



**Observatori
del Turisme
a Barcelona**
ciutat i regió

Repetibilitat Destinació Barcelona

Informe 2018

Observatori del Turisme a
Barcelona: ciutat i regió
Novembre 2019



Índex

Resum executiu Destinació Barcelona	4
Resum executiu Barcelona ciutat	5
Resum executiu Barcelona regió	6
Metodologia	7
1. Destinació Barcelona	9
1.1. Evolució repetidors	9
Pes de repetidors	9
Evolució nombre de vegades que han estat a la Destinació Barcelona.....	9
1.2. Perfil sociodemogràfic	10
Indret d'allotjament.....	10
Motiu de viatge	10
País de residència.....	11
1.3. Valoració general de Destinació Barcelona	12
Valoració mitjana.....	12
Índex Net-Promouter Score (NPS)	12
1.4. Despesa	14
Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)	14
Distribució despesa per persona i dia 2018.....	14
1.5. Valoracions aspectes Destinació Barcelona	15
2. Barcelona ciutat	16
2.1. Evolució repetidors	16
Pes dels repetidors	16
Evolució nombre de vegades que han estat a Barcelona ciutat.....	16
2.2. Perfil sociodemogràfic	17
Indret d'allotjament.....	17
Motiu de viatge.....	17
País de residència.....	18
2.3. Valoració general de Barcelona ciutat.....	19
Valoració mitjana.....	19
Índex Net-Promouter Score (NPS)	19



2.4.	Despesa	21
	Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)	21
	Distribució despesa per persona i dia 2018	21
2.5.	Punt Interès Turístic (PIT)	22
2.6.	Valoracions Aspectes Barcelona ciutat	23
3.	Barcelona regió	24
3.1.	Evolució repetidors	24
	Pes dels repetidors	24
	Evolució nombre de vegades que han estat a Barcelona ciutat	24
3.2.	Perfil sociodemogràfic	25
	Indret d'allotjament	25
	Motiu de viatge	25
3.3.	Valoració general de Barcelona regió	26
	Valoració mitjana	26
	Índex Net-Promouter Score (NPS)	26
3.4.	Despesa	28
	Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)	28
	Distribució despesa per persona i dia 2018	28
3.5.	Valoracions Aspectes Barcelona regió	29



Resum executiu Destinació Barcelona

1. El nombre de **repetidors** -aquells que han visitat la destinació més d'un cop en els darrers 10 anys- augmenta fins al **47,4%** del total de visitants que rep la Destinació Barcelona durant els últims 2 anys.
2. Durant els darrers 2 anys, la xifra de repetidors allotjats a qualsevol tipus d'allotjament s'ha mantingut **estable**.
3. Els repetidors s'allotgen majoritàriament en **hotels** i els que resten en **cases particulars d'amics o familiars** superen aquells que venen per primera vegada. En canvi, el nombre de visitants repetidors que s'allotgen en **habitatges d'ús turístic (HUT)** i **albergs** és inferior al nombre dels que venen per primer cop.
4. Els repetidors acostumen a venir per **oci**. No obstant, la incidència de repetidors que venen per **motius professionals** és força superior a la dels que venen per primera vegada.
5. De les sis principals nacionalitats que arriben a la Destinació Barcelona, la majoria de repetidors provenen d'**Espanya**, seguidament dels del **Regne Unit** i **França**.
6. La **valoració mitjana** dels turistes no experimenta diferències significatives segons el nombre de vegades que han estat a la destinació. No obstant, s'ha detectat que la **puntuació tendeix a ser menor a mesura que augmenta el nombre de visites**.
7. La **indiferència** per promoure la Destinació Barcelona augmenta a mesura que s'incrementa el número de visites, provocant, d'aquesta manera, una davallada de l'**Índex Net-Promoter Score (NPS)**. Amb tot, la valoració general segueix rondant l'excel·lència.
8. La **despesa total durant l'estada** per persona i dia -excloent l'allotjament i el transport d'arribada-, **es manté constant**, independentment del número de vegades que es visita la destinació, tot i que s'observen diferències en els repetidors de 3^a vegada.
9. La partida on més diners es destinen és el **menjar**, independentment de les vegades que es visiti la destinació. Tanmateix, la despesa en aquesta partida **augmenta en detriment de la d'entreteniment** a mesura que creix el número de visites a la destinació.
10. Quant a la **valoració** dels diferents aspectes de la destinació, aquesta resta molt semblant, tot i que a mesura que augmenta el número de visites, la puntuació **disminueix lleugerament**.



Resum executiu Barcelona ciutat

1. El nombre de **repetidors** -aquells que han visitat la ciutat més d'un cop en els darrers 10 anys- allotjats en hotels se situa en el **46,7%** del total de turistes. L'any 2006 va registrar el percentatge més elevat de repetidors, un 61,6%, i el 2012, el més baix, un 40,6%.
2. En els últims 3 anys, la xifra de repetidors allotjats en qualsevol tipus d'allotjament, s'ha mantingut **estable**.
3. Els repetidors s'allotgen majoritàriament en **hotels** i els que resten en **casos particulars d'amics o familiars** superen aquells que venen per primera vegada. En canvi, el nombre de visitants repetidors que s'allotgen en **habitatges d'ús turístic (HUT)** i **albergs** és inferior al nombre dels que venen per primer cop.
4. Els repetidors acostumen a venir per **oci**. No obstant, la incidència de repetidors que venen per **motius professionals** és força superior a la dels que venen per primera vegada.
5. De les sis principals nacionalitats que arriben a la destinació, la majoria de repetidors provenen d'**Espanya**, seguidament dels del **Regne Unit** i **França**.
6. La **valoració mitjana** dels turistes no experimenta diferències significatives segons el nombre de vegades que han estat a Barcelona ciutat. No obstant, s'ha detectat que **la puntuació tendeix a ser menor a mesura que augmenta el nombre de visites**.
7. La **indiferència** per promoure Barcelona ciutat augmenta a mesura que s'incrementa el número de visites, provocant d'aquesta manera una davallada de **l'Índex Net-Promouter Score (NPS)**. Amb tot, la valoració general segueix rondant l'excel·lència.
8. La **despesa total durant l'estada** per persona i dia -excloent l'allotjament i el transport d'arribada-, **augmenta a mesura que més vegades es visita la ciutat**.
9. La partida on més diners es destinen és el **menjar**, independentment de les vegades que es visiti la ciutat. Tanmateix, la despesa en aquesta partida **augmenta en detriment de la d'entreteniment** a mesura que creix el número de visites a Barcelona ciutat.
10. Si bé els **punts d'interès turístic (PIT)** que es visiten són molt semblants, a mesura que augmenta el número de visites a la ciutat, **es visiten menys indrets**. El Barri del Raval, el Born, la Zona Fòrum, Montjuïc i la Fira Gran Via són els únics PIT que els repetidors visiten per sobre dels que arriben per primer cop a Barcelona ciutat.
11. Quant a la **valoració** dels diferents aspectes de la ciutat, aquesta resta molt semblant, tot i que a mesura que augmenta el número de visites, **la puntuació disminueix lleugerament**.



Resum executiu Barcelona regió

1. El nombre de **repetidors** de Barcelona regió -aquells que l'han visitat més d'un cop en els darrers 10 anys- té un pes del **48,6%** del total de visitants i del **46,3%**, en el cas dels turistes allotjats en hotels.
2. Els repetidors s'allotgen, majoritàriament, en **hotels** i els que resten en **càmpings** i **cases particulars d'amics o familiars** superen aquells que venen per primera vegada. En canvi, el nombre de visitants repetidors que s'allotgen en **habitatges d'ús turístic** (HUT) i **turisme rural** és inferior al nombre dels que venen per primer cop.
3. Els repetidors acostumen a venir per **oci**. No obstant, la incidència de repetidors que venen per **motius professionals** és força superior a la dels que venen per primera vegada.
4. La **valoració mitjana** dels turistes és d'un 8,27 arribant al seu punt màxim, en la tercera visita (amb un 8,43).
5. La valoració de l'**Índex Net-Promouter Score** (NPS) dels municipis de Barcelona regió és de 35, principalment conseqüència d'una alta indiferència. El nombre més elevat de detractors se situa entre aquells que visiten els municipis de la regió per primera vegada o més de 4 vegades.
6. La **despesa total durant l'estada** per persona i dia -excloent l'allotjament i el transport d'arribada-, no mostra diferències significatives amb el total general (39,38€), si bé és cert que la despesa màxima se situa en la quarta visita (42,92€) i la mínima, en la primera (38,40€).
7. La partida on més diners es destinen és el **menjar**, independentment de les vegades que es visiti la regió. Per contra, la partida més baixa és la d'entreteniment.
8. Quant a la **valoració** dels diferents aspectes de la regió, aquesta resta molt semblant, tot i que, a mesura que augmenta el número de visites, la puntuació **disminueix lleugerament**. L'aspecte més ben valorat és el caràcter i l'amabilitat de la gent.

Metodologia

Font: Observatori del Turisme a Barcelona ciutat i regió.

L'univers de l'enquesta són els turistes de 15 anys i més que han pernoctat entre 1 i 28 nits a la Destinació Barcelona entre els mesos de febrer i desembre de 2017, en el cas de 2017, i entre els mesos de febrer i desembre de 2018, en el cas de 2018, en qualsevol tipus d'allotjament que no sigui una segona residència o un creuer.

La Destinació Barcelona comprèn tots els municipis de les marques turístiques: Barcelona, Costa de Barcelona, Paisatges de Barcelona i Pirineus de Barcelona.

Barcelona ciutat comprèn el municipi de Barcelona.

La regió de Barcelona comprèn tots els municipis de les marques turístiques: Barcelona, Costa de Barcelona, Paisatges de Barcelona i Pirineus de Barcelona, a excepció del municipi de Barcelona.



El 2017 és el primer any que es duu a terme, de forma conjunta, l'estudi de perfil i hàbits dels turistes a la Destinació Barcelona, ampliant la marca turística Barcelona a tota la comarca del Barcelonès.

El 2017 es disposava d'una grandària de la mostra de 13.112 entrevistes a la Destinació i 6.015 a Barcelona ciutat.

El 2018 es disposava d'una grandària de la mostra de 12.455 entrevistes a la Destinació, 6.005 a Barcelona ciutat i 6.450 a la regió de Barcelona

L'any 2017, s'aplicava un filtre a la pregunta de repetibilitat. En el cas dels enquestats que havien pernoctat fora de la ciutat de Barcelona, només es preguntava a 1/3 part de la mostra. Per contra, pels que havien pernoctat a la ciutat de Barcelona, aquest filtre no existia. Per tal de poder comparar les dades de 2017 i 2018, s'ha afegit la variable "na" a les gràfiques del 2017. Aquesta



variable inclou les dades d'aquelles enquestes de les que no es disposa el nombre de visites al municipi en qüestió. Raó per la qual les dades de la regió de Barcelona únicament mostren les corresponents a 2018.

Els punts d'interès turístic visitants només es pregunten als turistes que han pernoctat a Barcelona ciutat. Per aquest motiu, les dades d'aquesta pregunta a la Destinació Barcelona i no s'ha inclòs.

Hi ha aspectes de les valoracions de la Destinació Barcelona que no apareixen a la ciutat de Barcelona, ja que només es pregunten als turistes que han pernoctat a fora de Barcelona ciutat. Per tant apareixen al apartat de 3. Barcelona regió i al apartat 1. Destinació Barcelona.

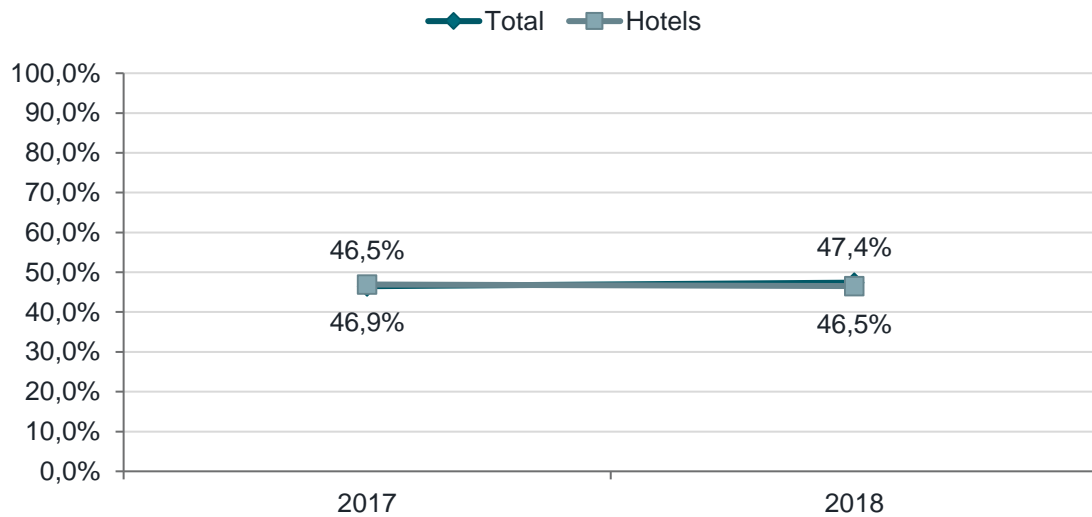
D'altra banda, hi ha aspectes de les valoracions que són exclusius pels turistes que han pernoctat a la ciutat de Barcelona. Per aquest motiu, en aquests casos, les dades de la Destinació Barcelona i de Barcelona ciutat coincideixen, i no s'han inclòs a Barcelona regió.



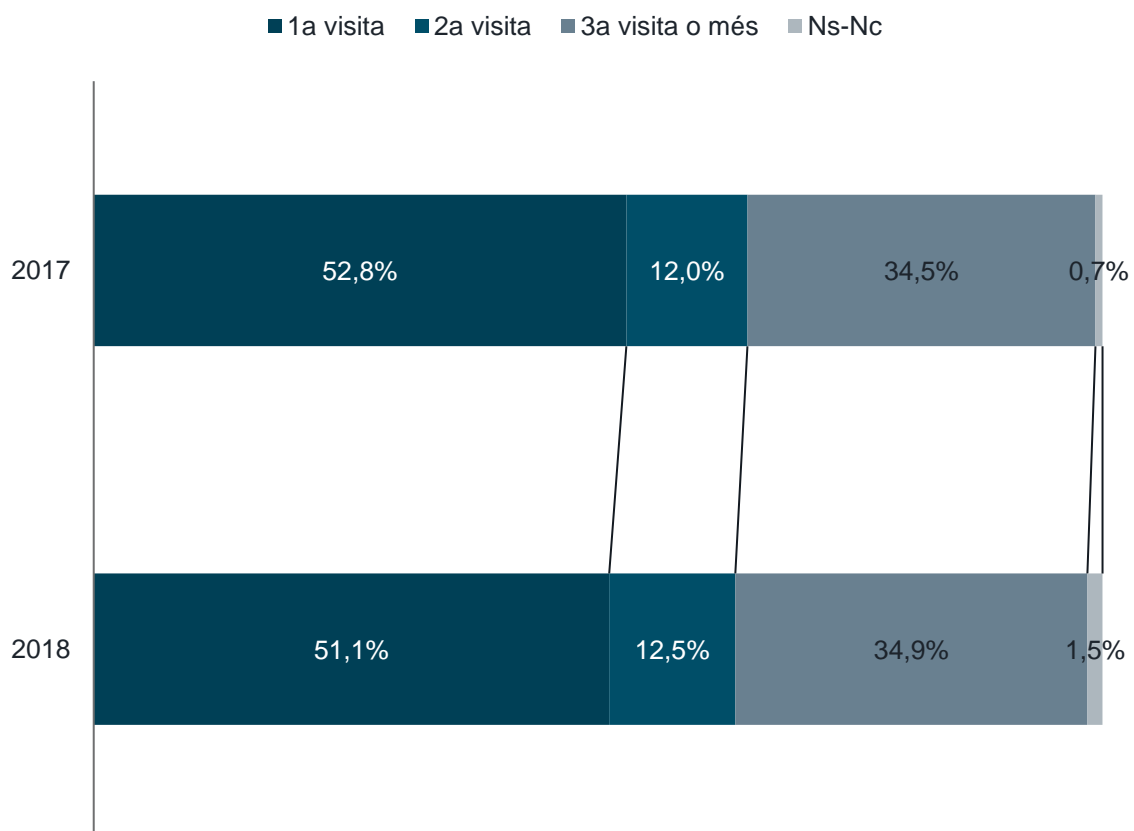
1. Destinació Barcelona

1.1. Evolució repetidors

Pes de repetidors



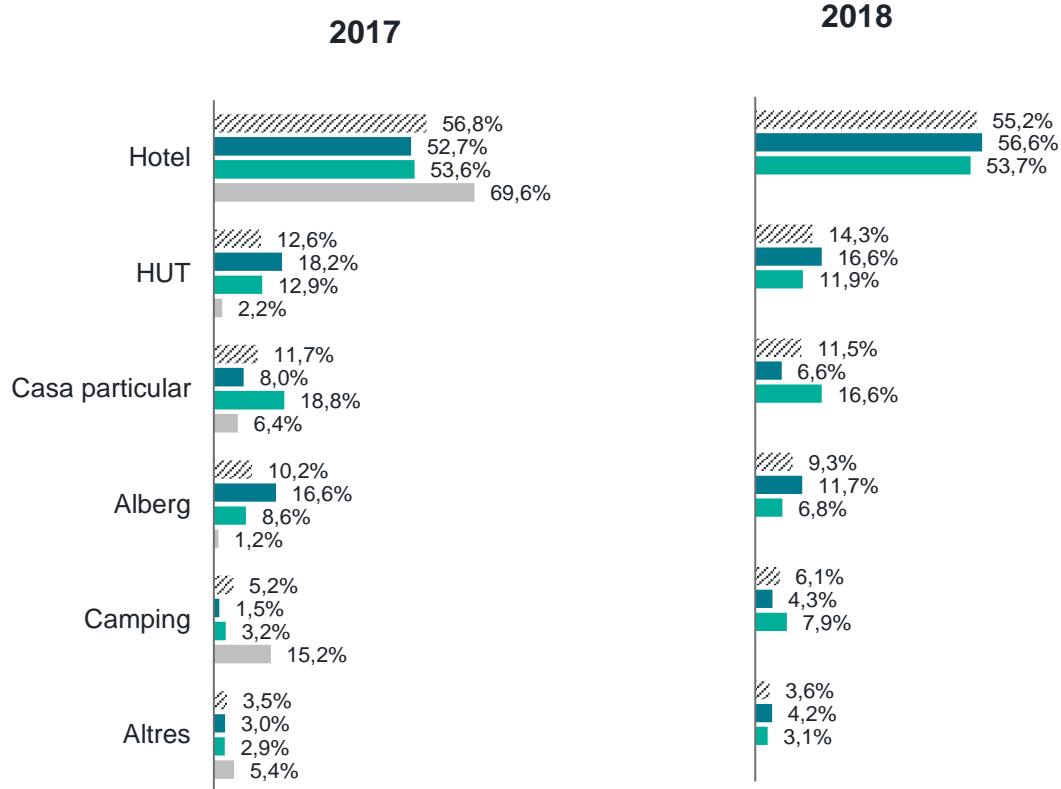
Evolució nombre de vegades que han estat a la Destinació Barcelona



1.2. Perfil sociodemogràfic

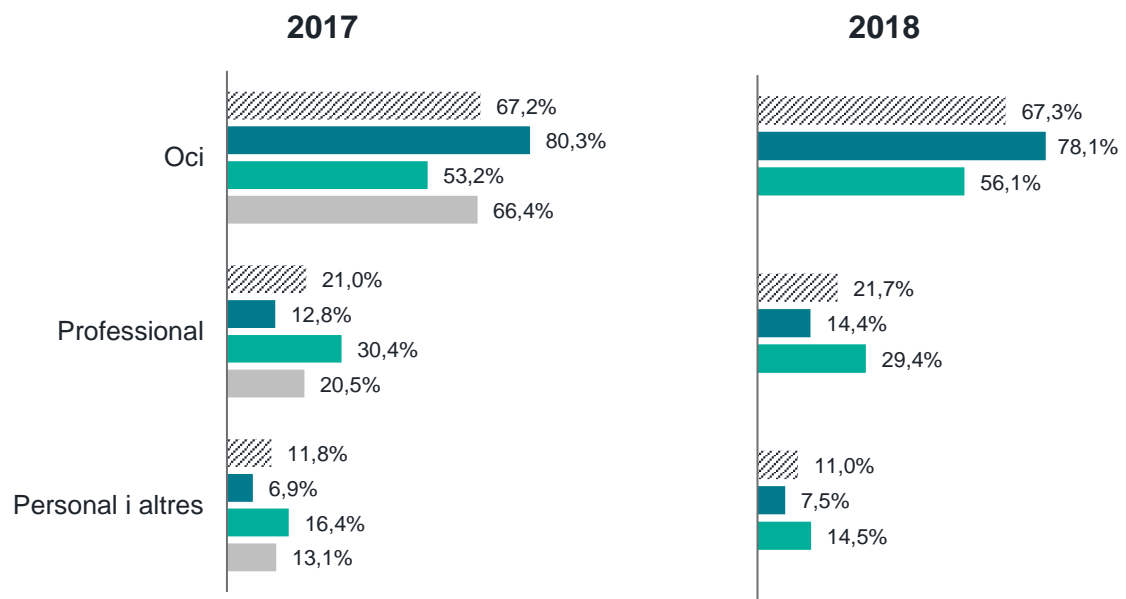
Indret d'allotjament

▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor ■ na



Motiu de viatge

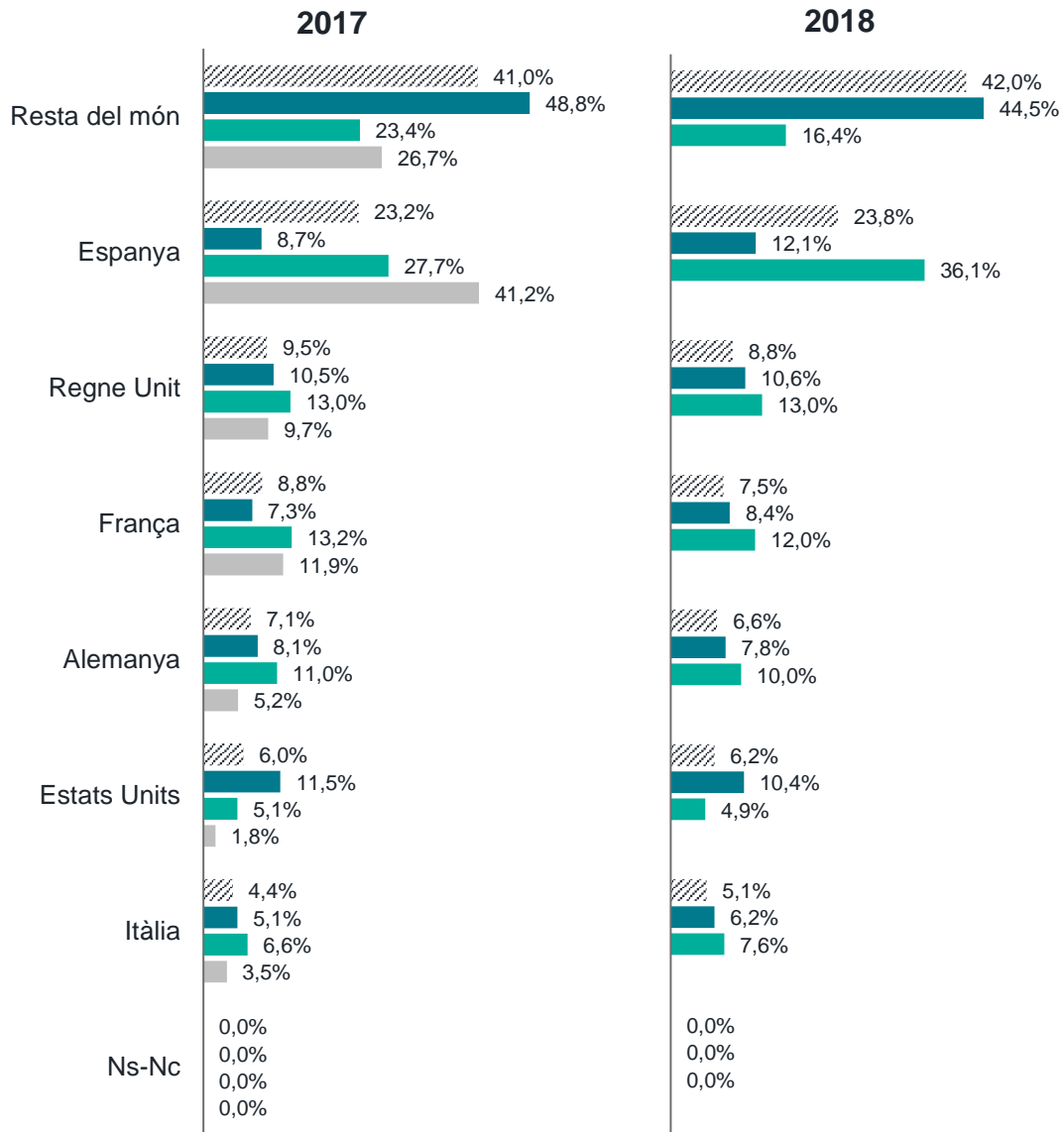
▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor ■ na





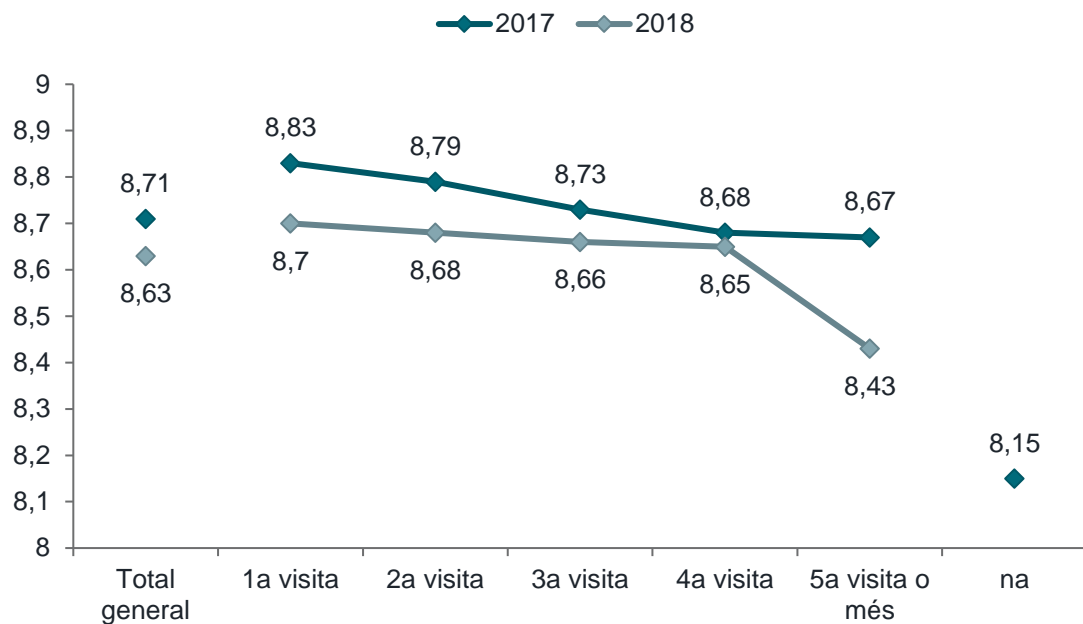
País de residència

▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor ■ na



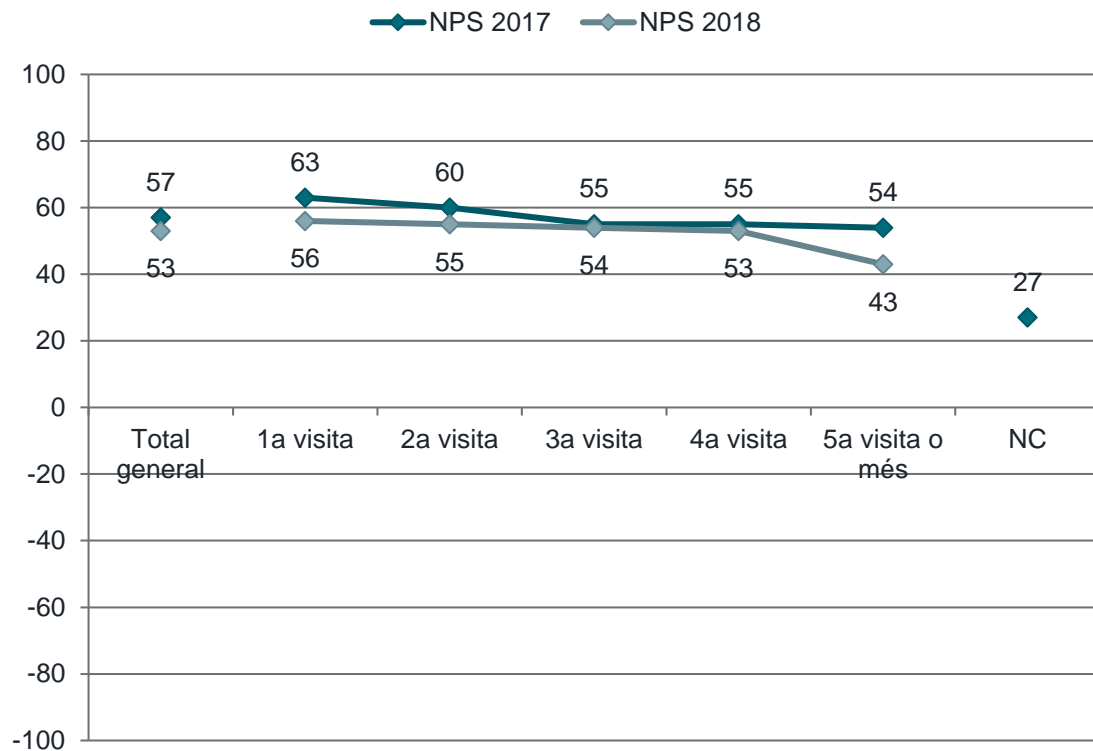
1.3. Valoració general de Destinació Barcelona

Valoració mitjana



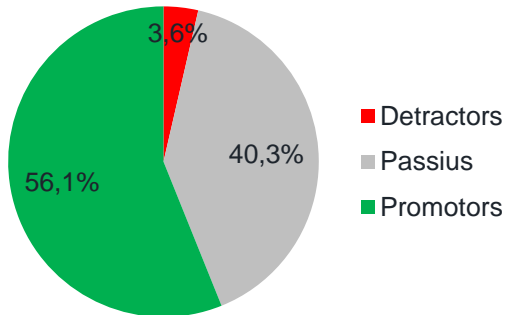
Índex Net-Promouter Score (NPS)

L'Índex Net-Promouter (NPS) calcula la probabilitat que un visitant recomani la destinació a una altra persona. Pot oscil·lar entre -100 i 100, on un NPS superior a 0 es percep com a bo i, si és superior a 50, excel·lent.

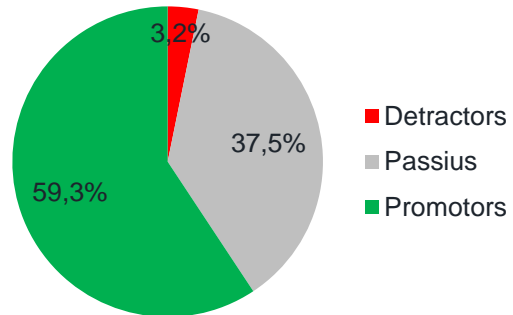


Segons les dades, si el nombre de visites augmenta, la probabilitat de recomanar la Destinació Barcelona disminueix, tot i que l'índex es manté en nivells força positius. No obstant, les gràfiques del 2018, mostren que el que incrementa en realitat és la indiferència enlloc de la insatisfacció.

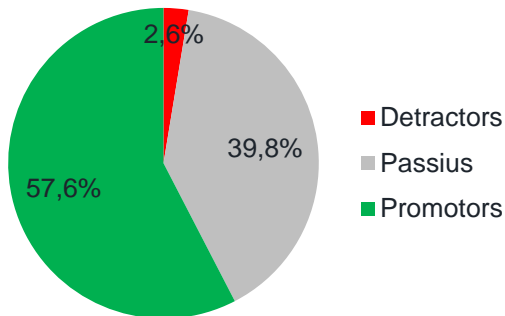
Total turistes



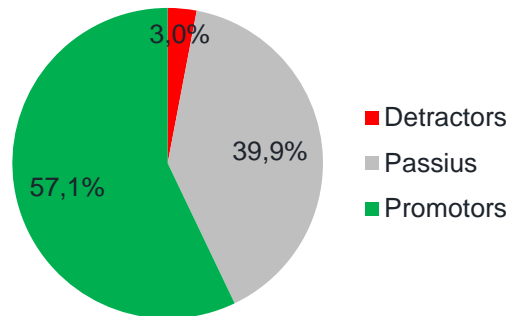
1a visita



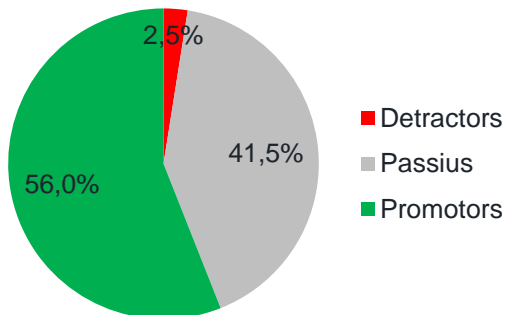
2a visita



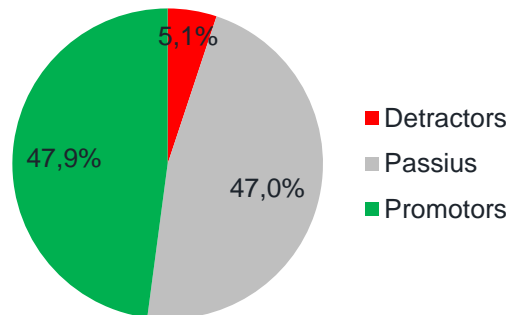
3a visita



4a visita

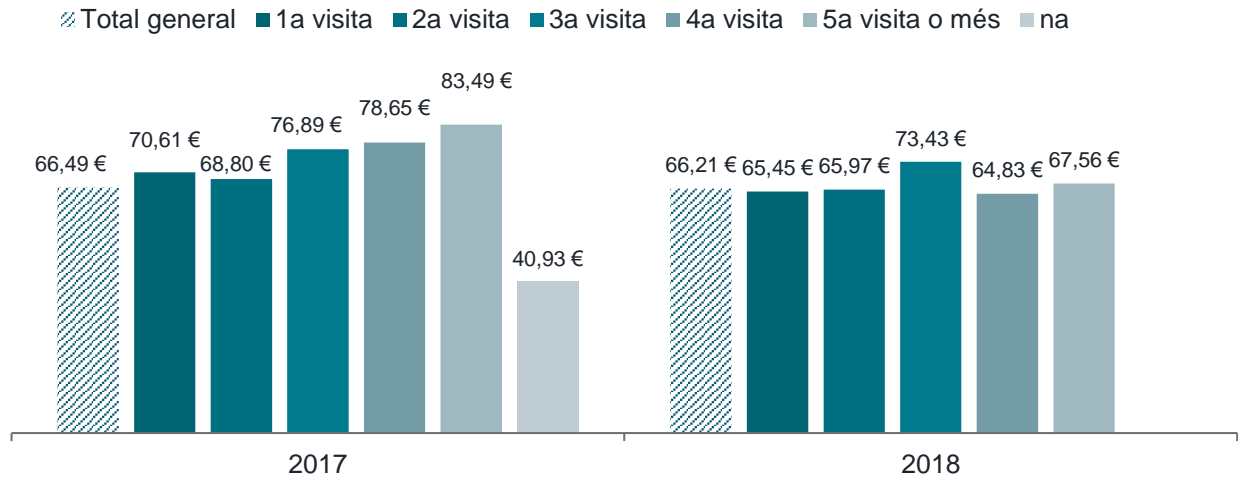


5a visita o més

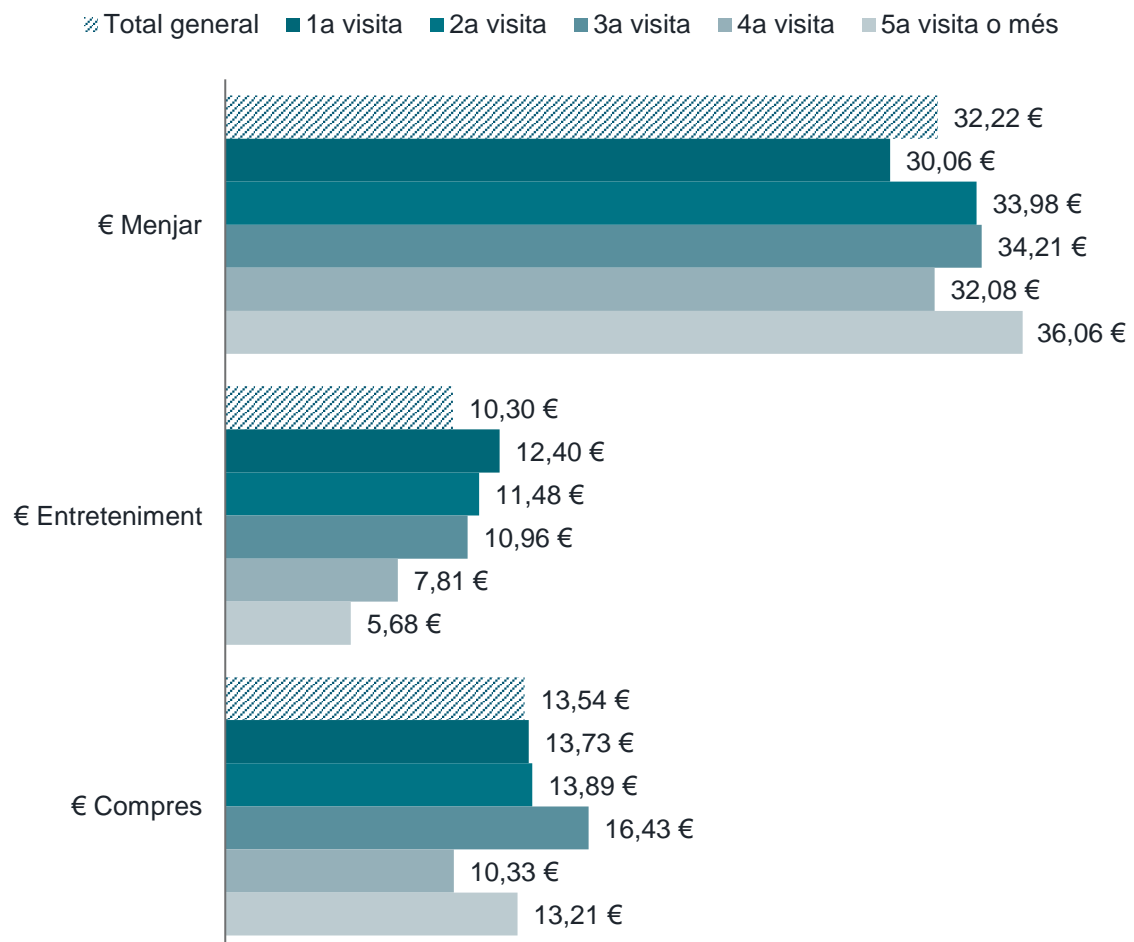


1.4. Despesa

Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)



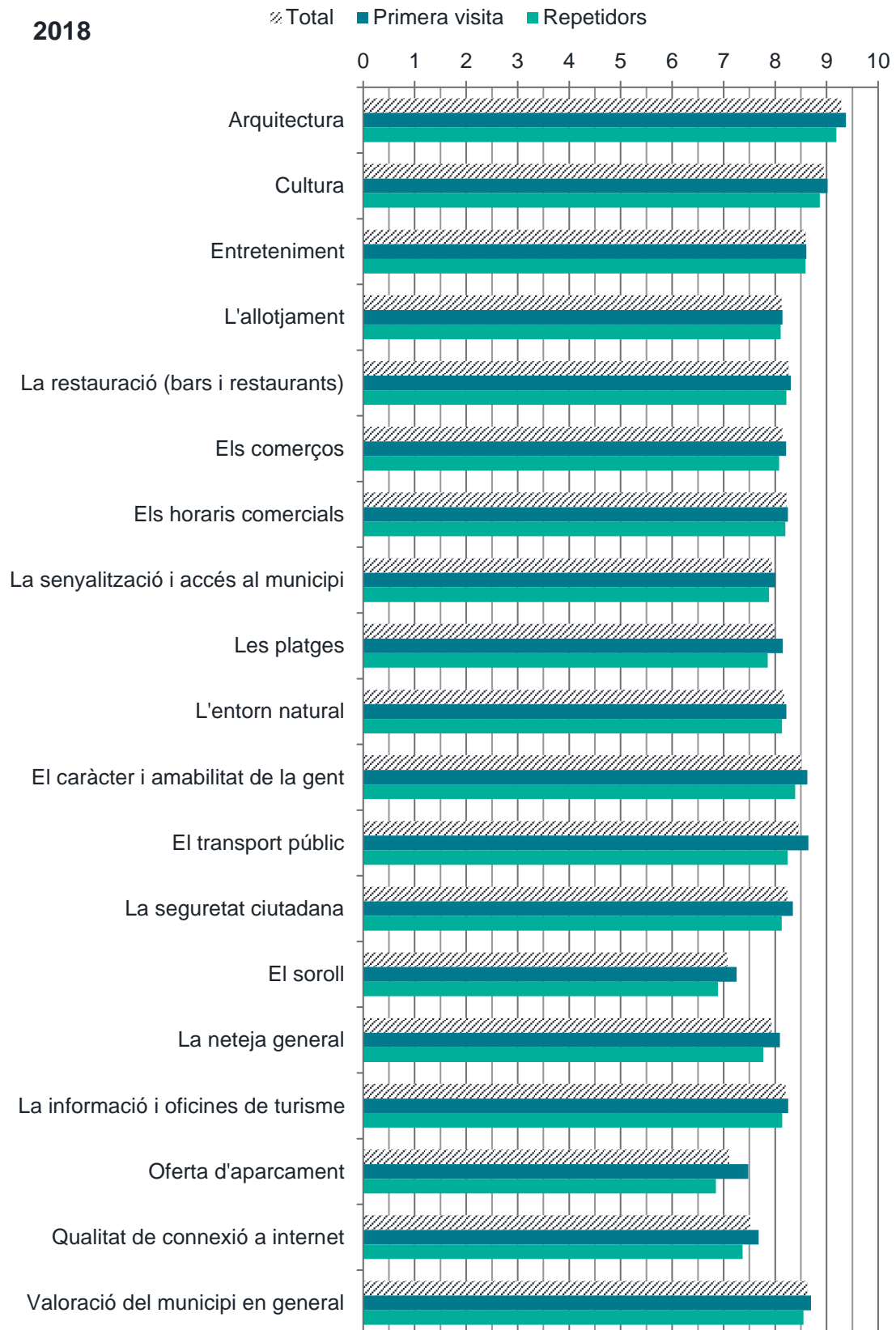
Distribució despesa per persona i dia 2018





1.5. Valoracions aspectes Destinació Barcelona

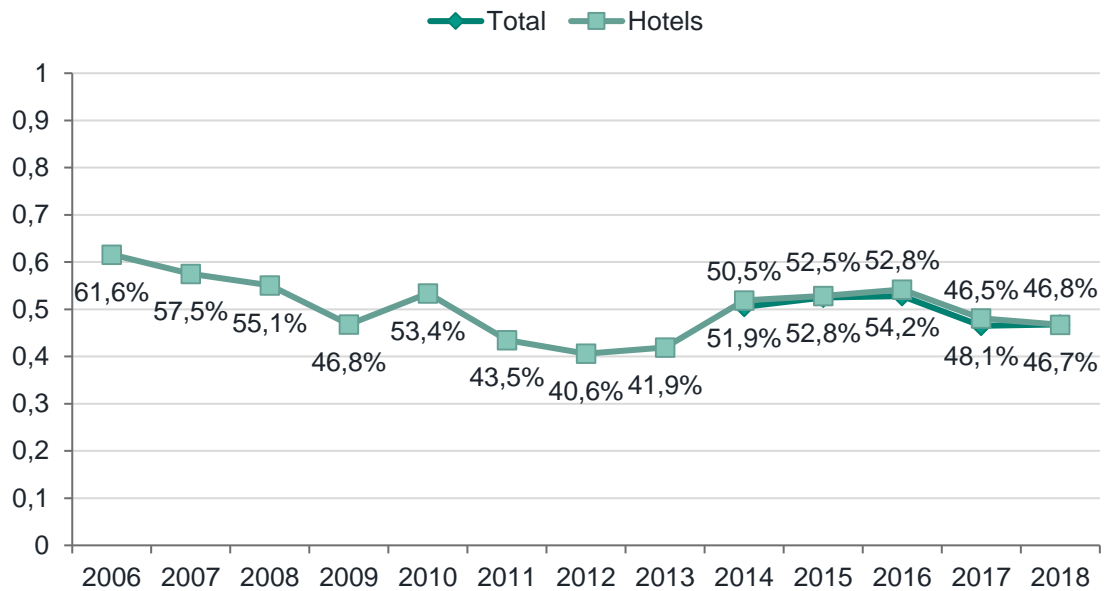
2018



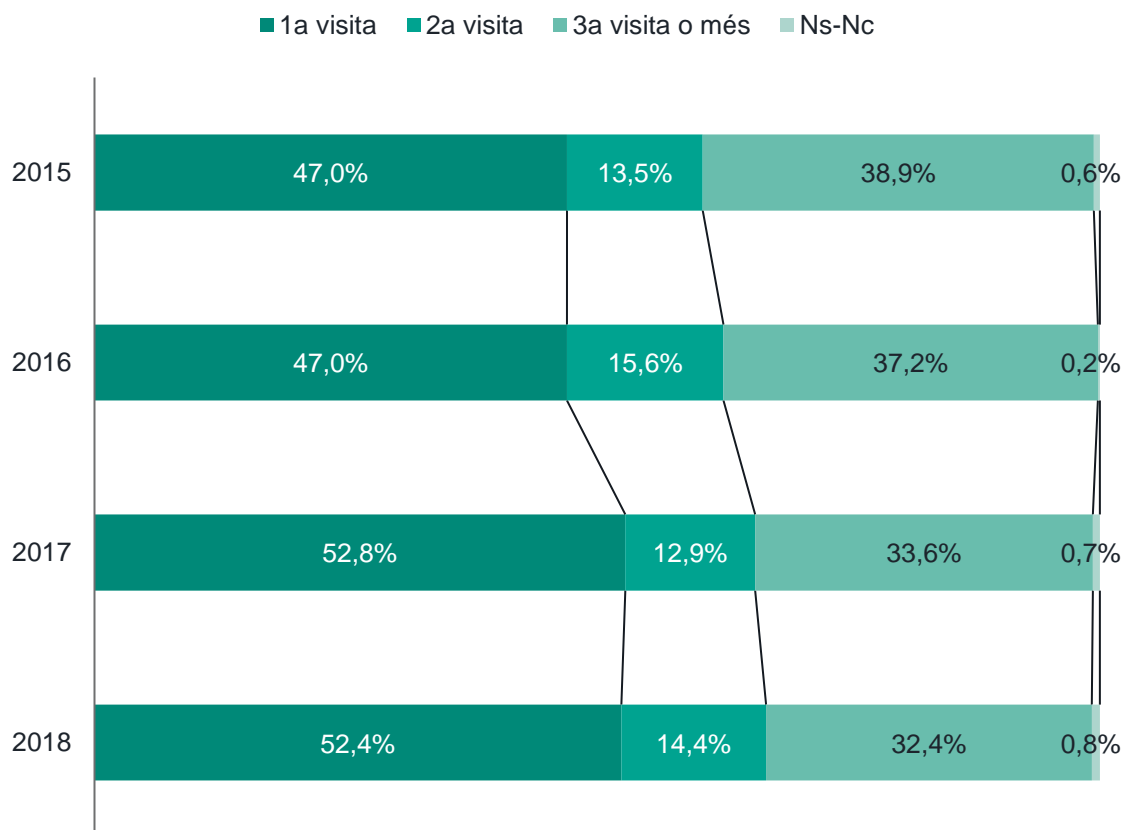
2. Barcelona ciutat

2.1. Evolució repetidors

Pes dels repetidors



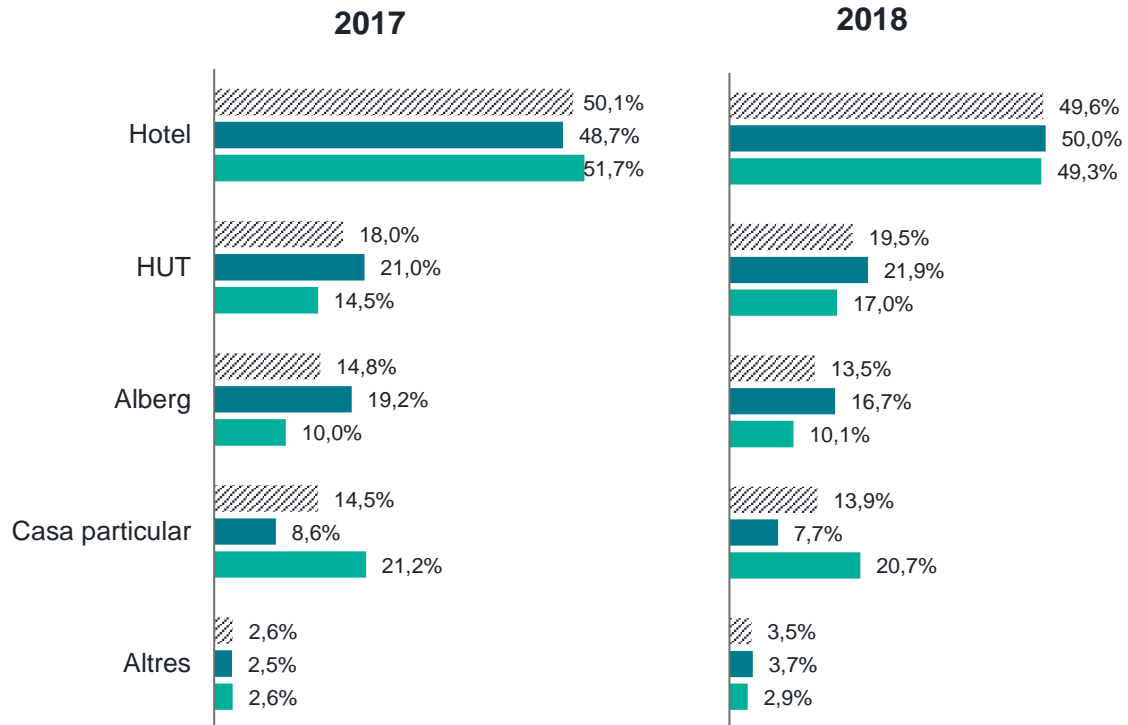
Evolució nombre de vegades que han estat a Barcelona ciutat



2.2. Perfil sociodemogràfic

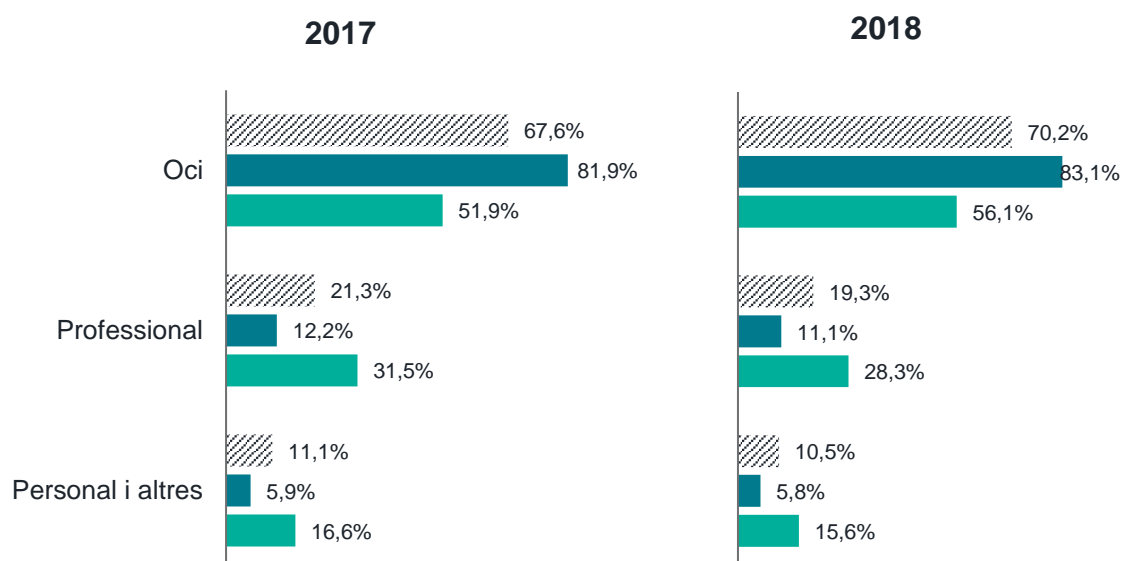
Indret d'allotjament

▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor



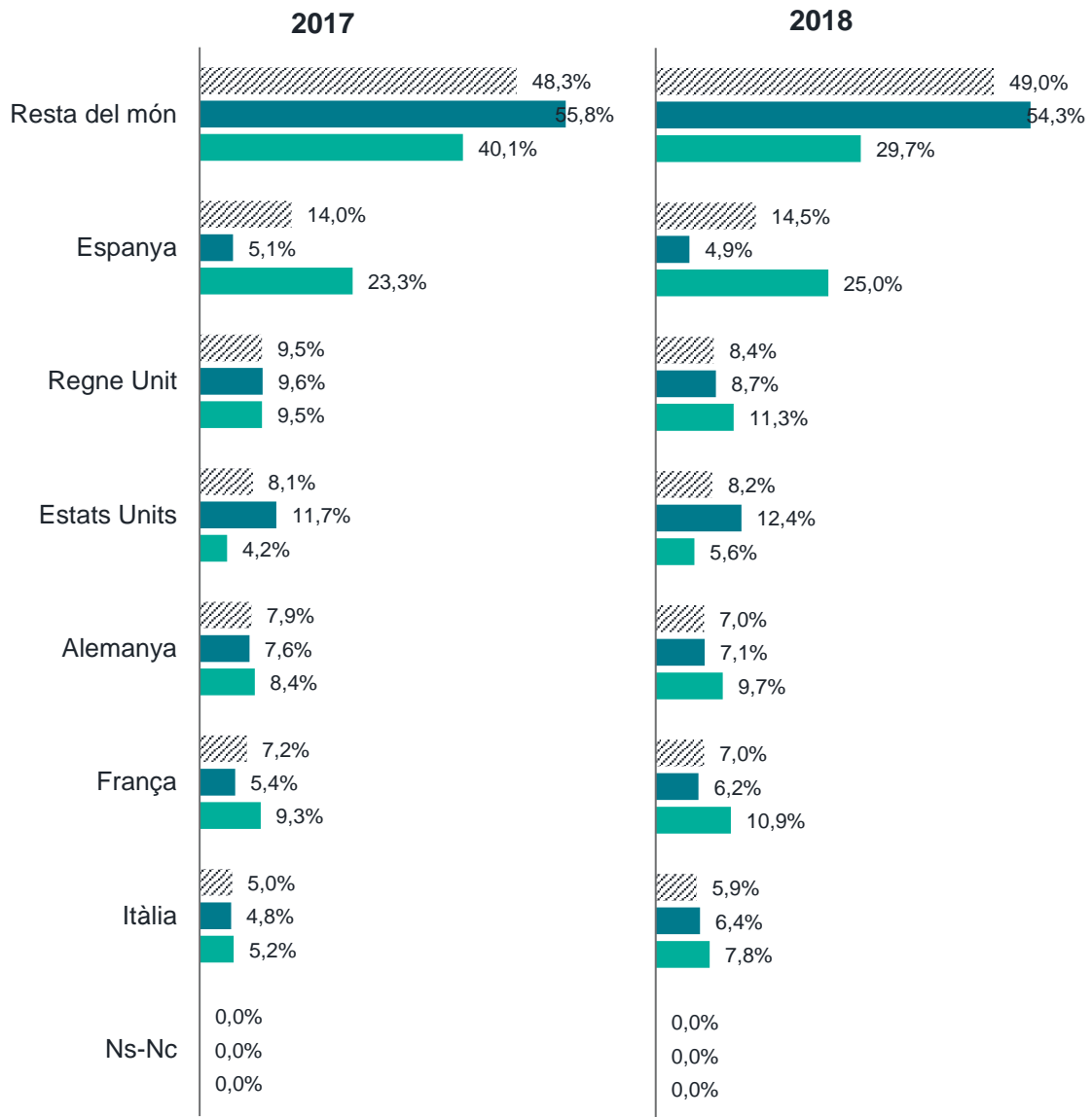
Motiu de viatge

▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor



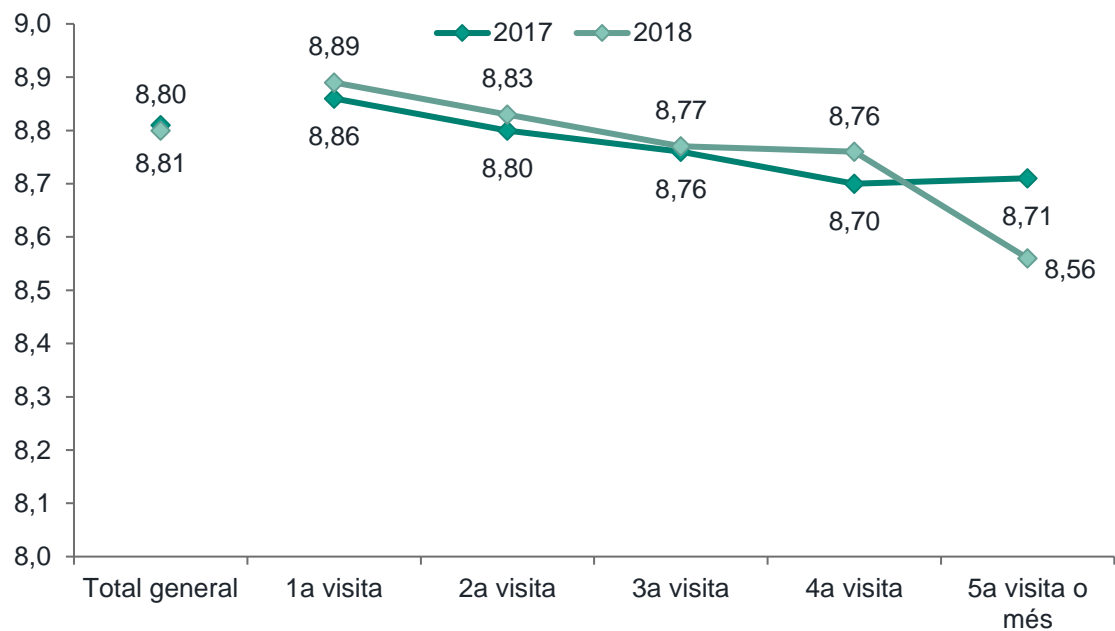
País de residència

▨ Total general ■ Primera visita ■ Repetidor



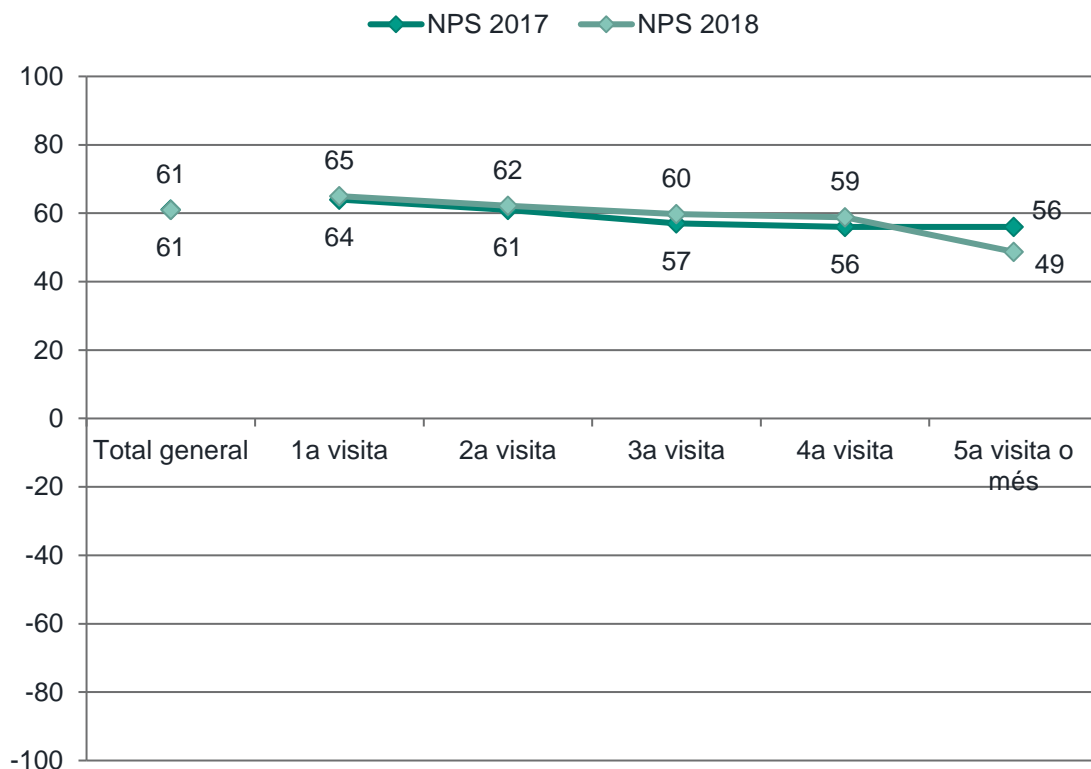
2.3. Valoració general de Barcelona ciutat

Valoració mitjana



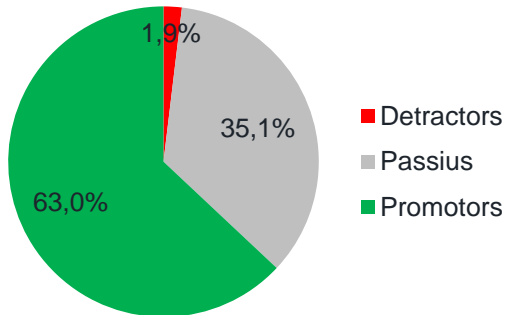
Índex Net-Promouter Score (NPS)

L'Índex Net-Promouter (NPS) calcula la probabilitat que un visitant recomani la ciutat a una altra persona. Pot oscil·lar entre -100 i 100, on un NPS superior a 0 es percep com a bo i, si és superior a 50, excel·lent.

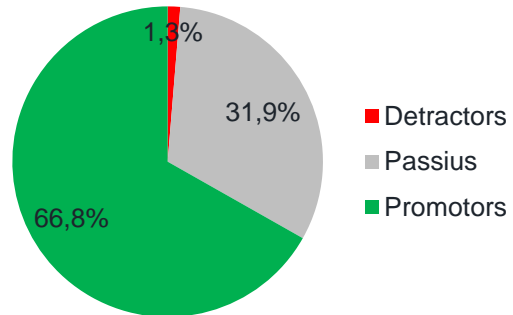


Segons les dades, si el nombre de visites augmenta, la probabilitat de recomanar Barcelona ciutat disminueix, tot i que l'índex es manté en nivells força positius. No obstant, les gràfiques del 2018, mostren que el que incrementa en realitat és la indiferència enlloc de la insatisfacció.

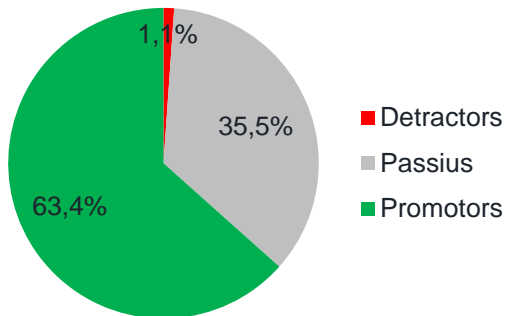
Total turistes



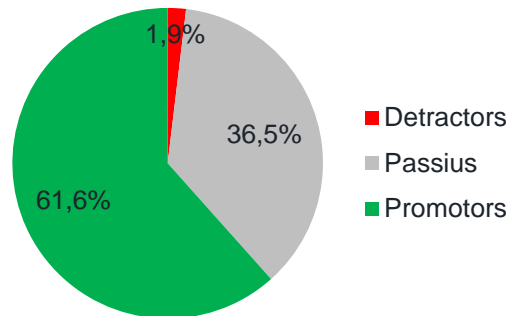
1a visita



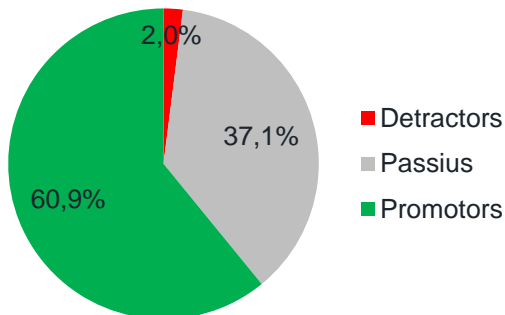
2a visita



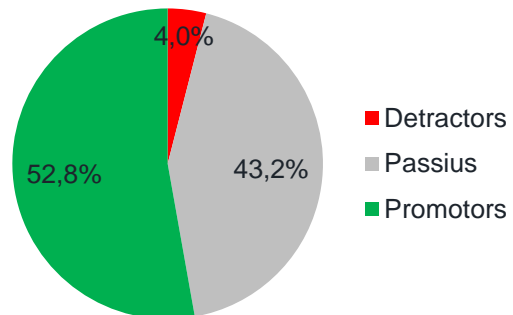
3a visita



4a visita

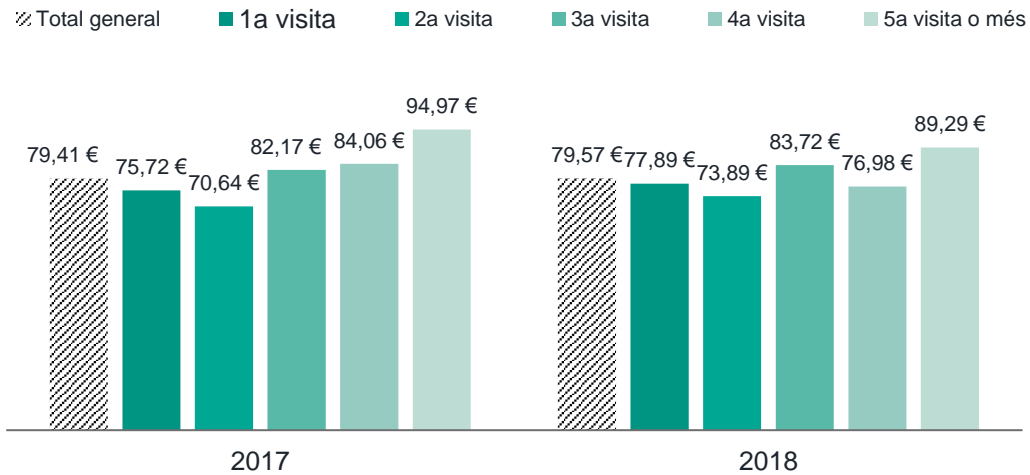


5a visita o més

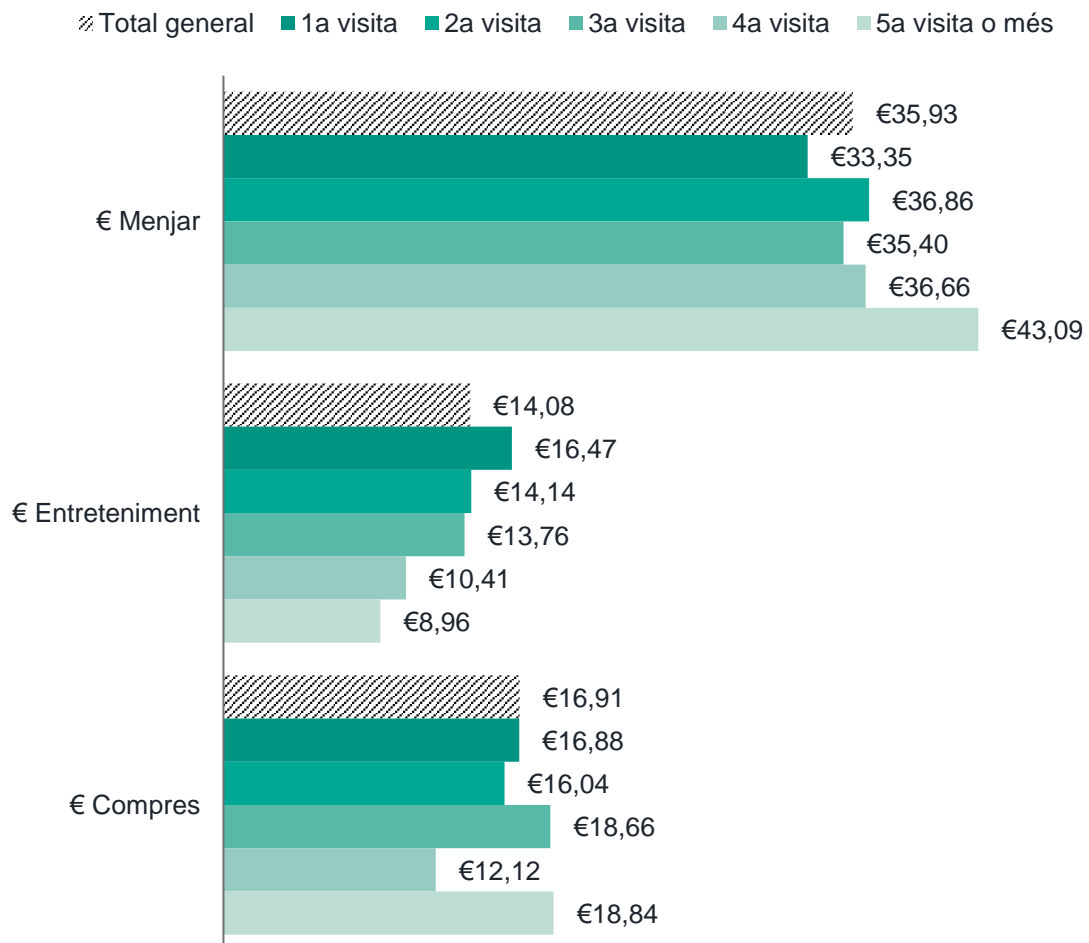


2.4. Despesa

Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)



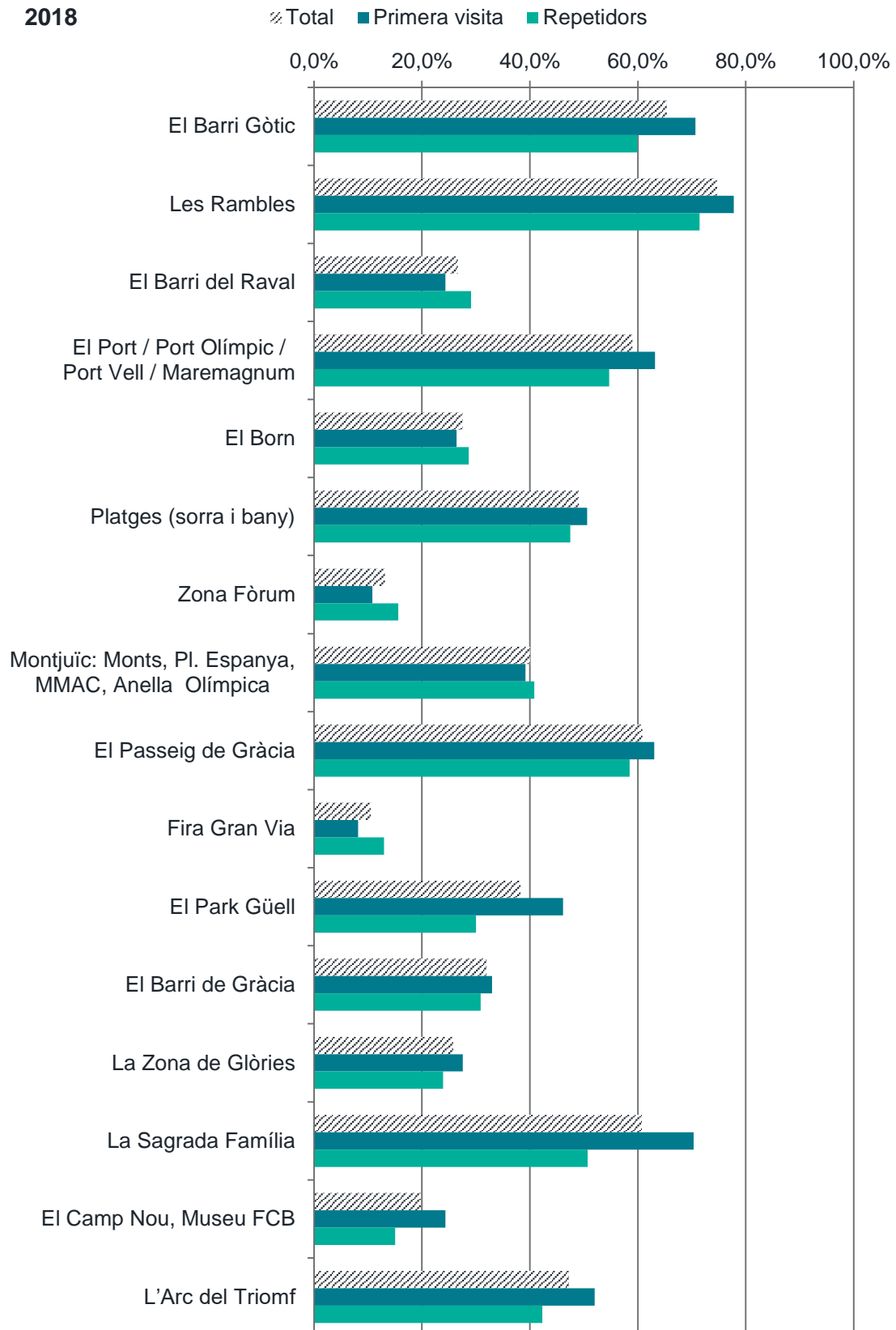
Distribució despesa per persona i dia 2018





2.5. Punt Interès Turístic (PIT)

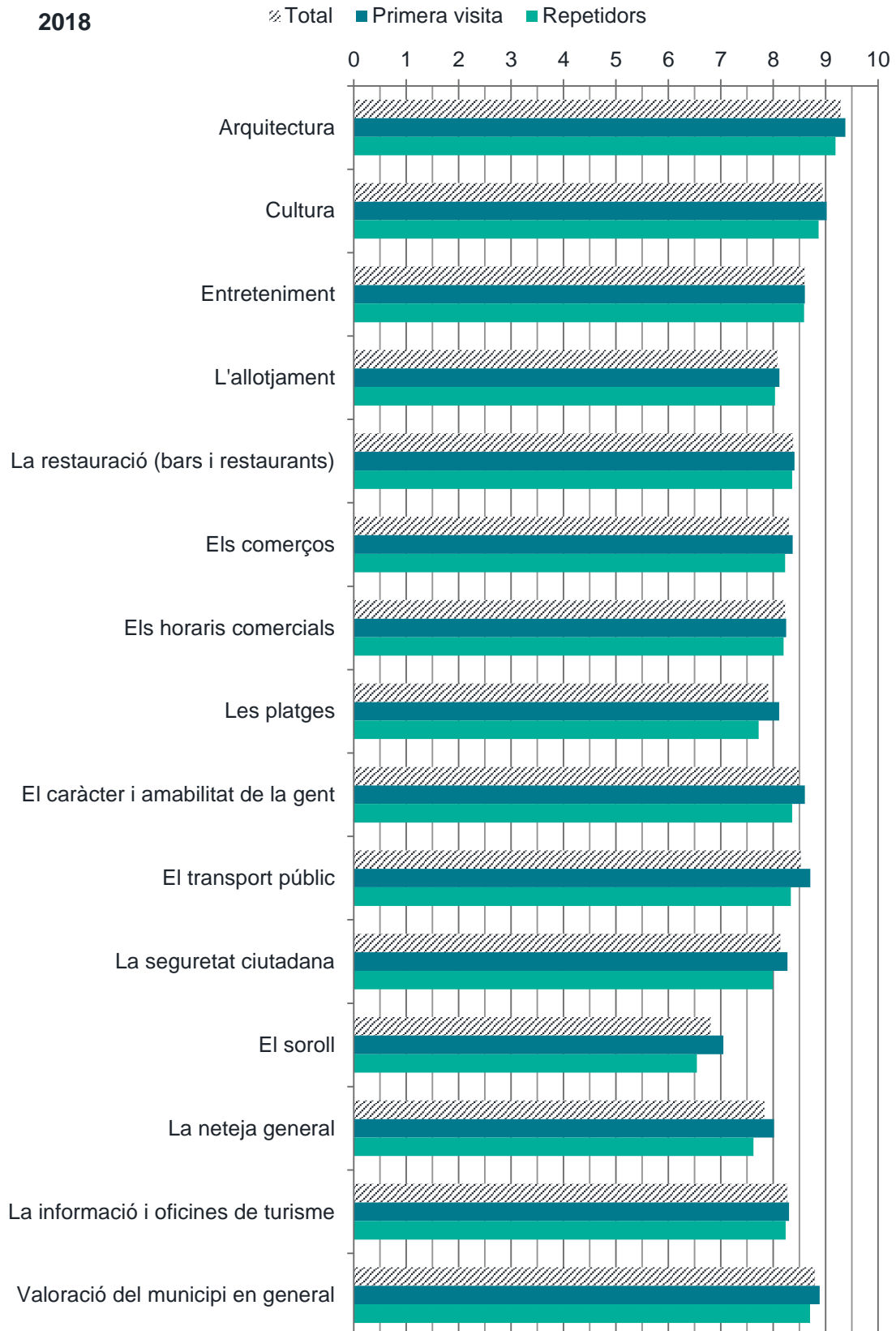
2018





2.6. Valoracions Aspectes Barcelona ciutat

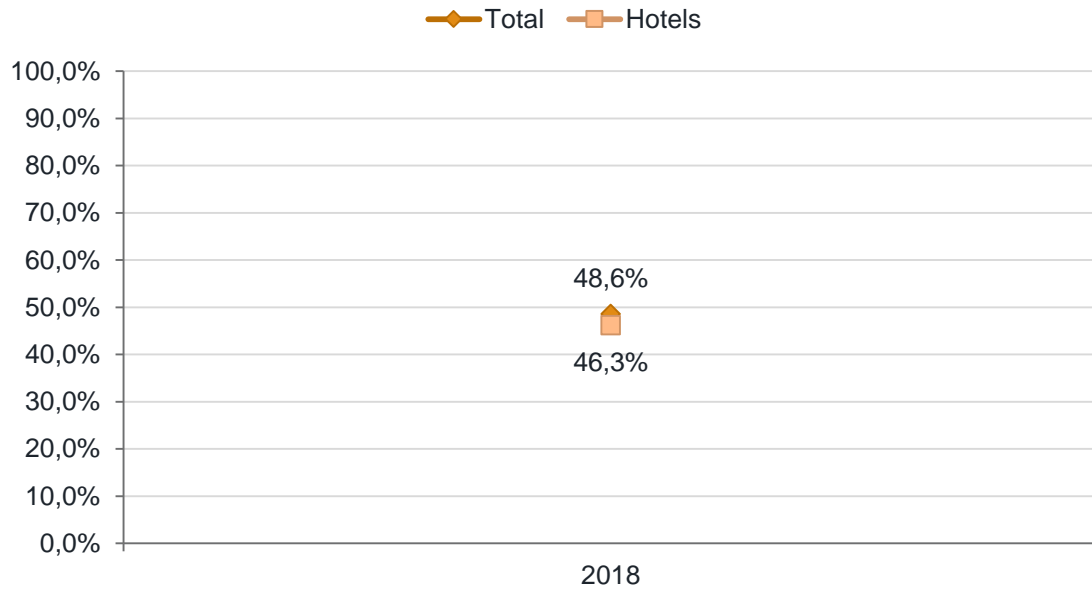
2018



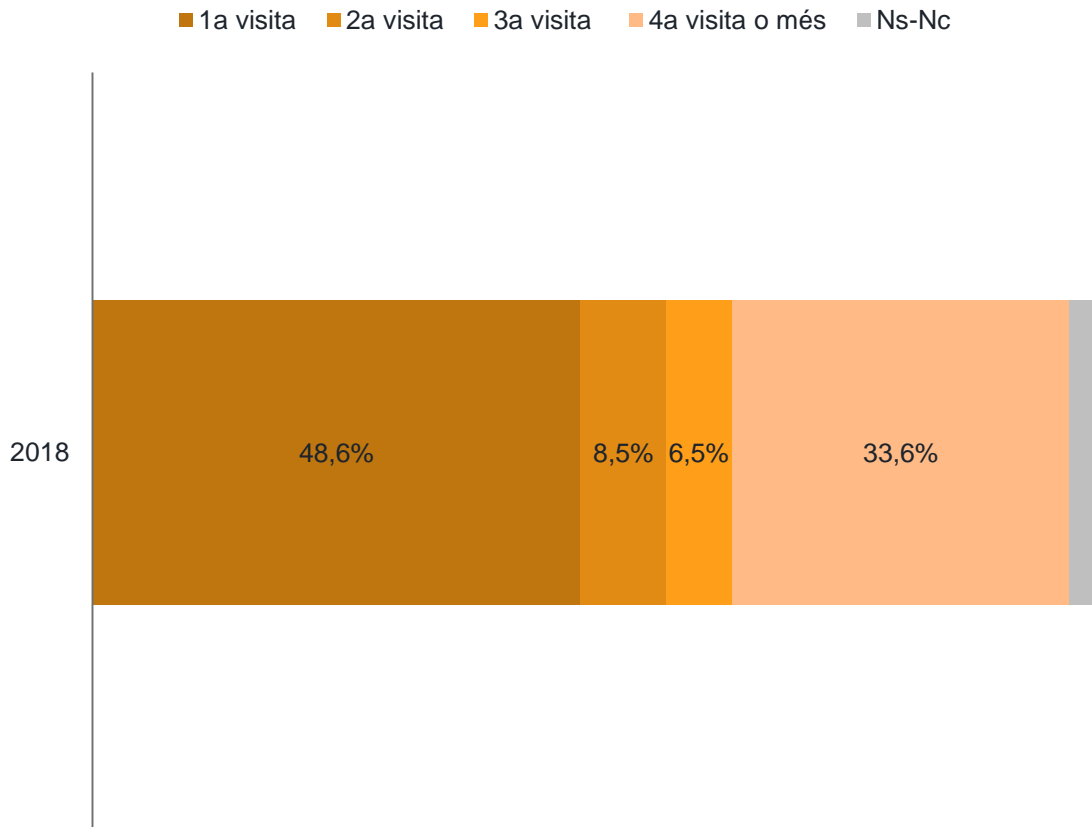
3. Barcelona regió

3.1. Evolució repetidors

Pes dels repetidors

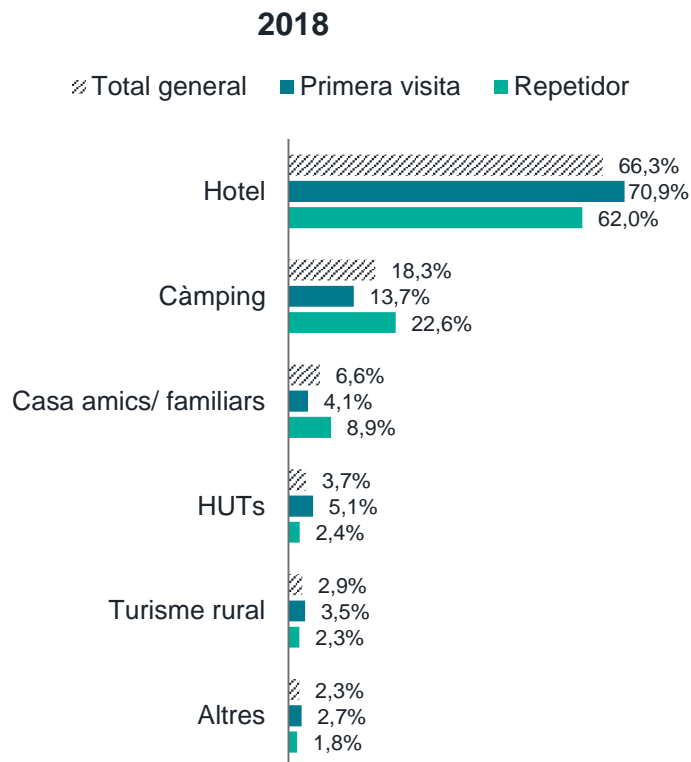


Evolució nombre de vegades que han estat a Barcelona ciutat

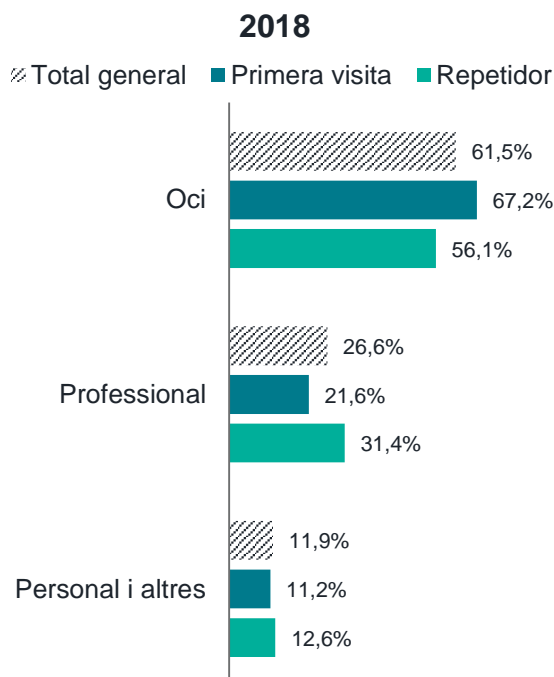


3.2. Perfil sociodemogràfic

Indret d'allotjament

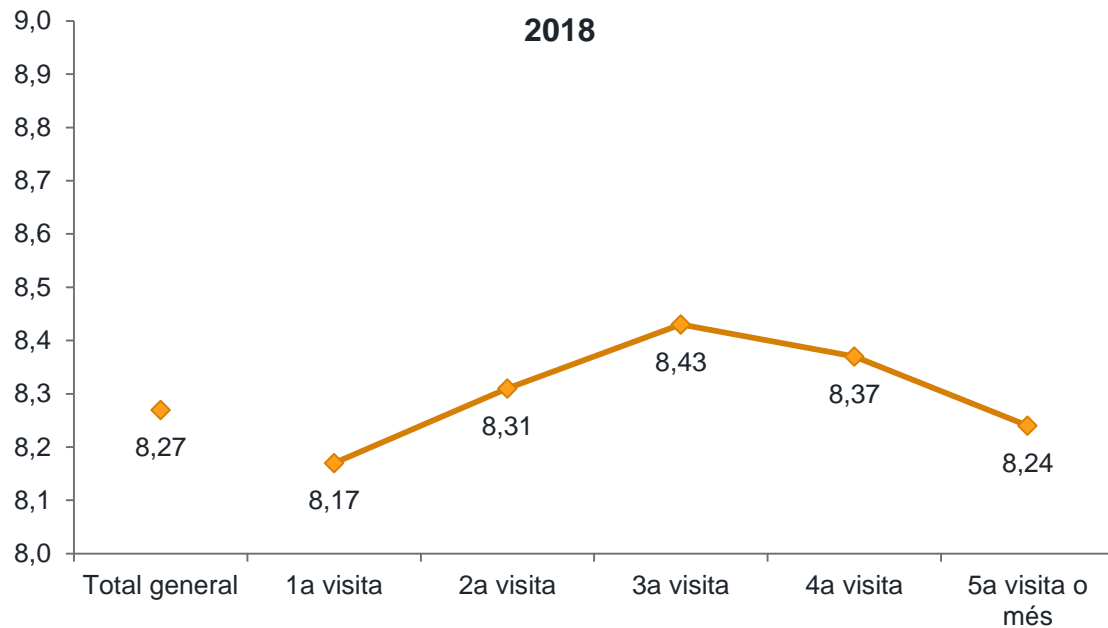


Motiu de viatge



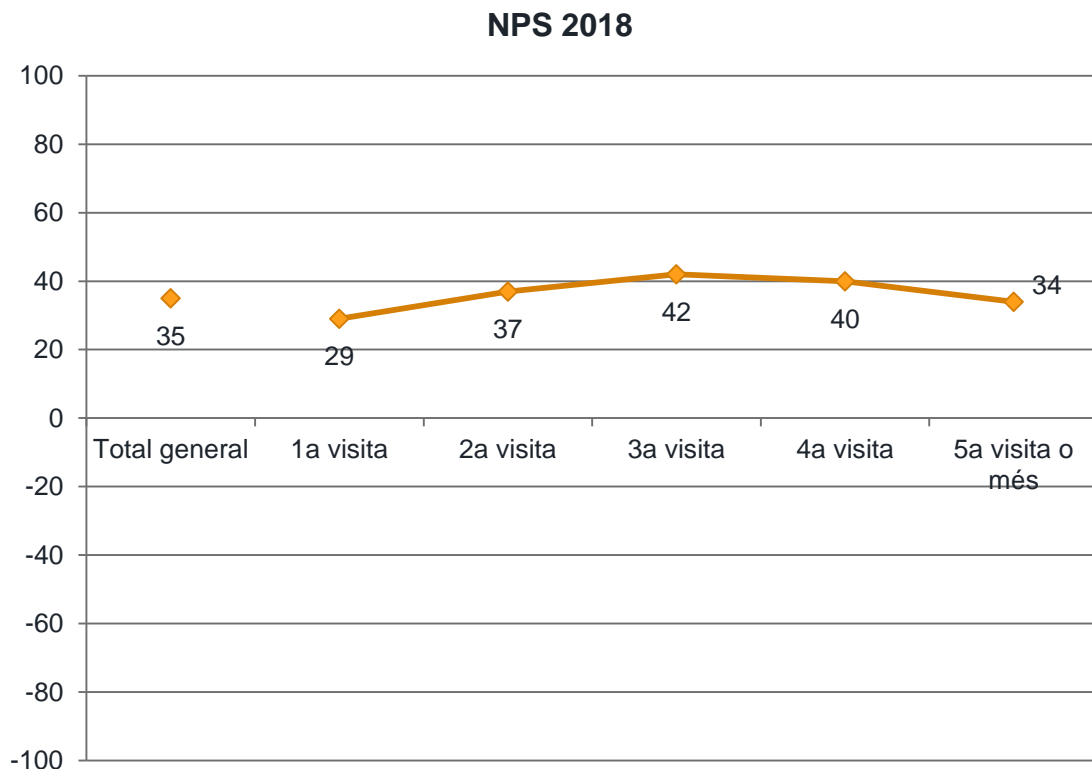
3.3. Valoració general de Barcelona regió

Valoració mitjana



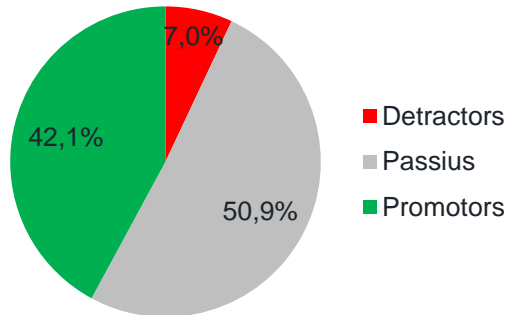
Índex Net-Promouter Score (NPS)

L'Índex Net-Promouter (NPS) calcula la probabilitat que un visitant recomani la ciutat a una altra persona. Pot oscil·lar entre -100 i 100, on un NPS superior a 0 es percep com a bo i, si és superior a 50, excel·lent.

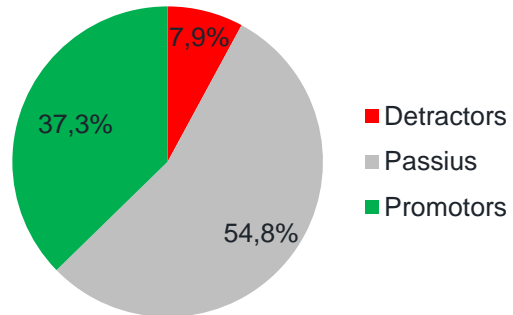


Segons les dades, si el nombre de visites augmenta, la probabilitat de recomanar Barcelona ciutat disminueix, tot i que l'índex es manté en nivells força positius. No obstant, les gràfiques del 2018, mostren que el que incrementa en realitat és la indiferència enlloc de la insatisfacció.

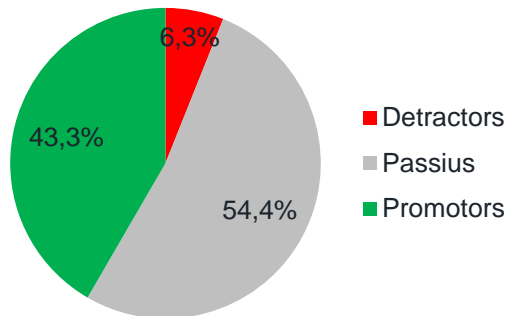
Total turistes



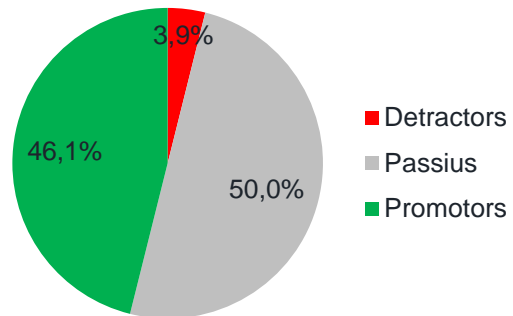
1a visita



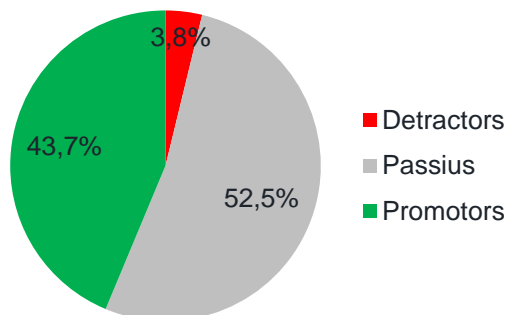
2a visita



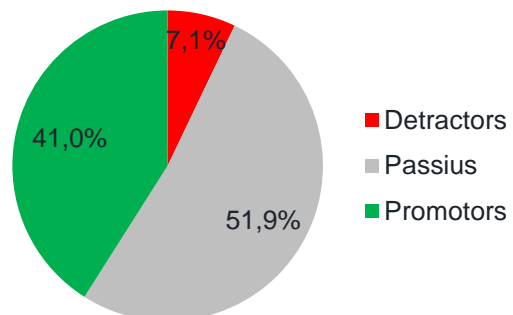
3a visita



4a visita

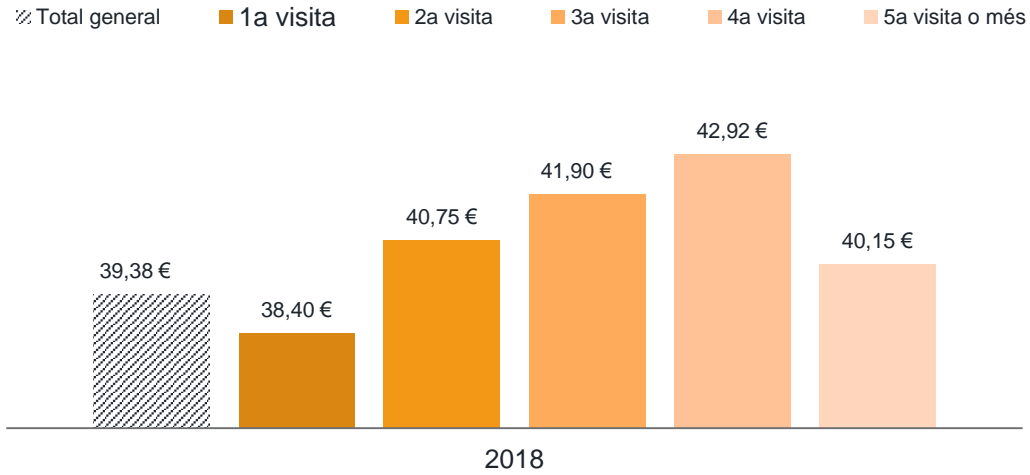


5a visita o més

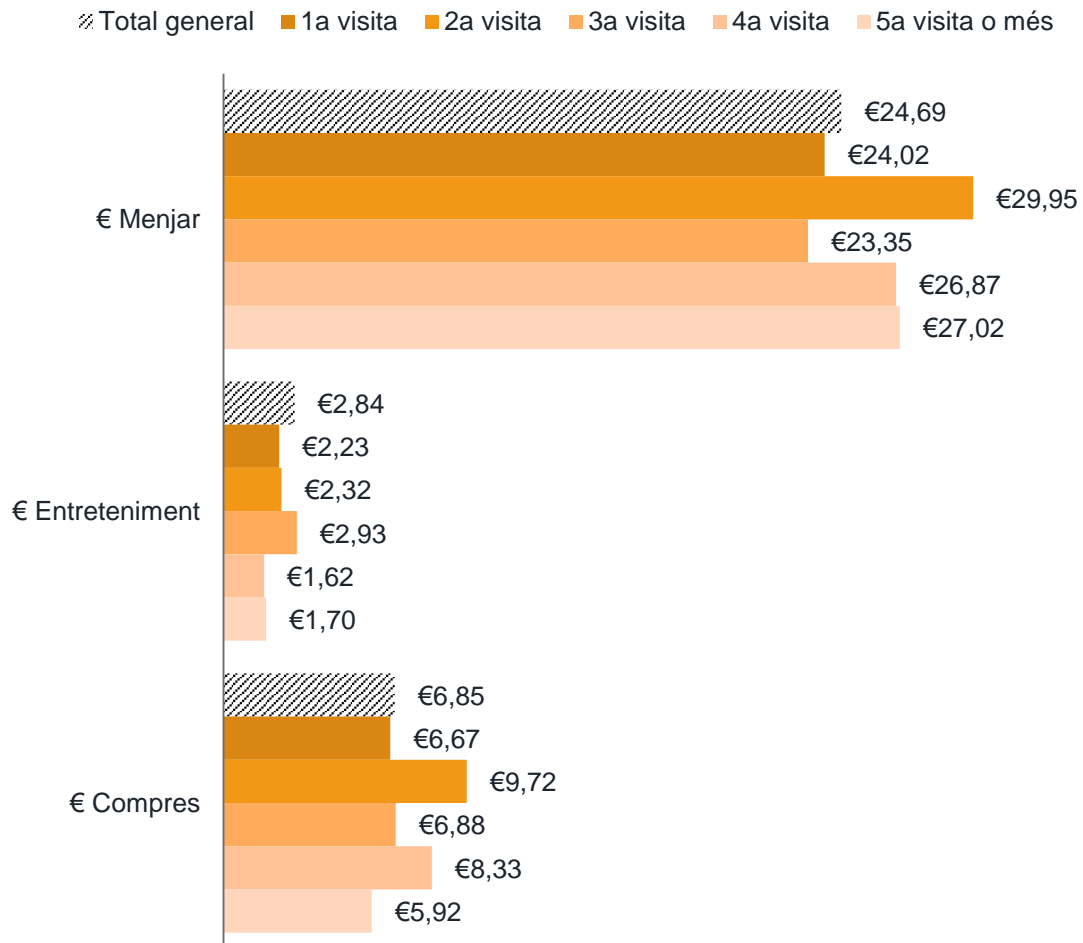


3.4. Despesa

Despesa total durant l'estada per persona i dia (excloent transport i allotjament)



Distribució despesa per persona i dia 2018





3.5. Valoracions Aspectes Barcelona regió

2018

▨ Total ■ Primera visita ■ Repetidors

