretdemar.org/wp-content/uploads/DOSSIER-DE-PREMSA-LLORET-2011.pdf>)

Dossier de premsa Lloret turisme 2013 (<http://saladeprensa.lloretdemar.org/wp-content/uploads/DOSSIER-DE-PREMSA-LLORET-2013.pdf>)

El turismo en Cataluña, Joaquim Molins i Amat

Informe del sector turisme, elaborat per l'Escola Universitària de Turisme i Direcció d'Hosteleria. Joan Carles Llurdés Coit, Gerda K. Priestley i Francesc Romagosa Casals; Generalitat de Catalunya.

Entender el turismo: Glosario básico; el·laborat per l'Organització Mundial del Turisme (2005-2007)

Fonts telemàtiques

<www. exceltur. Org>

<http://www.atlesturismecatalunya.cat/>

<http://www.pct-turisme.cat/cast/innovacion_fetcd.html>

<http://age.ieg.csic.es/metodos/gran_canaria08/ponencia_2/Julian%20Buj.pdf>

<http://www.gencat.cat/temes/cat/turisme.htm>

<http://www.atlesnacional.cat/icc/atles-nacional/comerc-turisme/>

<http://www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53>

<http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos/glosario-terminos-turisticos2.shtml>

<http://www.idescat.cat>

<http://www.iet.tourspain.es/caES/estadisticas/otrasestadisticas/cuentasatelite/Paginas/default.aspx>

ÀNEXOS

Annex 1: Enquesta oficial del TFG.....47

Annex 2: Glossari de conceptes importants del treball.....49

Annex 3: Article '*El Govern aprova el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016*'.....51

ANNEX 1

ENQUESTA OFICIAL TFG-2013

Edat:

Gènere

Jove Adult Vell

Home Dona

1. Procedència

TURISTA (D'on?)

RESIDENT

2. Motiu del viatge:

VACANCES NEGOCIS VISITA A FAMILIARS ESTUDIS ALTRES

3. És la primera vegada que surt del seu país? SÍ NO

4. Cada quant acostuma a viatjar?

5. Temps d'estada

1 DIA 2-6 DIES 7-10 DIES +10 DIES

6. Ha reduït el seu temps d'estada respecte les teves vacances en anys anteriors?

7. Quants dies estarà aquí?

8. Són menys dies que l'any passat?

9. Ha reduït el seu pressupost respecte de l'any passat?

10. Durant la seva estància ha sortit a visitar altres llocs? SÍ NO

11. Visitar aquest lloc li ha fet venir ganes de tornar? SÍ NO

12. Ha vingut...

a) SOL

b) ALTRES: Parella Família Amics

13a. És la primera vegada que visita la Costa Brava? SÍ NO (Hi tornaria?)

13b. (en cas de resposta afirmativa), tornaria? SÍ NO

14. On està allotjat?

HOTEL CÀMPING APARTAMENT CASA D'UN AMIC / FAMILIAR

15. Per què ha escollit Lloret de Mar per a les seves vacances?

16. Què li ha agradat més de Lloret de Mar?

17. A part d'això, què més destacaria de Lloret?

18. Finalment, qualifiqui la seva estància:

MOLT SATISFACTÒRIA SATISFACTÒRIA NO SATISFACTÒRIA

19. Per què?

ANNEX 2

GLOSSARI DE CONCEPTES

A continuació s'adjunta un glossari de conceptes importants treballats al llarg d'aquest TFG que poden servir per entendre millor alguns conceptes. Aquest glossari ha estat elaborat al llarg de tot el treball, amb conceptes que han anat sortint durant la recerca.

Anàlisi econòmica: el turisme genera directa i indirectament un augment de l'activitat econòmica en els llocs on es rep, sobretot degut a la demanda de béns i serveis que es generen. L'anàlisi econòmica del turisme cal distingir-lo entre la contribució econòmica del turisme, que es refereix a l'efecte directe del turisme, i l'impacte econòmic, que comprèn els efectes directes i indirectes,

Compte satèl·lit del turisme: El compte satèl·lit de turisme és una eina estadística per produir càlculs econòmics sobre turisme. Inclou aspectes com són la despesa del turisme receptor, intern i emisor, la despesa del turisme interior, els comptes de producció de les indústries turístiques el valor afegit brut (VAB) i el producte interior brut (PIB), en relació a la demanda turística, l'ocupació, la inversió, el consum de l'estat i indicadors no monetaris.

Cadena hotelera: integració de diferents hotels d'organització semblant.

Estància: període durant el qual està ocupada l'habitació d'un hotel per part d'un turista.

Nucli turístic: Instal·lació turística realitzada per explotar un o diferents atractius turístics amb certa proximitat espacial.

Destinació vacacional: lloc visitat fonamental per a la decisió de realitzar el viatge.

Despesa turística: Suma pagada per l'adquisició de béns i serveis de consum, i objectes de valor, ja siguin per ús propi o per regalar, realitzat durant l'estància a la destinació vacacional.

País de referència: país en el qual es realitza l'estudi.

Turisme receptor: engloba les activitats realitzades per un visitant no resident al país de referència com a part d'un viatge turístic.

Turisme emisor: activitats realitzades per un visitant resident fora del país de referència com a part d'un viatge turístic.

Turisme intern: activitats realitzades per un visitant resident en el país de referència com a part d'un viatge turístic.

Turisme nacional: Abarca el turisme intern i el turisme emisor. Són les activitats realitzades pels turistes residents dintre i fora del país de referència.

Turisme internacional: Inclou el turisme receptor i el turisme emisor.

Turista: visitant el viatge del qual inclou almenys una pernoctació.

Visitant: persona que viatja a una destinació principal diferent al seu entorn habitual, per una duració inferior a un any. Si no hi ha pernoctació, el visitant es cataloga d'excursionista.

ANNEX-3

El Govern aprova el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016

Aquest document defineix els principis bàsics del model turístic de Catalunya a mig termini, i també estableix les directrius a llarg termini amb l'any 2020 com a horitzó.

- **El Pla es basa en desenvolupar un model turístic amb criteris de competitivitat sostenible mantenint l'equilibri entre la quantitat i la qualitat del turisme.**

El Govern de la Generalitat ha presentat avui el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya per al període 2013-2016. Aquest document defineix els principis bàsics del model turístic de Catalunya a mig termini i orienta la política turística de tots els agents del sector, públics i privats, especialment la de la Generalitat de Catalunya. El document també estableix les Directrius Nacionals de Turisme amb l'any 2020 com a horitzó.

Catalunya és una de les principals destinacions turístiques mundials. Per mantenir la posició de lideratge ha d'adaptar-se al les noves realitats socials i econòmiques derivades dels canvis en la demanda turística i la competència amb altres destinacions. Les novetats en els sistemes d'informació i comunicació, la millora de la qualitat i anticipar-se a l'evolució futura del turisme són altres factors que el Pla aprovat avui té en compte. Tal com ha dit el conseller en roda de premsa "hem de mantenir el lideratge que avui té Catalunya".

El Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016 conté les pautes per desenvolupar un model turístic regit per criteris de "competitivitat sostenible". En aquest sentit, el conseller ha volgut remarcar que "Catalunya serà indústria o no serà. Però Catalunya ha de conciliar la seva vocació industrial amb la seva vocació turística i el fet de ser una zona estratègica".

Això és l'equilibri de la quantitat amb la qualitat del turisme, sent tractor d'un turisme de valor afegit que permeti assegurar-ne la seva continuïtat futura sobre la base de la sostenibilitat econòmica, mediambiental, cultural i social.

Per aconseguir-ho, cal una nova orientació en la governança del turisme, que permeti la participació i implicació de tots els agents turístics en l'orientació i consecució dels resultats previstos. En aquest sentit, la formulació del Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016 i les Directrius Nacionals de Turisme 2020 ja han comptat amb una àmplia participació i aportació d'agents públics i privats del sector turístic, a través d'entrevistes a persones clau del sector, taules de treball i enquestes i qüestionaris tant a professionals del sector turístic català i estranger.

El Pla Estratègic, les Directrius Nacionals i el Pla de Màrqueting Turístic conformen “l'Estratègia de Turisme 2020 de Catalunya”.

Pel que fa al Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya, presentat recentment, recordar que estableix les línies prioritàries per a la promoció turística de Catalunya. Aquest document és el reflex de com vol presentar-se i vendre's Catalunya al món. El pla assenyala una nova manera de treballar i de fer promoció turística, amb nous productes dissenyats segons les exigències i requeriments dels mercats, amb una col·laboració publico-privada més estreta i amb fórmules innovadores i al mateix temps rendibles.

Pla d'actuacions

El Pla Estratègic s'estructura a partir de les següents cinc Directrius Nacionals de Turisme que fonamenten l'estratègia turística de Catalunya en l'horitzó 2020:

1. Un projecte de país internacional. El turisme com a un dels fonaments del projecte nacional de Catalunya, amb una projecció cada cop més internacional.
2. Catalunya, destinació de destinacions. Catalunya, un conjunt harmònic de destinacions autònomes, sostenibles i competitives.
3. El producte, base del màrqueting. Una oferta de qualitat orientada a una demanda de qualitat.
4. Una direcció de turisme transversal. Intel·ligència, eficiència i influència transversal com a fonaments de la direcció general de Turisme.
5. Excel·lència. Formació, innovació, idiomes i noves tecnologies com a elements clau per a l'excel·lència.

Cada una d'aquestes grans directrius té vinculat un programa d'actuacions i uns objectius específics:

1. Programa de Governança. Per dur a terme el Pla Estratègic s'ha d'establir el marc de governança clar i efectiu i articular una política d'estat a llarg termini en matèria turística amb el compromís de tots els departaments de govern i de l'administració.

2. Programa de Destinacions. Aquest és el programa que ha d'assentar les bases del desenvolupament a l'espai turístic sota el model de competitivitat sostenible. Alguns dels objectius són crear nous instruments d'ordenació i planificació de l'ús de l'espai turístic, generar experiències pilot per crear nous models de destinacions intel·ligents, i augmentar la qualitat de l'experiència turística.

3. Programa de Producte. Desenvolupar una oferta de productes turístics diversificada, competitiva i sostenible que permeti competir en un entorn internacional i atreure un perfil de clients cada cop més segmentat i exigent.

4. Programa d'Administració i Gestió. Té com a missió adequar el model organitzatiu i les eines de gestió de l'administració de turisme amb criteris d'eficiència i eficàcia per assumir adequadament els reptes que planteja el Pla Estratègic.

5. Programa d'Excel·lència: elements com la formació, la tecnologia, la innovació, els idiomes i la responsabilitat social són alguns dels essencials que el programa proposa. La finalitat és posicionar Catalunya a l'avantguarda de les destinacions turístiques internacionals.