

B:SM Barcelona
de Serveis
Municipals



**Ajuntament
de Barcelona**

INFORME ISC TIBIDABO 2017

Sinopsi. En el present document es presenten els resultats de l'ISC (Índex de Satisfacció del Client) corresponen als clients del Parc d'Atraccions Tibidabo per l'any 2017

Versió 2

Realitzat: 29/5/2018

Continguts

1.	INTRODUCCIÓ	4
2.	RESUM DE DADES BÀSIQUES	5
3.	COSTUMER JORNEY CLIENT PARC D'ATRACCIONS TIBIDABO	6
3.1.	Relació dels clients amb el Tibidabo	6
3.1.1.	<i>És el primer cop que visita el Tibidabo?</i>	6
3.1.2.	<i>És vostè soci del Tibidabo?</i>	6
3.1.3.	<i>Amb quina freqüència visita vostè el Tibidabo?</i>	7
3.2.	Abans de realitzar la visita	8
3.2.1.	<i>On ha vist informació relativa al Tibidabo?</i>	8
3.2.2.	<i>Quina ha estat la motivació per anar al Tibidabo</i>	9
3.2.3.	<i>Moment en el que es pren la decisió d'anar al Tibidabo</i>	9
3.2.1.	<i>Perquè ha preferit Tibidabo a altres opcions d'oci</i>	10
3.3.	Coneixement de l'oferta del Tibidabo	10
3.3.1.	<i>Ha fet ús del web del Tibidabo per informar-se sobre el Parc?</i>	10
3.3.2.	<i>Vostè que ha fet ús del web, com el valora?</i>	11
3.3.3.	<i>Evolució del Net Promoter Score del web del Tibidabo</i>	11
3.4.	Desplazament al Tibidabo	12
3.4.1.	<i>Com ha anat al Tibidabo?</i>	12
3.4.2.	<i>Coneix les promocions de transport públic que hi ha per anar al Tibidabo?</i>	12
3.4.3.	<i>Com s'ha assabentat d'aquestes promocions?</i>	13
3.4.4.	<i>Amb qui ha anat avui al Tibidabo?</i>	13
3.5.	Accés al Parc	14
3.5.1.	<i>Tipus d'entrada utilitzada?</i>	14
3.6.	Durada de la visita	14
3.6.1.	<i>Quanta estona ha estat avui al Tibidabo?</i>	14
3.7.	Valoració de l'experiència Tibidabo	15
3.7.1.	<i>Evolució de la qualitat percebuda i esperada</i>	15
3.7.2.	<i>Net Promoter Score (NPS) Global del Tibidabo</i>	15
3.7.3.	<i>Evolució del índex de Satisfacció del Client (ISC)</i>	15
3.7.4.	<i>Valoració per ítems</i>	16
3.8.	Espectacles al Tibidabo	17
3.8.1.	<i>Quin dels següents espectacles ha vist durant la seva estada</i>	17
3.9.	Restauració al Tibidabo	17
3.9.1.	<i>Ha dinar durant la seva estada al Tibidabo?</i>	17
3.9.2.	<i>Ha quin punt de restauració del Tibidabo ha estat?</i>	18
3.9.3.	<i>Valoració dels principals aspectes de la restauració al Tibidabo</i>	18
3.10.	Activitats solidaries al Tibidabo	19
3.10.1.	<i>Ha assistit a alguna activitat solidaria al Tibidabo?</i>	19
3.10.2.	<i>Quina valoració en fa de l'activitat solidària?</i>	19
3.11.	Preferències dels clients	20
3.11.1.	<i>El què més ha agradat</i>	20
3.11.2.	<i>El que menys ha agradat</i>	21
3.11.3.	<i>El que es troba a faltar</i>	21
4.	COMPARATIVA TIBIDABO V.S. RESTA PARCS ATRACCIONS	22

4.1.1.	<i>Ha estat a cap altre parc d'atraccions el darrer any.....</i>	22
4.1.2.	<i>A quin parc d'atraccions ha estat el darrer any?</i>	22
4.1.3.	<i>Comparat amb els altres parcs el Tibidabo és?.....</i>	23
5.	CARACTERÍSTIQUES DELS VISITANTS	24
5.1.1.	<i>Gènere dels visitants</i>	24
5.1.2.	<i>Edat dels visitants.....</i>	24
5.1.3.	<i>Evolució de l'edat mitja dels visitants.....</i>	24
5.1.4.	<i>Presència de menors al grup de la visita</i>	25
5.1.5.	<i>Lloc de residència dels visitants</i>	25
5.1.6.	<i>Districte de procedència dels visitants barcelonins.....</i>	26
5.1.7.	<i>Llengua habitual dels visitants</i>	26
6.	COMENTARIS DELS CLIENTS	27
6.1.	Respecte a Atraccions (Generalitats):	27
6.2.	Respecte a: Atraccions (millora)	27
6.3.	Respecte a: Cues	28
6.4.	Respecte a: Manteniment.....	29
6.5.	Respecte a: Mobilitat interna	29
6.6.	respecte a: plana web	29
6.7.	Respecte a: Preus.....	29
6.8.	Respecte a: Restauració	30
6.9.	Respecte a: Transport/accés	31
6.10.	Respecte a: Zones de Picnic	31
6.11.	Respecte a: Altres	32
7.	FITXA TÈCNICA DE L'ESTUDI	33

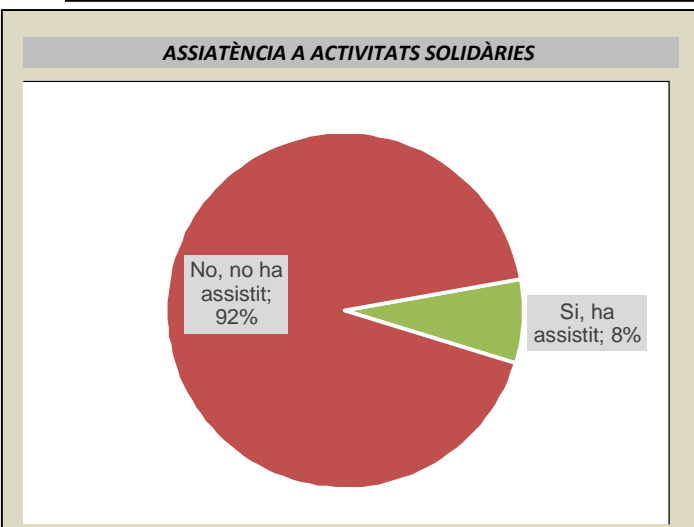
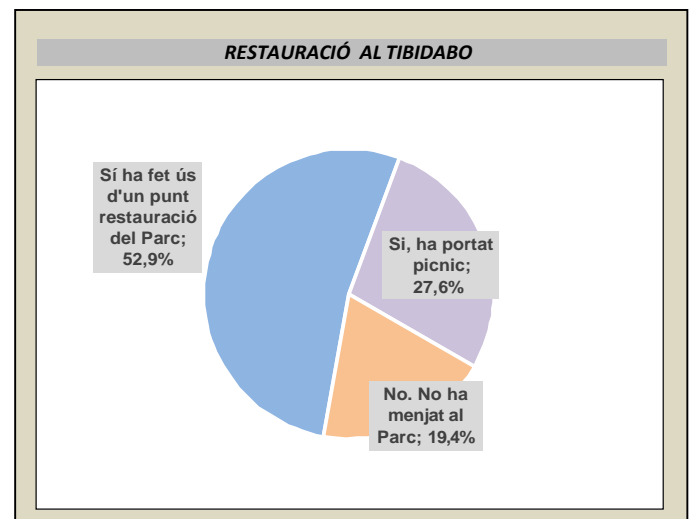
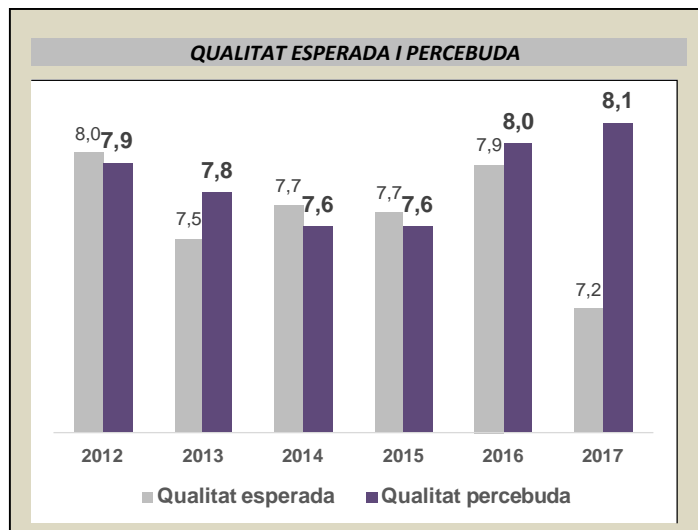
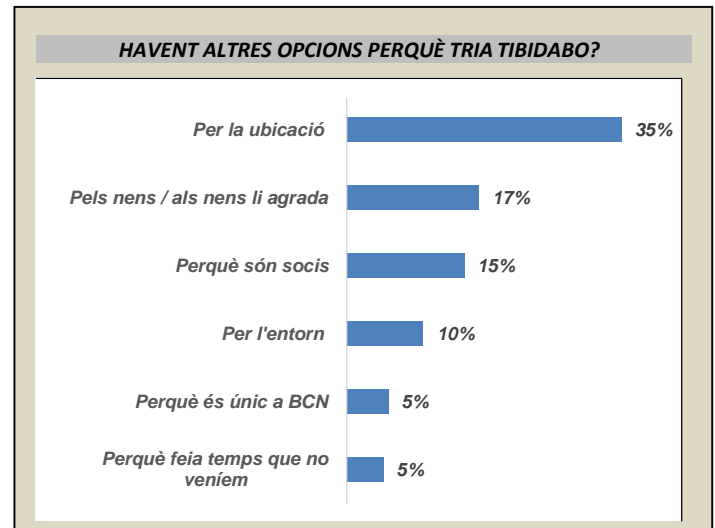
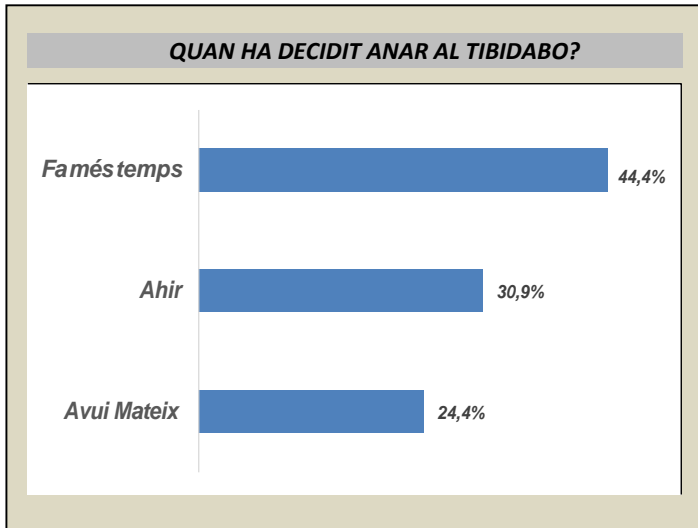
1. INTRODUCCIÓ

El present informe recull els resultats de l'enquesta de satisfacció (ISC) que BSM ha fet entre una mostra dels seus clients al Parc d'Atraccions del Tibidabo. L'informe presenta la informació seguint l'ordre de l'experiència del client. L'enfoc doncs és el del viatge del client (Customer Journey). La dada del 2017 (anual) és acompanyada de la dada dels 5 anys anteriors (període 2012-2107) i de la mitjana històrica per tal que sigui possible fer una valoració relativa de la mateixa.

La finalitat última del present informe és la contribuir, amb informació, a la optimització de la gestió del Parc d'Atraccions del Tibidabo.

2. RESUM DE DADES BÀSIQUES

Les principals dades que conté el present informe son les següents:

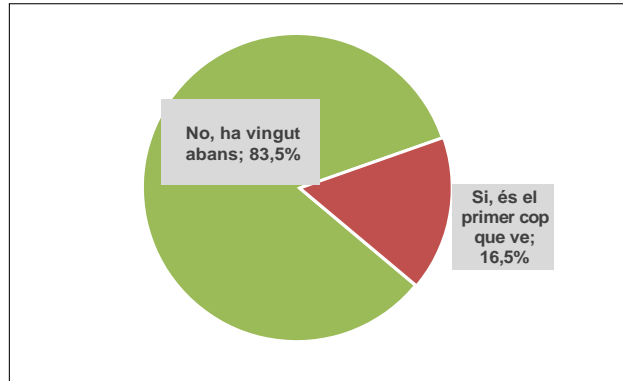


3. COSTUMER JORNEY CLIENT PARC D'ATRACCIONS TIBIDABO

3.1. Relació dels clients amb el Tibidabo

La relació que els clients tenen amb el Tibidabo (si es tracte de la primera visita, si son socis, amb quina freqüència el visiten) en condiciona la seva estada, el seu coneixement, la seva valoració, etc. És per això que és interessant saber, de manera prèvia a conèixer l'experiència dels clients, quina és la tipologia dels mateixos.

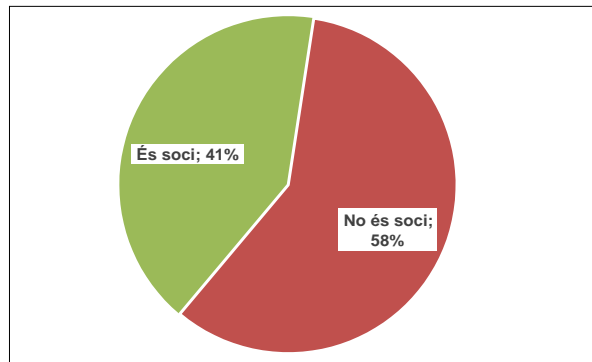
3.1.1. És el primer cop que visita el Tibidabo?



No, ha vingut abans
Si, és el primer cop que ve

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
No, ha vingut abans	88,4%	92,5%	91,6%	84,1%	87,2%	83,5%	88%
Si, és el primer cop que ve	11,6%	7,5%	8,4%	15,9%	12,8%	16,5%	12%

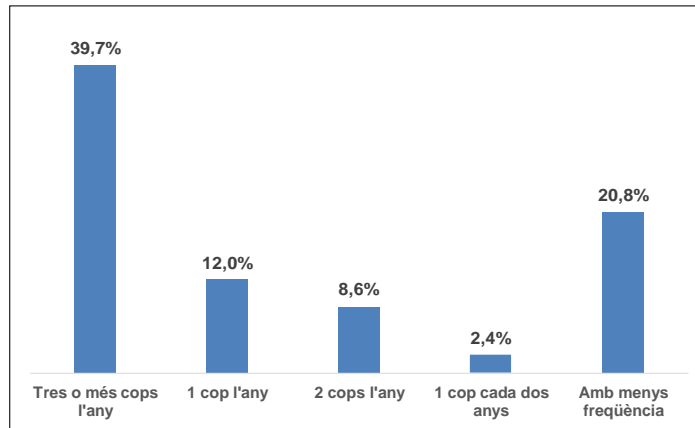
3.1.2. És vostè soci del Tibidabo?



És soci
No és soci

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
És soci	34%	42%	47%	37%	39%	41%	41%
No és soci	66%	58%	53%	63%	61%	58%	59%

3.1.3. Amb quina freqüència visita vostè el Tibidabo?



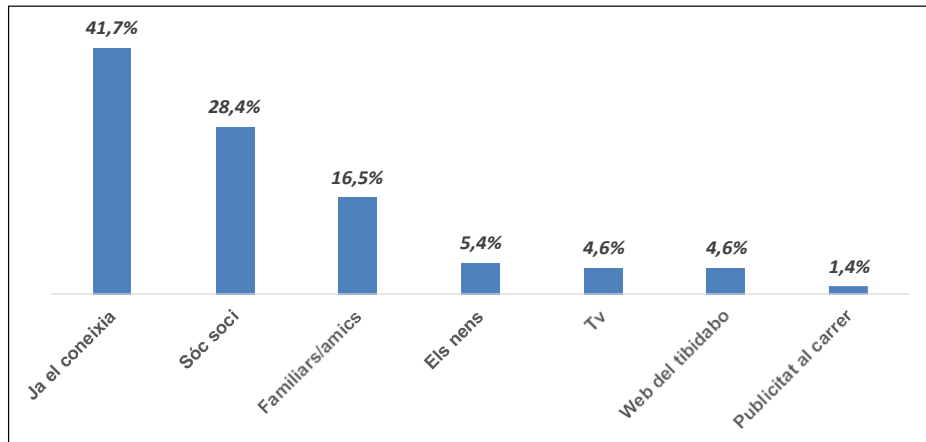
Tres o més cops l'any
1 cop l'any
2 cops l'any
1 cop cada dos anys
Amb menys freqüència

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Tres o més cops l'any	32,1%	38,3%	44,8%	35,1%	36,4%	39,7%	38%
1 cop l'any	20,1%	19,5%	14,3%	14,6%	14,8%	12,0%	16%
2 cops l'any	9,5%	10,3%	9,5%	6,0%	9,2%	8,6%	9%
1 cop cada dos anys	7,7%	4,3%	2,5%	3,7%	5,3%	2,4%	4%
Amb menys freqüència		0,0%	0,0%	24,8%	0,0%	20,8%	9%

3.2. Abans de realitzar la visita

Abans de prendre la decisió d'efectuar la visita al Tibidabo el client té en compte una informació, unes alternatives (d'oci) i finalment prent una decisió d'anar al Parc. Tot seguit s'analitzen factors relacionats amb aquesta fase en la que es prent la decisió d'anar al Parc.

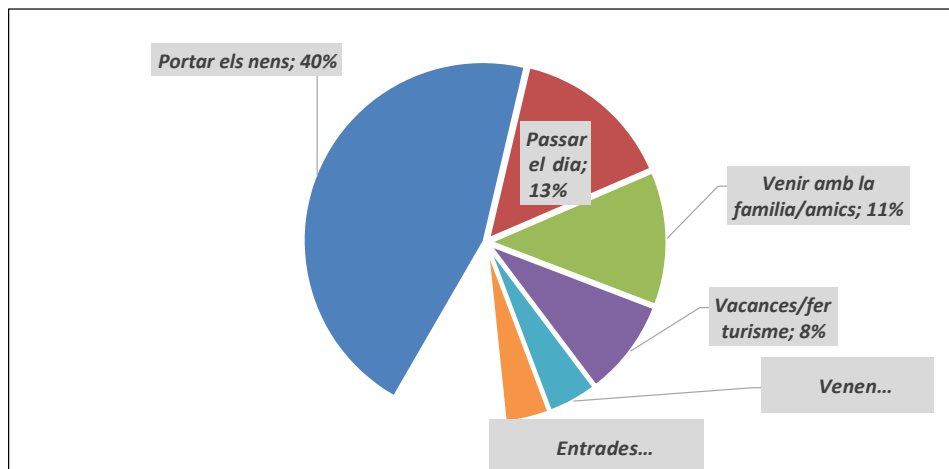
3.2.1. On ha vist informació relativa al Tibidabo?



Ja el coneixia
Sóc soci
Familiars/amics
Els nens
Tv
Web del tibidabo
Publicitat al carrer
Publicitat als transports públics
Prensa
Hotels
Facebook
(Admet multiresposta)

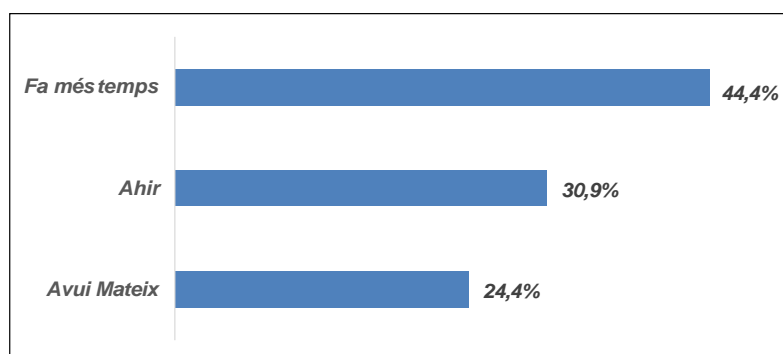
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Ja el coneixia	46,1%	32,0%	33,6%	39,2%	48,3%	41,7%	40,2%
Sóc soci	15,1%	23,2%	28,5%	52,6%	27,5%	28,4%	29,2%
Familiars/amics	9,0%	11,2%	5,2%	8,2%	10,3%	16,5%	10,1%
Els nens	1,5%	6,4%	2,1%	0,0%	10,5%	5,4%	4,3%
Tv	9,4%	0,7%	2,2%	1,0%	3,3%	4,6%	3,5%
Web del tibidabo	4,1%	16,3%	24,0%	16,2%	3,1%	4,6%	11,4%
Publicitat al carrer	2,3%	0,5%	0,7%	1,4%	0,7%	1,4%	1,2%
Publicitat als transports públics	1,9%	0,2%	0,6%	0,9%	0,5%	0,7%	0,8%
Prensa	5,0%	3,0%	1,7%	0,0%	1,1%	0,6%	1,9%
Hotels	1,4%	1,5%	0,6%	3,3%	1,9%	0,5%	1,5%
Facebook	12,6%	11,4%	4,9%	17,1%	8,8%	0,4%	9,2%
(Admet multiresposta)	108%	107%	104%	140%	116%	105%	

3.2.2. Quina ha estat la motivació per anar al Tibidabo



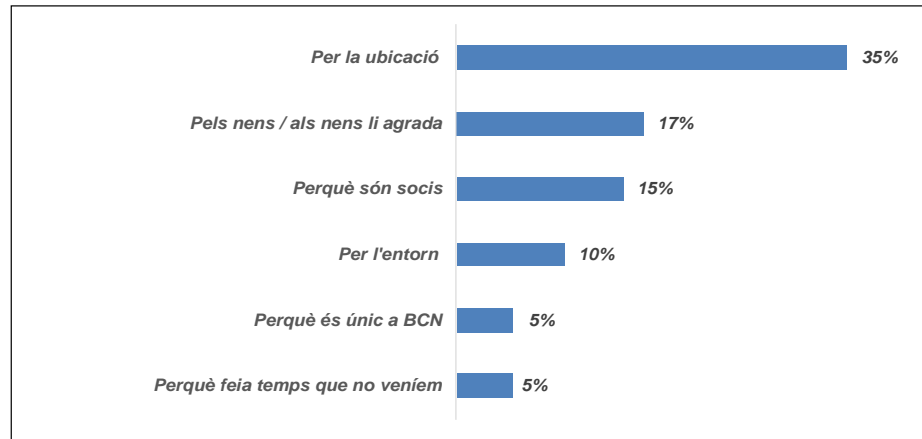
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Portar els nens</i>	36%	37%	46%	33%	36%	40%	38,0%
<i>Passar el dia</i>	21%	21%	14%	14%	8%	13%	15,2%
<i>Venir amb la família/amics</i>	5%	9%	6%	10%	17%	11%	9,5%
<i>Vacances/fer turisme</i>	5%	3%	5%	5%	1%	8%	4,4%
<i>Venen habitualment/socis</i>	5%	8%	7%	4%	2%	4%	5,1%
<i>Entrades gratis/descomptes</i>	5%	6%	4%	5%	2%	4%	4,1%
<i>Les vistes/ l'entorn</i>	1%	0%	0%	2%	1%	3%	1,1%
<i>Celebració</i>	6%	4%	4%	6%	1%	3%	3,9%
<i>Queda a prop/ prop de casa</i>	2%	3%	3%	1%	7%	3%	3,1%
<i>Atraccions / novetats</i>	2%	0%	1%	1%	1%	2%	1,1%
<i>Conèixer el Tibidabo</i>	3%	0%	1%	3%	0%	2%	1,6%
<i>Clima, bon temps</i>		1%	1%	1%	6%	2%	2,2%
<i>Feia temps que no venia</i>	3%	1%	1%	2%	3%	1%	1,6%
<i>Aprofitar dia festa</i>	5%	1%	3%	5%	3%	1%	2,9%
<i>Fer carnet de soci / renovació del carnet</i>	0%	0%	0%	0%	3%	1%	0,9%
<i>Pensava que no hi hauria gent</i>	0%	1%	1%	0%	4%	1%	1,1%
<i>Esplai/ passeig d'escola/ excursió d'escola</i>	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0,5%

3.2.3. Moment en el que es pren la decisió d'anar al Tibidabo



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Avui Mateix</i>	17,2%	18,5%	17,7%	16,5%	18,8%	24,4%	18,9%
<i>Ahir</i>	28,1%	34,2%	26,1%	30,9%	33,3%	30,9%	30,6%
<i>Fa més temps</i>	54,7%	47,3%	55,1%	52,4%	47,6%	44,4%	50,3%

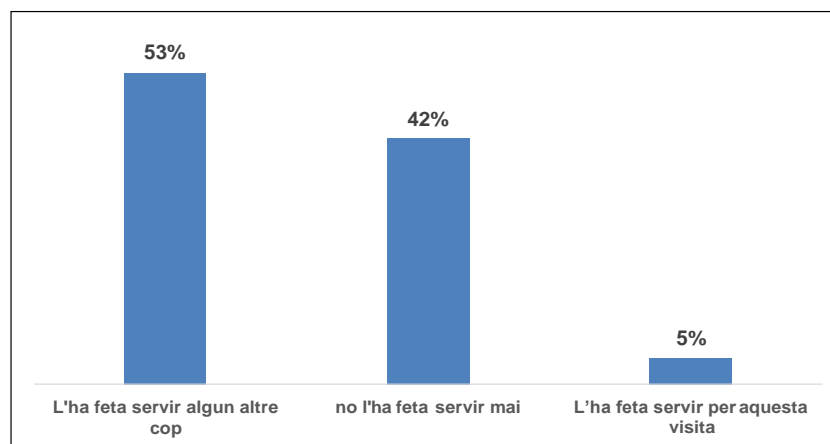
3.2.1. Perquè ha preferit Tibidabo a altres opcions d'oci



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Per la ubicació</i>	33%	42%	20%	35%	25%	35%	31,6%
<i>Pels nens / als nens li agrada</i>	20%	17%	27%	18%	21%	17%	20,0%
<i>Perquè són socis</i>	11%	12%	14%	11%	13%	15%	12,6%
<i>Per l'entorn</i>	4%	2%	1%	4%	5%	10%	4,2%
<i>Perquè és únic a BCN</i>	1%	2%	2%	3%	4%	5%	2,8%
<i>Perquè feia temps que no veníem</i>	6%	1%	5%	3%	6%	5%	4,2%
<i>Per l'ambient familiar</i>	4%	4%	3%	2%	1%	4%	2,9%
<i>Per les atraccions</i>	5%	1%	5%	2%	4%	4%	3,4%
<i>Recomanacions fami./ amics/ hotel/ guia</i>	2%	2%	2%	1%	5%	3%	2,3%
<i>Per tradició / costum</i>	3%	4%	2%	2%	1%	2%	2,1%
<i>Perquè és adient pels nens / atraccions</i>	4%	1%	1%	3%	4%	2%	2,6%
<i>Per la diversitat de les atraccions</i>	1%	0%	1%	0%	1%	2%	1,0%
<i>Per una celebració</i>			2%	1%	2%	0%	1,2%

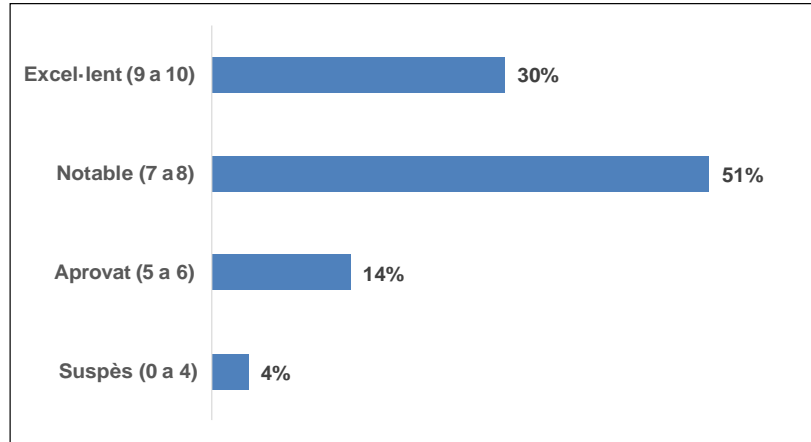
3.3. Coneixement de l'oferta del Tibidabo

3.3.1. Ha fet ús del web del Tibidabo per informar-se sobre el Parc?



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>L'ha feta servir algun altre cop</i>	60%	53%	63%	48%	58%	53%	55,9%
<i>no l'ha feta servir mai</i>	28%	35%	32%	48%	33%	42%	36,3%
<i>L'ha feta servir per aquesta visita</i>	13%	11%	5%	4%	9%	5%	7,8%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

3.3.2. Vostè que ha fet ús del web, com el valora?



Suspès (0 a 4)
Aprovat (5 a 6)
Notable (7 a 8)
Excel·lent (9 a 10)

2014	2015	2016	2017	Promig
4%	4%	4%	4%	3,9%
16%	17%	13%	14%	15,1%
58%	55%	53%	51%	54,2%
20%	24%	27%	30%	25,3%

3.3.3. Evolució del Net Promoter Score del web del Tibidabo

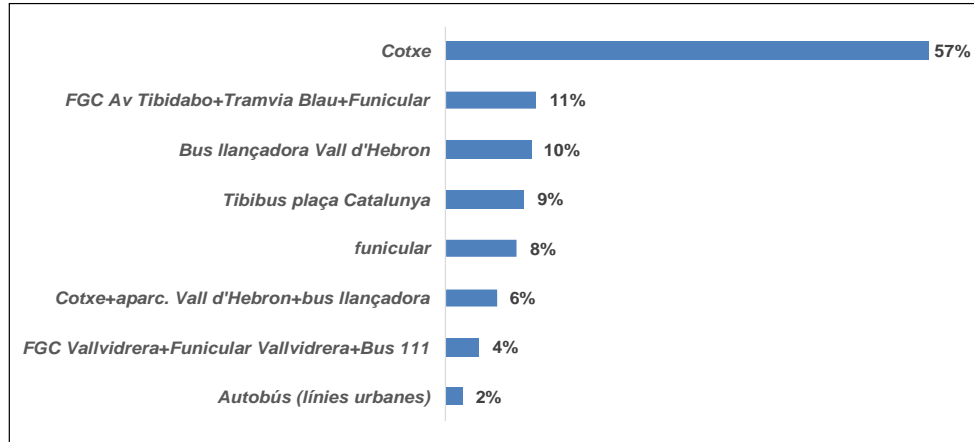
NPS PLANA WEB TIBIDABO

2014	2015	2016	2017	Promig
0,6	3,1	9,2	11,9	6,2

Nota: Normalment la majoria dels clients que reben un be/servei tenen una bona opinió del mateix (puntuat entre 7 i 8 punts sobre 10). Son, normalment pocs els que expressen opinions "extremes", ja siguin aquestes bones (9 o 10 punts) o dolentes (6o menys punts). El Net Promoter Score (NPS) es fitxa únicament en aquestes valoracions "extremes", tot entenent que els clients que valoren un be/servei amb una nota molt alta (9 o 10) en parlaran bé del mateix (en seran promotors), mentre que els que el valoren amb notes baixes (de 6 o menys punts), en seran detractors. El NPS mesura la diferència entre aquests dos grups (alhora ponderant respecte al total de clients). D'aquesta manera el NPS té un rang que va de del +100 (tots els clients donen una nota de 9 o 10) al -100 (tots els clients donen una nota de 6 o menys).

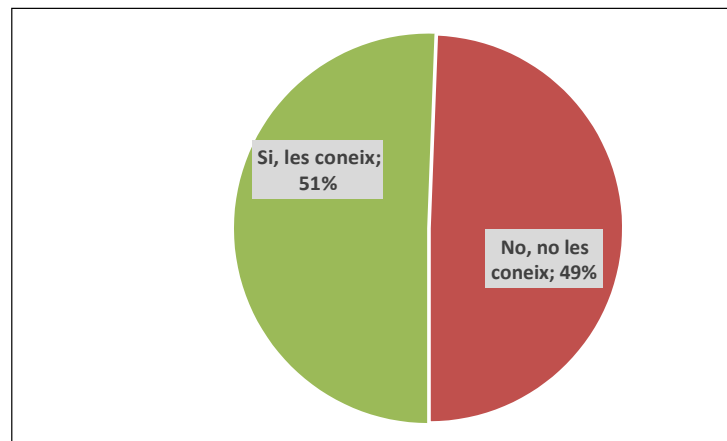
3.4. Desplazament al Tibidabo

3.4.1. Com ha anat al Tibidabo?



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Cotxe	79%	69%	66%	67%	78%	57%	69%
FGC Av Tibidabo+Tramvia Blau+Funicular	2%	1%	1%	3%	3%	11%	3%
Bus Ilançadora Vall d'Hebron	1%	5%	4%	5%	1%	10%	5%
Tibibus plaça Catalunya	4%	6%	6%	9%	3%	9%	6%
funicular	10%	7%	10%	8%	10%	8%	9%
Cotxe+aparc. Vall d'Hebron+bus Ilançadora	0%	11%	14%	9%	1%	6%	7%
FGC Vallvidrera+Funicular Vallvidrera+Bus	1%	2%	1%	2%	3%	4%	2%
Autobús (línies urbanes)	6%	3%	2%	2%	4%	2%	3%
Moto	2%	1%	0%	1%	1%	1%	1%
Metro	4%	2%	4%	10%	3%	1%	4%
Autocar (línia no regular / turisme)	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%

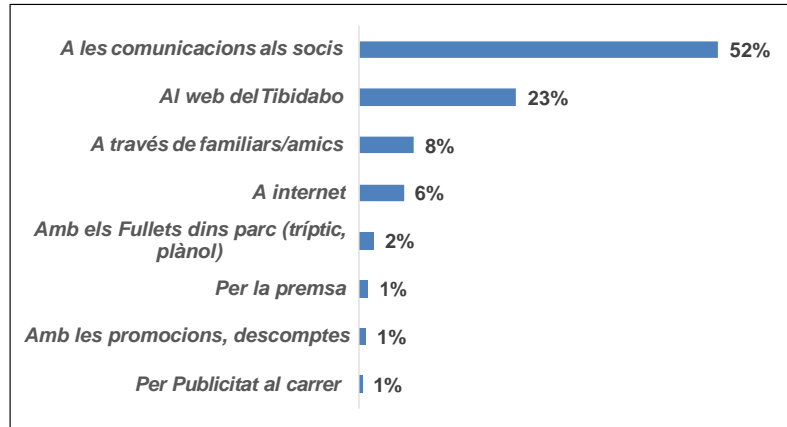
3.4.2. Coneix les promocions de transport públic que hi ha per anar al Tibidabo?



Si, les coneix
No, no les coneix

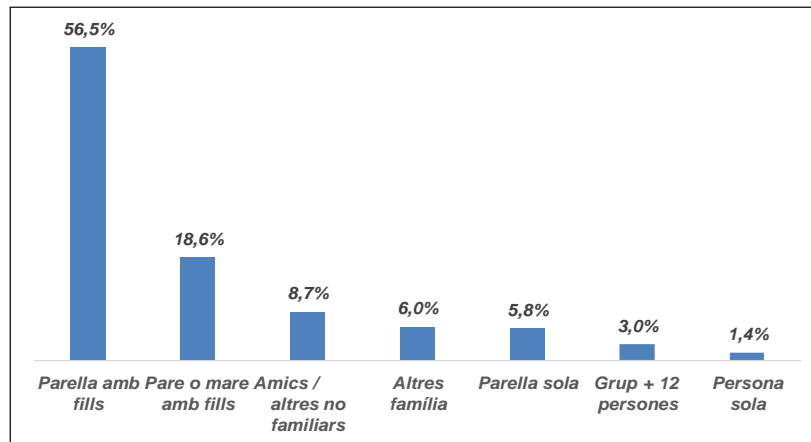
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Si, les coneix	60%	48%	57%	52%	58%	51%	54%
No, no les coneix	40%	52%	43%	48%	42%	49%	46%

3.4.3. Com s'ha assabentat d'aquestes promocions?



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
A les comunicacions als socis	16%	29%	22%	53%	21%	52%	32%
Al web del Tibidabo	51%	44%	27%	17%	43%	23%	34%
A través de familiars/amics	8%	12%	23%	8%	10%	8%	12%
A internet	6%	16%	13%	16%	3%	6%	10%
Amb els Fullets dins parc (tríptic, plànol)	12%	1%	10%	3%	11%	2%	7%
Per la premsa	3%	1%	0%	1%	2%	1%	1%
Amb les promocions, descomptes	1%	3%	1%	1%	0%	1%	1%
Per Publicitat al carrer	5%	0%	3%	1%	2%	1%	2%
(Admet multiresposta)	102%	107%	99%	101%	93%	93%	

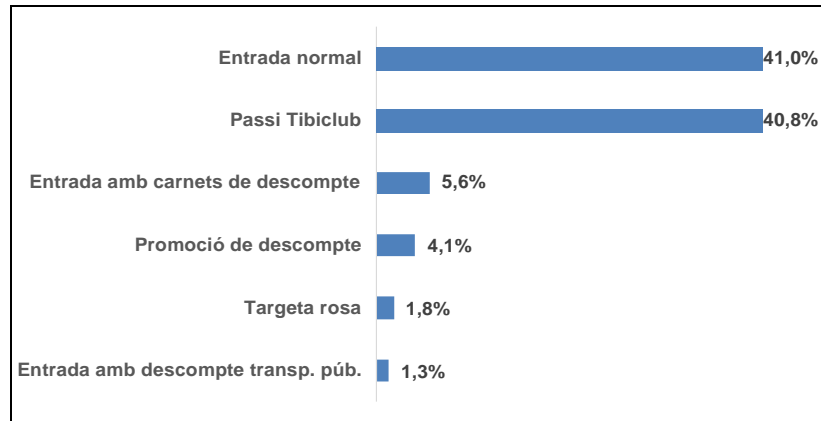
3.4.4. Amb qui ha anat avui al Tibidabo?



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Parella amb fills	56,2%	66,7%	70,8%	55,5%	57,0%	56,5%	60%
Pare o mare amb fills	19,5%	20,5%	13,6%	19,9%	22,0%	18,6%	19%
Amics / altres no familiars	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	3,3%	8,7%	3%
Altres família	0,0%	8,0%	9,9%	7,3%	8,1%	6,0%	7%
Parella sola	7,4%	1,8%	1,5%	6,5%	7,6%	5,8%	5%
Grup + 12 persones	1,1%	2,9%	4,0%	2,2%	1,8%	3,0%	2%
Persona sola	8,3%	11,2%	16,2%	2,1%	0,3%	1,4%	7%
	93%	111%	116%	100%	100%	100%	

3.5. Accés al Parc

3.5.1. Tipus d'entrada utilitzada?

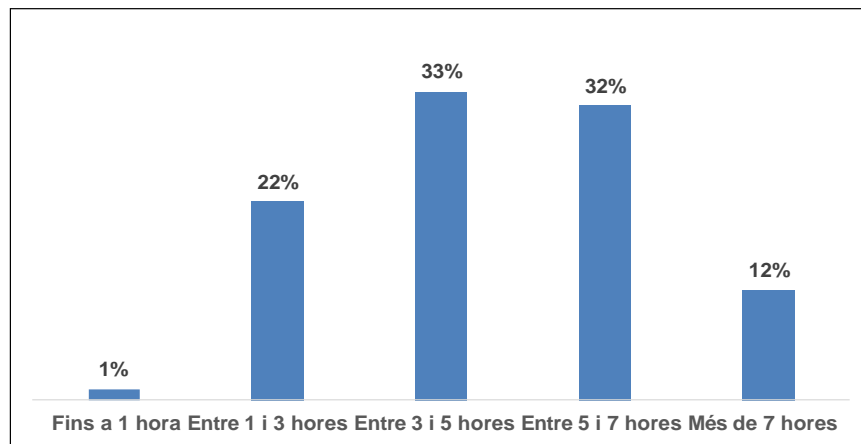


Entrada normal
Passi Tibiclub
Entrada amb carnets de descompte
Promoció de descompte
Targeta rosa
Entrada amb descompte transp. púb.
(Admet multiresposta)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Entrada normal	21,1%	24,5%	26,7%	39,3%	38,1%	41,0%	32%
Passi Tibiclub	33,4%	41,7%	47,1%	36,5%	38,1%	40,8%	40%
Entrada amb carnets de descompte	5,7%	4,9%	10,8%	3,6%	11,3%	5,6%	7%
Promoció de descompte	35,9%	25,0%	12,6%	18,2%	7,5%	4,1%	17%
Targeta rosa	2,8%	1,0%	0,8%	1,5%	2,0%	1,8%	2%
Entrada amb descompte transp. púb.	0,6%	0,3%	0,1%	0,2%	0,0%	1,3%	0%
	99%	97%	98%	99%	97%	95%	

3.6. Durada de la visita

3.6.1. Quanta estona ha estat avui al Tibidabo?



Fins a 1 hora
Entre 1 i 3 hores
Entre 3 i 5 hores
Entre 5 i 7 hores
Més de 7 hores

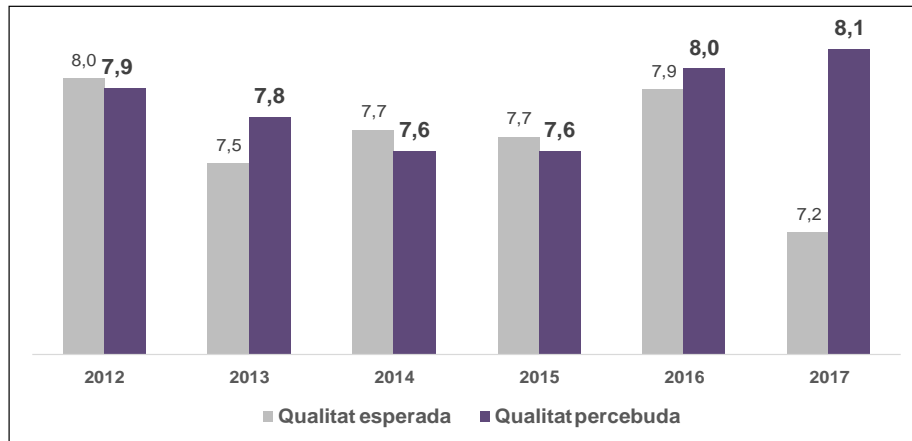
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Fins a 1 hora	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Entre 1 i 3 hores	12%	12%	15%	9%	10%	22%	13%
Entre 3 i 5 hores	29%	32%	33%	32%	25%	33%	31%
Entre 5 i 7 hores	38%	36%	37%	39%	41%	32%	37%
Més de 7 hores	21%	19%	13%	20%	23%	12%	18%

100% 99% 99% 100% 100% 100%

Estada mitjana	5:24	5:17	4:58	5:25		4:38

3.7. Valoració de l'experiència Tibidabo

3.7.1. Evolució de la qualitat percebuda i esperada

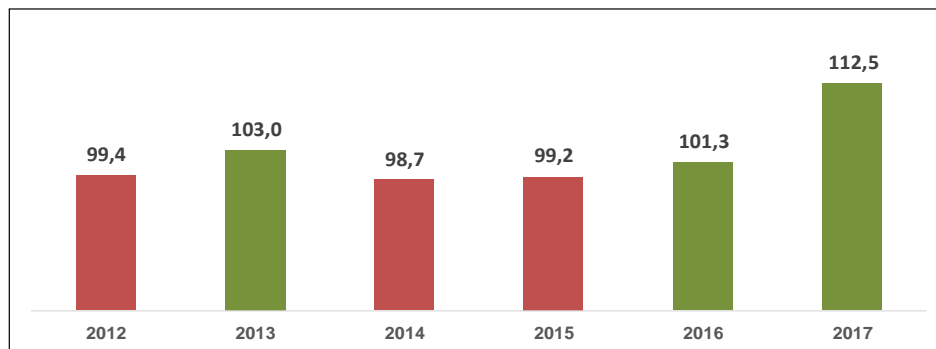


	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Qualitat esperada	8,0	7,5	7,7	7,7	7,9	7,2	7,7
Qualitat percebuda	7,9	7,8	7,6	7,6	8,0	8,1	7,8

3.7.2. Net Promoter Score (NPS) Global del Tibidabo

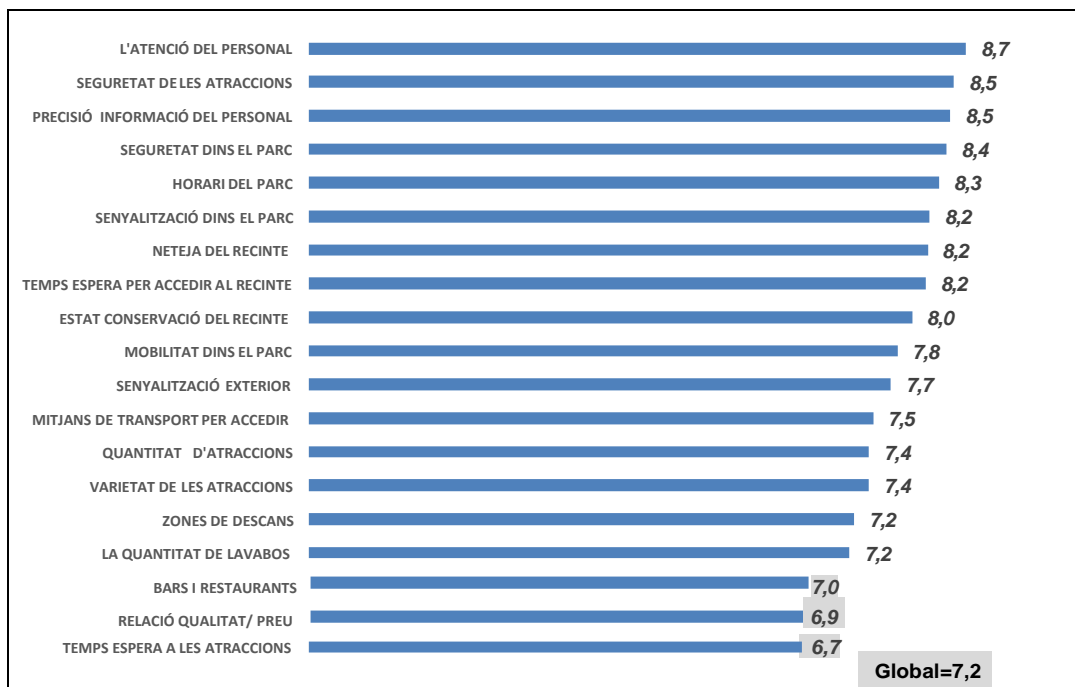
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
SUSPÈS (0 A 4)						0,1%	0,1%
APROVAT (5 A 6)						7,3%	7,3%
NOTABLE (7 A 8)						57,8%	57,8%
EXCEL·LENT (9 A 10)						34,7%	34,7%
NPS				6,7	21,6	27,3	18,5

3.7.3. Evolució del índex de Satisfacció del Client (ISC)



Any	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
ISC	99,4	103,0	98,7	99,2	101,3	112,5	102,3

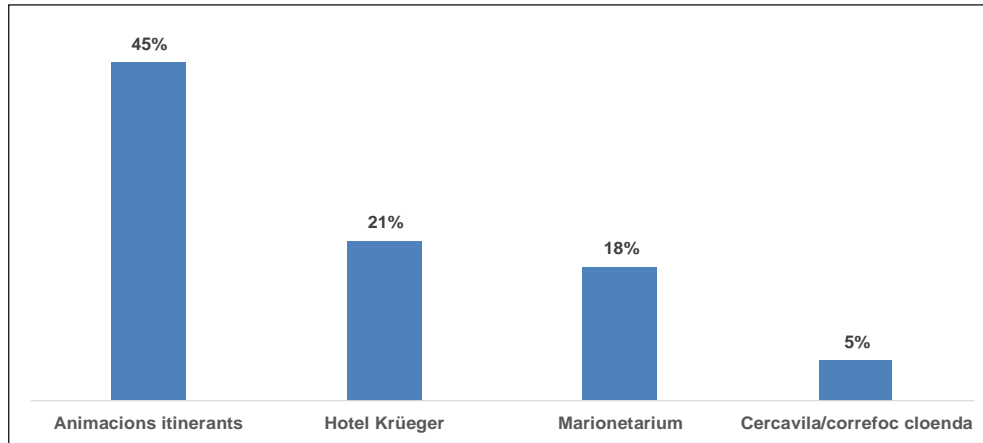
3.7.4. Valoració per ítems



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
L'ATENCIÓ DEL PERSONAL	9,0	8,6	8,7	8,5	8,7	8,7	8,7
SEGURETAT DE LES ATRACCIONS	8,6	8,3	8,3	8,4	8,6	8,5	8,4
PRECISIÓ INFORMACIÓ DEL PERSONAL	8,8	8,3	-	8,2	8,7	8,5	8,5
SEGURETAT DINS EL PARC	8,5	8,3	8,3	8,2	8,4	8,4	8,4
HORARI DEL PARC	7,8	7,8	7,7	7,9	8,1	8,3	7,9
SENYALITZACIÓ DINS EL PARC	8,1	7,7	8,2	8,0	8,4	8,2	8,1
NETEJA DEL RECINTE	8,4	8,1	8,3	8,2	8,5	8,2	8,3
TEMPS ESPERA PER ACCEDIR AL RECINTE	8,3	8,0	7,6	7,5	8,0	8,2	7,9
ESTAT CONSERVACIÓ DEL RECINTE	7,9	7,8	7,9	7,9	8,1	8,0	7,9
MOBILITAT DINS EL PARC	7,3	7,3	7,6	7,4	7,5	7,8	7,5
SENYALITZACIÓ EXTERIOR			7,5	7,6	7,5	7,7	7,6
MITJANS DE TRANSPORT PER ACCEDIR	7,4	7,5	7,6	7,3	7,4	7,5	7,4
QUANTITAT D'ATRACCIONS	6,7	7,3	7,5	7,2	7,4	7,4	7,3
VARIETAT DE LES ATRACCIONS	7,0	7,2	7,5	7,3	7,5	7,4	7,3
ZONES DE DESCANS	7,7	7,8	7,5	7,4	7,1	7,2	7,5
LA QUANTITAT DE LAVABOS			7,6	7,4	7,6	7,2	7,4
BARS I RESTAURANTS	6,7	7,1	7,0	6,9	6,8	7,0	6,9
RELACIÓ QUALITAT/ PREU	6,8	6,7	6,7	6,4	7,1	6,9	6,8
TEMPS ESPERA A LES ATRACCIONS	7,2	6,9	6,6	6,2	6,4	6,7	6,7
NETEJA DELS LAVABOS	7,9	7,8					

3.8. Espectacles al Tibidabo

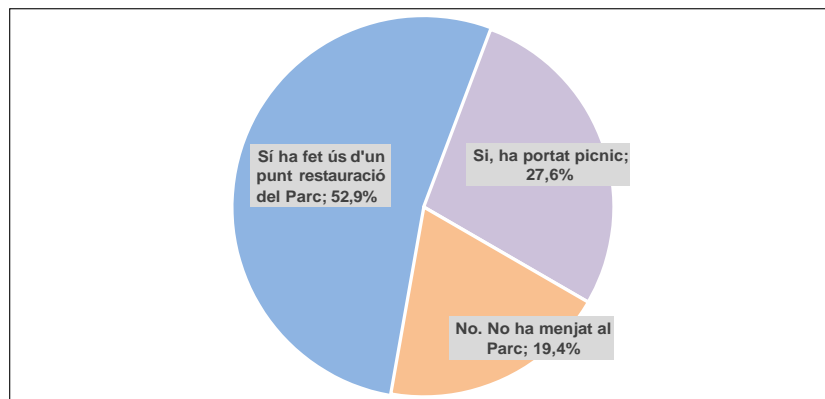
3.8.1. Quin dels següents espectacles ha vist durant la seva estada



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Animacions itinerants</i>	27%	12%	3%	4%	35%	45%	21%
<i>Hotel Krüeger</i>	27%	29%	24%	17%	15%	21%	22%
<i>Marionetarium</i>	16%	20%	24%	7%	12%	18%	16%
<i>Cercavila/correfoc cloenda</i>	2%	3%	10%	0%	3%	5%	4%

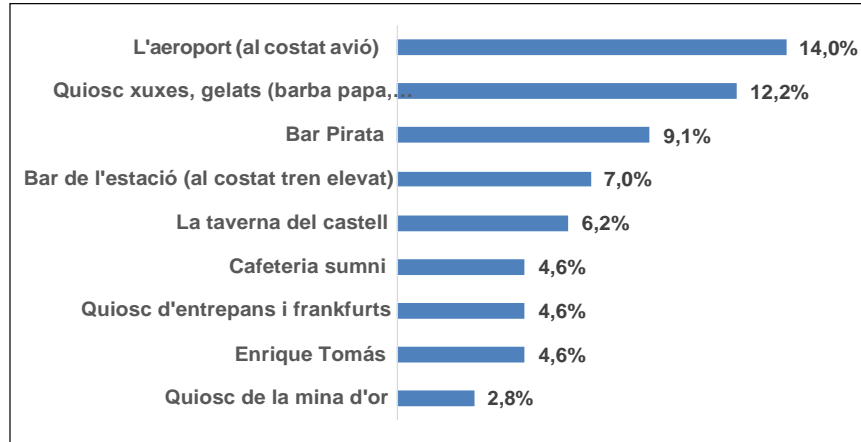
3.9. Restauració al Tibidabo

3.9.1. Ha dinar durant la seva estada al Tibidabo?



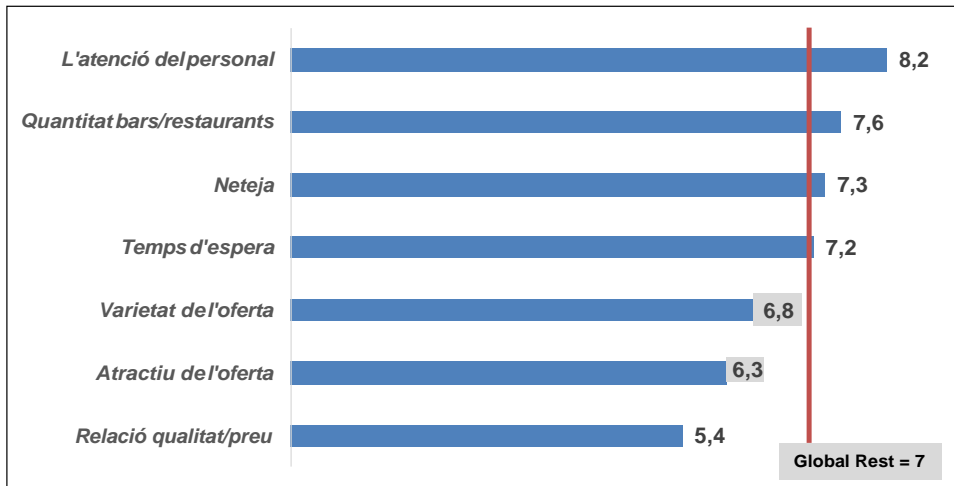
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Si ha fet ús d'un punt restauració del Parc</i>	78,7%	60,2%	55,6%	74,4%	73,2%	52,9%	66%
<i>Si, ha portat picnic</i>	2,3%	24,8%	32,4%	0,0%	9,7%	27,6%	16%
<i>No. No ha menjat al Parc</i>	16,4%	13,7%	11,3%	24,4%	17,1%	19,4%	17%

3.9.2. Ha quin punt de restauració del Tibidabo ha estat?



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>L'aeroport (al costat avió)</i>	21,6%	13,4%	10,5%	4,2%	15,3%	14,0%	13%
<i>Quiosc xuxes, gelats (barba papa, plaça...)</i>	28,7%	14,7%	13,6%	2,8%	15,9%	12,2%	15%
<i>Bar Pirata</i>	14,3%	7,6%	7,0%	3,2%	16,8%	9,1%	10%
<i>Bar de l'estació (al costat tren elevat)</i>	15,1%	8,8%	8,0%	5,1%	7,9%	7,0%	9%
<i>La taverna del castell</i>	10,7%	7,2%	7,1%	0,3%	9,9%	6,2%	7%
<i>Cafeteria sumni</i>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	4,6%	1%
<i>Quiosc d'entrepans i frankfurts</i>						4,6%	5%
<i>Enrique Tomás</i>						4,6%	5%
<i>Quiosc de la mina d'or</i>	3,4%	5,5%	2,5%	0,3%	3,2%	2,8%	3%

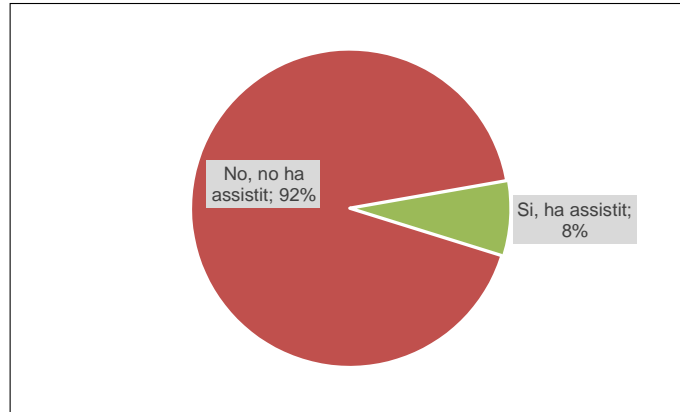
3.9.3. Valoració dels principals aspectes de la restauració al Tibidabo



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>L'atenció del personal</i>	8,1	7,8	8,0	8,0	8,2	8,2	8,1
<i>Quantitat bars/restaurants</i>	7,7	7,3	7,4	7,4	7,6	7,6	7,5
<i>Neteja</i>	7,6	7,3	7,5	7,5	7,7	7,3	7,5
<i>Temps d'espera</i>	7,6	7,4	7,3	7,3	6,7	7,2	7,3
<i>Varietat de l'oferta</i>	7,7	6,9	6,6	6,7	6,7	6,8	6,9
<i>Atractiu de l'oferta</i>	6,1	6,7	6,4	6,4	6,3	6,3	6,4
<i>Relació qualitat/preu</i>	5,4	5,6	5,3	5,5	5,6	5,4	5,4

3.10. Activitats solidaries al Tibidabo

3.10.1. Ha assistit a alguna activitat solidària al Tibidabo?



Si, ha assistit
No, no ha assistit

2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
					8%	8%
					92%	92%

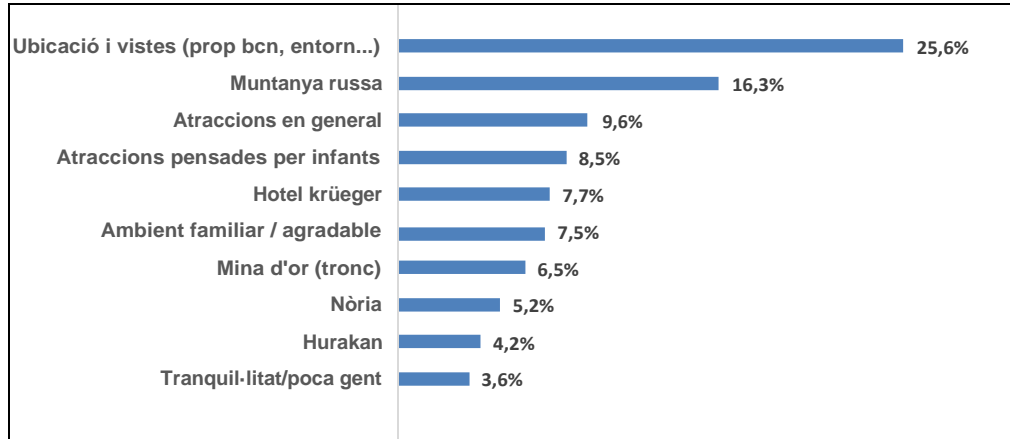
3.10.2. Quina valoració en fa de l'activitat solidària?

Valoració

2017	Promig
8,4	8,4

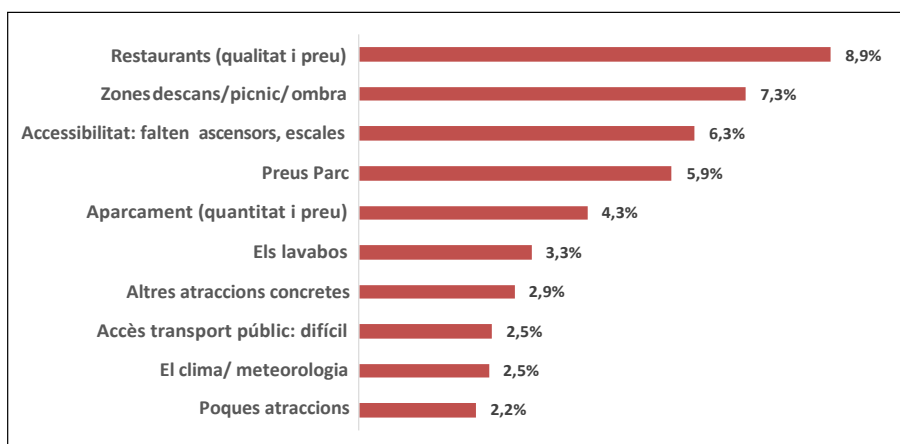
3.11. Preferències dels clients

3.11.1. El què més ha agradat



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Ubicació i vistes (prop bcn, entorn...)</i>	0,6%	1,3%	0,6%	1,3%	2,5%	25,6%	5,3%
<i>Muntanya russa</i>	11,6%	4,0%	4,0%	2,7%	9,6%	16,3%	8,0%
<i>Atraccions en general</i>	0,9%	0,2%	0,2%	0,8%	3,2%	9,6%	2,5%
<i>Atraccions pensades per infants</i>	0,8%	0,6%	0,5%	0,7%	1,2%	8,5%	2,1%
<i>Hotel krüeger</i>	4,6%	1,1%	2,0%	1,9%	2,2%	7,7%	3,3%
<i>Ambient familiar / agradable</i>	1,9%	0,9%	0,1%	1,4%	0,4%	7,5%	2,0%
<i>Mina d'or (tronc)</i>	3,0%	0,6%	1,1%	1,0%	3,7%	6,5%	2,6%
<i>Nòria</i>	1,8%	1,0%	1,3%	0,8%	0,8%	5,2%	1,8%
<i>Hurakan</i>		0,4%	0,2%	0,3%	1,2%	4,2%	1,3%
<i>Tranquil·litat/poca gent</i>	1,4%	0,9%	1,5%	1,7%	0,8%	3,6%	1,6%
<i>Tren</i>	1,0%	0,2%	1,6%	0,4%	0,8%	3,0%	1,2%
<i>Vaixell pirata</i>	1,5%	0,3%	0,3%	0,2%	1,5%	2,7%	1,1%
<i>Dididado (cinema) / 4d</i>	2,2%	0,7%	0,1%	1,2%	1,2%	2,6%	1,4%
<i>Varietat d'atraccions</i>	0,4%	0,7%	0,0%	0,3%	0,1%	2,4%	0,6%
<i>Autos de xoc</i>	1,2%	0,5%	0,8%	0,2%	0,4%	2,1%	0,9%
<i>Magatzem de les bruixes/tren de la bruixa</i>	0,2%	0,6%	2,3%	1,5%	1,3%	2,1%	1,3%
<i>Avió</i>	3,0%	1,5%	0,6%	0,5%	1,2%	1,8%	1,4%
<i>El recinte</i>	1,3%	1,1%	0,8%	1,4%	2,8%	1,7%	1,5%
<i>Encant/atraccions clàssiques</i>	1,3%	0,9%	1,1%	0,4%	0,0%	1,7%	0,9%
<i>Animacions/ espectacles/ jocs</i>	2,5%	0,0%	0,5%	0,3%	0,2%	1,6%	0,8%
<i>Miralls</i>	0,3%	0,1%	0,2%	0,4%	0,2%	1,5%	0,4%
<i>Diabòlo / cadiretes / columpios voladores</i>	2,1%	0,6%	0,7%	1,2%	0,8%	1,3%	1,1%
<i>Personal atent/ amable/ simpàtic</i>	1,2%	0,8%	0,5%	0,8%	0,3%	1,3%	0,8%
<i>Restaurants (qualitat i preu)</i>		0,1%	0,4%	0,2%	0,0%	0,7%	0,3%
<i>Marionetarium</i>	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,2%
<i>Atraccions d'aigua</i>	13,5%	7,3%	6,8%	4,7%	0,0%	0,6%	5,5%
<i>Castell misteriós</i>	3,9%	4,1%	1,8%	1,2%	0,2%	0,4%	1,9%
<i>Neteja</i>	0,3%	0,3%	0,4%	0,8%	0,0%	0,3%	0,4%
<i>Ambient de diversió i joc</i>	1,1%	0,7%	0,5%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%
<i>Tot li agrada, tot positiu</i>	3,5%	4,0%	6,1%	2,6%	0,0%	3,3%	3,3%
<i>Res li agrada, res positiu</i>	3,9%	4,4%	6,9%	3,6%	0,0%	0,3%	3,2%
<i>Ns / nc</i>	0,5%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%

3.11.2. *El que menys ha agradat*



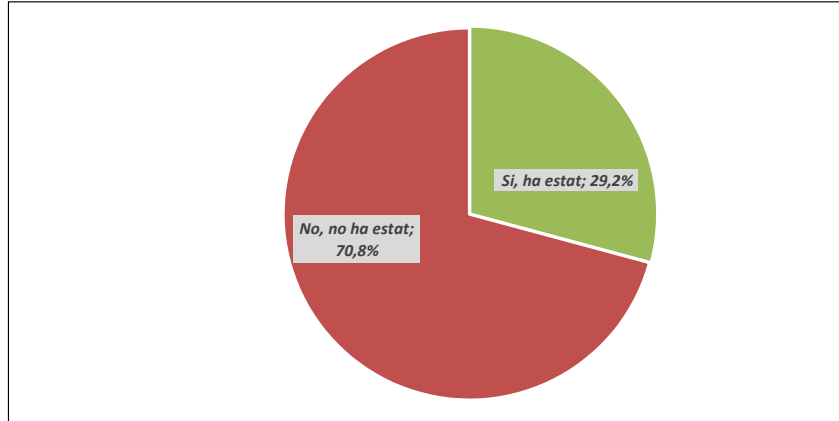
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Restaurants (qualitat i preu)</i>	12,4%	17,9%	18,4%	24,6%	29,9%	8,9%	18,7%
<i>Zones descans/picnic/ombra</i>	15,1%	4,7%	4,5%	2,9%	13,4%	7,3%	8,0%
<i>Accessibilitat: falten ascensors, escales</i>	4,1%	4,7%	3,3%	1,4%	3,8%	6,3%	3,9%
<i>Preus Parc</i>	6,9%	5,9%	5,9%	3,3%	3,8%	5,9%	5,3%
<i>Aparcament (quantitat i preu)</i>	3,2%	1,6%	0,4%	2,8%	3,9%	4,3%	2,7%
<i>Els lavabos</i>	1,3%	1,1%	0,8%	1,4%	2,8%	3,3%	1,8%
<i>Altres atraccions concretes</i>	11,6%	4,0%	4,0%	2,7%	9,6%	2,9%	5,8%
<i>Accés transport públic: difícil</i>	1,1%	0,7%	0,5%	0,7%	0,6%	2,5%	1,0%
<i>El clima/ meteorologia</i>	0,6%	1,3%	0,6%	1,3%	2,5%	2,5%	1,5%
<i>Poques atraccions</i>	3,9%	4,1%	1,8%	1,2%	0,2%	2,2%	2,2%
<i>Nòria</i>	0,2%	0,6%	2,3%	1,5%	1,3%	2,0%	1,3%
<i>Poques atraccions per adults / més fortes</i>	1,2%	0,5%	0,8%	0,2%	0,4%	1,8%	0,8%
<i>Magatzem de les bruixes/tren de la bruixa</i>	0,9%	0,2%	0,2%	0,8%	3,2%	1,4%	1,1%
<i>Talaia</i>	1,0%	0,2%	1,6%	0,4%	0,8%	1,2%	0,9%
<i>Moltes atraccions tancades</i>	1,5%	0,3%	0,3%	0,2%	1,5%	1,2%	0,8%
<i>Senyalització interna / informació / organització</i>	3,4%	9,5%	7,3%	4,5%	3,7%	1,2%	4,9%
<i>Avió</i>	4,6%	1,1%	2,0%	1,9%	2,2%	1,2%	2,2%
<i>Falten Zona fumadors</i>	1,9%	0,9%	0,1%	1,4%	0,4%	1,0%	1,0%
<i>Muntanya russa</i>	0,8%	0,6%	0,5%	0,7%	1,2%	1,0%	0,8%
<i>Atraccions menors 5 anys</i>	3,0%	1,5%	0,6%	0,5%	1,2%	1,0%	1,3%
<i>Vaixell pirata</i>	1,8%	1,0%	1,3%	0,8%	0,8%	0,8%	1,1%
<i>Autos de xoc</i>	2,1%	0,6%	0,7%	1,2%	0,8%	0,7%	1,0%
<i>Antiquat/manca renovació</i>	1,2%	0,8%	0,5%	0,8%	0,3%	0,6%	0,7%
<i>Carrousel / caballitos</i>	2,2%	0,7%	0,1%	1,2%	1,2%	0,4%	1,0%
<i>Animacions / espectacles / jocs (pallassos, músics...)</i>	0,3%	0,1%	0,2%	0,4%	0,2%	0,4%	0,2%
<i>Castell / castell misteriós</i>	3,0%	0,6%	1,1%	1,0%	3,7%	0,3%	1,6%
<i>Hotel krüeger</i>	0,4%	0,7%	0,0%	0,3%	0,1%	0,3%	0,3%
<i>Relatiu a l'horari</i>	1,4%	0,9%	1,5%	1,7%	0,8%	0,3%	1,1%
<i>Estat de les atraccions / manteniment</i>		0,4%	0,2%	0,3%	1,2%	0,2%	0,5%
<i>Diàbolo</i>	2,5%	0,0%	0,5%	0,3%	0,2%	0,2%	0,6%
<i>Pèndol</i>	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%

3.11.3. *El que es troba a faltar*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
<i>Més atraccions</i>	4,5%	5,4%	5,0%	5,3%	4,4%	2,6%	4,5%
<i>Zones descans/picnic</i>	1,2%	2,3%	0,9%	0,9%	3,9%	5,4%	2,4%
<i>Més fonts</i>	2,3%	1,9%	1,9%	2,1%	3,4%	1,5%	2,2%
<i>Restaurants / varietat - qualitat</i>	3,2%	2,9%	4,7%	2,5%	3,3%	4,2%	3,5%
<i>Lavabos i canviadors</i>	0,5%	1,1%	1,3%	0,7%	0,8%	2,4%	1,1%
<i>Animacions / espectacles / jocs (pallassos, músics...)</i>	2,9%	1,2%	1,1%	1,5%	0,7%	1,5%	1,5%
<i>Ascensors/escales/rampes</i>	1,3%	1,6%	2,4%	1,5%	0,7%	1,6%	1,5%
<i>Atraccions per petits</i>	0,2%	1,2%	1,1%	0,6%	0,7%	1,0%	0,8%
<i>Més informació</i>	1,1%	0,7%	1,6%	0,4%	0,7%	0,2%	0,8%
<i>Atraccions d'aigua</i>	0,6%	1,5%	0,5%	1,4%	0,4%	0,3%	0,8%
<i>Aparcament (més i gratuïts)</i>	0,2%	2,7%	2,0%	0,6%	0,3%	1,0%	1,2%

4. COMPARATIVA TIBIDABO V.S. RESTA PARCS ATRACCIONS

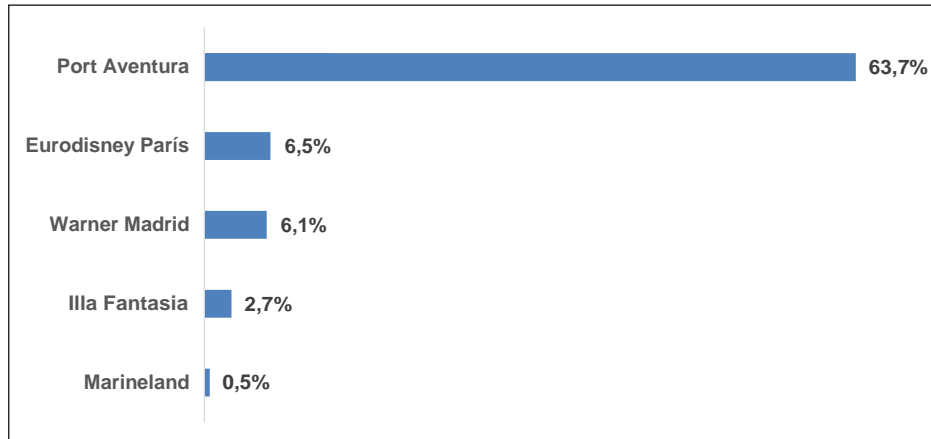
4.1.1. Ha estat a cap altre parc d'atraccions el darrer any



Si, ha estat
No, no ha estat

2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
57,3%	57,3%	57,3%	57,3%	57,3%	29,2%	52,6%
42,7%	42,7%	42,7%	42,7%	42,7%	70,8%	47,4%

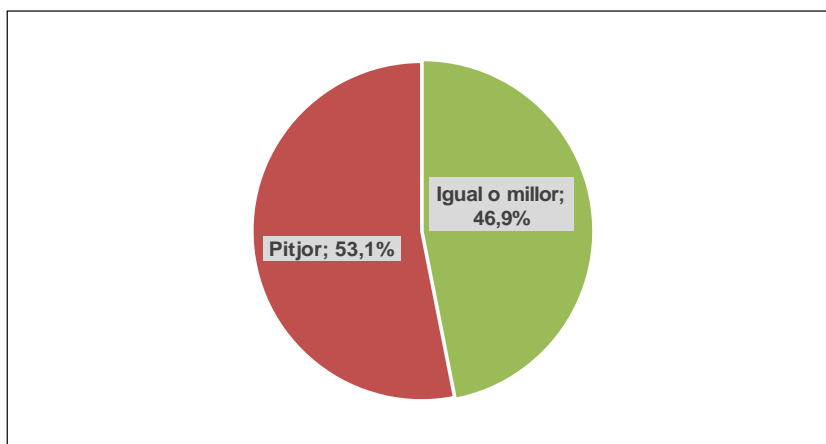
4.1.2. A quin parc d'atraccions ha estat el darrer any?



Port Aventura
Eurodisney París
Warner Madrid
Illa Fantasia
Marineland

2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
67,9%	68,8%	68,7%	64,1%	69,0%	63,7%	67,0%
9,7%	4,3%	9,0%	8,0%	5,3%	6,5%	7,1%
6,2%	4,6%	4,8%	5,2%	3,1%	6,1%	5,0%
14,0%	4,5%	3,0%	5,0%	4,0%	2,7%	5,5%
2,7%	2,6%	1,6%	4,2%	4,8%	0,5%	2,7%

4.1.3. Comparat amb els altres parcs el Tibidabo és?

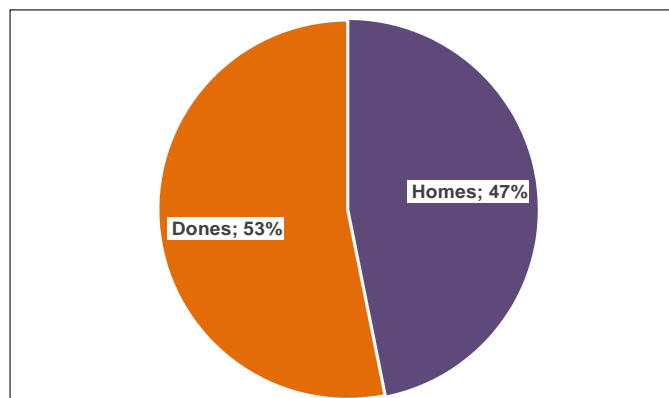


Igual o millor
Pitjor

2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
14,3%	19,5%	13,2%	17,2%	49,0%	46,9%	26,7%
85,7%	80,5%	86,8%	82,8%	51,0%	53,1%	73,3%

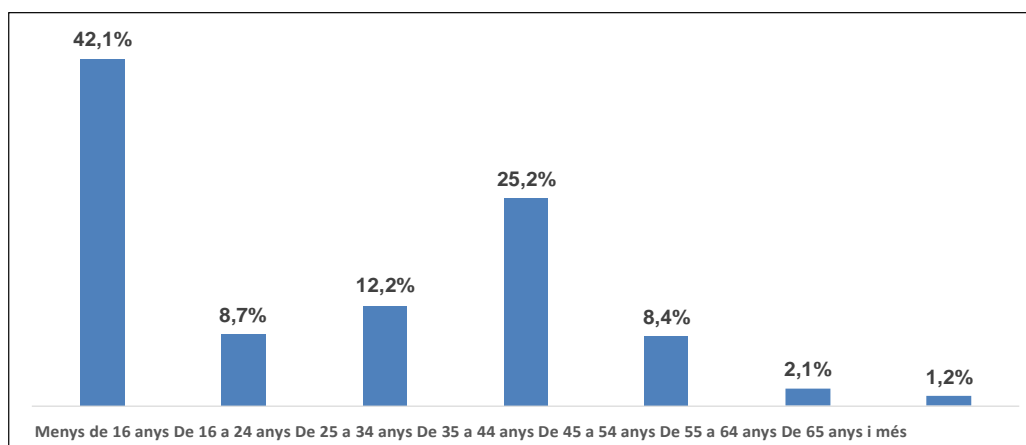
5. CARACTERÍSTIQUES DELS VISITANTS

5.1.1. Gènere dels visitants



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Homes	61%	43%	51%	43%	49%	47%	48,9%
Dones	39%	57%	49%	57%	51%	53%	51,0%

5.1.2. Edat dels visitants

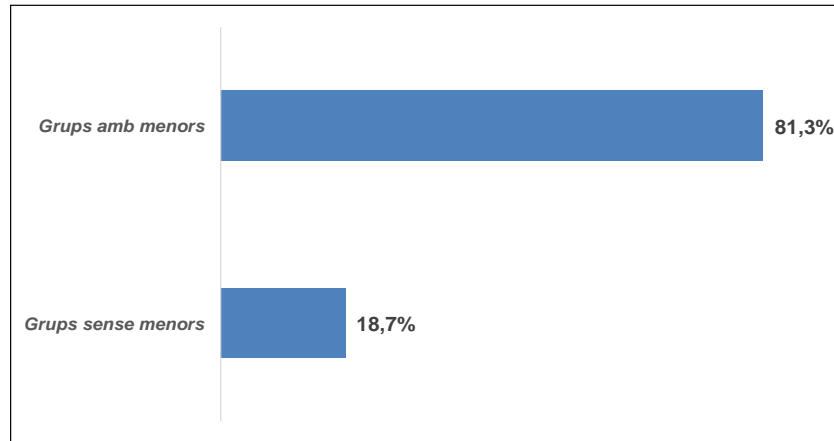


	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Menys de 16 anys	42,2%	48,1%	48,6%	45,4%	42,5%	42,1%	44,8%
De 16 a 24 anys	9,9%	4,5%	5,1%	8,5%	7,6%	8,7%	7,4%
De 25 a 34 anys	11,3%	10,6%	8,5%	8,8%	10,4%	12,2%	10,3%
De 35 a 44 anys	25,2%	28,1%	28,0%	26,4%	27,4%	25,2%	26,7%
De 45 a 54 anys	8,1%	6,4%	7,2%	8,3%	8,5%	8,4%	7,8%
De 55 a 64 anys	2,1%	1,4%	1,6%	1,2%	2,0%	2,1%	1,7%
De 65 anys i més	1,1%	0,8%	0,9%	1,2%	1,8%	1,2%	1,2%

5.1.3. Evolució de l'edat mitjana dels visitants

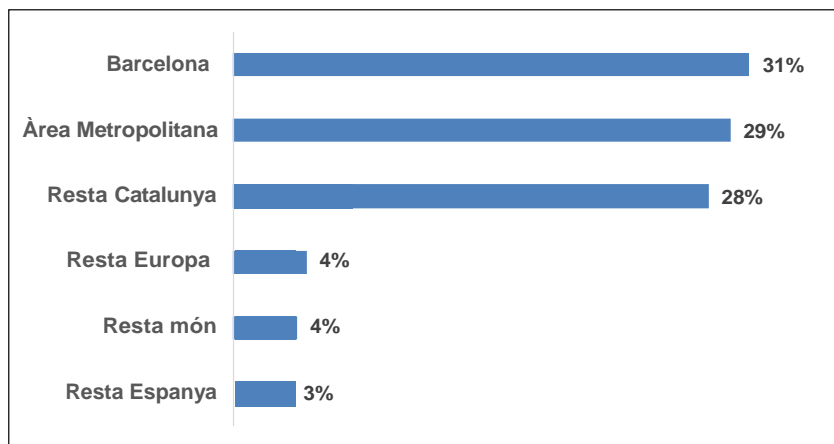
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Edat mitjana	24,8	24,0	24,1	24,4	25,3	25,3	24,7

5.1.4. Presència de menors al grup de la visita



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Grups amb menors	82,7%	94,4%	94,0%	83,3%	86,5%	81,3%	87,0%
Grups sense menors	17,3%	5,6%	6,0%	16,7%	13,5%	18,7%	13,0%

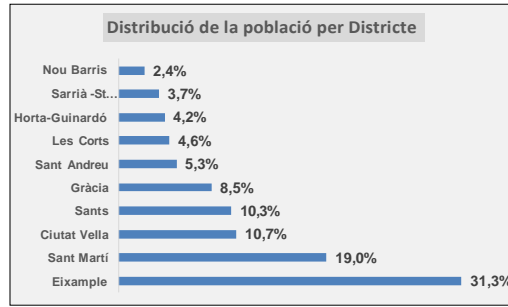
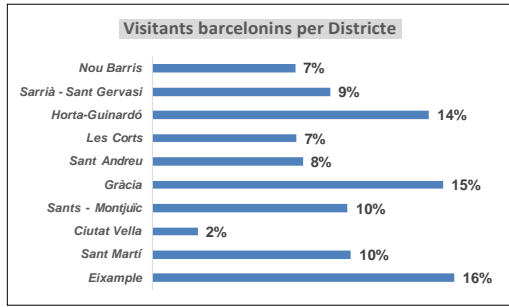
5.1.5. Lloc de residència dels visitants



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Barcelona	28%	25%	31%	30%	30%	31%	29,1%
Àrea Metropolitana	30%	32%	29%	31%	30%	29%	30,0%
Resta Catalunya	34%	37%	34%	30%	30%	28%	32,2%
Resta Europa	1%	2%	1%	3%	3%	4%	2,4%
Resta món	2%	1%	1%	2%	4%	4%	2,4%
Resta Espanya	4%	3%	4%	4%	5%	3%	3,8%

Nota: A la versió inicialment lliurada hi havia un error en les dades històriques corresponent al percentatge de residents a la resta de Catalunya

5.1.6. *Districte de procedència dels visitants barcelonins*



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Eixample	14%	16%	13%	14%	16%	16%	14,8%
Sant Martí	12%	15%	17%	14%	12%	10%	13,4%
Ciutat Vella	2%	3%	3%	4%	5%	2%	3,2%
Sants - Montjuïc	9%	11%	6%	11%	10%	10%	9,5%
Gràcia	7%	4%	7%	9%	9%	15%	8,4%
Sant Andreu	7%	12%	12%	13%	9%	8%	10,0%
Les Corts	6%	6%	7%	6%	4%	7%	5,9%
Horta-Guinardó	15%	17%	15%	12%	13%	14%	14,5%
Sarrià - Sant Gervasi	15%	11%	12%	8%	15%	9%	11,6%
Nou Barris	12%	6%	8%	5%	11%	7%	8,4%
	100%	100%	100%	96%	105%	100%	

5.1.7. *Llengua habitual dels visitants*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Promig
Català	54%	49%	54%	55%	48%	40%	50,0%
Castellà	42%	48%	43%	39%	47%	52%	45,3%
Anglès	1%	1%	0%	2%	0%	3%	1,3%
Francès	1%	1%	0%	1%	0%	1%	0,7%

6. COMENTARIS DELS CLIENTS

Al concloure el formulari, i tot acabant l'entrevista als enquestats se'ls va oferir la possibilitat de que afeixuguin el comentari que consideressin. Tot seguit s'ofereixen els mateixos, que no tenen capacitat per a ser representatius de l'opinió del conjunt dels clients, però poden aportar informació de valor.

Per a major comprensió s'han classificat els comentaris que hi figuren literalment i en l'idioma en el que van ser manifestats.

6.1. Respecte a Atraccions (Generalitats):

- hace falta más personal, y renovar atracciones
- gracias
- petit problema al cinema, han arribat 2 minuts tard i shan esperat, han assegut a la primera fila i quan e cinema estava ple els han avisat que no es movia i els han fet sortir i esperqrse 20 minuts mes, la noia li ha dit que lhavien dhaver preguntat
- les hq gustado mucho el tren 4d
- limpiar mas los wc que huelen mal
- las atracciones son muy infantiles
- una atraccion mas para adultos
- més atraccions per gent jove/ adults
- mes llits elastics per menys de 0,90, ampliar oferta per nens de akcada mes petita
- més espectacles o animacions, com hotel krueger o cinema 3d
- intentar fer mes actuacions i musica per nens
- una mica mes datraccions per mes grans
- mas atracciones adultos y de miedo
- mas ascensores
- hacer piscina y difusores
- poner piscina y diversificar la actividad asociandose con el opencamp
- mes atraccions daigua i muntanya rusa mes gran, sagraeux que es facin inversiones per anar afegint millores al parc cada any o cada 2.
- mas atracciones niños
- mas cosas para niños pequeños
- mas cosas para niños pequeños
- en el 4d gqfas para pequenos porque ae lqs tienen que aguqntqr si no
- mas atracciones niños pequeños y precios bares mas baratos
- alguna atraccio mes per nens de 2 anys.

6.2. Respecte a: Atraccions (millora)

- mes ofertes si es per gent gran que no tenen masses atraccions
- mas atracciones para nuestra edad
- mas atracciones

- renovar atracciones
- mas espectaculos itinerantes
- mejorar vikingos , el trenecito tambien resturakrlo, mas atraciines de 0.3anos, comida sana, saka lego ampliarla,planta kruger i autos un poco desaprovechada,
- mas atracciones
- mas atracciones para mayores, las edades no son equitativas. hay una franja de edad que no tiene muchas opciones. sitios para refrigerarse, mas atracciones de agua, mas promociones, mas fuentes de agua.
- mes animacions, que mantiguin el tema tradicional, que cuidin automats i miralls:-), algo de circ
- faltan atracciones que estan cerradas
- en los autos de choque los cinturones estan agrietados y muy viejos. poner un toldo en la grada de los espectaculo
- mas atracciones fuertes
- castillo misterioso abierto y parking con mejor precio socios
- variar las atracciones
- atracciones mas fuertes
- mejores atracciones
- triguen molt en reparar les atraccions,per exemple al huracan va estar 3 setmanes en arreglarho, els datofons no funcionen sovint als bars. la oferta esta molt be. funicular sols adaptat per una banda, haurien destar els 2
- espectacke de cloenda molt pobre,

6.3. Respecte a: Cues

- muchas colas en el bus lanzadera
- agilidad taquillas
- mes ombra a les cues
- al bus es fan moltes cues, tant per pujar com per baixar. falten zones de picnic.
- informatitzar el sistema de cues
- alleugerir les cues. el model turistic i familiar no conviuen. o es fa més turistic, o es torna al model familiar d'abans.
- no habia muchas colas y han estado bien. faltan zonas para refrescarse, fuentes, agua...
- mas personal en las atracciones para aligerar las colas
- hi ha moltes cues i es fa pesat
- més taquilles i més zones de picnic
- mas taquillas y zonas de picnic mas centrica
- asignar horarios grupos en colas
- han quitado taquillas y zona picnic
- mes taquilles en diferents llocs
- els autobusos a vegades s'omplen de grups i es crea molta espera. s'hauria d'habilitar un transport per grups.
- hi ha molta cua a algunes atraccions
- sompl'e molt rapid el parc i el parkig

6.4. Respecte a: Manteniment

- mas limpiezca labavos
- els miralls estaven bruts. deixen espais buits a les atraccions i per la gent q va sola espodrien omplir i reduir la cua.
- lavabos molt bruts, neteja i restauració dolenta. més lloc al parking.
- hay muchas avispas, contacto fisico en el hotel krueger
- zlimpiar mas los wc
- a veces un poquito mas de limpieza

6.5. Respecte a: Mobilitat interna

- ascensores estropeados y escasos
- adaptar els lavabos per a discapacitats amb cadira de rodes (secamans) i nens. que les coses estiguin a mà.
- mas rampas para sillas de ruedas
- qu2 els ascensors mo piden estar averiats
- mejorar la movilidad y las colas
- el control de entrada deberia estar arriba de la rampa en vez de abajo porque se acumula mucha gente
- c8checitos en los asvensores tendrian que tener menos preferencia que las sillas de ruedas, funicular
- falten ascensors

6.6. respecte a: plana web

- no han puesto en la web que el castillo misterioso esta cerrado
- nivel afluencia web
- troba a faltar a lespai del soci de la web quantes entrades ha gastat, poca info a lespai soci, no li agrada que siguin 2 al juliol i 2 a lagost.
- web tmb no surt la opcio de vall hebron, posar a la web mes visuql el menu
- pagina web, no es matitza quines zones estan obertes, van venir dikluns i estava tancat.
- arreglin el castell misterios, que a la eeb no posa que esta en reformes.

6.7. Respecte a: Preus

- bajad los pre ios
- precios en general
- precios mas bajos
- cuesta acceder al descuento del carnet jove
- students prices
- quees muy caro
- baixar preus
- es caro
- se deberian vincular mas las ofertas entre las atracciones de barcelona. son socios del zoo y podrian pagar un poco mas para todo, tibidabo, zoo, aquarium. estaria bien hacer bonos sociales, ofertas por participar de actividades solidarias, como hace
- han fet descompte per disminucio i això esta molt be

- que regalen mas entradas, mas zonas de sombra, zonas de oicnic mas cercanas
- se tendria que ajustar el precio o hacer mas ofertas en consumiciones
- descuentos residemtes, bajar precios restauracion
- molt car
- que baixin els preus i més atraccions per adults
- hauria dhaver entrada dacompanyant mes economica o a meitat de preu
- passi expres per socis i mws varietat de menjar, a banda
- agua de 1,5 litre barata
- gots reutilitzables: s'han de pagar els gots amb l'iva pero no es poden reutilitzar durant el dia i obliguen a pagarlos per cada consumicio. seria millor pagarlos una sola vegada i aprofitarlos tot el dia, o sino que no cobrin l'iva cada vegada o el
- preus molt cars
- descomptes amb el carnet de super3, mes zones d'ombra, mes fonts d'agua
- passi express i mes zones de picnic
- no agrada que es paguin 4euros a l'atraccio del laser
- baixin preus de kentrada i numero rodo
- bajar el precio del parking
- més barato, és molt car

6.8. Respecte a: Restauració

- bajar precios comidas
- cerveza cara
- mejorar comida restaurante
- mejor precio comida
- mejorar oferta restaurantes y repasar precio calidad
- restaurnts i mes neteja
- mcdonalds y parque para perros
- falta mejor precio en la comida y mas calidad.
- restaurants més econòmic, és molt car.
- bars i restaurants pèssims. millorar la relació qualitat/preu. s'ha de digitalitzar el carnet de soci per poder utilitzar el codi.
- que posin ampollas de agua gran i limpieza dels labavos i cendrers i informar de les atraccions que estigin tancades al comprar la entrada
- el restaurante es malo y el precio es demasiado alto. faltan atracciones para mayores. el parque esta viejo.
- millorar la restauracio, la mobilitat costa i pels ascensors cal esperar molt
- que baixin els preus de la retauracio
- menjar car i dolent
- hay que mejorar la comida, sobretodo el restaurante de la estacion: comida mala, mesas sucias.
- algun restaurant que no sigui de menjar rapud
- ofertas bares
- mas variedad comida
- precios restaurantes mas baratos

- los precios de restauracion son muy caros, faltan zonas de picnic y de descanso, mas bonificaciones para socios, mas plazas de parking y no tan caro, regalos para socios (detalles en navidad...). la atencion del personal es excelente.
- todo esta muy bien excepto el precio de bebidas
- mes cadenes de restaurants conegudes
- a nivell de restauracio, esperavem una carta més de restaurant amb més varietat.
- el menjar es molt car
- preus de consumicions abusius
- menjar amb sense gluten siusplau

6.9. Respecte a: Transport/accés

- han vingut en cotxe fins a finalitzar
- posar més freqüència bus
- que arribi el metro
- més parking
- parking lejos
- he tenido que volver a bajar a barcelona porque el parking estaba lleno
- acceso parking al parque
- obrir parking abans
- més places parking o avisar desde abajo cuando esta lleno
- tema autobus, reserves de grup haurien de danar en serveis especials
- més freqüència del autobus lanzadora
- el transport es un problema si no ets de barcelona. s'hauria d'afegir més parkings i ferho més economic.
- bus llançadora cada 15 minuts i tantes per les atraccions més top
- més busos llançadora
- més transport public i més barat
- la entrada de minusvalidos la usa todo el mundo y solo la tendria que usar las personas discapacitadas y un acompañante
- més places de parking
- aire acondicionado en el autobus
- millorar accessibilitat
- falta parking gratis
- millorar mobilitat i cues
- millorar accés ben transport public, més freqüència autobusos, més parking i més economic
- trencar para entrar al parque
- més parcs per fer fotos en las atraccions

6.10. Respecte a: Zones de Picnic

- més zones de picnic
- no hay zona de picnic es muy pequeña
- més picnics
- més zones de picnic
- més ombres

- picnic mitjor
- zones d'ombre i humedes
- mas mesas zona picnic y arreglar secamanos
- mes zones picnic i zona de fumador per planta
- potser mes zones de picnic
- han tret zones de picnic de dins del parc, ara sha de consumir obligatoriament i hi haurien d'haver mes zones.
- posar toldos, mes picnic, fints i mes ascensors. alguna atraccio mes nova. el tren de la muna ambla renovacii relentitza molt el temps
- moka b3 la nova zona picnic
- mejorar espacios de descanso, añadir mas zonas de sombra y ascensores
- més zones de picnic
- més ombres en algunes atraccions perquè es passa molta calor
- mas zona de picnic y alguna atraccion mas
- mes llocs de picnic, que si el parking e reserva i es paga que es guarci tot el dia,
- mes ombres
- mas zonas de picnic
- mas bancos parq sentarse
- muchas avispas zona picnic
- mas zona picnic
- zona picnic i mes ombres
- mejorar zonas de picnic
- mes areas de picnic lliures amb la zona de abaix
- més arees per fumadors, més coses pels petits
- poques zones de picnic, poques zones de descans

6.11. Respecte a: Altres

- Mas indicaciones desde la ciudad
- Intolerancias alimentarias
- entrada preferents per discapacitat es complicat que etvegin a la sortida
- pulseres per nens
- microondas
- acabar pronto obras
- medidas de niños en atracciones insuficiente
- suelo resbala por la lluvia
- personal amable
- les escombraries de reciclatge son confuses porque no es distingueix bé el color del residu
- ha habido un problema con los tickets i els han intentat enganyar perquè son turistes febles comprar un ticket que no era
- no es pot fumar dins del parc però la gent fuma igualment a les cues de les atraccions i s'hauria de ser més estricte amb aquest tema
- que no se deje fumar dentro en las zonas de no fumadores
- mes indicacions pels fumadors, abaratir els preus de l'entrada i restaurants
- vigilar que se mida bien pq en unas entra y en otras no y la medida exigida es la misma
- monitores a cada atraccio per so vens qmb nens de diferents mides

- los padres deberían poder acompañar a los menores sin poder subir a las atracciones.
- mes espais de fumadors
- poner centralita de cargador mobil i de tablets i mas bancos para sentarse
- mas zonas para bebes
- contraten a más personal, informacion en castellano
- trobava a faltar el parc, que porta molts recors
- que el personal utilitzi el catala sempre
- zones de fumadors molts reduides
- les entrades s'haurien de donar totes juntes al mateix mes (les invitacions per socis)
- que paguin millor als empleats, encara que sigui pujant el preu
- lavavos mas limpios
- posar microones per escalfar menjar
- controlar mes la zona de fumadors, porque hi ha gent amb problemas de salud, hi ha atracciones amb molta cua i o shauria de poder guardar cua, al embuixabruixes shauria danar actualitzant i al 3d canviar el video
- perquè els adults puguem disfrutar també estaria bé un servei de guarderia

7. FITXA TÈCNICA DE L'ESTUDI

- **UNIVERS:** Conjunt de visitants del parc d'atraccions del Tibidabo de 15 anys i més.
- **GRANDÀRIA DE LA MOSTRA:** 893 entrevistes
- **METODOLOGIA:** Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) a les portes d'accés al recinte, un cop finalitzada la visita
- **PROCEDIMENT DE MOSTREIG:** Mostreig polietàpic, estratificat i amb conglomerats. Els estrats es formen amb els mesos de l'any (d'abril a setembre) amb selecció aleatòria de les unitats primàries (dies) i de les últimes (individus).
- **AFIXACIÓ:** Fixa: Vint-i-sis aproximadament per jornada de treball, distribuint aquestes jornades en funció de la previsió d'afluència al Tibidabo

- **PONDERACIÓ:** En funció de les dades d'afluència reals al Tibidabo per a cadascun dels mesos en els que s'ha realitzat l'enquesta.
- **ERROR MOSTRAL:** Per a un nivell de confiança del 95,5% (2sigma), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,5\%$ per al conjunt de la mostra,
- **DATA DE REALITZACIÓ:** Del 9 d'Abril al 11 de Setembre de 2017
- **EMPRESA TREBALL DE CAMP:** INSTITUT OPINÒMETRE



Els continguts d'aquesta publicació estan subjectes a una llicència de **Reconeixement – No comercial – Sense Obra Derivada (by-nc-nd)** amb finalitat no comercial i sense obra derivada. Es permet copiar i redistribuir el material en qualsevol mitjà i format, sempre que no tingui finalitats comercials i no es distribueixi cap obra derivada.

La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca>