



# Perfil i hàbits dels turistes a l'Entorn de Barcelona 2017

**Informe de resultats**



# ÍNDIX

---

- 02 FITXA TÈCNICA
- 04 PRESENTACIÓ
- 05 RESUM DE RESULTATS
- 12 1. PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC
- 19 2. CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA
- 27 3. MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE
- 40 4. PLANIFICACIÓ DEL VIATGE
- 48 5. DESPESA
- 59 6. ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA
- 61 7. EXCURSIONS
- 69 8. VALORACIÓ DEL MUNICIPI
- 72 9. ALTRES TEMES



## FITXA TÈCNICA (1/2)

---

### ÀMBIT

Entorn de Barcelona: Província de Barcelona excloent la comarca del Barcelonès.

Concretament s'han obtingut enquestes de 124 municipis de les 12 comarques que formen l'Entorn de Barcelona.

### UNIVERS

Turistes de 15 anys i més que han pernoctat entre 1 i 28 nits als municipis de referència en els mesos de febrer a desembre de 2017 en qualsevol tipus d'allotjament que no sigui una segona residència o un creuer.

### GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

6.165 entrevistes.

### METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (sistema CAPI).

### PROCEDIMENTS 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

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 2017. En l'estimació d'aquesta ocupació s'ha tingut present l'oferta d'establiments turístics (*Font: Oferta municipal d'establiments turístics 2017, 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*).

### ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95% ( $2\sigma$ ), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 1,9\%$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 6 de febrer al 19 de desembre de 2017.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Instituto DYM.



# FITXA TÈCNICA (2/2)

## PROCEDIMENT DE MOSTREIG

### DISTRIBUCIÓ DE LES ENQUESTES PER PUNT

	% 2017
HOTEL	<b>66,6</b>
CÀMPING	<b>13,3</b>
TURISME RURAL	<b>5,5</b>
PUNTS D'INTERÈS TURÍSTIC	<b>9,2</b>
FORA DEL MUNICIPI	<b>5,5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### DISTRIBUCIÓ SETMANAL DE LES ENQUESTES PER PUNT

%	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	TOTAL
HOTEL	63,1	78,6	83,6	77,8	68,0	48,5	49,5	<b>66,6</b>
CÀMPING	12,1	7,8	5,8	9,8	9,0	24,4	21,8	<b>13,3</b>
TURISME RURAL	1,5	1,7	0,9	2,0	2,5	12,1	15,2	<b>5,5</b>
PUNTS D'INTERÈS TURÍSTIC	15,7	5,0	3,8	6,0	14,5	10,0	9,8	<b>9,2</b>
FORA DEL MUNICIPI	7,6	6,9	5,9	4,4	6,0	5,0	3,6	<b>5,5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### DISTRIBUCIÓ MENSUAL DE LES ENQUESTES PER PUNT

%	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost (*)	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	TOTAL
HOTEL	-	72,7	73,9	59,6	71,0	66,1	63,3	59,3	64,4	72,1	80,5	75,0	<b>66,6</b>
CÀMPING	-	4,1	11,8	13,7	11,8	15,8	17,4	22,4	13,1	7,1	0,0	0,0	<b>13,3</b>
TURISME RURAL	-	4,7	1,4	7,4	4,3	3,5	5,6	5,4	4,5	8,3	8,6	3,3	<b>5,5</b>
PUNTS D'INTERÈS TURÍSTIC	-	4,7	5,7	12,1	8,3	9,9	9,0	9,6	12,1	8,7	3,3	5,8	<b>9,2</b>
FORA DEL MUNICIPI	-	14,0	7,1	7,2	4,5	4,8	4,8	3,3	5,9	3,9	7,6	15,8	<b>5,5</b>
<b>TOTAL</b>	-	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(\*) Nota: A l'agost es van deixar de fer enquestes després de l'atemptat a Les Rambles del dia 17/08/2017. Les enquestes que es van deixar de fer a l'agost es van recuperar els mesos següents, fonamentalment durant el mes de setembre.



# 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.

Al 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 al 2017 i per la zona que anomenarem **Entorn de Barcelona** que compren les marques turístiques Costa Barcelona, Paisatges Barcelona i Pirineus Barcelona. Aquests resultats es comparen amb els obtinguts al 2015 i 2016 sempre que no hagi variat la forma en que s'han recollit les diferents variables.

Aquest informe es divideix en 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), valoració de diferents aspectes dels municipis on s'han allotjat i un apartat final amb temes diversos.

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



5,4

43% NACIONALS

57% ESTRANGERS

## RESUM DE RESULTATS

### PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

Els grans trets del perfil dels turistes de l'Entorn de Barcelona es mantenen similars als dels últims anys, si bé s'aprecien alguns matisos dignes de mencionar. Els homes continuen sent majoria (61,7%) però la presència de dones augmenta lleugerament respecte l'any passat (38,4%). L'edat mitjana es manté pràcticament igual (45,6 anys), tot i reduir-se la presència del perfil d'edat dels 35 als 44 anys (25,4%).

Per altra banda, els turistes vinguts de fora d'Espanya representen el 57% del total, essent la Unió Europea el seu principal lloc de residència (78,4%). Cal destacar en aquest sentit, un retrocés dels visitants procedents d'Amèrica del Nord respecte el 2016 (3,5%).

A la vegada, i tal com passava en els dos anys precedents, la majoria dels visitants té estudis universitaris (51,7%) i treballa per compte d'altri (64,2%). Tanmateix, un 15% treballa per compte propi i un 12,8% està jubilat/da.

### ESTADA MITJANA I TIPUS D'ALLOTJAMENT

L'estada mitjana del conjunt de turistes a l'Entorn de Barcelona durant el 2017 ha estat de 5,4 nits, amb un 37% del conjunt que s'hi ha estat més de 5 nits. Els turistes que s'allotgen més nits són els holandesos (8,6 nits) i els russos (8,3). Les destinacions on el conjunt d'enquestats s'hi estan més són les de costa, com el Maresme i el Garraf (7,0 i 6,6 nits respectivament); més concretament a municipis com Pineda de Mar (9,2), Santa Susanna (7,6), Vilanova i la Geltrú (7,5) o Malgrat de Mar (7,3). Han passat de mitjana més nits els que s'allotgen en càmpings (7,6) o apartaments turístics (7,4) que no els que s'estan en un establiment de turisme rural (3,9).

Els percentatges obtinguts per tipologia d'allotjament depenen principalment de com s'ha dissenyat i finalment distribuït la mostra d'entrevistes. Així, aquest 2017, s'han obtingut menys respostes de gent que s'ha allotjat a hotels (68,4%) i més de visitants que han pernoctat a un càmping (17,1%) o a casa d'amics (4,3%).

Els nord-americans (97,3%) i els que han vingut per motius professionals (95,3%) són els que més s'han decantat per l'hotel. En canvi, els residents a l'Àrea Metropolitana (45,1%) i els dels Països Baixos (34,3%) han preferit més el càmping. Per altra banda, a allotjaments de turisme rural s'hi ha trobat més veïns de Barcelona ciutat (15,8%).

La distribució de les categories dels tres tipus d'allotjament anomenats també depenen dels punts d'enquestació escollits prèviament. Les categories d'hotel més freqüents han estat les de 3 i 4 estrelles (35,0% i 50,8% respectivament), en càmpings ho han estat els de primera i segona (41,5% i 51,2% respectivament) i en turisme rural les masies (53,0%) i les cases de poble compartides (24,4%).



68,5% OCI

17,6% PROFESSIONAL

13,9% PERSONAL / ALTRES

## RESUM DE RESULTATS

### MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

Pràcticament 2 de cada 3 visitants de l'Entorn de Barcelona del 2017 venen per oci (68,5%), mentre que un 17,6% ho fa per motius professionals i un 13,9% personals. Respecte el 2016, disminueix significativament la visita per motiu professional (eren el 25,7%) i, en canvi, augmenta la motivada per motius personals o altres (des del 9,1%).

L'oci és el **motiu** indiscutiblement predominant entre els que pernocten a un càmping (94,6%) i als Pirineus de Barcelona o el Berguedà (94,8%). A la vegada, els visitants de la resta d'Espanya són els que més viatgen per motius professionals (41,3%), de la mateixa manera, que és el motiu per viatjar més habitual dels que s'allotgen al Vallès Occidental (57,8%). En canvi, a l'Alt Penedès ho és més el motivat per temes personals (29,6%).

Per altra banda, mentre **el 52,4% dels entrevistats ha visitat el municipi per primera vegada**, una xifra lleugerament superior a la registrada els últims dos anys, el 46,9% són repetidors. D'aquests, el 31,3% han visitat el municipi, com a mínim, per

quarta vegada. Lògicament, hi ha més repetidors entre els residents a l'Àrea Metropolitana de Barcelona (75%) que en els que viuen a la resta del món (16,6%); També n'hi ha més entre els que s'allotgen en càmping (63,9%) o visiten el Berguedà o els Pirineus (64,2%).

Pel que fa als **acompanyants**, el format més habitual continua sent el viatge en parella (37,2%) o conjuntament amb altres membres de la família (24,0%). Tot i així, cal destacar que del 2015 al 2017 la mitjana de persones que conformen el grup de viatge ha passat de 4,5 persones a 3,8.

El **mitjà de transport** més utilitzat pel conjunt de visitants de l'Entorn de Barcelona continua sent el vehicle privat (46,7%) enfront de l'avió (37,1%), en una proporció similar a la que es donava al 2016. Tot i així, el tipus de mitjà de transport escollit varia molt en funció del lloc de residència des d'on es ve. Així, el 90,7% dels que viuen a l'AMB utilitza el vehicle privat mentre que el 55% dels residents a la resta de la UE i el 84,8% dels de la resta del món fan servir l'avió. També val a dir que un 16,3% dels

residents a la ciutat de Barcelona es desplacen amb tren. El tipus d'allotjament també sembla influenciar en el mitjà de transport doncs els que pernocten a un habitatge de turisme rural (91%) o un càmping (85,5%) es desplacen preferentment en vehicle privat.

Vueling (22,3%) i Ryanair (15,5%) són les companyies aèries que han portat més visitants a l'Entorn de Barcelona.



47,3 €

38,4 €

## RESUM DE RESULTATS

### PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

A l'hora de planificar el viatge, cada any cobra més importància internet com a principal font d'informació, passant del 44,6% el 2015 al 58,7% d'aquest 2017. Els consells d'amics i familiars configura la segona font d'informació (15,7%), tot i que un 16,4% dels visitants reconeix no consultar cap font d'informació a l'hora de planificar la seva estada.

Les plataformes de *tour operators* com *Booking* (40,8%) o *Tripadvisor* (10,7%) són les webs més utilitzades pels visitants, però també consulten cercadors genèrics com *Google* (15,0%) o pàgines per contractar allotjament (8,6%).

Per la majoria dels visitants, el municipi on han pernocat ha estat la seva primera i única opció (63,4%). Tot i així, un 12,9% dubtava en visitar Barcelona ciutat i un 7,6% un municipi de la Costa Brava. Els residents a la resta d'Europa (17,2%) o del món (28,1%) són els que més contemplaven la possibilitat de visitar Barcelona ciutat.

El 72,3 % dels visitants ha contractat el viatge per

compte propi, mentre que prop d'un 10% ho ha fet a través d'un *tour operador* (ja sigui totalment o parcialment). Thomson i TUI són els *tour operators* més recurrents (9,8% i 5,7%, respectivament).

Els turistes de Gran Bretanya (29,2%), Rússia (24,4%) i Països Baixos (22,8%) es decanten més per la contractació a través de *tour operators*, així com els que tenen entre 15 i 17 anys (27,3%) i els que tenen com a destinació El Maresme (23,9%).

Al mateix temps, a un 13,3% els hi contracta l'empresa, opció molt estesa, òbviament, entre els que viatgen per motius professionals (66,8%).

El moment que cada viatger o grup de viatgers contracta el viatge varia molt. Així, mentre un 21,1% ho va fer just la setmana anterior i un 8,2% el mateix dia; un 20,1% va anticipar-se més de 3 mesos. Es detecta, això sí, un sensible augment de les persones que planifiquen amb més antelació aquesta compra, doncs els que ho fan com a mínim un mes abans han passat de ser el 26% al 2015, al 36,8% enguany.

### DESPESA

La mitjana del cost del **transport** d'anada i tornada fins el lloc de destinació és de 243,9 €, essent molt més elevat si principalment s'ha vingut amb avió (331,5€) que amb autocar (96€) o tren (94€). Els que s'han gastat més diners en el desplaçament han estat els nord-americans (1.158,7 €) o els de la resta del món (1.114,9€), mentre que els residents a l'AMB i Barcelona ciutat són els que declaren menys despesa per aquest concepte (12,1€ i 10,6€, respectivament).

El preu mitjà del transport ha augmentat un 10% respecte l'any passat i un 16% respecte el 2015.

En canvi, la despesa en **allotjament** per persona i dia es manté molt similar a la de l'any passat (47,3€ vs 48,0€). Els preus més elevats són els dels Habitatges d'ús Turístic (74,9€) i els d'hotels (62,8€), i els més econòmics els dels càmpings (19,3€).





18,5%

DELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA  
HAN FET UNA EXCURSIÓ A BARCELONA CIUTAT

7,3%

DELS TURISTES DE BARCELONA CIUTAT HAN FET  
UNA EXCURSIÓ A LA DESTINACIÓ BARCELONA

## RESUM DE RESULTATS

Els turistes que més gasten en allotjament són els nord-americans (79,0€) i els que estan al municipi per motius professionals (77,5€). Sant Cugat del Vallès és el municipi on és més alta la mitjana de cost per pernoctació (90,2€).

La mitjana del cost del paquet turístic entre els que han contractat el seu viatge a un tour operador és de 724,1€, cosa que representa un increment del 27% respecte l'any passat, tot i que cal tenir en compte que aquesta dada es construeix amb una base d'anàlisi més baixa i per aquest motiu té més volatilitat entre els diferents anys d'estudi.

La despesa en destinació per persona es manté en paràmetres molt similars als de l'any passat (171,2€), però retrocedeix lleugerament si es relativitza per dia (38,4€ vs 42,0€).

De nou, els nord-americans són els que més gasten durant la seva estada (70,7€ per persona i dia), i els municipis on es fa més despesa relativa són Sant Cugat del Vallès (83,8€) i Sitges (64,5€).

El menjar i beguda continua sent l'aspecte en el que més gasten els turistes durant la seva estada (107,5€), molt més que en compres (37,3€),

transport intern (13,6€) i entreteniment (11,5€). Aquesta distribució de la despesa es manté força estable al llarg d'aquest període de tres anys.

En conjunt, la mitjana de la despesa total és de 633,2€ per cada visitant, la qual cosa representa un increment del 8,2% respecte el 2016 i del 13,8% el 2015. El transport (38,5%) i l'allotjament (34,5%) són les partides que més condicionen aquest cost, molt per damunt de la despesa que es fa en destinació (27,0%). Aquesta distribució per partides es manté similar als dos anys anteriors.

### ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA

Un 83,2% dels visitants aprofita la seva estada per fer passejades tranquil·les i relaxar-se, mentre que un 76,1% per menjar a restaurants.

A part, un 50,8% dels visitants va a la platja, un 45,7% realitza compres i un 40,2% gaudeix de la piscina del lloc d'allotjament.

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

### EXCURSIONS

Un 32,5% dels turistes de l'Entorn de Barcelona han visitat algun altre municipi durant la seva estada. El 18,5% ha visitat la ciutat de Barcelona i un 15,6% altres destinacions de la província. A la vegada, un 30,7% tenen pensat fer alguna excursió, la principal destinació de les quals és també la ciutat de Barcelona (19,3%) i després altres municipis de l'Entorn (11%).

Per la seva banda, el 8,5% dels turistes a Barcelona ciutat han fet alguna excursió, el 7,3% dels quals dins de la província. Tanmateix, el 7,1% farà alguna visita fora de la capital, el 5,9% a la Destinació Barcelona.



8,2

RECOMANARIA EL MUNICIPI  
(SEGUR + PROBABLEMENT):

81,6%

## RESUM DE RESULTATS

Tan si pernocten a l'Entorn com a Barcelona ciutat, els més proclius a fer excursions són els que s'allotgen a casa d'amics o familiars (74,5% dels de l'Entorn i un 13,6% dels de la ciutat) i els russos (64,2% i 12,1%).

La majoria d'aquestes excursions, però, es van fer lliurement, sense contractar cap servei. En el cas dels visitants de l'Entorn, només el 7,2% l'ha contractat directament al fer l'activitat, mentre que en el cas dels de Barcelona ciutat, són el 9,7%.

Per fer excursions a altres municipis de la província, el 36,7% dels turistes de l'Entorn de Barcelona ha utilitzat el cotxe privat i el 25,7%, el tren. Quan aquesta excursió ha estat a Barcelona ciutat, n'hi hagut més que han utilitzat el tren de rodalies (39,9%) que no pas el cotxe (21,3%) i, a més, un 11,7% ha utilitzat l'autobús.

Les excursions fetes dins de la província han suposat de mitjana una despesa de 82,4€ per persona. En canvi, quan l'excursió ha estat per anar a la ciutat de Barcelona suposa una despesa mitjana de 123€ -també per persona-. En aquest

cas, les dues principals partides d'aquesta despesa són el menjar i beure (36,2%) i les compres (33,8%).

Les opinions sobre les excursions realitzades són, en general, molt positives. Així, el 64,2% de les excursions fetes a la província de Barcelona es valora molt bé i el 30,9%, bé; mentre que el 70,1% de les excursions a Barcelona ciutat es valoren molt bé i el 26,4%, bé.

### VALORACIÓ DEL MUNICIPI

Tots els aspectes del lloc de destinació valorats pels visitants obtenen una puntuació mitjana molt positiva, tal i com ha succeït en els últims anys.

El caràcter i l'amabilitat de la gent és l'aspecte que més ha agradat als turistes (8,5 en una escala de 0 a 10), seguit de l'entorn natural i la seguretat ciutadana (8,4, en ambdós casos). En el cas de l'entorn natural es detecta una millora de la satisfacció respecte altres anys.

Per altra banda, els aspectes valorats de manera menys entusiasta són l'oferta d'aparcament (7,3) i la qualitat de la connexió a internet (7,4). Tot i que

és habitual que aquests dos aspectes siguin més controvertits, es detecta una millor percepció sobre la qualitat de la connexió a internet respecte els últims dos anys.

La satisfacció es reflecteix tan en la valoració general del municipi -que se situa un any més en 8,2 punts-, com en el fet que un 81,6% dels entrevistats declari que recomanaria la visita al municipi de destinació.



79,7%

TURISTES QUE S'HAN CONNECTAT AL WIFI  
GRATUÏT DE L'ALLOTJAMENT:

74,1%

## RESUM DE RESULTATS

---

### ALTRES TEMES

En general, es dona un important increment de l'ús dels diferents dispositius i serveis de connexió a internet durant l'estada a l'Entorn de Barcelona. El cas més paradigmàtic és el de l'smartphone que si en aquest 2017 ha estat utilitzat pel 79,7% dels turistes, ho havia estat pel 70,5% al 2016 i pel 55,3% al 2015. A la vegada, un 27,8% ha utilitzat la tablet i el 19,9% l'ordinador portàtil –menys utilitzat que l'any 2016-.

Tot plegat fa que la proporció de turistes que no ha fet ús de cap dispositiu d'accés a internet hagi baixat fins el 16,6% quan al 2015 era el 32,7%.

Per altra banda, pràcticament 3 de cada 4 visitants ha aprofitat el servei de WIFI de l'allotjament (74,1%), mentre que el 67,8% s'ha connectat a internet via el telèfon mòbil, el 20,6% s'ha connectat al WIFI gratuït d'altres establiments i el 6,6% a algun servei gratuït pel carrer. Només el 7,6% dels turistes no ha fet ús de cap dels serveis de connexió a la xarxa disponibles durant la visita.



## SIGLES

**B**

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

**N**

**Número de respostes.** 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 100):**

*Cal tenir en compte que els resultats amb menys de 100 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 niell qualitatiu.*



# 01

## Perfil sociodemogràfic



## SEXE EVOLUCIÓ

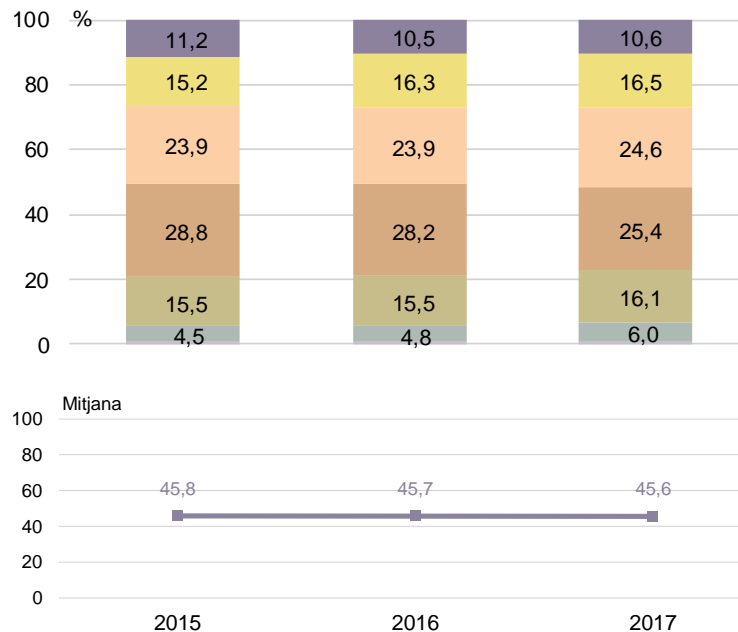
## PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC





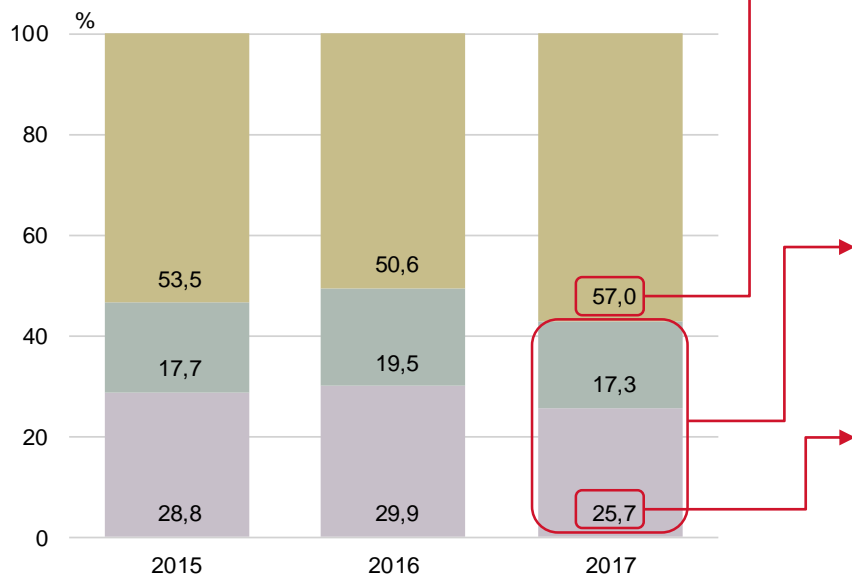
## EDAT EVOLUCIÓ

## PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC





## LLOC DE RESIDÈNCIA EVOLUCIÓ



## PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

AGRUPACIÓ DE PAÏSOS	2015	2016	2017
RESTA UE	80,4	78,1	78,4
RESTA D'EUROPA	6,7	3,7	6,7
AMÈRICA DEL NORD	3,5	5,4	3,5
AMÈRICA CENTRAL I DEL SUD	4,4	6,4	6,3
ÀFRICA	0,9	1,8	0,8
ÀSIA + PRÒXIM ORIENT	3,6	3,8	3,9
AUSTRÀLIA + OCEANIA	0,5	0,8	0,5
N	(1761)	(2546)	(3157)
PROVÍNCIES	2015	2016	2017
BARCELONA	55,7	53,2	51,1
MADRID	9,0	11,4	10,3
RESTA ESP	35,2	35,4	38,6
N	(2096)	(2330)	(3008)
COMARQUES	2015	2016	2017
BARCELONÈS	41,8	42,8	35,6
BAIX LLOBREGAT	13,5	13,5	15,0
VALLÈS OCCIDENTAL	14,6	14,3	13,3
VALLÈS ORIENTAL	7,0	4,3	6,3
MARESME	4,9	5,8	5,8
RESTA CAT	18,2	19,3	24,0
N	(1466)	(1493)	(1724)

F1 Em podria dir on resideix habitualment?

N 6165

■ Catalunya  
■ Resta d'Espanya  
■ Fora d'Espanya

Nota: En comarques i províncies, citacions amb percentatges iguals o superiors a 5% al 2017.

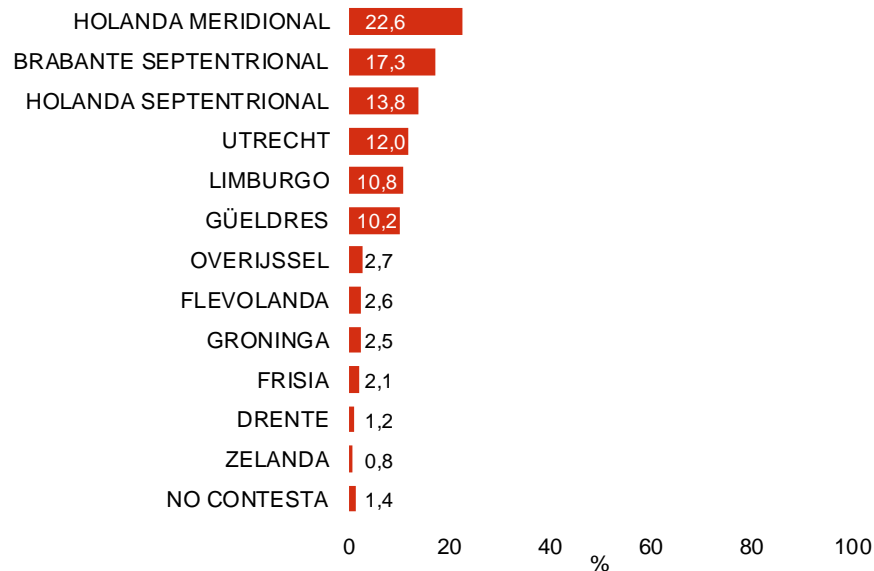




## REGIÓ PAÏSOS BAIXOS

DADES 2017

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC



Q4 A quina regió dels Països Baixos resideix?

B Resideix als Països Baixos  
N 280

■ 2017



## NACIONALITAT EVOLUCIÓ

## PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

	2015	2016	2017
ESPANYA	45,9	48,2	42,1
FRANÇA	9,6	10,5	12,0
GRAN BRETANYA	10,1	9,3	9,6
PAÏSOS BAIXOS	5,5	3,5	5,3
ALEMANYA	3,6	4,1	5,1
ITÀLIA	3,5	3,7	3,2
BÈLGICA	2,4	2,6	2,3
RÚSSIA	2,1	0,7	1,4
RESTA DEL MÓN	21,5	18,8	21,8
N	(3857)	(4359)	(6165)

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% al 2017 (+Rússia).

Q3 Quina és la seva nacionalitat?

N 6165  
R Espontània

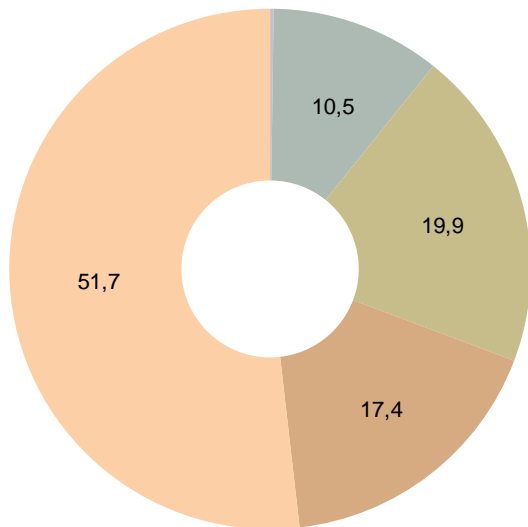


# NIVELL D'ESTUDIS I SITUACIÓ LABORAL

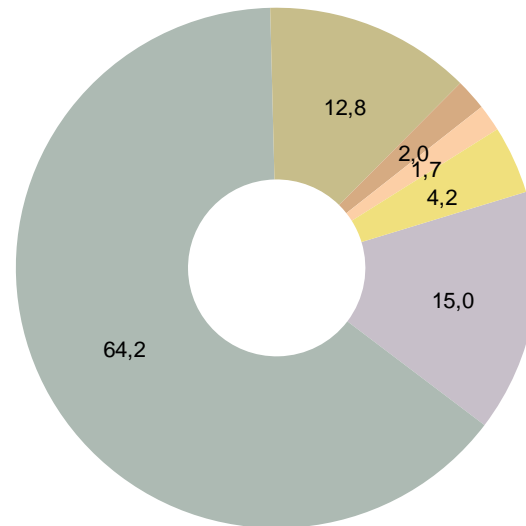
DADES 2017

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

NIVELL D'ESTUDIS



SITUACIÓ LABORAL



Z1 Quin és el seu nivell d'estudis acabats? N 6165  
Z2 Actualment, quina és la seva situació laboral?

**NIVELL D'ESTUDIS**  
 Obligatoris no finalitzats    Sec. Professionals  
 Obligatoris    Universitaris  
 Sec. Generals    NS/NC

**SITUACIÓ LABORAL**  
 Treb. compte propi    Aturat/ada, busca feina    NS/NC  
 Treb. compte d'altri    Tasques de la llar  
 Jubilat/ada o pensionista    Estudiant



# 02

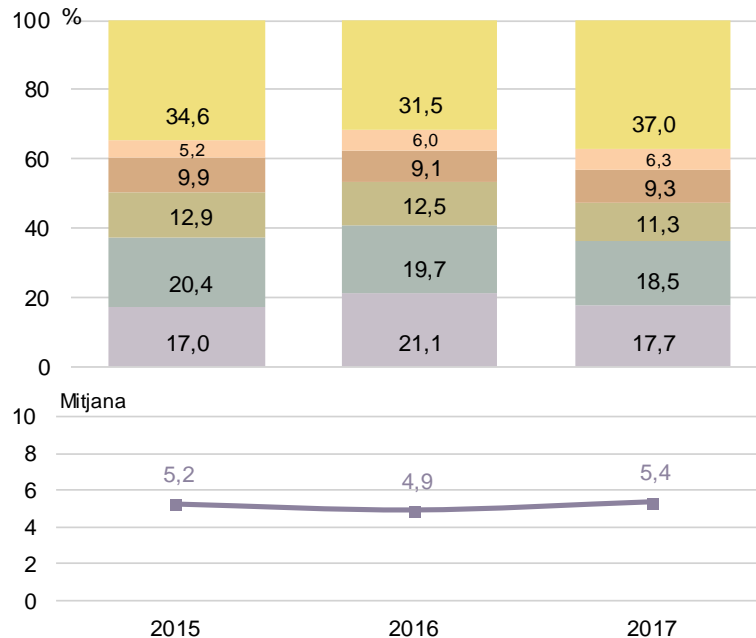
## Característiques de l'estada



## DURADA DE L'ESTADA (NOMBRE DE NITS)

### EVOLUCIÓ

### CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA



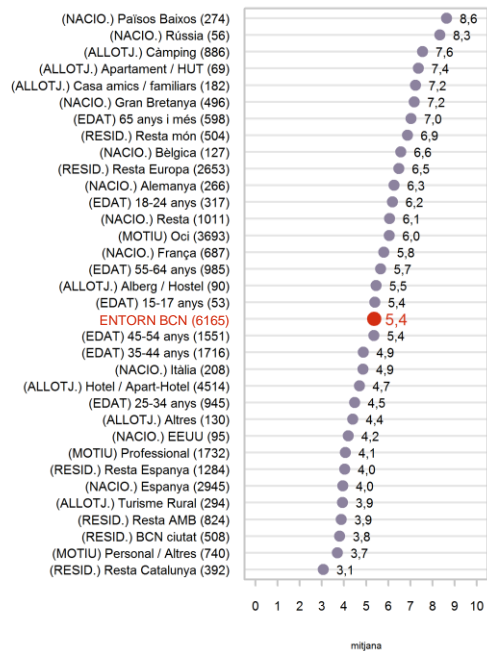


# DURADA DE L'ESTADA (NOMBRE DE NITS)

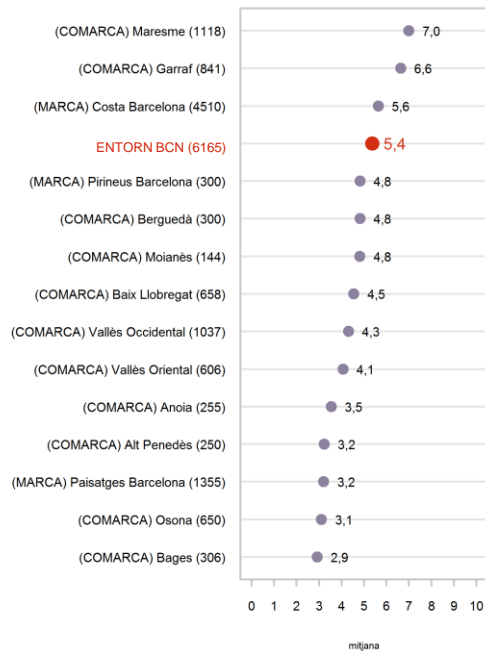
## ANÀLISI DE PERFIL: MITJANA 2017

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

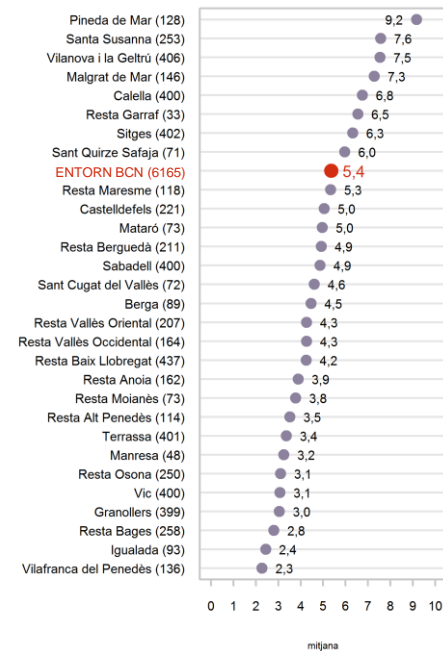
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



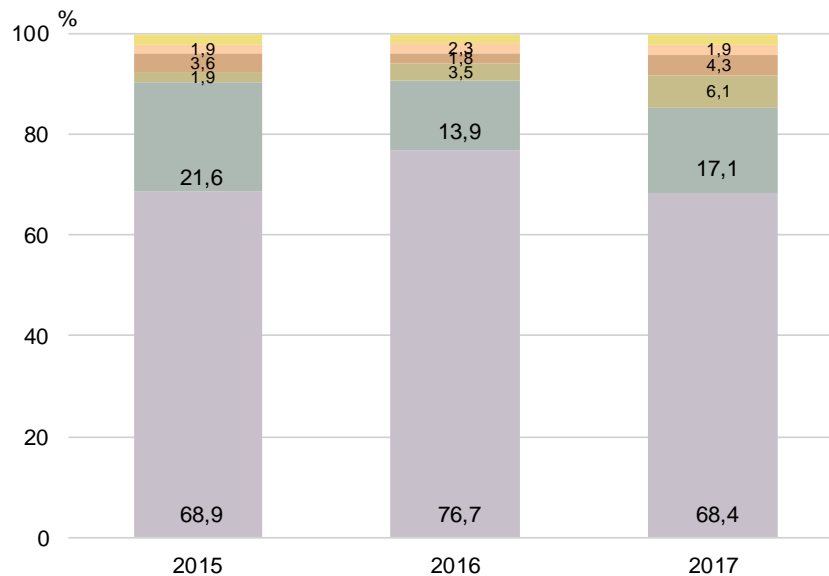
### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





## ALLOTJAMENT EVOLUCIÓ

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA



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

F4 Em podria dir on està allotjat?

N 6165

Hotel / Apart-Hotel

Càmping

Casa d'amics, familiars

Turisme Rural

Apartament Turístic / HUT

Altres

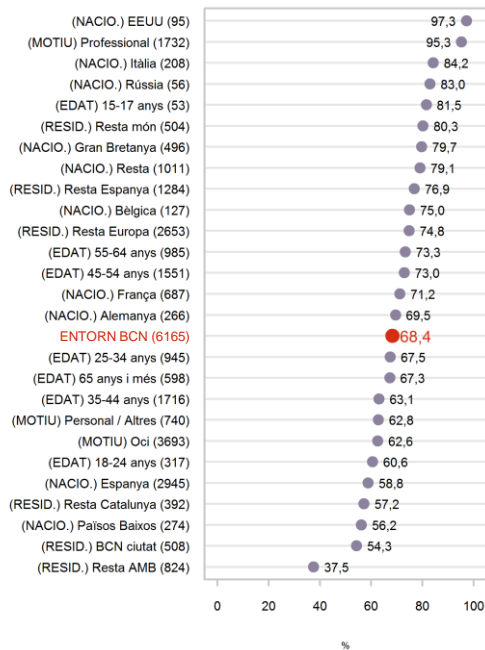


# ALLOTJAMENT

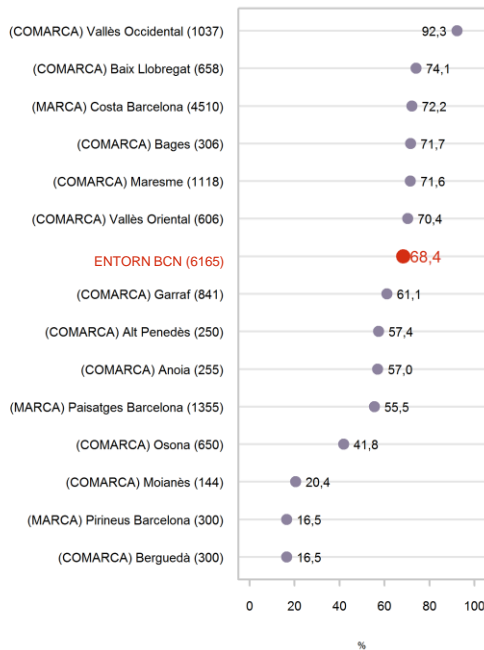
## ANÀLISI DE PERFIL: HOTEL

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

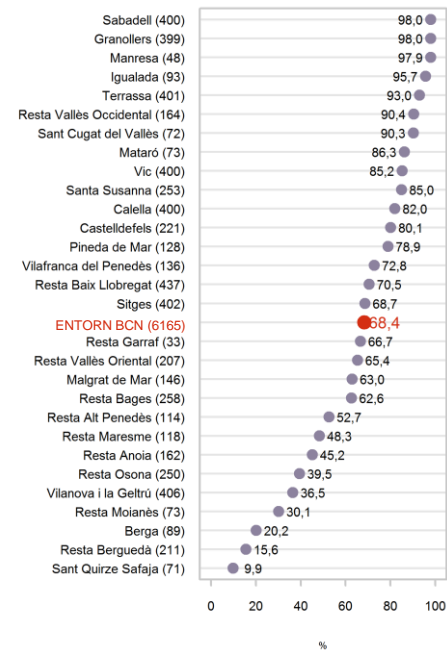
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





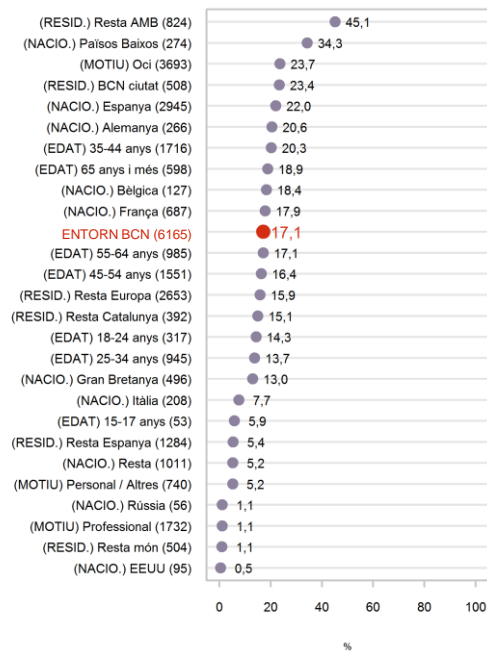


# ALLOTJAMENT

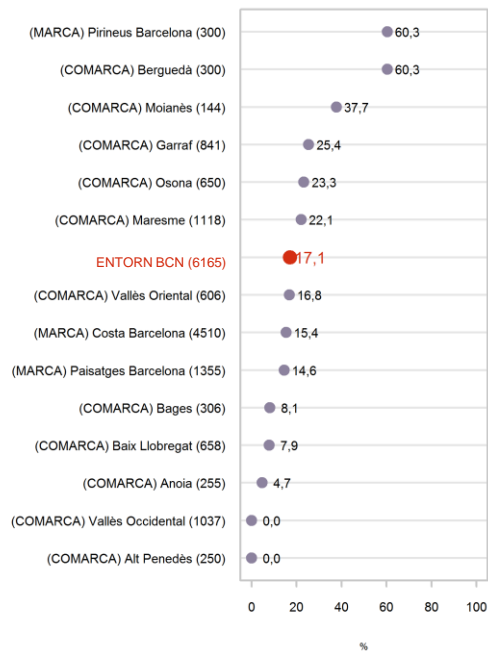
## ANÀLISI DE PERFIL: CÀMPING

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

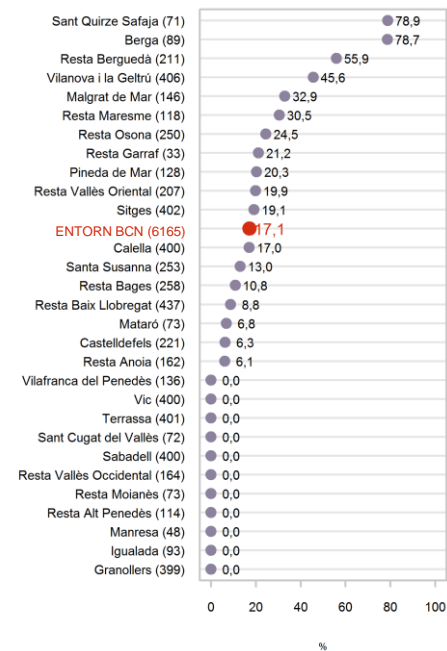
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



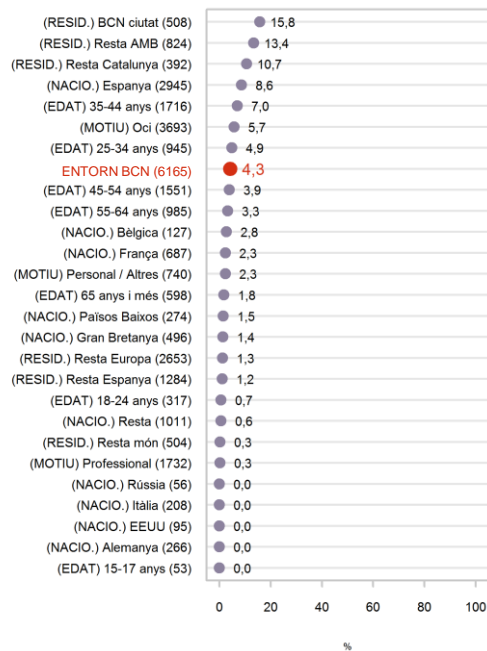


# ALLOTJAMENT

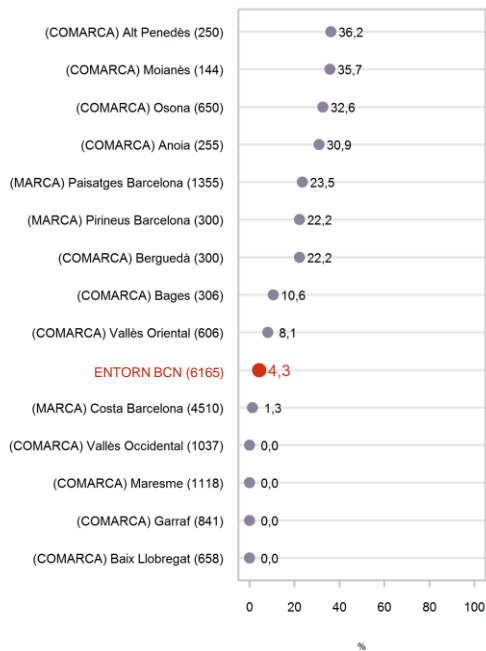
## ANÀLISI DE PERFIL: TURISME RURAL

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

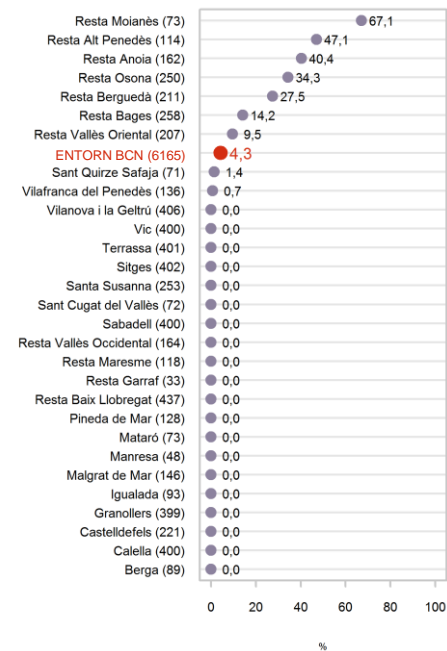
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





## CATEGORIA DE L'ALLOTJAMENT EVOLUCIÓ

## CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

HOTEL	2015	2016	2017
5 ESTRELLES – GRAN LUXE	0,3	0,3	0,4
4 ESTRELLES	51,0	52,7	50,8
3 ESTRELLES	37,5	34,4	35,0
1 o 2 ESTRELLES	11,1	12,5	13,9
NS/NC	0,1	0,0	0,0
N	(2516)	(3293)	(4514)

CAMPING	2015	2016	2017
DE LUXE	0,5	0,9	0,0
PRIMERA	42,5	39,8	41,5
SEGONA	48,1	51,4	51,2
TERCERA	8,9	7,9	6,2
NS/NC	0,0	0,0	1,1
N	(821)	(553)	(886)

TURISME RURAL	2015	2016	2017
CASA DE POBLE COMPARTIDA	13,5	27,6	24,4
CASA DE POBLE INDEPENDENT	48,4	3,6	7,4
MASIA	28,3	64,6	53,0
MASOVERIA	9,8	4,2	15,3
NS/NC	0,0	0,0	0,0
N	(260)	(80)	(294)



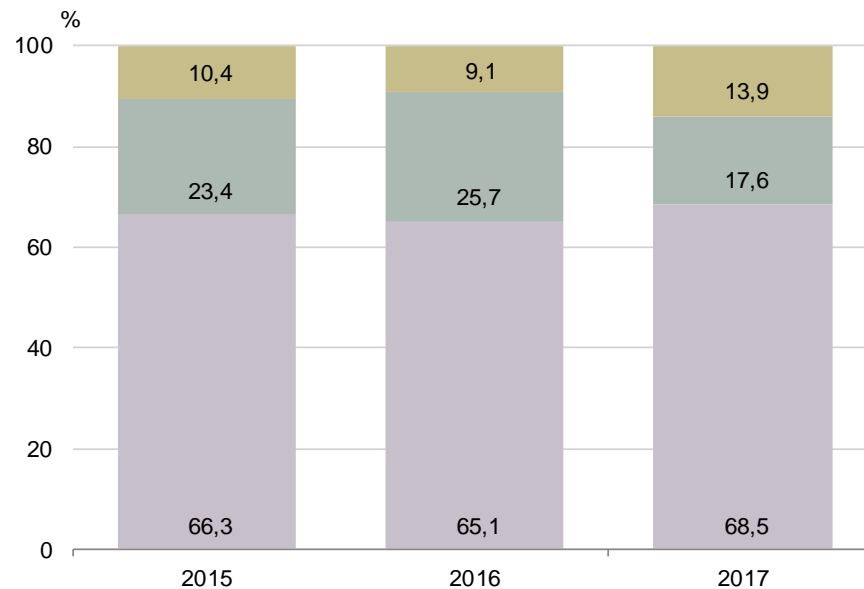
# 03

## Motiu i característiques del viatge



## MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE EVOLUCIÓ

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



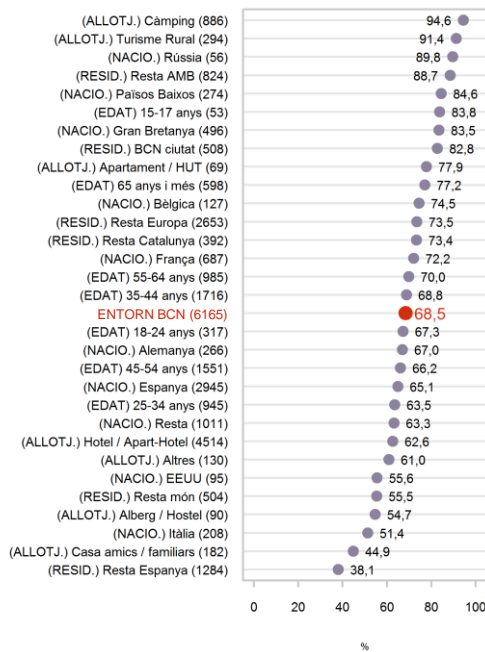


# MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE

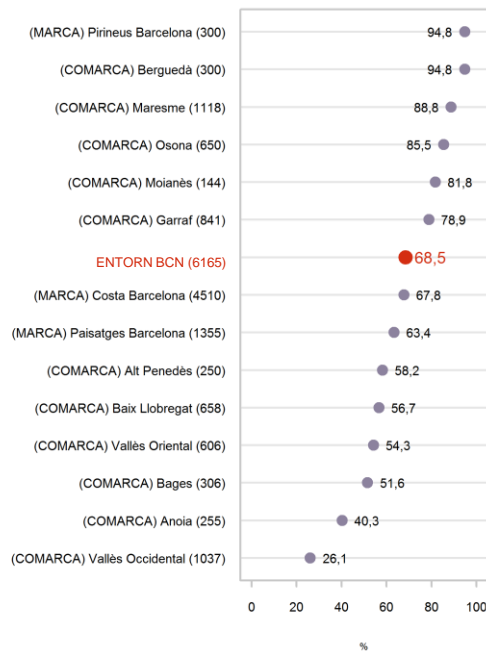
## ANÀLISI DE PERFIL: VACANCES / OCI

# MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

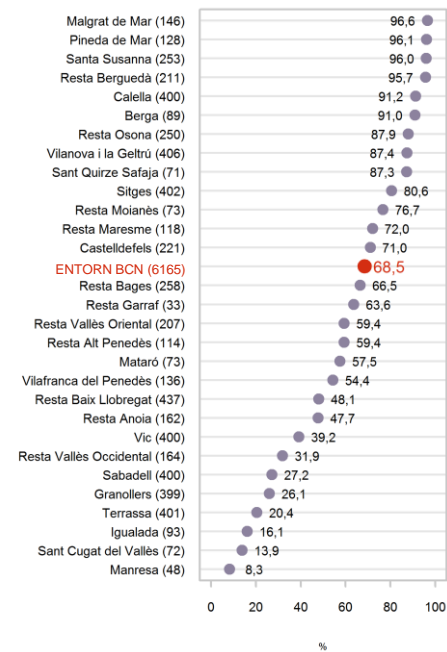
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



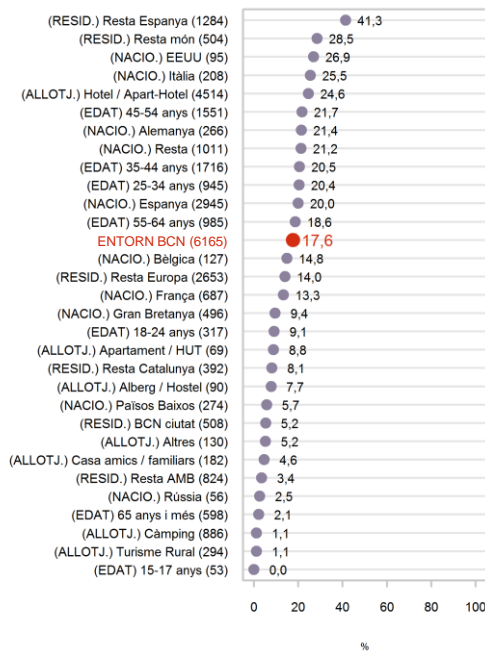


## MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE

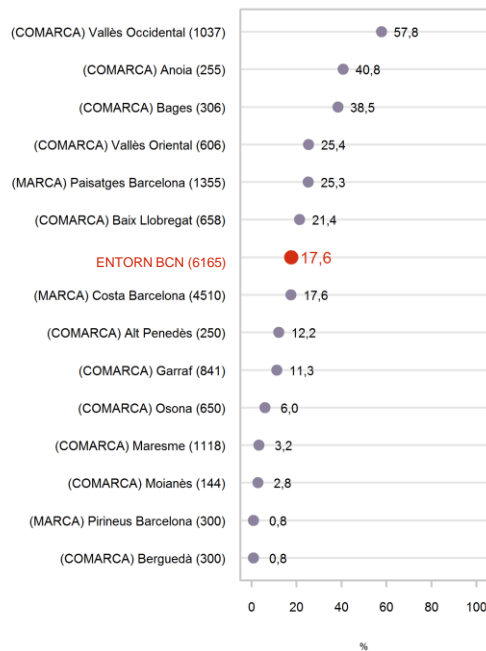
### ANÀLISI DE PERFIL: PROFESSIONAL

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

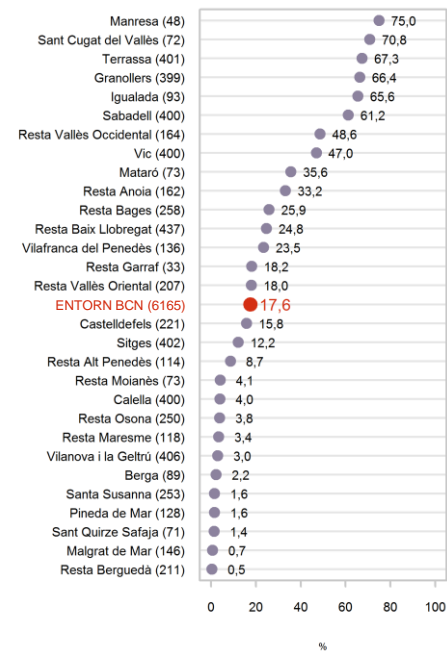
#### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



#### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



#### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



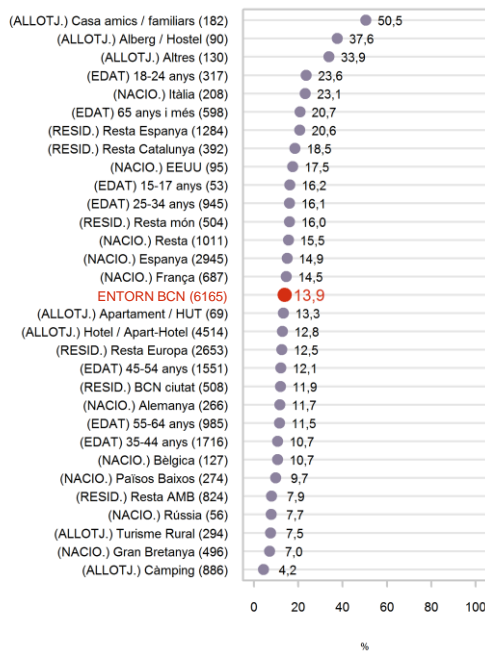


# MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE

## ANÀLISI DE PERFIL: PERSONAL / ALTRES

# MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

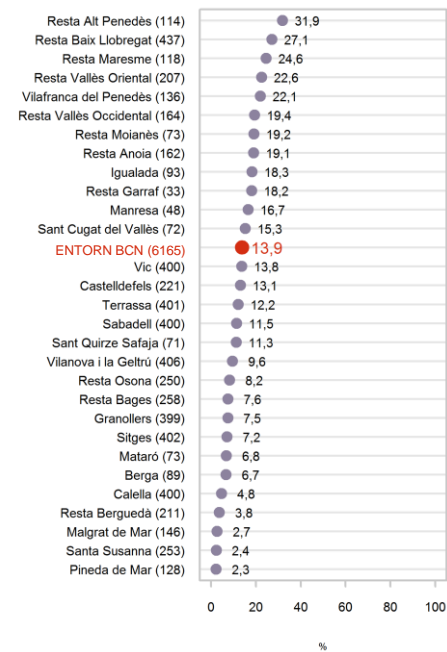
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ







## MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE (DETALL) EVOLUCIÓ

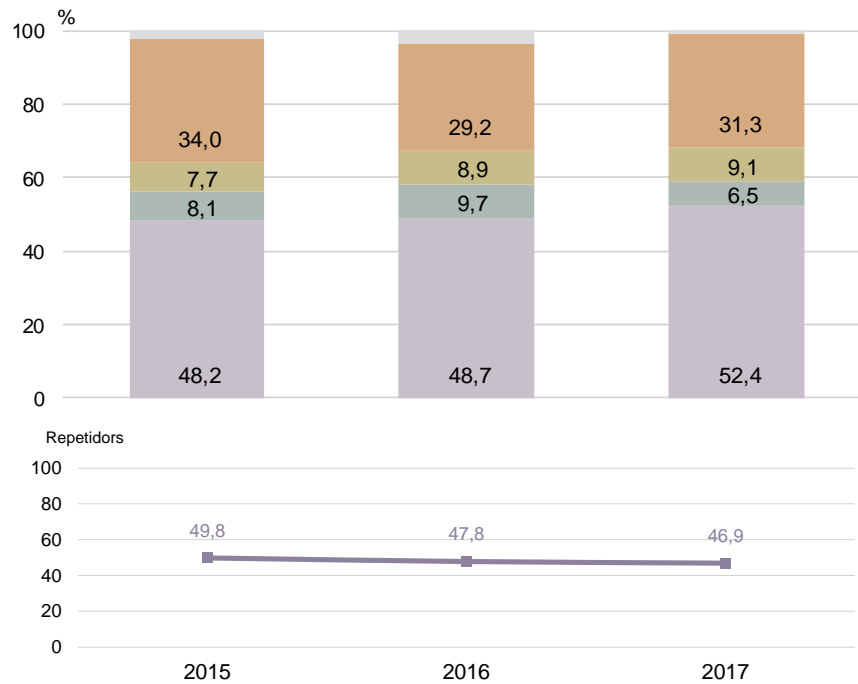
## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

	2015	2016	2017
<b>VACANCES, OCI</b>	<b>66,3</b>	<b>65,1</b>	<b>68,5</b>
PER VACANCES, TURISME	62,5	61,9	64,8
ESDEVENIMENT ESPORTIU	2,9	2,3	2,5
ESDEVENIMENT CULTURAL	0,4	0,7	0,8
EMBARCAR/DESEMBARCAR EN UN CREUER	0,4	0,2	0,4
<b>PROFESSIONAL</b>	<b>23,4</b>	<b>25,7</b>	<b>17,6</b>
ALTRES FEINES O NEGOCIS, O VIATGE D'INCENTIUS	20,2	20,1	12,5
JORNADES O REUNIONS PROFESSIONALS	2,6	3,7	3,3
CONGRESSOS	0,4	1,5	1,3
FIRES	0,1	0,3	0,5
<b>PERSONAL / ALTRES</b>	<b>10,4</b>	<b>9,1</b>	<b>13,9</b>
VISITA A FAMILIARS, AMICS	5,8	5,2	7,2
ESTÀ DE PAS	3,2	2,2	3,9
EDUCACIÓ/FORMACIÓ	0,5	0,6	1,2
TRACTAMENT DE SALUT, MÈDIC	0,3	0,6	0,9
COMPRES	0,1	0,1	0,3
RELIGIÓ/PEREGRINACIÓ	0,2	0,1	0,2
ALTRES	0,3	0,4	0,2
NS/NC	0,0	0,0	0,0
<b>N</b>	<b>(3857)</b>	<b>(4359)</b>	<b>(6165)</b>



# REPETICIÓ EVOLUCIÓ

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



P9

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

B 1/3 Aleatori de la mostra  
N 2061

1a visita  
2a visita  
3a visita  
4a visita o més  
NS / NC

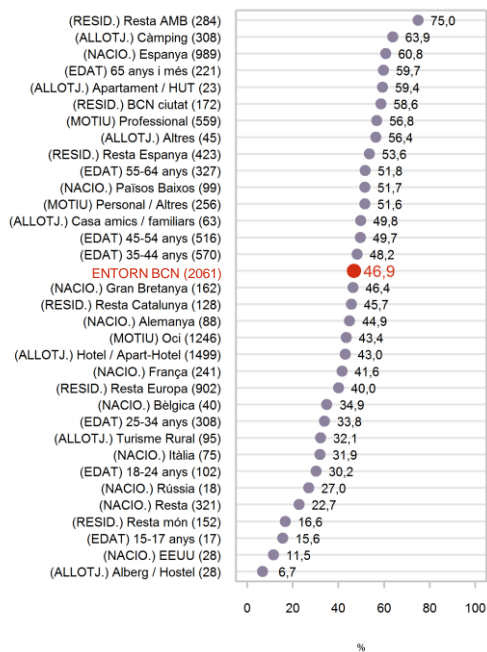


# REPETICIÓ

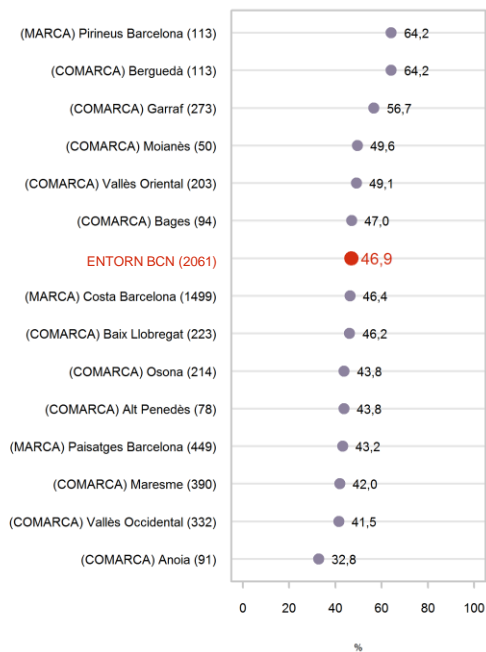
## ANÀLISI DE PERFIL: REPETIDORS

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

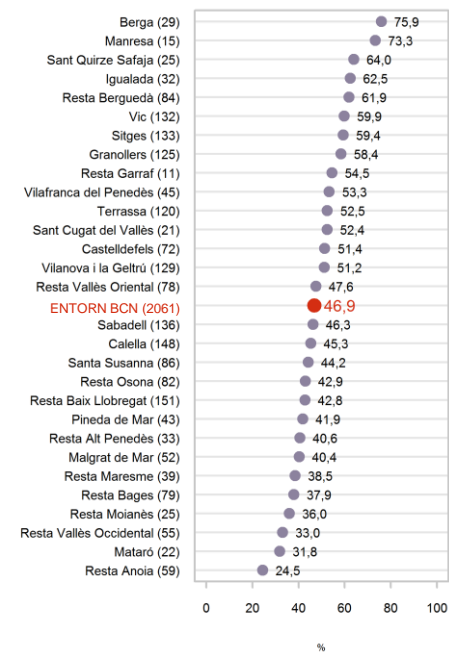
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



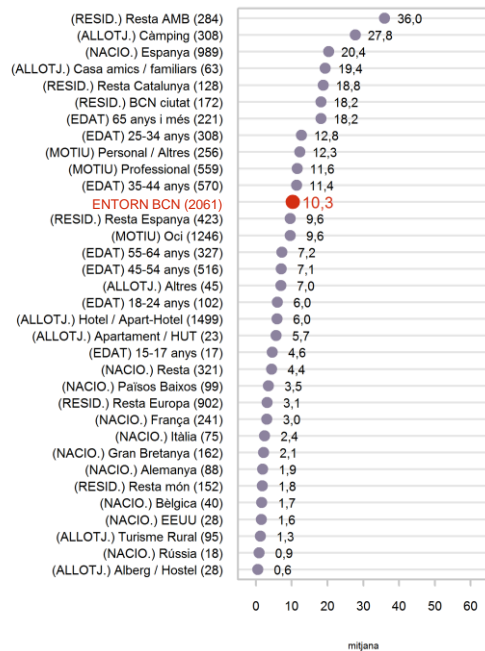


# REPETICIÓ

## ANÀLISI DE PERFIL: MITJANA DE VISITES

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

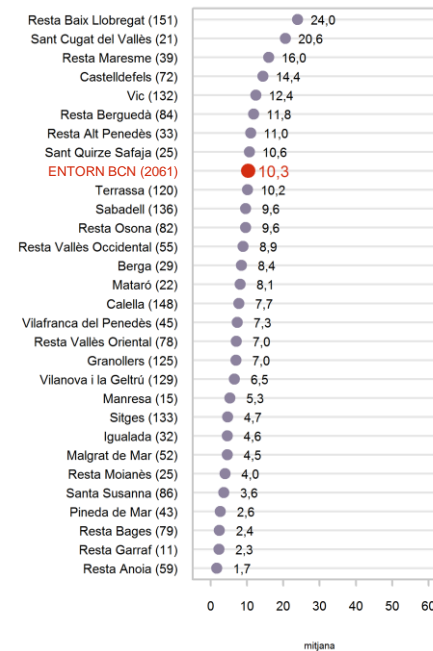
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



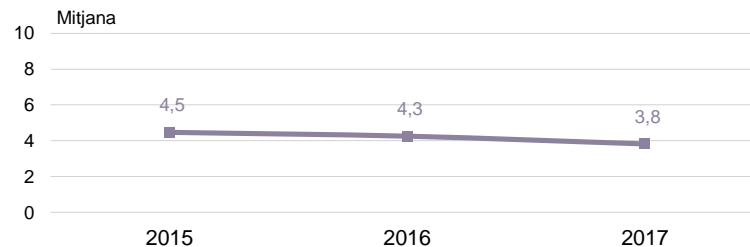
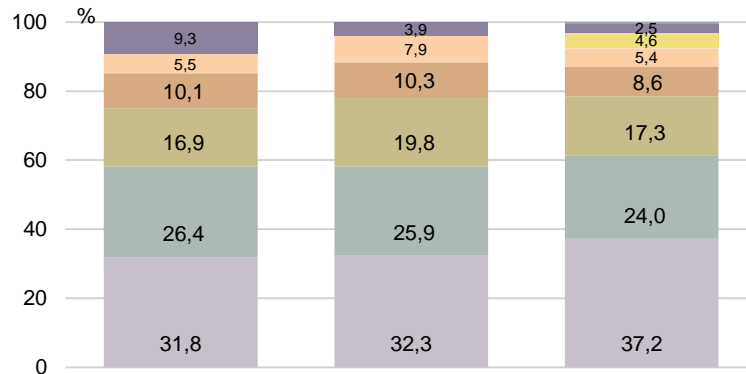
### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





## ACOMPANYANTS EVOLUCIÓ

## MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



Nota: En el 2015 i el 2016, la categoria "Amb amics i família" no es recollia separatament d'"Altres".

P10 *Amb qui ha vingut acompanyat/ada?*  
P11 *Quantes persones han vingut de viatge a aquest municipi?*

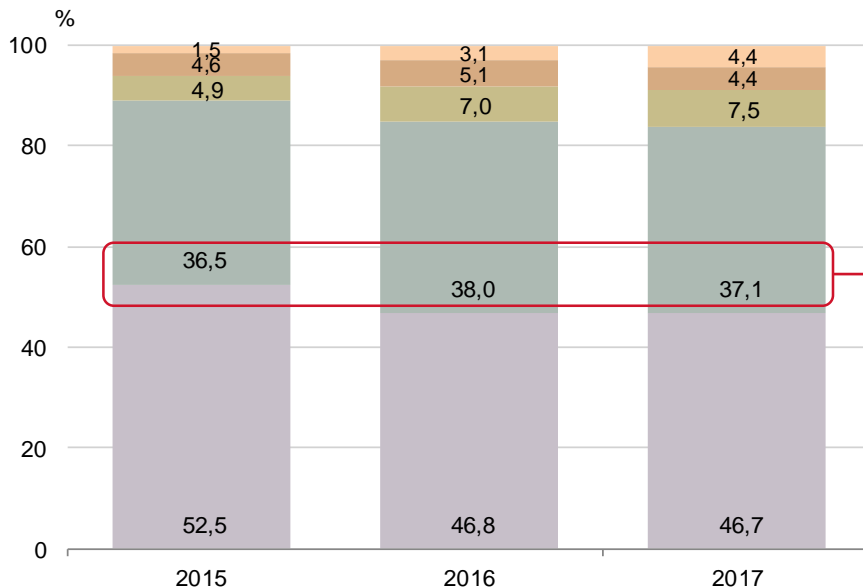
B 1/3 Aleatori de la mostra  
N 2061

■ Només amb parella ■ Companys de feina ■ Altres  
■ Només amb família ■ Només amb amics ■ NS / NC  
■ Sol/a ■ Amb família i amics



# PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR AL MUNICIPI MOTIU I CARACTERÍSTIQUES EVOLUCIÓ DEL VIATGE

MITJÀ DE TRANSPORT



COMPANYIA AÈRIA

	2015	2016	2017
VUELING/ VUELING AIRLINES	20,2	19,7	22,3
RYANAIR	15,7	13,7	15,5
EASYJET	8,9	7,7	6,6
BRITISH AIRWAYS	3,1	2,6	4,7
IBERIA	6,2	5,5	4,3
LUFTHANSA	4,1	5,6	4,1
NORWEGIAN AIR SHUTTLE	2,2	2,0	3,7
TRANSAVIA AIRLINES / TRANSAVIA	3,3	2,8	3,5
THOMSON FLY / THOMSON AIRWAYS	1,9	2,0	2,8
KLM	1,5	1,6	2,1
ALTRES	32,6	36,1	28,2
NS/NC	0,3	0,8	2,2
<b>N</b>	<b>(1142)</b>	<b>(482)</b>	<b>(729)</b>

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% al 2017.

**P16** Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir a aquest municipi?

**B** 1/3 Aleatori de la mostra  
**N** 2050  
**R** Espontània

**Vehicle privat**  
**Aviò**  
**Tren**

**Autocar**  
**Altres**  
**NS / NC**

**P17** Amb quina companyia aèria ha viatjat?

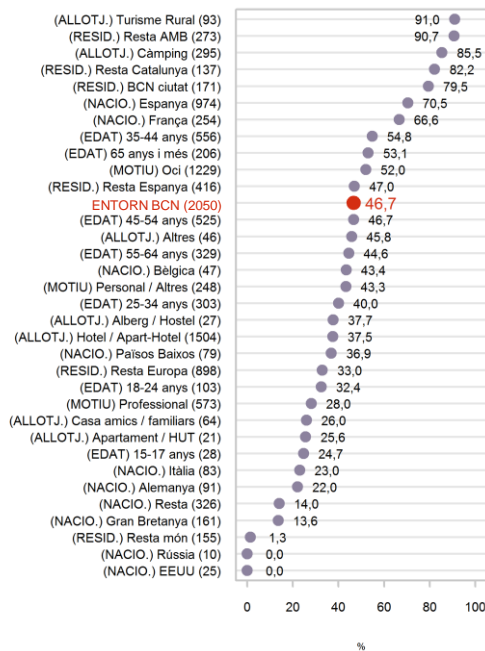
**B** El principal mitjà de transport és l'avió  
**N** 729  
**R** Espontània



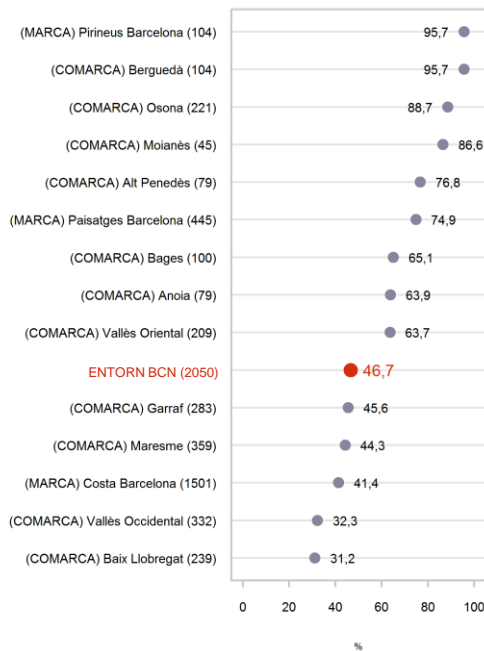
# PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR AL MUNICIPI MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

## ANÀLISI DE PERFIL: VEHICLE PRIVAT

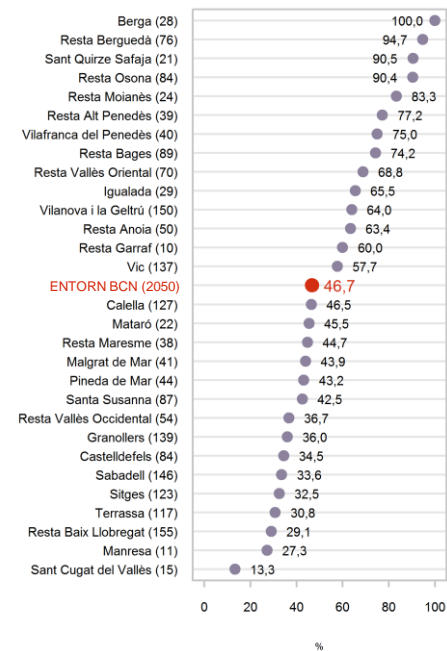
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ

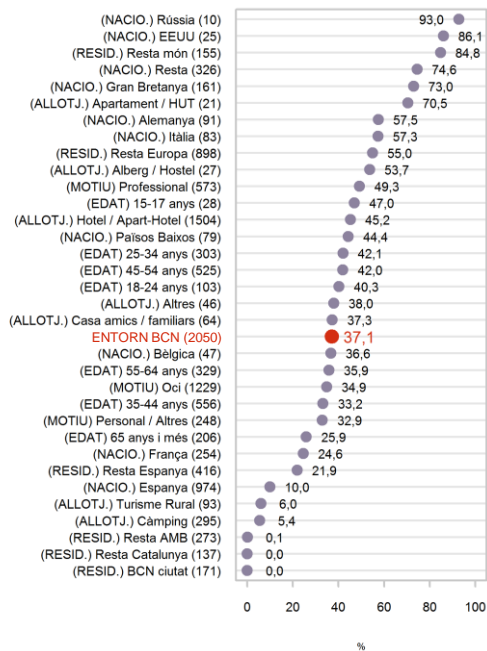




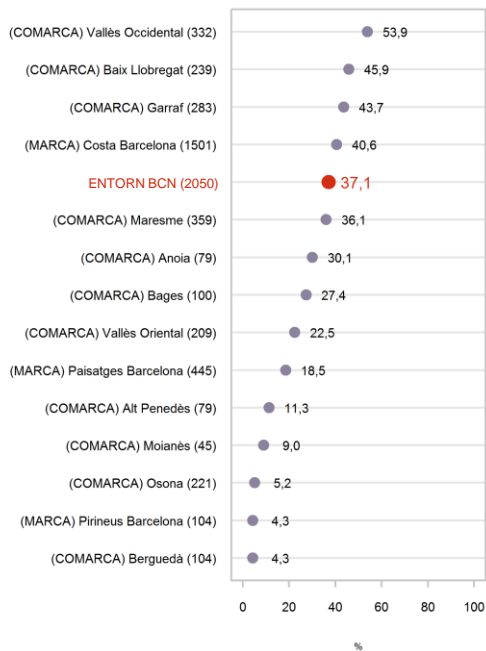
# PRINCIPAL MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR AL MUNICIPI MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

## ANÀLISI DE PERFIL: AVIÓ

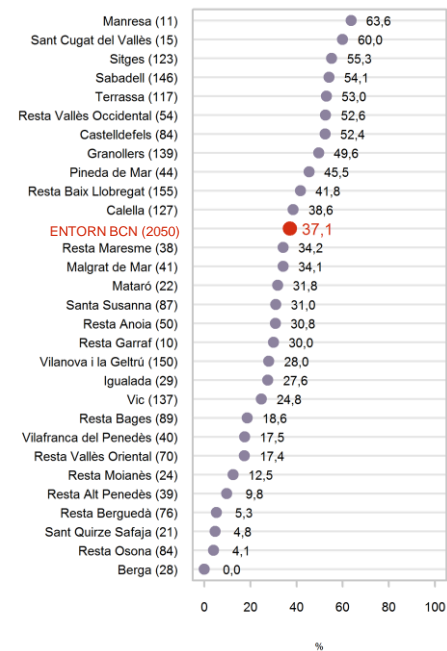
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P16

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

B 1/3 Aleatori de la mostra  
N 2050  
R Espontània





# 04

## Planificació del viatge



# FONTS D'INFORMACIÓ I WEBS CONSULTADES PER PLANIFICAR

## EVOLUCIÓ

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

### FONTS D'INFORMACIÓ

	2015	2016	2017
INTERNET, XARXES SOCIALS I BLOGS	44,6	49,7	58,7
FAMÍLIA, AMICS I CONEGUTS	20,8	18,7	15,7
EMPRESA / CENTRE D'ESTUDIS	18,3	18,4	8,1
AGÈNCIES DE VIATGE I OPERADORS TURÍSTICS	7,0	8,2	6,5
GUIES O LLIBRES DE VIATGE EN PAPER	7,5	3,1	2,6
MITJANS DE COMUNICACIÓ EN PAPER	1,6	0,7	0,5
REGALS I CAIXES O PACKS REGAL	-	0,4	0,5
ALTRES	1,2	0,8	0,9
NO VA CONSULTAR CAP FONT D'INFORMACIÓ	12,5	10,2	16,4
NS/NC	0,2	0,2	0,4
<b>N</b>	<b>(3857)</b>	<b>(4359)</b>	<b>(6165)</b>

### WEBS CONSULTADES

	2015	2016	2017
D'AGÈNCIES DE VIATGES / TTOO	56,4	61,6	65,8
BOOKING	21,9	34,9	40,8
TRIPADVISOR	11,9	8,6	10,7
TRIVAGO	6,7	5,3	6,0
WEB GENÈRIQUES	24,9	18,6	15,1
GOOGLE / GOOGLEMAPS	23,8	18,5	15,0
D'EMPRESSES D'ALLOTJAMENT	8,3	11,0	8,6
DE DESTINACIONS TURÍSTIQUES	2,7	2,7	1,7
DE MITJANS DE TRANSPORT	3,0	2,5	3,2
XARXES SOCIALS	2,2	0,6	0,8
ALTRES	2,0	2,3	1,3
NS/NC	4,9	5,3	8,3
<b>N</b>	<b>(1725)</b>	<b>(2180)</b>	<b>(3229)</b>

Nota: Citacions de webs concretes amb percentatges iguals o superiors a 5% al 2017.



## DESTINACIONS ALTERNATIVES EVOLUCIÓ

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

	2015	2016	2017
BARCELONA CIUTAT	9,8	10,8	12,9
COSTABRAVA (LLORET, PLATJAD'ARO, ETC.)	8,7	7,4	7,6
COSTADAURADA (SALOU, LAPINEDA, CAMBRILS, ETC.)	4,8	3,5	3,6
ALTRES DESTINACIONS CATALANES			7,8
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES	14,7	12,9	3,6
ITÀLIA	1,6	0,8	2,0
FRANÇA	1,4	1,6	1,5
GRÈCIA	1,0	0,6	0,9
ALTRES PAÏSOS	2,5	2,1	2,1
CAP	60,0	64,2	63,4
ALTRES	0,2	0,2	2,1
NS/NC	0,4	0,8	1,5
N	(3857)	(4359)	(6165)

P3

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

N 6165

R Espontània. Multiresposta



# COM HA CONTRACTAT EL VIATGE I OPERADORS TURÍSTICS

## EVOLUCIÓ

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

### FORMA DE CONTRACTACIÓ

	2015	2016	2017
PER COMPTE PROPI	69,2	67,6	72,3
PARCIALMENT AMB TTOO/ AGÈNCIA DE VIATGES	1,2	1,4	1,5
TOTALMENT AMB TTOO/ AGÈNCIA DE VIATGE	10,0	10,7	8,6
PER L'EMPRESA	14,3	17,5	13,3
AMB UNA ALTRA ORGANITZACIÓ	2,4	2,7	2,3
ALTRES	0,0	0,0	0,0
NS/NC	3,5	1,9	3,5
<b>N</b>	<b>(3857)</b>	<b>(4359)</b>	<b>(6165)</b>

### OPERADORS TURÍSTICS

	2015	2016	2017
THOMSON	7,2	5,0	9,8
TUI	-	-	5,7
MUNDO SENIOR	8,8	9,7	3,0
SOLMAR TOURS	6,1	4,0	2,9
SUNWEB	-	1,8	2,8
ON THE BEACH	-	3,8	2,7
JET2	-	1,3	2,3
LOVE HOLIDAYS	-	1,5	2,0
ALTRES	71,6	65,1	52,7
NS/NC	6,3	7,8	16,0
<b>N</b>	<b>(343)</b>	<b>(392)</b>	<b>(501)</b>

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% al 2017.

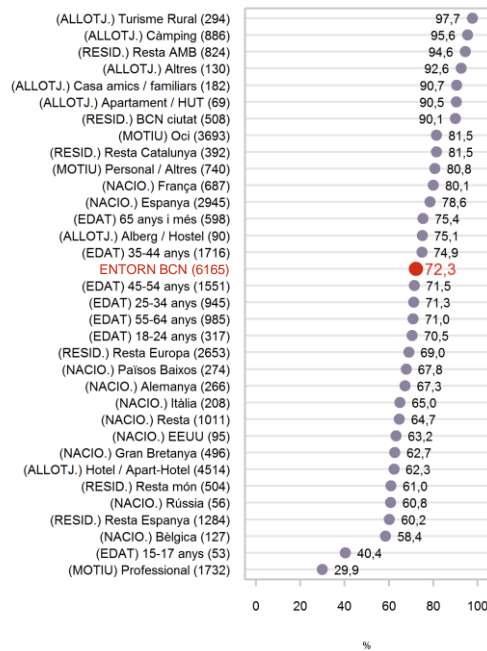


# COM HA CONTRACTAT EL VIATGE

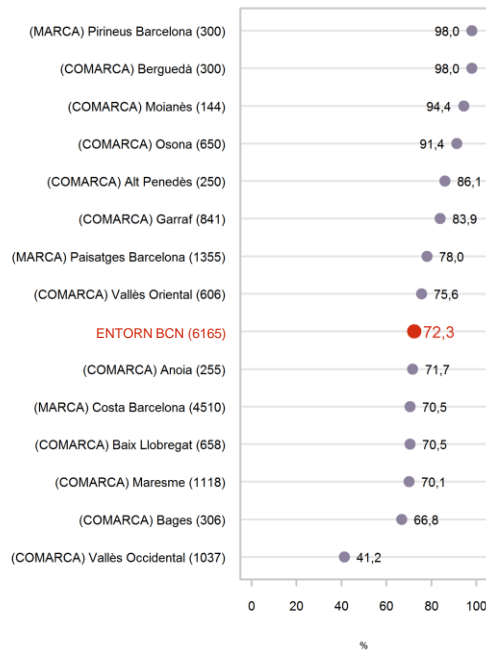
## ANÀLISI DE PERFIL: COMPTE PROPÍ

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

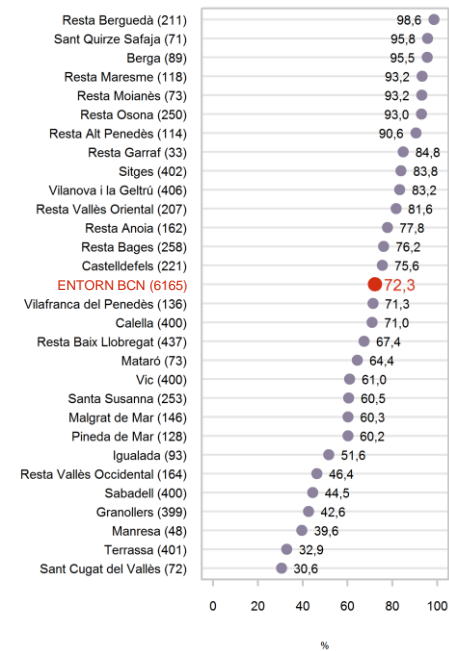
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



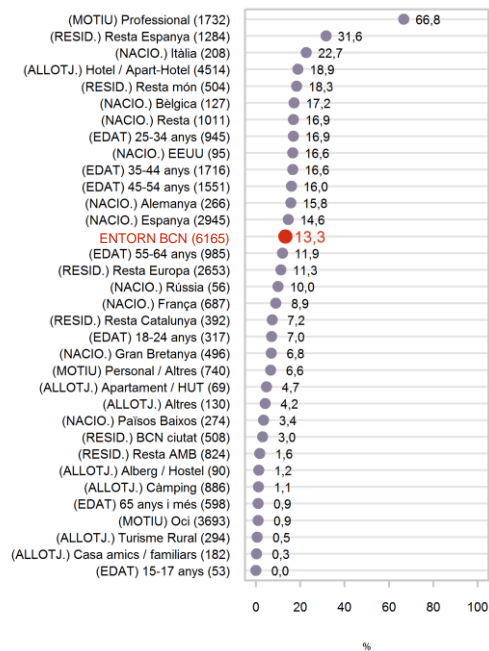


# COM HA CONTRACTAT EL VIATGE

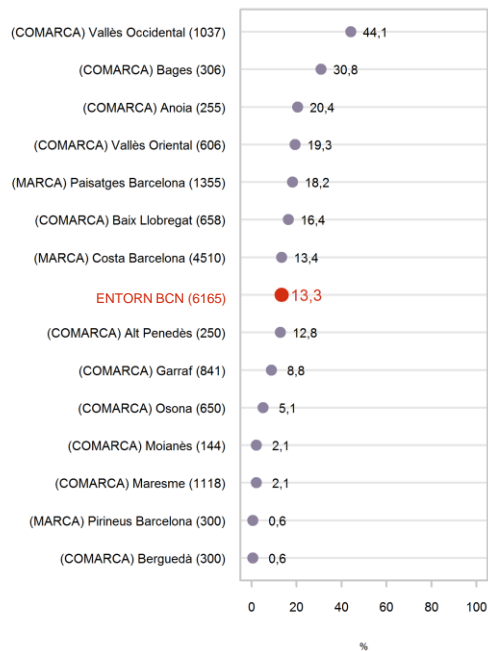
## ANÀLISI DE PERFIL: PER L'EMPRESA

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

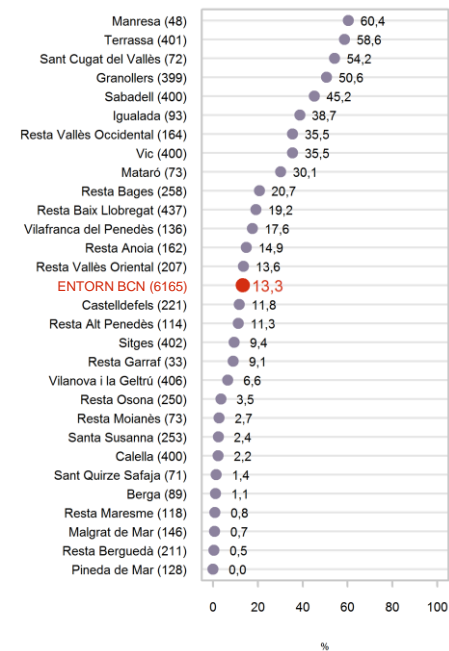
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



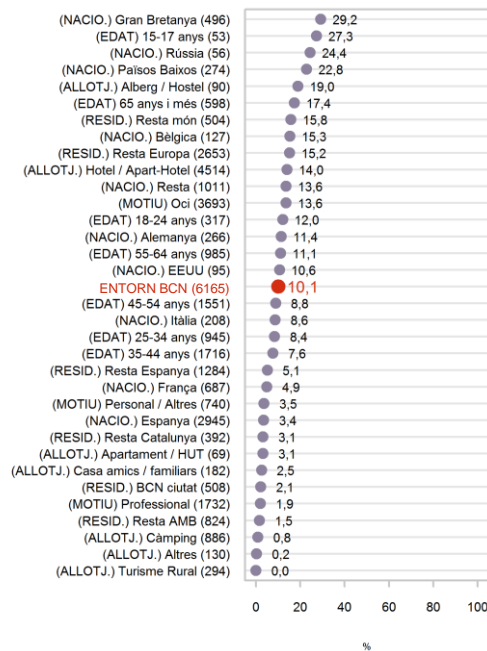


# COM HA CONTRACTAT EL VIATGE

## ANÀLISI DE PERFIL: TOTAL O PARCIALMENT AMB TO

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

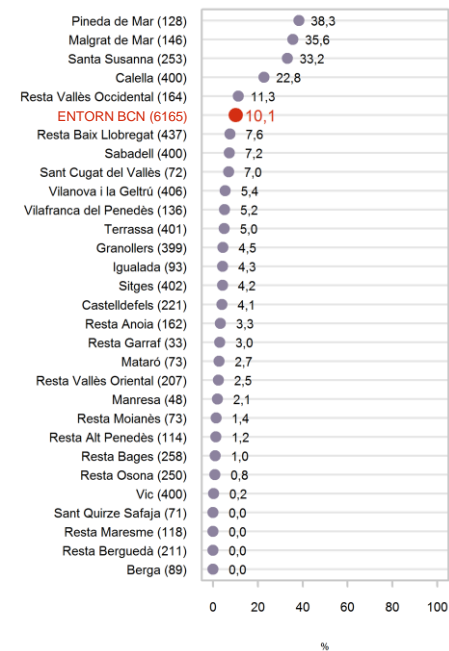
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



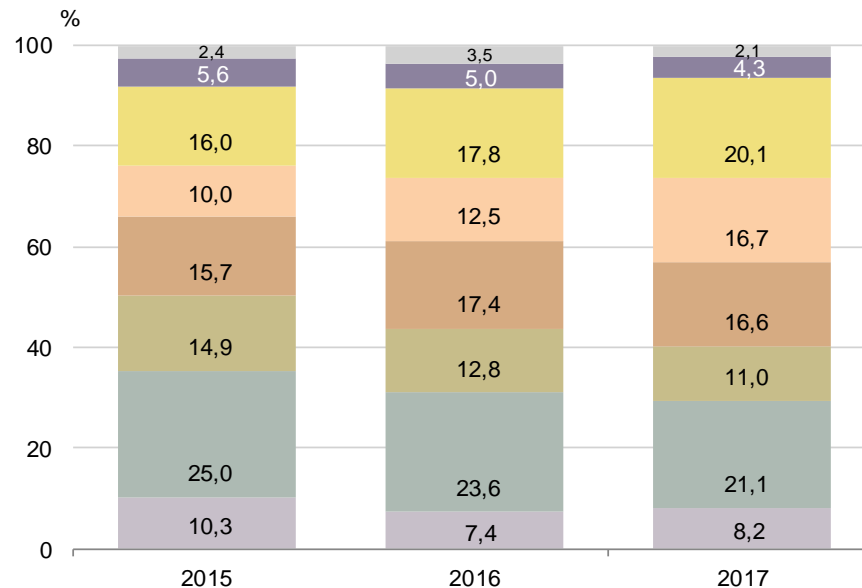
### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ





## QUAN VA CONTRACTAR EL VIATGE EVOLUCIÓ

## PLANIFICACIÓ DEL VIATGE



P8 Aproximadament, quan va contractar aquest viatge? N 6165

El mateix dia del viatge  
La darrera setmana  
Quinze dies abans del viatge  
En el darrer mes  
Fa més d'un mes i menys de tres  
Fa 3 mesos o més  
No ha contractat res  
Ns / Nc





# 05

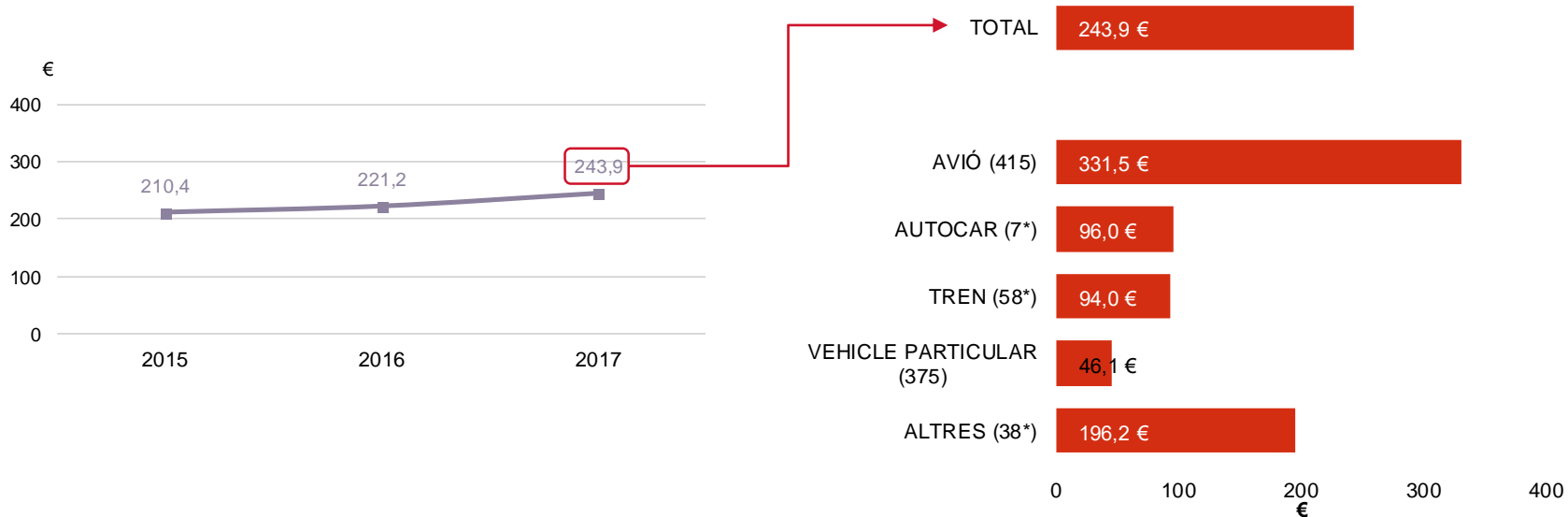
## Despesa



## COST MIG DEL TRANSPORT PER PERSONA (ANADA I TORNADA)

### EVOLUCIÓ

DESPESA



Nota: Les bases dels mitjans de transport no sumen la base total perquè aquesta pregunta només la responia 1/3 de la mostra.

P18

Quant li ha costat el transport fins al municipi per persona? (respostes anada i tornada)

B No ha planificat tot el viatge amb TO i responen el valor d'anada i tornada

N 2711

■ 2017

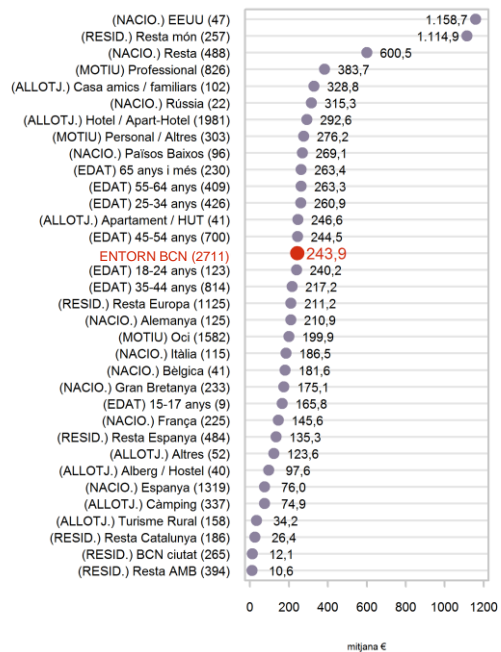


# COST MIG DEL TRANSPORT PER PERSONA (ANADA I TORNADA)

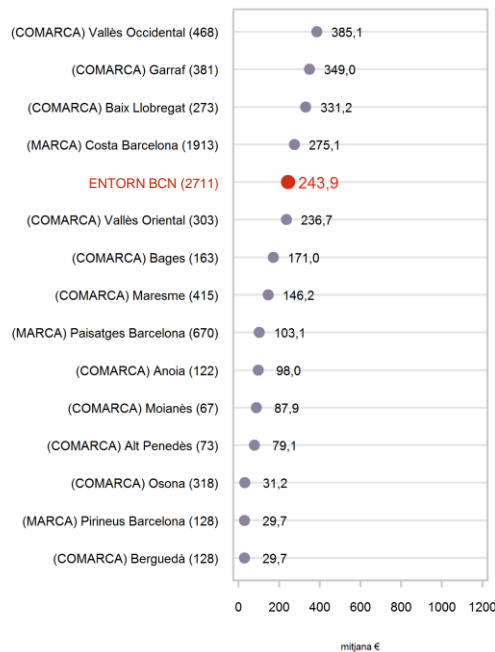
## ANÀLISI DE PERFIL

DESPESA

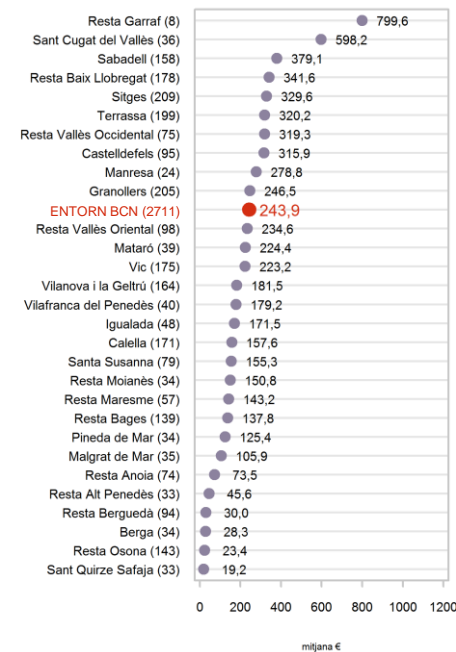
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P18 Quant li ha costat el transport fins al municipi per persona? (respostes anada i tornada)

■ No ha planificat tot el viatge amb TO i responen el valor d'anada i tornada

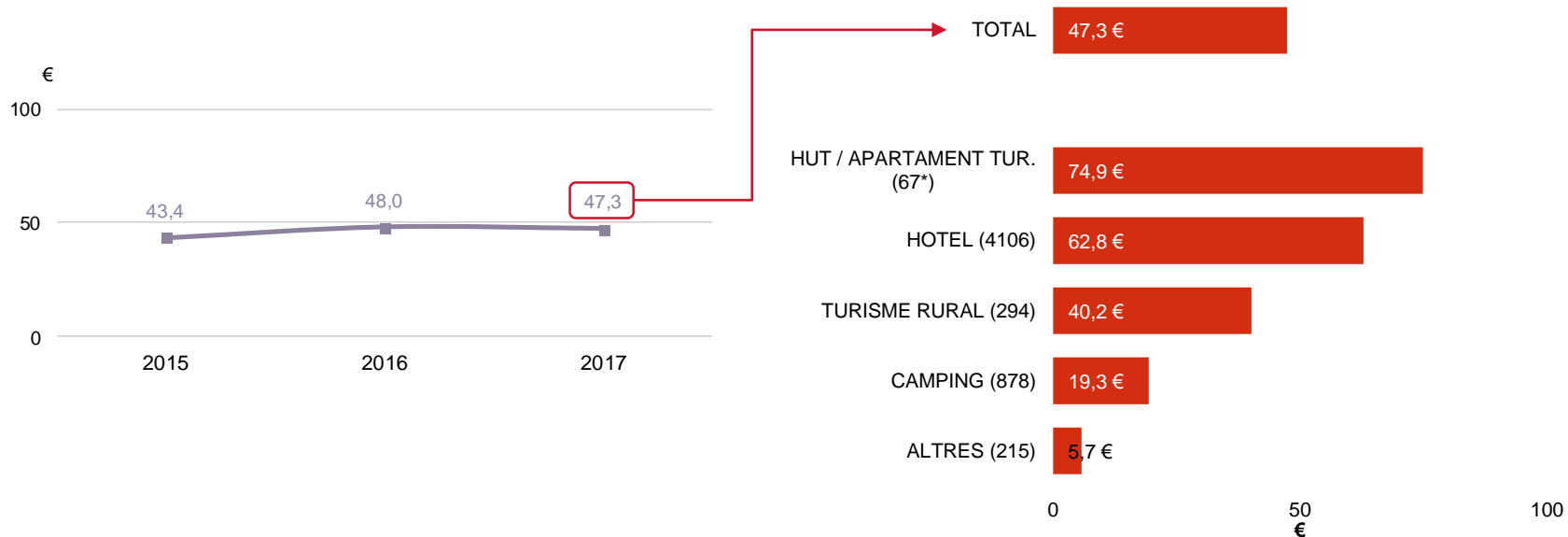
■ 2711



## COST MIG DE L'ALLOTJAMENT PER PERSONA I DIA

### EVOLUCIÓ

DESPESA



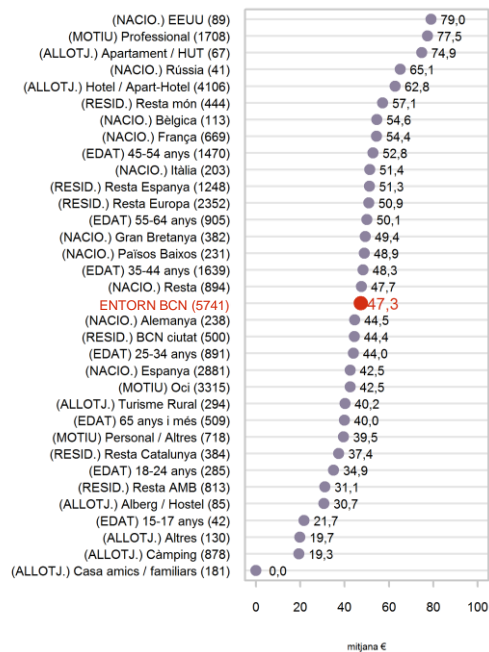


# COST MIG DE L'ALLOTJAMENT PER PERSONA I DIA

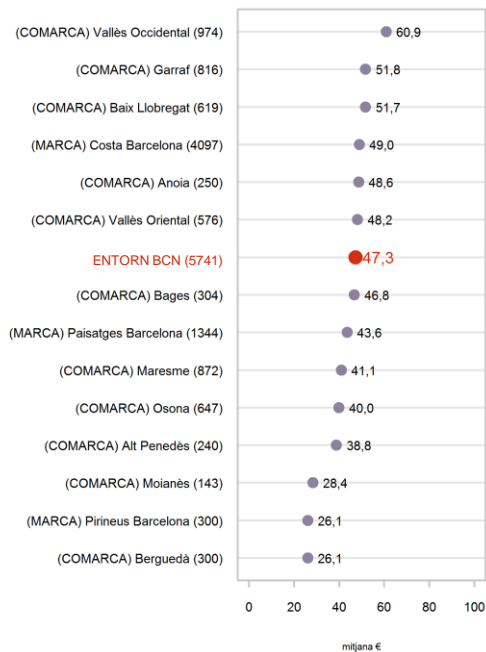
## ANÀLISI DE PERFIL

## DESPESA

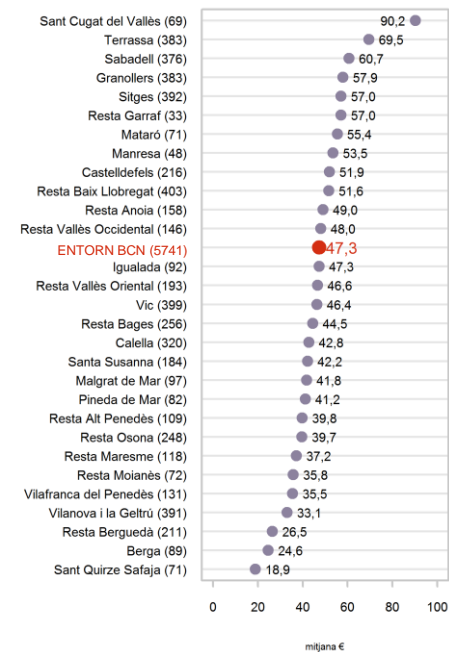
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P20

Quant li costa diàriament l'allotjament per persona?

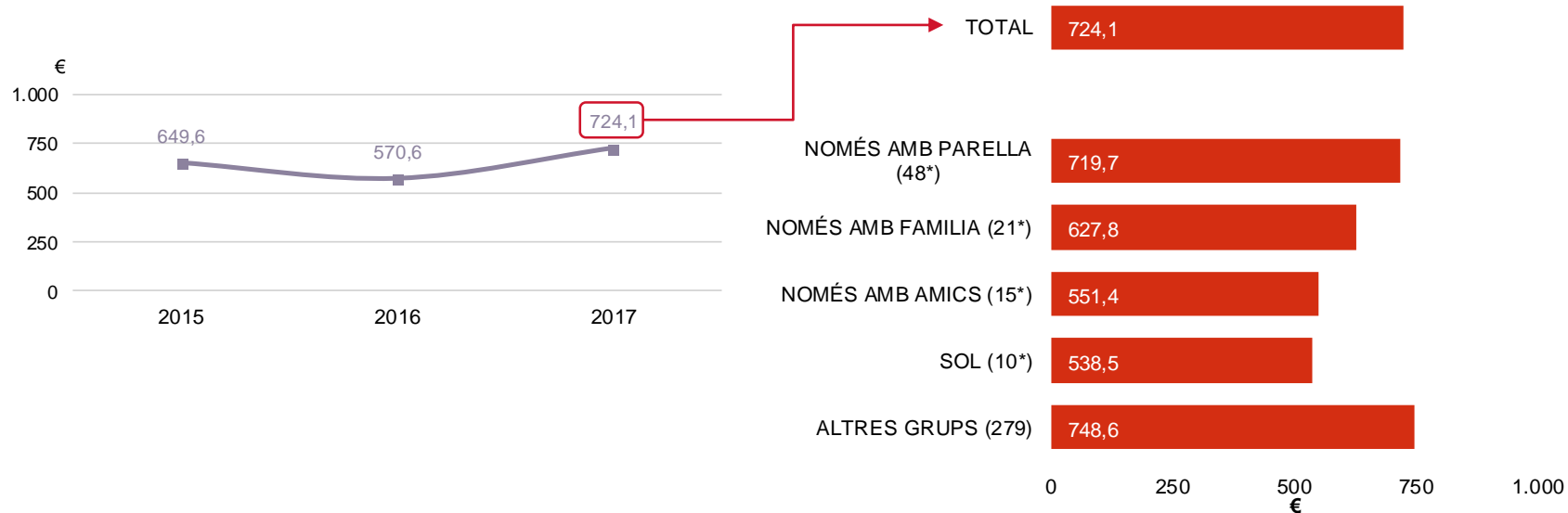
No ha planificat tot el viatge amb TO  
 5741



# COST DEL PAQUET TURÍSTIC PER PERSONA

## EVOLUCIÓ

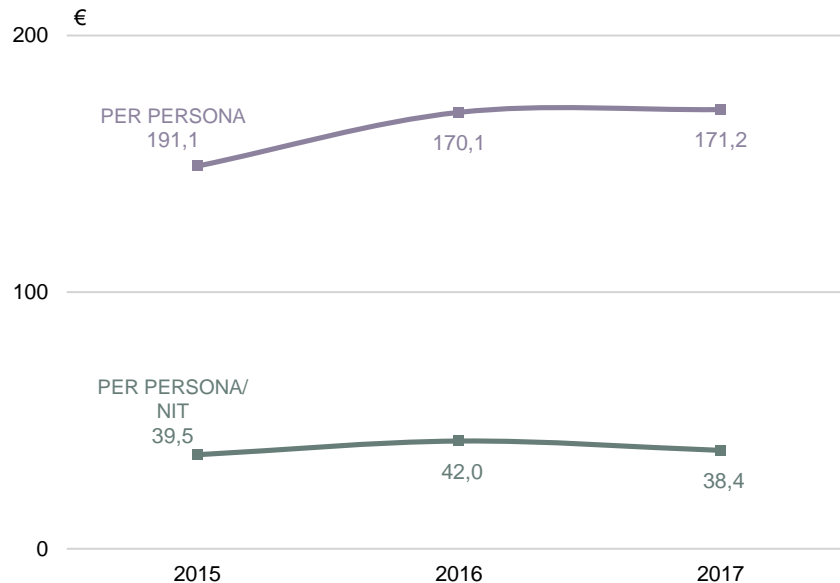
DESPESES





## DESPESA MITJANA DE L'ESTADA PER PERSONA EVOLUCIÓ

DESPESA



P22

Quina despesa té pensat fer durant tota la seva estada al municipi (excloent transport, allotjament i paquet turístic)?

N 6165

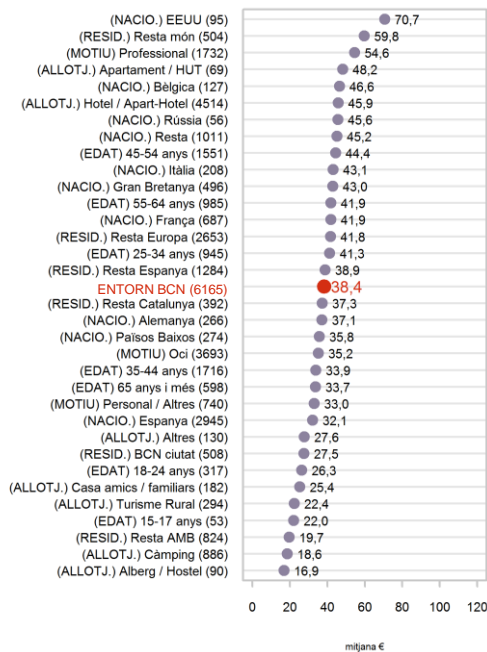


# DESPESA MITJANA DE L'ESTADA PER PERSONA I NIT

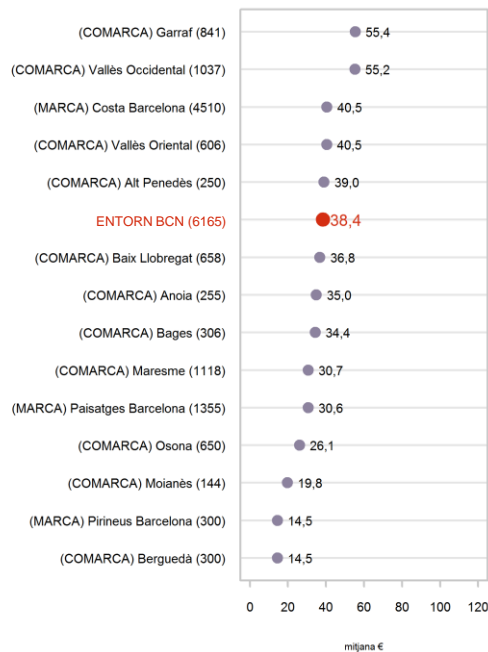
## ANÀLISI DE PERFIL

## DESPESA

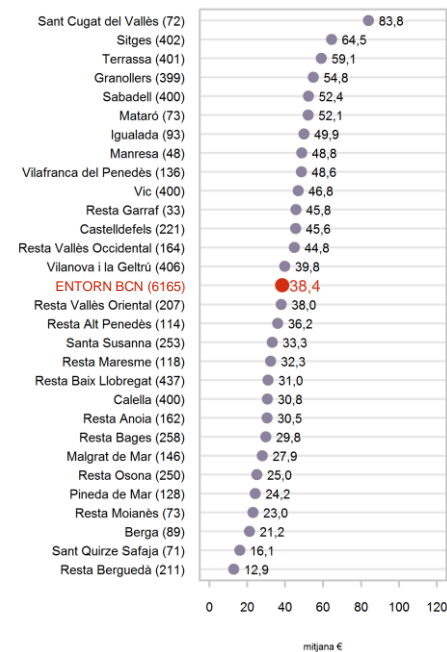
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



### MARCA I COMARCA PERNOCTACIÓ



### MUNICIPI DE PERNOCTACIÓ



P22

Quina despesa té pensat fer durant tota la seva estada al municipi (excloent transport, allotjament i paquet turístic)?

N 6165

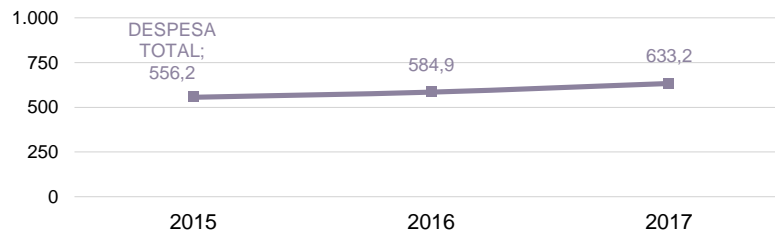




## DESPESA TOTAL PER PERSONA EVOLUCIÓ

DESPESA

	2015	2016	2017
<b>TOTAL</b>	556,2	584,9	633,2
COST MIG DEL TRANSPORT	210,4	221,2	243,9
COST MIG DE L'ALLOTJAMENT	196,6	193,7	218,2
DESPESA MITJANA DECLARADA	149,1	170,1	171,2
<b>PES DE LES PARTIDES</b>			
VIATGE	37,8	37,8	38,5
ALLOTJAMENT	35,4	33,1	34,5
DESPESA DECLARADA	26,8	29,1	27,0



P18

Quant li ha costat el transport fins al municipi per persona? (respostes anada i tornada)

No ha planificat tot el viatge amb TO i responen el valor d'anada i tornada  
N 2711

P20

Quant li ha costat l'allotjament al municipi per persona?

No ha planificat tot el viatge amb TO  
N 5741

P22

Quina despesa té pensat fer durant tota la seva estada (excloent transport, allotjament i paquet turístic) per persona?

N 6165

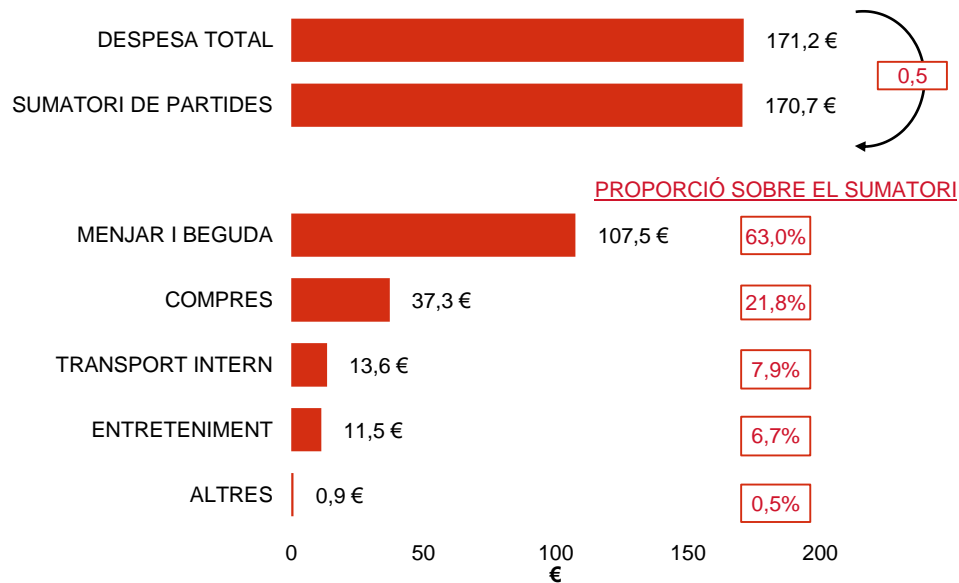
56



## CONCEPTES DE LA DESPESA DE L'ESTADA PER PERSONA

2017

DESPESA



P24

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

N 6165

■ Mitjana 2017



## CONCEPTES DE LA DESPESA DE L'ESTADA PER PERSONA EVOLUCIÓ

DESPESA

	2015	2016	2017
DESPESA TOTAL	149,1€	170,1€	171,2€
SUMATORI DE PARTIDES	147,9€	163,6€	170,7€
MENJAR I BEGUDA	100,5€	112,1€	107,5€
COMPRES	31,0€	30,2€	37,3€
TRANSPORT INTERN	8,2€	9,2€	13,6€
ENTRETENIMENT	7,9€	11,1€	11,5€
ALTRES	0,3€	1,1€	0,9€
DIFERENCIA DESPESA DECLARADA- SUMATORI PARTIDES	1,2€	6,4€	0,5€
<b>PES DE LES PARTIDES</b>			
MENJAR I BEGUDA	67,9	68,5	63,0
COMPRES	21,0	18,5	21,8
ENTRETENIMENT	5,6	5,6	7,9
TRANSPORT INTERN	5,3	6,8	6,7
ALTRES	0,2	0,7	0,5

P24

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

N 6165



# 06

## Activitats realitzades durant l'estada



## ACTIVITATS AL MUNICIPI

2017

ACTIVITATS REALITZADES  
DURANT L'ESTADA

	2017
PASSEJADES TRANQUIL·LES I RELAX	83,2
DEGUSTAR GASTRONOMIA / ANAR A RESTAURANTS	76,1
ANAR A LA PLATJA	50,8
ANAR DE COMPRES O SHOPPING	45,7
ANAR A LA PSICINA DE L'ALLOTJAMENT	40,2
VISITES CULTURALS (MUSEUS, POBLES PINTORESCS, CENTRES HISTÓRICS, ETC..)	33,3
ACTIVITATS DE TURISME ACTIU	27,9
SORTIR DE FESTA / DE NIT	21,0
ECOTURISME (VISITA ESPAIS NATURALS)	20,8
TREBALLAR, FER NEGOCIS	20,0
ENOTURISME (VISITA A CELLERS)	4,6
ALTRES	7,2
CAP	2,9
NS/NC	0,0
N	(6165)

Nota: Aquest any 2017 s'han canviat substancialment les activitats suggerides i no es poden comparar els resultats amb altres anys.

P27

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

N 6165

R Multiresposta



# 07

## Excursions



## MUNICIPIS HA VISITAT EVOLUCIÓ

## EXCURSIONS

### EXCURSIONS FETES A FORA DEL MUNICIPI (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2016	2017
CAP	81,7	66,8
<b>BARCELONA CIUTAT</b>	<b>10,2</b>	<b>18,5</b>
ALTRES DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA	6,2	15,6
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	4,1	4,9
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,0	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,2	0,0
ALTRES	0,0	-
NS/NC	0,3	0,7
N	(4359)	(6165)

El **32,5%** dels turistes de l'Entorn de Barcelona han fet una excursió fora del municipi.

### EXCURSIONS FETES A FORA DE LA CIUTAT (PELS TURISTES DE BARCELONA)

	Allotjats a Hotels		Total	
	2016	2017	2016	2017
CAP	95,5	92,4	94,6	91,3
<b>DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA</b>	<b>3,7</b>	<b>6,7</b>	<b>4,5</b>	<b>7,3</b>
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	0,1	0,9	0,2	1,6
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,0	0,0	0,0	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,0	0,1	0,0	0,0
ALTRES	0,0	-	0,0	-
NS / NC	0,7	0,2	0,6	0,3
N	(3421)	(3375)	(6032)	(6015)

El **8,5%** dels turistes de Barcelona ciutat han fet una excursió fora de la ciutat.

P32

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

**N** Entorn de Barcelona: 6165  
Barcelona: Total: 6015; Allotjats a Hotels: 3375  
**R** Espontània. Multiresposta

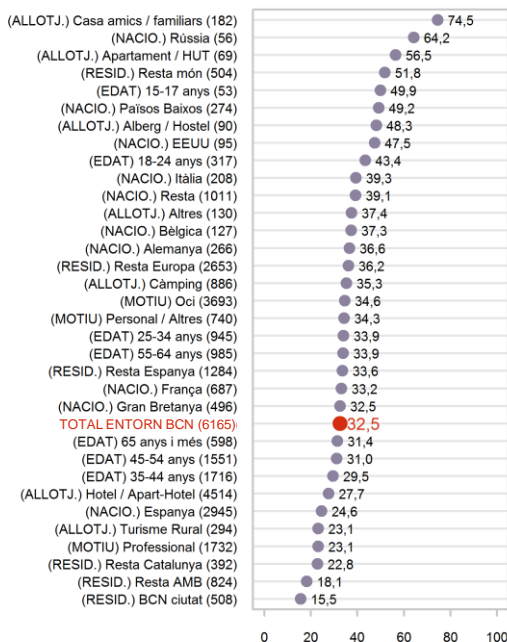


# MUNICIPIS HA VISITAT

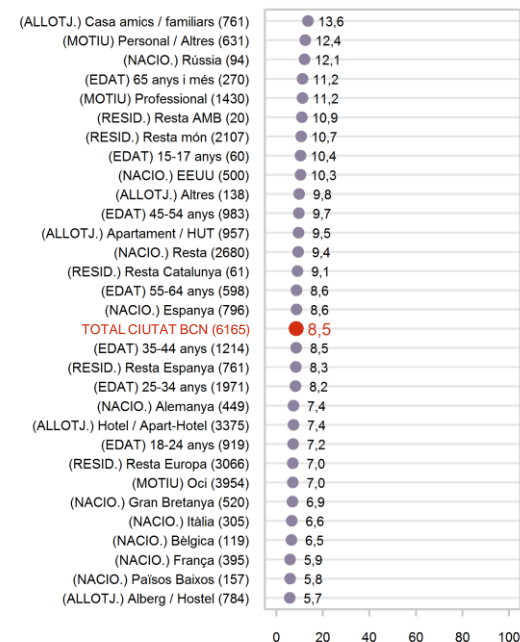
## ANÀLISI DE PERFIL

## EXCURSIONS

### EXCURSIONS FETES A FORA DEL MUNICIPI (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)



### EXCURSIONS FETES A FORA DE LA CIUTAT (PELS TURISTES DE BARCELONA)



P32

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

**N** Entorn de Barcelona: 6165; Barcelona ciutat: 6015  
**R** Espontània. Multiresposta





## MUNICIPIS VISITARÀ EVOLUCIÓ

## EXCURSIONS

### EXCURSIONS QUE FARAN A FORA DEL MUNICIPI (ELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2016	2017
CAP	63,4	60,5
<b>BARCELONA CIUTAT</b>	<b>24,6</b>	<b>19,3</b>
ALTRES DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA	7,2	11,0
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	7,2	5,2
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,1	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,4	0,3
ALTRES	0,0	-
NS/NC	1,8	8,8
<b>N</b>	<b>(4359)</b>	<b>(6165)</b>

El **30,7%** dels turistes de l'Entorn de Barcelona farà una excursió fora del municipi.

### EXCURSIONS QUE FARAN A FORA DE LA CIUTAT (ELS TURISTES DE BARCELONA)

	Al·lotjats a Hotels		Total	
	2016	2017	2016	2017
CAP	93,1	90,3	93,1	88,3
<b>DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA</b>	<b>3,3</b>	<b>4,4</b>	<b>3,4</b>	<b>5,9</b>
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	0,3	0,7	0,3	1,5
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,0	0,0	0,0	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,0	0,0	0,0	0,0
ALTRES	0,0	-	0,0	-
NS / NC	3,3	4,7	3,2	4,6
<b>N</b>	<b>(3421)</b>	<b>(3375)</b>	<b>(6032)</b>	<b>(6015)</b>

El **7,1%** dels turistes de Barcelona ciutat farà una excursió fora de la ciutat.

P33

Durant la seva estada, quins llocs visitarà de fora del municipi en el que s'allotja (sense pernòctar)?

**N** Entorn de Barcelona: 6165  
Barcelona: Total: 6015; Al·lotjats a Hotels: 3375  
**R** Espontània. Multiresposta



# CONTRACTACIÓ DE LES EXCURSIONS REALITZADES

2017

EXCURSIONS

## EXCURSIONS FETES A LA PROVÍNCIA DE BARCELONA (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2017
NO VA CONTRACTAR RES	82,9
DIRECTAMENT PAGANT EL SERVEI O ACTIVITAT A VISITAR ESTAVA INCLOSA AL PAQUET TURÍSTIC (O EN L'ORGANITZACIÓ DEL VIATGE)	7,2
A LA RECEPCIÓ DE L'HOTEL	1,5
EN UNA AGÈNCIA DE VIATGES EN ORIGEN	1,3
A L'OFICINA DE TURISME DEL MUNICIPI ON PERNOCTA	1,1
EN UNA AGÈNCIA DE VIATGES DEL MUNICIPI ON PERNOCTA	0,1
ALTRES	0,0
NS/NC	1,2
	4,6
<b>N</b>	<b>(1788)</b>

## EXCURSIONS FETES A BARCELONA CIUTAT (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2017
NO VA CONTRACTAR RES	80,1
DIRECTAMENT PAGANT EL SERVEI O ACTIVITAT A VISITAR ESTAVA INCLOSA AL PAQUET TURÍSTIC (O EN L'ORGANITZACIÓ DEL VIATGE)	9,7
EN UNA AGÈNCIA DE VIATGES EN ORIGEN	2,9
A LA RECEPCIÓ DE L'HOTEL	1,8
A L'OFICINA DE TURISME DEL MUNICIPI ON PERNOCTA	1,5
EN UNA AGÈNCIA DE VIATGES DEL MUNICIPI ON PERNOCTA	0,2
ALTRES	0,1
NS/NC	1,6
	2,1
<b>N</b>	<b>(774)</b>

P34

Per quin mitjà ha contractat aquesta visita que ha fet?

**B** Excursions fetes  
**N** De l'Entorn a la resta de la província: 1788  
De l'Entorn a Barcelona ciutat: 774

65



# MITJANS DE TRANSPORT UTILITZATS PER FER LES EXCURSIONS

2017

EXCURSIONS

## EXCURSIONS FETES A LA PROVÍNCIA DE BARCELONA (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2017
COTXE PRIVAT	36,7
TREN (RENFE RODALIES)	25,7
COTXE DE LLOGUER	8,2
AUTOBÚS	6,8
CAMINANT	4,8
METRO	4,5
AUTOCAR	4,2
TAXI	3,7
TREN (FGC)	2,2
ALTRES	4,2
NS/NC	3,6
<b>N</b>	<b>(1788)</b>

## EXCURSIONS FETES A BARCELONA CIUTAT (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

	2017
TREN (RENFE RODALIES)	39,3
COTXE PRIVAT	21,3
AUTOBÚS	11,7
METRO	9,3
COTXE DE LLOGUER	7,2
AUTOCAR	5,9
TAXI	4,5
TREN (FGC)	3,8
ALTRES	5,5
NS/NC	0,7
<b>N</b>	<b>(774)</b>

P35

Quins mitjans de transport ha fet servir per realitzar aquesta visita?

**B** Excursions fetes  
**N** De l'Entorn a la resta de la província: 1788  
De l'Entorn a Barcelona ciutat: 774  
**R** Espontània. Multiresposta

Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% al total.

66



# DESPESA DURANT L'EXCURSIÓ

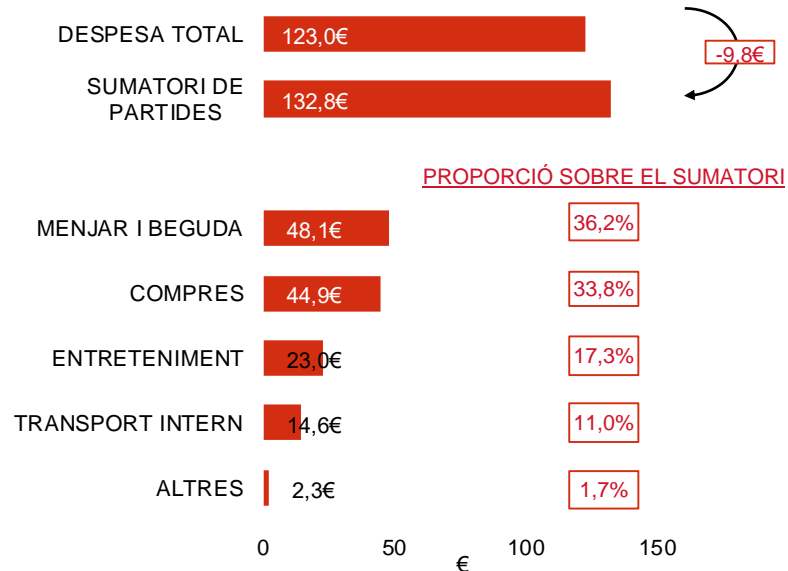
2017

EXCURSIONS

## EXCURSIONS FETES A LA PROVÍNCIA DE BARCELONA (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)

En les excursions fetes pels turistes de l'Entorn de Barcelona a algun municipi de la província la despesa mitjana per persona va ser de **82,4€**.

## EXCURSIONS FETES A BARCELONA CIUTAT (PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)



P36 Quina despesa ha fet en aquesta visita per persona? Com ha distribuït aquesta despesa entre els següents conceptes?

B Excursions fetes  
N De l'Entorn a la resta de la província: 1788  
De l'Entorn a Barcelona ciutat: 774

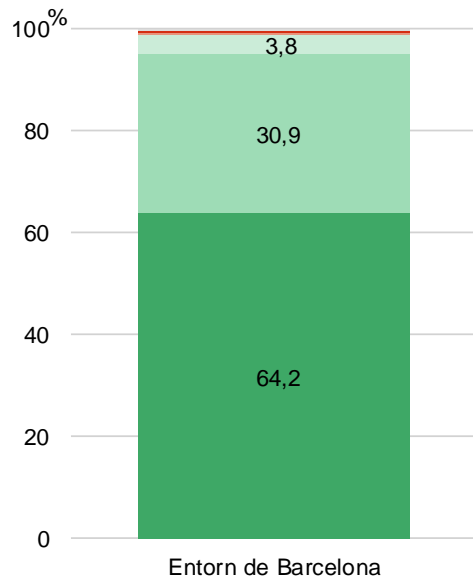


# VALORACIÓ DE LES EXCURSIONS FETES

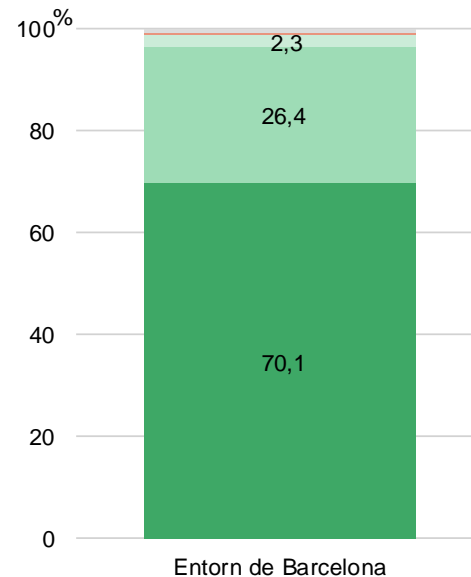
2017

EXCURSIONS

**EXCURSIONS FETES A LA PROVÍNCIA DE BARCELONA**  
(PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)



**EXCURSIONS FETES A BARCELONA CIUTAT**  
(PELS TURISTES DE L'ENTORN DE BARCELONA)



P41 Com valora aquesta visita que ha realitzat?

B Excurcions fetes

N De l'Entorn a la resta de la província: 1788  
De l'Entorn a Barcelona ciutat: 774

Molt bé

Bé

Ni bé ni malament

Malament

Molt malament

Ns/Nc



# 08

## Valoració del municipi



## VALORACIÓ EVOLUCIÓ

## VALORACIÓ DEL MUNICIPI

	2015	2016	2017
CARÀCTER I AMABILITAT	8,6	8,5	8,5
L'ENTORN NATURAL	8,3	8,2	8,4
SEGURETAT CIUTADANA	8,4	8,5	8,4
HOTEL, ALLOTJAMENTS	8,4	8,4	8,3
PLATGES	8,2	8,2	8,2
<b>MUNICIPI EN GENERAL</b>	8,2	8,2	8,2
NETEJA EN GENERAL	8,1	8,1	8,1
INFORMACIÓ I OFICINES DE TURISME	8,1	8,0	8,1
RESTAURACIÓ (BARS I RESTAURANTS)	8,0	8,0	8,0
TRANSPORT PÚBLIC	8,0	8,0	8,0
LA SENYALITZACIÓ / ACCÉS AL MUNICIPI	7,8	7,8	7,8
COMERÇOS	7,8	7,8	7,8
NIVELL DE SOROLL	7,7	7,7	7,6
LA QUALITAT DE LA CONNEXIÓ A INTERNET	7,1	7,3	7,4
L'OFERTA D'APARCAMENT	7,3	7,2	7,3
<b>N</b>	<b>(3857)</b>	<b>(1609)</b>	<b>(2154)</b>

\*Nota: Base municipis amb platja **N** 793

\*\*Nota: Base municipis sense platja **N** 1361

P46

Quina és la seva valoració per cadascun dels següents aspectes del municipi?

**B** 1/3 Aleatori de la mostra

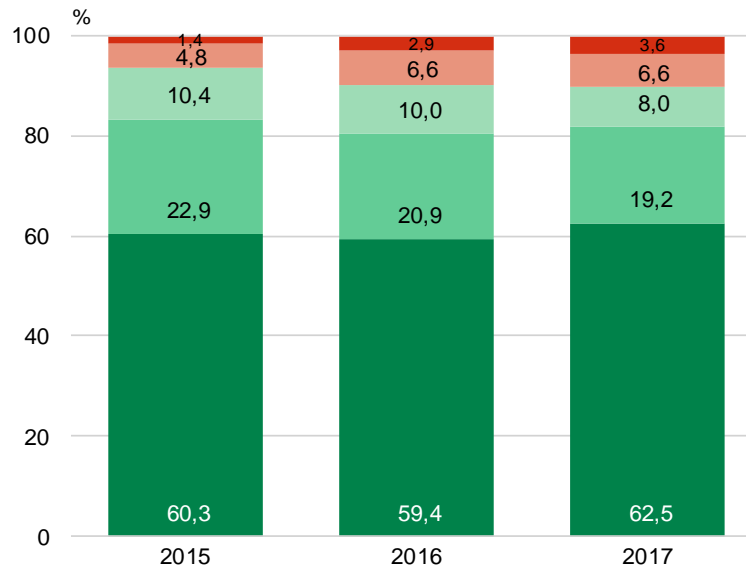
**N** 2154

**R** 0: Molt dolenta; 10: Molt bona



## RECOMANARIA EL MUNICIPI EVOLUCIÓ

## VALORACIÓ DEL MUNICIPI



P49 *Recomanaria aquest municipi com a destinació turística?*

B 1/3 Aleatori de la mostra  
N 2093

■ Segurament sí ■ Probablement no  
■ Probablement sí ■ Segurament no  
■ Potser sí, potser no ■ Ns/Nc





# 09

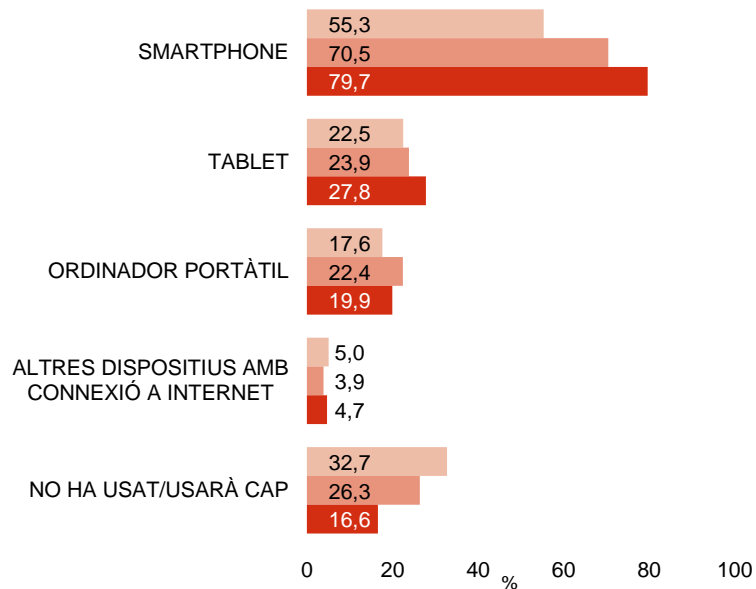
## Altres temes



## DISPOSITIUS UTILITZATS

### EVOLUCIÓ

ALTRES TEMES



P44

Durant la seva estada, ha fet servir o pensa fer servir algun dels següents dispositius per connectar-se a Internet i cercar informació relacionada amb la visita?

N 6165

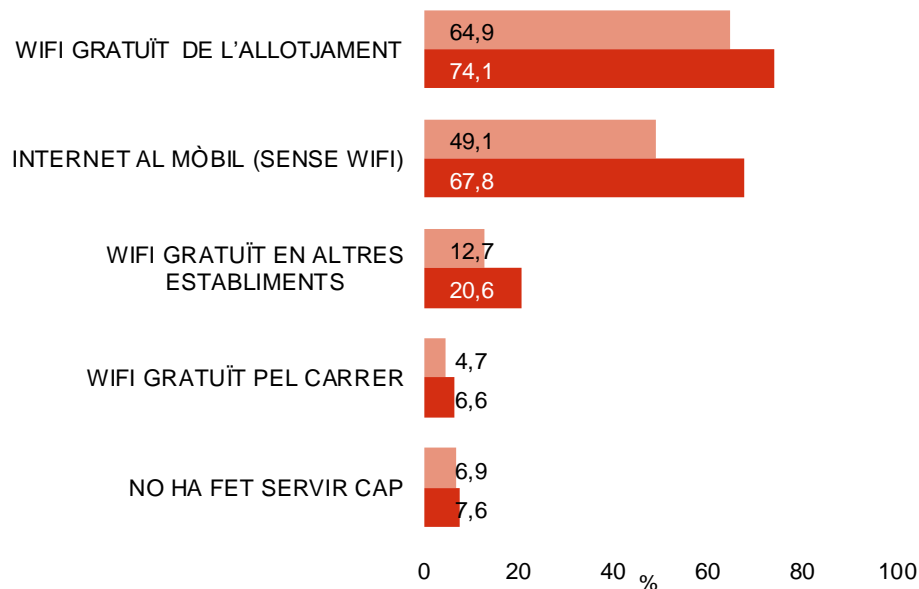
■ 2015  
■ 2016  
■ 2017



## SERVEIS UTILITZATS

### EVOLUCIÓ

ALTRES TEMES



Nota: No es disposa de dades del 2015.

P45

Quins d'aquests serveis ha utilitzat durant la seva estada al municipi?

N 6165

■ 2016  
■ 2017

Una operació estadística de:

## OBSERVATORI DEL TURISME A BARCELONA: CIUTAT I REGIÓ

