



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

Perfil i hàbits dels turistes a Barcelona Regió 2018-2019

Informe de resultats

FITXA TÈCNICA	3
PRESENTACIÓ	5
RESUM DE RESULTATS	6
SIGLES	9
1. PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC	10
2. CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA	18
3. MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE	29
4. PLANIFICACIÓ DEL VIATGE	42
5. DESPESA	56
6. ACTIVITATS REALITZADES	67
7. EXCURSIONS	70
8. VALORACIÓ DEL MUNICIPI.....	78

FITXA TÈCNICA

Els resultats de l'enquesta de perfil i hàbits dels turistes a Barcelona regió 2018-2019 corresponen a l'agregació del treball de camp d'ambdós anys. Aquesta agregació s'ha dut a terme amb l'objectiu de dotar de major fiabilitat la mostra obtinguda el 2019 i assegurar la fortalesa de les dades.

ÀMBIT

Barcelona regió.

Barcelona regió comprèn tots els municipis de les marques turístiques Barcelona (no inclou dintre de la marca Barcelona la ciutat de Barcelona), Costa de Barcelona, Paisatges de Barcelona i Pirineus de Barcelona (no inclou dintre de la marca Barcelona la ciutat de Barcelona).

Concretament s'han obtingut enquestes de 173 municipis de les 12 comarques que formen Barcelona regió.

UNIVERS

Turistes de 18 anys i més que han pernoctat entre 1 i 28 nits a Barcelona regió en els mesos febrer a desembre dels anys 2018 i 2019 en qualsevol tipus d'allotjament que no sigui una segona residència o un creuer.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

11.073 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (sistema CAPI).

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig polietàpic, estratificat (encreuament dels mesos de visita amb les comarques) i per conglomerats (municipis).

Els llocs d'enquestació són punts d'interès turístic (carrers o punts concorreguts, estacions de tren, museus, etc.), hotels, càmpings i allotjaments de turisme rural.

A cadascun d'aquests llocs, els entrevistats s'han escollit aleatòriament al llarg de tot el dia i cobrint dies feiners (de dilluns a divendres) i caps de setmana (dissabte o diumenge).

AFIXACIÓ

Afixació fixa per cadascuna de les comarques per tal d'aconseguir una significació estadística territorial més alta i, dins de les comarques, l'afixació és fixa per alguns municipis d'interès i proporcional a la demanda per mesos.

PONDERACIÓ

En funció de l'estimació de l'ocupació turística a cada municipi o agrupació de municipis durant el 2018 i 2019. En l'estimació d'aquesta ocupació s'ha treballat amb l'oferta d'establiments turístics (*Font: Oferta municipal d'establiments turístics 2018 i 2019, Generalitat de*

Catalunya) i el nombre de viatgers (*Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta d'ocupació en hotels/càmpings/rural de l'INE 2018 i 2019*).

ERROR MOSTRAL

Per a m.a.e., un nivell de confiança del 95% (2s), i $P = Q$, l'error és de $\pm 1,41\%$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 13/02 al 28/12 de 2018.

Del 18/02 al 31/05 i del 12/07 al 24/12 de 2019.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

De febrer de 2018 a maig de 2019, Instituto DYM.

De juliol de 2019 a desembre de 2019, Instituto Apolda.

FITXA TÈCNICA

	2018-2019
Hotel	61,0
Càmping	15,3
Turisme Rural	4,8
Punts d'Interès Turístics	12,3
Fora del municipi	6,6
Total	100,0

DISTRIBUCIÓ SETMANAL DE LES ENQUESTES PER PUNT

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	Total
Hotel	59,0	78,8	71,9	72,9	72,4	44,5	31,8	61,0
Càmping	9,7	2,0	8,7	6,8	6,0	30,0	36,5	15,3
Turisme Rural	0,6	1,1	0,6	0,6	1,2	8,7	17,2	4,8
Punts d'Interès Turístics	12,2	11,9	10,4	13,5	15,1	11,5	11,4	12,3
Fora del municipi	18,5	6,2	8,4	6,2	5,3	5,3	3,1	6,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

DISTRIBUCIÓ MENSUAL DE LES ENQUESTES PER PUNT

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Total
Hotel	-	67,7	69,6	63,3	65,3	59,3	51,6	52,7	63,1	67,4	68,6	58,7	61,0
Càmping	-	5,4	14,9	12,0	14,2	19,5	23,3	21,4	12,6	9,5	6,4	12,1	15,3
Turisme Rural	-	1,1	4,2	6,6	5,3	4,7	3,1	3,3	3,0	9,8	5,7	8,3	4,8
Punts d'Interès Turístics	-	4,8	5,5	6,4	8,3	10,7	16,6	18,7	13,7	8,6	11,4	17,9	12,3
Fora del municipi	-	21,0	5,8	11,7	6,9	5,8	5,4	3,9	7,6	4,7	7,9	3,0	6,6
Total	-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

PRESENTACIÓ

L'any 2009 es va iniciar l'estudi de caracterització dels turistes de la marca Costa de Barcelona amb l'objectiu principal de conèixer el perfil i els hàbits del turista que pernocta (entre 1 i 28 nits) en algun dels municipis que conformaven aquesta marca.

La marca Costa Barcelona comprenia inicialment les comarques del Maresme, Baix Llobregat, Garraf i Alt Penedès. A finals de 2012 va créixer amb la incorporació de les comarques del Vallès Oriental i Vallès Occidental que es van incorporar a l'estudi de 2013.

L'any 2015 es va ampliar l'estudi a les marques Paisatges Barcelona i Pirineus Barcelona, incorporant les comarques d'Osona, Bages, Anoia i Berguedà.

Una altra diferència en l'estudi de 2015 respecte el 2014 és l'ampliació del període d'enquestació, incloent els mesos de novembre i desembre.

L'any 2016 també hi va haver canvis: Es va incorporar la nova comarca del Moianès a la marca Paisatges Barcelona i es va afegir la comarca del Barcelonès, exceptuant la ciutat de Barcelona, a l'estudi.

En aquest informe es presenten els resultats de la informació recollida el 2018-2019 per la zona que anomenarem

Barcelona regió que comprèn les marques turístiques Barcelona, Costa Barcelona, Paisatges Barcelona i Pirineus Barcelona (no inclou dintre de la marca Barcelona la ciutat de Barcelona). Aquests resultats es comparen amb els obtinguts al 2016, 2017 i 2018 sempre que no hagi variat la forma en que s'han recollit les respostes.

Aquest informe es divideix en els diferents apartats, que responen als objectius específics de l'estudi: perfil sociodemogràfic dels turistes, característiques de l'estada, motiu i característiques del viatge, planificació del viatge, despesa realitzada, activitats realitzades durant l'estada, mobilitat fora del municipi on pernocten (excursions) i valoració de diferents aspectes dels municipis on s'han allotjat.

Un altre dels objectius d'aquest estudi és l'anàlisi de la relació que existeix entre els turistes que visiten Barcelona regió amb la capital de la província, amb l'objectiu de conèixer les diferències i sinèrgies entre les dues zones. El plantejament de partida és que, tot i que els perfils d'ambdues zones són molt diferents, poden ser complementaris de cara a la definició de productes turístics.

RESUM DE RESULTATS

PERFIL DELS TURISTES

El 61,5% dels turistes de Barcelona regió són homes, el percentatge més baix de tota la sèrie, i l'edat mitjana del conjunt és de 43,9 anys i es confirma el descens de les persones majors de 55 anys iniciat durant l'any 2018.

En proporcions molt similars als anys anteriors, la meitat dels turistes de Barcelona regió resideixen fora d'Espanya (56,7%), la majoria dels quals són de la resta de l'UE (69,8%), seguits dels que venen de la resta d'Europa (8,9%) i Amèrica Central i del Sud (8,6%).

També cal destacar l'augment respecte a anys anteriors dels turistes nacionals (20,1%), la majoria dels quals són de la província de Barcelona (46,5%) i de Madrid (11,8%).

Per nacionalitats, el gruix dels visitants és espanyol (41,7%), seguit per britànics i francesos (8,7% i 8,1% respectivament). El 55,7% dels visitants tenen estudis universitaris, fet que suposa un increment respecte a anys anteriors. La majoria dels turistes treballen com a assalariats (65,4%), mentre que un 16,7% treballen per compte propi i un 10,0% són jubilats/des.

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

L'estada mitjana se situa en 5,4 nits a Barcelona regió i un 36,0% dels turistes han pernoctat més de 5 nits, la proporció més alta dels quatre últims anys. La distribució de turistes segons la seva estada és pràcticament la mateixa que la dels anys anteriors. Les estades més llargues les fan els holandesos, els belgues i els russos. Les destinacions on s'hi

estan més dies són les de costa, com el Maresme i el Garraf; més concretament a municipis com Vilanova i la Geltrú, Pineda de Mar, Malgrat de Mar, Santa Susanna o Calella. També s'observa una estada més llarga entre els que s'allotgen en apartaments o HUTs, en càmpings o en cases de familiars i amics.

Els percentatges obtinguts per tipologia d'allotjament depenen principalment de com s'ha dissenyat i finalment distribuït la mostra d'entrevistes que, un any més, projecta una majoria de visitants allotjats en hotels (66,0%), seguit pels que s'estan en càmpings (16,7%) i en cases d'amics i familiars (7,5%).

La preferència per l'hotel destaca entre els turistes que han vingut per motius professionals, els estatunidencs, els italians, els britànics, els russos i els belgues i acostumen a visitar les comarques del Vallès Occidental i del Barcelonès. En canvi, hi ha més, francesos i gent jove (fins als 24 anys) que prefereixen els HUTs i la comarca del Garraf. Els russos i els joves (fins als 24 anys) prefereixen els albergs juvenils i Osona, mentre que els residents de fora de Catalunya, els joves (fins als 24 anys) i els que han vingut per motius personals prefereixen les cases d'amics i familiars del Garraf i el Baix Llobregat. Els turistes que s'allotgen en càmpings són, sobretot, els residents a Barcelona ciutat o província i els holandesos i destaquen les estades al Berguedà i als Pirineus de Barcelona. Finalment, els residents a Barcelona ciutat o província són també aquells que més s'allotgen en turisme rural, sobretot a l'Alt Penedès i al Moianès.

Un 55,4% dels que s'han allotjat en un hotel ho han fet en un

de 4 estrelles. Aquestes dades també estan determinades pel disseny del treball de camp i, per tant, cal prendre-les amb cautela.

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

Un 62,6% dels turistes venen a Barcelona regió per oci o vacances, un 25,2%, per motius professionals i un 12,2%, per qüestions personals. Amb tot, cal tenir en compte que els resultats sobre el motiu del viatge també estan molt condicionats pel lloc on es realitza l'entrevista.

L'oci és el motiu de viatge majoritari de les persones residents a la província de Barcelona, Rússia i els Països Baixos i de les que s'allotgen en càmpings o turisme rural. També les persones que han visitat el Berguedà, els Pirineus de Barcelona, el Maresme o Osona hi van motivades per l'oci. Tanmateix, els visitants de la resta d'Espanya, d'Itàlia i els que s'allotgen en hotels són els que més viatgen per motius professionals. Aquest també és el motiu principal de viatge de les persones que s'allotgen al Vallès Occidental i al Barcelonès. El Baix Llobregat, l'Anoia, el Moianès i l'Alt Penedès es visiten més per motius personals i altres i els seus visitants provenen de la resta d'Espanya, són joves (fins als 24 anys) i s'allotgen en cases d'amics o familiars i en albergs juvenils.

Els turistes de Barcelona regió es divideixen principalment en dos tipus: els que visiten per primera vegada el municipi en el que s'han allotjat (49,9%) i els que ja hi han estat anteriorment (48,0%). Un 33,1% ho ha fet 4 o

RESUM DE RESULTATS

més vegades. Pel que fa a la mitjana de visites, cada turista visita Barcelona regió 12,8 vegades, fet que comporta el valor més elevat dels últims quatre anys.

Gairebé dos de cada tres residents a Espanya repeteixen més d'una vegada el municipi en el que s'han allotjat i acostumen a allotjar-se en cases d'amics i familiars, tenir més de 55 anys i visitar-nos per motius professionals i personals i altres. Pel que fa al territori, aquests repetidors ho acostumen a fer majoritàriament al Garraf, al Berguedà i al Moianès.

Quant a l'acompanyament, les maneres més freqüents de visitar Barcelona regió són: en família (27,5%), en parella (26,8%) i en solitari (19,9%). D'aquesta manera, es confirma l'augment de visitants en família respecte dels que viatgen en parella ja iniciat l'any anterior. La mitjana d'aquests grups és de 4,7 persones.

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

La majoria dels visitants no ha contemplat cap alternativa al municipi que ha visitat (70,4%). El 22,4% dels visitants tenia planejada una altra destinació catalana (7,7% a Barcelona ciutat), el 4,5%, espanyola i el 4,6%, estrangera.

Internet, ja sigui mitjançant una pàgina web (47,9%) o blogs o perfils de xarxes socials (2,2%) és la principal font d'informació per planificar el viatge (50,1%), seguida per un 21,1% dels que diuen haver planificat el viatge a partir de les converses amb amics i familiars i d'un 12,6% que ho deixat en mans de l'empresa o centre d'estudis.

Les principals pàgines web consultades per planificar el viatge són les d'agències de viatge o tour operadors (56,7%), principalment Booking (32,2%), i les pàgines web genèriques (18,8%), entre les quals destaca Google (18,5%). Pel que fa als blogs o perfils de xarxes socials, les més consultades són Facebook, Instagram i Youtube (41,4%, 30,5% i 20,5% respectivament).

El mitjà de transport més utilitzat pel conjunt de visitants de Barcelona regió continua sent l'avió (46,1%), seguit del vehicle privat (40,8%). Aquest és l'any en que més visitants han vingut en avió, fet que està influenciat, òbviament, pel lloc de residència. L'avió és el mitjà més utilitzat pels turistes de fora d'Espanya allotjats en HUTs i hotels, que venen per motius professionals i pernocten al Barcelonès, al Baix Llobregat i al Vallès Occidental, mentre que el vehicle privat és el més comú entre els turistes nacionals allotjats en turisme rural i càmpings del Berguedà, Moianès i Osona.

D'entre les companyies aèries utilitzades, destaquen per damunt de les altres, Vueling (24,9%) i Ryanair (13,3%), tot i que aquesta última ha perdut quota de mercat respecte als últims anys.

La manera més habitual de contractar, tant el transport com l'allotjament - quan es fa per separat -, és directament per internet amb la companyia (59,0% i 41,6% respectivament). En el cas de l'allotjament, és més habitual utilitzar també altres canals (22,3%) i contractar a través d'intermediaris com les agències de viatges (17,1%). En canvi, si es contracta el paquet sencer, s'utilitzen principalment les webs de tour

operadors o agències de viatges (63,3%).

En la contractació del transport per internet, les webs de les companyies aèries són les més utilitzades (76,6%), mentre que per l'allotjament ho són les webs d'agències de viatge o tour operadors (61,8%), en especial Booking (37,7%) i les webs d'empreses d'allotjament (23,6%). Quan hi ha contractació conjunta, la majoria opta per les webs dels tour operadors (68,9%), tot i que hi ha molta disgregació d'empreses.

En la contractació del transport amb agències de viatge o tour operadors, no destaca cap plataforma concreta, mentre que en l'allotjament per aquest canal, torna a destacar Booking (34,1%). Quan la contractació és conjunta, hi torna a haver molta disgregació d'empreses.

L'antelació amb la que es contracta el viatge és molt diversa: mentre que un 17,7% ho fa just la setmana anterior i un 7,0% el mateix dia del viatge, un 17,4% s'anticipa més de 3 mesos. Degut a l'elevat nombre de Ns/Nc (25,9%) experimentat aquest any, no té sentit la comparativa entre 2018-2019 i la resta d'anys, ja que aquestes dades no són estadísticament significatives.

DESPESA

La despesa mitjana de tot el viatge per turista ha estat de 681,3 €, distribuïts en 215,6 € en transport d'anada i tornada, 269,2 € en allotjament - 54,5 € per persona i dia - i 196,5 € en altres despeses - 44,1 € per persona i nit -.

RESUM DE RESULTATS

Respecte als anys anteriors, es detecta una davallada en la despesa del transport i un augment en la d'allotjament i la despesa mitjana de l'estada a la regió, essent el cost del transport el més baix i el d'allotjament el més elevat dels últims quatre anys.

Les altres despeses es distribueixen en menjar i beguda (55,5%), compres (19,3%), transport intern (11,0%), entreteniment (9,9%) i altres (4,3%). D'aquesta manera, es confirma la reducció dels últims anys del percentatge de despesa de menjar i beguda en benefici a la de compres i entreteniment.

El cost del paquet turístic (entre les persones que han planificat el viatge totalment amb tour operador) se situa en 909,2 € de mitjana, essent el valor més elevat dels últims quatre anys.

Els estatunidencs o els de la resta del món són els que tenen una despesa més elevada en transport. Per altra banda, els russos, els alemanys i els estatunidencs, els que viatgen per motius de feina i els que s'allotgen en hotels són els que gasten més en allotjament per persona i dia. Finalment els russos, els estatunidencs i els de la resta del món són els que més diners destinen a la despesa mitjana per persona i nit. Si analitzem per comarques, el Barcelonès, el Vallès Occidental i Oriental, el Baix Llobregat i el Garraf són aquelles on els turistes realitzen una major despesa.

ACTIVITATS REALITZADES

Anar a restaurants i fer passejades tranquil·les per relaxar-se són les dues activitats que més turistes declaren realitzar durant la seva estada als municipis de Barcelona regió (75,3% i 75,0% respectivament).

També són molts els que van de compres (44,3%) o a la platja (43,1%), mentre que un terç o menys dels entrevistats fan visites culturals (31,6%), activitats a l'aire lliure (27,9%), treball o negocis (27,7%), ecoturisme (27,4%) o activitats esportives (25,5%).

Nedar, córrer i anar amb bicicleta són les tres activitats esportives que més turistes declaren haver practicat durant la seva estada als municipis de Barcelona regió (35,4%, 17,7% i 9,7% respectivament).

Evidentment, totes aquestes activitats estan condicionades per l'època de l'any, la zona de pernoctació i l'edat dels visitants.

EXCURSIONS

El 29,4 dels turistes de Barcelona regió han fet una excursió fora del municipi en el que s'allotgen, el 7,7%, dues i el 4,6%, tres o més. En total, un 41,7% han realitzat alguna excursió fora del municipi en el que s'allotgen.

Barcelona és el principal destí de les excursions (27,4%), tot i que un 17,5% i un 6,1% han visitat altres llocs de la Destinació de Barcelona i/o de la resta de Catalunya respectivament. Els que més s'han mogut del municipi on

s'allotgen han estat els allotjats en cases d'amics o familiars, apartaments o HUTs i els holandesos i ho han fet, majoritàriament, pel Baix Llobregat, el Maresme i el Barcelonès.

El cotxe privat (32,0%), el tren de rodalies (28,5%) i l'autobús (8,6%) són els transports més utilitzats per arribar a les excursions.

El 71,0% dels turistes que realitzen alguna excursió ho fan per oci o vacances, un 15,0%, per qüestions personals i altres i un 9,9%, per motius professionals.

La despesa mitjana d'aquestes excursions ha estat de 90,3 € per persona. Aquesta despesa es distribueix en menjar i beguda (39,9%), compres (27,8%), entreteniment (14,1%), transport intern (13,6%) i altres (4,6%).

La majoria d'aquests turistes estan molt contents amb aquestes excursions, atorgant-li una valoració global de 8,4 punts.

VALORACIÓ DEL MUNICIPI

Els turistes que visiten Barcelona regió valoren el municipi en el que s'allotgen amb un 8,3.

Tots els aspectes del municipi de destí considerats estan molt ben valorats, però destaquen, per damunt dels altres, el caràcter i l'amabilitat de la gent, la seguretat ciutadana i l'allotjament (8,5, 8,4 i 8,3 respectivament). En canvi, si hi ha alguns aspectes que es poden destacar per una valoració més discreta que la resta, aquests són la qualitat de la

RESUM DE RESULTATS

connexió a internet, l'accessibilitat per a persones amb dificultats per moure's i l'oferta d'aparcament (7,5, 7,3 i 7,1 respectivament).

La satisfacció es reflecteix tant en la valoració general del municipi - que se situa en 8,3 punts -, com en el fet que un 80,8% dels entrevistats declarin que recomanaria la visita al municipi de destinació.

B **Base.** Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi.

N **Número de respostes.** Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi. En el cas de gràfics amb evolució, s'indica el nombre d'entrevistes de la darrera consulta.

R **Tipus de resposta.** Possibilitat o possibilitats que s'han contemplat per a la pregunta formulada.

Bases reduïdes (inferiors a 120):

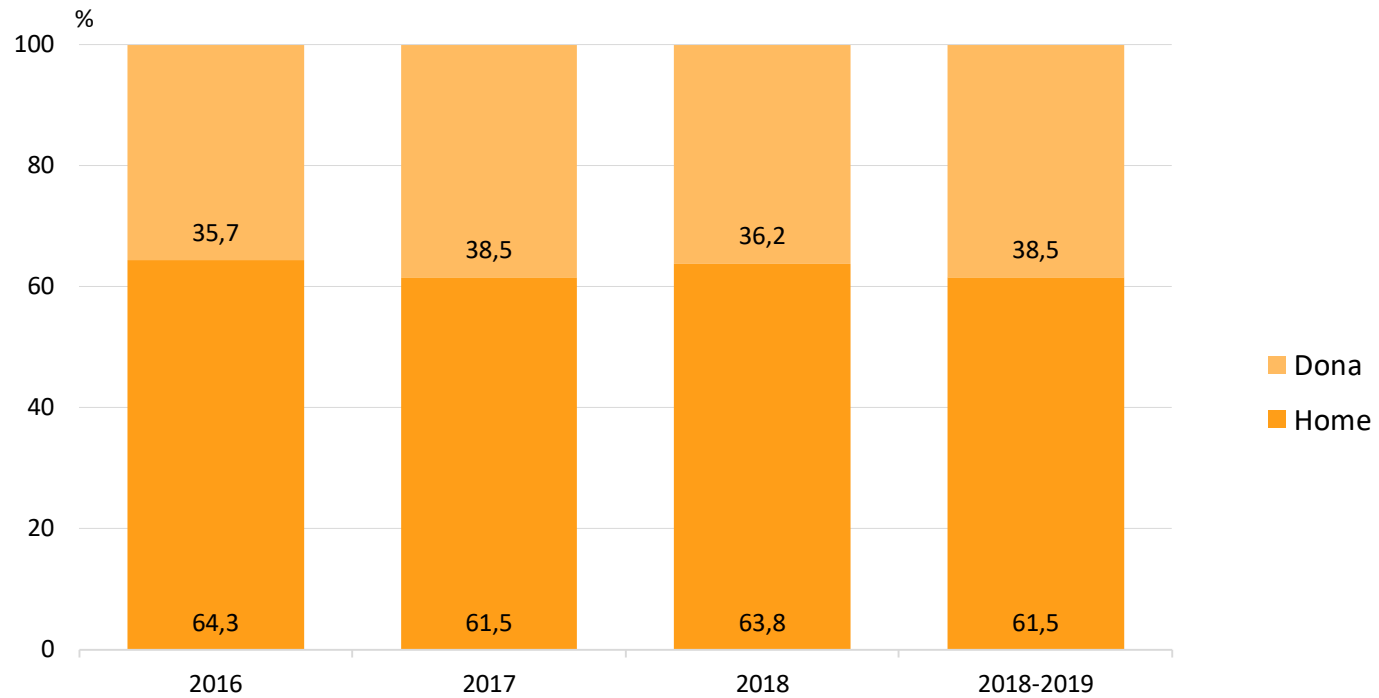
Cal tenir en compte que els resultats amb menys de 120 respostes no es consideren estadísticament representatius.

En els segments, en alguns casos, es donen dades amb bases inferiors i cal tenir en compte que se n'ha de fer una interpretació només a nivell qualitatiu.

Nota: Sempre que no s'indiqui el contrari, els resultats expressats a les taules són percentatges.

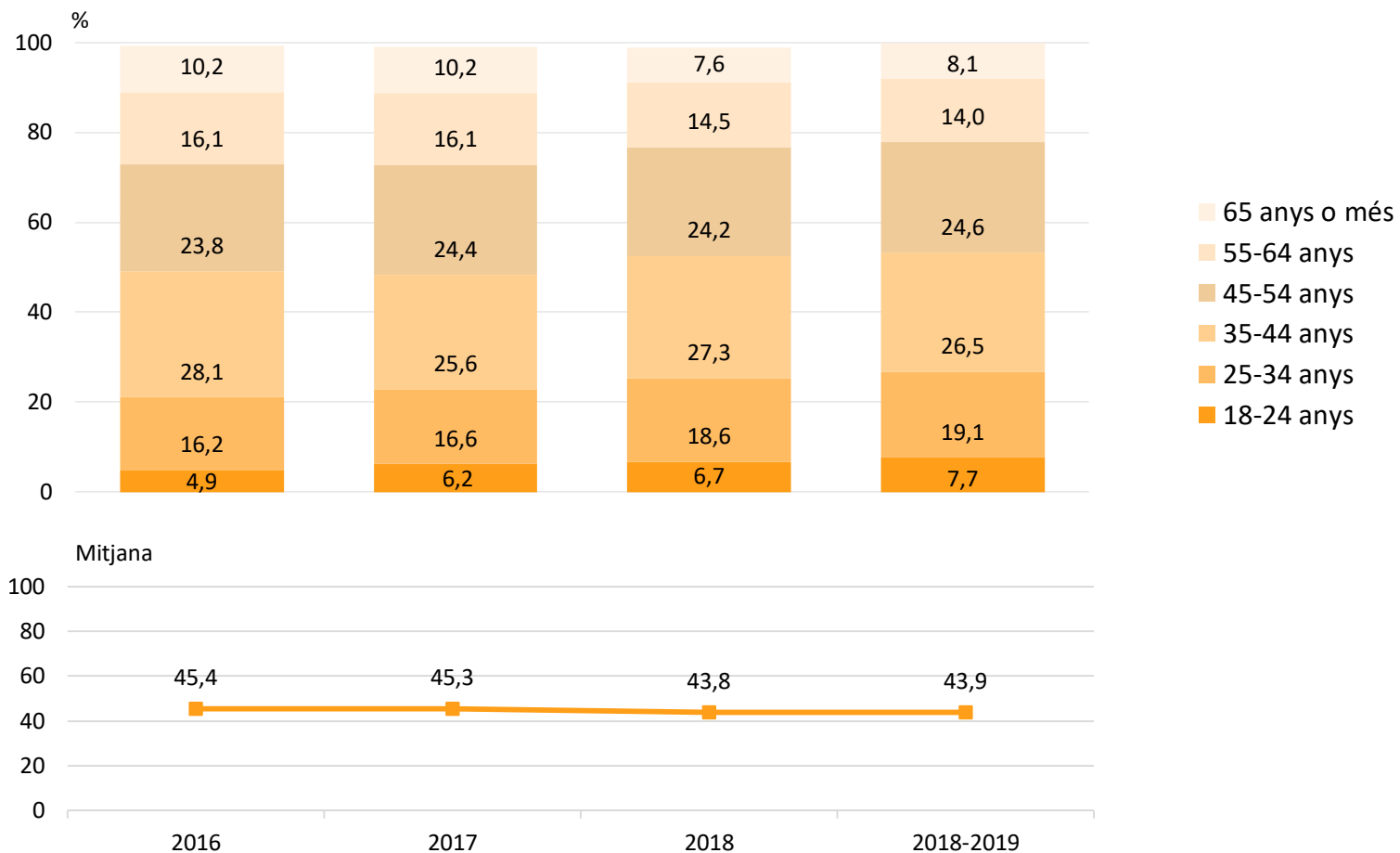
1

Perfil sociodemogràfic



N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Q1. Sexe de l'entrevistat.



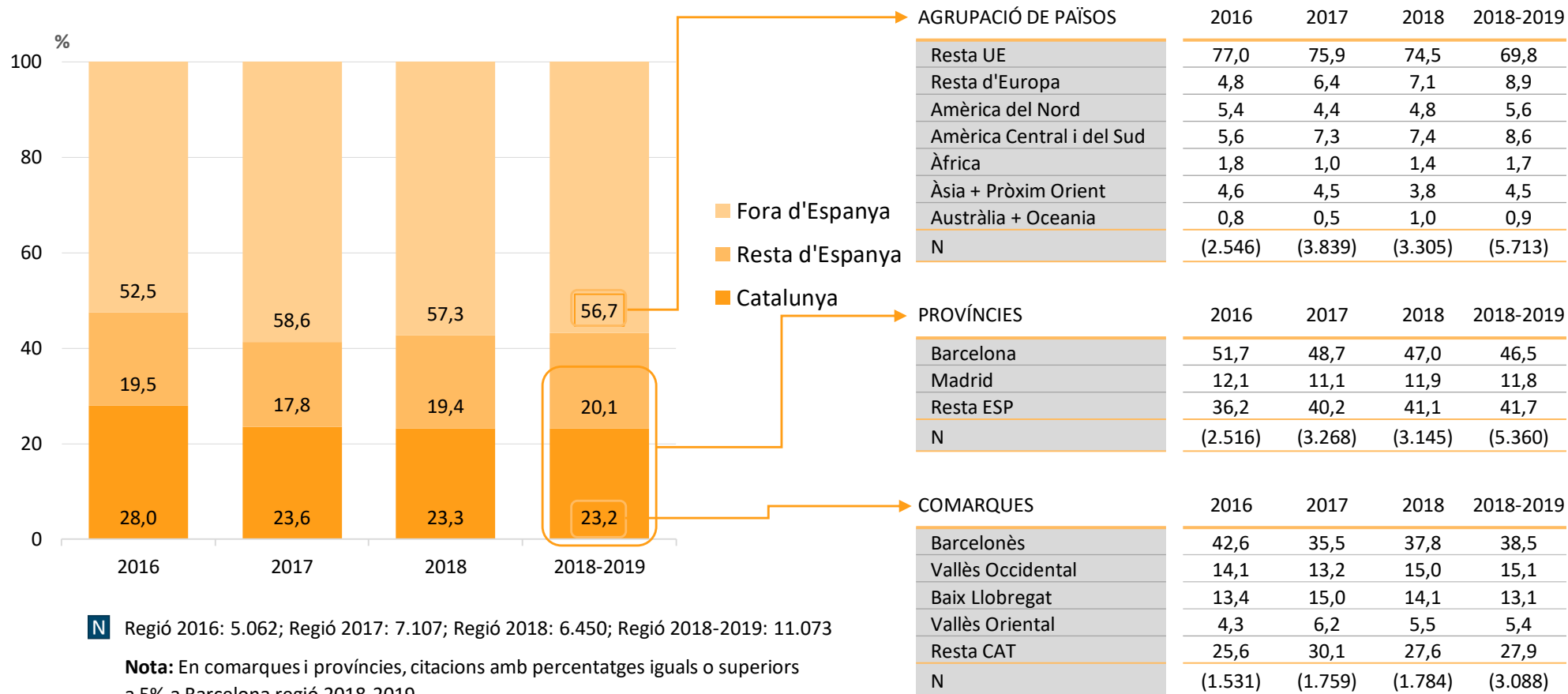
Q2. Edat de l'entrevistat.

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

NOTA: Els anys 2016, 2017 i 2018 la mostra d'edat era a partir de 15 anys i per aquest motiu el percentatge d'edat no suma 100%.

LLOC DE RESIDÈNCIA

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC



F1. Em podria dir on resideix habitualment?

	2016	2017	2018	2018-2019
Espanya	46,3	40,5	41,0	41,7
Regne Unit	9,2	9,4	9,9	8,7
França	10,5	11,6	8,7	8,1
Alemanya	4,3	5,2	5,3	5,1
Països Baixos	3,4	5,0	4,4	3,9
Itàlia	3,9	3,4	3,6	3,3
Rússia	0,7	1,3	1,3	2,3
Estats Units d'Amèrica	2,2	2,1	2,0	2,2
Bèlgica	2,5	2,2	1,7	1,7
Resta del món	17,0	19,3	22,1	23,0
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

R Espontània.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019 (+Bèlgica).

Q3. Quina és la seva nacionalitat?

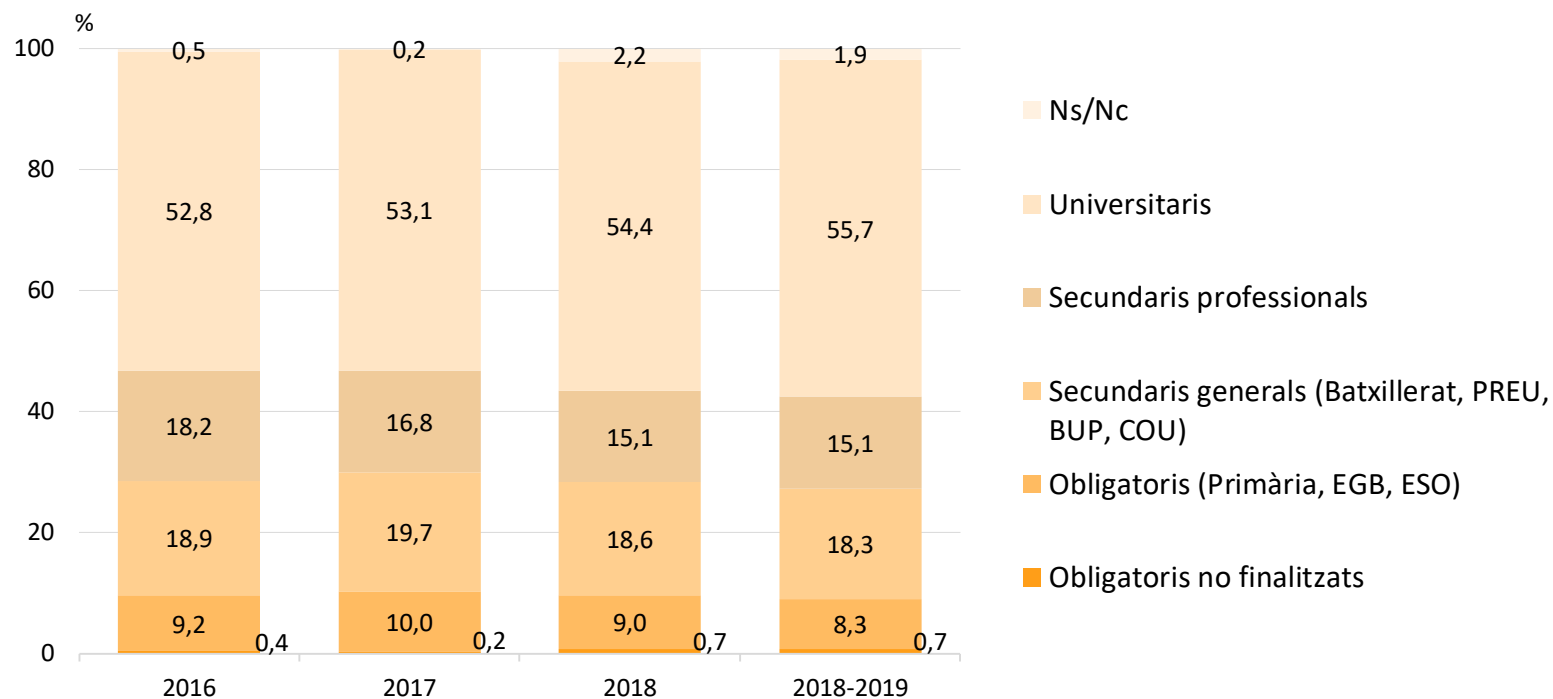
	2016	2018-2019
París (Paris)	8,2	12,5
L'Alta Garona (Garonne, Haute)	2,6	4,8
Sena i Marne (Seine et Marne)	1,2	3,8
La Gironda (Gironde)	3,4	3,8
L'Ain	1,4	3,3
El Nord	1,8	3,3
Les Boques del Roine (Bouches du Rhône)	5,9	3,3
Els Alps Marítims (Alpes Maritimes)	1,9	3,2
Les Landes	0,5	3,0
L'Aisne	0,8	2,8
El Loira Atlàntic (Loire Atlantique)	1,7	2,2
La Costa d'Or (Côte d'Or)	1,1	2,1
Òlt i Garona (Lot et Garonne)	1,0	2,0
Altres departaments	68,2	45,8
Ns/Nc	0,3	4,1
N	(525)	(367)

N Regió 2016: 525; Regió 2018-2019: 367

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019.

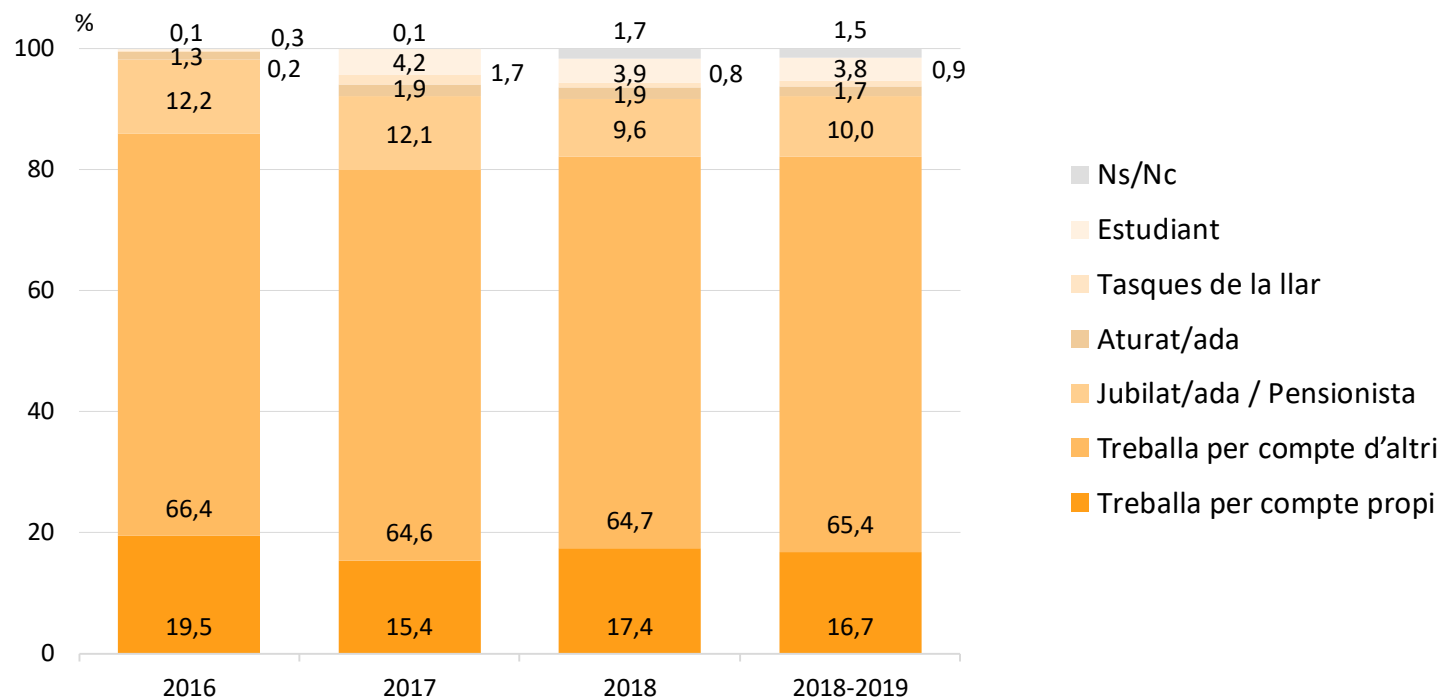
Nota: Els anys 2017 i 2018 no es feia aquesta pregunta.

Q4. A quin departament de França resideix?



N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Z1. Quin és el seu nivell d'estudis acabats?



N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

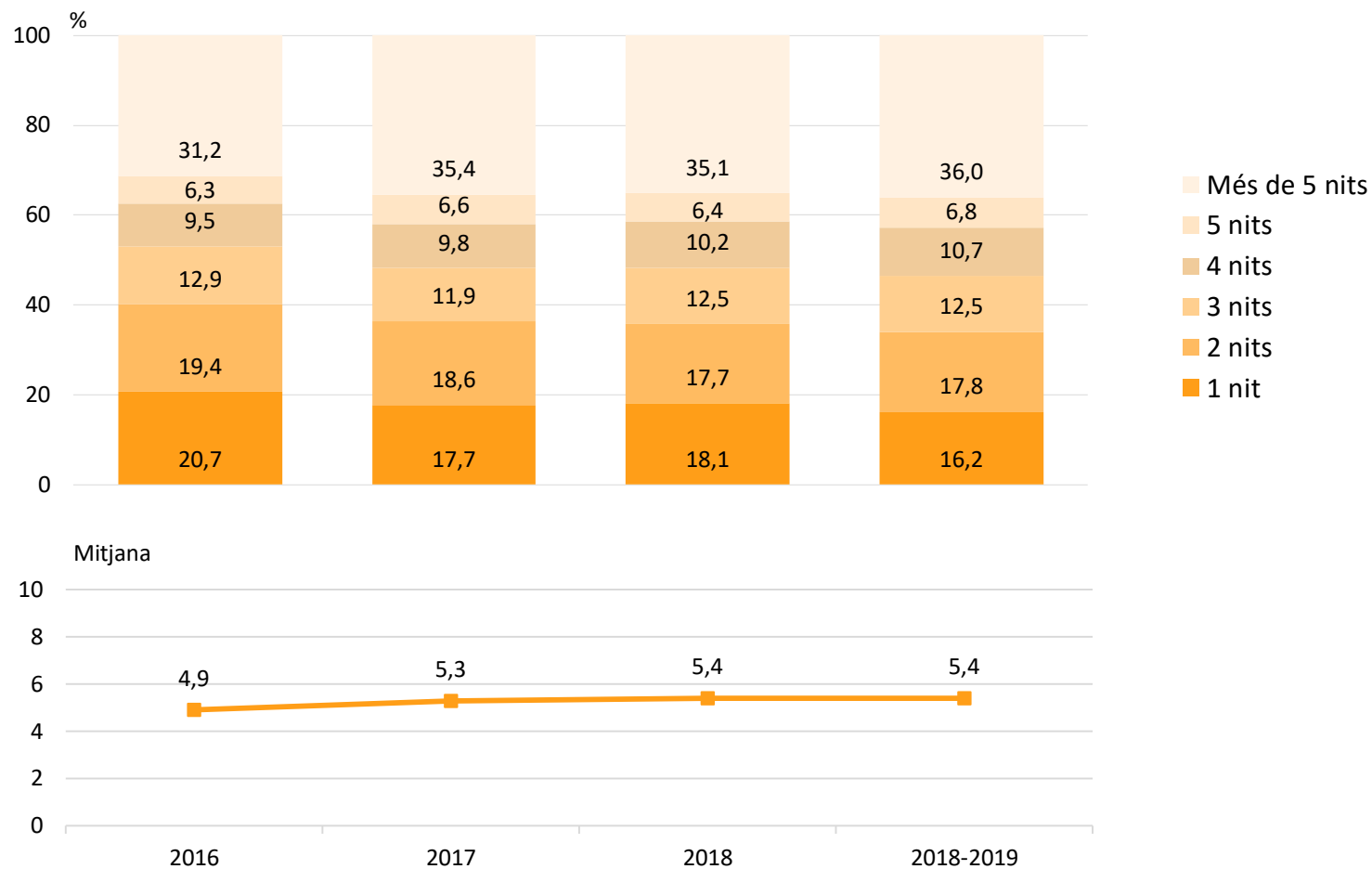
Z2. Actualment, quina és la seva situació laboral?

2

Característiques de l'estada

DURADA DE L'ESTADA (NOMBRE NITS)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA



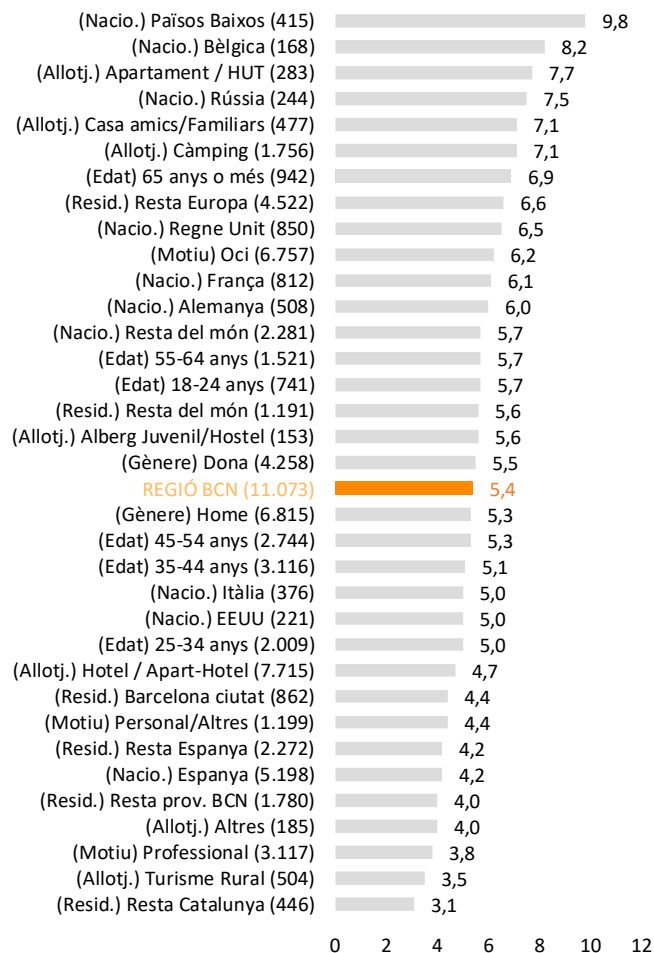
F2.1. Nombre de nits al municipi.
F2.2.

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

DURADA DE L'ESTADA (PERFIL)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

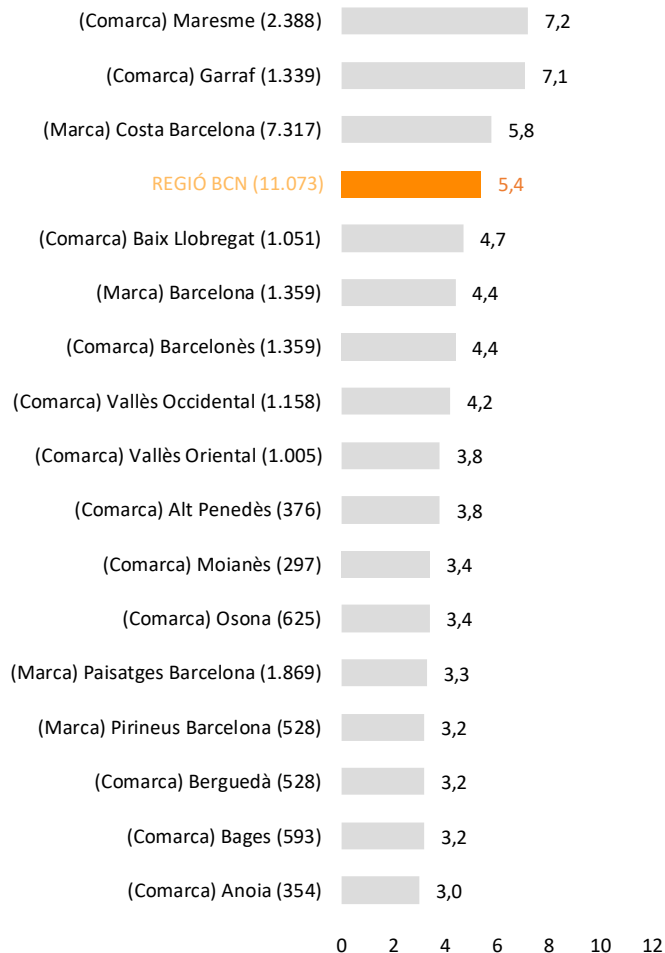


F2.1. Nombre de nits al municipi.

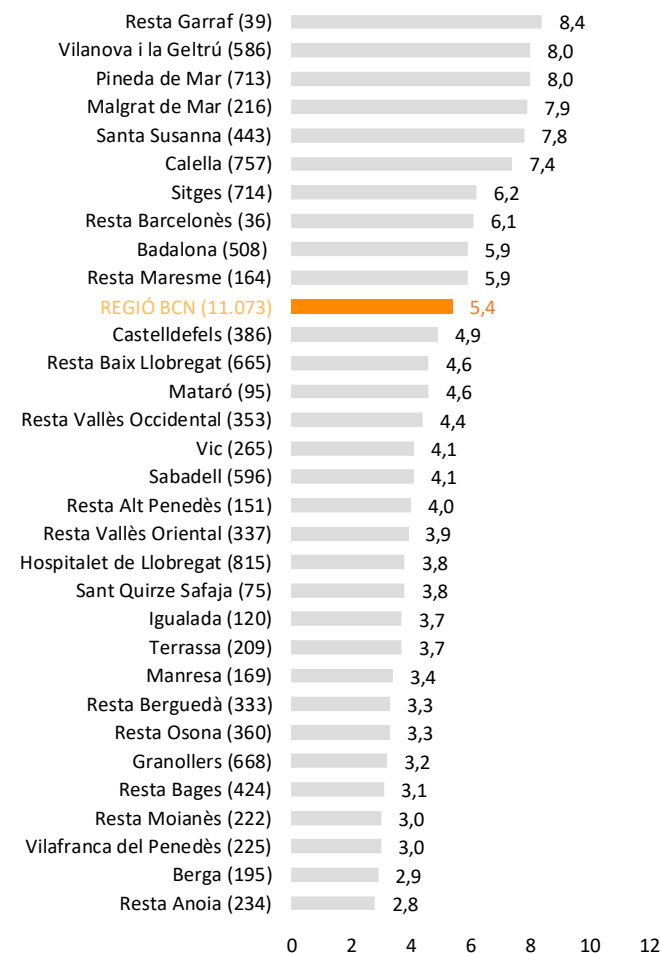
F2.2.

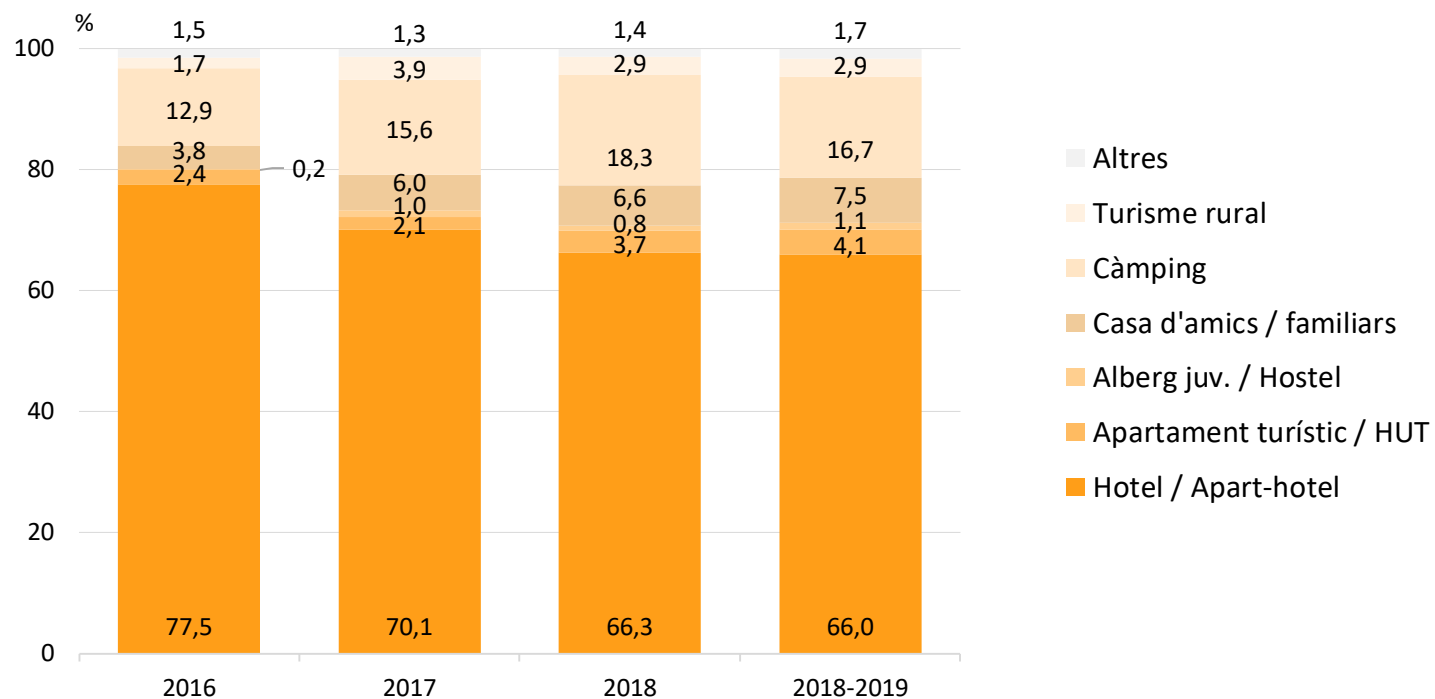
N Regió 2018-2019: 11.073

MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

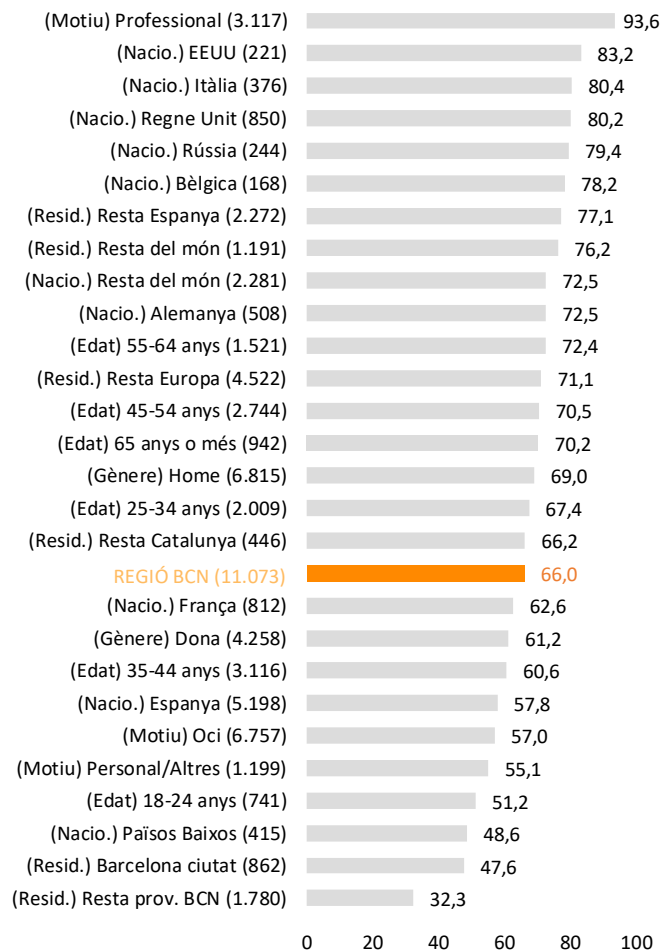
Nota: Les respostes a aquesta pregunta depenen dels punts de mostreig escollits cada un dels anys.

F4. Em podria dir on està allotjat?

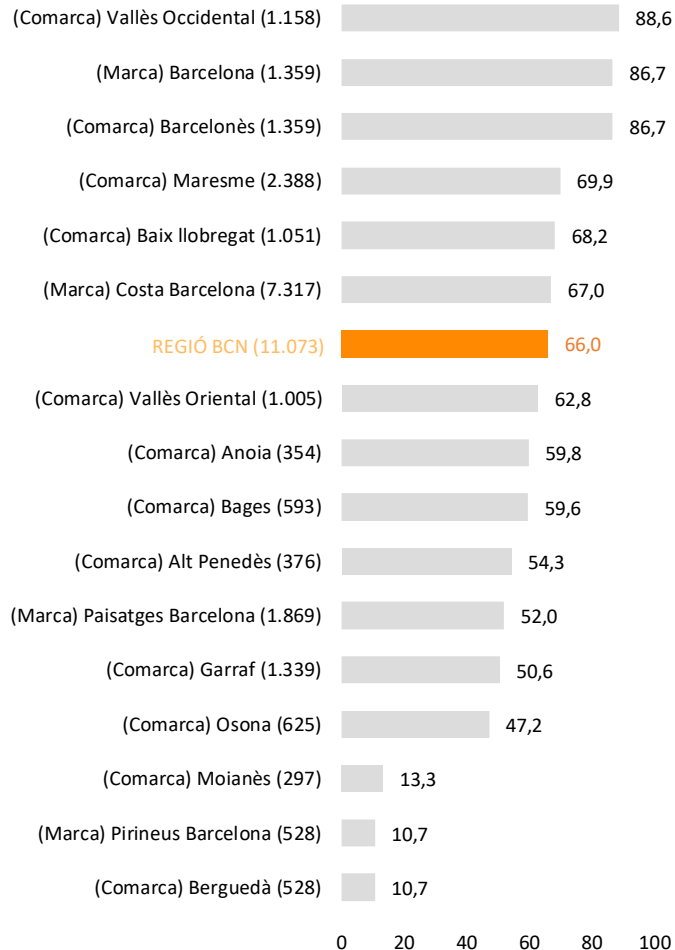
ALLOTJAMENT (PERFIL: HOTEL)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

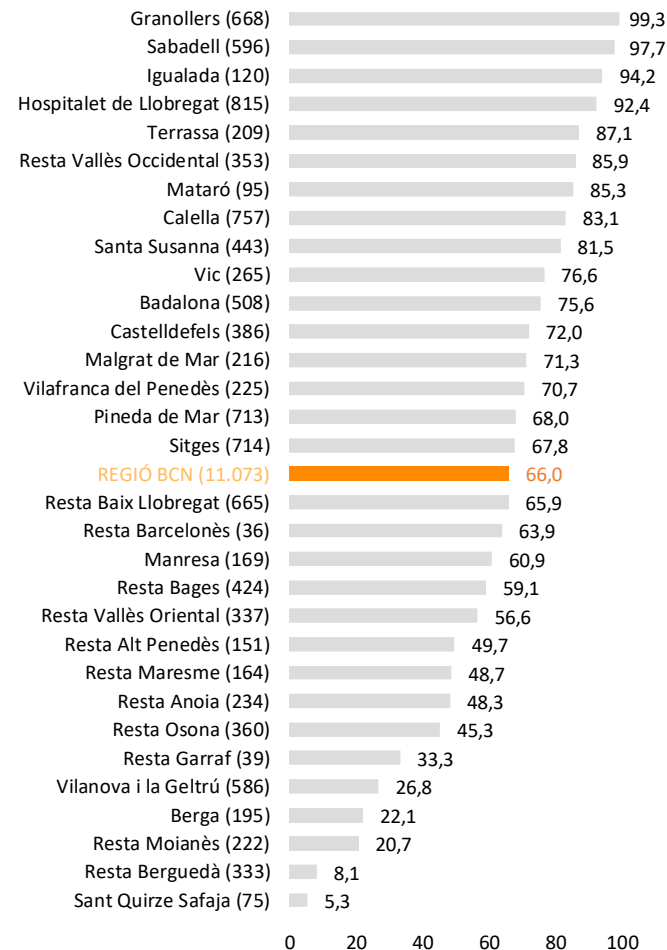
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



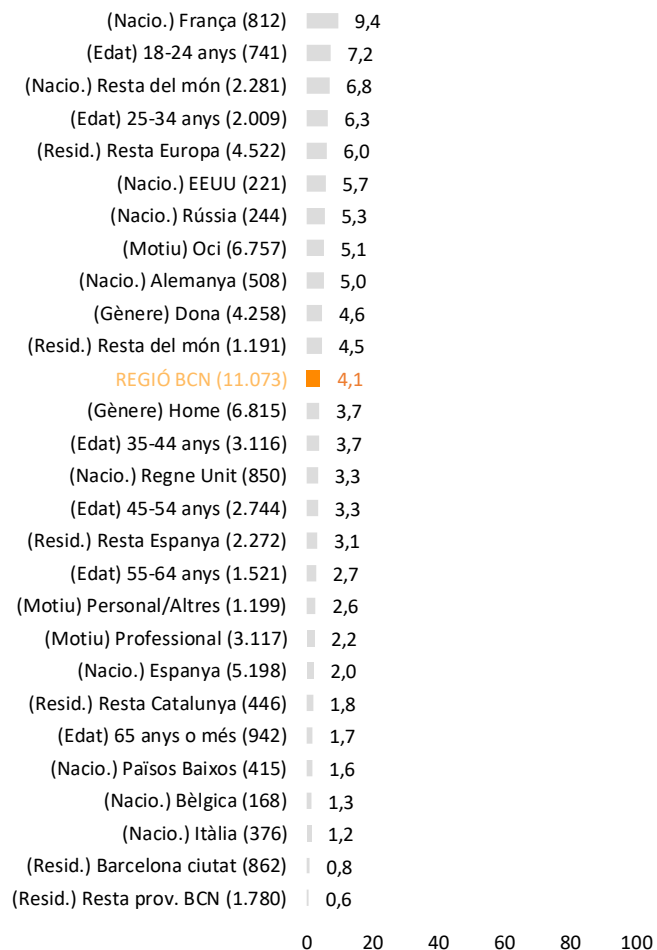
F4. Em podria dir on està allotjat?

N Regió 2018-2019: 11.073

ALLOTJAMENT (PERFIL: HUT)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

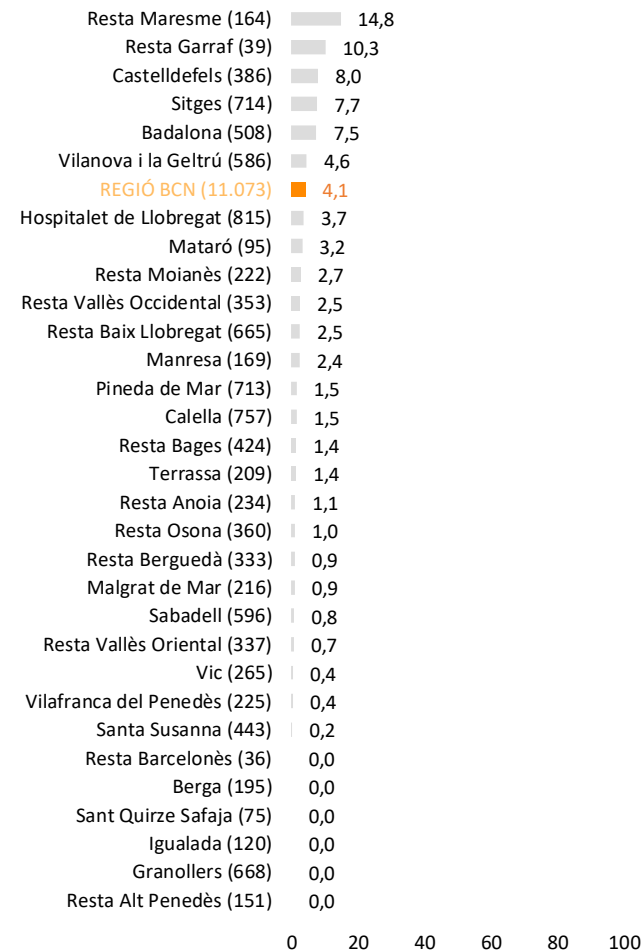
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



F4. Em podria dir on està allotjat?

N Regió 2018-2019: 11.073

ALLOTJAMENT (PERFIL: ALBERG JUVENIL)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



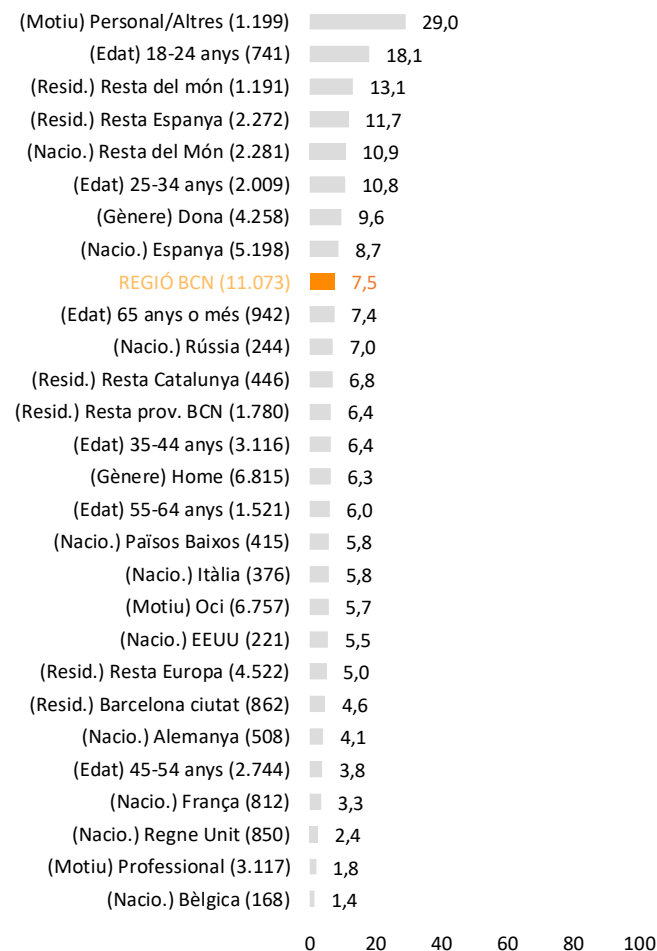
F4. Em podria dir on està allotjat?

N Regió 2018-2019: 11.073

ALLOTJAMENT (PERFIL: CASA D'AMICS / FAMILIARS)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

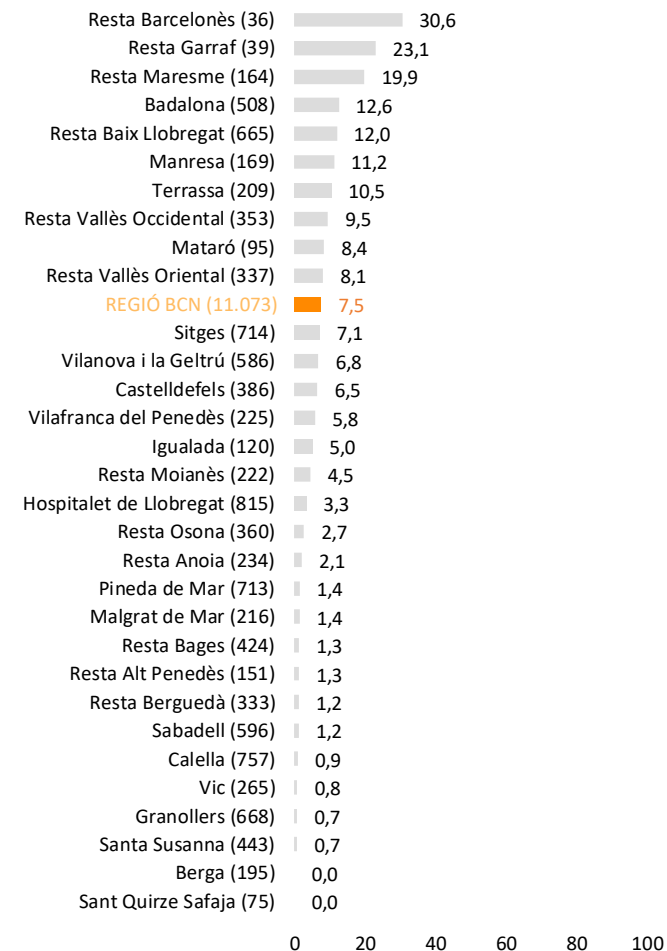
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ

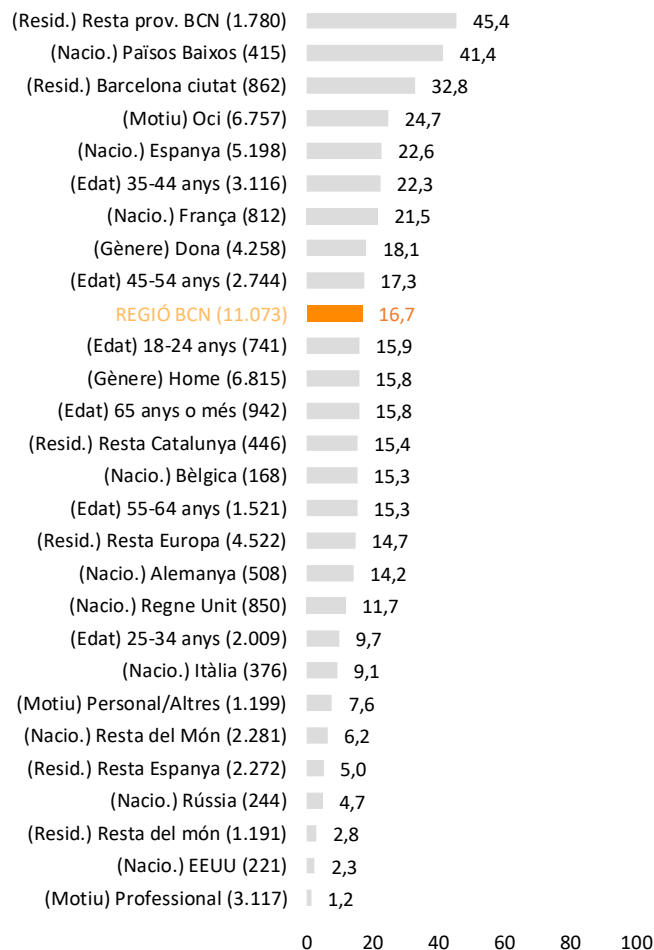


F4. Em podria dir on està allotjat?

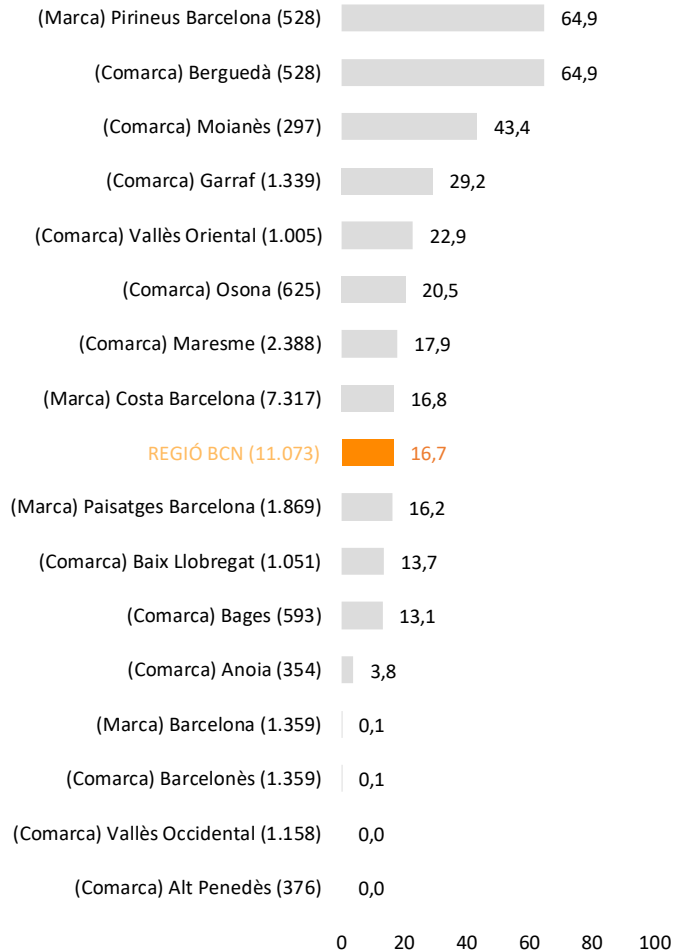
N Regió 2018-2019: 11.073

ALLOTJAMENT (PERFIL: CÀMPING) CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

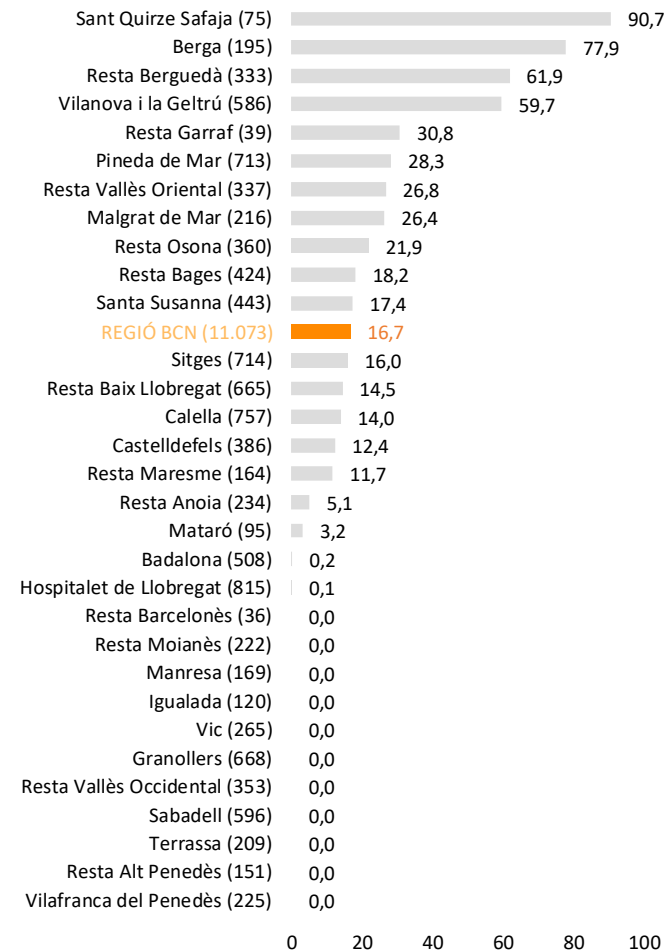
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



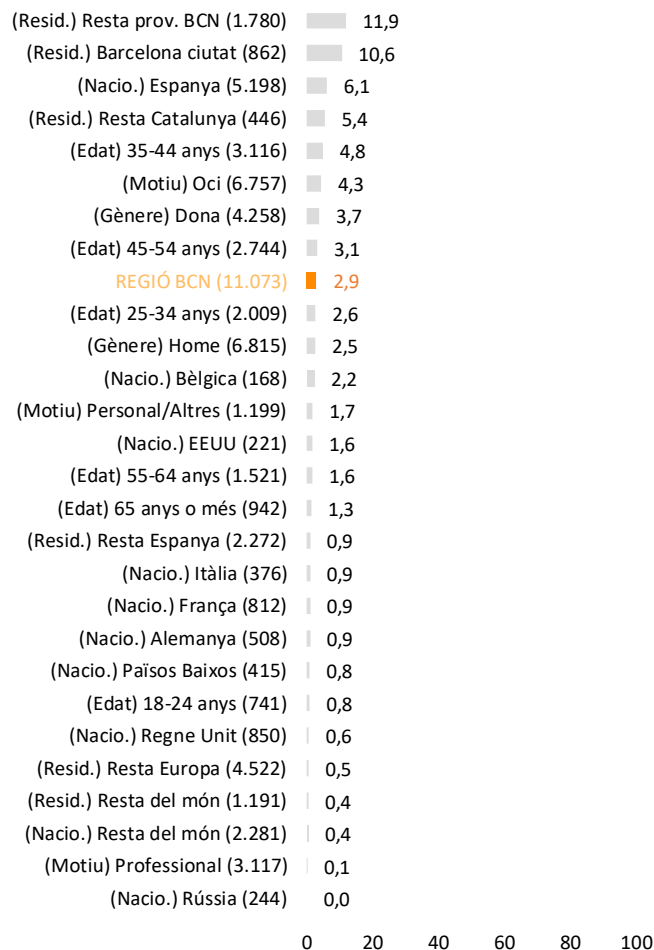
F4. Em podria dir on està allotjat?

N Regió 2018-2019: 11.073

ALLOTJAMENT (PERFIL: TURISME RURAL)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



F4. Em podria dir on està allotjat?

N Regió 2018-2019: 11.073

HOTEL	2016	2017	2018	2018-2019
5 estrelles-gran luxe	1,7	2,3	4,1	3,5
4 estrelles	53,4	53,1	54,9	55,4
3 estrelles	32,5	31,6	29,8	30,2
2 estrelles	10,9	8,9	10,8	9,8
1 estrella	1,5	4,1	0,4	1,1
N	(3.883)	(5.304)	(4.431)	(7.715)

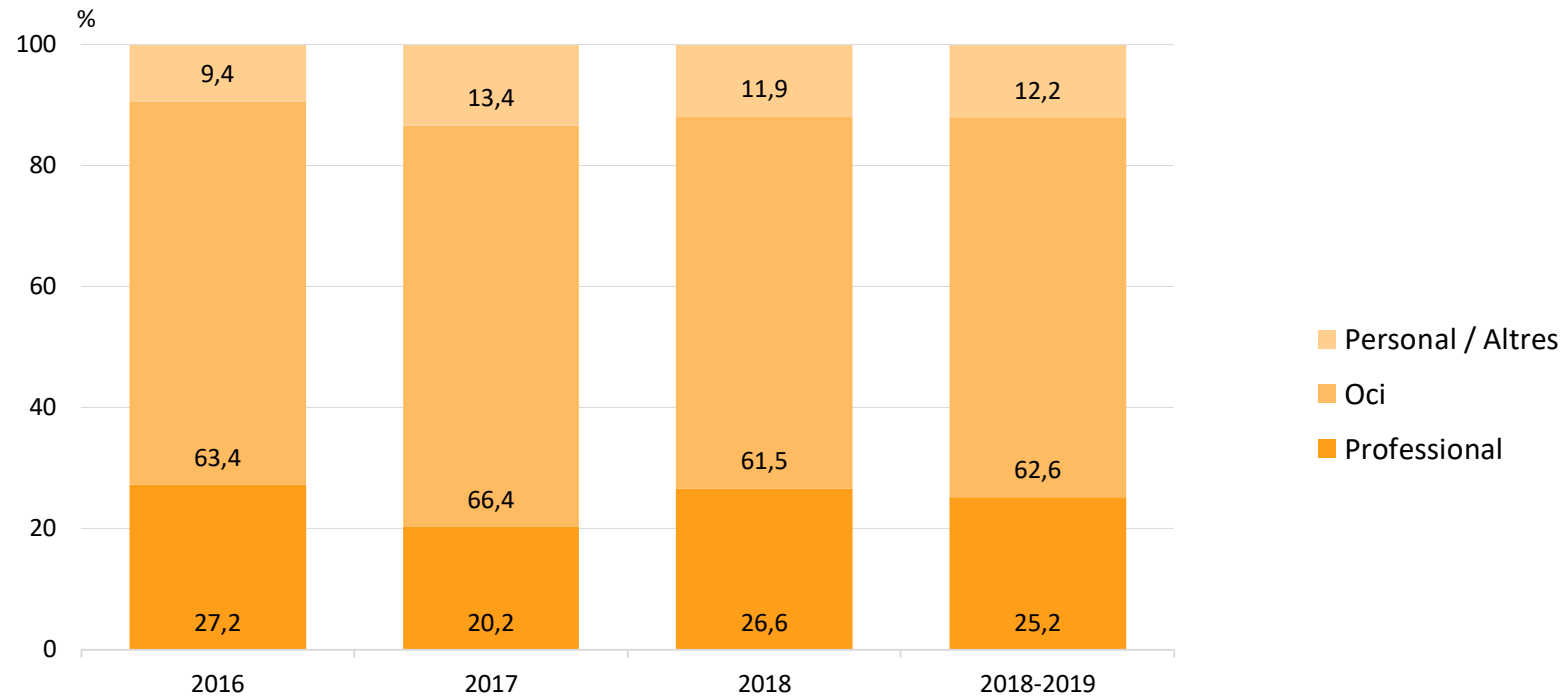
B Allotjat en un hotel.

N Regió 2016: 3.883; Regió 2017: 5.304; Regió 2018: 4.431; Regió 2018-2019: 7.715

F4A. Em podria dir de quina categoria és?

3

Motiu i característiques del viatge



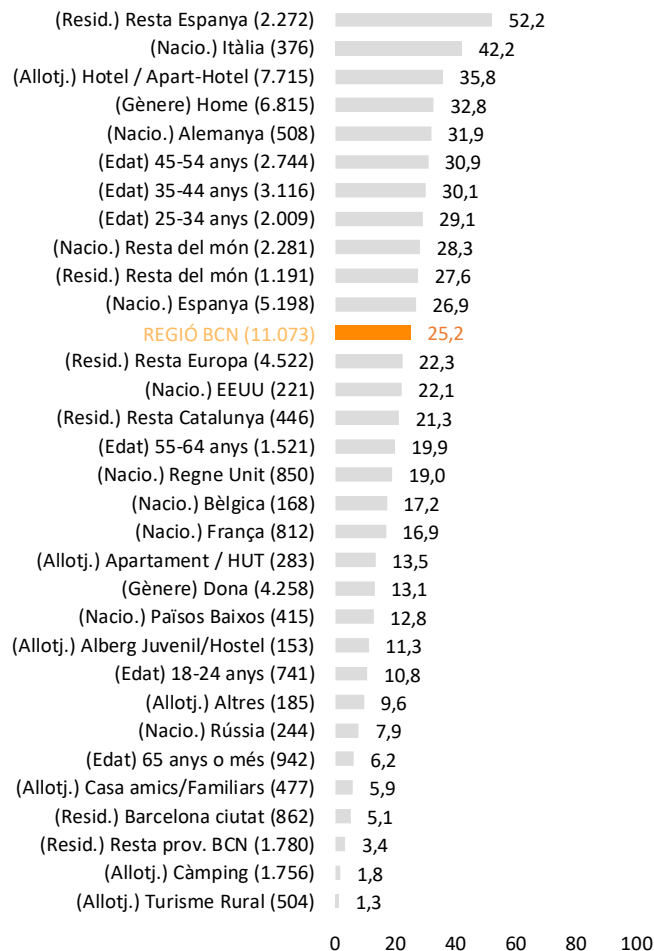
N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

P1. Quin és el motiu principal de la seva visita?

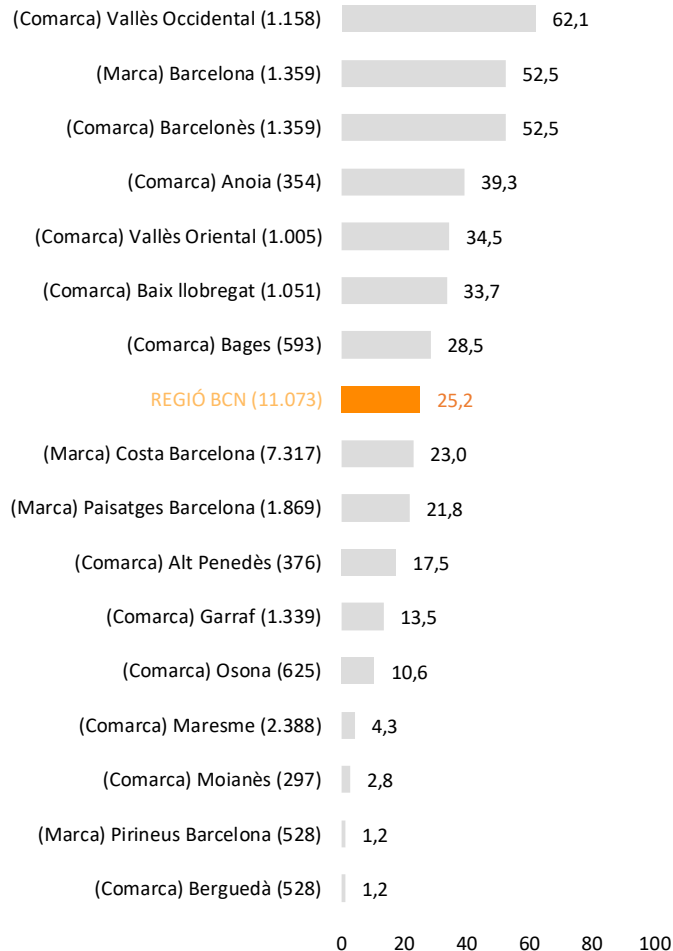
MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: PROFESSIONAL)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

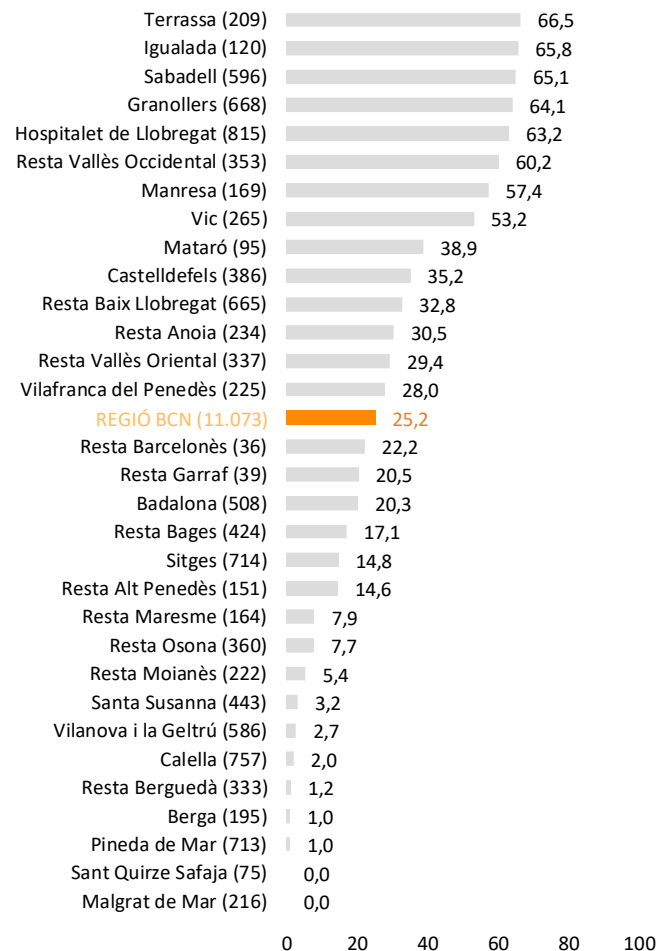
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



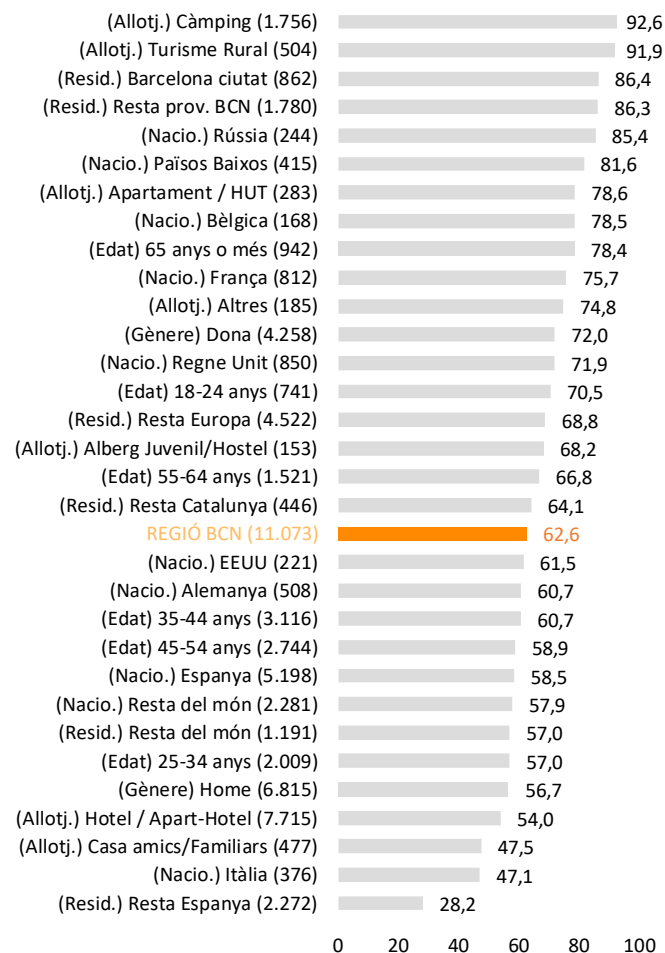
P1. Quin és el motiu principal de la seva visita?

N Regió 2018-2019: 11.073

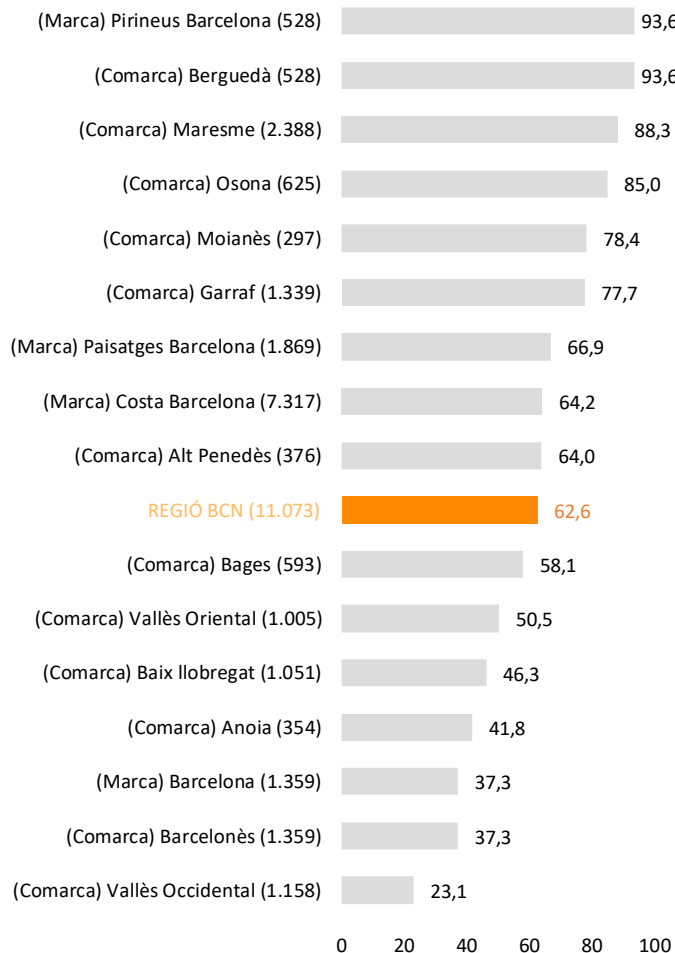
MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: OCI)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

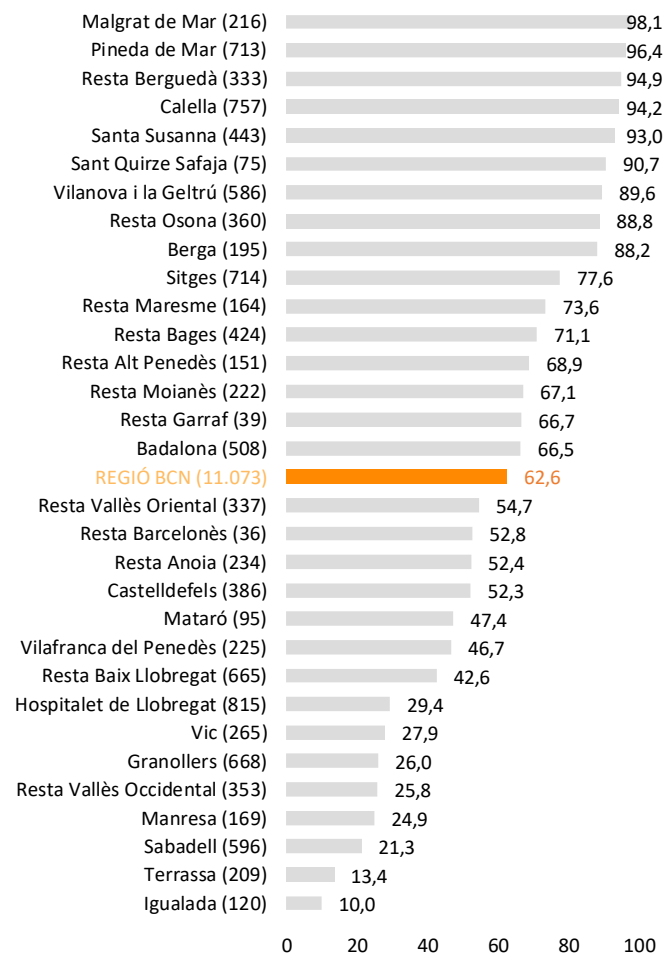
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



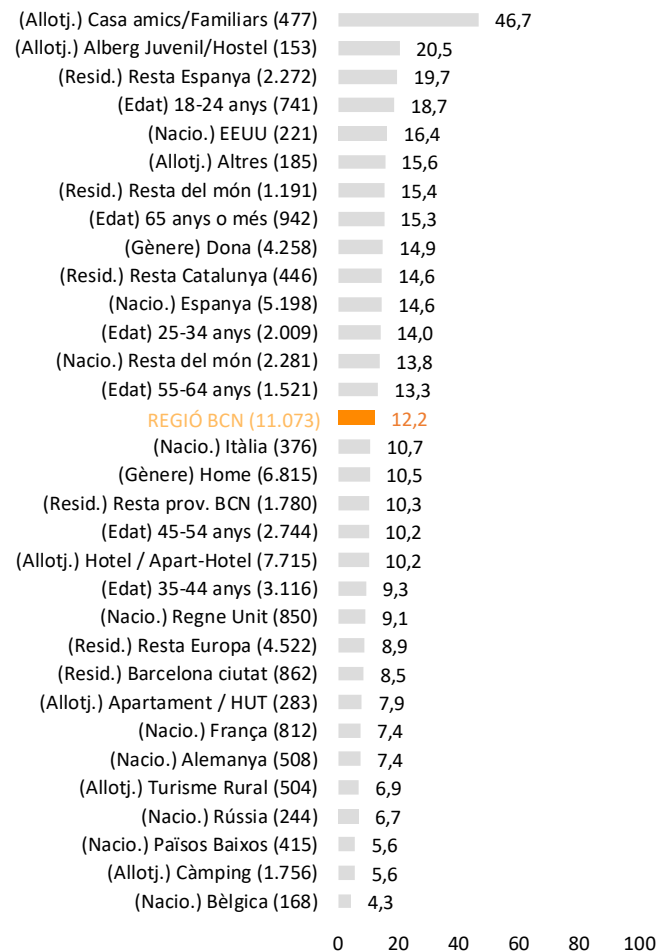
P1. Quin és el motiu principal de la seva visita?



Regió 2018-2019: 11.073

MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: PERSONAL / ALTRES) MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

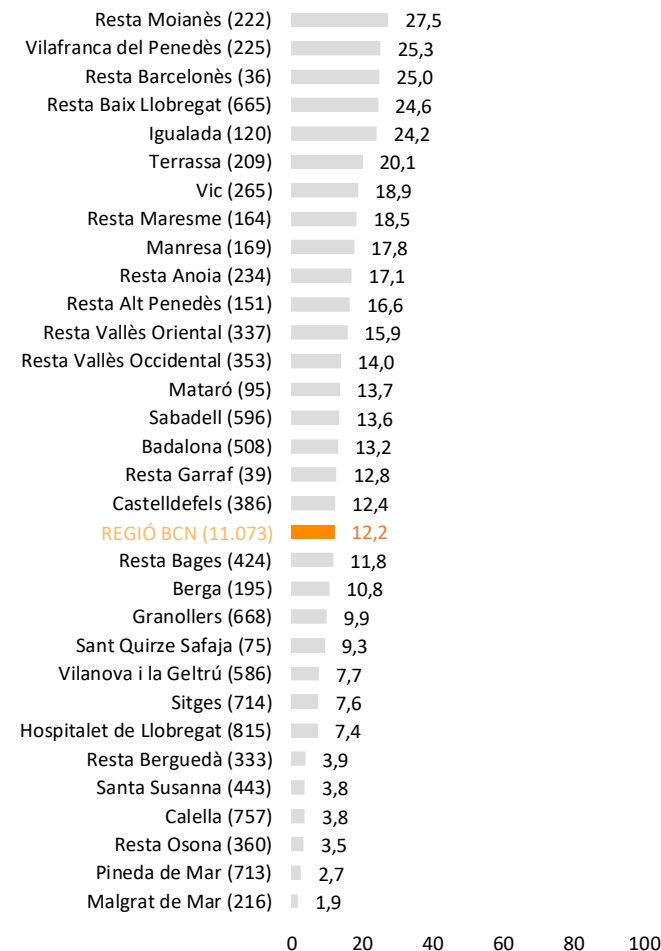
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P1. Quin és el motiu principal de la seva visita?

N Regió 2018-2019: 11.073

MOTIU PRINCIPAL (DETALL)

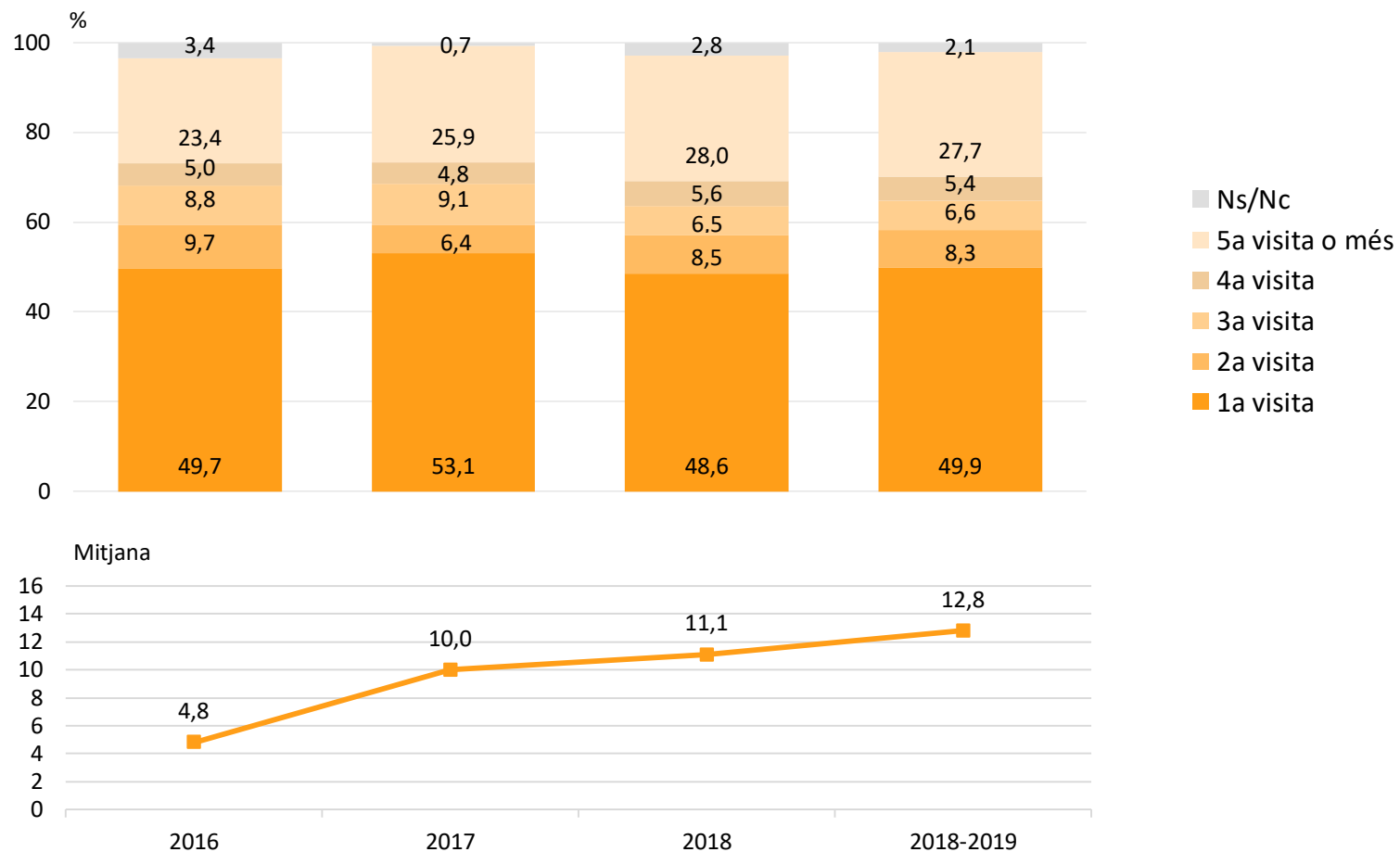
MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

	2016	2017	2018	2018-2019
Professional	27,2	20,2	26,6	25,2
Altres feines o negocis, o viatges d'incentius	20,1	12,7	19,6	12,0
Reunions professionals, altres feines o reunions	-	-	-	6,1
Congressos o jornades	-	-	-	2,1
Fires	1,0	1,7	1,7	1,7
Jornades o reunions professionals	3,9	3,7	2,8	1,7
Congressos	2,2	2,1	2,5	1,5
Convencions o viatge d'incentius	-	-	-	0,1
Oci	63,4	66,4	61,5	62,6
Per vacances, turisme	60,0	62,8	59,1	59,9
Esdeveniment esportiu	2,4	2,3	1,5	1,7
Esdeveniment cultural	0,8	0,9	0,9	0,9
Embarcar/desembarcar en un creuer	0,2	0,4	0,0	0,1
Personal / Altres	9,4	13,4	11,9	12,2
Visita a familiars, amics	5,4	6,9	6,2	7,1
Està de pas	2,3	3,8	3,0	2,8
Educació / formació	0,6	1,2	1,4	1,3
Tractament de salut, mèdic	0,6	0,8	0,3	0,3
Religió / peregrinació	0,1	0,2	0,2	0,1
Compres	0,0	0,3	0,1	0,1
Altres	0,4	0,2	0,7	0,5
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

P1. Quin és el motiu principal de la seva visita?

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

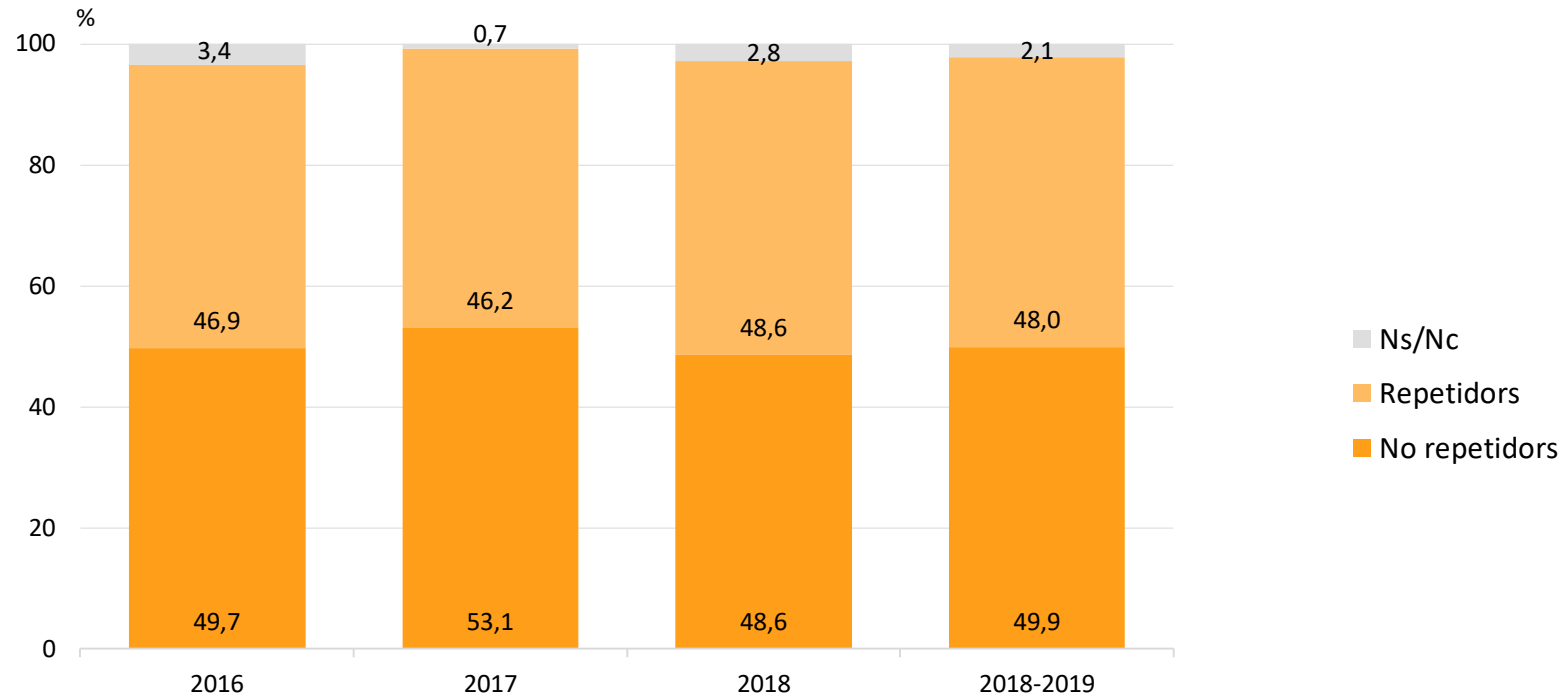
Nota: L'any 2019 hi ha una reformulació en els ítems de resposta dels motius professionals.



P13. Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

N Regió 2016: 1.675; Regió 2017: 2.372; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.



N Regió 2016: 1.675; Regió 2017: 2.372; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

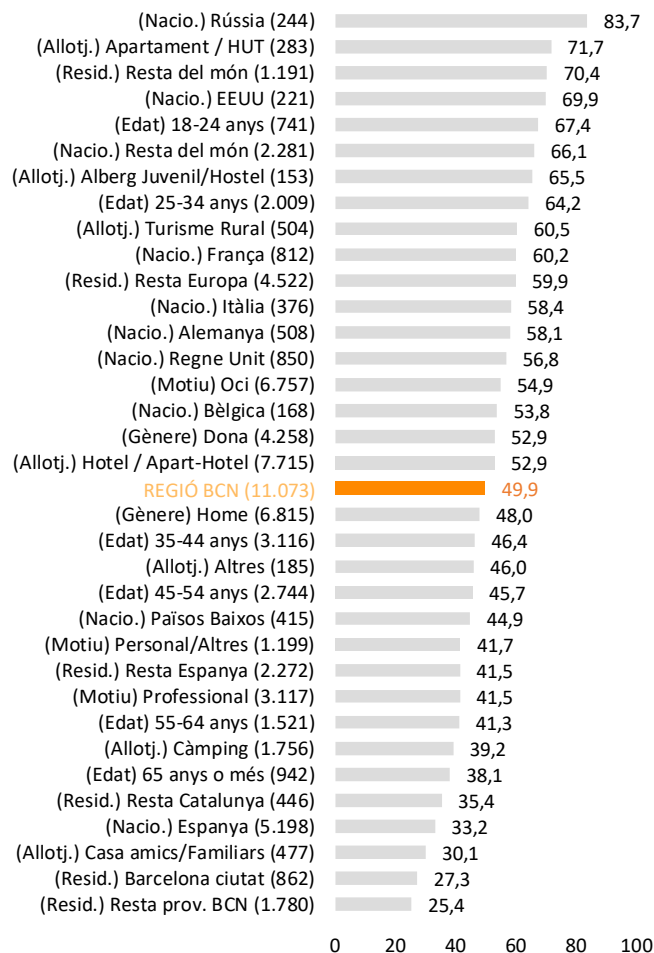
Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

P13. Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

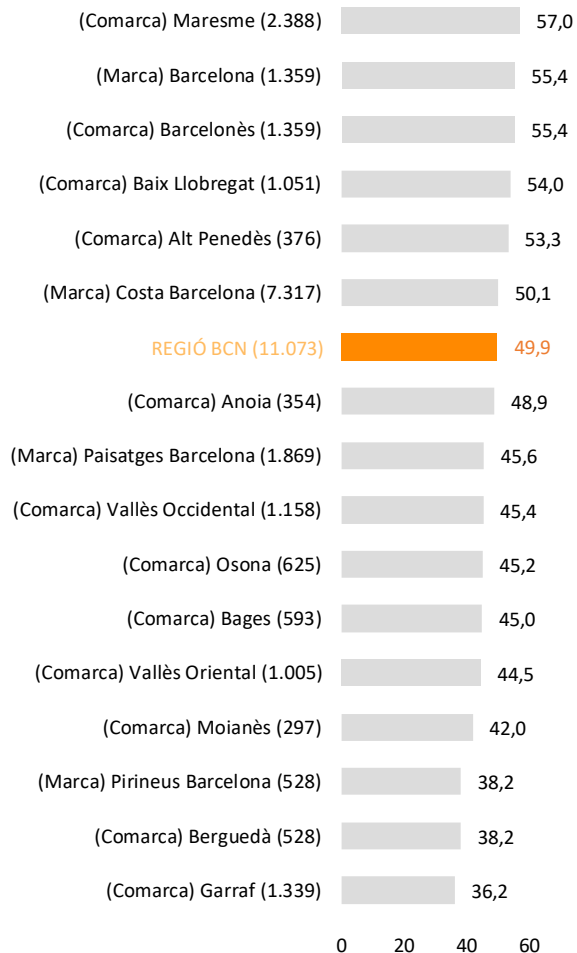
MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: NO REPETIDORS)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

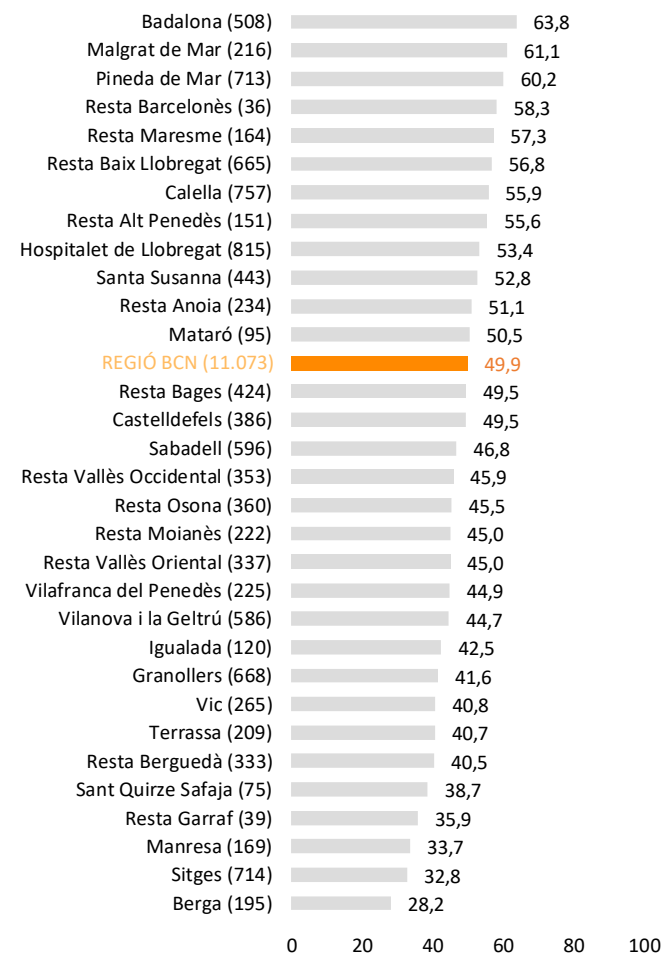
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



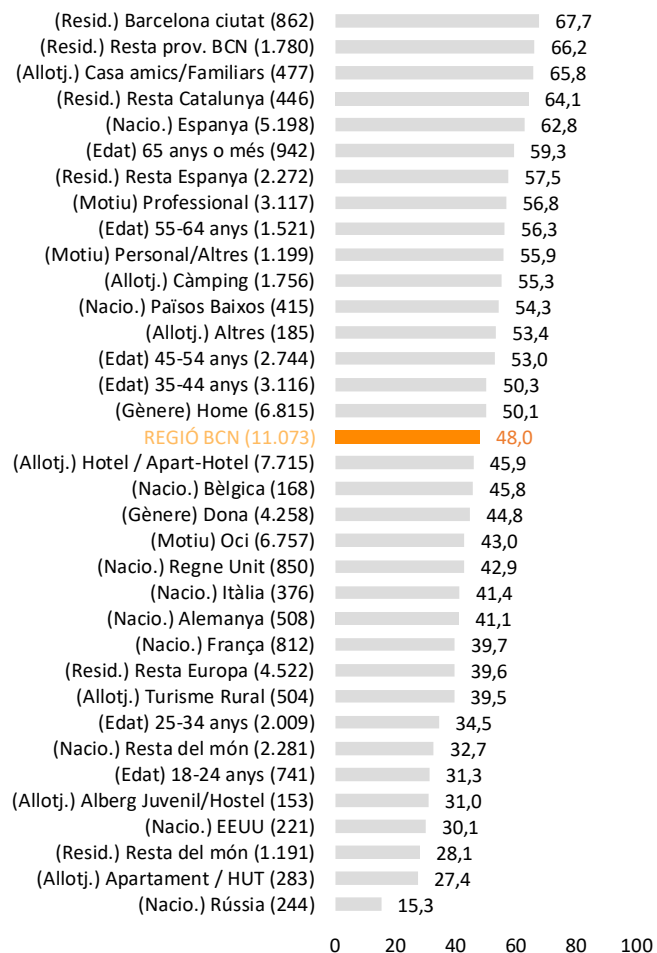
P13. Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

N Regió 2018-2019: 11.073

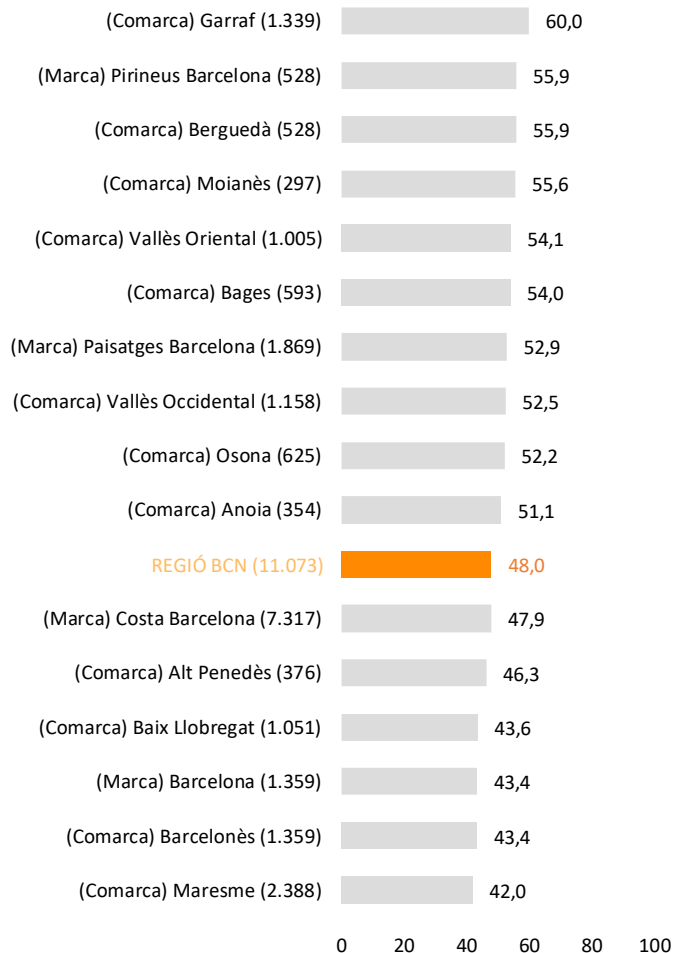
MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: REPETIDORS)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

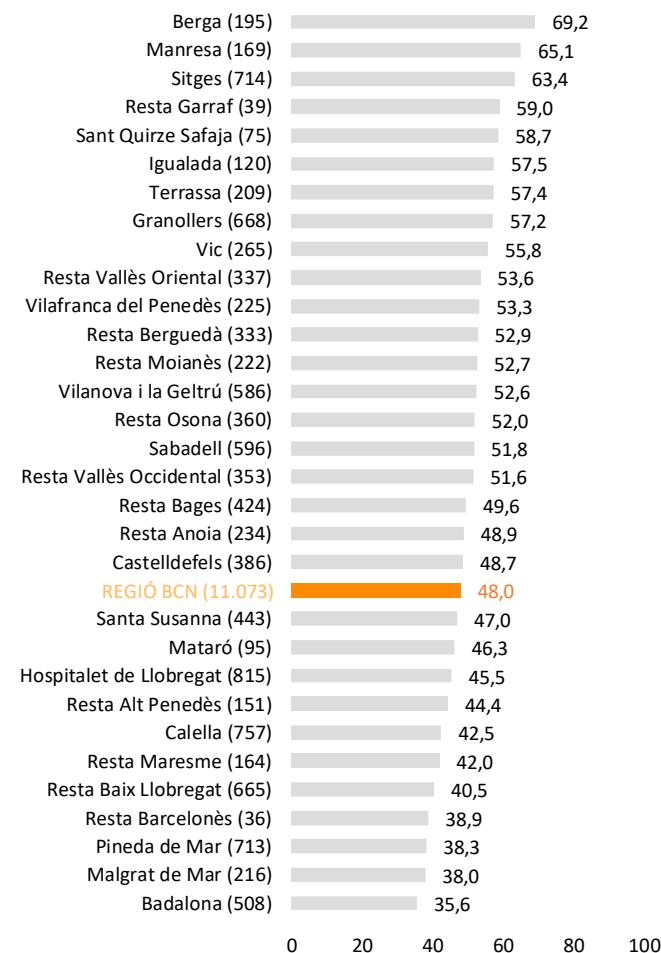
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



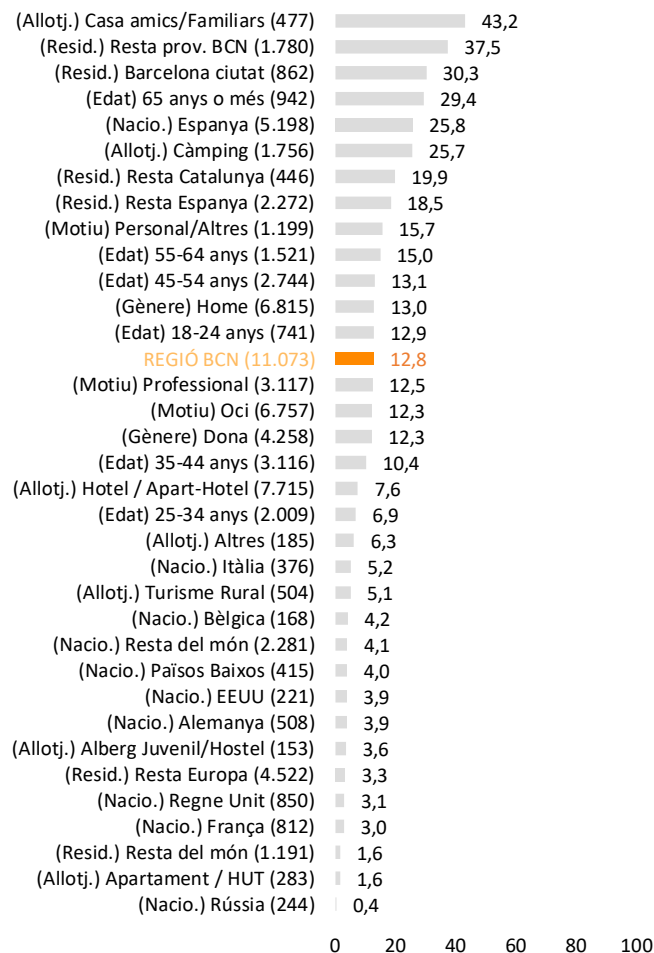
P13. Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

N Regió 2018-2019: 11.073

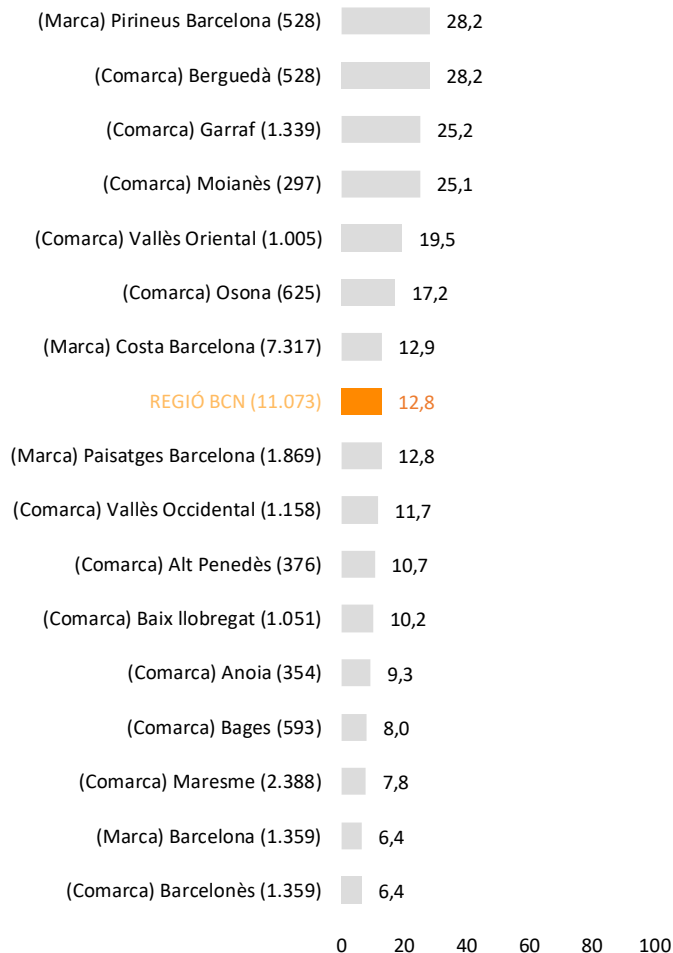
MOTIU PRINCIPAL (PERFIL: MITJANA VISITES)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

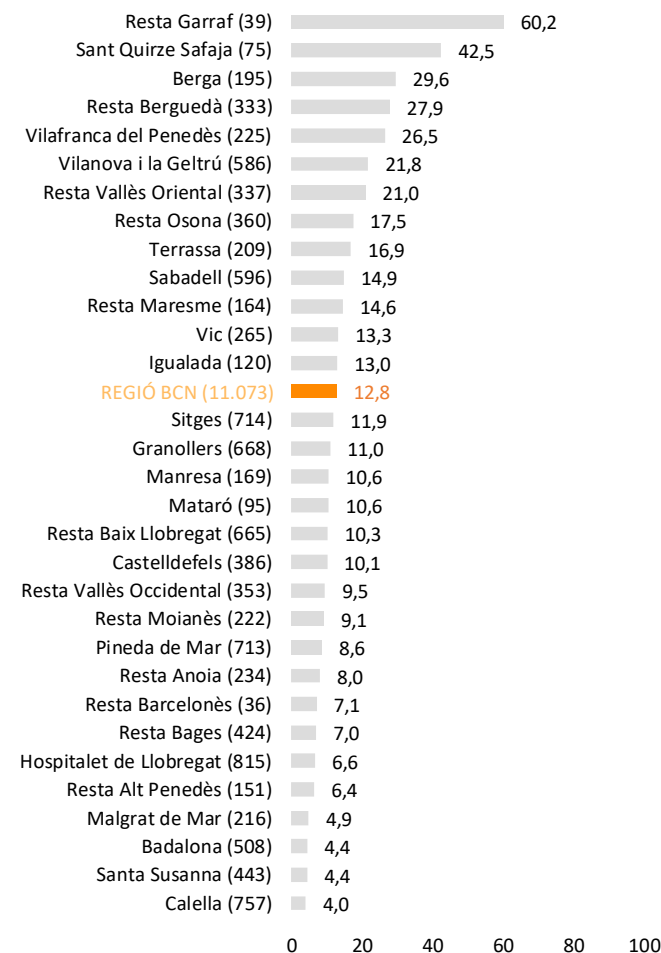
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ

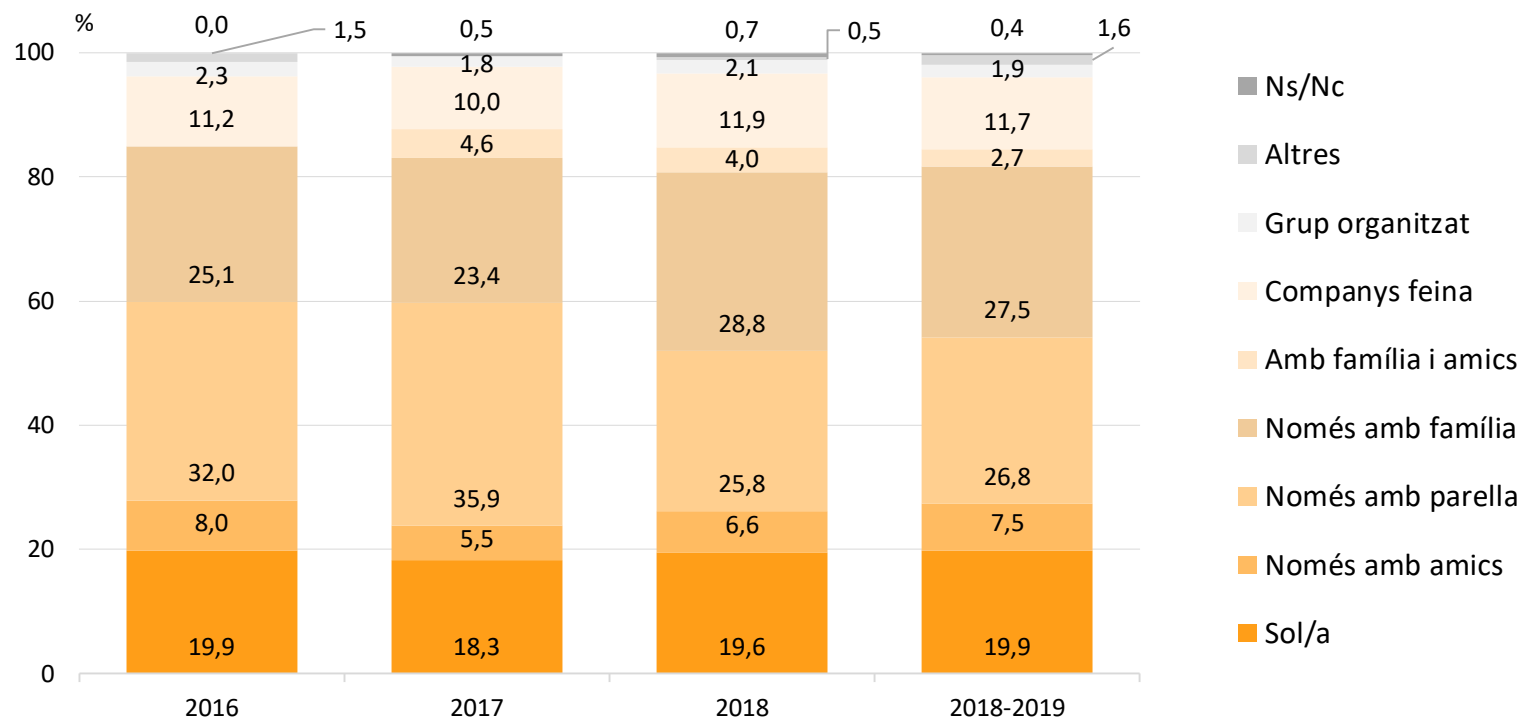


MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P13. Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

N Regió 2018-2019: 11.073



N Regió 2016: 1.675; Regió 2017: 2.372; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

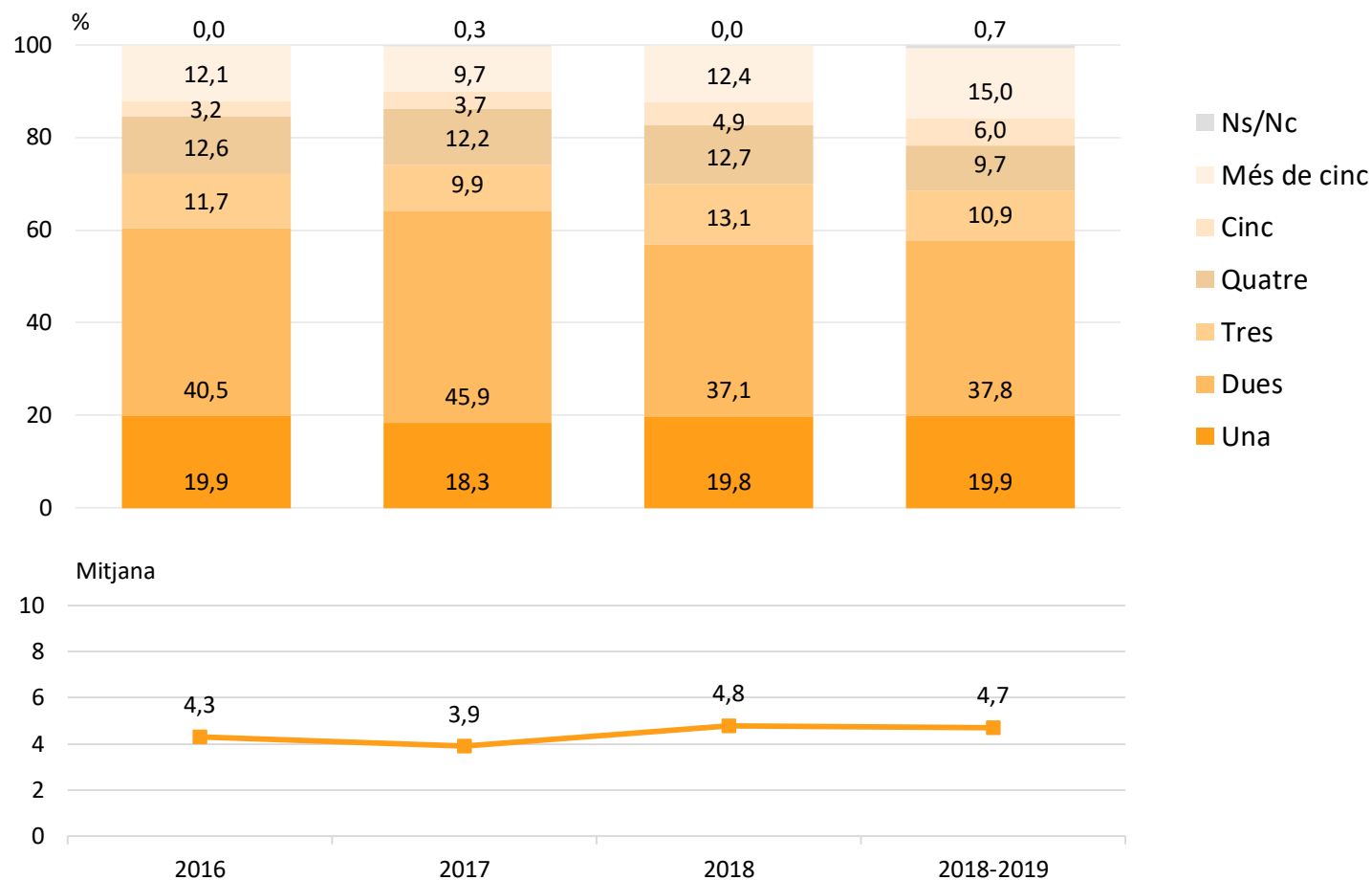
Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

Nota: L'any 2016 la categoria "Amb amics i família" no es recollia separatament d'"Altres".

P14. Amb qui ha vingut acompanyat/da?

NÚMERO D'ACOMPANYANTS (INCLOENT-SE UN MATEIX)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



P15. Quantes persones han vingut de viatge a aquest municipi?

N Regió 2016: 1.675; Regió 2017: 2.372; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

4

Planificació del viatge

	2016	2017	2018	2018-2019
No va contemplar cap altra destinació alternativa	64,8	64,1	69,1	70,4
Barcelona ciutat	11,1	13,1	9,5	7,7
Costa Brava	6,9	7,0	4,3	3,4
Costa Daurada	3,3	3,2	2,2	1,8
Altres destinacions catalanes	8,1	8,8	10,4	9,5
Madrid	-	0,4	0,5	0,8
Altres destinacions espanyoles	4,2	3,8	4,1	3,7
Altres Itàlia	1,0	2,0	1,2	1,4
París	-		0,5	0,3
Altres França	1,6	1,5	1,3	1,1
Grècia	0,7	0,9	1,1	1,0
Lisboa	-	-	0,3	0,5
Croàcia	-	0,1	0,4	0,3
Altres	2,3	2,3	3,0	2,2
Ns/Nc	0,9	1,6	1,5	2,7
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

R Espontània. Multiresposta.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 0,3% a Barcelona regió 2018-2019.

P3. Quines altres destinacions alternatives va contemplar abans de triar aquest municipi?

	2016	2017	2018	2018-2019
Pàgines web				47,9
Xarxes socials i/o blogs	49,7	58,1	50,9	2,2
Família, amics, coneguts	18,5	15,4	20,8	21,1
Una organització (empresa, centre d'estudis, etc.)	19,0	8,2	14,9	12,6
Agències de viatge, tour operadors,	8,2	7,1	8,3	7,3
Guies o llibres de viatge en paper	3,1	2,6	1,9	2,1
Mitjans de comunicació en paper	0,7	0,5	0,5	0,7
Regals i caixes o packs regal	-	0,4	0,2	0,3
Altres	1,1	0,8	0,9	0,8
No va consultar cap font d'informació	10,0	17,1	11,5	14,8
Ns/Nc	0,2	0,4	0,5	1,2
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

R Multiresposta.

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 els ítems “Pàgina web” i “Xarxes socials i/o Blogs” es preguntaven conjuntament.

P4. Quines fonts d'informació va consultar per planificar aquest viatge?

	2018-2019
Webs d'agències de viatges o tour operadors	56,7
Booking	32,2
Tripadvisor	7,6
Expedia	4,1
Trivago	3,9
Airbnb	2,2
Altres webs d'agències de viatges o tour operadors	7,6
Webs genèriques	18,8
Google / Googlemaps	18,5
Webs d'empreses d'allotjament	7,8
Webs concretes d'hotels, càmpings, etc.	3,2
Altres webs d'empreses d'allotjament	4,7
Webs de mitjans de transport	4,9
Webs de companyies aèries	3,5
Webs de destinacions turístiques	2,7
Webs municipals	2,0
Altres	4,0
Ns/Nc	13,0
N	(5.084)

B Ha consultat pàgines web per planificar el viatge.

N Regió 2018-2019: 5.084

R Multiresposta.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019.

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 es feia aquesta pregunta conjuntament pels que responien els ítems "Pàgina web" i "Xarxes socials i/o Blogs" de la pregunta anterior.

P5A. I a través de quines pàgines webs?

	2018-2019
Xarxes socials	89,7
Facebook	41,4
Instagram	30,5
Youtube	20,5
Twitter	8,1
Altres xarxes socials	15,9
Altres	0,5
Ns/Nc	10,3
N	(200)

B Ha consultat pàgines web per planificar el viatge.

N Regió 2018-2019: 200

R Multiresposta.

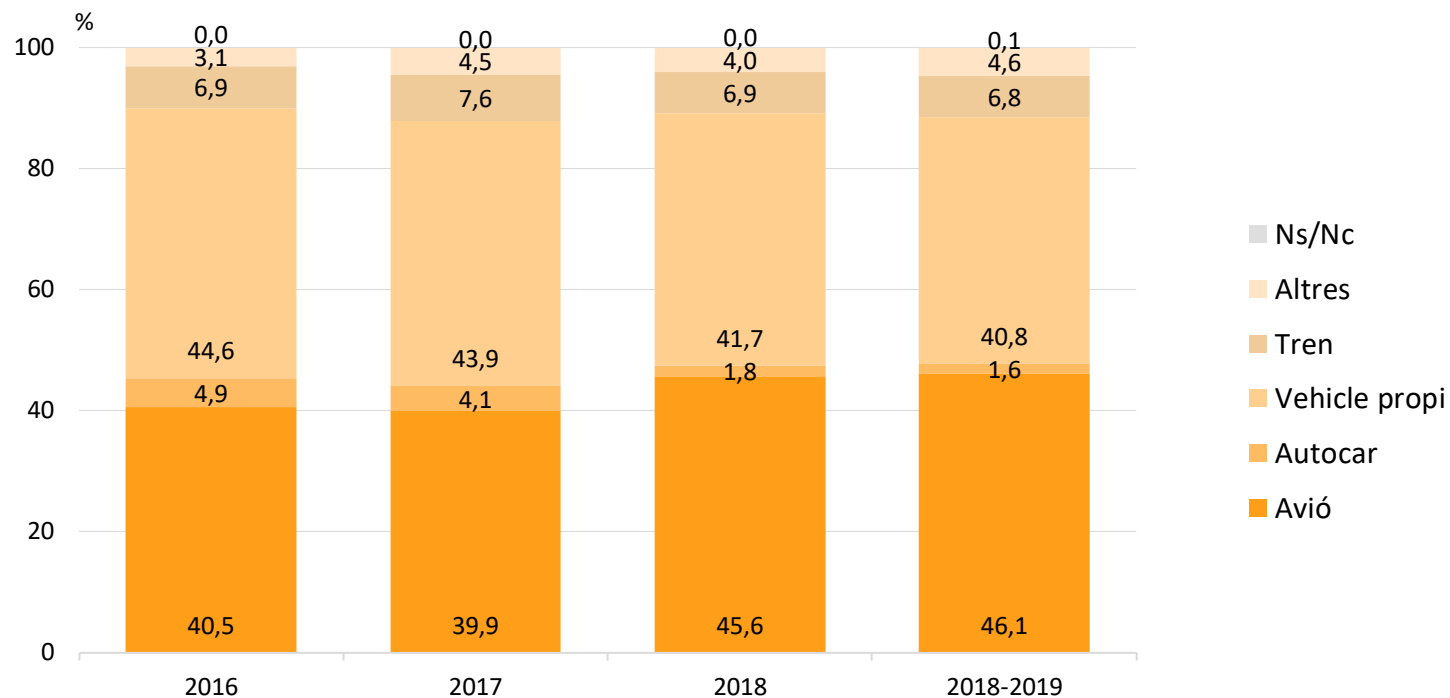
Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019.

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 es feia aquesta pregunta conjuntament pels que responien els ítems “Pàgina web” i “Xarxes socials i/o Blogs” de la pregunta anterior.

P5B. I a través de quines xarxes socials i/o blogs?

PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR AL MUNICIPI

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE



R Espontània.

N Regió 2016: 1.675; Regió 2017: 2.331; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

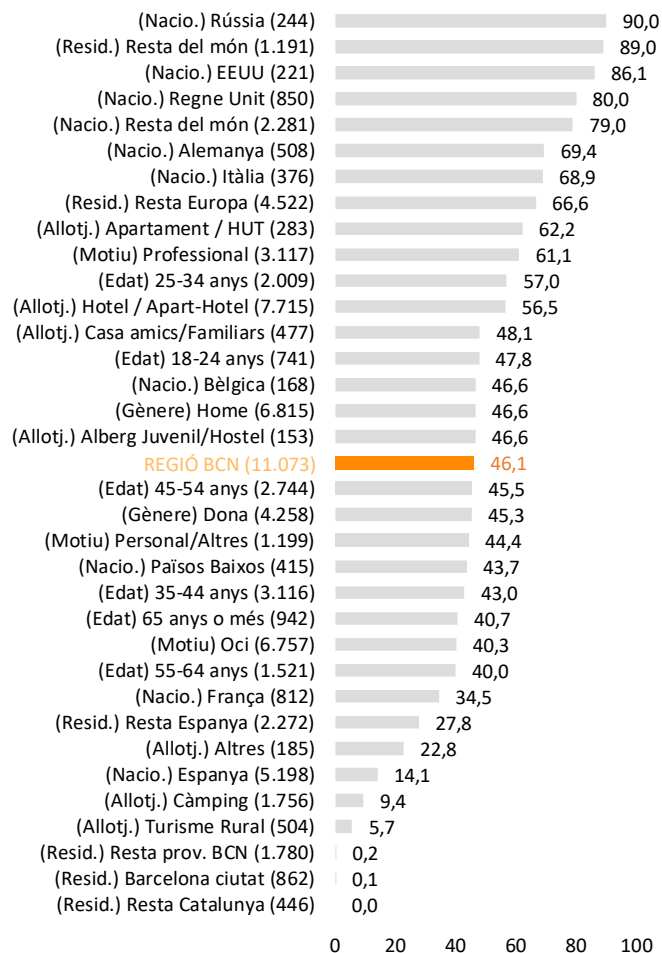
Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

P6. Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir a aquest municipi?

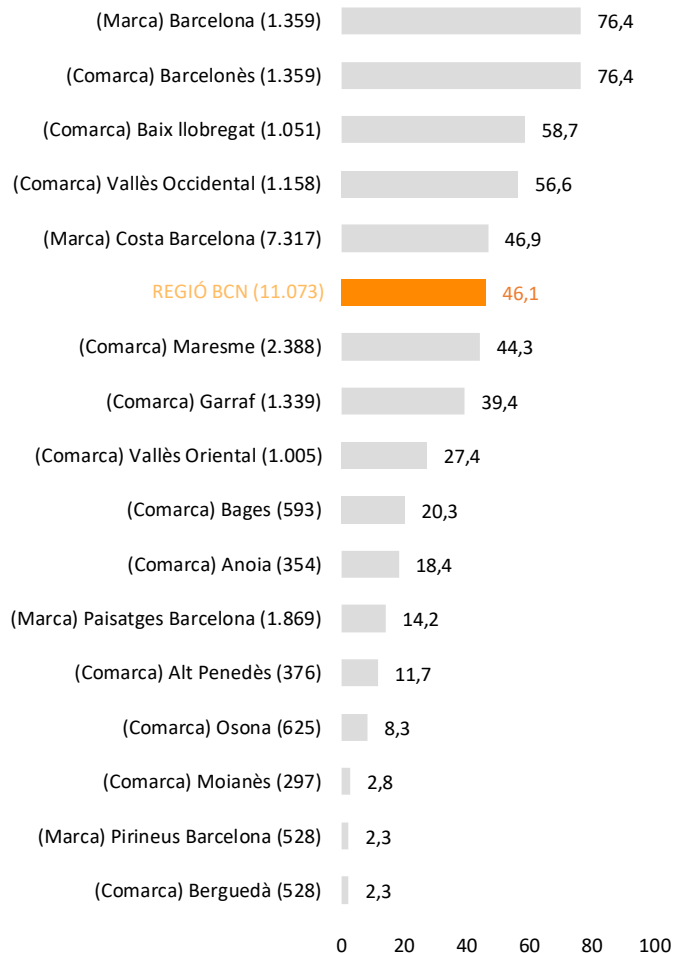
PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT (PERFIL: AVIÓ)

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

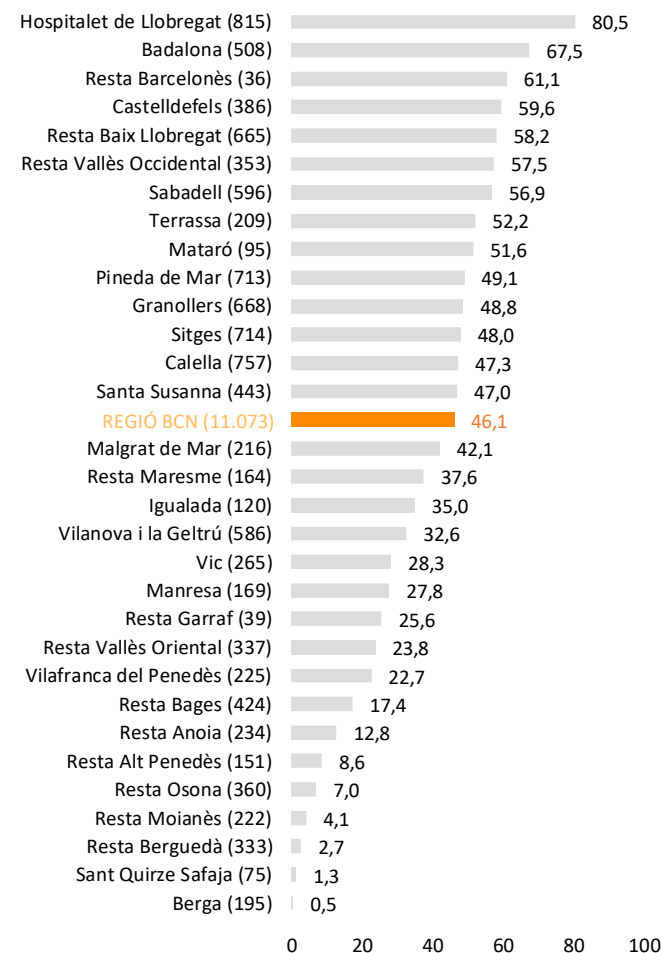
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



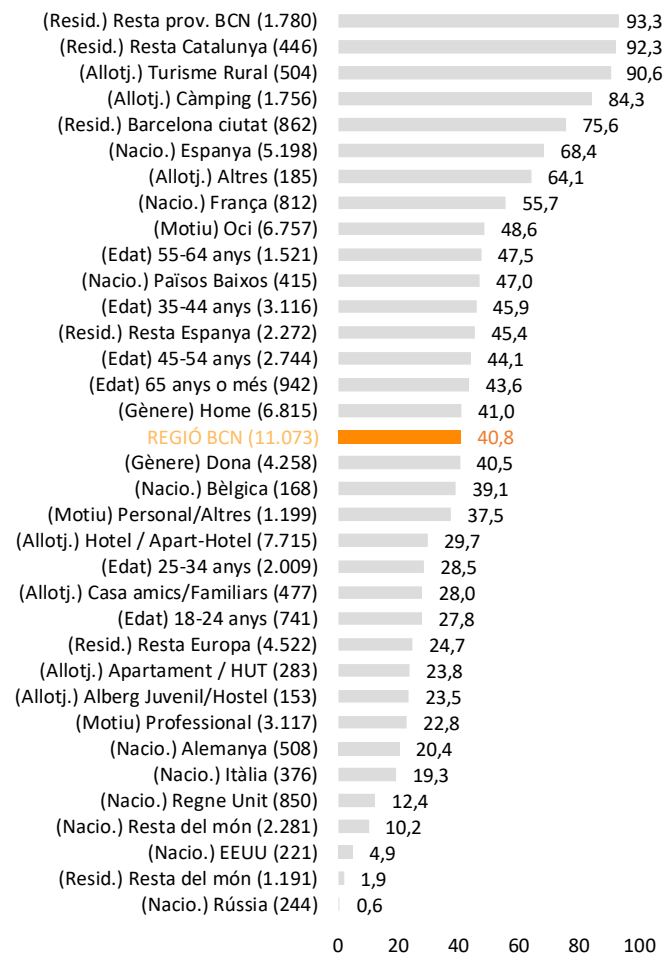
P6. Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir a aquest municipi?

N Regió 2018-2019: 11.073

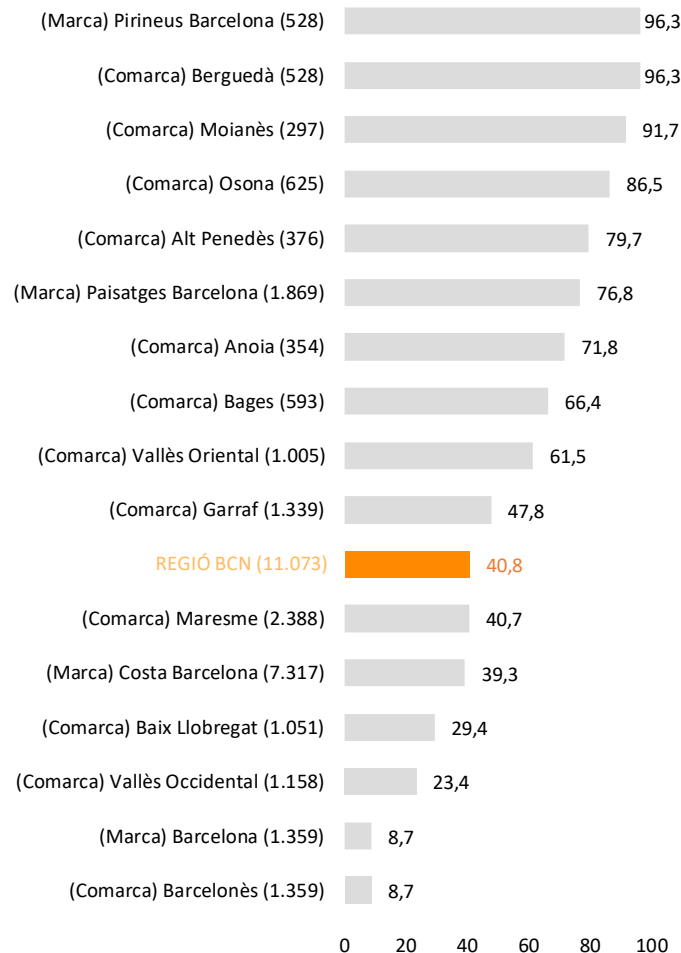
PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT (PERFIL: VEHICLE PROPI)

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

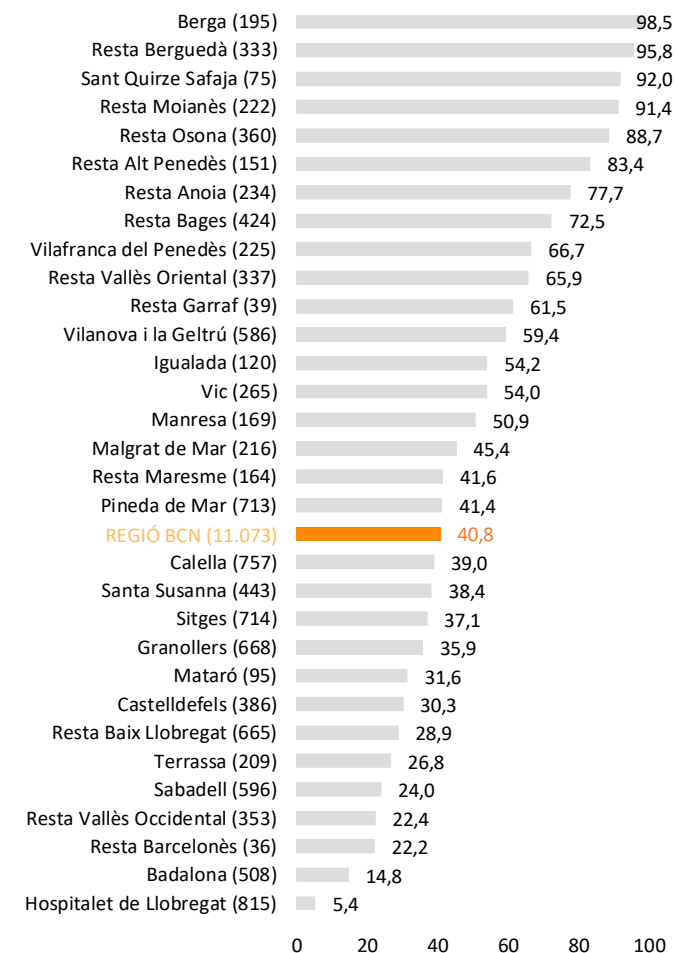
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



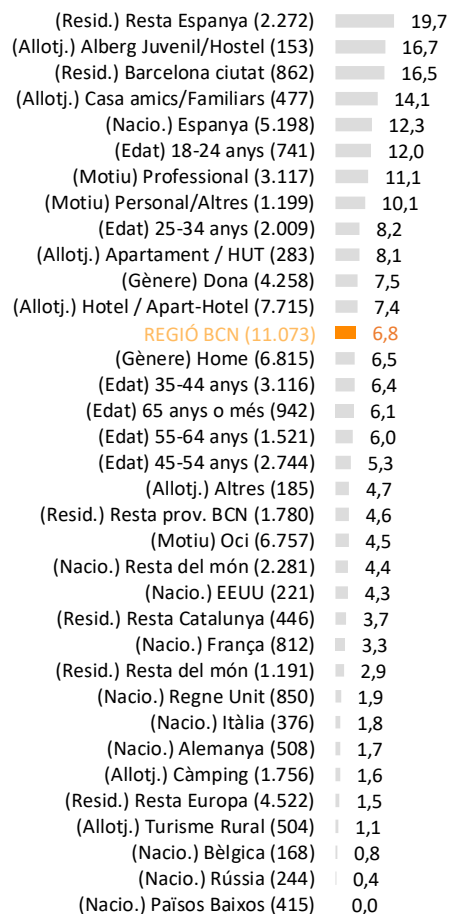
P6. Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir a aquest municipi?

N Regió 2018-2019: 11.073

PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT (PERFIL: TREN)

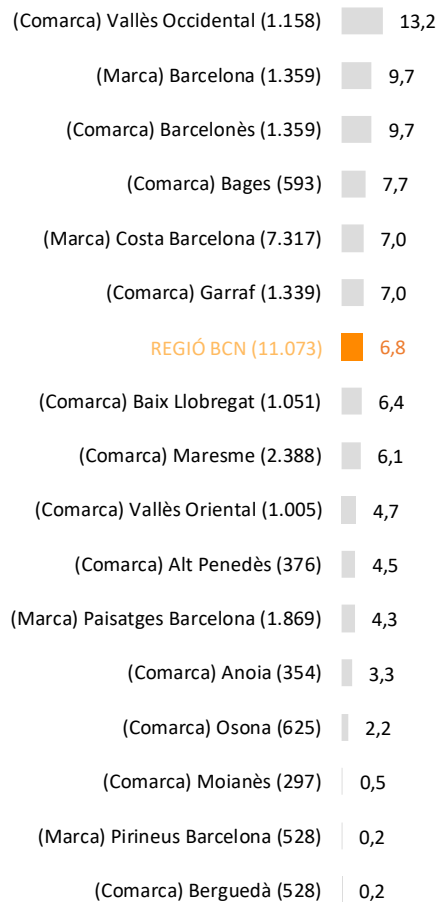
PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



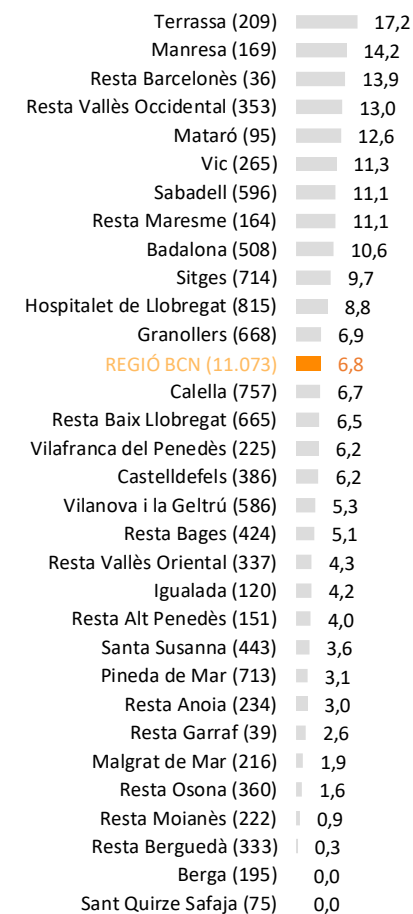
0 20 40 60 80 100

MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



0 20 40 60 80 100

MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



0 20 40 60 80 100

P6. Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir a aquest municipi?

N Regió 2018-2019: 11.073

	2016	2017	2018	2018-2019
Vueling/ Vueling Airlines	19,4	22,2	24,9	24,9
Ryanair	13,5	15,0	15,2	13,3
Easyjet	8,0	6,4	8,6	8,0
Lufthansa	5,3	4,0	5,5	5,3
Iberia	5,7	4,7	4,6	5,2
Norwegian Air Shuttle	2,0	3,7	4,0	3,6
Jet2.com	1,3	1,2	3,0	2,6
Air Europa	4,6	0,6	1,6	2,0
KLM	1,7	1,8	2,0	1,8
British Airways	2,8	4,7	2,3	1,8
Transavia Airlines / Transavia	2,7	3,3	1,6	1,7
Air France	2,3	1,9	1,8	1,6
Aeroflot	0,5	0,9	0,8	1,5
Altres	29,5	27,4	23,7	24,5
Ns/Nc	0,7	2,2	0,4	2,2
N	(628)	(917)	(2.683)	(4.741)

B El principal mitjà de transport és l'avió.

N Regió 2016: 628; Regió 2017: 917; Regió 2018: 2.683; Regió 2018-2019: 4.741

R Espontània.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 1,5% a Barcelona regió 2018-2019.

Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

P7. Amb quina companyia aèria ha viatjat?

	CONTRACTACIÓ DEL MITJÀ DE TRANSPORT ¹		CONTRACTACIÓ DE L'ALLOTJAMENT ²		CONTRACTACIÓ CONJUNTA ³	
	2018	2018-2019	2018	2018-2019	2018	2018-2019
Per internet directament amb la companyia	56,7	59,0	39,7	41,6	-	-
Per internet amb TTOO, AAVV o altres	6,5	7,3	14,9	15,1	49,7	43,4
Per altres canals directament amb la companyia	7,7	7,4	21,9	20,3	-	-
Per altres canals amb TTOO, AAVV o altres	2,4	2,6	2,1	2,0	21,6	19,9
Viatge organitzat per l'empresa	14,1	12,6	12,8	12,0	24,3	31,4
Viatge organitzat per una altra organització	1,0	1,3	2,4	2,4	4,4	5,3
No ha contractat res	5,5	4,2	0,0	0,1	-	-
Altres	0,3	0,5	0,4	0,4	-	-
Ns/Nc	5,8	5,1	5,8	6,1	-	-
N	(2.865)	(5.070)	(5.396)	(9.192)	(780)	(1.320)

- B** 1. Mitjà de transport per separat i no és transport privat.
 2. Allotjament per separat i és un tipus d'allotjament que es contracta.
 3. Contractació conjunta del mitjà de transport i l'allotjament.

N Valor entre parèntesis a cada cas.

Nota: Els anys 2016 i 2017 no es feia aquesta pregunta.

P8A. Com ha contractat ...?

P8B.

	CONTRACTACIÓ DEL MITJÀ DE TRANSPORT ¹	
	2018	2018-2019
Webs de mitjans de transport	88,0	86,6
Webs de companyies aèries	79,7	76,6
Web de Renfe	5,0	5,8
Altres webs de mitjans de transport	3,3	4,2
Webs d'agències de viatges o tour operadors	8,8	9,5
Altres webs d'agències de viatges o tour operadors	5,0	5,3
Altres	0,3	0,6
Ns/Nc	2,9	3,3
N	(1.680)	(3.167)

	CONTRACTACIÓ CONJUNTA ³	
	2018	2018-2019
Webs d'agències de viatges o tour operadors	72,9	68,9
Booking	4,7	5,9
Expedia	5,0	5,1
Travel Republic	3,8	2,9
Onthebeach	2,6	2,5
Altres webs d'agències de viatges o tour operadors	48,1	45,0
Webs de mitjans de transport	12,2	10,1
Webs de companyies aèries	10,8	8,8
Altres	4,6	4,3
Ns/Nc	10,3	16,7
N	(372)	(552)

	CONTRACTACIÓ DE L'ALLOTJAMENT ²	
	2018	2018-2019
Webs d'agències de viatges o tour operadors	59,2	61,8
Booking	35,1	37,7
Airbnb	3,4	4,0
Expedia	3,1	3,4
Hoteles.com	1,8	2,0
Altres webs d'agències de viatges o tour operadors	10,3	8,5
Webs d'empreses d'allotjament	26,2	23,6
Webs concretes d'hotels, càmpings, etc.	16,6	13,7
Altres webs d'empreses d'allotjament	9,6	9,9
Webs de mitjans de transport	2,9	2,6
Webs de companyies aèries	2,8	2,4
Altres	2,7	2,3
Ns/Nc	9,0	9,7
N	(2.731)	(4.892)

Ha contractat per internet i ...

1. Mitjà de transport per separat i no és transport privat.
 2. Allotjament per separat i és un tipus d'allotjament que es contracta.
 3. Contractació conjunta del mitjà de transport i l'allotjament.
- N** Valor entre parèntesis a cada cas.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019.

Nota: Els anys 2016 i 2017 no es feia aquesta pregunta.

P10A. A través de quina web ho ha contractat ...?
P10B.

	CONTRACTACIÓ DEL MITJÀ DE TRANSPORT ¹	
	2018	2018-2019
Booking	3,9	6,2
Expedia	3,0	3,6
Skyscanner	5,3	2,8
El Corte Ingles	4,4	2,2
E-Dreams	3,3	2,0
Altres	58,1	52,9
Cap	-	4,3
Ns/Nc	22,0	26,0
N	(292)	(515)

	CONTRACTACIÓ CONJUNTA ³	
	2018	2018-2019
Jet 2	5,3	3,7
Expedia	3,8	3,4
Booking	2,1	2,9
Travel Republic	3,3	2,2
TUI- Nederland / TUI Holland	2,4	2,2
Mundo Senior	1,6	2,1
Altres	72,4	65,3
Ns/Nc	9,1	18,2
N	(531)	(798)

	CONTRACTACIÓ DE L'ALLOTJAMENT ²	
	2018	2018-2019
Booking	32,2	34,1
Airbnb	4,0	4,3
Expedia	3,9	4,1
Altres	45,4	36,9
Cap	-	4,9
Ns/Nc	14,5	15,7
N	(935)	(1.586)

Ha contractat amb TTOO, AAVV o altres i...

- B** 1. Mitjà de transport per separat i no és transport privat.
- 2. Allotjament per separat i és un tipus d'allotjament que es contracta.
- 3. Contractació conjunta del mitjà de transport i l'allotjament.

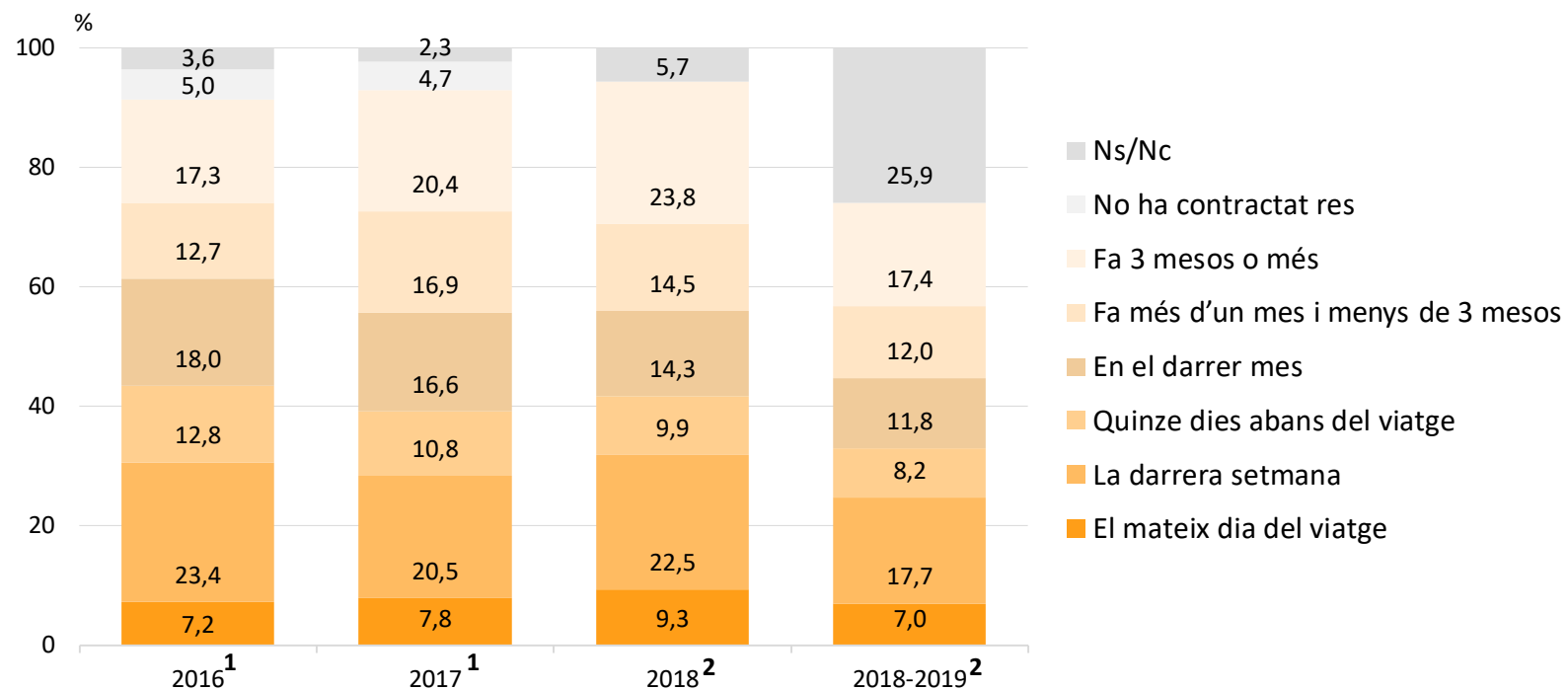
N Valor entre parèntesis a cada cas.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% a Barcelona regió 2018-2019.

Nota: Els anys 2016 i 2017 no es feia aquesta pregunta.

P11A. Amb quin tour operador ha contractat ...?

P11B.



- B** 1. Base total entrevistes.
2. L'allotjament és diferent de casa particular, cotxe, furgoneta, caravana o autocaravana.

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.176; Regió 2018-2019: 10.512

Nota: Els anys anteriors al 2018 la pregunta es feia en base total entrevistes. Per això hi consta un percentatge a la categoria "No ha contractat res".

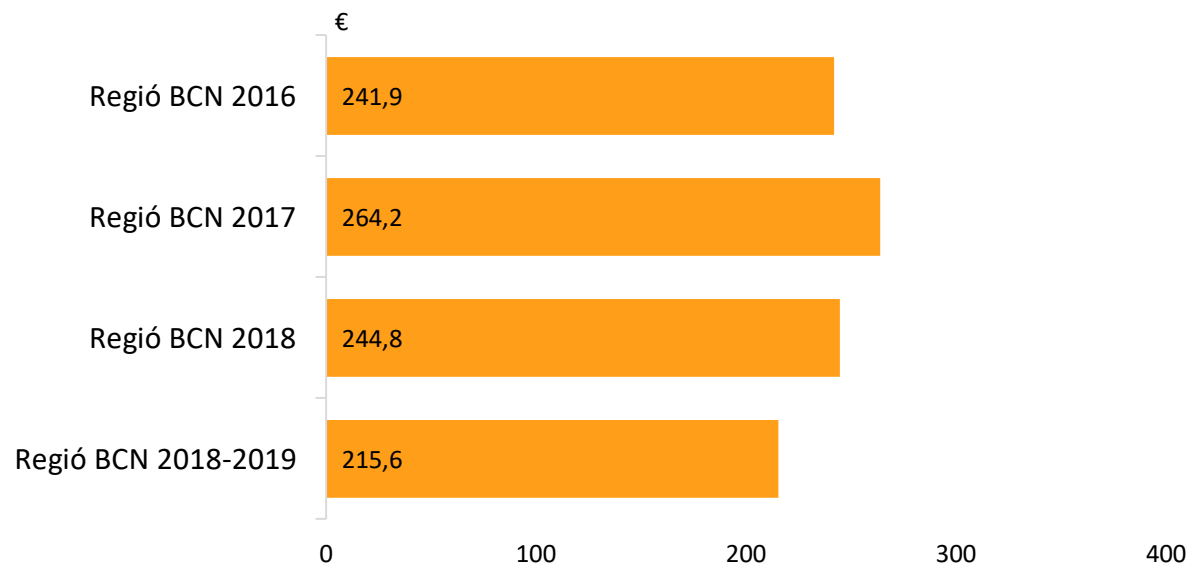
P12. Aproximadament, quan va contractar aquest viatge?

5

Despesa

COST MIG DEL TRANSPORT PER PERSONA (ANADA I TORNADA)

DESPESES



B No ha contractat el transport conjuntament amb l'allotjament.

N Regió 2016: 4.662; Regió 2017: 3.175; Regió 2018: 2.574; Regió 2018-2019: 9.753

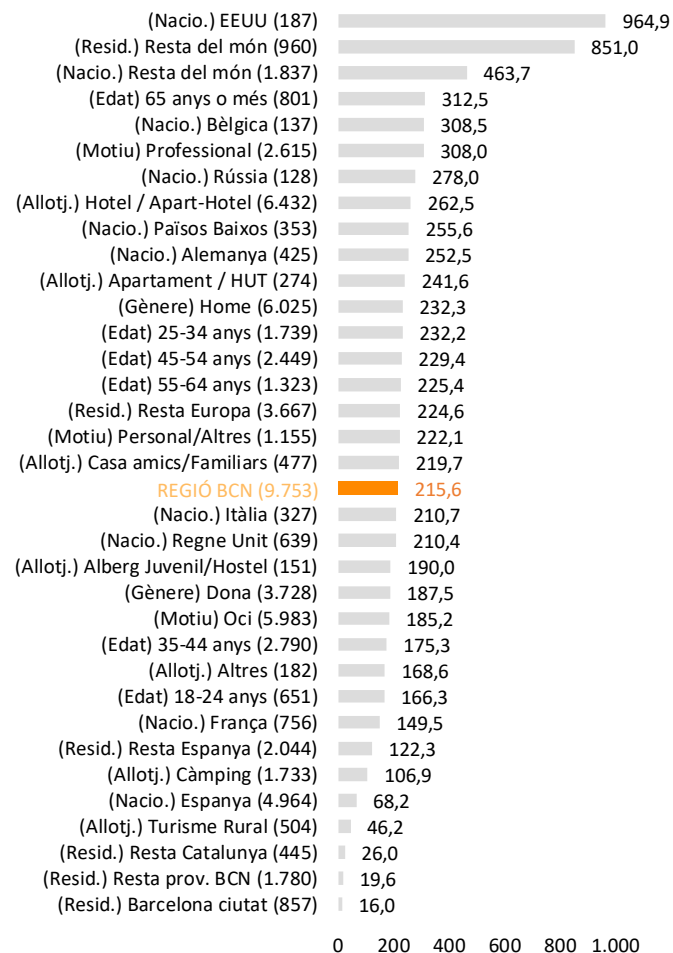
Nota: Els anys 2016 i 2017 la base era "No ha planificat tot el viatge amb TTOO i responen el valor d'anada i tornada".

P18. Cost del transport fins aquest municipi per persona (anada i tornada).

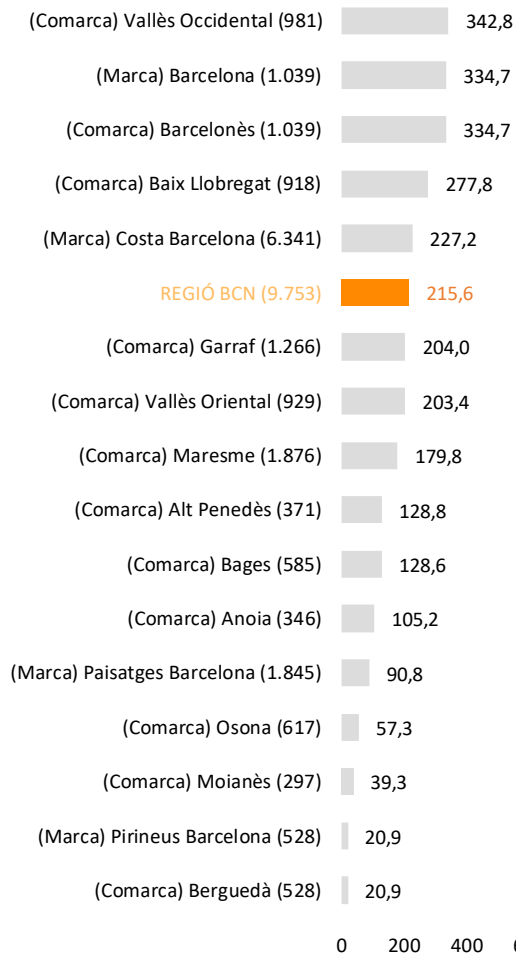
COST MIG DEL TRANSPORT PER PERSONA (PERFIL)

DESPESA

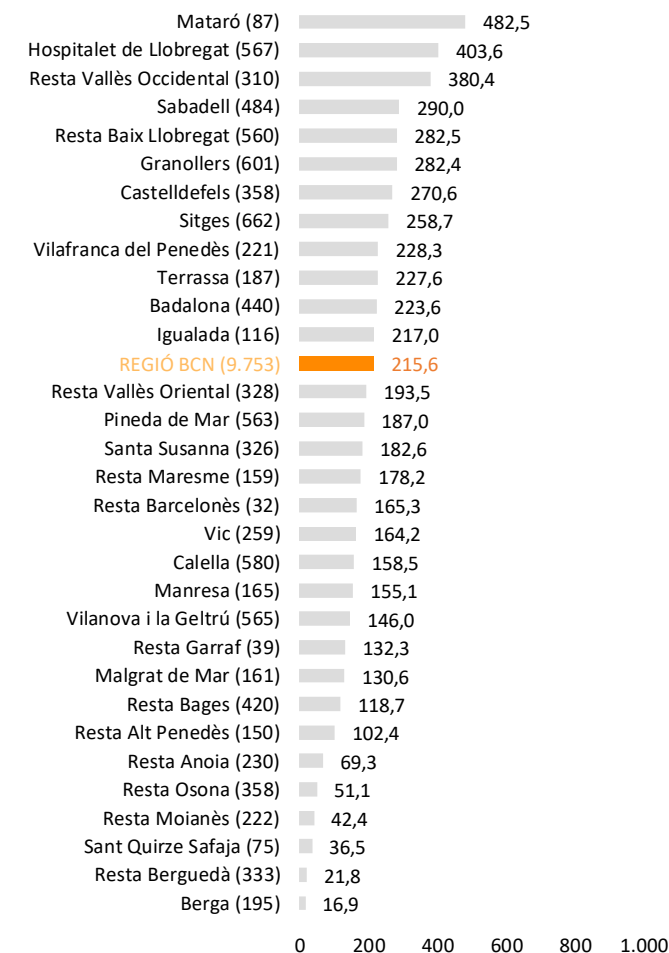
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



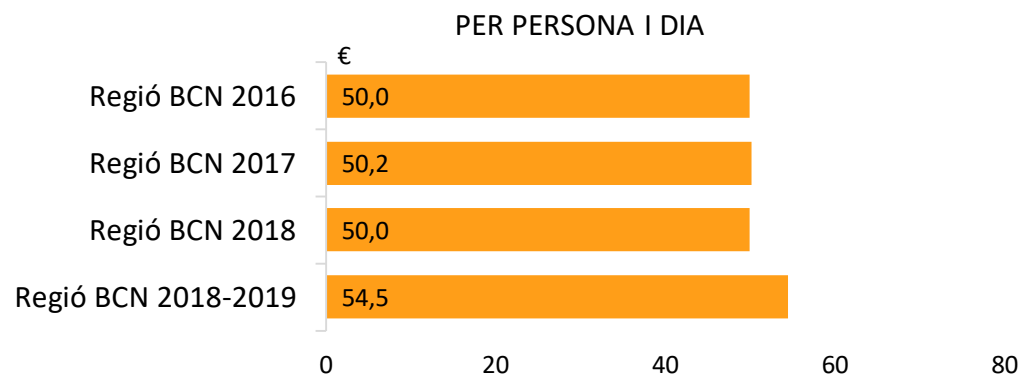
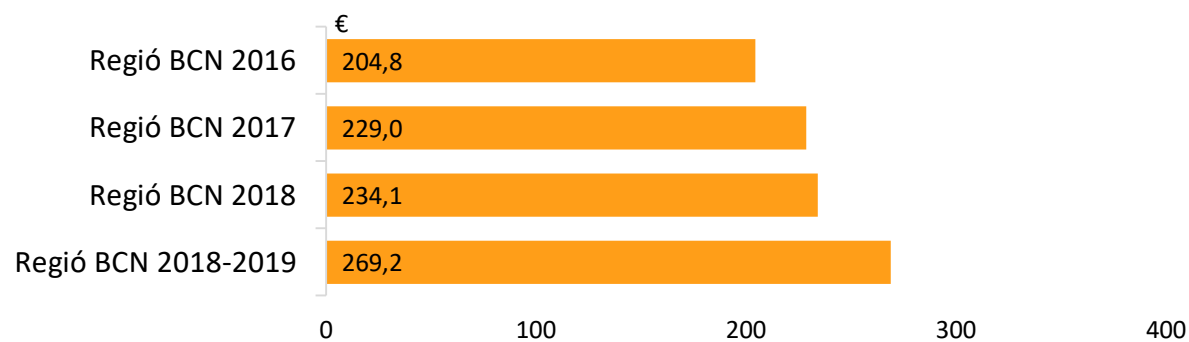
MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P18. Cost del transport fins aquest municipi per persona (anada i tornada).

B No ha contractat el transport conjuntament amb l'allotjament.

N Regió 2018-2019: 9.753



B No ha contractat l'allotjament conjuntament amb el transport.

N Regió 2016: 4.662; Regió 2017: 6.582; Regió 2018: 5.670; Regió 2018-2019: 9.753

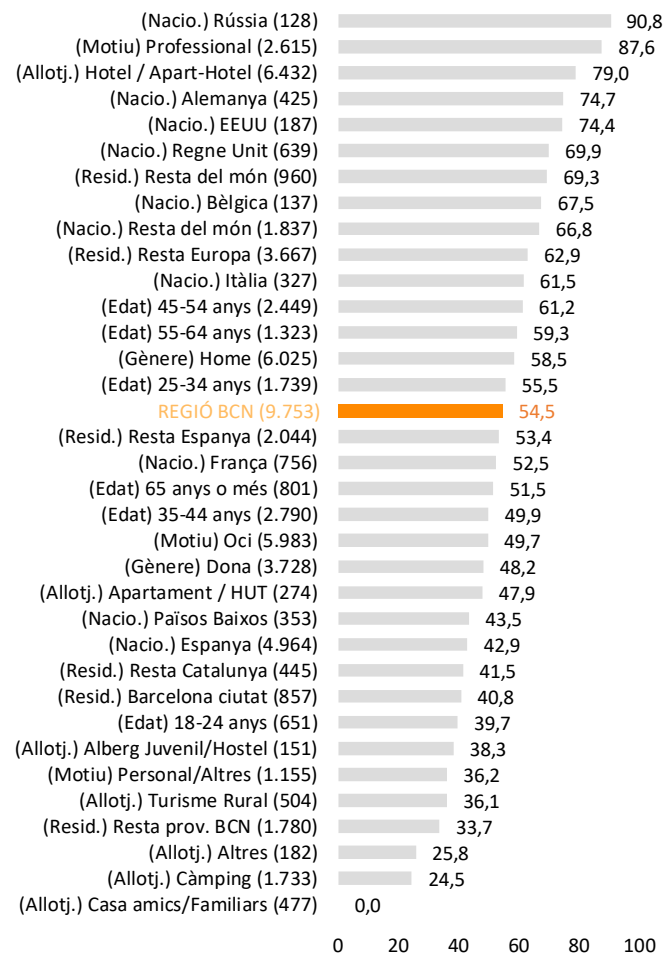
Nota: Els anys 2016 i 2017 la base era "No ha planificat tot el viatge amb TTOO".

P20. Cost de l'allotjament per persona durant tota l'estada.

COST MIG DE L'ALLOTJAMENT PER PERSONA I DIA (PERFIL)

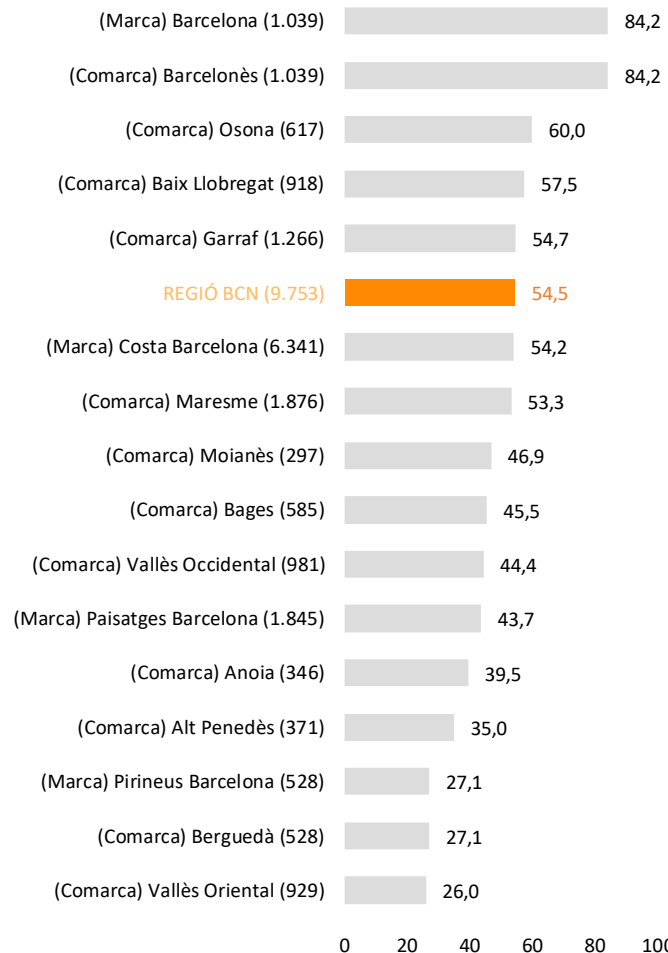
DESPESES

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P20. Cost de l'allotjament per persona durant tota l'estada.

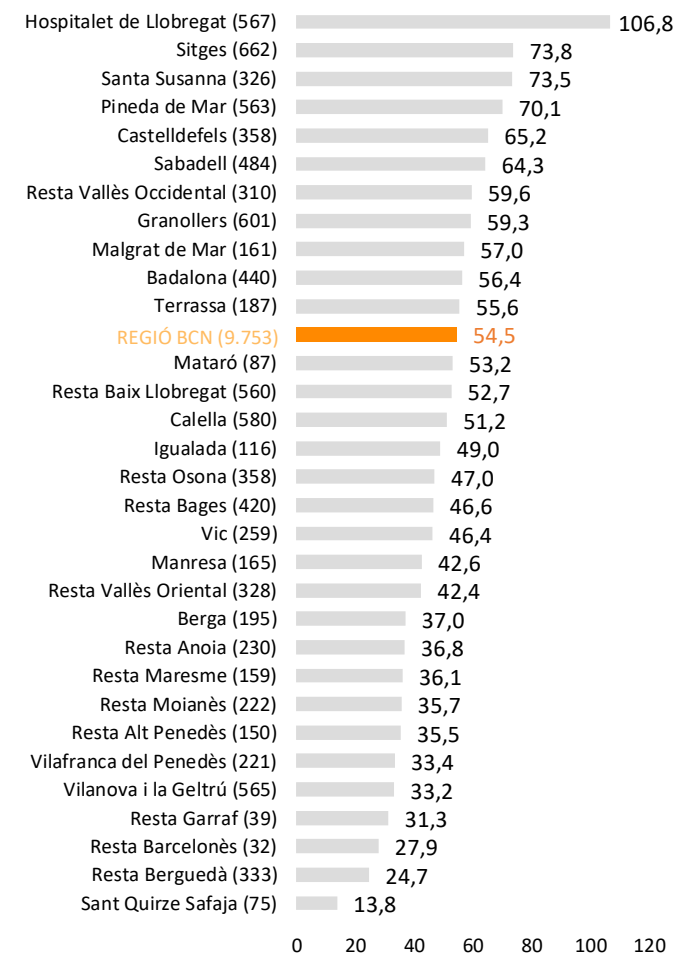
MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ

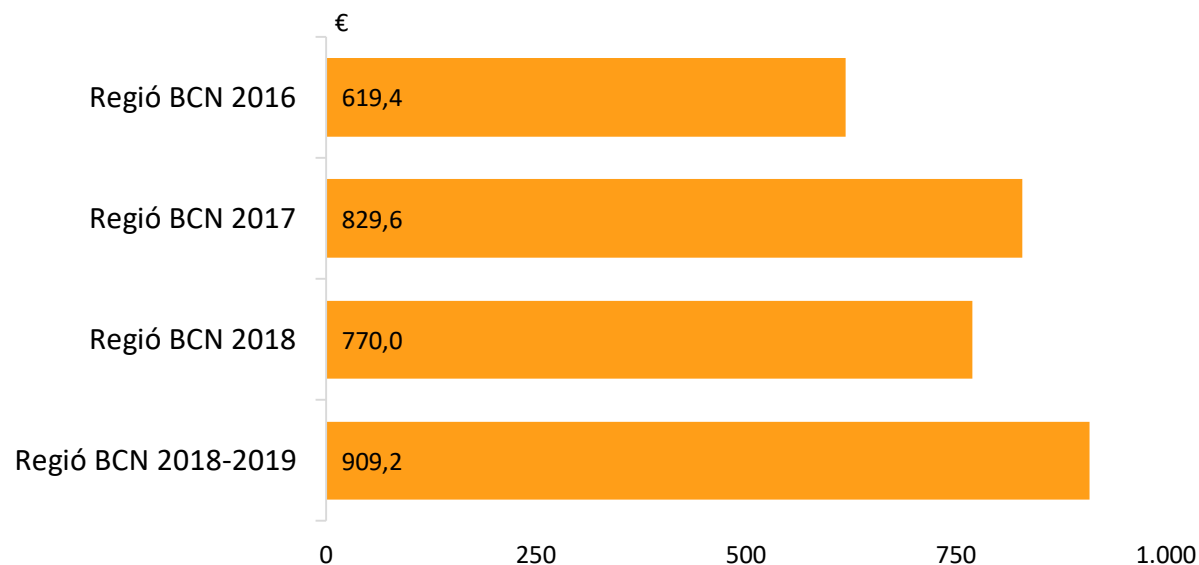


B No ha contractat l'allotjament conjuntament amb el transport.

N Regió 2018-2019: 9.753

MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





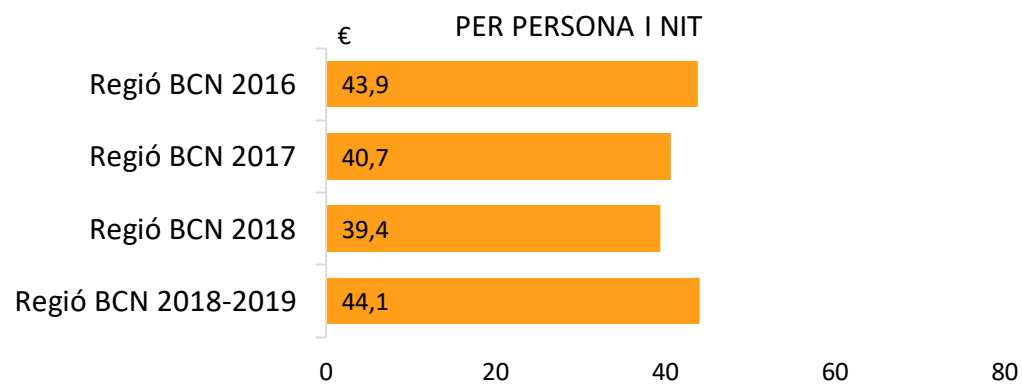
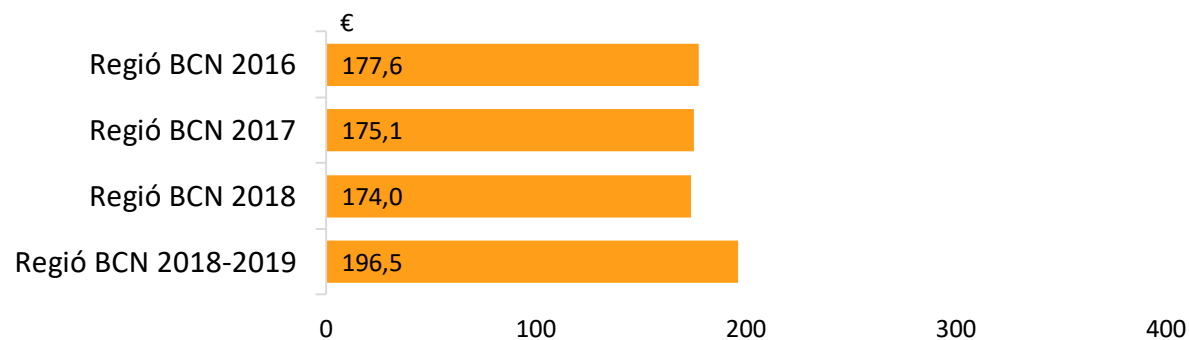
B Ha contractat el transport conjuntament amb l'allotjament.

N Regió 2016: 400; Regió 2017: 525; Regió 2018: 780; Regió 2018-2019: 1.320

Nota: No es realitza el desglossat del cost del paquet turístic per persona, ja que la majoria de bases del perfil no són estadísticament significatives.

Nota: Els anys 2016 i 2017 la base era "Ha planificat tot el viatge amb TTOO".

P21. Cost de tot el paquet turístic per persona.



N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

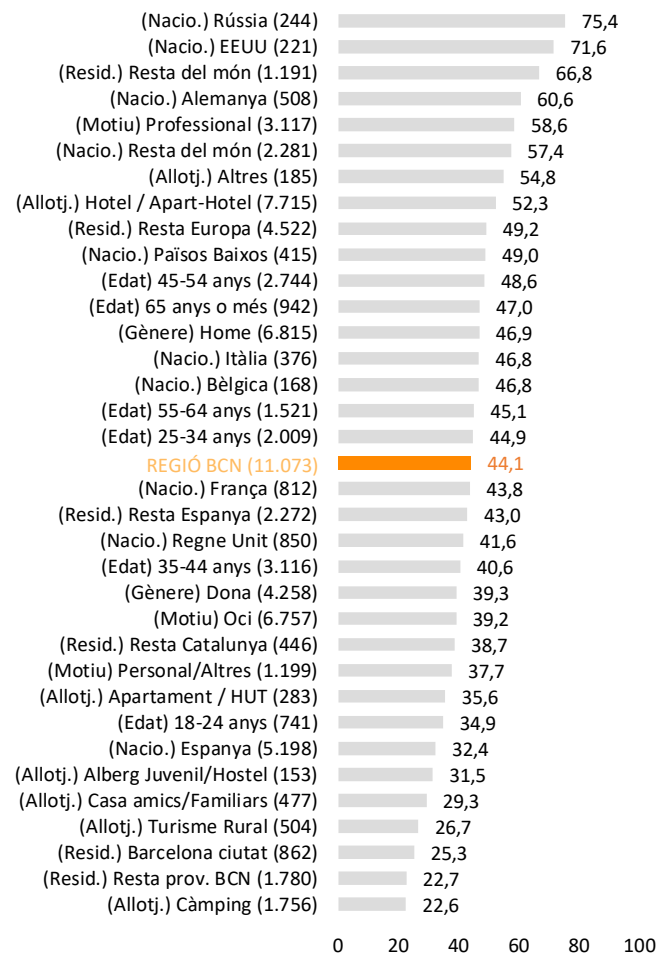
Nota: Inclou la despesa realitzada durant l'estada excloent el transport i l'allotjament.

P22. Despesa que té pensat fer durant tota l'estada per persona.

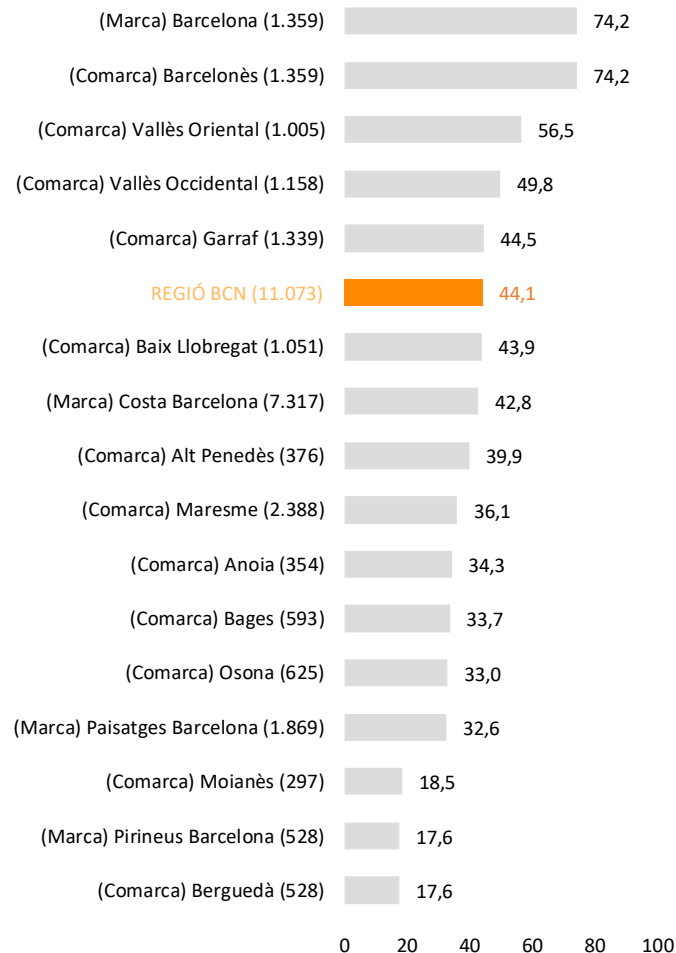
DESPESA MITJANA DE L'ESTADA PER PERSONA I NIT (PERFIL)

DESPESA

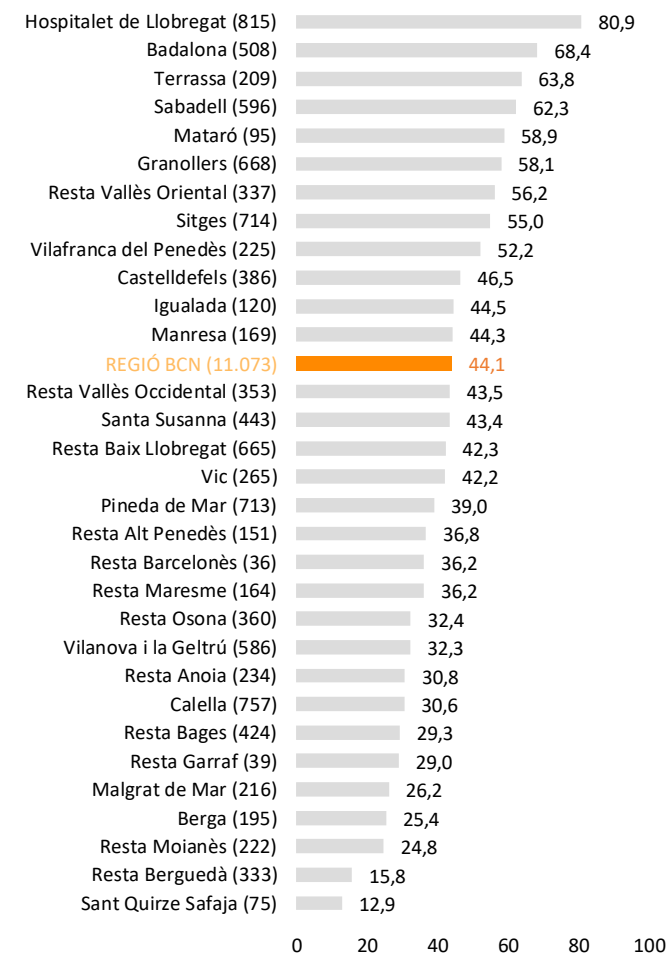
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P22. Despesa que té pensat fer durant tota l'estada per persona.

N Regió 2018-2019: 11.073

	2016	2017	2018	2018-2019
Total (€)	624,3	668,3	652,9	681,3
Cost mig del transport ¹	241,9	264,2	244,8	215,6
Cost mig de l'allotjament ²	204,8	229,0	234,1	269,2
Despesa mitjana de l'estada ³	177,6	175,1	174,0	196,5
Pes de les partides (%)				
Transport ¹	38,7	39,5	37,5	31,7
Allotjament ²	32,8	34,3	35,9	39,5
Despesa de l'estada ³	28,5	26,2	26,6	28,8

- B** 1. No ha contractat el transport conjuntament amb l'allotjament.
2. No ha contractat l'allotjament conjuntament amb el transport.

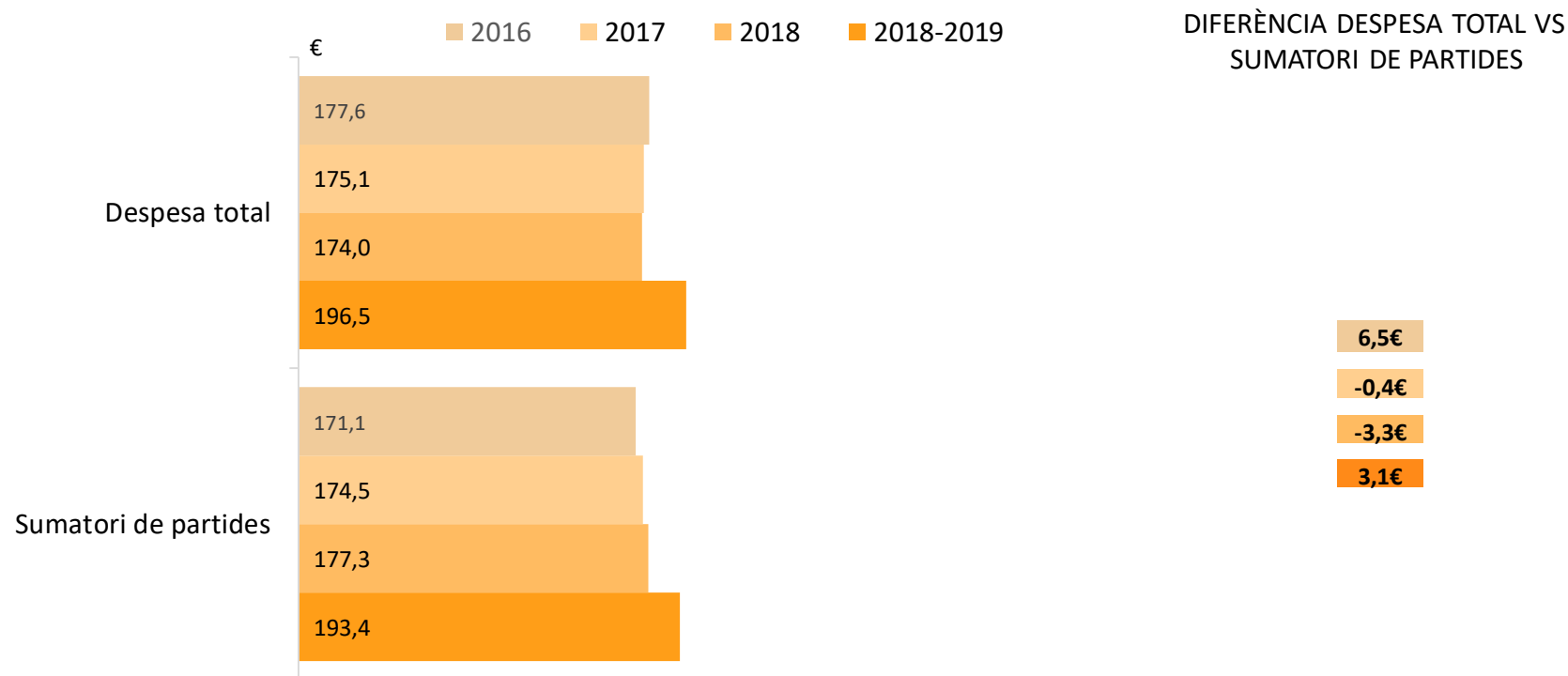
- N** 1. Regió 2016: 4.662; Regió 2017: 3.175; Regió 2018: 2.574; Regió 2018-2019: 9.753
2. Regió 2016: 4.662; Regió 2017: 6.582; Regió 2018: 5.670; Regió 2018-2019: 9.753
3. Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Nota: Despesa de l'estada: Inclou la despesa realitzada durant l'estada excloent el transport i l'allotjament.

P18. Cost del transport fins aquest municipi per persona (anada i tornada).

P20. Cost de l'allotjament per persona durant tota l'estada.

P22. Despesa que té pensat fer durant tota l'estada per persona.



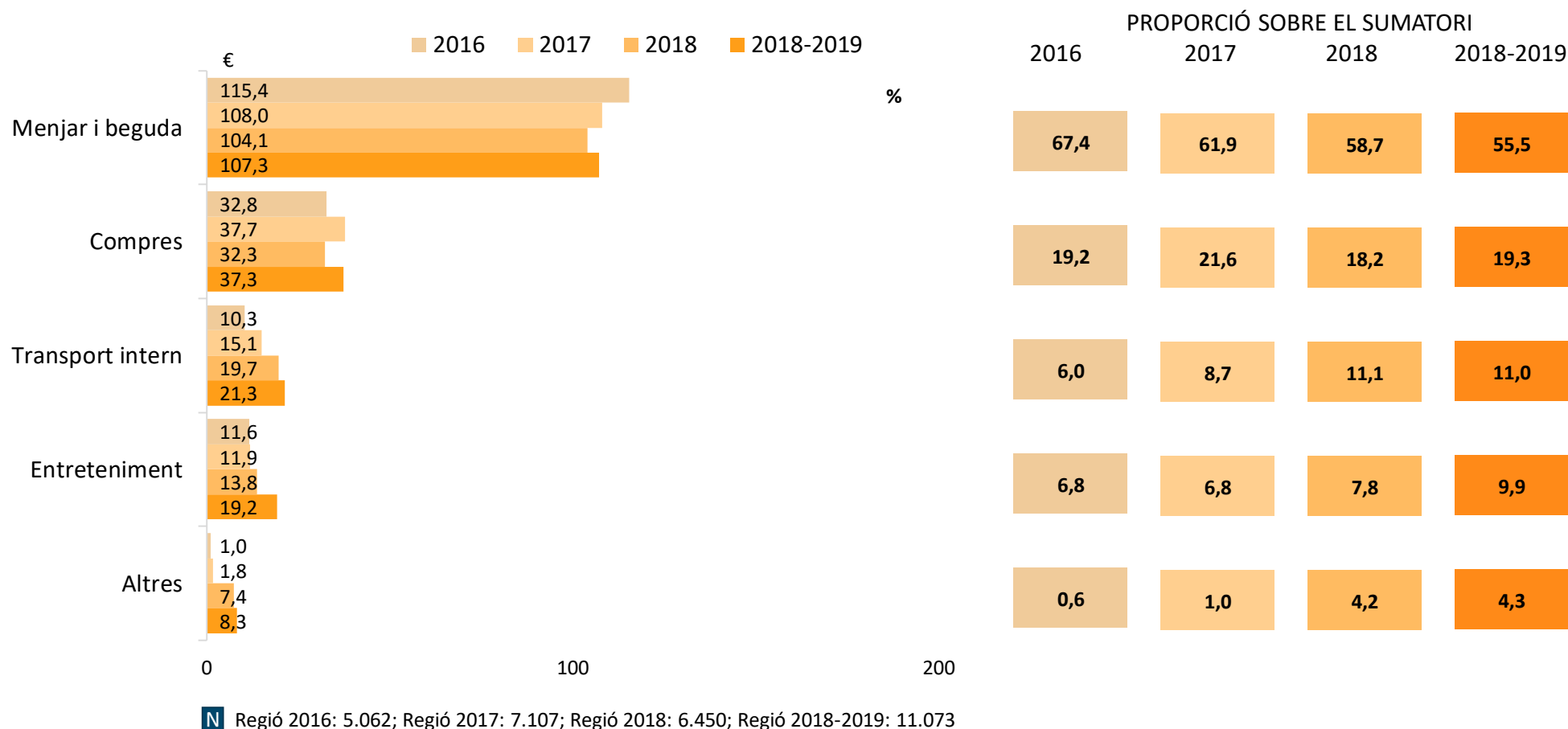
N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

Nota: Inclou la despesa realitzada durant l'estada excloent el transport i l'allotjament.

P24. Com ha distribuït o pensa distribuir, aproximadament, tota aquesta despesa entre els següents conceptes?

CONCEPTES DE LA DESPESA DE L'ESTADA PER PERSONA (2/2)

DESPESA



P24. Com ha distribuït o pensa distribuir, aproximadament, tota aquesta despesa entre els següents conceptes?

6

Activitats realitzades

	2017	2018	2018-2019
Degustar gastronomia / anar de restaurants	76,1	76,3	75,3
Passejades tranquil·les i relax	81,9	76,1	75,0
Compres o shopping	45,6	42,7	44,3
Anar a la platja	48,2	44,1	43,1
Visites culturals (museus, pobles pintorescs, centres històrics, etc.)	32,0	26,5	31,6
Activitats a l'aire lliure o outdoor (senderisme, muntar a cavall, passejar en bicicleta, activitats nàutiques, excursions o altres activitats a l'aire lliure)	-	-	27,9
Treball / negocis	22,5	29,1	27,7
Ecoturisme (visita espais naturals)	19,8	27,6	27,4
Activitats esportives (córrer, nedar, participar en una cursa, fer cicloturisme, golf, motor, o altres activitats esportives)	-	-	25,5
Visitar amics i/o familiars (casaments...)	4,4	21,7	22,8
Sortir de festa / de nit	20,7	20,8	21,0
Enoturisme (visita a cellers)	4,4	6,8	7,2
Altres activitats	1,7	3,1	2,9
Cap	3,0	2,6	2,0
N	(7.107)	(6.450)	(11.073)

N Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

R Multiresposta.

Nota: L'any 2017 es van canviar substancialment les activitats suggerides i no es poden comparar els resultats amb anys anteriors.

P27. Quines activitats ha realitzat o pensa realitzar durant aquesta estada a aquest municipi?

	2019
Nedar (en una piscina o al mar)	35,4
Córrer (fer running, participar en una cursa, etc.)	17,7
Fer bicicleta (tant passejades com més competitiu)	9,7
Gimnàstica de manteniment/aeròbica/fitness	7,6
Futbol/futbol sala	6,7
Caminar	5,5
Trekking	5,2
Activitats nàutiques	4,6
Altres	6,3
Ns/Nc	8,8
N	(1.156)

B Ha realitzat activitats esportives.

N Regió 2019: 1.156

R Espontània. Multiresposta.

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 3% a Barcelona regió 2019.

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 no es feia aquesta pregunta.

P29. Quin o quins esports ha practicat o pensa practicar?

7

Excursions

	EXCURSIONS FETES A FORA DEL MUNICIPI PELS TURISTES A...			
	2016	2017	2018	2018-2019
Cap visita	81,0	64,8	57,6	57,4
Una	14,8	24,0	28,7	29,4
Dues	3,1	5,8	8,6	7,7
Tres o més	0,8	4,8	4,6	4,6
Ns/Nc	0,3	0,6	0,5	0,9
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

P32. Quants llocs ha visitat de fora del municipi en el que s'allotja (sense pernoctar)?

	EXCURSIONS FETES A FORA DEL MUNICIPI PELS TURISTES A...			
	2016	2017	2018	2018-2019
Cap	81,0	64,8	57,6	57,4
Barcelona ciutat	10,4	21,5	26,9	27,4
Destinació Barcelona	9,3	19,9	18,8	17,5
Altres destinacions catalanes	3,6	6,4	5,1	6,1
Altres destinacions espanyoles	0,0	0	0,2	0,6
Altres països fora d'Espanya	0,3	0,1	0,1	0,2
Ns/Nc	0,3	0,6	0,5	0,9
N	(5.062)	(7.107)	(6.450)	(11.073)

El **41,7%** dels turistes de Barcelona regió han fet una excursió fora del municipi en el que s'allotgen.

N Regió 2016: 5.062; Regió 2017: 7.107; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

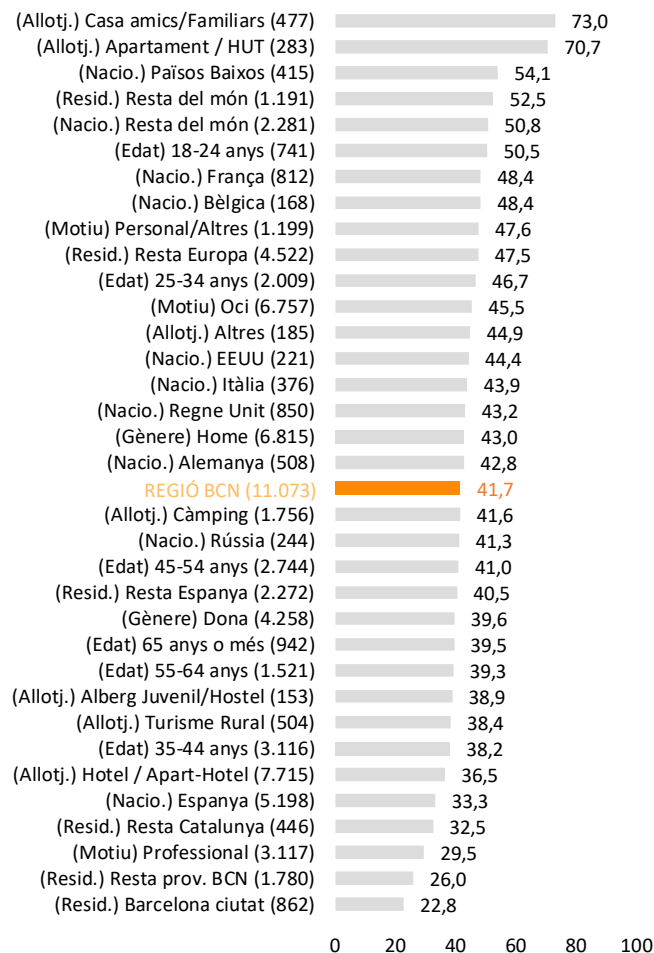
R Espontània. Multiresposta.

P33. Durant la seva estada, quins llocs ha visitat de fora del municipi en el que s'allotja (sense pernoctar)?

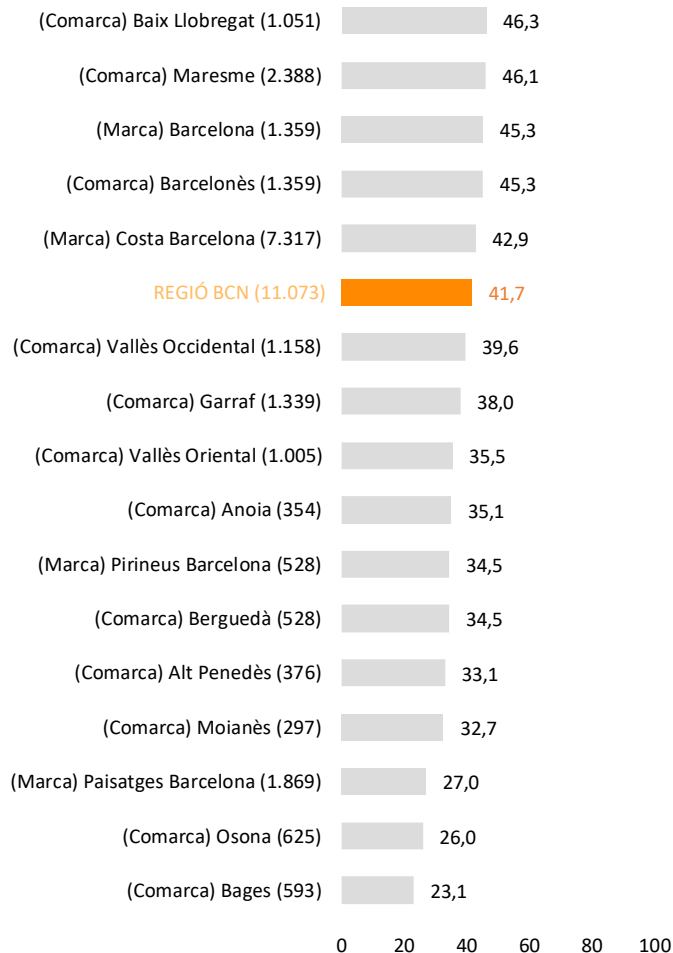
MUNICIPIS HA VISITAT (PERFIL)

EXCURSIONS

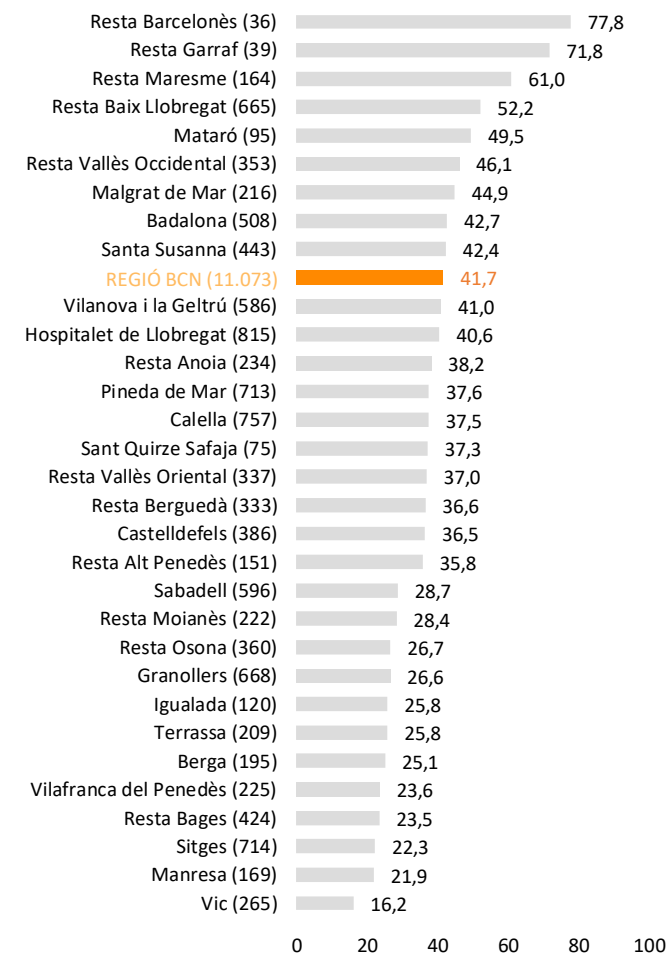
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P33. Durant la seva estada, quins llocs ha visitat de fora del municipi en el que s'allotja (sense pernoctar)?

N Regió 2018-2019: 11.073

	2019
Vehicle propi	34,2
Cotxe privat	32,0
Tren	33,4
Tren (Renfe Rodalies)	28,5
Tren (Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya)	2,8
Tren (altres)	2,1
Altres	25,7
Autobús	8,6
Metro	4,1
Cotxe de lloguer	3,9
Taxi	3,4
Altres (segway, tuctuc, gocar, etc.)	3,3
Ns/Nc	6,7
N	(1.107)

B Ha fet alguna excursió.

N Regió 2019: 1.107

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 1,5% a Barcelona regió 2019.

Nota: Entre els mesos de gener i maig no es va realitzar aquesta pregunta.

Nota: No es poden comparar les dades amb les d'anys anteriors per un canvi de formulació dels filtres de la pregunta.

F3.1. Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per realitzar aquesta visita?

	2019
Professional	9,9
Reunions professionals, altres feines o reunions	5,7
Congressos o jornades	2,3
Fires	1,7
Oci	71,0
Per vacances, turisme	63,5
Esdeveniment cultural	4,7
Esdeveniment esportiu	2,5
Personal / Altres	15,0
Està de pas	2,4
Visita a familiars, amics	5,2
Compres	4,9
Altres	1,9
Ns/Nc	4,1
N	(1.519)

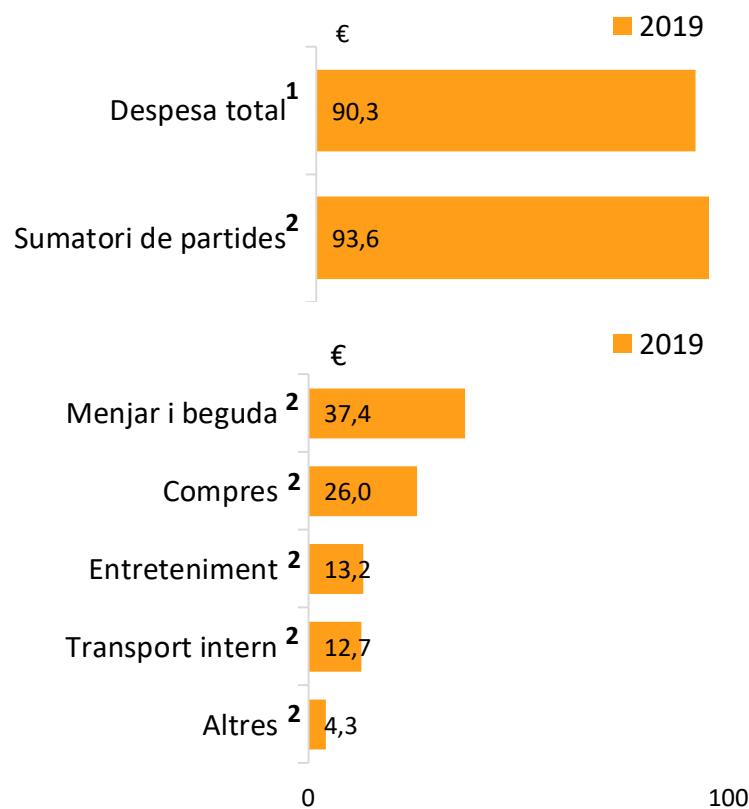
B Ha fet alguna excursió.

N Regió 2019: 1.519

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 1,5% a Barcelona regió 2019.

Nota: No es poden comparar les dades amb les d'anys anteriors per un canvi de formulació dels filtres de la pregunta.

F3.2. Quin és el motiu principalment de la seva visita?



DIFERÈNCIA DESPESA TOTAL VS
SUMATORI DE PARTIDES

-3,3 €

PROPORCIÓ SOBRE EL SUMATORI

%

39,9

27,8

14,1

13,6

4,6

B

1. Ha fet alguna excursió.
2. Ha fet alguna excursió amb despesa diferent a NS/NC.

N

1. Regió 2019: 1.519
2. Regió 2019: 1.048

P35. Quina despesa ha fet en aquesta visita per persona?
P37. Com va distribuir o pensa distribuir, aproximadament, tota aquesta despesa entre els següents conceptes?

Nota: No es poden comparar les dades amb les d'anys anteriors per un canvi de formulació dels filtres de la pregunta.

	2019
Valoració de l'excursió	8,4
N	(1.519)

B Ha fet alguna excursió.

N Regió 2019: 1.519

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 no es feia aquesta pregunta.

P38. Quina és la seva valoració d'aquesta visita que a realitzat?

8

Valoració del municipi

	2016	2017	2018	2018-2019
Caràcter i amabilitat de la gent	8,6	8,5	8,6	8,5
Seguretat ciutadana	8,5	8,3	8,4	8,4
Valoració del municipi en general	8,2	8,2	8,3	8,3
Allotjament	8,4	8,3	8,2	8,3
Entorn natural ¹	8,2	8,3	8,2	8,2
Platges ²	8,2	8,2	8,2	8,2
Neteja en general	8,2	8,1	8,1	8,1
Restauració (bars, restaurants, etc.)	8,0	8,0	8,0	8,0
Senyalització / accés al municipi	7,7	7,8	7,9	7,9
Transport públic	8,0	8,0	8,1	7,9
Informació i oficines de turisme	8,1	8,0	8,0	7,8
Comerços	7,8	7,8	7,7	7,7
Soroll	7,7	7,6	7,6	7,6
Qualitat de connexió a internet	7,3	7,5	7,5	7,5
Accessibilitat per a persones amb dificultats per moure's	-	-	-	7,3
Oferta d'aparcament	7,2	7,3	7,1	7,1
N	(1.824)	(2.479)	(6.450)	(11.073)

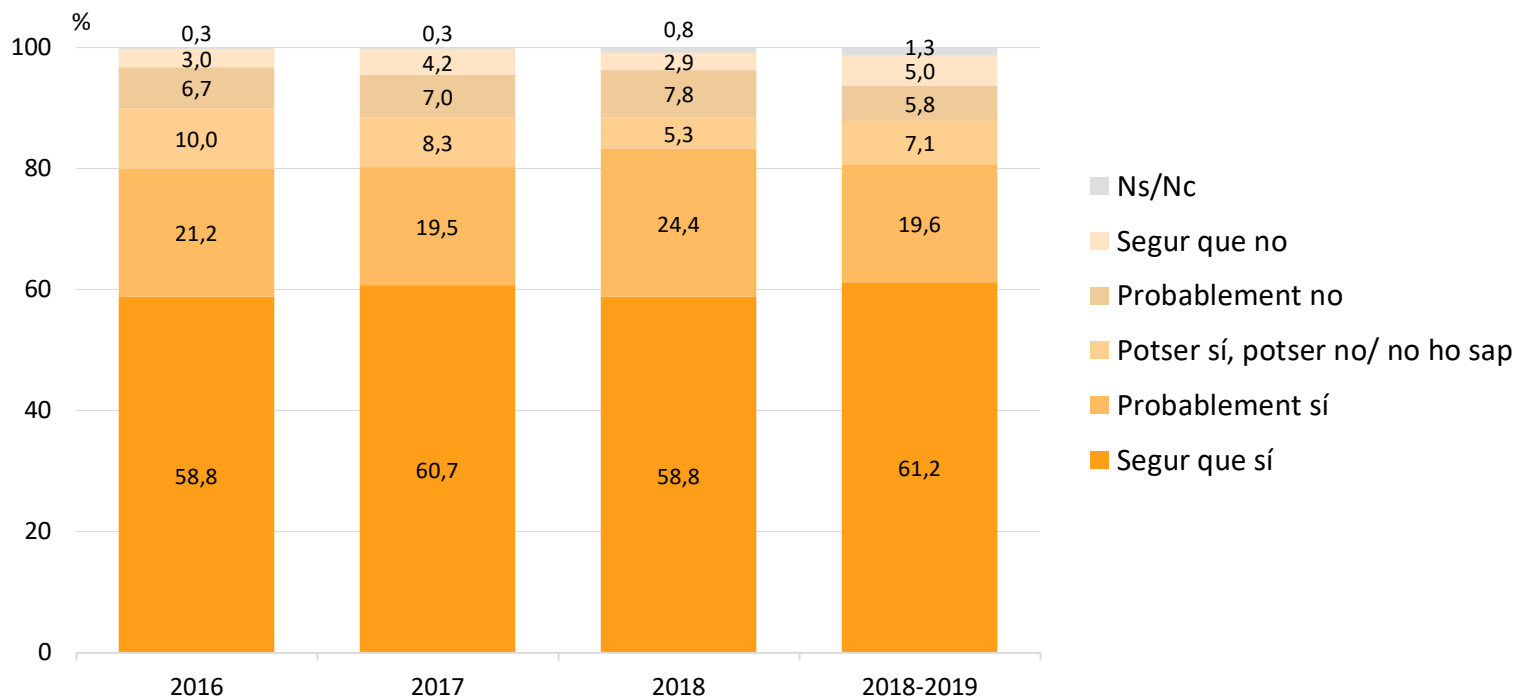
Regió 2016: 1.824; Regió 2017: 2.479; Regió 2018: 6.450; Regió 2018-2019: 11.073

N 1. Regió 2016: 1.067; Regió 2017: 1.542; Regió 2018: 3.703; Regió 2018-2019: 6.267

2. Regió 2016: 757; Regió 2017: 937; Regió 2018: 2.747; Regió 2018-2019: 4.806

Nota: Els anys 2016 i 2017 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

P46. Quina és la seva valoració per cadascun dels següents aspectes?



N Regió 2016: 1.824; Regió 2017: 2.402; Regió 2018: 2.189; Regió 2018-2019: 6.853

Nota: Els anys 2016, 2017 i 2018 aquesta pregunta es feia a 1/3 de la mostra de Regió.

P49. Recomanaria aquest municipi com a destinació turística?



Observatori del Turisme a Barcelona

ciutat i regió



Perfil i hàbits dels turistes a Barcelona regió 2018-2019.
Informe de resultats.

info@observatoriturisme.barcelona

<https://www.observatoriturisme.barcelona>