

Els efectes de la covid-19 en la demanda turística de la província de Barcelona

Nom de l'estudiant: Marta Saldaña Teixidó

Nom del tutor/a: Jose Maria Raya

20/06/2021

MEMÒRIA INTERMÈDIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: Cinquè

Estudis: Doble Grau ADE i gestió de la innovació + Turisme i gestió del lleure

Resum executiu

Actualment el món en la seva totalitat es troba immers en la pandèmia del virus denominat covid-19, i aquesta està causant grans afectacions. S'estima que l'activitat turística serà una de les activitats econòmiques que es recuperarà més tard i que costarà que torni a l'engranatge econòmic mundial. Així doncs, la realització d'aquest treball pren com a objectiu conèixer en profunditat quins són els efectes de la pandèmia en la demanda turística. Els resultats demostren que la pandèmia està provocant efectes negatius .

Abstract

The world as a whole is currently immersed in the pandemic of the virus known as covid-19, and this is causing severe damages. It is estimated that tourism will be one of the economic activities that will take a long time to recover and will be hard to return it to the global economic gear. Therefore, this work aims to know in depth what are the effects of the pandemic on the touristic demand. The results show that covid-19 is causing negative .

Resumen

Actualmente el mundo en su totalidad se encuentra inmerso en la pandemia del virus denominado Covid-19, y está causando grandes afectaciones. Se estima que la actividad turística será una de las actividades económicas que se recuperarán más tarde y que costará que vuelva al engranaje económico mundial. Por eso, la realización de este trabajo toma como objetivo conocer en profundidad cuáles son los efectos de la pandemia en la demanda turística. Los resultados demuestran que la pandemia está provocando efectos negativos .

ÍNDIX

1. Introducció	6
2. La pandèmia de la covid-19	8
3. Marc teòric	10
3.1 La demanda turística i el comportament del consumidor turístic	10
3.2 Determinants de la demanda turística.....	11
3.2.1 La despesa del viatger.....	12
3.2.2 La durada de l'estada	13
3.2.3 La satisfacció del viatger	15
3.3 Efectes de la pandèmia en el turisme	16
3.4 Conclusions del marc teòric.....	17
4. Objectius.....	19
5. Metodologia	20
5.1 Descripció de la base de dades.....	20
5.1.1 Dades	20
5.2 Anàlisis	20
6. Resultats.....	22
6.1 Estadística descriptiva	22
6.1.1 Variables dependents	22
6.1.2 Variables explicatives	23
6.2 Test d'hipòtesis.....	26
6.3 Model de regressió	27
7. Conclusions	29
8. Agraïments	30
9. Bibliografia.....	31

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1: Hipòtesis i metodologia	21
Taula 2: Estadística descriptiva de les variables dependents.....	23
Taula 3: Estadística descriptiva de les variables explicatives quantitatives	23
Taula 4: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Tipus d’acompanyant	24
Taula 5: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Tipus d’allotjament	24
Taula 6: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives - Nacionalitat	24
Taula 7: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives - Estudis	25
Taula 8: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Situació Laboral	25
Taula 9: Estadística descriptiva de les variables qualitatives – Gènere.....	25
Taula 10: Test d’hipòtesis de les variables dependents	26
Taula 11: Resum dels models de regressió	28

1. Introducció

D'acord amb l'Institut d'Estudis Turístics (IET), el turisme es caracteritza per quatre elements bàsics: l'espai geogràfic-turístic, la demanda, l'oferta i els agents. Aquests elements interactuen entre si situant-se en una mateixa localització que es coneix com a destí turístic, on comparteixen els recursos durant un temps delimitat, mitjançant el gaudi dels serveis.

En el present treball s'analitzarà de manera minuciosa un d'aquests: la demanda turística, ja que és un dels principals elements d'investigació en la literatura turística (Ibrahim,2013; Tavares, i Leitao 2017)

Els factors estàndards que poden influir en aquesta variable són: els ingressos, les diferències en el tipus de canvi, els llaços històrics, la immigració, la despesa en publicitat de la destinació, les infraestructures del destí, el canvi climàtic, els costos energètics, la seguretat i la protecció de les fronteres, la llengua, el cost del transport, les diferències en els preus, les epidèmies, la distància geogràfica, la inestabilitat política, entre d'altres. (Dritsakis,2004; Salleh et al., 2008).

Tenint en compte aquests factors, hi ha tres variables que mereixen especial atenció a l'hora de determinar la demanda turística. En primer lloc, la despesa del viatger; Li, Song, i Witt, 2004, utilitzen la despesa del viatger en la destinació com a variable explicativa per a determinar la demanda turística global. En segon lloc, la durada de l'estada, Pestana i Pinto (2010) afirmaven que les teories econòmiques generalment tractaven la durada de l'estada com una constant en la demanda imposada pel temps disponible del viatger i demostraven amb la seva investigació que la durada de l'estada és un determinant de la demanda turística en lloc d'una característica. I per últim, la satisfacció del turista amb una destinació, que segons autors com Kozak, (2001); Kozak i Rimmington,(2000) s'ha convertit en un indicador clau per a la indústria turística.

Per altra banda, prestant especial atenció a les epidèmies com a factor que condiciona la demanda turística, i considerant el context d'emergència sanitària global en el que actualment es troba immers el món, queda palès que la demanda, especialment la del sector turístic es veurà modificada i afectada en gran mesura. Per tant, l'objectiu d'aquest estudi és analitzar quins han estat els canvis en la demanda turística a causa de la pandèmia del covid-19.

La principal motivació per a la realització del treball de final de grau és indagar en els temes que actualment estan transformant el sector al qual em vull dedicar professionalment i veure quines són les oportunitats de negoci que es podran desenvolupar en un futur.

El present treball s'estructura en sis apartats principals. En primer lloc, després de la introducció es realitzarà una revisió literària amb la idea d'establir un marc teòric per a la investigació. Seguidament es defineixen les hipòtesis i els objectius que s'estudiaran. Posteriorment, s'explica la metodologia que s'utilitzarà per realitzar el treball, continuant amb els resultats obtinguts, i finalment, en sisè lloc, s'exposen les conclusions d'aquesta recerca.

2. La pandèmia de la covid-19

Pandèmia. Aquesta ha estat una de les paraules més escoltades aquest any. Segons l'Organització Mundial de la Salut (OMS), una pandèmia és la propagació mundial d'una malaltia no coneguda.

Les pandèmies han estat presents al llarg de la història de la humanitat, causant problemes durant tots els segles. Les més devastadores de tota la història i de les quals se'n té constància són: la pesta negra, la verola, la grip espanyola, el xarampió i el VIH. Cal destacar que aquestes pandèmies van ser molt greus a causa de la falta de coneixement en sanitat i els sistemes sanitaris poc robustos, la falta d'higiene de les grans urbs, la desinformació de la població i la falta de mecanismes de control per part dels òrgans governamentals.

Durant el segle XXI les pandèmies han sigut puntuals (SARS, Grip A, MERS) i, degut al gran desenvolupament científic i sanitari, no han afectat en gran mesura a la població. Però, avui en dia el món ha esdevingut un espai globalitzat, connectat internacionalment i en el que el turisme ha ocupat el principal motor econòmic de moltes de les potències mundial. Aquest motor ha propiciat el constant moviment de la població entre països i continents, molta gent no entén unes vacances sense un viatge en un lloc remot o un país estranger que els és desconegut. Amb aquests moviments la propagació actual és molt més fàcil que en el passat, en conseqüència les societats s'han vist molt més afectades i l'impacte ha estat major que quan la gent no viatjava fora del seu lloc de residència.

Actualment el món en la seva totalitat es troba immers en una pandèmia. A finals del 2019 es va identificar per primera vegada una malaltia infecciosa causada pel virus SARS-CoV-2. La Comissió Municipal de Salut i Sanitat de Wuhan (capital de la província de Hubei, Xina) va informar d'un conglomerat de casos de pneumònia amb etiologia desconeguda. Tots els casos, set d'ells notificats com a casos molt greus, havien tingut una exposició comuna en un mercat majorista de marisc, peix i animals vius. Posteriorment va ser identificat com a causant d'aquesta pneumònia un nou virus de la família Coronaviridae, denominat COVID-19.

Uns mesos després, al març del 2020, els membres de l'OMS profundament preocupats pels alarmants nivells de propagació d'aquesta nova malaltia, per la seva gravetat, i pels alts nivells d'inacció per part de tots els països del món van determinar que la COVID-

19 es podia caracteritzar com una pandèmia mundial. Des de l'inici de l'epidèmia (14 de març de 2020) fins al moment (17 de juny de 2021) s'han detectat a Catalunya 694.579 casos confirmats i 22.240 defuncions¹.

¹ Vegeu dades i evolució de la pandèmia a Catalunya a <https://dadescovid.cat/>

3. Marc teòric

En el següent apartat es representarà el marc teòric d'investigació pertinent als temes que es pretenen analitzar. Principalment l'estudi es basa en analitzar la literatura existent sobre demanda turística i les variables que la poden determinar. El punt s'ha dividit en quatre apartats diferents: el primer tracta el concepte de demanda turística i la relació d'aquesta amb el comportament del consumidor en el sector, el segon aprofundeix en els determinants de la demanda turística en termes de despesa, durada de l'estada i satisfacció del viatger, el tercer analitza els efectes de la pandèmia covid-19 en el sector turístic, i per últim, les conclusions del marc teòric.

3.1 La demanda turística i el comportament del consumidor turístic

La demanda turística pot ser definida d'un mode similar a qualsevol altre tipus de demanda, tot i que, no obstant això, unes característiques la diferencien de la demanda d'altres béns i serveis no turístics, les quals s'han de tenir en compte per no caure en simplificacions i per evitar possibles errors futurs de planificació que es podrien produir pel fet d'obviar-les (Martínez i De Miguel, 2000).

En canvi, segons Kotler et al. (1993) s'accepta que la demanda turística per la seva naturalesa (ànsia o desig de gaudir dels coneixements de nous espais, regions, costums i diferents varietats d'allò que és habitual o quotidià) és totalment diferent de qualsevol altra, no només en les seves formes externes sinó també en els seus propis elements intrínsecs. Klenosky i Gitelson (1998) afirmen que la demanda d'un viatge no és igual a la demanda d'un producte alimentari, un calçat o un vestit; la primera satisfà una inclinació d'índole espiritual o psicològica, i en canvi l'altra, en principi, satisfà necessitats físiques o materials.

Per tal d'abordar la conceptualització de la demanda turística i identificar les principals tendències d'aquesta, Madrazo (2009) afirma que la demanda turística és definida per un conjunt de subjectes que desenvolupen accions sobre determinats objectes, influït per condicions específiques en un espai i temps establert. I utilitzant termes representatius dels grups de les variables que analitza, defineix la demanda turística com als consumidors actuals i potencials que desitgen, poden i estan disposats a gaudir el conjunt de facilitats, atractius, activitats, béns o serveis turístics en funció del preu i

de la seva renda, en indrets diferents al lloc de treball i residència habitual durant un cert període de temps.

Així doncs, entenent al consumidor com a demanda turística, el comportament del consumidor en el cas del turisme, es reconegut amb els termes “comportament de viatges” o “comportament turístic” que solen servir per descriure aquesta àrea d’investigació. El visitant desenvolupa conductes en funció de moltes variables que determinen on volen viatjar, què els motiva a fer aquest viatge, on busquen informació, amb qui viatgen, quant de temps poden o volen fer el viatge, o com volen organitzar el viatge, entre molts d’altres factors. Així doncs, el procés del comportament del turista també comença amb el reconeixement d’una necessitat, segueix amb el procés de compra, consum i ús del producte o servei turístic i acaba amb l’avaluació d’aquest procés. Per tant, els conceptes, les influències i els contextos de recerca es poden estudiar en diferents etapes en el comportament del turista: pre-visita, in situ (despesa i durada de l’estada) i post-visita (satisfacció) (Cohen, Prayag i Moital, 2014).

El comportament del turista presenta alguns elements singulars respecte al consumidor general del mercat. En la contextualització en el mercat turístic es poden sintetitzar en tres grans grups els condicionants del consum turístic: els factors de l’entorn, els factors personals i les actituds del consumidor (Borja, Casanovas i Bosch, 2002). Així doncs, aquests tres factors condicionants en el consum turístic i que estan directament relacionats amb els factors de la conducta del consumidor general proposats per Blackwell et al., 1973, són: (1) els factors de l’entorn, on s’hi troben la cultura, la classe social, els grups de referència, els factors econòmics, la família i les polítiques estatals (despesa i durada de l’estada) ; (2) els factors personals, on hi tenen especial importància l’aprenentatge, la percepció, la motivació o la personalitat; i, finalment, (3) les actituds del consumidor, que engloben els sentiments, els pensaments i les predisposicions (satisfacció).

3.2 Determinants de la demanda turística

Generalment, des d’un punt de vista macroeconòmic, els models que determinen la demanda turística internacional estan basats en teories econòmiques clàssiques. Normalment s’estimen en funció de la renda del turista, els preus de la destinació en relació als preus del país d’origen, els preus del turisme en destins competidors, el tipus de canvi, el cost del transport, així com en variables fictícies sobre esdeveniments especials i determinades tendències (Barry and O’Hagan, 1972; Loeb, 1982; Stronge

and Redman, 1982; Uysal and Crompton, 1984; Smeral, 1988; Di Matteo and Di Matteo, 1993; Crouch, 1994; Lim, 1999; Vanegas and Croes, 2000).

La investigació de la modelització i predicció de la demanda turística es basa, en gran mesura, en dades secundàries en termes de construcció i estimació de models. Tot i que les variables explicatives incloses en els models de demanda turística varien segons l'objectiu de la investigació i els antecedents de l'autor, l'ús de determinats indicadors com a mesura de variables de demanda turística ha estat menys controvertit en els últims anys (Witt i Song 2000).

En el present treball s'estudiarà la demanda turística des de tres punts de vista diferents; en termes quantitatius, s'analitzarà en funció de la despesa del viatger i la durada de l'estada, i en termes qualitius, s'analitzarà en funció de la satisfacció del viatger.

3.2.1 La despesa del viatger

L'estudi de la despesa del viatger en una destinació té una llarga trajectòria. Acadèmics com Cannon i Ford (2002), Alegre i Juaneda (2006), Laesser i Crouch (2006) o Lee (2001), han realitzat investigacions sobre el tema des d'un punt de vista macroeconòmic.

Des d'un punt de vista macroeconòmic, Pyo, Uysal, i McLellan (1991) van desenvolupar un model de despesa lineal per a l'anàlisi de la demanda del turisme nacional dels EUA. El model comença amb la suposició de la maximització de la utilitat del consumidor sota restriccions pressupostàries i usa cinc grups de productes bàsics com a variables dependents; transport, allotjament, servei de menjar, entreteniment/oci i altres béns i serveis. L'estudi revela que la possibilitat de retallar el pressupost d'un viatge és més gran per al transport i menys probable per al servei de menjar.

Per altra banda, altres autors han realitzat la investigació de la despesa des d'un punt de vista microeconòmic. Algun d'aquests estudis utilitzen la despesa en la destinació com a variable global de la demanda turística (Li, Song, i Witt, 2004; Li, Wong, Song, i Witt, 2006) en canvi, altres estudis emparen la despesa com a determinades categories de productes turístics, com ara despesa en menjar (Au i Law, 2002) despesa de visites turístiques (Au i Law, 2000) i despesa en compres (Law i Au, 2000).

Per tal d'ajudar en la generació de visions estratègiques sobre el màrqueting per a sectors públics i privats en empreses de navegació, l'acadèmic Lee (2001) va realitzar un estudi amb l'objectiu d'investigar els determinants de la despesa dels viatgers de creuers. Va realitzar un anàlisi utilitzant com a variables les característiques

sociodemogràfiques i geogràfiques dels navegants, la distància del viatge, el tipus de destinació i el viatge. Com a resultat, va observar patrons determinats importants de les despeses totals del viatge. No obstant això, la importància d'aquests factors va variar segons el tipus de despesa: restaurants, queviures, combustible per a vaixells, gasolina automàtica i compres i entreteniment.

Per altra banda, els autors Oh, Kim i Choi (2019) van realitzar un estudi per identificar els determinants de la demanda del turisme excursionista. L'estudi adopta un anàlisi de regressió per estimar amb precisió la demanda d'excursionistes que han visitat senders alemanys almenys una vegada. Utilitzen i descriuen com a determinants de la demanda característiques sociodemogràfiques dels excursionistes, els beneficis del senderisme i els serveis que es proveeixen. Els resultats estimats van ajudar a les autoritats de la pista a assignar els pressupostos, prioritzant la millora i manteniment de les instal·lacions i serveis a mida per als excursionistes.

Per últim, Aguilo i Juaneda (2000) van realitzar una anàlisi de la despesa turística estudiant de manera concreta la despesa turística de les Illes Balears per a diferents segments de mercat distingint entre el país d'origen i la destinació. Per desenvolupar aquesta anàlisi, van utilitzar dos models de regressió; un per a calcular la despesa en el país d'origen, i l'altre per a calcular la despesa a la destinació (en aquest cas les Illes Balears). Per construir aquests models van utilitzar com variables independents característiques bàsiques del turista, com ara la nacionalitat, l'edat, la professió, el tipus d'allotjament, el tipus de reserva i l'opinió dels preus. Aquesta metodologia reflecteix la complexitat del fenomen del turisme de masses als anys 90. L'anàlisi mostra que les diferències en la despesa de diversos perfils de viatgers són significatives. Aquesta investigació permet obtenir la informació necessària per implementar polítiques turístiques més adequades a mercats cada vegada més segmentats.

3.2.2 La durada de l'estada

La durada de l'estada és una de les variables claus per determinar la demanda turística, i tot i que prèviament alguns acadèmics l'obviaven, mereix molta més atenció en la investigació (Gokovali, Bahar i Kozak, 2006). Acadèmics com Barros, Correia, i Crouch (2008), Menezes, Moniz, i Vieira (2008), Gokovali et al. (2006) han format part de la literatura de l'estudi d'aquesta variable adaptant models de supervivència (model multivariant on la variable dependent és el temps) al sector turístic, considerant la variable com una característica de la demanda. Altres autors com Sangchoul Yi, Cai

Liping, Jonathon Day (2011), Raya i Martinez (2008), Kaniovski, Peneder, i Smeral (2008) utilitzaven en les seves investigacions un model de durada per estudiar la demanda turística.

Com s'ha mencionat anteriorment, autors com Pestana i Pinto (2010) afirmaven que les teories econòmiques generalment tractaven la durada de l'estada com una constant en la demanda imposada pel temps disponible del viatger i demostraven amb la seva investigació que la durada de l'estada es un determinant de la demanda turística en lloc d'una característica. En canvi d'altres com Alegre i Pou (2005) examinaven els determinants microeconòmics de la durada de l'estada en un dels països de principals destinacions de sol i platja del Mediterrani. Estimaven un model de funció de demanda condicional que posava en relleu el poder explicatiu el perfil sociodemogràfic del turista i les característiques de les seves vacances, així com la sensibilitat de la variable estudiada al canvi dels preus.

Per altra banda, García, Gallarza, Gardó, i Osullivan (2016) afirmaven que existeix una interrelació entre el turisme i les compres, i mereix especial atenció la influència de les compres de productes del sector de la moda en la decisió de viatjar. Els autors investiguen si la durada del viatge es veu influenciada per altres factors clàssics com els demogràfics (edat, sexe, i nivell de renda), i els propis de l'avaluació del comportament de compra en establiments de moda (qualitat del servei, qualitat del producte i gaudir de la compra. La investigació empírica amb una mostra de 370 turistes va permetre obtenir conclusions interessants per a la gestió turística a l'afirmar que la implicació amb la moda, el gaudir amb les compres, la qualitat del servei, la implicació cognitiva en la selecció del destí, l'edat i la renda prediuen la durada del viatge.

Diversos autors han demostrat empíricament Barros et al. (2008) van analitzar la durada de l'estada dels turistes portuguesos a Amèrica del Sud amb models de supervivència alternatius. Les covariables utilitzades van ser el pressupost, els atributs de la destinació, les característiques sociodemogràfiques, les visites prèvies, les restriccions temporals i la freqüència dels viatges. La principal conclusió és que la durada de l'estada depèn de múltiples determinants i és específica de cada destinació turística.

Menezes et al. (2008) van analitzar la durada de l'estada dels turistes a les illes Açores. Les covariables utilitzades van ser els perfils sociodemogràfics, els atributs de viatge, les pràctiques de sostenibilitat i els atributs de la imatge de la destinació. La principal

conclusió és que les covariables expliquen la durada de l'estada i el visitant que repeteix el viatge és particularment important en aquest context.

Raya i Martinez (2008) han analitzat la durada de l'estada del turisme de baix cost a Espanya. Les covariables utilitzades van ser la nacionalitat, les característiques socioeconòmiques, l'ocupació, el motiu del viatge, el tipus d'allotjament, els viatges organitzats, els viatges amb la família, la temporada alta i l'àrea geogràfica. La principal conclusió va ser que la hipòtesi de la proporció de perillositat és que la proporcionalitat en el temps del model de supervivència de Cox no es va complir i, per tant, es va adoptar un model de supervivència accelerada. A més, només algunes covariables eren estadísticament significatives, és a dir, la nacionalitat dels turistes, l'edat, el nivell educatiu, el tipus d'educació, el tipus d'allotjament, la temporada i l'àrea geogràfica.

Gokovali et al. (2006) van aplicar anàlisis de supervivència per modelar la durada de l'estada dels turistes a Bodrum, Turquia, mitjançant dues especificacions del model de supervivència: el model Cox i el model Weibull. Les covariables utilitzades van ser nacionalitat, edat, tipus de feina, característiques socioeconòmiques, tipus de paquet de vacances (pensió completa, allotjament i esmorzar, paquet complet), visites passades, qualitat, nivell d'hospitalitat, atractiu, vida nocturna, allotjament, imatge, promoció i publicitat, i recomanació. La principal conclusió és que les covariables expliquen la durada de l'estada.

3.2.3 La satisfacció del viatger

Realitzar investigacions sobre la satisfacció dels consumidors es resumeix en un expedient que comporta una complexa gamma de variables a ser considerades, ja siguin objectives (com ara els aspectes referents a la qualitat i l'estandardització dels productes o serveis que s'ofereixen) o subjectives (com els elements referents a les expectatives i emocions inherents a la compra de béns i serveis) Mariani, Barboza, i de Oliveira Arruda (2012).

L'impacte que suposa la satisfacció general i / o la satisfacció amb diferents aspectes d'una destinació en què el turista torni a visitar o recomani el destí es analitzat per Alegre i Cladera (2006), Um et al. (2006), Yoon i Uysal (2005), Petrick (2004), Caneen (2003), Pritchard (2003), Kozak (2001), Baker i Crompton (2000) i Kozak i Rimmington (2000). Aquests estudis demostren que la satisfacció del turista té un efecte positiu sobre la probabilitat que el turista torni a visitar un destí. Per tant, la satisfacció del turista amb

una destinació s'ha convertit en un indicador clau per a la indústria turística (Kozak i Rimmington, 2000).

Alegre, i Cladera (2009) analitzen els determinants de les intencions turístiques de visitar un destí, prestant especial atenció als efectes de la satisfacció i el nombre de visites anteriors. Per tal de garantir un incentiu per a millorar el producte, afirmen que la satisfacció ha de ser el principal factor determinant. A més a més, analitzen la contribució que aporta la satisfacció en diferents aspectes d'una destinació en la satisfacció general del turista. Mitjançant un model d'equacions estructurals, per determinar la satisfacció global utilitza com a variables independents el nivell de satisfacció parcial, el nombre de visites prèvies, les motivacions de l'elecció del viatge, l'opinió del turista de la relació qualitat-preu. L'estudi conclou que tant la satisfacció com el nombre de visites anteriors tenen un efecte positiu sobre la intenció de tornar al destí.

Campo-Martínez, Garau-Vadell, i Martínez-Ruiz (2010) realitzen una investigació per analitzar la probabilitat de repetir una visita en una destinació de sol i platja. Van realitzar un estudi empíric a turistes que ja havien visitat Mallorca. Els resultats van mostrar que, per al total de turistes la satisfacció general va tenir la major influència en la decisió de tornar a visitar una destinació.

3.3 Efectes de la pandèmia en el turisme

Durant les passades dècades, l'indústria turística global ha superat pèrdues i danys significants derivats d'una sèrie d'esdeveniments desafortunats, on hi podem incloure desastres naturals (tsunamis, huracans, i terratrèmols), crisis epidèmiques, o perills causats per l'home (terrorisme) (Cohen, 2012; Hall et al., 2017; Ritchie, 2009; Samitas et al., 2018; Ying et al., 2020). La dècada 2020 va començar amb la desconcertant i desafortunada aparició d'una nova malaltia en la línia de més de 30 infeccions desconegudes que el món ha experimentat en els passats 30 anys (Nkengasong, 2020).

Des dels inicis de la pandèmia els investigadors s'han centrat en dues qüestions principals. Per una banda, Karim, Haque, Anis i Ulfy, (2020), Gössling, Scott i Hall (2020), Bakar, i Rosbi (2020), Qiu, Park, Li, i Song (2020), s'han dedicat a estudiar quin ha estat l'impacte de la covid-19 en el sector turístic i a comparar la covid-19 amb pandèmies anteriors i altres tipus de crisis globals. Hoque, Shikha, Hasanat, Arif i Hamid (2020) mesuraven empíricament l'impacte del succés de la covid-19 en el sector turístic a la Xina.

Un altre estudi que calcula l'efecte de la covid-19 en la indústria del turisme és el de Bakar, i Rosbi (2020). Els autors avaluen l'impacte utilitzant la corba d'oferta i demanda per detectar els canvis econòmics del sector. Els resultats mostren que la pandèmia ha provocat pànic entre els consumidors i ha contribuït en una baixada dràstica de la corba de la demanda.

Per altra banda, acadèmics com Wen, Kozak, Yang i Lui, (2020), Brouder (2020), Lew, Cheer, Haywood, Brouder, i Salazar (2020), Prideaux, Thompson, i Pabel (2020), Lapointe (2020), Kaushal, i Srivastava (2021) han començat a investigar el potencial de transformació i recuperació del sector turístic després de la pandèmia. D'aquesta manera, Higgins-Desbiolles (2020) afirmen la latent oportunitat de reorientar el sector turístic cap a les comunitats locals, i als límits socials i ecològics del planeta. Això es deu al fet que, els sectors de l'hostaleria i els esdeveniments han quedat completament paralizats pels esforços del govern per reduir i controlar la pandèmia.

L'investigació de Kaushal i Srivastava (2021) s'adreça primerament als principals reptes que afronta la indústria de l'hostaleria i el turisme enmig de les condicions actuals. I seguidament, es refereixen als aprenentatges vitals per a la indústria. L'estudi conclou amb el desenvolupament de les limitacions i futurs estudis que caldran per a la recuperació del sector.

3.4 Conclusions del marc teòric

Com s'ha pogut observar al llarg del present marc teòric, la demanda turística ha estat estudiada al llarg dels anys per diversos acadèmics. Degut als factors que influeixen en el comportament del consumidor turístic i per tant en la demanda del sector, els principals determinants d'aquesta són les variables de la despesa del viatger, la durada de l'estada i la satisfacció del viatger.

En referència a la situació de pandèmia que s'està vivint actualment, s'han començat a realitzar estudis que predeien, des de diverses perspectives, quins serien els efectes de la covid-19 en el sector turístic. Per una banda, alguns acadèmics han mesurat l'impacte d'aquesta pandèmia i l'han comparat amb pandèmies i crisis globals anteriors. I per l'altra, han començat a investigar el potencial de transformar el sector turístic a partir de la pandèmia.

Tot i que acadèmicament hi ha estudis que analitzen formalment quins han estat els efectes de la pandèmia en el sector turístic i en la demanda turística, cap d'ells ha

investigat concretament quins seran els canvis en la demanda entesa com a despesa, durada i satisfacció, i per tant, si han canviat els determinants d'aquestes variables. És per això que aquest projecte busca avaluar com ha canviat la demanda turística de la província de Barcelona en termes de despesa, durada, satisfacció del viatger a causa de la covid-19.

4. Objectius

L'objectiu general del present treball és conèixer quins són els efectes de la pandèmia de la covid-19 en la demanda turística de la província de Barcelona. A partir d'aquest, s'han formulat un diverses qüestions a tenir en compte que s'espera poder corroborar al llarg de la investigació:

En què gasta el turista que visita Barcelona? Quant gasta? La despesa del turista és la mateixa abans i després de la pandèmia? Quina és la durada de la seva estada? A causa de la pandèmia les estades són més curtes? Han canviat les motivacions del turista per venir a visitar la província? Després de viatjar, el turista voldria repetir l'experiència? Tot i la pandèmia, el turista acaba satisfet després de la seva estada? Han canviat els determinants d'aquesta satisfacció a causa de la pandèmia?

D'aquesta manera, es pretén identificar si els determinants de la demanda turística de la província de Barcelona han canviat a causa de la pandèmia en funció de tres variables principals: despesa, durada de l'estada i satisfacció del viatge.

Així doncs, podem definir com a objectius específics:

1. Identificar els canvis en la despesa turística causats per la covid-19.
2. Identificar els canvis en la durada de l'estada causats per la covid-19
3. Identificar els canvis en la satisfacció del viatger causats per la covid-19.

Tanmateix, a partir de la definició dels objectius específics plantejats, sorgeixen 3 hipòtesis:

1. Hi haurà una disminució en la despesa turística a causa de la pandèmia.
2. La durada de l'estada dels turistes que visitin la província de Barcelona no patirà grans canvis.
3. La satisfacció del viatger millorarà a causa de la pandèmia.

5. Metodologia

Per dur a terme l'estudi sobre l'impacte de la covid-19 en la demanda turística, la metodologia escollida pel desenvolupament de la investigació està basada en un conjunt de mètodes probabilístics que permet testejar els objectius i resoldre les preguntes formulades. L'apartat s'ha dividit en dos punts: l'obtenció de les dades i la anàlisi.

5.1 Descripció de la base de dades

Per a la creació de la base de dades final s'ha començat amb una selecció de dades extretes de l'enquesta de la Diputació de Barcelona: "Estudi de perfil dels turistes a Barcelona i província" des de l'any 2018 fins al 2020.

El qüestionari està format per un total de 74 preguntes, i el nombre de preguntes a respondre varia en funció de l'entrevistat. Es compta amb dos grups d'entrevistats: visitants i turistes. Per aquesta investigació només s'utilitzaran aquelles preguntes que hagin respost els turistes. Aquestes corresponen per una banda, a les qüestions d'una primera fase que serveixen per identificar ambdós grups, i per altra banda 63 preguntes que només contesten els turistes (el nombre varia segons les respostes) agrupades en blocs: quotes, motiu principal del viatge, planificació del viatge, característiques el viatge, visites, activitats, transport i mobilitat, excursions, valoració, seguretat ciutadana, turistes de província visiten Barcelona, i dades de classificació.

5.1.1 Dades

El treball de camp de l'estudi es va dur a terme per l'institut DYM entre el 13 de febrer i el 28 de desembre de l'any 2018, amb suport informàtic (CAPI) i una mostra de 12.455 participants. Estava formada per turistes majors de 15 anys que han pernoctat entre 1 i 28 nits a la destinació Barcelona (municipis de les marques turístiques: Barcelona, Costa de Barcelona, Paisatges de Barcelona i Pirineus de Barcelona) en qualsevol tipus d'allotjaments que no fos una segona residència o creuer.

Les preguntes escollides per a cada objectiu s'han classificat, segons la informació que ofereixen en 2 grups: variables sociodemogràfiques, factors determinants. En la taula resum de la metodologia es pot observar cadascuna de les preguntes seleccionades i classificades, com també l'objectiu i el mètode d'anàlisi.

5.2 Anàlisi

Per determinar la importància estadística de cadascun dels determinants de la demanda turística, i amb el suport de Stata (software estadístic), es durà a terme un test d'hipòtesis per acceptar o refutar les hipòtesis o preguntes formulades de manera individual, es a

dir si les variables explicatives afecten a la demanada turística. Així doncs, es realitzarà un anàlisi de regressió, que permetrà estudiar si existeix relació entre les variables explicatives i la variable dependent, una vegada controlades per la resta de variables explicatives. Prenent d'exemple la investigació de Raya, Martinez (2008) s'estimarà un model de duració, per estudiar la variable de la durada de l'estada i un model d'elecció discreta, per estudiar la variable de la satisfacció. Aquest procés es dura a terme per tota la província de Barcelona abans de la pandèmia i després, i seguidament es realitzarà una comparació entre els dos períodes.

Taula 1: Hipòtesis i metodologia

Hipòtesis	V. explicativa	V. depenent	Mètode
	Factors sociodemogràfics	Factors determinants	
Despesa del viatge	Q1. Gènere Q2. Edat Q3. Nacionalitat Z1. Nivell d'estudis finalitzats Z2. Situació laboral	22. Despesa total planificada per a tota l'estància 24. Distribució de la despesa 4. Tipus d'allotjament	Anàlisi de regressió Wang (2011) Aguilo i Juaneda (2000)
Durada de l'estada		F2. Arribada i sortida del municipi 1. Tipus d'allotjament	
Satisfacció del viatger		46. Valoració de cadascun dels aspectes de la destinació de Barcelona 49. Recomanació de Barcelona com a destí turístic 4. Tipus d'allotjament	

Font: Elaboració pròpia

6. Resultats

Aquesta secció mostra els resultats de l'estudi realitzat mitjançant la metodologia esmentada en l'apartat anterior amb la finalitat d'arribar a validar els objectius plantejats a l'inici de la investigació que són: (H1) Hi haurà una disminució en la despesa turística a causa de la pandèmia, (H2) La durada de l'estada dels turistes que visitin la província de Barcelona no patirà grans canvis, (H3) La satisfacció del viatger millorarà a causa de la pandèmia.

L'apartat es dividirà en tres seccions: en la primera es realitzarà un anàlisi descriptiva, en la segona s'efectuarà el test d'hipòtesi i, per últim, s'executarà l'anàlisi de regressió.

6.1 Estadística descriptiva

En primer lloc, es durà a terme una anàlisi descriptiva de les principals variables d'interès, es a dir, aquelles directament relacionades amb l'objectiu de la investigació. L'estadística descriptiva mostra uns primers resultats de les variables, com són les mitjanes, les desviacions típiques, etc., però sense arribar a relacionar les diferents variables entre elles.

6.1.1 Variables dependents

Tal com es pot observar a la taula 2, de les variables dependents principals, s'ha extret la mitjana i la desviació típica de tota la mostra de turistes que van visitar Barcelona des de l'any 2018 fins a l'any 2020, i la mitjana i la desviació típica abans i durant el període de la pandèmia.

Per a l'estudi de la durada de l'estada es farà especial atenció a la variable "nombre de nits". Tal i com es pot observar a la taula la mitjana d'aquesta abans de la pandèmia era de 5,02 nits, i durant la covid-19 es de 9,16 nits.

Seguidament, per a l'estudi de la despesa cal tenir en compte les variables de la "despesa per persona" i la de "despesa per estada", a partir d'aquesta premissa es pot deduir que la mitjana de la despesa total abans de la pandèmia estava al voltant de 566€, i durant la covid-19 se situa en 646€ aproximadament, és a dir, el producte de la mitjana d'aquestes dues variables.

Per últim, per a l'estudi de la satisfacció es considerarà la variable de la "valoració global" de l'estada, i com es pot observar, els turistes que van visitar la província de Barcelona

abans de la covid-19, valoraven la destinació amb una mitjana de 8,55 sobre 10, i els que l'han visitada durant la pandèmia l'han valorat amb una mitjana de 8,52 sobre 10.

En tant que fa a les desviacions típiques es pot afirmar que hi ha poca dispersió de les dades, ja que els valors són molt semblants als de les mitjanes.

Taula 2: Estadística descriptiva de les variables dependents

	TOTA LA MOSTRA		ABANS DE LA COVID-19		DESPRÉS DE LA COVID-19	
	Mitjana	Desviació Típica	Mitjana	Desviació Típica	Mitjana	Desviació Típica
Despesa per persona	252,34	369,57	266,38	374,84	196,30	342,05
Despesa per persona i nit	59,32	70,23	61,42	71,96	50,95	62,16
Nombre de nits	5,87	11,91	5,02	4,35	9,16	24,57
Valoració Global	8,54	1,17	8,55	1,15	8,52	1,21

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

6.1.2 Variables explicatives

Tal i com es pot observar en la taula 3, de les variables explicatives quantitatives, s'ha extret la mitjana i la desviació típica de tota la mostra de turistes que van visitar Barcelona des de l'any 2018 fins a l'any 2020, i la mitjana i la desviació típica abans i durant el període de la pandèmia.

En relació a l'edat dels participants en el qüestionari utilitzat per a la creació de la base de dades, abans de la pandèmia la mitjana d'edat se situava entre els 40-41 anys. En canvi, durant la covid-19 la mitjana d'edat s'ha situat entre els 39-40 anys.

Taula 3: Estadística descriptiva de les variables explicatives quantitatives

	TOTA LA MOSTRA		ABANS DE LA COVID-19		DESPRÉS DE LA COVID-19	
	Mitjana	Desviació Típica	Mitjana	Desviació Típica	Mitjana	Desviació Típica
Edat	40,49	13,93	40,84	13,98	39,03	13,61

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

Per altra banda, s'han estudiat les variables explicatives qualitatives que s'utilitzaran per al model de regressió.

En primer lloc, com es pot observar a la taula 4, el tipus d'acompanyant dels turistes que visiten la província de Barcelona més freqüent es viatja en parella, amb un percentatge de 43,64%. Queda en segon lloc viatjar amb companys de feina, amb un percentatge de 10,53%.

Taula 4: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Tipus d'acompanyant

TIPUS ACOMPANYANTS	Freqüència	Percentatge
Sol		24,16
En parella		43,64
Amics		9,95
Companys de feina		10,53

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

En segon lloc, com es pot observar a la taula 5, el tipus d'allotjament escollit per als turistes l'hotel/ Aparthotel es el més utilitzat, a la província de Barcelona, amb un percentatge del 59,70%. En segon lloc, la tipologia d'allotjament més utilitzada és l'apartament turístic, amb un 10,08%.

Taula 5: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Tipus d'allotjament

TIPUS D'ALLOTJAMENTS	Freqüència	Percentatge
Hotel/Aparthotel	16,21	59,70
Pensió	291	1,07
Apartament turístic	2,74	10,08
Alberg/Hostal	1,78	6,55
Càmping	2,22	8,16
Segona residència	45	0,17

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

Seguidament, com es pot observar a la taula 6, un 24,36% dels turistes que visiten la província de Barcelona son de la resta de l'estat d'Espanya, es a dir, turisme nacional. En canvi, de tota la resta de països del món, un 5,86% son francesos, un 4,39% són alemanys i un 5,94% son del regne unit.

Taula 6: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives - Nacionalitat

NACIONALITAT	Freqüència	Percentatge
França	1,58	5,86
Alemanya	1,19	4,39
Espanya	6,57	24,36
Regne Unit	1,60	5,94

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

En relació al nivell d'estudis, com es pot observar a la taula 7, majoritàriament els turistes que visiten la província de Barcelona tenen estudis universitaris (grau, diplomatura, llicenciatura, màster, postgrau i doctorat), amb un 62,62%. I en segon lloc, tenen estudis secundaris generals, amb un 17,48%.

Taula 7: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives - Estudis

ESTUDIS	Freqüència	Percentatge
Obligatoris no finalitzats	127	0,48
Obligatoris	1,61	6,09
Secundaris generals	4,62	17,48
Secundaris professionals	3,53	13,34
Universitaris	16,55	62,62

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

En quan a la situació laboral, com es pot observar a la taula 8, la majoria dels turistes treballen per compte d'altre, entre un 61-63%. La segona situació més freqüent es treballar per compte propi, amb un percentatge aproximat del 19%.

Taula 8: Estadística descriptiva de les variables explicatives qualitatives – Situació Laboral

SITUACIÓ LABORAL	Freqüència	Percentatge
Treballa per compte propi	4,95	18,65
Treballa per compte d'altri	16,87	63,62
Jubilada/Pensionista/Incapacitat	1,87	7,05
Aturada/Buscant feina	697	2,63
Tasques de la llar (no remunerades)	224	0,84
Estudiant	1,913	7,21

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

Per últim, com es pot observar en la taula 9, la majoria de turistes enquestats son homes. Tot i que no es una majoria molt elevada, representen un 59,62%.

Taula 9: Estadística descriptiva de les variables qualitatives – Gènere

GÈNERE	Freqüència	Percentatge
Home	3,363	59,62
Dona	2,278	40,38

Font: Elaboració pròpia a partir del suport estadístic STATA.

6.2 Test d'hipòtesis

Una vegada estudiada l'estadística descriptiva de les dades, s'ha procedit a realitzar els tests d'hipòtesis per tal de correlacionar les variables principals i veure si tenen alguna relació entre elles i de quina manera.

Tenint en compte l'objectiu principal d'aquest projecte, mesurar els efectes de la pandèmia de la covid-19 en la demanda turística de la província de Barcelona. S'ha establert una correlació de les variables descriptives de la investigació amb la variable *dummy* anomenada covid-19, la qual pren el valor 1 els turistes que van ser enquestats durant el període de pandèmia, i pren el valor 0 els turistes que van ser enquestats abans del període de pandèmia.

Tal i com es pot observar a la taula 10, es pot afirmar que la pandèmia ha provocat una caiguda de 70,08€ de la despesa per persona i de 10,47€ de la despesa per persona i nit. Per altra banda, en relació a la variable del nombre de nits, es pot determinar que l'estada dels turistes durant la pandèmia s'ha allargat en 4,14 nits més. I per últim, es pot afirmar que la valoració global de la destinació pràcticament no ha variat durant el període de la pandèmia.

Totes aquestes diferències són estadísticament significatives a l'1% del nivell de significació.

Taula 10: Test d'hipòtesis de les variables dependents

	ABANS DE LA COVID-19	DURANT LA COVID-19	DIFERÈNCIA
Despesa per persona	266,37	196,30	-70,08***
Despesa per persona i nit	61,42	50,95	-10,47***
Nombre de nits	5,02	9,16	4,14***
Valoració global	8,55	8,52	0,03***

Font: Elaboració pròpia

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

6.3 Model de regressió

Els tests d'hipòtesis no tenen en compte que les diferències d'una variable abans i després de la pandèmia, poden amagar sensibilitat als efectes d'aquesta en un altra variable. Per exemple, podria ser que el perfil del turista que visita la província de Barcelona durant la pandèmia hagi canviat, i per tant serà normal que

Per a aquest apartat, s'han creat tres models de regressió en els quals cadascuna – la despesa, la durada, i la valoració global - constitueixen les variables dependents, i com a variables explicatives s'han incorporat l'edat, el gènere, el tipus d'acompanyants, el tipus d'allotjament, la situació laboral, el nivell d'estudis i delictes (correspon a si hi ha hagut delictes durant l'estada o no). També s'ha contemplat un control de la nacionalitat dels turistes que visiten la província de Barcelona, un control d'altres municipis que s'hagin pogut visitar a part de la ciutat de Barcelona, i , per últim, la variable dummy covid-19, la qual pren el valor 1 els turistes que van ser enquestats durant el període de pandèmia, i pren el valor 0 els turistes que van ser enquestats abans del període de pandèmia.

En primer lloc, cal mencionar que els models de regressió creats compten amb uns coeficients de determinació (R-squared) de 0,08 (per a la despesa), 0,12 (per a la durada) i 0,06 (per a la satisfacció); per tan, es pot determinar que els models expliquen un 8%, 12% i un 6% la variable real (despesa, durada de l'estada i satisfacció del viatge).

En relació al primer model de regressió creat, es pot determinar que finalment, la covid-19 no es un dels principals efectes per al canvi de la despesa. A més a més, cal destacar que no es un resultat estadísticament significatiu.

Per altra banda, a partir del segon model de regressió, es pot afirmar que la covid-19 no ha causat cap mena d'efecte en la variable de la durada de l'estada. Ja que els resultats, a diferència del test d'hipòtesis, mostren que aquesta ha provocat un augment del 3% en el nombre de nits. Cal tenir en compte que aquest resultat no és estadísticament significatiu.

I per acabar, amb l'últim model de regressió es pot determinar que, finalment la pandèmia no ha tingut un gran efecte en la valoració global de la destinació.

Taula 11: Resum dels models de regressió

		DESPESA PERSONA	NOMBRE DE NITS	VALORACIÓ GLOBAL
Covid-19		50,63*	0,03*	0,006*
Edat		1,77***	0,00*	0,001*
Gènere		-38,13***	0,12*	0,08***
Delicte		96,29***	1,23***	-0,42***
Situació Laboral	Treballa per compte propi	-53,11***	-0,31***	0,00*
	Treballa per compte d'altre	-80,05***	0,79***	0,04*
	Jubilat/pensionista	-82,35***	0,64***	0,00*
	Aturat	-66,08*	1,31***	-0,20*
Estudis	Obligatori finalitzats	-3,04*	-1,18*	0,14*
	Obligatori no finalitzats	14,66*	-1,14*	0,00*
	Secundaris generals	25,08*	-1,25*	-0,04*
	Secundaris professionals	50,32*	-1,11*	-0,14*
Tipus d allotjament	Hotel/Aparthotel	-60,72*	0,69*	-0,04*
	Pensió	-30,32*	1,22*	0,05*
	Apartament turístic	-103,27***	0,06*	0,12*
	Alberg/Hostal	-73,16*	2,61*	-0,04*
	Càmping	-47,07*	3,84*	0,16*
	Segona residència	14,92*	0,30*	0,19*
Lloc	Barcelona	115,64***	1,06***	0,13**
	Sitges	85,51***	-1,18***	-0,17***
Acompanyants	En parella	-61,97***	0,37***	0,07***
	Sol	47,73***	0,06*	-0,08***
Control Nacionalitat		Sí	Sí	Sí
R²		0,08	0,12	0,06
Nº Observacions		12.647	14.850	14.524

Font: Elaboració pròpia

***p<0,01, **p<0,05, *p>0,1

7. Conclusions

Un cop finalitzat el treball, l'objectiu del qual era estudiar quins han estat els canvis en la demanda turística de la província de Barcelona i descobrir quines han estat les principals conseqüències de la pandèmia en aquests, s'han extret algunes conclusions.

En primer lloc, cal destacar que els resultats obtinguts a partir del model de regressió no han estat estadísticament significatius, i per tant, no s'han pogut corroborar les hipòtesis plantejades al inici de la investigació amb certesa. D'aquesta manera, no s'ha pogut determinar si els efectes de la pandèmia han estat positius o negatius en l'estudi de les variables determinants d'aquestes.

Dit això, aquest article representa un primer intent de vincular els efectes de la pandèmia del virus covid-19 en la demanda turística, i concretament en la demanda turística de la província de Barcelona, per això, no es poden comparar els resultats específics de cada hipòtesi amb els estudis analitzats en la literatura sobre els efectes del covid-19 en el sector del turisme.

En aquest estudi ens hem trobat amb certes limitacions. En primer lloc, cal destacar que la situació d'incertesa general causada per la pandèmia ha dificultat molt l'obtenció de les dades. Degut a això, només s'ha disposat de dades del principi de la pandèmia, per tan, tan sols s'han pogut determinar els efectes de la covid-19 a curt termini. Per altra banda, només s'ha disposat d'informació quantitativa de la demanda turística de Barcelona, i per això, aquesta investigació s'ha reduït a l'estudi de la demanda turística de la província de Barcelona.

Per acabar, a partir dels resultats que s'han obtingut, es presenta una prospectiva de continuïtat, ja que es creu que serà imprescindible per a la recuperació del sector ampliar en relació amb la demanda turística es proposa analitzar si els canvis de la pandèmia han afectat realment al sector turístic, estudiant si realment els canvis en aquesta han estat provocats per la pandèmia, o ja hi havia un canvi en el consumidor a causa d'altres fenòmens, com per exemple, la tecnologia.

8. Agraïments

En primer lloc, donar les gràcies a la meva família i els meus amics, que m'han ajudat i animat sempre que ho he necessitat. Especialment, als meus pares i germanes, a la meva parella, a les meves companyes de feina, la Maria i la Júlia. Sense el seu suport, no hauria estat possible realitzar aquest treball amb les mateixes ganes i dedicació amb la qual ho he fet i de la que estic molt satisfeta.

Finalment, agrair de tot cor al meu tutor, el professor Josep M^a Raya, per haver estat sempre allà i haver volgut formar equip amb mi des del primer moment. Moltíssimes gràcies, sobretot per aquesta última etapa, que tot i les complicacions d'última hora ha ajudat a sempre mantenir una actitud positiva.

9. Bibliografia

- Au, N., & Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819-833.
- Alegre, J., & Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism management*, 27(6), 1343-1355.
- Alegre, J., & Cladera, M. (2006). Repeat visitation in mature sun and sand holiday destinations. *Journal of travel research*, 44(3), 288-297.
- Aguiló, E., & Juaneda, C. (2000). Tourist expenditure determinants in a cross-section data model. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 624-637.
- Alegre, J., & Cladera, M. (2009). Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return. *European Journal of Marketing*.
- Alegre, J., & Juaneda, C. (2006). Destination loyalty: Consumers' economic behavior. *Annals of tourism research*, 33(3), 684-706.
- Barry, K., & O'Hagan, J. (1972). An econometric study of British tourist expenditure in Ireland. *Economic and Social Review*, 3(2), 143-161.
- Barros, C. P., Correia, A., & Crouch, G. (2008). Determinants of the length of stay in Latin American tourism destinations. *Tourism Analysis*, 13(4), 329-340.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Bakar, N. A., i Rosbi, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189-193.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490.
- Caneen, J. M. (2003). Cultural determinants of tourist intention to return. *Tourism Analysis*, 8(2), 237-242.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Crouch, G. I. (1994). The study of international tourism demand: A review of findings. *Journal of Travel research*, 33(1), 12-23.
- Cannon, T. F., & Ford, J. (2002). Relationship of demographic and trip characteristics to visitor spending: an analysis of sports travel visitors across time. *Tourism economics*, 8(3), 263-271.
- Campo-Martínez, S., Garau-Vadell, J. B., & Martínez-Ruiz, M. P. (2010). Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. *Tourism Management*, 31(6), 862-870.

- De Menezes, A. G., Moniz, A., & Vieira, J. C. (2008). The determinants of length of stay of tourists in the Azores. *Tourism Economics*, 14(1), 205-222.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism economics*, 10(3), 305-316.
- De Borja Solé, L., Pla, J. A. C., & Camprubí, R. B. (2002). *El consumidor turístico*. Esic Editorial.
- Di Matteo, L., & Di Matteo, R. (1993). The determinants of expenditures by Canadian visitors to the United States. *Journal of Travel Research*, 31(4), 34-42.
- Gökovali, U., & Bahar, O. (2006). Contribution of tourism to economic growth: A panel data approach. *Anatolia*, 17(2), 155-167.
- Gokovali, U., Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Determinants of length of stay: A practical use of survival analysis. *Tourism management*, 28(3), 736-746.
- García, H. C., Gallarza, M. G., Gardó, T. F., & O Sullivan, P. (2016). Tourism and fashion: factors affecting trip length. *Universia Business Review*, (51), 18-51.
- Gössling, S., Scott, D., i Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., i Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- Ibrahim, M. A. M. A. (2013). The determinants of international tourism demand for Egypt: Panel data evidence. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, ISSN, 1450-2275.
- Kozak, M. (2001). Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism management*, 22(4), 391-401.
- Kozak, M., i Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of travel research*, 38(3), 260-269.
- Klenosky, D. B., i Gitelson, R. E. (1998). Travel agents' destination recommendations. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 661-674.
- Kaushal, V., i Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International journal of hospitality management*, 92, 102707.
- Karim, W., Haque, A., Anis, Z., i Ulfy, M. A. (2020). The movement control order (mco) for covid-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-7.

- Kaniovski, S., Peneder, M., & Smeral, E. (2008). Determinants of firm survival in the Austrian accommodation sector. *Tourism Economics*, 14(3), 527-543.
- Laesser, C., & Crouch, G. I. (2006). Segmenting markets by travel expenditure patterns: The case of international visitors to Australia. *Journal of Travel Research*, 44(4), 397-406.
- Li, G., Song, H., i Witt, S. F. (2004). Modeling tourism demand: A dynamic linear AIDS approach. *Journal of travel research*, 43(2), 141-150.
- Loeb, P. D. (1982). International travel to the United States: an econometric evaluation. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 7-20.
- Lim, C. (1999). A meta-analytic review of international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 37(3), 273-284.
- Li, G., Wong, K. K., Song, H., & Witt, S. F. (2006). Tourism demand forecasting: A time varying parameter error correction model. *Journal of Travel Research*, 45(2), 175-185.
- Law, R., & Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping: a decision rules induction approach. *Tourism Management*, 21(3), 241-249.
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: The paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 22(3), 633-638.
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., i Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020.
- Mariani, M. A. P., Barboza, M. M., & de Oliveira Arruda, D. (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(5), 1244-1261.
- Madrazo, L. M. R. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 15(1), 1-8.
- Martinez-Garcia, E., & Raya, J. M. (2008). Length of stay for low-cost tourism. *Tourism management*, 29(6), 1064-1075.
- Nkengasong, J. (2020). China's response to a novel coronavirus stands in stark contrast to the 2002 SARS outbreak response. *Nature medicine*, 26(3), 310-311.
- Oh, M., Kim, S., & Choi, Y. (2020). Analyses of determinants of hiking tourism demands on the Jeju Olle hiking trail using zero-truncated negative binomial regression analysis. *Tourism Economics*, 26(8), 1327-1343.
- Obregón Biosca, S. A. (2020). Indicador para evaluar el atributo de la comodidad en el transporte público, para la estimación de Modelos de Elección Discreta. *Nova scientia*, 12(25).
- Pestana Barros, C., i Pinto Machado, L. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692-706.

Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of travel research*, 42(4), 397-407.

Pyo, S. S., Uysal, M., & McLellan, R. W. (1991). A linear expenditure model for tourism demand. *Annals of tourism research*, 18(3), 443-454.

Prideaux, B., Thompson, M., i Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 22(3), 667-678.

Qiu, R. T., Park, J., Li, S., i Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.

Roget, F. M., i de Miguel Domínguez, J. C. (2000). La demanda turística en Galicia. El problema de la concentración. *Revista Galega de Economía*, 9(2), 0.

Salleh, N. H. M., et. al (2008). Asian tourism demand for Malaysia: A bound test approach. *Contemporary Management Research*, 4(4).

Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., i Kenourgios, D. (2018). Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece. *Tourism management perspectives*, 25, 23-28.

Smeral, E. (1988). Tourism demand, economic theory and econometrics: An integrated approach. *Journal of Travel Research*, 26(4), 38-43.

Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism demand modelling and forecasting: Modern econometric approaches*. Routledge.

Stronge, W. B., & Redman, M. (1982). US tourism in Mexico: An empirical analysis. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 21-35.

Tavares, J. M., i Leitao, N. C. (2017). The determinants of international tourism demand for Brazil. *Tourism Economics*, 23(4), 834-845.

Uysal, M., & Crompton, J. L. (1984). Determinants of demand for international tourist flows to Turkey. *Tourism management*, 5(4), 288-297.

Vanegas Sr, M., & Croes, R. R. (2000). Evaluation of demand: US tourists to Aruba. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 946-963.

Wang, K. M. (2011). Health care expenditure and economic growth: Quantile panel-type analysis. *Economic Modelling*, 28(4), 1536-1549.

Wen, J., Kozak, M., Yang, S., i Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*. Stronge, W. B., & Redman, M. (1982). US tourism in Mexico: An empirical analysis. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 21-35.

Xu, X. W., Wu, X. X., Jiang, X. G., Xu, K. J., Ying, L. J., Ma, C. L., ... i Li, L. J. (2020). Clinical findings in a group of patients infected with the 2019 novel coronavirus (SARS-Cov-2) outside of Wuhan, China: retrospective case series. *bmj*, 368.

Yi, S., Day, J., & Cai, L. A. (2011). Rural Tourism Demand: Duration Modeling for Drive Tourists' Length of Stay in Rural Areas of the United States. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 4(1), 147-168.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.

