



Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació del servei per a la implantació d'un sistema que permeti mesurar l'ocupació dels allotjaments turístics a les comarques gironines mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació.



1.- Introducció

L'estudi de la conjuntura turística ha de proporcionar als empresaris, administracions i altres entitats que operen en el sector, informació que els permeti actuar i planificar amb un coneixement suficient de la realitat.

2.- Objectius de l'enquesta d'ocupació

L'objectiu de l'enquesta d'ocupació serà conèixer l'evolució de l'activitat turística de la Costa Brava-Pirineu de Girona, d'una forma ràpida, àgil i amb rigor estadístic.

Aquesta enquesta es realitzarà recollint la taxa d'ocupació dels allotjaments turístics i altres variables associades¹.

L'enquesta ha de donar, de forma continuada al llarg del temps, un indicador únic que mesuri l'ocupació global a la Costa Brava-Pirineu de Girona i que es podrà desglossar per marques turístiques.

3.- Objecte

L'objecte és la provisió de dades estadístiques sobre ocupació d'allotjaments turístics i altres variables relacionades.

Les tipologies d'allotjament sobre les que es demanen dades són establiments hotelers, càmpings i establiments de turisme rural.

S'entén per **hotel** totes les empreses d'allotjament turístic que apareixen com a tal al llistat d'establiments turístics del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

S'entén per **càmping** totes les empreses d'allotjament turístic que apareixen com a tal al llistat d'establiments turístics del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

S'entén per **establiment de turisme rural** totes les empreses d'allotjament turístic que apareixen com a tal al llistat d'establiments turístics del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

4.- Obtenció de les dades

Les dades s'hauran d'obtenir amb una operació pròpia i única per a l'objecte del servei que compleixi les condicions metodològiques exposades en els següents apartats.

¹ Veure l'apartat *variables a mesurar*



5.- Metodologia

- Àmbit temporal:

Les operacions estadístiques que es duran a terme tindran un caràcter mensual. Per tant, es recollirà la informació de manera sistemàtica cada mes, on es preguntarà sobre l'ocupació – i variables associades - haguda durant el mes anterior.

- Àmbit espacial:

S'analitzarà l'activitat turística a les marques Costa Brava – Pirineu de Girona, que compren tot el territori de la província de Girona. El disseny metodològic tindrà en compte que les xifres globals s'hauran de desagregar de la següent forma:

- 4 zones turístiques definides per les següents comarques:
 - **Costa Brava Nord:** Alt Empordà
 - **Costa Brava Centre:** Baix Empordà, Gironès i Pla de l'Estany
 - **Costa Brava Sud:** La Selva
 - **Pirineu de Girona**

- 2 ciutats:
 - **Lloret de Mar**
 - **Girona**

- Àmbit poblacional:

L'àmbit poblacional comprendrà totes les empreses d'allotjaments de les tipologies hotels, càmpings i establiments de turisme rural donats d'alta al Llista d'empreses i establiments turístics del registre de Turisme de Catalunya ubicades a la província de Girona. Es consideraran mensualment els allotjaments oberts.

6.- Unitat estadística

Les xifres que es recullen de l'operació estadística van referides a l'activitat que es du a terme a les empreses d'allotjament turístic; hotels, càmpings i establiments de turisme rural. La unitat estadística serà l'allotjament.

7.- Marc de l'enquesta

El marc de l'enquesta serà el llistat d'establiments del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya corresponents a la província de Girona.



8.- Estructura del mostreig

Es durà a terme un disseny de mostra estratificat en base a criteris territorials. La mostra s'estratificarà per les 4 zones i 2 ciutats.

Contemplarà sub-estrats en referència a tipologia d'allotjament: Hotels 4-5 estrelles, Hotels 3 estrelles, Hotels 1 estrella, Càmpings i Establiments de Turisme Rural.

Les xifres de cada tipologia s'han de proporcionar en sub-estrats que coincideixin amb les 4 zones definides i les 2 ciutats.

La unitat mostral que es considera és l'allotjament.

9.- Nivells d'error

Per determinar la grandària de la mostra, es fixa en aquest quadre l'error màxim admès per cada zona definida.

	Hotels 1-2*	Hotels 3*	Hotels 4-5*	Càmpings	Turisme Rural
Error per cadascuna de les 4 zones i les 2 ciutats	+/- 10%	+/- 10%	+/- 10%	+/- 10%	+/- 10%

10.- Criteri de substitució

El criteri de substitució serà emprar l'allotjament d'igual zona i igual categoria que es troba immediatament superior en el llistat d'allotjaments. I així anar ascendint al llistat fins aconseguir la dada o esgotar les possibilitats.

Cal que l'oferta especifiquin els criteris de tractament de la no resposta.

11.- Implementació del qüestionari

Els formats de qüestionari on-line o telefònic seran vàlids.

En el cas de no rebre resposta caldrà que els allotjaments rebin un mínim de dos recordatoris en format electrònic i si no s'obté resposta caldrà un mínim d'una trucada telefònica efectiva (efectiva es refereix a que s'ha pogut exposar la reclamació de l'enquesta a la persona responsable de les estadístiques).

12.- Variables que haurà de recollir el qüestionari

- Places teòriques: Nombre de llits/places de l'empresa d'allotjament.
- Places totals o oferta ampliada: Oferta màxima de l'establiment incloses les places supletòries.
- Places en oferta: Places obertes durant el període d'enquesta inclosos els llits supletoris; ha de ser igual o inferior a les places totals.



- Taxa d'ocupació per places: Percentatge de places ocupades durant el període d'enquesta.
- Pernoctacions: Suma de pernoctacions hagudes a l'allotjament durant el període enquestat.
- Taxa d'ocupació per unitats: (habitacions, cases senceres, parcel·les, bungalows i apartaments). Percentatge d'unitats d'allotjaments ocupats durant el període d'enquesta.
- Espanyols: Percentatge de pernoctacions realitzades per clients espanyols.
- Catalans: Percentatge de pernoctacions realitzades per clients catalans.
- Estrangers: Percentatge de pernoctacions realitzades per clients estrangers.
- Mercats estrangers: Percentatge que representen les pernoctacions realitzades per clients d'un determinat mercat dintre de les pernoctacions estrangeres. Els mercats concrets a incloure seran com a mínim França, Regne Unit, Alemanya, Estats Units, Itàlia, Països Baixos, Països Nòrdics, Rússia, Irlanda, Suïssa, Portugal, resta d'Europa, resta d'Amèrica i resta del Món, sense oblidar un tractament d'aquells mercats que tot i tenir menys volum siguin estratègics.
- Arribades: Nombre de clients totals.
- Nits: Mitjana de nits d'estada.
- Preu mitjà de comercialització quin és el preu mig de comercialització de les unitats d'explotacions: (habitacions, cases senceres, parcel·les, bungalows i apartaments de diferents capacitats), sense esmorzar, ni IVA.

13.- Elevació a l'univers

Tots els resultats serà ponderats segons la variable emprada plaça o unitat d'allotjament (habitació, apartaments, parcel·la, bungalow).

La unitat a emprar per a fer les corresponents elevacions a l'univers serà la plaça en oferta i la unitat d'allotjament en oferta segons sigui escaient a cada variable.

Les agregacions d'informació per tipologia d'allotjament es realitzaran a partir del pes en places en oferta o unitats d'allotjament en oferta, segons sigui escaient a cada variable, de cada tipologia.

Les agregacions d'informació es realitzaran a partir del pes en places en oferta o unitats d'allotjaments de cada territori, segons sigui escaient a cada variable.

14.- Treball de camp, obtenció i anàlisi de resultats

La recollida d'informació, revisió, gravació i anàlisi de resultats correspondrà a l'empresa que proposa l'oferta, ja sigui amb mitjans propis o mitjançant altres operacions estadístiques implantades al territori que estiguin ja fent l'enquesta d'ocupació.

15.- Material

El material que es proporcionarà per a dur a terme la recollida de dades és:



- Base de dades amb la informació completa de tot l'univers d'empreses d'allotjament. Cal que la base de dades tingui com a mínim el nom comercial de l'allotjament, la seva adreça postal, una adreça electrònica de contacte i un telèfon de contacte.

16.- Servei estadístic

L'empresa que realitza l'oferta haurà de garantir que té medis humans i tecnològics per garantir el secret estadístic de les microdades que es pugen a la plataforma web.

La plataforma electrònica haurà d'estar dotada d'algoritmes de preservació de la confidencialitat. No es podran proporcionar resultats si en un estrat no hi ha 4 o més allotjaments oberts amb activitat. La dada d'aquests estrats ha d'aparèixer com a ND (no disponible).

Les enquestes realitzades d'aquests estrats ND computaran per les xifres globals de Costa Brava-Pirineu de Girona.

Si no es compleix la condició de secret estadístic els establiments s'agregaran als de categoria inferior. Si s'han esgotat les categories s'adheriran a estrats geogràfics collidants.

17.- Lliurament de resultats

Només es lliuraran els resultats agregats. El lliurament de resultats es farà mitjançant una plataforma electrònica en suport web.

18.- Requeriments de la plataforma tecnològica

- La plataforma haurà de complir amb criteris d'accés només per allotjaments que participen a l'enquesta (no proporcionarà resultats a aquells allotjaments que no participen a la mostra) i per institucions adherides.
- Haurà de complir una funció de repositori on es puguin acumular els resultats històrics i estiguin preparats per la seva consulta on-line.
- Haurà de tenir dos rols d'accés als resultats agregats. Un rol d'institució on la informació només farà referència a les diferents tipologies i zones agregades. I un altre rol d'accés per als allotjaments que podran consultar tant la seva pròpia dada comparada amb les dades agregades de les diferents tipologies d'allotjament i marques.
- Haurà de contemplar el retorn d'un informe on aparegui comparada la informació de cadascun dels allotjaments amb el global dels establiments del tipus i marca que l'allotjament hagi prèviament predefinit com a preferència a la seva fitxa. Aquest informe s'enviarà un cop tancats els resultats mensuals a cadascun dels allotjaments participants.
- Els informes inclouran tant gràfiques comparatives com taules de dades que permetin una fàcil i adequada interpretació dels resultats.
- Haurà de contemplar el retorn d'un informe comparat entre les diferents marques inclòs el total Costa Brava-Pirineu de Girona.



- Haurà de contemplar l'enviament per correu electrònic dels informes de resultats de cadascuna de les onades mensuals.
- Haurà de permetre la realització de consultes personalitzades de totes les variables, amb possibilitat de consultar períodes on s'agreguen diferents mesos.
- Les consultes de resultats hauran de poder visualitzar-se gràficament.
- Les consultes de resultats agregats hauran de poder descarregar-se a *excel* en format taula i en format gràfic.
- La plataforma haurà de detectar de manera automàtica quins resultats poden ser publicats, de manera que es preservi la confidencialitat absoluta de les dades de tots els allotjaments. Per fer-ho, serà necessari que el sistema processi automàticament algoritmes k-anonimat², per anonimitzar informació que tingui risc de pèrdua de privadesa.
- Els allotjaments hauran de poder respondre les seves corresponents enquestes, mitjançant un formulari online, que es pugui accedir a través d'un enllaç únic que l'identifiqui. O en el millor dels casos, a través d'una connexió XML, que permeti connectar la plataforma amb el sistema de gestor de l'allotjament.

² <https://es.wikipedia.org/wiki/K-anonimato>