

**Disseny d'una metodologia per conèixer el perfil dels usuaris del turisme
rural a les comarques de Girona**

Nom : Laura Pozo Colomé

Assignatura : TFC

Curs: 2008-2009

Disseny d'una metodologia per conèixer el perfil dels usuaris del turisme rural a les comarques de Girona

Índex de continguts

AGRAÏMENTS.....	5
INTRODUCCIÓ	5
1.1 JUSTIFICACIÓ	6
1.2 OBJECTIU	6
1.3 METODOLOGIA I ETAPES DEL TREBALL	7
2. MARC CONCEPTUAL	9
2.1 TURISME RURAL	9
2.1.1 Història del turisme rural.....	10
2.1.2 Establiments de turisme rural	12
2.1.3 L' oferta del turisme rural a Espanya	14
2.2 CONSUMER BEHAVIOUR I MOTIVACIONS DEL TURISTA RURAL	16
2.3 DISSENY D' ENQUESTA I OBTENCIÓ DE DADES	17
2.3.1 Enquesta	18
2.3.2 Les enquestes periòdiques	21
2.3.3 Població i mostra.....	22
3. PROPOSTA DE METODOLOGIA	26
3.1 NECESSITATS D' INFORMACIÓ.....	26
3.2 DISSENY DE L' ENQUESTA	26
2.2.1 Primer model d' enquesta	26
3.2.2 Prova pilot.....	36
3.2.3 Enquesta definitiva.....	39
3.3 MOSTRA I RECOLLIDA DE DADES.....	46
4. CONCLUSIONS	51
5. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....	56
6. ANNEX	58

Índex de taules i gràfics

TAULES

Taula 1. Número places i d' establiments rurals a Espanya 14

Taula 2. Mostra 48

GRÀFICS

Gràfic 1. Número d' establiments rurals a Espanya..... 15

Gràfic 2. Número de places rurals a Espanya 16

AGRAÏMENTS

Durant l'elaboració d'aquest estudi moltes persones m'han ofert ajut i consells. En aquestes línies els dedico l'agraïment a totes elles:

Al tutor d'aquest treball el Dr. Jaume Guia pels seus consells, orientació i per tot el que m'ha aportat.

Al Dr. Germà Coenders, Sr. Dani Blasco i Sra. Emma Casademunt per facilitar-me la informació essencial per a la realització d'aquest treball.

A la Dra Magda Caparrós per atorgar-me aquest treball i confiar en mi en tot moment.

A les Sres. Noelia Ramírez i Sra. Beatriz Sánchez per la seva paciència.

A les meves companyes de la Universitat de Girona. La Silvia, la Georgina, la Cristina, la Sara, l'Anna, l'Iris i la Meritxell.

Als meus pares, la meva germana i a l'Enrique per animar-me en tot moment a seguir endavant.

INTRODUCCIÓ

En aquest treball final de carrera es vol determinar quins mètodes haurà de seguir l'Associació Turisme Rural Girona per conèixer el perfil del turista rural a les comarques gironines. En aquesta investigació es determina quin és el model d'enquesta a seguir i la seva correcta distribució.

Des de l'inici de l'elaboració d'aquest TFC (Treball Final de Carrera) l'Associació de Turisme Rural Girona i el Centre de Recerca i Innovació de les Indústries Turístiques (CRITT) han participat activament.

La idea d' aquest estudi va sorgir juntament amb la Dra. Magda Caparrós, Graduada Superior en Gestió Turística i tutora durant les pràctiques a l' Associació Turisme Rural Girona. Aquest estudi pretén ésser una eina que faciliti, a l' associació, futurs estudis sobre la seva demanda turística.

1.1 JUSTIFICACIÓ

Les raons que ens van dur a realitzar aquest TFC van ser molt diverses. D' una banda l' Associació Turisme Rural Girona, fins a dia d' avui, no tenia cap estudi vàlid sobre el comportament del turista rural a les comarques de Girona.

D' altra banda, tenia un gran interès personal per a realitzar un treball utilitari per l' associació i per tant que aquest TFC pugui esdevindre una eina per a propers estudis de perfil de la demanda de turisme rural a les comarques gironines.

L'associació tenia un gran interès en conèixer la tipologia de perfil del demandant que realitza turisme rural en la comarca de Girona. L' associació ja havia realitzat diferents estudis per conèixer el perfil del turista rural però l'índex de resposta sempre ha resultat molt baix. Per aquest motiu amb aquest estudi es vol investigar les diferents metodologies per saber com l' Associació haurà de dur a terme aquest estudi.

Donades les raons principals que ens van impulsar a realitzar aquest treball i tenint el recolzament de l' associació vam veure possible tirar endavant amb aquest estudi.

1.2 OBJECTIU

Els objectius principals de l' estudi han estat:

-L' elaboració d' una enquesta i el mètode de distribució d' aquesta.

1.3 METODOLOGIA I ETAPES DEL TREBALL

Arran del conveni de pràctiques entre la Universitat de Girona (UDG) i l' Associació de Turisme Rural Girona, vam realitzar aquest treball final de carrera (TFC) orientat a realitzar un estudi sobre quins mètodes haurà de seguir l' Associació Turisme Rural Girona per arribar a conèixer el perfil del turista rural a les comarques gironines.

Abans de començar l'estudi, vam consultar diferents fonts bibliogràfiques sobre turisme rural i estadística. Els llibres més rellevants van ser: "Introducción a la economía del turismo en España" de Pedreño Muñoz, 1996, "Investigación de mercados" de Miquel S, Bigné, Lévy, Cuenca i Miquel M.J 1996 i "Tècniques d' anàlisi turística" de Coenders, Renart, Val·losera i Xavardia, 2009. A més a més es va consultar diferents pàgines web sobre els diferents temes tant estadístics com de turisme rural que es tracten en aquest estudi.

Gràcies a "l' enquesta demanda Costa Brava-Pirineus" del Centre de Recerca i Innovació de les Indústries Turístiques(CRITT) i alguns membres de l' associació vam elaborar el primer model d' enquesta. I aquesta, va ser sotmesa a una prova pilot.

Una vegada realitzada la prova pilot, vam consultar amb en Dr. Coenders i d' acord amb la seva intervenció vam procedir a modificar i perfeccionar el qüestionari.

Finalment, vam desenvolupar un mètode de recollida de dades que l' associació podria fer servir per dur a terme un estudi sobre el perfil de la demanda dels usuaris turístics rurals.

Aquest estudi consta de dos blocs:

El primer bloc "Marc conceptual" el qual està dividit en tres epígrafs. Aquests són:

- Turisme rural.
- *Consumer behavior* i motivacions a la pràctica de turisme rural.
- Disseny i obtenció de dades.

➤ **Turisme rural**

En aquest primer epígraf trobem:

- La història del turisme rural.
- Els establiments del turisme rural.
- L'oferta de turisme rural a Espanya. En aquest últim apartat podem observar gràficament el número de places i d' allotjaments rurals a Espanya.

➤ **Consumer behavior i motivacions a la pràctica del turisme rural**

En aquest segon epígraf es defineixen els conceptes de:

- *Consumer behavior*.
- Motivacions a la pràctica de turisme rural.

➤ **Disseny i obtenció de dades**

Finalment en disseny i obtenció de dades es defineixen els conceptes de:

- Enquesta.
- Enquestes periòdiques.
- Població i mostra.

I per últim, el segon bloc "Proposta de la metodologia" està dividit en tres epígrafs més. Aquest són:

- Necessitats d' informació.
- Disseny de l' enquesta.
- Mostra i recollida de dades.

➤ **Necessitats d'informació**

En aquest apartat s' explica la necessitat de l' associació d' obtenir dades sobre el perfil del turista rural.

➤ **Disseny de l' enquesta**

A disseny de l' enquesta, es proposa el primer model d' enquesta, la qual va ser sotmesa a una prova pilot. Gràcies a la prova pilot vam refer el primer model d' enquesta i vam confeccionar l' enquesta definitiva.

➤ **Mostra i recollida de dades**

En aquest últim apartat s' especifica el número d' enquestes que es necessiten per dur a terme un estudi sobre demanda turística rural a les comarques de Girona i un possible mètode de recolliment de les dades.

2. MARC CONCEPTUAL

2.1 TURISME RURAL

Per l' OMT (Organització Mundial del Turisme), el terme "turisme rural" s' utilitza quan la cultura és un component clau del producte que s' ofereix. El tret distintiu del turisme rural és el desig d' oferir als visitants un tracte personalitzat i donar-los l' oportunitat de gaudir del entorn físic i humà de les zones rurals i la possibilitat de participar en les activitats tradicionals i estils de vida de la població local.

Des del punt de vista personal, el turisme rural és aquella tipologia de turisme la qual se sent atreta per l' entorn natural d' una regió on es pot gaudir de la pau, tranquil·litat, soledat i també de l' aventura.

2.1.1 Història del turisme rural

D'acord amb el llibre "Introducción a la economía del turismo en España" de Pedreño Muñoz, 1996 i l'article "El turisme en medi rural a les Illes Balears" de Colombram, 2007, l'origen del turisme rural no ha estat el mateix per a tots els països, ni comunitats autònomes; ambdós han desenvolupat una història pròpia amb uns trets característics.

Naixement del turisme rural a Europa

El turisme rural no és un fenomen molt recent; té una llarga història en alguns països europeus, fins i tot, en algun d'ells és una part molt important de la seva oferta turística. Com per exemple: França, Àustria o Alemanya. Aquests països han comprovat els beneficis que comporta aquesta tipologia de turisme.

L'evolució del turisme rural a Espanya és produeix amb força retard si la comparem amb altres territoris europeus, com poden ésser: Gran Bretanya, Irlanda i especialment França. Aquests fa més de 50 anys que van desenvolupar els allotjaments turístics típics com "Bed and Breakfast" (Anglaterra) i les "Farmhouse" (Irlanda). L'associació "The Irish Farm Holiday Association" per exemple, va ser fundada el 1966 o les marques "Logis et Auberges de France" creada en 1948 o "Gîtes de France" nascuda el 1955, a França.

El creixement més àlgid d'establiments rurals a Europa es troba a França, on la marca "Gîtes de France" engloba diferents modalitats d'explotació com són:

- Gîtes ruraux (casa rural)
- Chambre d'hôte (habitació d'hostes)
- Gîtes d'enfants (cases infantils)
- Camping à la ferme (càmping i granges)
- Gîtes d'étape (alberg d'etapes)

- Gîtes de séjour (alberg d'estada)
- Chalets-Loisir (xalets d'oci)

En canvi, a Alemanya el turisme de medi rural comença a la dècada dels 30 amb "*Sommerfriche*" (estiuieg) que consisteix en vacances al camp per preus assequibles.

D'altra banda, el turisme rural a Irlanda té els seus orígens en les visites familiars de descendents dels emigrants. A partir de 1963 va començar l'experiència "Farm holiday" com a activitat organitzada.

Per últim, el Regne Unit està considerat com un dels pioners del turisme rural a Europa. En un principi estava enfocat per a la seva pròpia població la qual des del segle XVII realitzava vacances al camp.

Naixement del turisme rural a Espanya

El turisme rural a Espanya, de la mateixa manera que en la resta del continent europeu, no parteix de zero, sinó que sempre ha existit com a tornada dels immigrants de les ciutats als pobles.

El turisme rural espanyol té els seus orígens als anys seixanta (1967) amb la creació del "Programa Vacaciones en Casas de Labranza" a càrrec del Ministerio de Agricultura y de la Subsecretaría de Turismo. Creat per tal d'ajudar en l'economia de l'agricultor, mantenint la seva explotació i llogant algunes de les habitacions de la seva llar per tal d'allotjar turistes i així donar pas al naixement del turisme rural tal i com avui dia el coneixem.

El Programa "Vacaciones en Casas de Labranza" es basava en conèixer directament amb la família d'agricultors, conèixer els seus treballs, problemes i conèixer així la seva manera de viure (Pedreño Muñoz, 1996).

Turisme rural a Catalunya

Catalunya va ser una de les primeres Comunitats Autònomes a Espanya que va regular el Turisme Rural, amb la finalitat de promoure els recursos turístics de les seves comarques, es va aprovar el Decret 365/1983, del 4 d' agost on es regula la modalitat d' allotjament "residència casa de pagès".

Durant els anys següents els propietaris de les residències cases de pagès van experimentar un gran increment de l' oferta i va ser per aquest motiu que es va crear el Decret 214/1995, 27 de juny on es regula la modalitat "residència casa de pagès" en tres grups: masia, casa de poble i allotjament rural independent.

El turisme rural ha experimentat un fort creixement en els darrers anys i també han canviat les motivacions dels consumidors (Pedreño Muñoz,1996).

2.1.2 Establiments de turisme rural

Segons la normativa vigent de la Llei 313/2006,de 25 de juliol, de turisme de Catalunya, els establiments de turisme rural és divideixen en dos grups, les cases de pagès i els allotjaments rurals (Generalitat de Catalunya. Decret 313/2006).

Casa pagès o establiment d' agroturisme: Les cases de pagès són establiments on el titular és un pagès o pagesa professional, que obté rendes agràries, ramaderes o forestals d'acord amb els criteris normatius del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca. Els turistes poden participar en les feines i activitats comunes de la vida del pagès.

Allotjament rural: habitatge on el titular no està obligat a obtenir rendes agràries ramaderes o forestals però ha de residir en la mateixa comarca o viure en el mateix habitatge,depenent de la modalitat.

- Dins de cada grup d'establiments existeixen quatre modalitats: les masies, les masoveries, les cases de poble compartides i les cases de poble independents.

Modalitats dels establiments de turisme rural:

Masia: Dintre d' aquesta modalitat trobem dues circumstàncies diferents:

- Masia (modalitat casa de pagès): Habitatge unifamiliar, fora del nucli de població situat en sí d' una explotació agrícola, ramadera o forestal, on el pagès o pagesa comparteix amb els usuaris turístics. Es lloga en règim d' habitacions i com a mínim en règim d' esmorzar.
- Masia (modalitat d'allotjament rural): Habitatge unifamiliar, fora del nucli de població que el titular comparteix amb els usuaris turístics. Es lloga en règim d' habitacions i com a mínim en règim d' esmorzar.

Masoveria: Dintre d' aquesta modalitat trobem dues circumstàncies diferents:

- Masoveria (modalitat casa de pagès): Habitatge unifamiliar, fora del nucli de població i ubicat a la mateixa explotació on es troba l' habitatge on hi viu el pagès o pagesa. Es lloga l' habitatge sencer, és a dir, la casa sencera.
- Masoveria (modalitat d' allotjament rural): És aquell habitatge unifamiliar, fora del nucli de població que es lloga en règim d' habitatge rural

Casa de poble compartida: Dintre d' aquesta modalitat trobem dues circumstàncies diferents:

- Casa de poble compartida (modalitat casa de pagès): Habitatge unifamiliar dins del nucli de població, que comparteix el pagès/sa amb els usuaris turístics i on es presta el servei d' allotjament en règim d' habitacions i, com a mínim d' esmorzar.

- Casa de poble compartida (modalitat d' allotjament rural): Habitatge unifamiliar dins del nucli de població, que comparteix el titular amb els usuaris turístics i on es presta el servei d' allotjament en règim d' habitacions i com a mínim d' esmorzar.

Casa de poble independent. Habitatge unifamiliar, en el nucli de població on es presta el servei d' allotjament en règim d' habitatge rural, és a dir el lloguer d' una casa complerta (Generalitat de Catalunya. Decret 313/2006).

2.1.3 L' oferta del turisme rural a Espanya

En la següent taula es mostren el número places i d' establiments rurals a Espanya per Comunitats Autònomes.

Taula 1. Número places i d' establiments rurals a Espanya

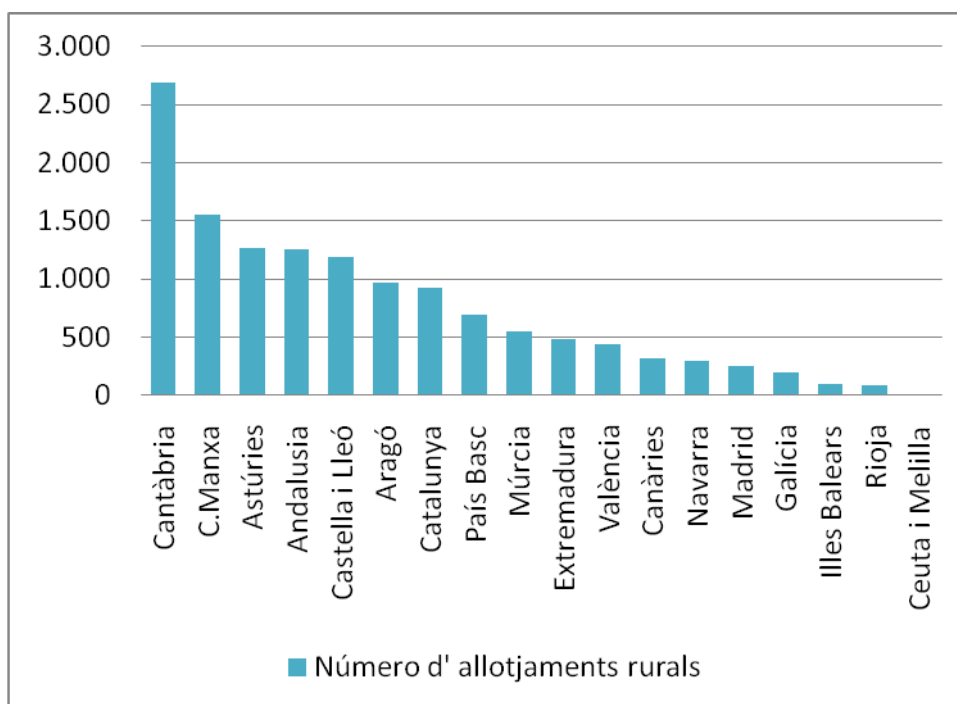
Comunitats Autònomes	Número d' allotjaments oberts	% Número d' allotjaments oberts	Número de places	% Número de places
Cantàbria	2.683	20,26	24.014	20,44
Castella -La Mancha	1.548	11,69	12.296	10,46
Astúries	1.268	9,57	10.904	9,28
Andalusia	1.250	9,44	9.791	8,33
Castella i Lleó	1.193	9,01	9.260	7,88
Aragó	970	7,33	7.285	6,2
Catalunya	927	7	8.315	7,08
País Basc	696	5,26	3.773	3,21
Múrcia	543	4,1	3.797	3,23

Disseny d'una metodologia per conèixer el perfil dels usuaris del turisme rural a les comarques de Girona

Extremadura	481	3,63	5.852	4,98
Comunitat valenciana	439	3,32	5.195	4,42
Canàries	316	2,39	5.314	4,52
Navarra	298	2,25	3.106	2,64
Madrid	246	1,86	2.687	2,29
Galícia	199	1,5	3.398	2,89
Illes Balears	96	0,73	1.659	1,41
Rioja	88	0,66	854	0,73
Ceuta i Melilla	-		-	
TOTAL	13.240	100%	117.500	100%

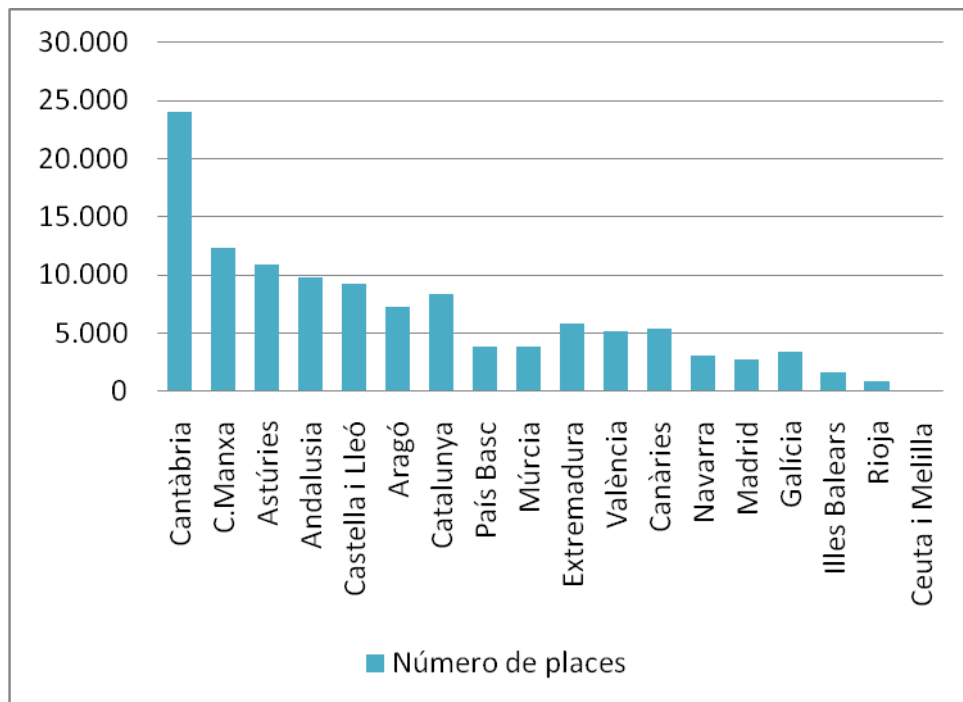
Font: INE Febrer 2009

Gràfic 1. Número d' establiments rurals a Espanya



Font: INE Febrer 2009

Gràfic 2. Número de places rurals a Espanya



Font: INE Febrer 2009

La taula 1 expressa el número d'allotjaments rurals i places que existeixen a Espanya. El quadre està ordenat de major a menor número d'establiments rurals. Podem observar que Catalunya, és la setena Comunitat Autònoma amb major número d'establiments rurals (927) i un total de 8.315 places. A més a més podem observar de manera gràfica les dades anteriors (veure gràfic 1 i 2).

2.2 CONSUMER BEHAVIOUR I MOTIVACIONS DEL TURISTA RURAL

El comportament del consumidor o "consumer behaviour" es pot definir com el comportament que mostren els consumidors alhora de buscar, comprar, fer servir, avaluar i/o posseir els productes o bé serveis per cobrir les seves necessitats.

L' objectiu de l' estudi sobre el comportament del consumidor serveix per conèixer les diferents característiques d' aquest. Els trets principals són els següents: què, per què, com, quan, on i amb quina freqüència compra (Swarbrooke i Horner ,1999).

La motivació és un concepte molt complex, cada persona té unes inquietuds diferents i per tant unes motivacions úniques. Així doncs, les motivacions que impulsen al turista rural són molt diverses. A grans trets, doncs podríem dir que les principals motivacions del turisme rural són el contacte amb l' entorn natural i totes les possibilitats que aquest ofereix (participar en activitats, realitzar esports d' aventura, fer exercici, fomentar el benestar, la salut personal,etc) o bé gaudir dels menjars típics, artesanía i música local, conèixer la història, cultura i/o llengua o fins i tot tenir contacte amb la població local.

Antigament però, el "turista rural tradicional" era aquella persona que escollia un allotjament en un espai rural per passar les seves vacances. Entre les seves principals motivacions destacaven el contacte amb la natura la tranquil·litat i la qualitat mediambiental. Avui dia però existeix una nova tipologia de turista rural, el "turista rural modern", les seves motivacions són molt diverses i moltes d' aquestes no tenen gaire a veure amb el turisme rural "tradicional". (Pedreño Muñoz ,1996)

2.3 DISSENY D' ENQUESTA I OBTENCIÓ DE DADES

En aquest apartat es defineixen els conceptes d' enquesta, la seva utilitat, tipus d' enquesta i les diferents etapes que s' han de tenir en compte alhora d' elaborar-ne una.

Gràcies a l' enquesta podem obtindre dades primàries mitjançant preguntes a les persones sobre les seves actituds, preferències, coneixements i comportament de compra.

2.3.1 Enquesta

L' enquesta es pot definir com un document necessari en el procés de comunicació entre l'entrevistador i l'entrevistat. Serveix de guia i la informació rebuda està totalment estructurada i homogènia. Així doncs, podríem definir l' enquesta com una eina imprescindible per a l' entrevistador consistent en una llista de preguntes que de no ser-hi, podria oblidar-se'n o bé canviar-ne l'ordre.

Més concretament, l' enquesta és el procediment que s' utilitza en la investigació de mercats per a obtenir informació mitjançant preguntes dirigides a una mostra d' individus representativa de la població. De manera que les conclusions obtingudes puguin generalitzar-se al conjunt de la població seguint els principis bàsics de la inferència estadística.

Existeixen diferents tipus d' enquestes, les més habituals són: enquestes "ad hoc" les quals es poden realitzar per correu, per via telefònica o personalment i les enquestes periòdiques: òmnibus, panell de consumidors, etc.

Les enquestes "ad hoc" són aquelles enquestes que es realitzen de forma ocasional i estan dissenyades específicament per obtindre una informació quantitativa de la qual no es disposa. Per tant, gràcies a les enquestes "ad hoc" s' aconsegueixen dades primàries.

Fases d' un estudi per enquestes

Les fases d' una enquesta són:

Fase de conceptualització (definició de conceptes que intentarem mesurar en el qüestionari).

- 1) Identificació de les necessitats de la informació: És a dir l' enquesta ha de donar resposta a la informació que volem trobar.

- 2) Definició d'objectius: En aquesta fase s' han de marcar els objectius que persegueix l' enquesta.

- 3) Consulta d' estudis similars: Si n' existeixen d' altres, s' han de consultar.

- 4) Recerca prèvia qualitativa: Per tal de comprendre el tema de l' estudi és necessari conèixer amb profunditat els diversos temes relacionats amb la matèria.

- 5) Definició conceptual i operativa de les variables a mesurar: El disseny del qüestionari ha de mesurar correctament les variables que ens interessin.

Fase pròpies de la recerca quantitativa:

- 6) Mètode de recollida de dades o treball de camp: El tipus de informació a recollir i la composició de la població ens determinaran si recollim les dades telefònicament, en persona, per correu, amb o sens l' ajut de mitjans electrònics. Si la població està geogràficament molt dispersa, fer enquestes personals a domicili pot tenir un cost prohibitiu.

Les activitats bàsiques que es duen a terme durant aquesta etapa són: contactar amb els entrevistats, realització del qüestionari i registrar la informació i entregar-la. Durant aquesta etapa és molt important la supervisió del treball. Un procediment molt habitual és el control telefònic de la realització de l' entrevista o bé repetir algunes preguntes per verificar el grau la realització efectiva de l' enquesta.

7) Selecció dels formats de la pregunta i escales de resposta: Abans de dissenyar el qüestionari haurem de decidir com mesurarem les variables en el sentit de quines seran les respostes possibles. Ho farem amb escales de "sí o no", d'acord o de desacord, puntuació sobre 10 punts? Això tindrà aplicacions sobre el caràcter numèric o qualitatiu de les variables resultants. També caldrà tenir en compte la manera d' administrar el qüestionari.

8) Redacció de les preguntes. Consistirà amb l' acció de redactar la informació que es desitja saber de forma interrogativa.

9) Ordenació de les preguntes i confecció del qüestionari. Aquesta etapa inclou ordenar les preguntes anteriors en una seqüència i que tingui sentit.

10) Prova pilot del qüestionari: Abans de realitzar l' enquesta convé realitzar una prova eficaç i les necessaries modificacions de l' enquesta. Mitjançant una petita prova podem detectar possibles errors. Gràcies a aquesta prova podem saber si l' enquesta s' entén, si està ben codificada, si segueix un ordre lògic,etc.

11) Definició de població: Durant aquesta etapa hem de conèixer quina la població es tracta. La població són tots i cadascun dels individus o elements dels quals es vol obtindre informació.

12) Selecció de la mostra: En aquesta etapa s' ha de decidir quin sector de la població serà entrevistat (jubilats, estudiants, etc).

13) Recollida de dades: Segons la metodologia que fem servir tindrà una repercussió molt gran sobre l' error de no resposta. (Coenders, Germà)

2.3.2 Les enquestes periòdiques

Les enquestes periòdiques són un mètode estàtic, el procés de la investigació està centrat en la recerca d' una informació molt específica. Es realitza, per tant, en un moment molt concret del temps. Existeixen determinades tipologies d' enquestes periòdiques les quals es caracteritzen per la seva periodicitat en la recollida de la informació. Aquestes són el panell i la enquesta òmnibus.

L' enquesta òmnibus és una enquesta periòdica és caracteritza per ser un qüestionari tancat multi temàtic i per compartir preguntes per diferents estudis. Aquesta tipologia d' enquesta suposa un baix cost.

El panell és un mètode dinàmic de recollida de la informació que sorgeix amb la iniciativa d' una empresa. Aquesta empresa selecciona una mostra constant representativa d' una població i gràcies a aquesta, es pot seguir l'evolució de les diferents respostes en el temps. La recollida de la informació es realitza principalment a través de les noves tecnologies, però també es poden recollir a través del correu postal, via telefònica, visita personal, etc.

Etapas del panell:

- Selecció de la mostra: La mostra ha de ser constant, els individus de la mostra han de comprometre's amb l' investigador. Normalment la mostra s'inscriu a través d' una trucada telefònica, assegurant-se que pertany al públic objectiu. A més a més s' expliquen els objectius i es sol·licita la seva col·laboració.

- Compromís dels individus que formen el panell: Per garantir la permanència del panell s' acostuma a compensar als individus que formen part dels panells amb regals, premis, etc.

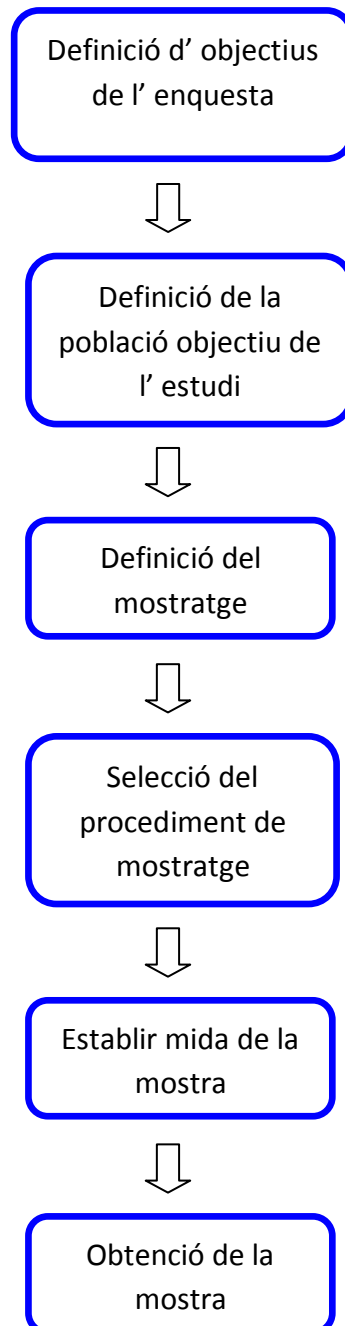
- Mètodes de registre i recollida de la informació: Depenent del tipus de panell existeixen diferents mètodes de registre de la informació. Per exemple una enquesta (Miquel Salvador,1996).

2.3.3 Població i mostra

D'acord amb els autors Miquel S, Bigné, Lévy, Cuenca i Miquel M.J podríem definir població com el conjunt d' individus o elements dels quals es vol obtindre informació. Aquests conjunt d' elements han de reunir les característiques de l' estudi.

Per poder extreure conclusions sobre la població es necessita conèixer quina serà la mostra, així doncs, la mostra és el conjunt reduït d'individus o elements d' una població, escollits per obtindre informació sobre aquests i generalitzar-la a la resta de la població.

Procés de la mostra:



- **Definició d'objectius de l'enquesta:** La primera fase en el disseny d'una investigació mitjançant una enquesta comença amb la delimitació de les qüestions o matèries a investigar, elaborant un llistat amb els temes sobre els quals volem obtenir informació. Per fer una bona recerca haurem de:

1. Consultar amb els experts; conversar i discutir amb les persones que puguin aportar idees.
2. Buscar i analitzar dades ja disponibles.
3. Realitzar una recopilació de informacions addicionals mitjançant tècniques exploratòries: entrevistes en profunditat, grups de discussió, etc.

- **Definició de la població objectiu de l' estudi:**

Per dur a terme el procés de mostratge és necessari la identificació dels elements mostrals, de les unitats de mostratge, que configuren la població de l' estudi.

- **Definició del mostreig:** És el procés mitjançant el qual es tria una mostra de la població.
- **Selecció del procediment de mostreig.** A continuació es cita els mostreigs més comuns:

Mostreig aleatori simple:

El mostreig aleatori simple té la propietat que tots els individus de la població tenen la mateixa possibilitat de ser escollits per tal de formar la mostra. Per exemple, si ens interessa escollir una mostra aleatòria de 5 dels 287 establiments rurals que té l' associació haurem d' utilitzar una taula de número aleatoris, ja sigui amb la calculadora o bé amb programes informàtics com són: *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) o fulles de càlcul (Microsoft Excel).

Mostratge sistemàtic

Com el seu nom indica, aquest tipus de mostreig tria els individus de la població per mitjà de l'aplicació d'una forma sistemàtica de la informació. És necessari disposar d'un llistat o cens d'individus. En aquest cas s'opera de la següent manera:

- a) Una vegada es disposa de la llista d'elements i s'ha assignat a cada element un nombre d'identificació, es calcula el coeficient d'elevació ($ce=N/n$). Per exemple, si es vol realitzar un estudi sobre la satisfacció dels clients de l'Associació Turisme Rural Girona i es disposa d'un llistat de 2.000 persones ($N=2.000$) i per conveniències de representativitat es decideix seleccionar 50 clients ($n=50$), llavors el coeficient d'elevació seria de 40. [És a dir, aquest és el resultat de la divisió de 2.000 entre 50.]
 - b) S'ha de generar un número aleatori entre 0 i 1, multiplicar-lo per N/n , i el resultat arrodonir-lo a l'alça. Per exemple, si el número aleatori és 0,199, aquest número s'ha de multiplicar pel coeficient d'elevació, per tant, $0,199 \times 40 = 7,96 (\approx 8)$. Aquest número indicarà la posició del primer element que s'ha de seleccionar per formar la mostra. Això significa que la persona 8 de la llista serà el primer element de la mostra.
 - c) Les successives eleccions s'efectuen sumant el número aleatori (multiplicat pel coeficient d'elevació), en el nostre cas 8, al coeficient d'elevació tantes vegades com elements de la població hàgim decidit seleccionar. En el nostre cas haurem d'entrevistar els clients: 8, 48 ($40+8$), 88 ($48+40$), 128 ($88+40$) etc. [Per més claredat, el primer establiment rural seleccionat de la llista és el número 8, aquest número el sumarem al coeficient d'elevació (40) tantes vegades com faci falta, fins arribar al número d'establiments rurals que necessitem, en aquest cas 50].
- **Establir mida de la mostra:** S'ha d'establir la mida de la mostra que es vol observar.

- **Obtenció de la mostra:** És a dir, triar el subconjunt de la població.

3. PROPOSTA DE METODOLOGIA

3.1 NECESSITATS D' INFORMACIÓ

- **Objectius i necessitats de la informació:**

Per la associació, l'element bàsic és conèixer als seus clients per tal de prendre decisions disminuint riscos. Per tant, aquest estudi els pot ajudar per saber quina metodologia han de seguir per portar-lo a terme.

Per tal de dur a terme l' estudi sobre la demanda turística és imprescindible determinar d' una manera adequada el procediment mostral que s' utilitzarà, en el nostre cas, serà un panell. Vam decidir realitzar un panell perquè ens vam trobar dificultats en la participació d' algunes de les cases de l' associació i així podem mantenir la mateixa mostra en un període de temps, en el nostre cas un any. Així doncs, gràcies al panell es pot seguir l'evolució de les diferents respostes en el temps.

3.2 DISSENY DE L' ENQUESTA

2.2.1 Primer model d' enquesta

El primer model d'enquesta té un total de 32 preguntes de caràcter demogràfic i socioeconòmic (edat, estudis, professió, procedència,...), sobre el comportament del turista durant la seva estada en l' allotjament rural i d' altres preguntes en relació a la motivació per a la pràctica de turisme rural.

Durant el procés d' elaboració vam consultar d' altres enquestes i ens vam ajudar de "L' enquesta demanda Costa Brava-Pirineus" del CRITT. Una vegada redactada

vam realitzar una sessió de discussió amb alguns membres de l' associació per tal de modificar-la.

A continuació es mostra el primer model d' enquesta en català dins de l' apartat del annex, podem trobar el model d' enquesta traduïda en els diferents idiomes: castellà, anglès i francès.

Primer model d' enquesta:

ENQUESTA DEMANDA TURISME RURAL GIRONA

Nadal 2008/Setmana Santa 2009

1. Onada

- Nadal 2008
- Setmana Santa 2009

2. Localitat on es realitza l' enquesta

3. Casa rural des d' on es realitza l' enquesta

4. Comarca

- Alt Empordà
- Baix Empordà
- Cerdanya
- Garrotxa
- Gironès
- Pla de l' Estany
- Ripollès
- La Selva

Les primeres preguntes (des de la pregunta 1 a la 4) del qüestionari les vam realitzar per tal de conèixer la temporada (actualment a l' associació l' interessa conèixer els períodes de Nadal i Setmana Santa) i l' ubicació del allotjament rural on el turista realitzaria les seves vacances. Trobem quatre preguntes, dos d' elles són preguntes tancades (pregunta 1 i 4) on l' enquestat ha d' escollir una resposta d' entre un conjunt d' alternatives. Les altres dues preguntes restants (preguntes 2 i 3), són preguntes obertes, on el turista ha de contestar amb les seves pròpies paraules la casa rural on es troba i la seva ubicació.

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL VIATGE

5. **Amb quin mitjà de transport ha vingut?**

- Vehicle propi
- Avió
- Tren
- Altres

Especifiqueu

6. **Si no ha vingut amb vehicle propi, quin mitjà de transport utilitza per moure's pel territori?**

- Vehicle de lloguer
- Tren
- Autobús
- Altres

Especifiqueu

7. **Havia vingut abans a una casa rural de la província de Girona?**

- Sí
- No

On?

8. **Si ja havia estat abans a una casa rural de la província de Girona, quantes vegades?**

- 1 vegades
- 2 vegades
- 3 vegades
- + de 3 vegades

9. **Quants dies ha estat a la província de Girona de vacances?**

- De 1 a 3 dies
- Entre 4 i 7 dies
- Entre 8 i 15 dies
- Entre 16 i 30 dies
- Més de 30 dies

10. **Si no hagués vingut a un establiment rural, on hauria anat?**

11. **Quina ha estat la duració de la seva estada a la casa rural?**

- 1 a 3 dies
- Entre 4 i 7 dies
- Entre 8 i 15 dies
- Entre 16 i 30 dies
- Més de 30 dies

12. **Quin tipus d'allotjament rural heu utilitzat?**

- Casa rural independent
- Lloguer d'habitacions

13. Què ha visitat?

Costa Brava

- Cap de Creus
- Sant Pere de Rodes
- Cadaqués
- Aiguamolls de l' Empordà
- Empúries
- Poblacions medievals de l' Empordanet.
- La Bisbal - ceràmica
- Triangle Dalinià
- Illes Medes
- Begur/ Calella/ el Far de Sant Sebastià
- Tossa de Mar
- Jardins botànics Costa Brava
- Santa Maria de Vilabertran
- Peralada
- Torroella de Montgrí
- Girona - Cal Jueu
- Estany de Banyoles
- Les Guillerries
- Altres

Especifiqueu

Pirineus de Girona

- Parc volcànic de la Garrotxa
- La Fageda d' en Jordà
- Santa Pau/Besalú
- Olot
- Santuari de Núria
- Ripoll
- Sant Joan de les Abadesses
- Vall de Camprodon
- Beget
- La Molina-Masella
- Puigcerdà
- Llívia
- Altres

Especifiqueu

14. Té previst visitar altres indrets de Catalunya durant aquestes vacances?

Especifiqueu

El segon apartat de l' enquesta és "característiques general del viatge" on es realitzen preguntes sobre el mitjà de transport, temps d' estada i indrets que ha visitat. Les preguntes 5, 6 , 7 i 13 són preguntes mixtes on es combina en una mateixa pregunta l' opció de respondre entre un conjunt d' alternatives (pregunta tancada) o bé contestar al final de les alternatives amb les seves pròpies paraules i expressar les idees que consideri adequades a la pregunta. Vam formular d' aquesta manera aquestes preguntes perquè vam creure que només amb la part tancada de la pregunta no obtindríem la informació que desitjavem.

Per exemple imaginem que la pregunta 5 la respon un senyor barceloní que ha arribat a l' allotjament rural amb el seu vehicle propi, al contestar la pregunta, respondria amb una creu a l' alternativa: vehicle propi. Però ens podem trobar que aquesta mateixa pregunta la respon una senyora jubilada, que ha arribat a l' allotjament rural amb autobús, llavors, aquesta senyora respondria al final d' aquesta pregunta a l' apartat "especifiqueu": Autobús.

- **Amb quin mitjà de transport ha vingut?**

- Vehicle propi
- Avió
- Tren
- Altres

Especifiqueu

Les preguntes 8, 9, 11 i 12 són preguntes tancades on l' enquestat només pot respondre amb una creu l' alternativa que s' adapti a la seva resposta.

Les preguntes 10 i 14 són preguntes obertes. Amb la pregunta 10 es vol saber si la persona que realitza la enquesta no hagués anat a un allotjament rural on hauria passat les seves vacances. En canvi, la pregunta 14 fa referència a si el turista té previst visitar altres indrets de Catalunya.

MOTIVACIONS I SATISFACCIÓ

15. Quins aspectes ha tingut en compte per escollir un allotjament rural?

- Atmosfera relaxada
- Possibilitat de descansar
- Aire fresc i contacte amb la natura
- Bellesa de l'entorn
- Lloc poc aglomerat
- Possibilitat de realitzar activitats a l'aire lliure
- Possibilitat de contemplar monument o arquitectura típica
- Realitzar activitats culturals (museu, teatre...)
- Folklore (fires, festes majors...)
- Agroactivitats (participar en feines del camp i de la granja)
- Degustar menjar típic
- Possibilitat de conviure amb amics
- Possibilitat de relacionar-se amb la gent del lloc
- Possibilitat de conèixer gent nova
- Possibilitat de viatjar amb nens
- Possibilitat de viatjar amb animals
- Distància del viatge raonable
- Preu
- Altres

16. Valori d' 1 a 5 els següents aspectes durant la seva estada.

1-Molt malament

2-Malament

3-Normal

4-Bé

5-Molt bé

- Bellesa de l'entorn
- Atmosfera relaxada
- Relació qualitat/preu
- Allotjament
- Gastronomia
- Oferta d'activitats a la casa
- Oferta activitats de l'entorn
- Oferta patrimoni (monuments, museus, runes...)
- Oferta d'espectacles
- Tracte/hospitalitat
- Informació
- Facilitat de comunicació/idiomes
- Clima
- Comunicacions (transport i carreteres)
- Senyalització

17. En termes generals com valora la seva estada

- Molt bé
- Bé
- Normal
- Malament
- Molt malament

Especifiqueu

L' apartat "motivacions i satisfacció" conté un total de tres preguntes (15,16 i 17). La pregunta 15 és una pregunta mixta i serveix per conèixer els aspectes pels quals el turista ha escollit un allotjament rural. D' altra banda, la pregunta 16 i 17 serveixen per conèixer el grau de satisfacció durant la seva estada. La pregunta 16 és una qüestió on l' entrevistat ha de valorar del 1 (puntuació més baixa) al 5 (puntuació més alta) els diferents aspectes que es proposen com a resposta. La pregunta 17 és una qüestió valorativa.

HÀBITS DE CONSUM I DESPESA

18. Com ha conegut l' allotjament rural on es troba?

- Per altres viatges realitzats
 - Recomanació amic/familiar
 - Agència de viatges
 - Guia Turisme Rural Girona 2009
 - Guia de viatges
 - Premsa
 - Ràdio
 - TV
 - Fires de turisme
 - Oficina d' Informació turística
 - Internet
- A través de quina web?

Altres

Especifiqueu

19. Com ha reservat el seu viatge?

- Agència de viatges convencional
- Reserva directa amb l' establiment via telefònica

- Reserva directa amb l' establiment via e-mail
- Central de reserves telefònica

Especifiqueu quina:

Central de reserves on-line

Especifiqueu quina:

Altres

Especifiqueu

20. Quins serveis ha contractat per internet?

- Transport
- Allotjament
- Activitats
- Altres

Especifiqueu

21. Quina preveu que serà la despesa total (transport + allotjament + mantenció + activitats...) del seu viatge?

22. Especifiqui quina despesa (%) ha consumit directament en el territori (el total ha de donar 100)

_____ Transports locals

_____ Allotjament

_____ Alimentació

_____ Activitats

_____ Compres

_____ Altres

“Hàbits de consum i despesa”, aquest apartat és sens dubte, la part més delicada del qüestionari i on segurament els enquestats siguin més sensibles alhora de contestar. Dins d' aquest apartat trobem cinc preguntes. Les preguntes 18, 19 i 20 fan referència a com ha conegut l' allotjament rural, com ha reservat el viatge i quins serveis ha contractat per internet. Totes elles són preguntes mixtes. En canvi, les preguntes 21 i 22 tracten sobre la despesa que preveu que realitzarà durant la seva estada. La pregunta 21 és una pregunta

oberta on l'entrevistat pot contestar obertament. En canvi, en la pregunta 22 l'enquestat ha d'especificar en percentatge la despesa que ha consumit en el territori.

PERFIL DEL TURISTA

23. Lloc d'origen

- Barcelona
- Catalunya
- Espanya
- França
- Gran Bretanya
- Alemanya
- Holanda
- Bèlgica
- Itàlia
- Rússia
- Altres

Especifiqueu quin

24. Catalunya

- Alt Camp
- Alt Empordà
- Alt Penedès
- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Anoia
- Bages
- Baix Camp
- Baix Ebre
- Baix Empordà
- Baix Llobregat
- Baix Penedès
- Barcelonès
- Berguedà
- Cerdanya
- Conca de Barberà
- Garraf
- Garrigues
- Garrotxa
- Gironès
- Maresme
- Montsià
- Noguera

- Osona
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Pla de l'Estany
- Pla de l'Urgell
- Priorat
- Ribera d'Ebre
- Ripollès
- Segarra
- Segrià
- Selva
- Solsonès
- Tarragonès
- Terra Alta
- Urgell
- Val d'Aran
- Vallès Occidental
- Vallès Oriental

25. Espanya

- Andalusia
- Aragó
- Astúries
- Balears
- Canàries
- Cantabria
- Castella-La Manxa
- Castella-Lleó
- Euskadi
- Extremadura
- Galícia
- Madrid
- Múrcia
- Navarra
- La Rioja
- València

26. Edat de l' enquestat

- 18-29
- 30-50
- 51-64
- +65

27. Composició del grup del viatge

- Sol
- Parella
- Família amb fills fins a 12 anys
- Família amb fills entre 13 i 17 anys
- Família amb fills + 18 anys
- Grup d' amics
- Altres

Especifiquen

28. Professió

- Per compte propi
- Per compte aliè
- Estudiant
- Jubilat
- No treballa

29. Per compte propi

- Agricultor, ramader explotació de no més d' 1 assalariat
- Agricultor, ramader de gran explotació
- Autònom
- Empresari petit negoci (1-5 treballadors)
- Empresari gran negoci (6 o més treballadors)
- Professional amb carrera de compte propi (metge, advocat...)sense treballadors o menys de 6 treballadors

30. Per compte aliè

- Membre de la direcció amb 5 o menys subordinats
- Membre de la direcció amb més de 5 subordinats
- Professional amb carrera assalariat (metge...)
- Mando intermig (encarregat, cap de secció...)
- Administratiu/funcionari
- Serveis (venedors, representants, cambrers...)
- Treballador manual qualificat
- Treballador manual no qualificat

31. Nivell d' estudis

- Sense estudis
- Primaris sense certificat
- Certificat d' escolaritat- Estudis primaris acabats
- Estudis secundaris
- Titulació grau mitjà
- Titulació grau superior

32. Gènere

- Home
- Dona

Gràcies per la seva col·laboració

L'últim apartat del qüestionari serveix per conèixer el lloc d' origen, l' edat, en nivell d' estudis, la professió i el sexe del enquestat. La majoria de les preguntes d' aquesta part són preguntes tancades (preguntes 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31 i 32) són preguntes tancades, la resta de preguntes (pregunta 23 i 27) són preguntes mixtes.

3.2.2 Prova pilot

Durant els períodes de Nadal, del mes de març i Setmana Santa es va realitzar la prova pilot on es van recollir un total de 23 enquestes. La realització d' aquesta, es va fer en persona per tal d' obtenir informació visual.

Es van visitar un total de cinc cases rurals. Aquestes van ser:

- El Turrós, Argelaguer
- Mas Espuella, Argelaguer
- Mas de la Casica, Argelaguer
- Can Carreras del mas, Bordils
- Mas de la roda, Bordils

Però només es va obtindre la resposta de tres establiments rurals. Aquests van ser:

- El Turrós, Argelaguer
- Can Carreras del mas, Bordils
- Mas de la roda, Bordils

Les raons per les quals només es va obtindre resposta de tres establiments rurals va ser perquè en els altres dos allotjaments rurals (Mas Espuella i Mas la Casica) en aquells moment no hi havia clients o bé si n' hi havia però el propietari no volia que fossin entrevistats.

A més a més de realitzar l' enquesta als turistes, les vam realitzar als diferents propietaris que ens van ajudar a millorar algunes de les preguntes.

Durant la prova pilot ens vam trobar amb tres problemes força importants. Aquest van ser: la capacitat d' acolliment de turistes, la llunyania entre casa i casa i l' ubicació d' aquestes. A continuació s' explica més detalladament aquests tres problemes.

Volíem aconseguir el major número d' enquestes possibles per poder confeccionar un millor qüestionari però ens vam adonar que això suposava un cost econòmic molt elevat. Els allotjaments rurals tenen una capacitat d' acolliment molt baixa, és a dir, poden albergar molts pocs turistes. Quan vam realitzar la prova pilot moltes vegades ens trobavem amb el propietari i ens comentava que tan sols tenia una o dues habitacions llogades. Per tant, per cada allotjament rural podiem realitzar la prova a una o bé dues famílies.

Un altre dels problemes fou la llunyania entre els diferents allotjaments rurals. Les cases rurals estan molt disperses entre elles.

A vegades en un mateix poble existeixen un conjunt de cases rurals però estan ubicades en valls, muntanyes, veïnats, carreteres... La majoria d' aquestes són molt difícil trobar-les perquè no tenen una adreça específica, és a dir, carrer i número. Moltes de les adreces no apareixen als mapes ni tampoc als sistemes de GPS. Gran part de les cases rurals les vam trobar gràcies a l' ajut dels veïns que ens van indicar com arribar-hi.

Com ja s' ha comentat abans, es necessitava aconseguir un gran número d' enquestes per millorar el qüestionari. Les enquestes que es van aconseguir personalment no eren suficients per canviar el primer model d' enquesta, per això vam aprofitar la meua estada a les pràctiques a l' Associació de Turisme Rural

Girona per enviar a través del correu electrònic el primer model d' enquesta a diferents allotjaments rurals. Aquestes van ser:

- Niu dels Falcons, la Molina
- Can Pujol, Serra d' Aro
- Pahissa de Can Abras, Cassà de la Selva
- Mas Vinyoles, Sant Mateu del Montnegre
- Can Varilla, Ridaura
- Can Maholà, Beuda

Gràcies a totes les cases col·laboradores les quals van imprimir l' enquesta i van repartir-les als seus clients, i les diferents visites que vam realitzar en tres establiments rurals vam aconseguir un número suficient d' enquestes per modificar el primer model d' enquesta.

La prova pilot la vam realitzar amb dues finalitats, d' una banda, comprovar el qüestionari i obtindre informació visual gràcies a la nostra presència l' entrevista. Durant aquesta fase del nostre estudi vam obtindre valuoses idees que d' una altra manera no les haguérem obtingut. L' observació personal de les reaccions durant la formulació del qüestionari van ser molt útils per la nova reformulació d' algunes preguntes.

Quan vam tenir el qüestionari definitiu totalment redactat, el vam sotmetre al control d' un especialista (en Dr. Germà Coenders) perquè fes les consideracions que cregués oportunes. Finalment vam tornar formular algunes preguntes que eren ambigües, vam afegir-ne algunes i vam eliminar d' altres.

3.2.3 Enquesta definitiva

Finalitzada la prova pilot, vam procedir a realitzar l' enquesta definitiva.

La present enquesta ha sigut realitzada per l' Associació Turisme Rural Girona. El seu objectiu és obtenir informació sobre els usuaris turístics rurals a les comarques de Girona.

ENQUESTA DEMANDA TURISME RURAL GIRONA

Nadal 2008/Setmana Santa 2009

1. Data d' entrada:

2. Data de sortida:

3. Casa rural des d' on es realitza l' enquesta

Ex: Can Puig (Donar ja emplenat)

- Com és pot observar, abans de la redacció de qualsevol pregunta vam afegir una petita introducció sobre qui efectua l' enquesta (Associació Turisme Rural Girona) i el seus objectius principals.
- Vam canviar la primera pregunta del qüestionari inicial. La primera pregunta de l' antic qüestionari, el client se li demanava escollir la onada en la qual feia l' enquesta, podia triar entre Nadal o bé Setmana Santa. Finalment, ho vam canviar per "data d' entrada i data de sortida", d' aquesta manera obtindríem uns resultats més específics.
- La pregunta 3. "casa des d' on es realitza l' enquesta" no la vam modificar perquè abans que el client realitzi l' enquesta ja estarà emplenat.
- L' última pregunta, la 4, del inicial qüestionari la vam eliminar perquè és una pregunta que sabent la casa rural des d' on es realitza l' enquesta, es pot saber la comarca i a més a més el poble on està ubicat l' allotjament rural.

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL VIATGE

4. Amb quin mitjà de transport ha vingut?

- Vehicle propi
- Vehicle de lloguer
- Avió
- Tren
- Autobús
- Altres

Especifiqueu

5. Si no ha vingut amb vehicle propi, quin mitjà de transport utilitza per moure's pel territori?

- Vehicle de lloguer
- Tren
- Autobús
- Bicicleta
- Altres

Especifiqueu

6. Havia vingut abans a una casa rural de la província de Girona?

- Sí
- No

On?

7. Si ja havia estat abans a una casa rural de la província de Girona, quantes vegades?

- 1 vegades
- 2 vegades
- 3 vegades
- + de 3 vegades

8. Si no hagués vingut a un establiment rural, on hauria anat?

9. Quin tipus d'allotjament rural heu utilitzat?

- Casa rural independent
- Lloguer d'habitacions

10. Què ha visitat durant la seva estada a la casa rural?

Costa Brava

- Cap de Creus
- Sant Pere de Rodes
- Cadaqués
- Aiguamolls de l'Empordà
- Empúries
- Poblacions medievals de l'Empordanet.
- La Bisbal - ceràmica
- Triangle Dalinià
- Illes Medes
- Begur/ Calella/ el Far de Sant Sebastià
- Tossa de Mar
- Jardins botànics Costa Brava
- Santa Maria de Vilabertran
- Peralada
- Torroella de Montgrí
- Girona - Cal Jueu
- Estany de Banyoles
- Les Guilleries
- Altres

Especifiqueu

Pirineus de Girona

- Parc volcànic de la Garrotxa
- La Fageda d'en Jordà
- Santa Pau/Besalú
- Olot
- Santuari de Núria
- Ripoll
- Sant Joan de les Abadesses
- Vall de Camprodon
- Beget
- La Molina-Masella
- Puigcerdà
- Llívia
- Altres

Especifiqueu

- Dins de la pregunta 4 del present qüestionari s' ha afegit dues alternatives més de resposta, aquestes són: vehicle de lloguer i autobús. Després de la prova pilot ens vam adonar que els turistes estrangers acostumaven a arribar amb avió a l' aeroport de Girona o Barcelona i després llogaven un vehicle per arribar fins l' allotjament rural. Gran part dels turistes als quals vam realitzar la prova pilot feien servir el vehicle propi. De la mateixa manera, a la pregunta 5 (del nou qüestionari), la qual fa referència en com el turista es mou pel territori, vam afegir una nova alternativa, aquesta va ser "bicicleta". Les preguntes 9 i 11 del antic qüestionari on es demanava els dies que el turista havia estat en l' allotjament rural, les vam eliminar perquè amb les preguntes 1 i 2 del nou qüestionari "data d' entrada i de sortida" podem saber quants dies el turista ha estat de vacances a l' allotjament. A més a més vam eliminar la pregunta 14 de l' antic qüestionari, aquesta pregunta feia referència a si el turista visitaria altres indrets de Catalunya durant les vacances. Aquesta pregunta era massa àmplia i quan vam realitzar la prova pilot moltes persones no sabien que contestar.

MOTIVACIONS I SATISFACCIÓ

11. Quins aspectes ha tingut en compte per escollir un allotjament rural?

- Segons l'entorn:

	Sí	No
Atmosfera relaxada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de descansar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aire fresc i contacte amb la natura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bellesa de l'entorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lloc poc aglomerat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de realitzar activitats a l'aire lliure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agroactivitats (participar en feines del camp i de la granja)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Segons la zona:

	Sí	No
Possibilitat de contemplar monument o arquitectura típica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realitzar activitats culturals (museu, teatre...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Folklore (fires, festes majors...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Degustar menjar típic	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de relacionar-se amb la gent del lloc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de conèixer gent nova	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Segons l'allotjament

	Sí	No
Possibilitat de conviure amb amics	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de viatjar amb nens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilitat de viatjar amb animals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Altres Especifiqueu		

Disseny d'una metodologia per conèixer el perfil dels usuaris del turisme rural a les comarques de Girona

12. Marqui amb una creu els següents aspectes durant la seva estada.

MM-Molt malament

M-Malament

N-Normal

B-Bé

MB-Molt bé

Exemple:

MM M N B MB

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

MM M N B MB

Bellesa de l'entorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Atmosfera relaxada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Relació qualitat/ preu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Allotjament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Gastronomia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Oferta d'activitats a la casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Oferta d'activitats de l'entorn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Oferta patrimoni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Monuments, museus, runes...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Oferta d'espectacles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
----------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Tracte/hospitalitat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Informació	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Facilitat de comunicació/idiomes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
----------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Clima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Comunicacions (transport i carreteres)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Senyalització	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

13. En termes generals com valora la seva estada

MM M N B MB

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

- La pregunta 11 sobre “motivacions i satisfacció” es va canviar per una pregunta dicotòmica, és a dir, l’ entrevistat té dues opcions a contestar sí o no. D’ aquesta manera, l’ entrevistat ha de contestar a totes les alternatives possibles. Vam creure convenient realitzar preguntes dicotòmiques perquè en l’antic qüestionari els enquestats només es llegien les primeres alternatives proposades. Les preguntes 12 i 13 vam afegir una petita taula on els enquestats han de fer una creu a la opció que millor s’ adapti a la seva resposta. Les possibles respostes són: molt malament, malament, normal, bé o molt bé.

HÀBITS DE CONSUM I DESPESA

14. Com ha conegut l’ allotjament rural on es troba? Triï una sola resposta

- Per altres viatges realitzats
- Recomanació amic/familiar
- Agència de viatges
- Guia Turisme Rural Girona 2009
- Guia de viatges
- Premsa
- Ràdio
- TV
- Fires de turisme
- Oficina d’ Informació turística
- Internet

A través de quina web?

-
- Altres

Especifiqueu

15. Com ha reservat el seu viatge?

- Agència de viatges convencional
- Reserva directa amb l’ establiment via telefònica
- Reserva directa amb l’ establiment via e-mail
- Central de reserves telefònica

Especifiqueu quina:

- Central de reserves on-line

Especifiqueu quina:

- Altres

Especifiqueu

16. Quina preveu que serà la despesa aproximada per persona (transport + allotjament + manutenció + activitats...) durant la seva estada?

17. Especifiqui quina despesa (%) que ha fet durant els dies que s' ha allotjat aquí (el total ha de donar 100)

_____ Allotjament
_____ Menjar fora de casa
_____ Activitats
_____ Compres
_____ Altres

- Dins de l' apartat "hàbits de consum i despesa", vam modificar les tres últimes preguntes. La pregunta 20 de l' antic qüestionari que feia referència als serveis que el client ha contractat per internet la vam suprimir. Les dues últimes preguntes les vam modificar-les perquè eren preguntes delicades. La pregunta 16, abans feia referència a la despesa total durant el viatge, aquesta pregunta es va canviar per la despesa que ha fet fora de l' allotjament rural.

PERFIL DEL TURISTA

18. Lloc d'origen

Catalunya
Especifiqui comarca

 Espanya
Especifiqui comunitat autònoma

 França
 Gran Bretanya
 Alemanya
 Holanda
 Bèlgica
 Itàlia
 Altres

Especifiquen quin

19. Edat de l' enquestat

18-29
 30-50
 51-64
 +65

20. Composició del grup del viatge

Sol
 Parella
 Família
 Grup d' amics
 Altres

Especifiquen

21. Professi3

Treballador per compte propi
 Treballador per compte ali3
 Estudiant
 Jubilat
 Altres

22. Si ha respost treballador per compte propi

- Agricultor / ramader
- Autònom
- Empresari petit negoci (1-5 treballadors)
- Empresari gran negoci (6 o més treballadors)
- Professional amb carrera de compte propi (metge, advocat...)

23. Si ha respost treballador per compte aliè

- Membre de la direcció
- Professional amb carrera assalariat (metge...)
- Mando intermig (encarregat, cap de secció...)
- Treballadors d' oficina o serveis
- Treballador manual

24. Nivell d' estudis

- Sense estudis
- Primaris sense certificat
- Certificat d' escolaritat-
Estudis primaris acabats
- Estudis secundaris
- Titulació grau mitjà
- Titulació grau superior

25. Gènere

- Home
- Dona

Gràcies per la seva col·laboració

- La pregunta 18 tracta sobre el lloc d' origen de l' enquestat. Dins l' antic qüestionari aquesta pregunta es feia amb un total de tres preguntes. Les preguntes 20, 22 i 23 s' han formulat d' una manera més senzilla.

3.3 MOSTRA I RECOLLIDA DE DADES

L' Associació Turisme Rural Girona té associats 287 habitatges repartits per la província Gironina i un total de 2.390 places. A partir d' aquesta població es va fer un estudi per obtenir la mostra.

Mida de la mostra (n):

$$n = \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 p (1-p) / me^2$$

$$n = \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 0,25 / me^2$$

$$n = 1,96^2 \times 0,25 / 0,05^2 = 384 \text{ enquestes } (\approx 400)$$

Per a fer un bon estudi, sobre el perfil de la demanda turística, s'ha d'aconseguir un total de 400 enquestes (un marge d'error aproximat de +/- 5% i un 95% de confiança). Un dels possibles repartiments podria ser 20 cases amb 20 enquestes per casa.

Gràcies a la base de dades dels allotjaments rurals de l'associació, vam elaborar una mostra aleatòria de 20 allotjaments rurals. Vam realitzar un mostratge sistemàtic (definit apartat 2.3.3 població i mostra), vam desordenar el llistat dels allotjaments rurals numèricament. A continuació s'especifica els càlculs que es van realitzar:

- Allotjaments rurals: 287 per tant $N = 287$
- Elements mostrals representatius: 20 establiments rurals, per tant $n = 20$ (20 establiments rurals amb 20 enquestes cadascun).

Coeficient d'elevació: $ce = N/n$

- $Ce = 287/20 = 14,35$

Gràcies a Microsoft Excel vam generar un número aleatori entre 0 i 1. El número obtingut va ser 0,571, aquest número el vam multiplicar pel coeficient d'elevació ($0,571 \times 14 = 7,99$ per tant, $7,99 \approx 8$). El resultat d'aquesta multiplicació (número 8) va coincidir amb l'allotjament rural de Can Pere Ni, l'elecció següent la vam efectuar sumant el coeficient d'elevació, en el nostre cas 14 ($8 + 14 = 22$ que coincideix amb l'establiment la Quintana) més 14 de nou i així successivament fins arribar a aconseguir els 20 establiments necessaris per la mostra (indicat a l'apartat anterior).

Així doncs, les cases que formarien la mostra del panell són les següents:

Taula 2. Mostra

nº	Casa Rural		
8	Can Pere Ni	148	Cal Santu I
22	La Quintana	162	Mas Badó
36	Can Massanes	176	Can Mas d'Albanyà II
50	La Costa,Peralada	190	Cal Duc. La Nana
64	La Costa,Puigcerdà	204	Mas Ametller III
78	Mas El Serradal	218	Mas Brugués
92	Masnou del Corb II	232	Mas Xargay de Vilamarí II
106	Can Garriga	246	Can Marisch (Casa Pairal)
120	Cal Carreter	260	Cal Ferré II
134	Mas Ametller	274	Mas Solaric II

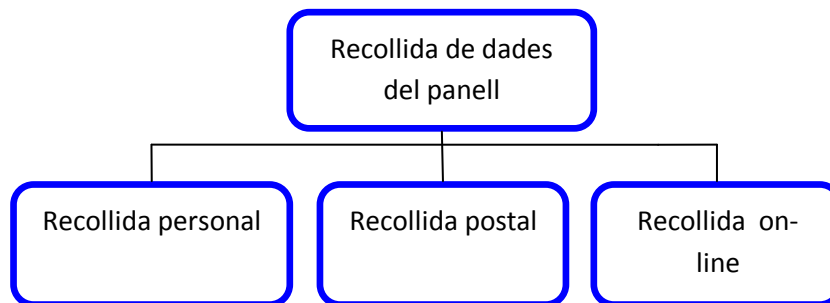
Font: Elaboració pròpia

En qualsevol moment es poden produir baixes, és a dir, algunes de les cases que formen el panell deixen de col·laborar. Per aquest motiu és molt important tenir elements mostrals de reserva i així poder-los substituir ràpidament, és a dir, una casa per una altra. Els elements mostrals de reserva és realitzaran de la mateixa manera que s' ha seleccionat la mostra.

D' altra banda, es podria donar el cas que en algun dels allotjaments rurals es detectessin anomalies, com per exemple, que l' associació rebés molt poques enquestes del usuaris d' una determinada casa. Llavors, l' associació realitzaria una trucada telefònica o la visitaria per conèixer els motius de l' anomalia. En el cas que aquesta procedeixi s' eliminaria del panell i seria substituïda.

Recollida de dades

És molt important per a realitzar una bona investigació aconseguir el major nombre d'enquestes i es per aquest motiu que s'ha de definir el sistema de recollida de dades que millor s'adapti al pressupost i temps de l'empresa. A continuació s'esmenten tots aquells mètodes que podrien ser vàlids per realitzar un estudi sobre el perfil de la demanda dels usuaris turístics rurals:



- Recollida cara a cara o personals: Aquesta tipologia consisteix en realitzar una entrevista personal als diferents clients que hostegen en una casa rural del panell. Les principals avantatges que hem trobat són que hem pogut guiar el desenvolupament de l'enquesta però a la vegada ens ha suposat un alt cost de temps i econòmic.
- Recollida postal: Consisteix en l'enviament de l'enquesta a través del correu tradicional a les cases rurals del panell. Els principals avantatges de l'enquesta postal estan relacionades amb la sinceritat que solen respondre els enquestats (al no tenir la pressió directa que suposa la presència de l'enquestador). Aquesta tipologia té una ampla cobertura a la que es pot arribar. També suposa un baix cost (en relació a l'enquesta personal i telefònica).
- Recollida on-line: En aquest sistema de recollida, desapareix la figura física de l'entrevistador, de manera que el qüestionari es fa arribar per correu electrònic a cadascuna de les cases rurals que configuren el panell i una vegada omplerts els qüestionaris es retornen mitjançant un e_mail al investigador. Els principals

avantatges són: la rapidesa, si la comparem amb la recollida personal o bé la recollida postal, es pot arribar a qualsevol mostra, per lluny que es trobin els individus i per molt dispersos que estiguin els uns dels altres. A més a més l'entrevistat té una major flexibilitat a l'hora de contestar les preguntes, el pot contestar en el moment que aquest consideri més idoni i pot disposar del temps que cregui necessari per pensar les respostes. D'altra banda, no es necessari eliminar preguntes sensibles o confidencials perquè en aquest tipus de recollida, l'entrevistat se sentirà més còmode al no haver la figura de l'enquestador. Per exemple: En la pregunta 17 la qual fa referència a la despesa, resultarà menys violenta amb aquest mètode. Els principals inconvenients són el baix índex de resposta. Per tal de solucionar aquest problema és molt important que l'associació incentivi als individus amb algun tipus de regal, com per exemple: una bossa de l'Associació. És molt important que a més a més d'adjuntar el qüestionari, dins del mateix correu, s'expliqui en que consisteix l'estudi i quin és el seu objectiu.

Com es pot observar no hi ha cap metodologia de recollida de dades ideal, és a dir que no tingui cap tipus d'inconvenient. Però com ja s'ha comentat al inici d'aquest capítol s'ha de seleccionar el sistema de recollida de dades que millor s'adapti a l'empresa.

Així doncs, tenint en compte que per realitzar aquest estudi es necessita una mostra de 400 enquestes i a més a més que els establiments rurals estan repartits per tota la comarca gironina la recollida de dades més efectiva per realitzar aquest estudi és la recollida de dades on-line. Aquest procediment es durà a terme de la següent manera:

Realitzarem un panell de 20 cases rurals. Els propietaris d'aquests, demanaran el correu electrònic als seus clients al finalitzar la seva estada a l'allotjament. Tots aquells usuaris que participin a l'estudi, se'ls regalarà una bossa de l'associació

rural. El propietari serà l' encarregat d' enviar les enquestes als seus clients. Al final de l' enquesta, s' incorporarà un "botó" amb les paraules "enviar enquesta" i una vegada omplerta l' enquesta, el client pitxarà al botó i s' enviarà l' enquesta automàticament a l' associació.

Per a l' associació aquest mètode de recollida de dades suposa un gran nombre d' avantatges. Les més importants, són el baix cost que comporta i la reducció de personal per dur a terme l' estudi.

Per tal d' aconseguir un major número d' enquestes. L' associació realitzarà un sorteig per Nadal i un altre per la temporada d' estiu i els afortunats podran gaudir d' un cap de setmana gratuït a qualsevol allotjament rural de l' associació.

És molt important que les diferents cases que formen el panell tinguin un compromís de permanència amb l' associació, per aquest motiu, durant el període d' aquest estudi rebran una aportació econòmica per part de l'associació per així recompensar el temps que han dedicat en l' estudi.

4.CONCLUSIONS

L' elaboració del treball ha constituït un interessant procés d' aprenentatge sobre:

- Turisme rural.
- Disseny de l' enquesta.
- Obtenció de dades.

La realització d' aquest treball s' ha centrat en els objectius que es van fixar a l' iniciar la recerca. Aquests objectius van ser determinar quins mètodes haurà de

seguir l' Associació Turisme Rural Girona per conèixer el perfil del turista rural a les comarques Gironines.

L' associació ha portat a terme diverses vegades diferents estudis per conèixer quina tipologia de turista fa ús dels seus serveis. Els estudis anteriors no van complir les expectatives que esperava l' associació (l'índex de resposta va ser molt baix). És per aquest motiu que aquest estudi proposa alternatives innovadores per la recollida de dades. Com ara poder arribar a disposar de les opinions dels clients a través del correu electrònic.

Vam realitzar un primer model d' enquesta ajudant-nos amb l' enquesta "Demanda Costa Brava-Pirineus" del CRITT. Va ser de gran ajut per poder realitzar el primer model d' enquesta. Era una enquesta específica sobre la demanda turística però no sobre la demanda rural. Quan vam tenir redactat el primer qüestionari vam realitzar una sessió de discussió amb alguns membres de l' Associació Turisme Rural Girona, gràcies a ells vam modificar gran part de les preguntes adaptant-les a les pràctiques dels turisme rural.

Quan tots els membres van donar-nos el seu vist-i-plau, vam traduir l' enquesta en castellà, anglès i francès (veure annex).

Durant els períodes de Nadal, el mes de Març i Setmana Santa vam realitzar la prova pilot. Es van visitar cinc allotjaments rurals. Aquests van ser: El Turrós, Mas Espuella, Mas de la Casica, Can Carreras del Mas i Mas de la Roda. Però només tres d' aquests establiments van voler col·laborar (El Turrós, Can Carreras del Mas i Mas de la Roda). Vam realitzar les enquestes als diferents turistes que s' allotjaven en aquests establiments i a més a més vam entrevistar als diferents propietaris qui ens van ajudar a modificar el qüestionari.

Per poder modificar el primer model d' enquesta, era necessari aconseguir un gran nombre d' enquestes. Però durant la prova pilot ens vam adonar que per aconseguir-les seria necessari recórrer un gran nombre d' establiments rurals i per tant això suposaria un cost econòmic i de temps molt elevats. Les raons per les quals això suposaria un cost de temps i econòmic van ser:

- La capacitat d' acolliment de turistes: Els allotjaments rurals poden albergar molts pocs turistes. Aquests establiments disposen de poques habitacions si la comparem amb altres establiments turístics. Durant la prova pilot vam aconseguir entrevistar un màxim de dues famílies per casa rural.
- Llunyania entre casa i casa: Les cases rurals estan molt disperses entre elles i això va suposar un cost econòmic de temps força significatiu.
- Ubicació dels allotjaments rurals: Alguns dels establiments de turisme rural estan ubicats en zones de difícil accés (muntanyes, valls, veïnats, etc) això dificulta molt la seva busqueta. És molt difícil trobar-les si no es coneix la zona. Moltes vegades les seves adreces no apareixen als mapes ni tampoc als sistemes de GPS.

A conseqüència d' aquests inconvenients, no es van aconseguir un nombre suficients d' enquestes per a poder millorar el qüestionari. Per aquest motiu vam aprofitar la meua estada a les pràctiques a l' associació i vam enviar a través del correu electrònic el primer model d' enquesta a diferents establiments de turisme rural. Juntament amb el primer model d' enquesta es va enviar una carta de presentació per informar als propietaris l' objectiu de l' estudi. Els col·laboradors van ser: Niu dels Falcons, Can Pujol, Pahissa de Can Abras, Mas Vinyoles, Can Varilla i Can Maholà.

Gràcies tots els col·laboradors qui van imprimir les enquestes, les van distribuir als seus clients i finalment les van retornar a l' associació vam aconseguir un total de 23 enquestes, suficients per reformular l' enquesta definitiva.

Durant la realització de la prova pilot vam obtenir una valuosa informació visual gràcies a la nostra presència. Durant el procediment d' aquesta, vam observar les diferents reaccions en cadascuna de les diferents preguntes del qüestionari, ens vam adonar que les preguntes de l' apartat "hàbits de consum i despesa" eren sens dubte, on els enquestats trigaven més a respondre o bé, no contestaven.

Finalment vam redactar el qüestionari definitiu i el vam sotmetre al control d' en Dr. Germà Coenders, especialista en la matèria.

La millor metodologia de recollida de dades a terme aquest estudi és la recollida de dades on-line. L' Associació Turisme Rural Girona crearà un panell de cases rurals i els hi enviarà un e-mail amb una carta de presentació on s' explicarà l' objectiu de l' estudi i a més a més s' adjuntarà l' enquesta.

Així doncs, els propietaris dels establiments, hauran de demanar als seus clients si volen participar en l' estudi, en cas afirmatiu, el propietari els hi demanarà el correu electrònic i els hi regalarà una bossa de l' associació. El propietari serà l' encarregat d' enviar al client l' enquesta amb la seva corresponent carta de presentació.

Per motivar als usuaris a realitzar l' enquesta, l' associació realitzarà dos sortejos (un per Nadal i l' altre per la temporada d' estiu) d' un cap de setmana gratuït a qualsevol allotjament rural de l' associació. A més a més es compensarà econòmicament a els cases que formen el panell i col·laborin.

Problemes durant l' estudi

Durant l' estudi van sorgir d' altres problemes molt específics però no menys importants, aquests van ser:

- **“ Panell d' usuaris turístics”**

En el capítol (2.3.2) que fa referència al panell, en Dr Jaume Guia, en Dr.Germà Coenders i jo ens varem trobar amb un problema de nomenclatura amb la paraula “panell”.

És molt difícil realitzar un panell “d' usuaris” per conèixer el perfil del turista rural a les comarques gironines, això implicaria que un mateix enquestat hauria de respondre com a mínim la mateixa enquesta en dos moments diferents del temps. Per això, en el capítol 3.3 “mostra i recollida de dades” es parla sobre panell d' allotjaments rurals.

En conclusió, ha estat satisfactori dur a terme aquesta investigació, gràcies a aquesta he après aspectes nous sobre l' investigació de mercats i a més a més he aprofundit en altres ja coneguts.

5.BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

- TURISME RURAL:

VELASCO GONZÁLEZ, Maria (2004). *La Política turística: gobierno y administración turística en España (1952-2004)* 1a Ed. València: Tirant lo Blanch.(Ocio y turismo).

BOTE GOMEZ, Venacio (1988). *Turismo en espacio rural : rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local.* 1a Ed. Madrid : Editorial Popular. (Promoción cultural,10).

PEDREÑO MUÑOZ, Andrés (1996). *Introducción a la economía del turismo en España.* 1a Ed. Madrid : Civitas. (Economía. Serie tratados y manuales).

OMT (Organització Mundial del Turisme) <http://www.unwto.org> [Consulta: 17 desembre 2008]

Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. Núm. 4685 (27.7.2006).Generalitat de Catalunya. Decret 313/2006, de 25 de juliol, que regula els establiments de turisme rural. <http://www.gencat.cat/economia/icca/Decrpages.pdf> [Consulta: 20 gener 2009]

CÀNOVES, Gemma. TFC: El turisme rural a Catalunya: una aposta mediambiental i de qualitat. Barcelona: Grup de recerca en turisme rural de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).
http://www.fundacioabertis.org/racs_jor/resum_i_conclusiones_estudi_turisme_rural.pdf [Consulta: 24 gener 2009]

Colombia.com. Agroturisme a Colòmbia:

<http://www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo/antecedentes.asp>

[Consulta: 16 Març 2009]

INESTUR. Institut d' Estratègia Turística. Col·lecció d' estudis turístics: El turisme en el medi rural a les Illes Balears. Anàlisi de la normativa:

<http://www.inestur.es/documentos/829.es.pdf> [Consulta: 11 Març 2009]

INE (2009). Instituto Nacional de Estadística. Hotelería y turismo. Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural.

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0> [Consulta: 11 Març 2009]

- CONSUMER BEHAVIOUR

SWARBROOKE, John and HORNER, Susan (1999). *Consumer behaviour in tourism*. 1a Ed. Butterworth-Heinemann.

- DISSENY DE L' ENQUESTA I OBTENCIÓ DE DADES

MIQUEL, Salvador- BIGNÉ, Enrique- LÉVY, Jean Pierre- CUENCA, Antonio Carlos – MIQUEL, Maria José. *Investigación de Mercados*. 1a Ed. Madrid, Mc Graw-Hill, 1996.

La encuesta estadística:

http://www2.uah.es/ana_arriba/temas/tema%205.pdf [Consulta: 9 febrer 2009]

La investigació comercial i de mercats:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imcuch.pdf>

[Consulta: 16 Març 2009]

6. ANNEX

En el capítol “3.2 Disseny de l' enquesta i un primer model d' enquesta” es mostra el primer model d' enquesta en català. Aquesta enquesta va ser traduïda en castellà, francès i anglès.

Model d' enquesta en castellà:

ENCUESTA DEMANDA TURISMO RURAL GIRONA

Navidad 2008/Semana Santa 2009

1. Ola

- Navidad 2008
- Semana Santa 2009

2. Localidad donde se realiza la encuesta

3. Casa rural donde se realiza la encuesta

4. Comarca

- Alt Empordà
- Baix Empordà
- Cerdanya
- Garrotxa
- Gironès
- Pla de l' Estany
- Ripollès
- La Selva

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL VIAJE

5. ¿Con qué medio de transporte ha venido?

- Vehículo propio
- Avión
- Tren
- Otros

Especifique

7. ¿Había venido antes a una casa rural de la provincia de Girona?

- Sí
- No

¿Dónde?

6. Si no ha venido con vehículo propio, ¿qué medio de transporte utiliza para moverse por el territorio?

- Vehículo de alquiler
- Tren
- Autobús
- Otros

Especifique

8. Si ya había estado antes en una casa rural de la provincia de Girona, ¿cuántas veces?

- 1 vez
- 2 veces
- 3 veces
- + de 3 veces

9. ¿Cuántos días ha estado en la provincia de Girona de vacaciones?

- De 1 a 3 días
- Entre 4 y 7 días
- Entre 8 y 15 días
- Entre 16 y 30 días
- Más de 30 días

10. Si no hubiera venido a un establecimiento rural, ¿dónde habría ido?

11. ¿Cuál ha sido la duración de su estancia en la casa rural?

- De 1 a 3 días
- Entre 4 y 7 días
- Entre 8 y 15 días
- Entre 16 y 30 días
- Más de 30 días

12. ¿Qué tipo de alojamiento rural habéis utilizado?

- Casa rural independiente
- Alquiler de habitaciones

13. ¿Qué ha visitado?

Costa Brava

- Cap de Creus
- Sant Pere de Rodes
- Cadaqués
- Marismas de l' Empordà
- Empúries
- Poblaciones medievales de l' Empordanet
- La Bisbal - cerámica
- Triángulo Daliniano
- Islas Medas
- Begur/ Calella/ el Far de Sant Sebastià
- Tossa de Mar
- Jardines botánicos Costa Brava
- Santa Maria de Vilabertran
- Peralada
- Torroella de Montgrí

- Girona – Barrio Judío
- Lago de Banyoles
- Les Guilleries
- Otros

Especifique

Pirineos de Girona

- Parque volcánico de la Garrotxa
- La Fageda d' en Jordà
- Santa Pau/Besalú
- Olot
- Santuario de Núria
- Ripoll
- Sant Joan de les Abadesses
- Valle de Camprodon
- Beget
- La Molina-Masella
- Puigcerdà
- Llivia
- Otros

Especifique

14. ¿Tiene previsto visitar otros lugares de Cataluña durante estas vacaciones?

Especifique

MOTIVACIONES I SATISFACCIÓN

15. ¿Qué aspectos ha tenido en cuenta para escoger un alojamiento rural?

- Atmósfera relajada
- Posibilidad de descansar
- Aire fresco y contacto con la naturaleza
- Belleza del entorno
- Lugar poco aglomerado
- Posibilidad de realizar actividades al aire libre
- Posibilidad de contemplar monumento o arquitectura típica
- Realizar actividades culturales (museos, teatro...)
- Folklore (ferias, fiestas mayores...)
- Agro actividades (participar en trabajos del campo y de la granja)
- Degustar comida típica
- Posibilidad de convivir con amigos
- Posibilidad de relacionarse con la gente del lugar
- Posibilidad de conocer gente nueva
- Posibilidad de viajar con niños
- Posibilidad de viajar con animales

- Distancia del viaje razonable
- Precio
- Otros

Especifique

16. Valore del 1 a 5 los siguientes aspectos durante su estancia.

1-Muy mal

2-Mal

3-Normal

4-Bien

5-Muy bien

- Belleza del entorno
- Atmósfera relajada
- Relación calidad/precio
- Alojamiento
- Gastronomía
- Oferta de actividades en la casa

- Oferta de actividades en el entorno
- Oferta patrimonial (monumentos, museos, ruinas...)
- Oferta de espectáculos
- Trato/hospitalidad
- Información
- Facilidad de comunicación/idiomas
- Clima
- Comunicaciones (transporte y carreteras)
- Señalización

17. En términos generales como valora la su estancia

- Muy bien
- Bien
- Normal
- Mal
- Muy mal

HÁBITOS DE CONSUMO Y GASTO

18. ¿Cómo ha conocido el alojamiento rural donde se encuentra?

- Por otros viajes realizados
 - Recomendación de amigo/familiar
 - Agencia de viajes
 - Guía Turismo Rural Girona 2009
 - Guía de viajes
 - Prensa
 - Radio
 - TV
 - Ferias de turismo
 - Oficina de Información turística
 - Internet
- ¿A través de qué web?

Otros

Especifique

19. ¿Cómo ha reservado su viaje?

- Agencia de viajes convencional
- Reserva directa con el establecimiento vía telefónica
- Reserva directa con el establecimiento vía e-mail
- Central de reservas telefónica

Especifique cual:

Central de reservas on-line

Especifique cual:

Otros

Especifique

20. ¿Qué servicios ha contratado por internet?

- Transporte
- Alojamiento
- Actividades
- Otros

Especifique

21. ¿Cuál prevé que será el gasto total (transporte + alojamiento+ manutención+ actividades...) de su viaje?

22. Especifique que gasto (%)ha consumido directamente en el territorio (el total debe dar 100)

_____ Transportes locales

_____ Alojamiento

_____ Alimentación

_____ Actividades

_____ Compras

_____ Otros

PERFIL DEL TURISTA

23. Lugar de origen

- Barcelona
- Catalunya
- España
- Francia
- Gran Bretaña
- Alemanya
- Holanda
- Bèlgica
- Italia
- Rússia
- Otros

Especifique cual

- Pla de l' Urgell
- Priorat
- Ribera d' Ebre
- Ripollès
- Segarra
- Segrià
- Selva
- Solsonès
- Tarragonès
- Terra Alta
- Urgell
- Val d' Aran
- Vallès Occidental
- Vallès Oriental

24. Catalunya

- Alt Camp
- Alt Empordà
- Alt Penedès
- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Anoia
- Bages
- Baix Camp
- Baix Ebre
- Baix Empordà
- Baix Llobregat
- Baix Penedès
- Barcelonès
- Berguedà
- Cerdanya
- Conca de Barberà
- Garraf
- Garrigues
- Garrotxa
- Gironès
- Maresme
- Montsià
- Noguera
- Osona
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Pla de l' Estany

25. España

- Andalucía
- Aragón
- Asturias
- Balears
- Canarias
- Cantabria
- Castilla-La Mancha
- Castilla-León
- Euskadi
- Extremadura
- Galicia
- Madrid
- Murcia
- Navarra
- La Rioja
- Valencia

26. Edad del encuestado

- 18-29
- 30-50
- 51-64
- +65

27. Composición del grupo del viaje

- Solo
- Pareja
- Familia con hijos hasta 12 años
- Familia con hijos entre 13 y 17 años
- Familia con hijos + 18 años
- Grupo de amigos
- Otros

Especifique

28. Profesión

- Por cuenta propia
- Por cuenta ajena
- Estudiante
- Jubilado
- No trabaja

29. Por cuenta propia

- Agricultor, ganadero, explotación de no más de 1 asalariado
- Agricultor, ganadero de gran explotación
- Autónomo
- Empresario pequeño negocio (1-5 trabajadores)
- Empresario gran negocio (6 o más trabajadores)
- Profesional con carrera de cuenta propia (médico, abogado...) sin trabajadores o menos de 6 trabajadores.

30. Por cuenta ajena

- Miembro de la dirección con 5 o menos subordinados
- Miembro de la dirección con más de 5 subordinados
- Profesional con carrera asalariado (médico...)
- Mando intermedio (encargado, jefe de sección...)
- Administrativo/funcionario
- Servicios (vendedores, representantes, camareros...)
- Trabajador manual cualificado
- Trabajador manual no cualificado

31. Nivel de estudios

- Sin estudios
- Primarios sin certificado
- Certificado escolar
- Estudios secundarios
- Titulación de grado medio
- Titulación de grado superior

32. Género

- Hombre
- Mujer

Gracias por su colaboración

Model d' enquesta en francès :

ENQUÊTE DE LA DEMANDE DU TOURISME RURAL GERONE

Noël 2008/Semaine Sainte 2009

1. Période

- Noël 2008
- Semaine Sainte 2009

2. Municipalité où se fait l'enquête

3. Maison

4. Canton

- Alt Empordà
- Baix Empordà
- Cerdanya
- Garrotxa
- Gironès
- Pla de l' Estany
- Ripollès
- La Selva

CARACTERISTIQUES GÉNÉRALES DU VOYAGE

5. Avec quel moyen de transport êtes-vous venu ?

- Voiture propre
- Avion
- Train
- Autres

Détaillez

6. Si vous n'êtes pas venu avec votre voiture, quel moyen de transport utilisez-vous pour vous déplacer sur place?

- Voiture de location
- Train
- Bus
- Autres

Détaillez

7. Êtes-vous déjà venu à un gîte de la région de Girona?

- Oui
- No

Où?

8. Si vous êtes déjà venu à un gîte de la province de la région Girona, combien de fois ?

- 1 fois
- 2 fois
- 3 fois
- + de 3 fois

9. Depuis combien de jours êtes-vous dans la région de Girona en vacances?

- 1 fois
- Entre 4 et 7 jours
- Entre 8 et 15 jours
- Entre 16 et 30 jours
- Plus de 30 jours

10. Si vous n'étiez pas venu à un gîte, où serez-vous allé ?

- Begur/ Calella/ el Far de Sant Sebastià
- Tossa de Mar
- Jardins botaniques Costa Brava
- Santa Maria de Vilabertran
- Peralada
- Torroella de Montgrí
- Girona – Quartier juif
- Lac de Banyoles
- Les Guilleries
- Autres

Détaillez

11. Quelle est la durée de votre séjour au gîte ?

- 3 ou moins jours
- Entre 4 et 7 jours
- Entre 8 et 15 jours
- Entre 16 et 30 jours
- Plus de 30 jours

12. Quel est votre type d'hébergement ?

- Maison indépendante
- Chambres

13. Qu'est-ce que vous avez prévu de visiter?

Costa Brava

- Cap de Creus
- Sant Pere de Rodes
- Cadaqués
- Marais de l' Empordà
- Empúries
- Villages médiévaux de l' Empordanet.
- La Bisbal - poterie
- Triangle Dalí
- Îles Medes

Pirineus de Girona

- Parc volcanique de la Garrotxa
- La Fageda d' en Jordà
- Santa Pau/Besalú
- Olot
- Sanctuaire de Núria
- Ripoll
- Sant Joan de les Abadesses
- Vallée de Camprodon
- Beget
- La Molina-Masella
- Puigcerdà
- Llivia
- Autres

Détaillez

14. Vous avez prévu de visiter d'autres lieux de Catalogne pendant votre séjour

Détaillez

MOTIVATIONS ET SATISFACTION

15. Quels sont les aspects que vous avez pris en compte pour choisir un logement ?

- Atmosphère détendue
- Repos
- Air frais et contact avec la nature
- Beauté de l'environnement
- Un lieu peu urbain
- Possibilité de réaliser des activités en plein air
- Possibilité d'admirer des monuments ou une architecture typique
- Offre culturelle(musées, théâtre...)
- Folklore (foires, fêtes)
- Travailler dans les champs ou à la ferme
- Goûter la cuisine traditionnelle
- Possibilité de vivre avec les amis
- Possibilité de connaître les personnes de la région
- Connaître de nouvelles personnes
- Possibilité de voyager avec des enfants
- Possibilité de voyager avec des animaux
- Distance raisonnable du voyage
- Prix
- Autres

Détaillez

16. Évaluez les points qui suivent de 1 à 5 à propos de votre séjour

1-Très mauvais

2-Mauvais

3-Normal

4-Bien

5-Très bien

- Beauté de l'environnement
- Atmosphère détendue
- Rapport qualité /prix
- Logement
- Cuisine
- Offre des activités à la maison
- Offre des activités dans les environs
- Offre patrimoniale culturelle(monuments, musée, ruines...)
- Offre de spectacles
- Hospitalité
- Information
- Possibilité de communiquer dans votre propre langue
- Transport et routes
- Signalisation

17. Évaluez votre niveau général de satisfaction

- Très bien
- Bien
- Normal
- Mauvais
- Très mauvais

HABITUDE D'ACHAT ET DÉPENSE

18. Comment avez-vous connu ce gîte ?

- Par d'autres voyages réalisés
- Conseil ami/famille
- Agence de voyages
- Guide de Tourisme Rural Girona 2009
- Guide de voyages
- Presse
- Radio
- TV
- Salon du tourisme
- Office du tourisme
- Internet

Quelle page web?

- Autres
- Détaillez

19. Comment avez-vous réservé votre voyage?

- Agence de voyages
- Contactant avec le logement rural par téléphone
- Contactant avec le logement rural par e-mail
- Central téléphonique

Lequel :

- Central de réserves on-line

Laquelle:

- Autres

Détaillez

20. Quels services avez-vous réservés par internet?

- Transport
- Logement
- Activités
- Autres

Détaillez

21. Quelle dépense totale avez-vous prévue (transport+hébergement+nourriture, etc.)?

22. Détaillez la dépense sur place (addition= 100%)

_____ Transports locaux
_____ Hébergement
_____ Nourriture
_____ Activités
_____ Achats
_____ Autres

PROFIL DU TOURISTE

23. Pays d'origine

- Barcelona
- Catalogne
- Espagne
- France
- Royaume-Uni
- Allemagne
- Pays Bas
- Belgique
- Italie
- Russie
- Autres

Détaillez le-quel

- Priorat
- Ribera d' Ebre
- Ripollès
- Segarra
- Segrià
- Selva
- Solsonès
- Tarragonès
- Terra Alta
- Urgell
- Val d' Aran
- Vallès Occidental
- Vallès Oriental

24. Catalogne

- Alt Camp
- Alt Empordà
- Alt Penedès
- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Anoia
- Bages
- Baix Camp
- Baix Ebre
- Baix Empordà
- Baix Llobregat
- Baix Penedès
- Barcelonès
- Berguedà
- Cerdanya
- Conca de Barberà
- Garraf
- Garrigues
- Garrotxa
- Gironès
- Maresme
- Montsià
- Noguera
- Osona
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Pla de l' Estany
- Pla de l' Urgell

25. Espagne

- Andalusia
- Aragó
- Astúries
- Balears
- Canàries
- Cantabria
- Castella-La Manxa
- Castella-Lléo
- Euskadi
- Extremadura
- Galícia
- Madrid
- Múrcia
- Navarra
- La Rioja
- València

26. Âge

- 18-29
- 30-50
- 51-64
- +65

27. Avec qui êtes-vous venu ?

- Seul
- Couple
- Famille enfants jusqu'à 12 ans
- Famille enfants entre 13-17 ans
- Famille enfants de 18 ans
- Groupe d'amis
- Autres

Détaillez

28. Métier

- Autonome
- Employé
- Etudiant
- Retraité
- Ne travaille pas

29. Autonome

- Agriculteur, éleveur, exploitations avec pas plus d'1 employé
- Agriculteur, éleveur, exploitation grande
- Autonome sans employés
- Entrepreneur petite entreprise (entre 1-5 salariés)
- Entrepreneur grande entreprise (à partir de 6 salaries)
- Profession libérale (médecin, avocat, etc.)sans salariés ou moins de 6 salariés)

30. Employé

- Cadre avec moins de 5 employées
- Cadre avec plus de 5 employés
- Professionnel avec diplôme universitaire (médecin, avocat, etc) salarié
- Chef de section de service
- Employé de bureau-fonctionnaire
- Services (commerce, transport, hôtellerie, etc)
- Ouvrier qualifié
- Ouvrier non qualifié

31. Niveau d'études

- Sans études
- Primaire (sans diplôme)
- Primaire avec diplôme
- Secondaire
- Deug, licence ou similaires

32. Genre

- Homme
- Femme

Merci de m'avoir consacré un peu de votre temps

Model d' enquesta en anglès:

SURVEY ON RURAL TOURIST PROFILES AND BEHAVIOUR

Christmas 2008/Easter 2009

1. Season

- Christmas 2008
- Easter 2009

2. Survey location

3. Rural housing

4. Region

- Alt Empordà
- Baix Empordà
- Cerdanya
- Garrotxa
- Gironès
- Pla de l' Estany
- Ripollès
- La Selva

GENERAL ASPECTS OF THE JOURNEY

5. Which means of transport did you use to travel to the destination?

- Own car
- Plane
- Train
- Others

Specify

6. If you didn't travel with your own vehicle, which mean of transport do you use to move around the area?

- Rented car
- Train
- Bus
- Others

Specify

7. Have you ever been in rural housing in Girona region before?

- Yes
- No

Where?

8. If you have been in rural housing in Girona province before, how many times?

- Once
- Two times
- Three times
- More than three times

9. When did you arrive to Girona province on holiday?

- 1 to 3 days ago
- 4 to 7 day ago
- 8 to 15 days ago
- 16 to 30 days ago
- More than 30 days ago

10. If you hadn't chosen rural housing, where would you have stayed?

11. How long is you stay in the rural housing?

- 1 to 3 days
- 4 to 7 days
- 8 to 15 days
- 16 and 30 days
- More than 30 days

12. Which kind of accommodation have you chosen?

- Detached house
- Rooms

13. What landmarks/locations you have visited?

Costa Brava

- Cap de Creus
- Sant Pere de Rodes
- Cadaqués
- Wetlands in the Empordà Area
- Empúries
- Medieval villages in Empordà
- La Bisbal - pottery
- Dali route
- Medes islands
- Begur/ Calella/ el Far de Sant Sebastià
- Tossa de Mar
- Gardens in Costa Brava
- Santa Maria de Vilabertran
- Peralada
- Torroella de Montgrí
- Girona – Jewish quarter
- Banyoles lake
- Les Guilleries mountains
- Others

Specify

Girona pyrenee

- Volcano area in la Garrotxa
- La Fageda d' en Jordà
- Santa Pau/Besalú
- Olot
- Núria Sanctuary
- Ripoll
- Sant Joan de les Abadesses
- Vall de Camprodon
- Beget
- La Molina-Masella
- Puigcerdà
- Llívia
- Others

Specify

14. Which landmarks/locations in Catalonia would you like to visit during these holidays?

Especify

MOTIVATIONS AND SATISFATION

15. What aspects do you value most when choosing rural housing?

- Relaxing atmosphere
- Possibility of rest
- Fresh air and contact with nature
- Beautiful landscape
- Not crowded place
- Possibility of practicing outdoor activities
- Heritage offer or traditional architecture offer
- Cultural activities (museums, theatre, etc)
- Folklore (fairs, festivals, etc)
- Farm work activities
- Traditional food tasting
- Share time with friends
- Meet local people
- Meet new people
- Travel with children
- Travel with pets
- Reasonable trip distance
- Price
- Others

Specify

16. Mark from 1 to 5 the following aspects of your stay

1-Very bad

2-Bad

3-Average

4-Good

5-Very good

- Beautiful landscape
- Relaxing atmosphere
- Price/quality relationship
- Accommodation
- Gastronomy
- Rural housing activities
- Outdoor activities
- Heritage offer (monuments, museums, ruins...)
- Show offer
- Hospitality
- Information
- Possibility to communicate in your own language
- Weather
- Transport and roads
- Road signs

17. Overall, what's the satisfaction degree of your stay?

- Very good
- Good
- Average
- Bad
- Very bad

CONSUMPTION AND SPENDING PATTERNS

18. How did you know about the rural housing where you are staying?

- Other trips
 - Recommended by a friend/relative
 - Travel agency
 - Girona Rural Tourist guide 2009
 - Tourist guide
 - Press
 - Radio
 - TV
 - Tourism fairs
 - Tourism information centres
 - Internet
- Which website?

Others

Specify

19. How did you book your trip?

- Conventional travel agency
- Contacting the rural housing by phone
- Contacting the rural housing by e-mail
- Phone reservation head office

Specify:

On line reservation head office

Specify:

Others

Specify

20. Which services have you booked through internet?

- Transport
- Accommodation
- Activities
- Others

Specify

21. How much will you spend on the whole trip (transport + accommodation + leisure+ food and drink + etc)

22. Specify what percentage did you spend in each of the following items in the destination (total 100%)

_____ Local transports
_____ Accommodation
_____ Food and drink
_____ Leisure
_____ Shopping
_____ Others

TOURIST PROFILE

23. Where do you live?

- Barcelona
- Catalonia
- Spain
- France
- United Kingdom
- Germany
- Holland
- Belgium
- Italy
- Russia
- Others

Specify

- Pla de l' Urgell
- Priorat
- Ribera d' Ebre
- Ripollès
- Segarra
- Segrià
- Selva
- Solsonès
- Tarragonès
- Terra Alta
- Urgell
- Val d' Aran
- Vallès Occidental
- Vallès Oriental

24. Catalonia

- Alt Camp
- Alt Empordà
- Alt Penedès
- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Anoia
- Bages
- Baix Camp
- Baix Ebre
- Baix Empordà
- Baix Llobregat
- Baix Penedès
- Barcelonès
- Berguedà
- Cerdanya
- Conca de Barberà
- Garraf
- Garrigues
- Garrotxa
- Gironès
- Maresme
- Montsià
- Noguera
- Osona
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Pla de l' Estany

25. Spain

- Andalusia
- Aragón
- Asturias
- Balears
- Canarias
- Cantabria
- Castilla-La Mancha
- Castilla-León
- Euskadi
- Extremadura
- Galicia
- Madrid
- Murcia
- Navarra
- La Rioja
- Valencia

26. Age

- 18-29
- 30-50
- 51-64
- +65

27. Whom are you travelling with?

- Alone
- Partner
- Family with children under 12
- Family with children between 13 and 17
- Family with children over 18
- Group of friends
- Others

Specify

28. Occupation

- Self- employed
- Employee
- Student
- Retired
- Unemployed

29. Self employed

- Farmer with or without one employee
- Farmer with more than one employee
- Self employed without employees
- Small business owner (1-5 employees)
- Big business owner (more than 6 employees)
- Other independent professionals (doctor, lawyer) without any employees or with less than 6 employees

30. Employee

- Top manager with less than 5 subordinates
- Top manager with more than 5 subordinates
- Learner professional (doctor, lawyer...)
- Middle manager (head of department...)
- Services white-collar worker
- Services blue-collar worker
- Industry white-collar worker
- Industry blue-collar worker

31. Studies

- No studies
- Primary school unfinished
- Primary school finished
- Secondary school
- University degree
- Postgraduate

32. Gender

- Man
- Woman

Thank you for your collaboration