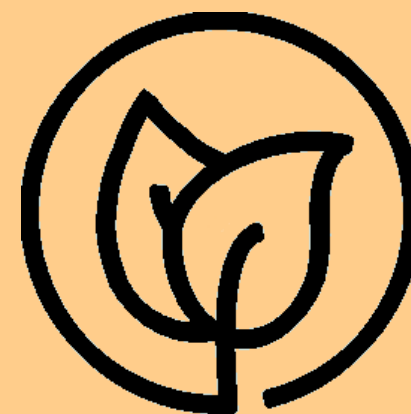




**Observatori  
del Turisme  
a Barcelona**  
ciutat i regió



# **Turista motivat per la Sostenibilitat**

## **Monogràfic de perfil 2021**

Informe de resultats  
Octubre 2022

## Àrea Geogràfica

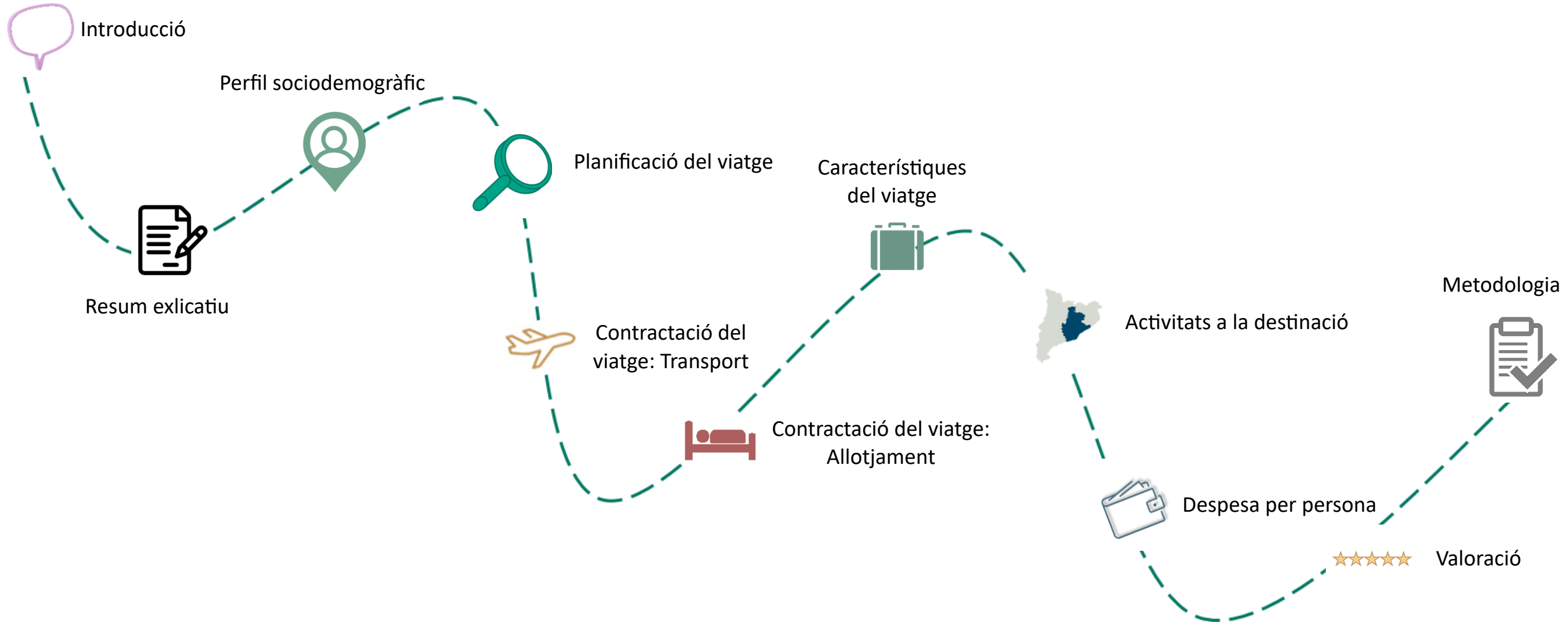
Barcelona ciutat

Barcelona regió

Destinació Barcelona



Destinació Barcelona



Barcelona ciutat

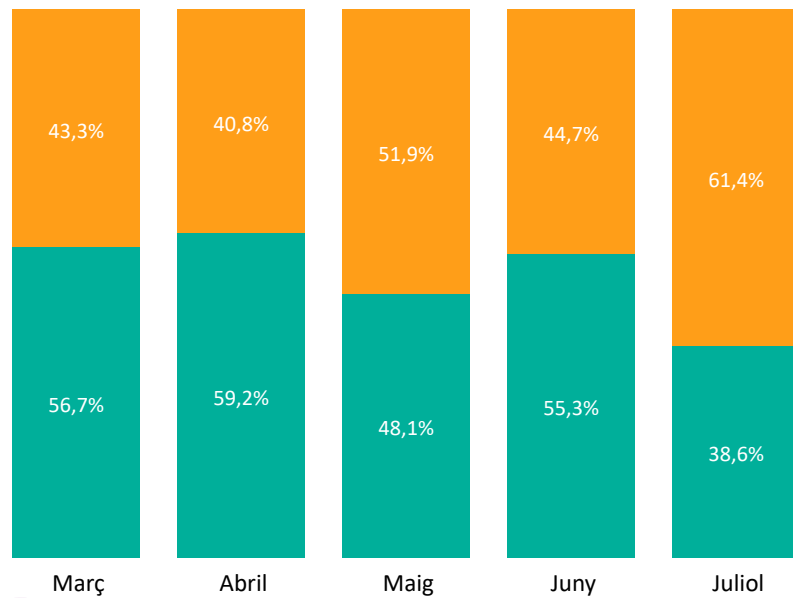
Barcelona regió

Destinació Barcelona

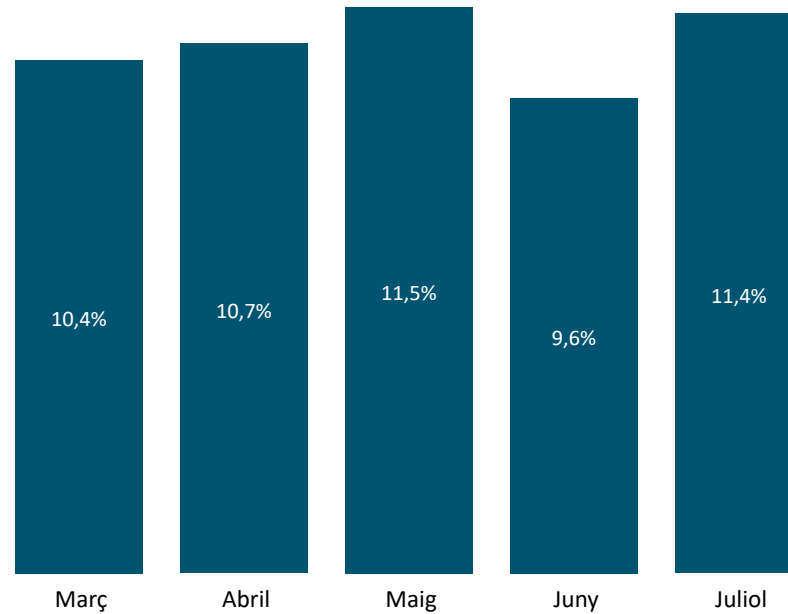


### Distribució sobre el total de la Destinació

● Barcelona ciutat ● Barcelona regió



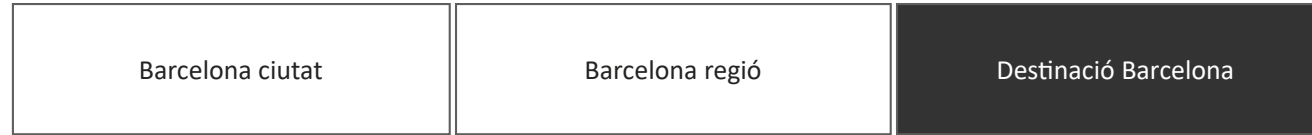
### Distribució sobre el total del territori



**Nota:** Les preguntes de sostenibilitat de les quals s'agafa la mostra per la realització de l'informe només es van dur a terme entre els mesos de març i juliol del 2021. És per aquest motiu que en la representació de la distribució mensual d'aquest perfil de turista només apareixen aquests mesos concrets.

Una persona sostenible és aquella que cerca satisfer les necessitats de la generació actual sense comprometre les necessitats de les generacions futures. El viatger compromès amb la sostenibilitat, a més, està disposat a pagar un suplement per aquests serveis i té en compte els certificats de sostenibilitat a l'hora d'escollir la seva destinació.

Es tracta d'un perfil que suposa el 10,8% del total dels turistes de la Destinació Barcelona, el qual es distribueix de manera uniforme al llarg de l'any. Així mateix, tal com podem observar en l'anàlisi per territoris el visitant compromès amb la sostenibilitat és un perfil de viatger que trobem tant a la ciutat de Barcelona com a la Regió.



El turista compromès amb la sostenibilitat a la Destinació Barcelona ha estat el d'una persona de 35,8 anys, que resideix a l'Estat Espanyol (55,5%), que ha viatjat per oci (58,0%) i que ja havia visitat el municipi anteriorment (72,5%). Si analitzem el perfil total de viatgers que visiten la Destinació Barcelona, aquest és el d'una persona de 37,2 anys, que resideix a l'Estat Espanyol (51,3%), que ha viatjat per oci (62,9%) i que ja havia visitat el municipi anteriorment (61,9%). Per tant, si comparem els dos perfils, veiem com en el perfil del turista compromès amb la sostenibilitat destaquen més els viatgers nacionals i els repetidors.

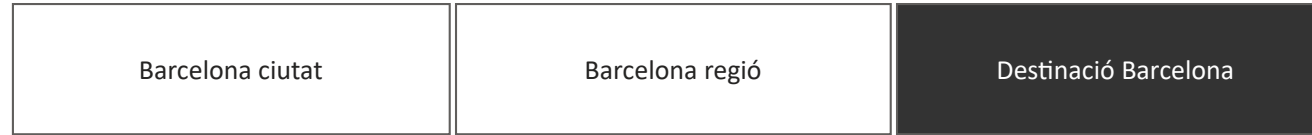
A l'hora de planificar el viatge, els dos perfils de turistes es guien tant per la informació que troben en pàgines web (54,2% vs 56,5%) com per la informació facilitada pels seus amics i familiars (29,3% vs 24,4%) i realitzen tant la compra del transport d'arribada com la contractació de l'allotjament a través de la web de la companyia (63,5% i 42,1% vs 69,6% i 41,6%, respectivament).

Tot i que l'hotel i les cases particulars predominen com a tipus d'allotjament en els dos perfils de turistes (53,0% i 19,7% vs 58,2% i 15,4%) en el perfil de turistes compromesos amb la sostenibilitat veiem un augment del 56,8% de turistes allotjats en càmpings (13,8% vs 8,8%). No observem diferències entre l'estada mitjana, 4,8 nits en els dos perfils. Al mateix succeeix amb el mitjà de transport d'arribada on tot i que el vehicle propi i l'avió són els principals mitjans d'arribada (39,7% i 36,2% vs 34,7% i 44,3%) veiem un augment del 16,6% dels que ho han fet tren (18,3% vs 15,7%). Tampoc observem grans diferències en l'anticipació de la reserva (51,6% vs 47,9% durant l'última setmana).

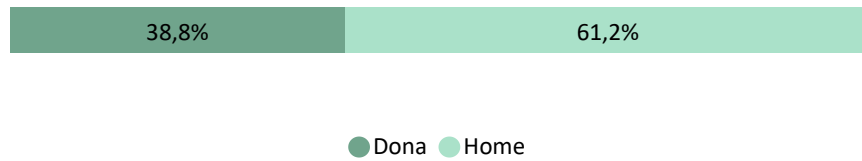
La despesa mitjana del mercat sostenible és inferior al del total de la Destinació Barcelona (49,64 € per persona i nit vs 57,50 € per persona i nit, el que suposa una diferència del -13,7%). Tot i aquesta diferència els dos mercats destinen la major part de la seva despesa en menjar i beguda.

Finalment, tant els turistes compromesos amb la sostenibilitat com els generals, valoren positivament tots els aspectes del municipi de pernoctació atorgant una nota semblant al conjunt d'aquest municipi de destinació (8,75 vs 8,58) i realitzen principalment les mateixes activitats durant la seva visita, degustar gastronomia (86,2% vs 85,9%) i realitzar passejades tranquil·les i de relaxació (83,6% vs 83,5%).

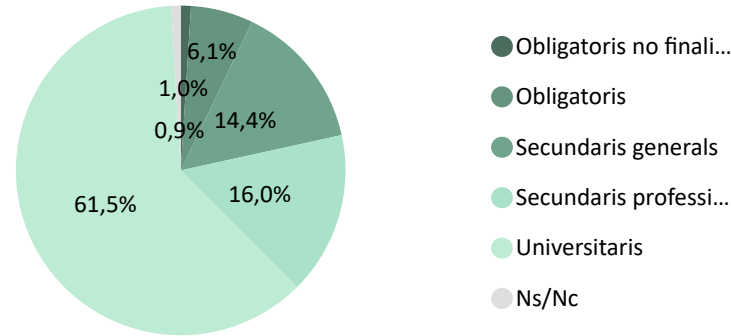
## Àrea Geogràfica



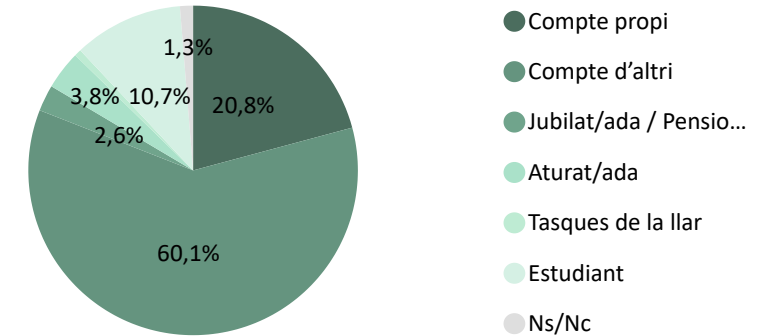
### Sexe



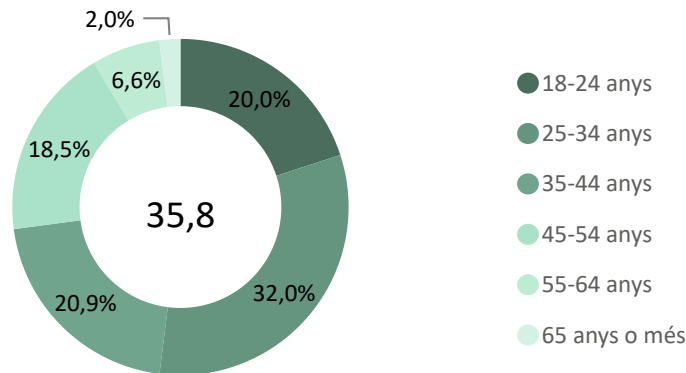
### Estudis



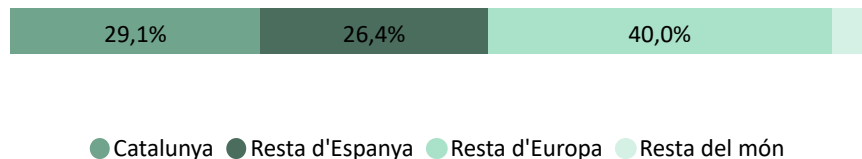
### Situació laboral



### Edat

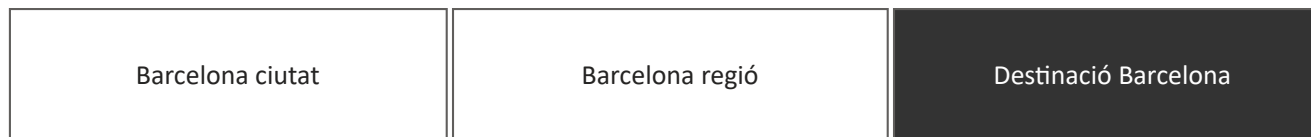


### Origen

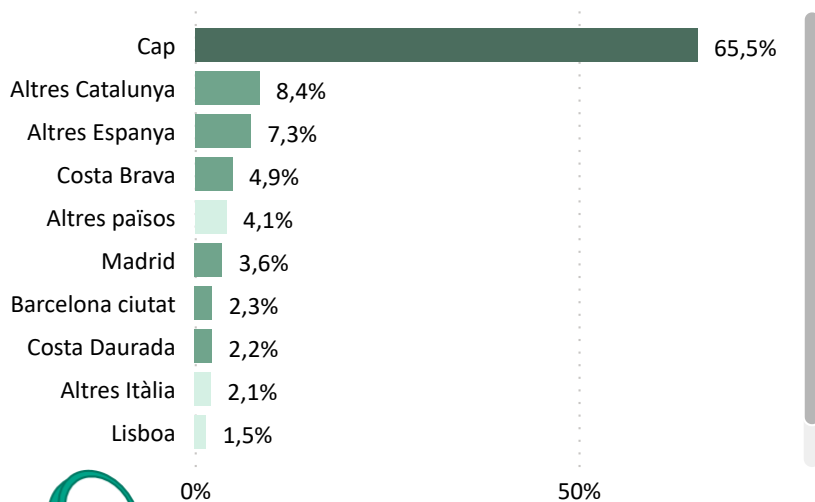


El viatger compromès amb la sostenibilitat que visita la Destinació Barcelona és majoritàriament un home (61,2%), de 35,8 anys, resident a la resta d'Europa (40,0%), a Catalunya (29,1%) i a la resta d'Espanya (26,4%), que ha cursat estudis universitaris (61,5%) i treballa com assalariat (60,1%).

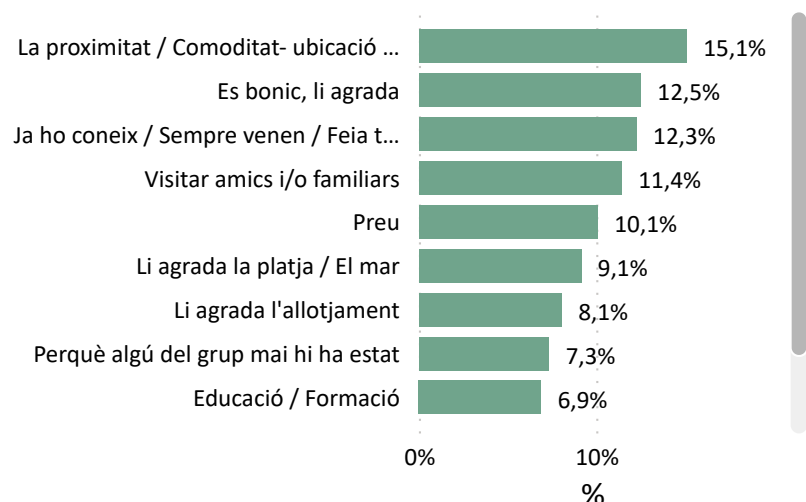
## Àrea Geogràfica



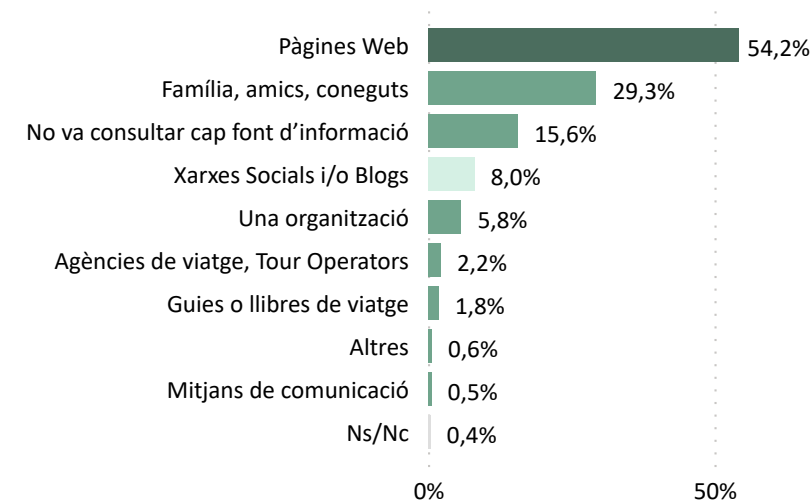
### Destinacions alternatives



### Motius d'elecció

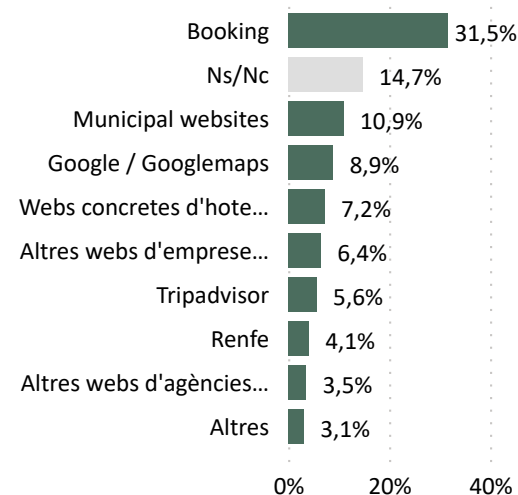


### Fonts d'informació

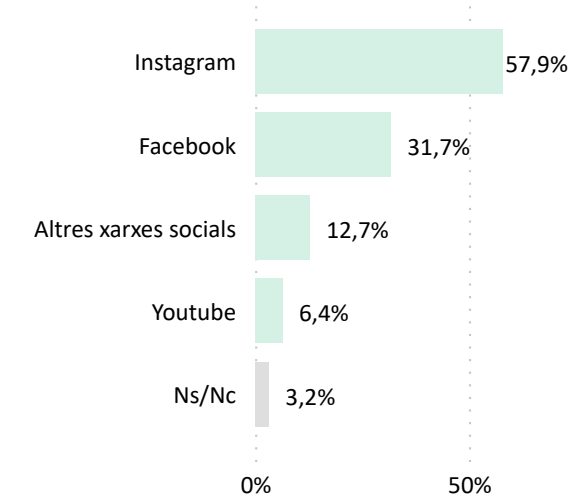


A l'hora de planificar el viatge, aquest perfil de turista no es planteja cap altra destinació alternativa del municipi a on pernocta (65,5%), guiant-se tant per la informació que troba en pàgines web (54,2%), essent Booking la més usada, com per la informació facilitada pels seus amics i familiars (29,3%). Així mateix, la majoria d'aquests turistes que no han vingut a la Destinació per motius professionals, ho han fet per la proximitat, perquè els hi agrada el municipi i perquè ja coneixien el municipi de pernoctació.

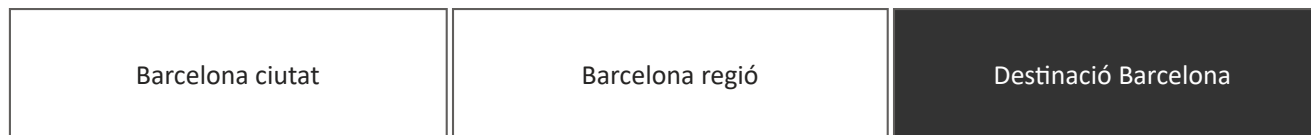
### Pàgines Web



### Xarxes socials /o blogs

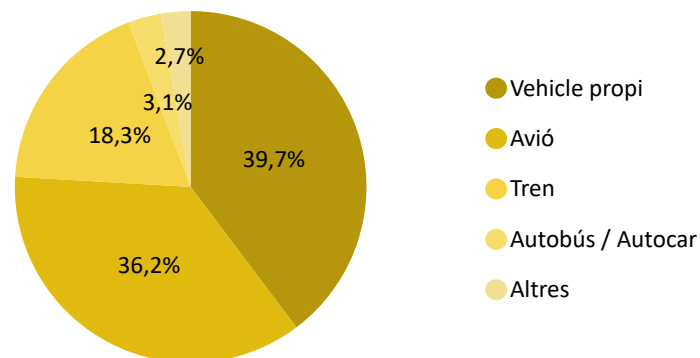


## Àrea Geogràfica

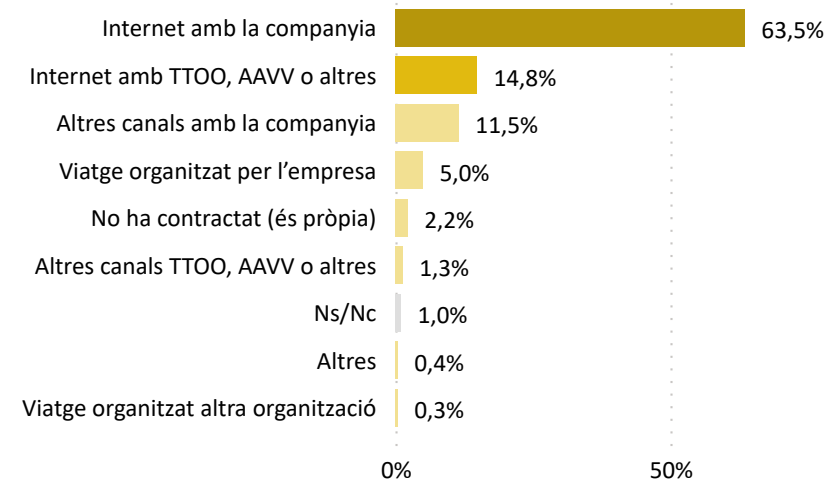


El vehicle propi, l'avió i el tren són els mitjans de transport més utilitzats pel perfil de viatgers compromesos amb la sostenibilitat per arribar a la Destinació Barcelona (39,7% i 36,2%, 18,3%, respectivament). Aquells que han optat per no emprar un mitjà de transport propi, l'han contractat majoritàriament a través de la web de la companyia de transport (63,5%), essent Vueling, Renfe i webs de companyies aèries les més emprades.

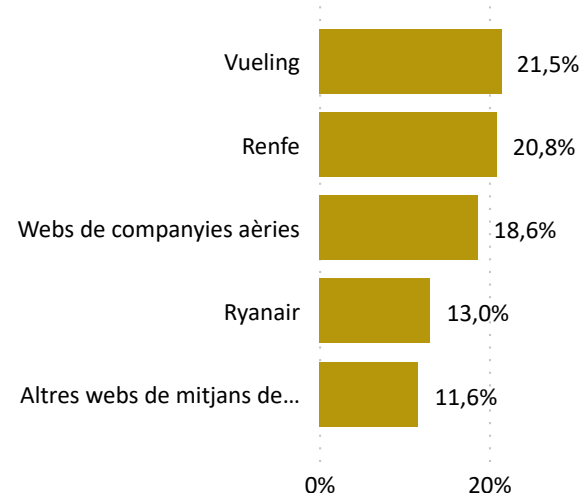
### Transport d'arribada



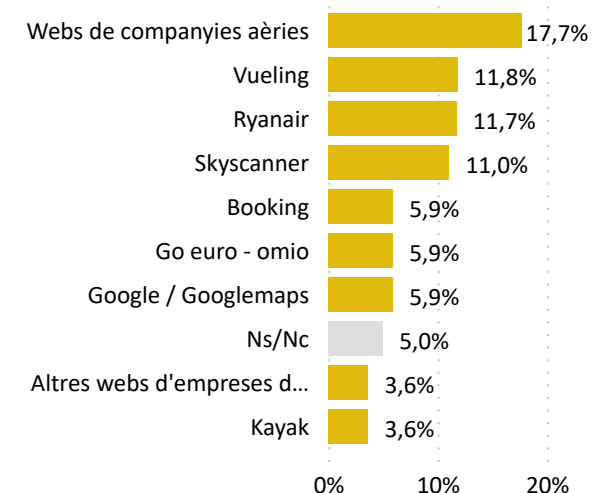
### Contractació del transport



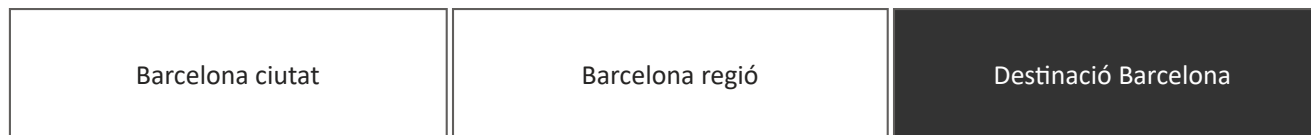
### Pàgina web amb la companyia



### Pàgina web amb TTOO, AAVV o altres



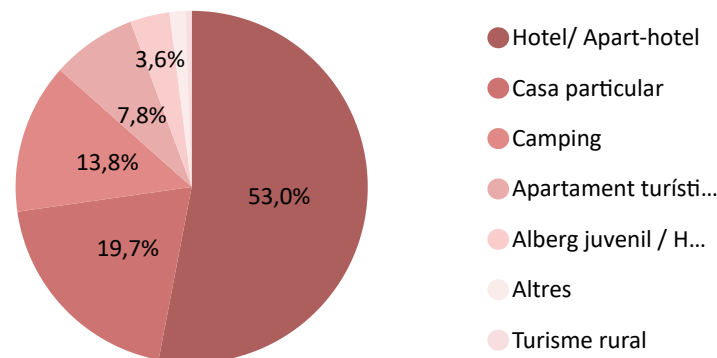
## Àrea Geogràfica



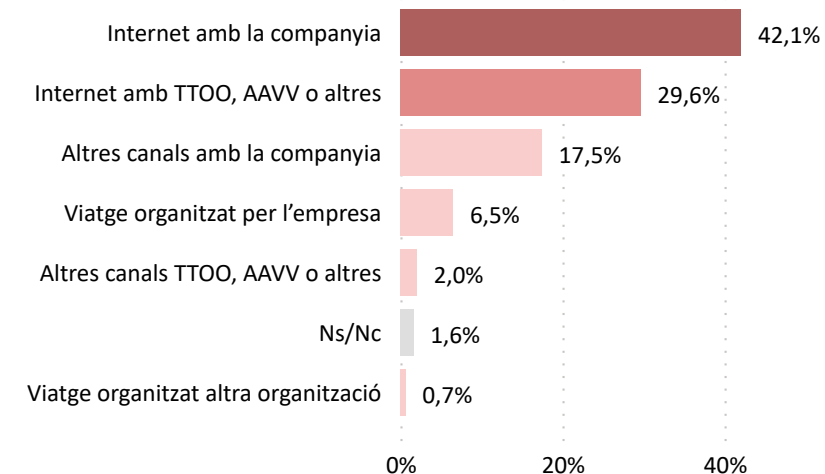
La majoria d'aquests viatgers de la Destinació Barcelona s'han allotjat en un hotel, seguits dels qui ho han fet a cases d'amics i familiars i càmpings (53,0%, 19,7% i 13,8%, respectivament).

Aquells que els ha calgut contractar l'allotjament, ho han fet majoritàriament a través de la web de la companyia (42,1%), essent webs concretes d'hotels i càmpings i Booking les més emprades. Finalment, l'anticipació de la reserva s'ha realitzat principalment la darrera setmana abans d'arribar al municipi de destinació (39,3%).

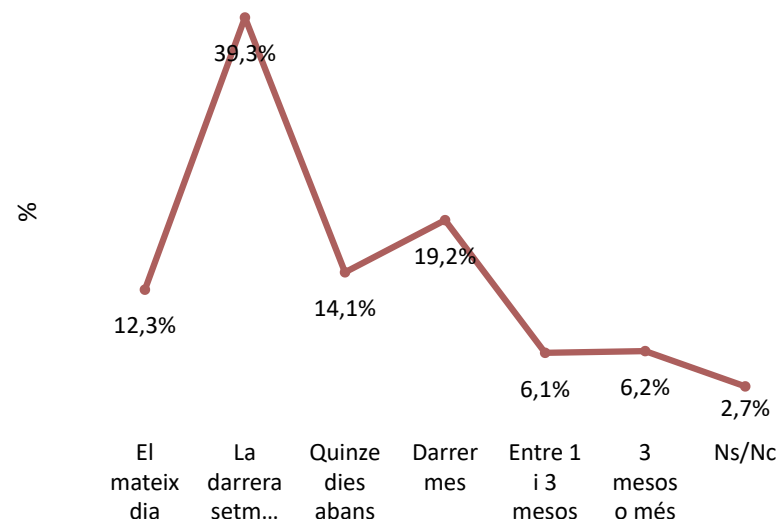
## Tipus d'allotjament



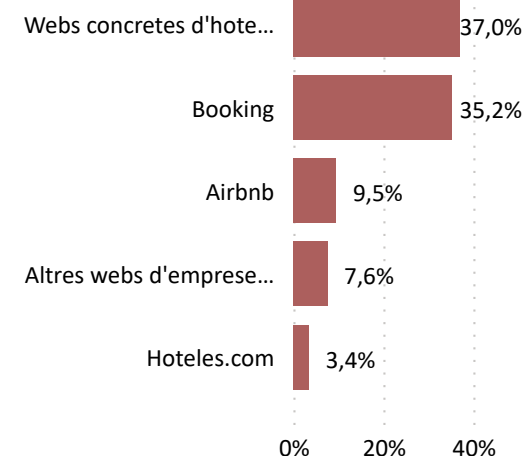
## Contractació de l'allotjament



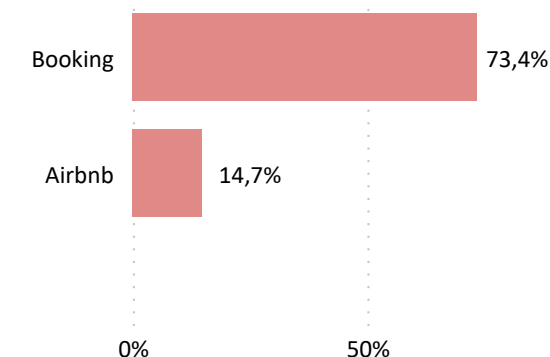
## Anticipació de la reserva



## Pàgina web amb la companyia

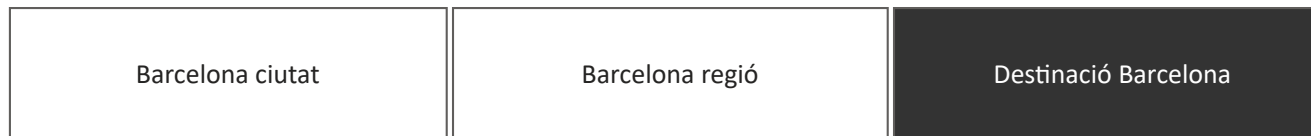


## Pàgina web amb TTOO, AAVV o altres





## Àrea Geogràfica



## Motiu

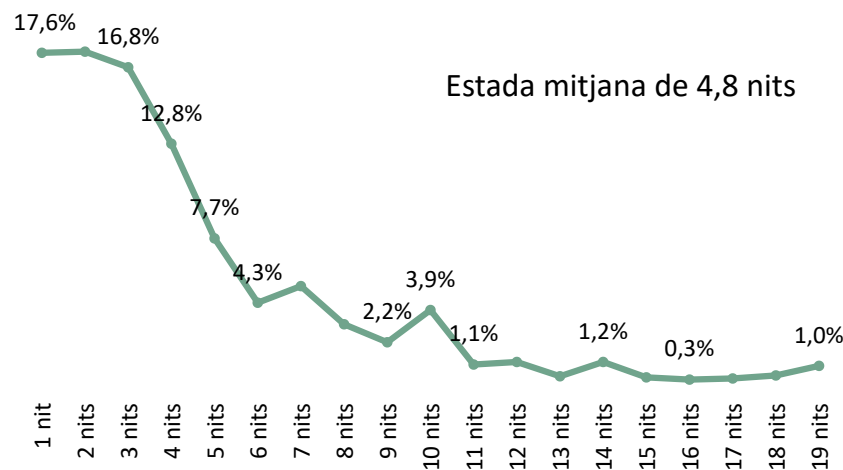


● Oci ● Personal o altres ● Professional

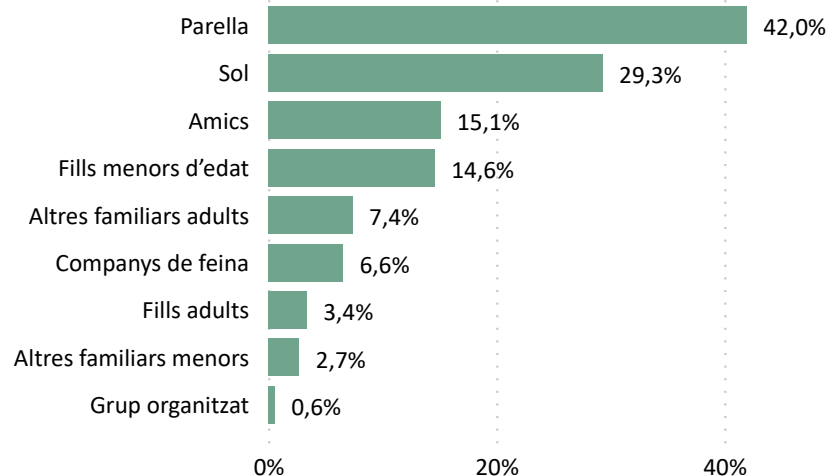


El turista compromès amb la sostenibilitat és una persona que visita la Destinació Barcelona majoritàriament per motius d'oci (58,0%) i que ja coneixia prèviament el municipi de pernoctació (72,5%). Acostuma a estar una mitjana de 4,8 nits al municipi de pernoctació, normalment o ve amb parella (42,0%) o en solitari (29,3%) o amb amics (15,1%) i es desplaça pel municipi a peu (59,6%) o en metro (26,9%).

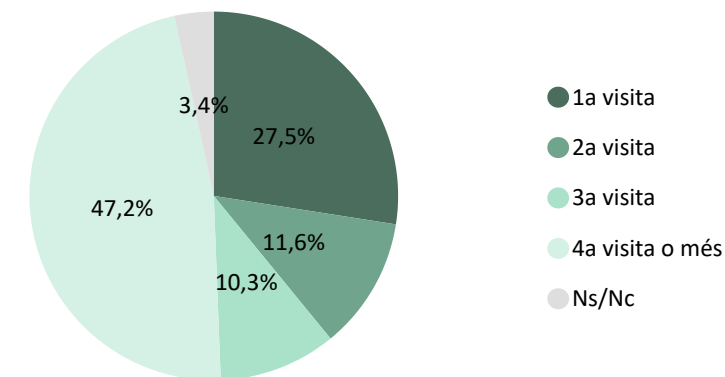
## Estada



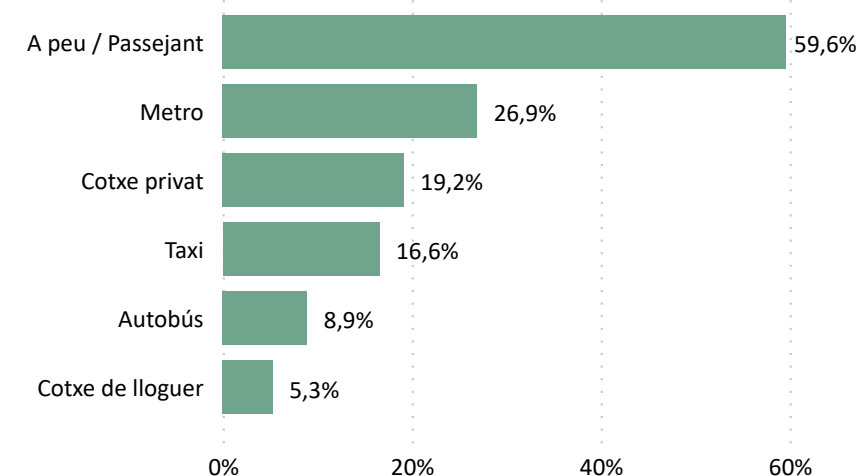
## Acompanyants



## Repetibilitat

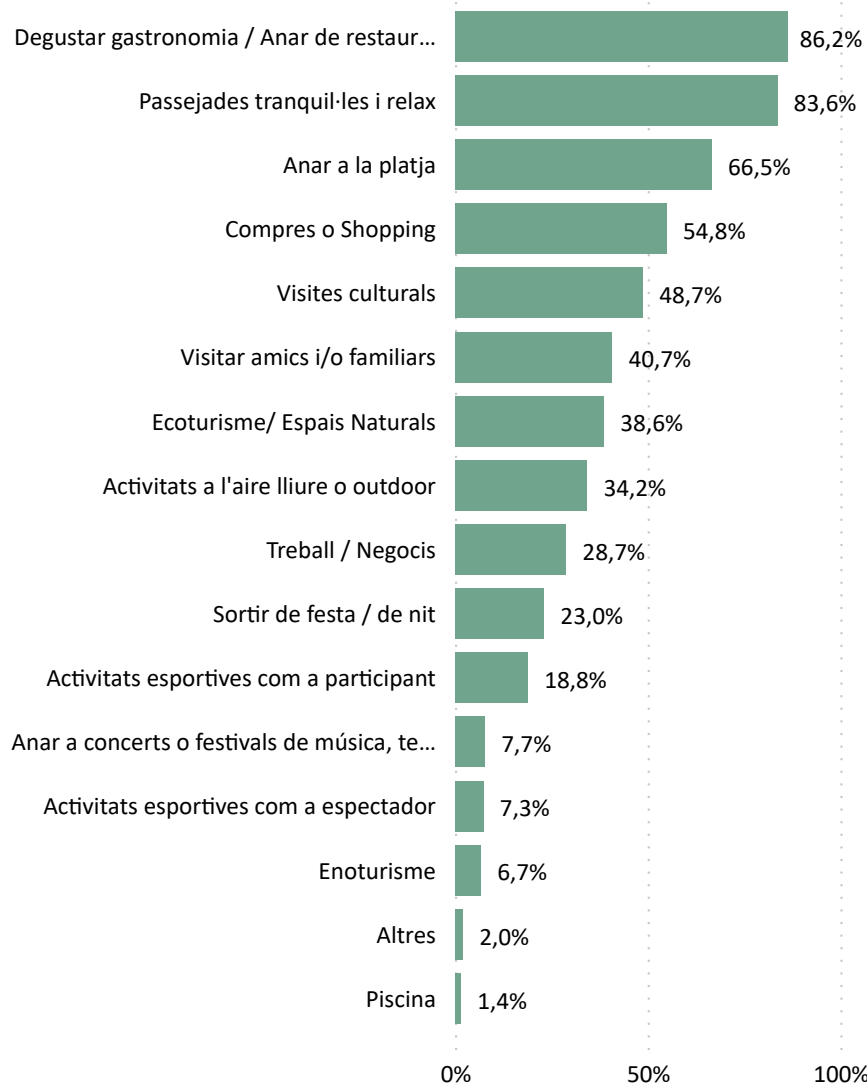


## Transport intern utilitzat

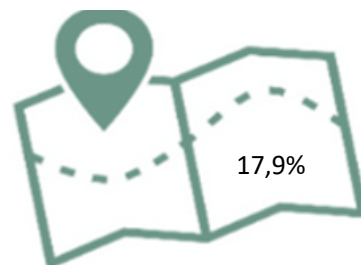




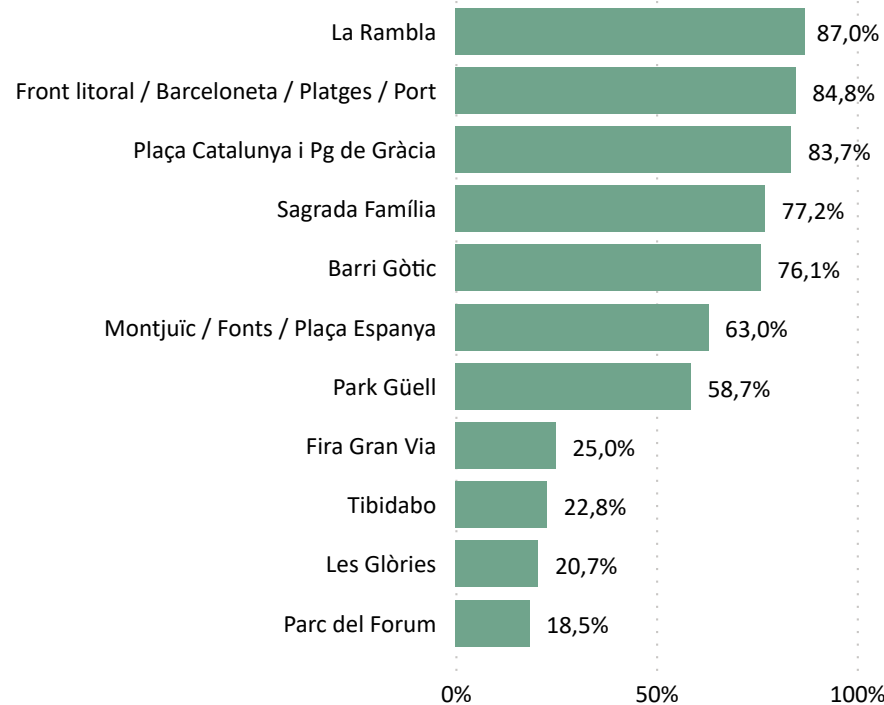
**Activitats realitzades**



**Turistes que fan una excursió**



**Lloc visitants a Barcelona ciutat**



Els turistes compromesos amb la sostenibilitat que visiten la Destinació Barcelona acostumen tant a anar a restaurants (86,2%) i realitzar passejades tranquil·les per relaxar-se (83,6%), com a visitar la Rambla (87,0%), la zona marítima (84,8%) i la Plaça Catalunya / Passeig de Gràcia (83,7%) durant la seva estada a la Destinació Barcelona. A més a més, el 17,9% d'aquests turistes, han fet alguna excursió fora del seu municipi de pernoctació durant la seva estada.

Barcelona ciutat

Barcelona regió

Destinació Barcelona



Aquest perfil de turista durant la seva visita a la Destinació Barcelona ha tingut una despesa mitjana en transport d'anada i tornada de 122,01 € per persona, sent la despesa en allotjament de 39,84 € per persona i dia i la d'estada de 49,64 € per persona i nit. Si analitzem la seva despesa durant l'estada, veiem com més de la meitat d'aquesta s'ha destinat a menjar i beguda (58,6%), seguida, en aquest ordre, de les compres, del transport intern i de l'entreteniment.

Transport d'arribada

122,01 € (anada i tornada)

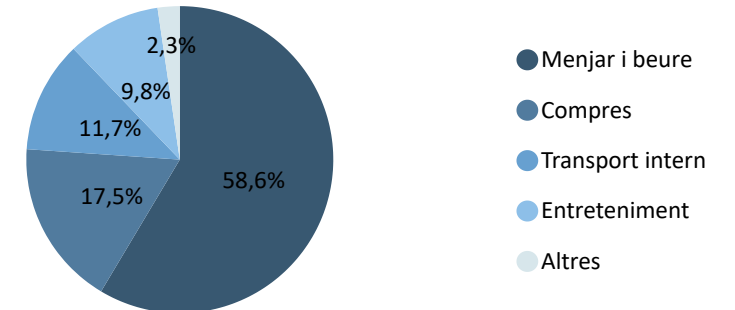
Allotjament

39,84 € (per dia)

Estada

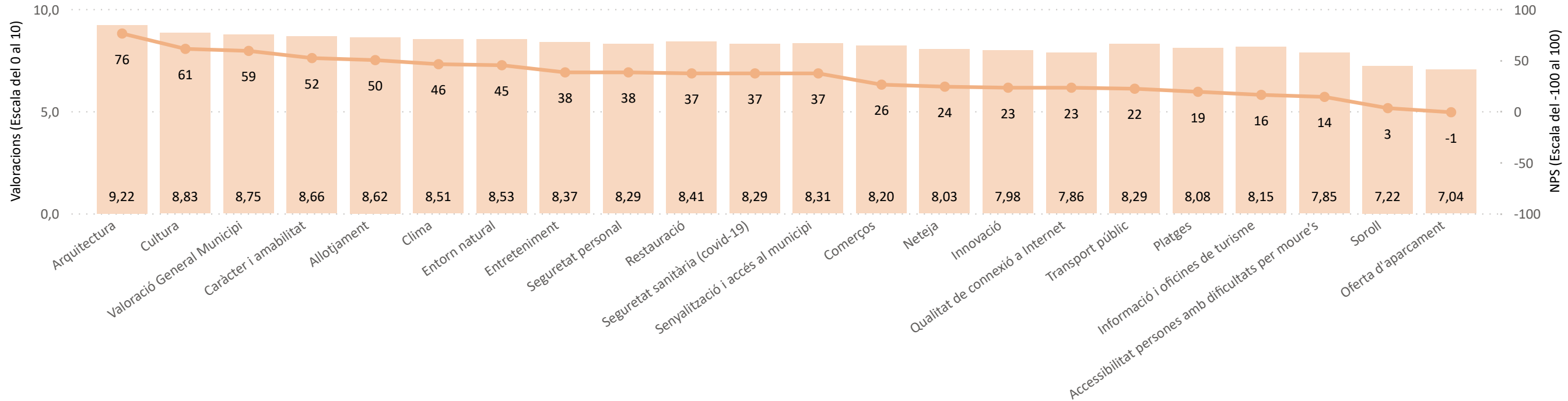
49,64 € (per nit)

Distribució de la despesa durant l'estada per persona/nit





**Valoració sobre diferents aspectes del municipi (eix Esquerra) i NPS (eix dret)**



El turista compromès amb la sostenibilitat que visita la Destinació Barcelona, tot i valorar positivament tots els aspectes del municipi de pernoctació, se sent principalment atret per l'arquitectura, per la cultura i pel caràcter i amabilitat de la gent (9,22, 8,83 i 8,66, respectivament) i valora el conjunt d'aquest municipi de destinació amb un 8,75. En canvi, si hi ha alguns aspectes que es poden destacar per una valoració més discreta que la resta, aquests són l'accessibilitat per a persones amb dificultats per moure's, el soroll i l'oferta d'aparcament (7,85, 7,22 i 7,04, respectivament).

## Àrea Geogràfica

Barcelona ciutat	Barcelona regió	<b>Destinació Barcelona</b>
------------------	-----------------	-----------------------------



Informe realitzat a partir dels resultats obtinguts de l'enquesta de perfil del turista a la Destinació Barcelona 2021.

**Base:** turistes que han visitat la Destinació Barcelona que estarien disposats a pagar més d'un 10% per un servei sostenible i que tenen en compte els certificats de sostenibilitat a l'hora d'escollir una destinació.

Les característiques de l'enquesta són:

**Mètode:** entrevista personal realitzada amb suport informàtic (sistema CAPI).

**Univers:** turistes de 18 anys i més que han pernoctat entre 1 i 28 nits a la Destinació Barcelona en els mesos de març a juliol de 2021 en qualsevol tipus d'allotjament que no sigui una segona residència o un creuer, que estarien disposats a pagar més d'un 10% per un servei sostenible i que tenen en compte els certificats de sostenibilitat a l'hora d'escollir una destinació.

### Àrees geogràfiques:

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

•**Barcelona ciutat:** comprèn el municipi de Barcelona.

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

### Procediment de mostreig:

•**Barcelona ciutat:** es fa un mostreig polietàpic, estratificat (mesos de visita: de març a juliol) i per conglomerats (dies de la setmana i punts d'enquestació). L'afixació és proporcional per mes de l'any i, dins de cada mes, fixa per dia i per lloc d'enquestació.

•**Barcelona regió:** es fa un mostreig polietàpic, estratificat (encreuament dels mesos de visita amb les comarques) i per conglomerats (municipis). L'afixació és fixa per cadascuna de les comarques i, dins de cada comarca, fixa per alguns municipis d'interès i proporcional a la demanda per mesos.

### Mostra:

•**Destinació Barcelona:** 468 entrevistes

•**Barcelona ciutat:** 194 entrevistes

•**Barcelona regió:** 274 entrevistes

**Ponderació:** S'ha ponderat per tal que la mostra sigui representativa del turisme a la Destinació Barcelona respectant la ponderació interna de les dues zones (Barcelona ciutat i Barcelona regió).

En la Destinació, Barcelona ciutat té un pes del 54,96% i Barcelona regió del 45,04%.

### Error mostral per al conjunt de la mostra:

•**Destinació Barcelona:**  $\pm 4,81\%$  amb un nivell de confiança del 95% (2s) i P = Q

•**Barcelona ciutat:**  $\pm 7,04\%$  amb un nivell de confiança del 95% (2s) i P = Q

•**Barcelona regió:**  $\pm 6,43\%$  amb un nivell de confiança del 95% (2s) i P = Q

# Turista motivat per la Sostenibilitat

## Monogràfic de perfil 2021

Informe de resultats  
Octubre 2022



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

[info@observatoriturisme.barcelona](mailto:info@observatoriturisme.barcelona)



<https://www.observatoriturisme.barcelona>



<https://linkedin.com/company/observatori-turisme-barcelona>

