



Perfil i hàbits dels turistes a Sitges 2017

Informe de resultats

Abril de 2018

ÍNDEX

- 02 FITXA TÈCNICA
- 03 PRESENTACIÓ
- 04 DESTACATS
- 05 RESUM DE RESULTATS
- 09 1. PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC
- 14 2. CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA
- 18 3. MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE
- 24 4. PLANIFICACIÓ DEL VIATGE
- 29 5. DESPESA
- 35 6. ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA
- 37 7. EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI
- 43 8. VALORACIÓ DEL MUNICIPI
- 46 9. ALTRES TEMES

FITXA TÈCNICA: Enquesta a Turistes de Barcelona (ciutat i resta província) 2017

ÀMBIT

Sitges.

UNIVERS

Turistes de 15 anys i més que han pernoctat entre 1 i 28 nits al municipi en els mesos de febrer a novembre de 2017 en qualsevol tipus d'allotjament que no sigui una segona residència.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

402 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (sistema CAPI).

PROCEDIMENTS DE MOSTREIG

Mostreig estratificat pels mesos de visita.

Els llocs d'enquestació són: punts d'interès turístic (zona del passeig, cruïlles d'àmplia concurrència, places, oficina de turisme, estació de tren), hotels i càmping; *(assenyalar que es van entrevistar un 10% dels turistes de Sitges en altres punts de la província: a la ciutat de Barcelona, a l'aeroport, a la fira, etc.)*. A cadascun d'aquests llocs, els entrevistats s'han escollit aleatòriament al llarg de tot el dia (de les 08:00 a les 20:00). El 28% de les enquestes s'han obtingut en cap de setmana (dissabte o diumenge) i el 72% en dia feiner (de dilluns a divendres).

AFIXACIÓ

Proporcional a la demanda per mesos.

PONDERACIÓ

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 4,9\%$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 25 de febrer al 14 de novembre de 2017.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP
INSTITUTO DYM.

PRESENTACIÓ

L'any 2009 es va iniciar l'estudi de caracterització turística 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'enquesta, incloent els mesos de novembre i desembre.

L'any 2016 també hi ha 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.

Una altra necessitat que sorgeix al 2016, i segueix al 2017, és la de donar resultats per alguns dels municipis de la província i és per aquest motiu que s'amplia la mostra d'alguns municipis per poder fer aquest informe.

En les pàgines que segueixen es presenten els resultats de Sitges en comparació amb els resultats de l'Entorn de Barcelona (que correspon a l'àmbit territorial de la província de Barcelona menys la comarca del Barcelonès) i amb els resultats del propi municipi al 2015 i 2016 (sempre que és possible).

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 que han portat a terme, mobilitat fora del municipi on pernocten (excursions), i valoració de diferents aspectes del municipi.

DESTACATS

LLOC DE RESIDÈNCIA DELS TURISTES (APROX.):

20% NACIONALS

80% ESTRANGERS

NOMBRE DE NITS AL MUNICIPI:

6,3 NITS

MOTIU PRINCIPAL DE LA VISITA:

80,6% OCI

REPETEIXEN VISITA AL MUNICIPI (APROX.):

60%

GRANDÀRIA GRUP DE VIATGE:

2,5 PERSONES

PPAL MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR:

55,3% AVIÓ

32,5% VEHICLE PRIVAT

ÚS D'INTERNET PER PLANIFICAR EL VIATGE:

60,0%

ELECCIÓ DEL MUNICIPI COM A PRIMERA OPCIÓ:

62,7%

CONTRACTACIÓ DEL VIATGE PER COMPTE PROPÍ:

83,8%

COST DE L'ALLOTJAMENT PER PERSONA I DIA:

57,1€

DESPESA EN DESTINACIÓ PER PERSONA I DIA:

64,5€

ACTIVITATS DURANT L'ESTADA:

93,5% PASSEJADES/RELAX

90,8% GASTRONOMIA

85,6% PLATJA

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI:

24,1% HA FET UNA EXCURSIÓ

25,3% FARÀ UNA EXCURSIÓ

VALORACIÓ MITJANA DEL MUNICIPI (DE 0 A 10):

8,4

RECOMANARIA EL MUNICIPI
(SEGUR + PROBABLEMENT):

99,3%

RESUM DE RESULTATS

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

Gairebé el 70% dels turistes entrevistats a Sitges al 2017 han estat homes i l'edat mitjana dels turistes és de 48,2 anys. Tant la distribució del sexe com de l'edat són dades força estables els darrers tres anys i molt semblants a les que s'obtenen al total de l'Entorn de Barcelona.

Pel que fa al lloc de residència i la nacionalitat dels turistes presenta dades semblants a la dels dos anys anteriors però en comparació amb el total de l'Entorn a Sitges s'hi troben més turistes estrangers: un 77,4% resideixen fora d'Espanya, l'11,2% ve de la resta de Catalunya i l'11,4 de la resta del territori nacional.

Per nacionalitats les variacions més destacades són un augment progressiu del turisme alemany, i una baixada al 2017 dels estatunidencs.

En el nivell d'estudis és superior al del total de l'Entorn: a Sitges el 61,9% dels turistes té estudis universitaris, valor 10 punts percentuals superior al del total de l'Entorn. La distribució de la

situació laboral és pràcticament idèntica a la de l'Entorn on el grup majoritari són els treballadors per compte d'altri (62,2%), seguits dels treballadors per compte propi (16,7%) i els jubilats o pensionistes (15,7%).

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

La durada de l'estada a Sitges presenta una tendència a l'alça en els darrers 3 anys arribant a una mitjana de 6,3 nits, gairebé una nit per sobre que la dada del total de l'Entorn.

Els turistes que estan més nits al municipi són els que venen de Gran Bretanya.

Els percentatges obtinguts per tipologia d'allotjament i categoria depenen principalment de com s'ha distribuït la mostra pels diferents punts d'enquestació. Enguany, a Sitges, s'ha fet el 68,7% a turistes allotjats a hotels (d'aquests, més de la meitat en hotels de 4 estrelles), el 19,2% de les enquestes a turistes allotjats en un càmping (considerat pel 97,4% de segona categoria), un 5,7% a allotjats en un apartament turístic i un 5,5% a casa de familiars o amics.

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

En la distribució en la motivació del viatge, l'oci és el motiu principal amb un valor superior al del total de l'Entorn de Barcelona (80,6% en front del 68,5% de l'Entorn). Pel contrari són més petits els percentatges dels turistes de Sitges que han estat al municipi per motius professionals (12,2%) o per motius personals o altres (7,2%).

A Sitges trobem més turistes repetidors (59,4%) que al total de l'Entorn (46,9%). Tot i així, el nombre mig de vegades que han estat al municipi en els darrers 10 anys és inferior: 4,7 vegades a Sitges i 10,3 vegades al total de l'Entorn.

A Sitges, al 2017, el grup de viatge està format per 2,5 persones, valor inferior al del global de l'Entorn i al dels dos anys anteriors. El 45,1% dels entrevistats ha vingut només amb parella, el 20,3% ha vingut sol i el 13,5% amb família. La resta de grups de viatge obtenen percentatges de resposta per sota del 10%.

RESUM DE RESULTATS

El mitjà de transport més emprat per arribar a Sitges és l'avió (55,3%), xifra superior a la de l'Entorn Barcelona. El vehicle privat és citat pel 32,5 dels turistes i la resta de mitjans de transport obtenen citacions molt inferiors.

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

La principal font d'informació que van consultar per planificar el viatge és Internet, xarxes socials o blogs (60,0%). Segueixen la família, amics i coneguts (19,2%) i un 20,4% que no va consultar cap font d'informació.

La webs més consultades per planificar el viatge són Booking (41,9%), seguida del buscador Google (18,3%) i Tripadvisor (16,2%). La resta de webs obtenen percentatges per sota del 10%.

Al 2017 l'ús de Booking ha crescut força si es compara amb la dada dels dos anys anteriors.

Més del 60% dels turistes van escollir Sitges sense contemplar cap altre alternativa, dada pràcticament idèntica a l'obtinguda al global de

l'Entorn i a la dada de Sitges al 2016. El principal competidor de Sitges és Barcelona ciutat (16,2% ho va contemplar com a destinació alternativa).

La forma de contractació del viatge és fonamentalment per compte propi (83,8%). Aquest percentatge baixa al 22,5% entre els que estan a Sitges per motius professionals.

Pel que fa al moment en el que van contractar el viatge les dades són molt semblants a les obtingudes al 2016 i que els turistes de Sitges són una mica més previsors que els de l'entorn ja que el 42,1% va contractar el viatge amb més d'un mes d'antelació i aquesta dada al total de l'Entorn és del 36,8%.

DESPESA

La despesa del viatge a Sitges és molt semblant a l'obtinguda al 2016 en el municipi i més alta que la del global de l'Entorn en els tres conceptes que s'analitzen: el cost del transport d'anada i tornada fins al municipi (329,6€ a Sitges i 243,9€ a l'Entorn), la despesa total en

allotjament (335,4€ a Sitges i 218,2€ a l'Entorn), i la despesa en destinació (334,8€ a Sitges i 171,2€ a l'Entorn).

Passa el mateix si es fa l'anàlisi de la despesa per persona i nit: la despesa de l'allotjament és de 57,1€ a Sitges i de 47,3€ a l'Entorn i la despesa en destinació és de 64,5€ a Sitges i de 38,4€ a l'Entorn.

En transport, la despesa més alta es troba entre els turistes de fora d'Europa; en allotjament, entre els que van a Sitges per motius professionals i entre els turistes de la Gran Bretanya; i la despesa més alta en destinació també es troba entre els residents a la Gran Bretanya.

La distribució d'aquesta despesa entre els diferents conceptes que es consulten és: un 66,9% en menjar i beguda, un 19,0% en compres, un 7,1% en entreteniment, el 6,1% en transport intern i un 0,9% en altres conceptes.

RESUM DE RESULTATS

ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA

Les activitats més realitzades (amb citacions per sobre del 80%) a Sitges són passejades tranquil·les i relax, degustar gastronomia o anar de restaurants i anar a la platja. Amb un 64,4% segueixen les compres i la resta d'activitats obtenen citacions per sota del 50%. En general totes les activitats obtenen percentatges superiors als de l'Entorn menys el turisme actiu, l'ecoturisme i treballar o fer negocis.

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI

El 74,9% dels turistes de Sitges no han fet cap excursió fora del municipi i el 64,7% no en farà cap. El 15,9% declara haver visitat Barcelona ciutat i un 20,2% té intenció de fer-ho.

En les visites fetes a la província de Barcelona, més del 80% no va contractar res i un 10% va pagar l'activitat directament. La despesa mitjana en aquesta excursió és de 123,0€ per persona, valor superior al global de l'Entorn que se situa en 82,4€.

Els principals mitjans de transport utilitzats per fer l'excursió són el tren (39,8%), el vehicle privat (26,6%), i l'autobús (12,4%).

Gairebé tots els turistes que han fet una excursió la valoren bé o molt bé (96,5%).

VALORACIÓ DEL MUNICIPI

Les valoracions mitjanes, en una escala de 0 (molt dolenta) a 10 (molt bona), es mouen en un rang que va del 6,4 al 8,6.

Els aspectes millor valorats són el "Caràcter i amabilitat" (8,6), les platges (8,4) i la "Seguretat ciutadana" (8,4).

La valoració general del municipi se situa en 8,4 punts, valoració 0,1 punts inferior a la de 2015 i 2016 i 0,2 punts superior a la del total de l'Entorn.

L'aspecte amb una puntuació molt més baixa que la resta d'aspectes continua sent l'oferta d'aparcament, amb una valoració mitjana de 6,4.

La recomanació del municipi com a destinació turística a anat millorant en els darrers tres anys i

al 2017 i gairebé el 100% declara que recomanaria el Sitges com a destinació turística. Aquesta dada també és molt superior a la del global de l'Entorn.

ALTRES TEMES

El dispositiu més utilitzat per connectar-se a internet i cercar informació relacionada amb la visita és l'Smartphone (85,1%). Segueixen la tablet amb un 35,6% i l'ordinador portàtil amb un 22,1%.

Les formes de connexió més habituals són utilitzar el WIFI gratuït de l'allotjament (80,6%) i l'Internet al mòbil sense WIFI (63,2%). Ambdós obtenen un percentatge d'ús superior a l'obtingut l'any 2016.

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

N

Per temes d'espai s'abrevia Sitges com S.

*No es presenta cap resultat general amb menys de 75 respostes perquè no es considera un resultat estadísticament representatiu. En el cas dels segments sí es donen dades amb menys de 75 respostes però cal tenir-ho en compte a l'hora de fer la interpretació que només podria ser qualitativa.
Es marcarà amb un asterisc (*) les bases que es consideren insuficients.*

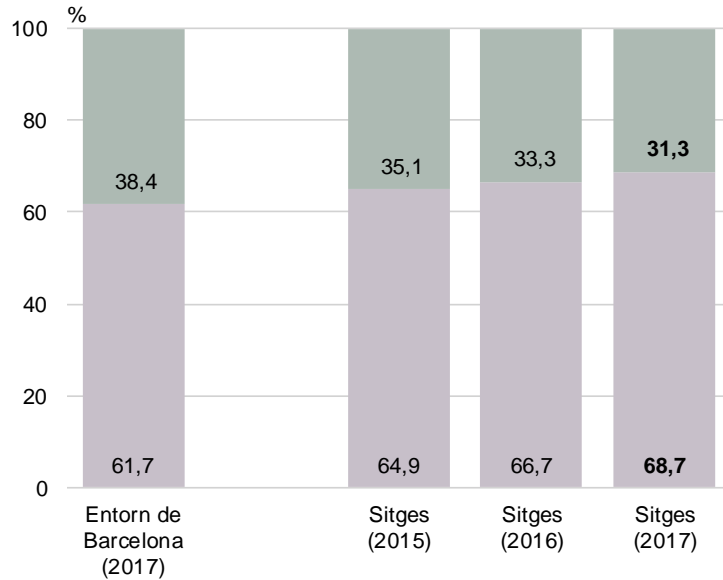
01

Perfil sociodemogràfic

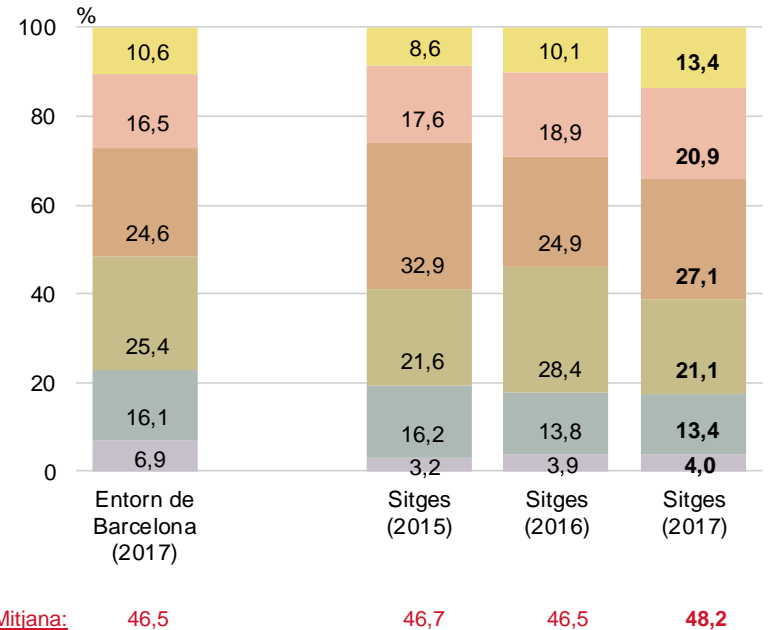
GÈNERE I EDAT DELS ENTREVISTATS

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

GÈNERE DELS ENTREVISTATS



EDAT DELS ENTREVISTATS



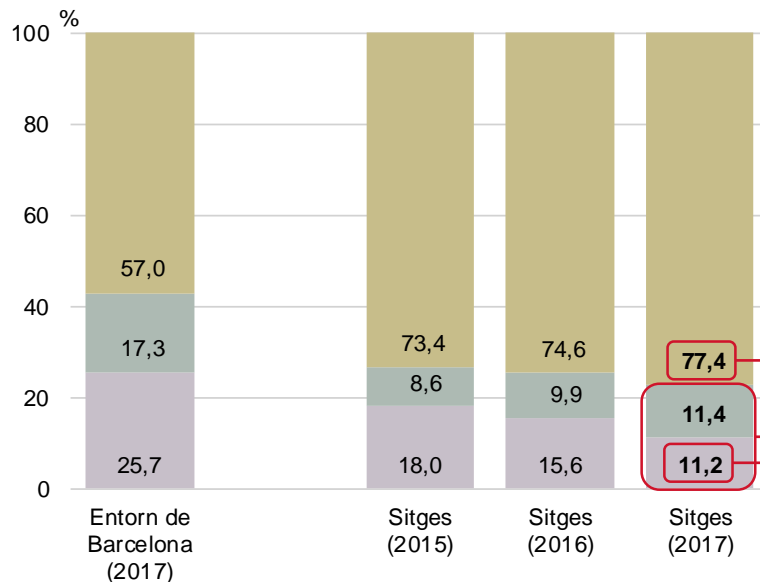
Q1 Gènere de l'entrevista/da
Q2 Edat de l'entrevista/da

N Entorn '17: 6165; S'15: 222; S'16: 507; S'17: 402
R Espontània

■ Home
■ Dona
■ De 15 a 24 anys
■ De 25 a 34 anys
■ De 35 a 44 anys
■ De 45 a 54 anys
■ De 55 a 64 anys
■ De 65 anys o més

LLOC DE RESIDÈNCIA

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC



AGRUPACIONS DE PAÏSOS

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
RESTA D'UNIÓ EUROPEA	78,4	69,9	76,5	76,9
RESTA D'EUROPA	6,7	13,5	5,6	7,7
AMÈRICA DEL NORD	3,5	8,6	8,2	3,2
AMÈRICA CENTRAL I DEL SUD	6,3	3,7	3,4	5,8
ÀFRICA	0,8	0,0	1,1	1,3
ÀSIA + PRÒXIM ORIENT	3,9	1,8	3,2	3,9
AUSTRÀLIA + OCEANIA	0,5	2,5	2,1	1,3
N	(3157)	(163)	(378)	(311)

PROVÍNCIES

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
BARCELONA	51,1	55,9	56,6	41,8
MADRID	10,3	8,5	8,5	13,2
NAVARRA	1,5	5,1	2,3	6,6
GUIPÚSCOA	1,5	0,0	3,1	5,5
RESTA ESPANYA	35,5	30,5	29,5	33,0
N	(3008)	(59*)	(129)	(91)

COMARQUES

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
BARCELONÈS	35,6	40,0	65,8	44,4
VALLÈS OCCIDENTAL	13,3	10,0	3,8	13,3
BAIX LLOBREGAT	15,0	7,5	6,3	11,1
RESTA CATALUNYA	36,0	42,5	24,1	31,1
N	(1724)	(40*)	(79)	(45*)

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

F1 Em podria dir on resideix habitualment?

N Entorn '17: 6165; S:'15: 222; S:'16: 507; S:'17: 402

■ Catalunya
■ Resta Esp.
■ Fora Esp.

F1A A quina població exactament?

F1B A país exactament?

■ Residents a Catalunya / Espanya / Fora d'Espanya
■ Valor entre parèntesis a cada columna
■ Espontània

NACIONALITAT

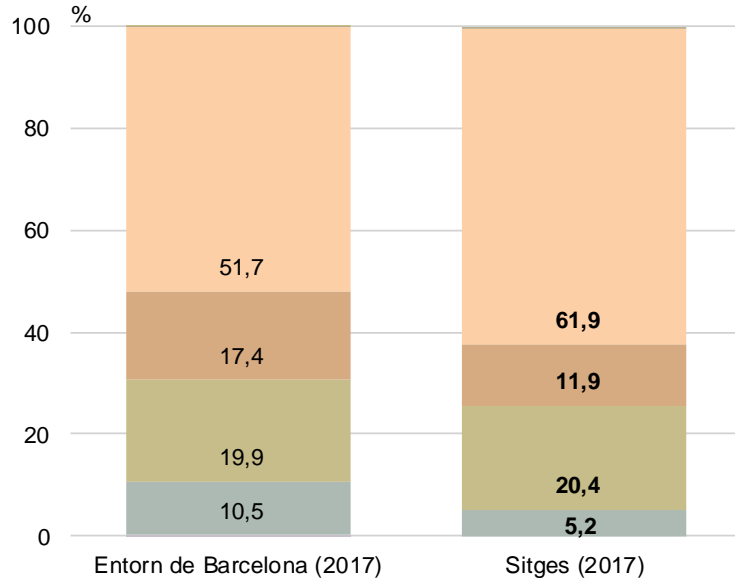
PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
ESPANYOLA	42,1	26,1	24,7	20,7
BRITÀNICA	9,6	17,6	19,9	18,9
FRANCESA	12,0	11,7	9,5	13,7
ALEMANYA	5,1	3,6	5,1	7,2
HOLANDESA	5,3	2,7	5,5	5,2
BELGA	2,3	2,3	2,0	3,7
ITALIANA	3,2	3,2	3,0	3,5
SUECA	1,0	1,4	1,6	3,0
ESTADUNIDENC	1,7	5,9	5,1	2,2
RUSSA	1,4	2,7	1,2	1,0
RESTA PAÏSOS	16,3	23,0	22,5	20,9
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

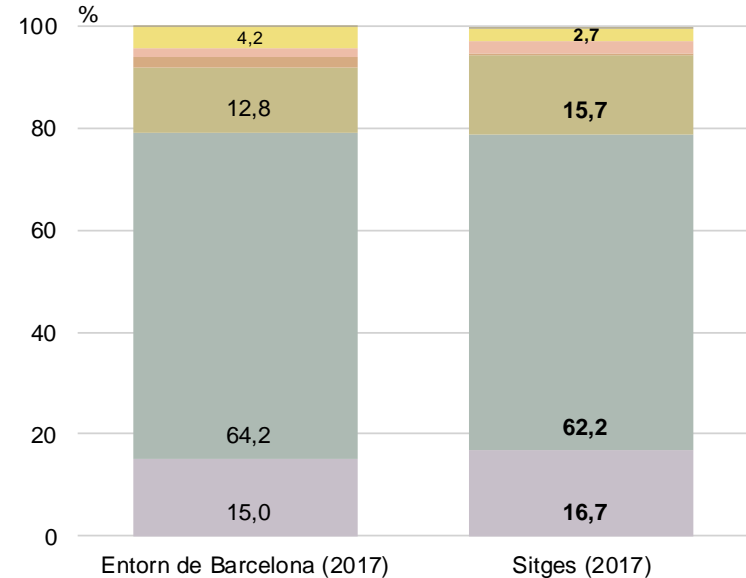
Nota: Citacions amb percentatges iguals o superiors a 2% en el municipi al 2017 (+Rússia).

NIVELL D'ESTUDIS I SITUACIÓ LABORAL DELS ENTREVISTATS PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

NIVELL D'ESTUDIS DELS ENTREVISTATS



SITUACIÓ LABORAL DELS ENTREVISTATS



Nota: No es disposa de dades 2015 i 2016.

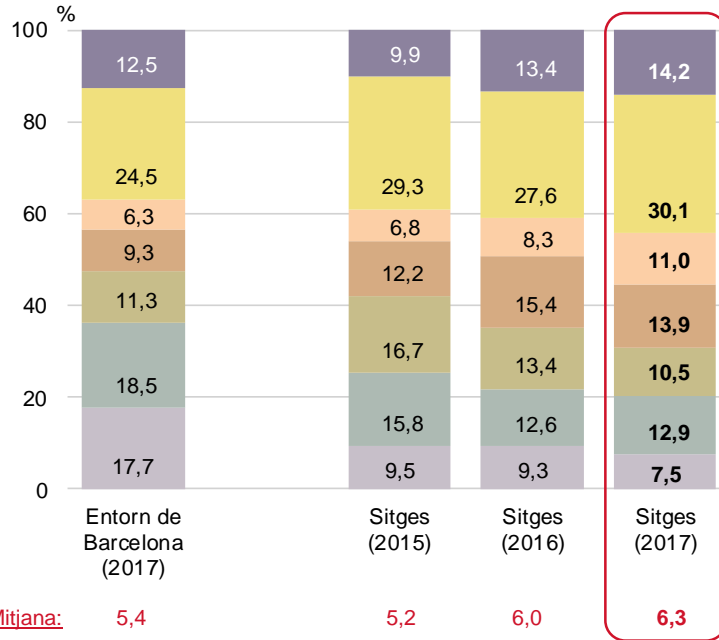
Z1 Actualment, quin és el seu nivell d'estudis acabats / quina és la seva situació laboral?
Z2 Entorn 2017: 6165; Sitges 2017: 402

<Obligatori Sec. Professionals Treb. C. Propi Aturat/da NS / NC
 Obligatori Universitaris Treb. C. d'Altri Tasques de la llar
 Sec. Generals Altres Jubilat/Pensionista Estudiant

02

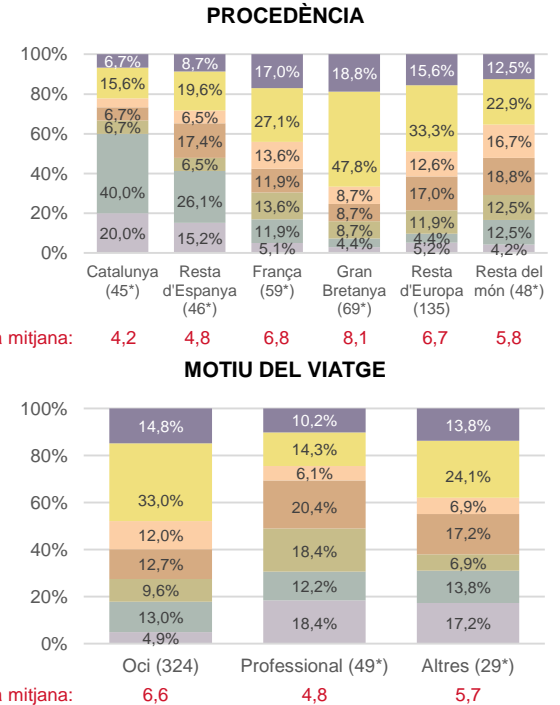
Característiques de l'estada

DURADA DE L'ESTADA

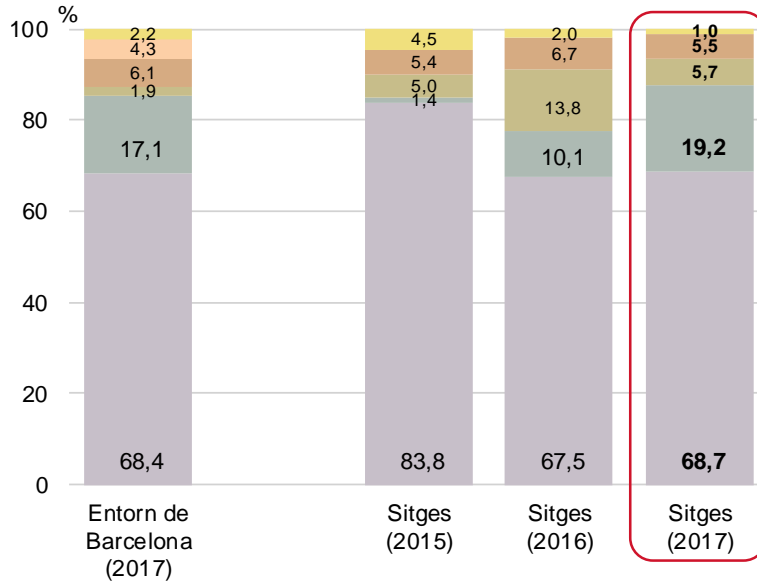


SEGMENTACIÓ

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA



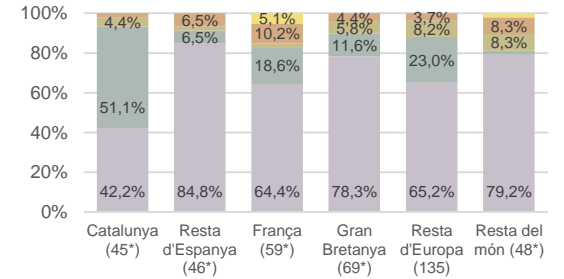
TIPUS D'ALLOTJAMENT



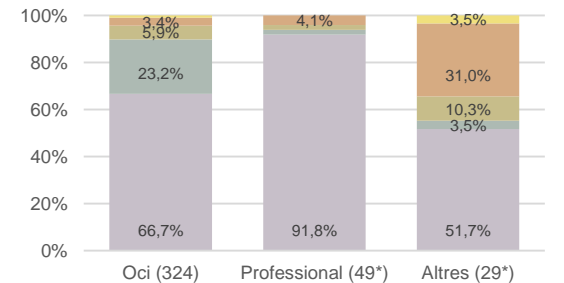
SEGMENTACIÓ

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

PROCEDÈNCIA



MOTIU DEL VIATGE



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

CATEGORIA DE L'ALLOTJAMENT

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESTADA

HOTEL	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
5 ESTRELLES – GRAN LUXE	0,4	0,0	0,3	1,1
4 ESTRELLES	50,8	53,8	70,2	54,4
3 ESTRELLES	35,0	33,3	22,2	31,2
1 o 2 ESTRELLES	13,9	12,9	7,3	13,4
NS/NC	0,0	0,0	0,0	0,0
N	(4514)	(186)	(342)	(276)

CAMPING	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
DE LUXE	0,0	-	2,0	0,0
PRIMERA	41,5	-	0,0	0,0
SEGONA	51,2	-	94,1	97,4
TERCERA	6,2	-	3,9	0,0
NS/NC	1,1	-	0,0	2,6
N	(886)	(3*)	(51*)	(77)

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

F4A Em podria dir de quina categoria és ?
F4B

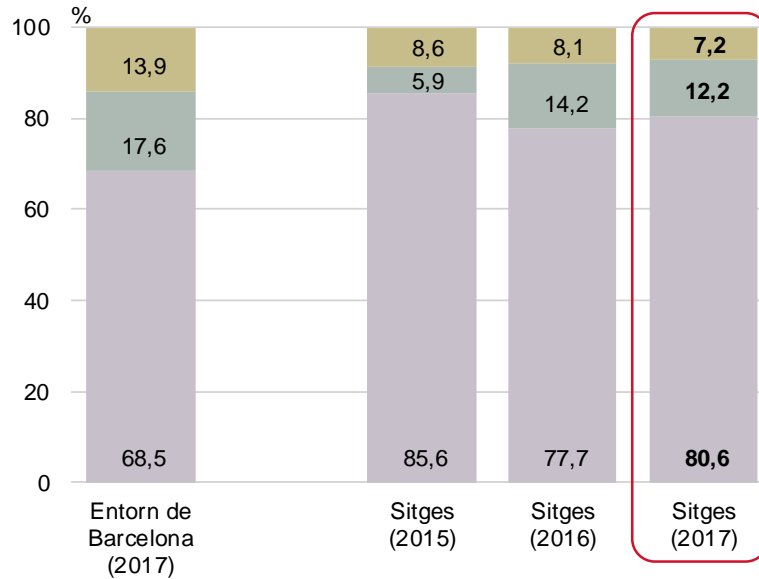
B Allotjat en un hotel; allotjat en un càmping
N Valor entre parèntesis a cada columna

03

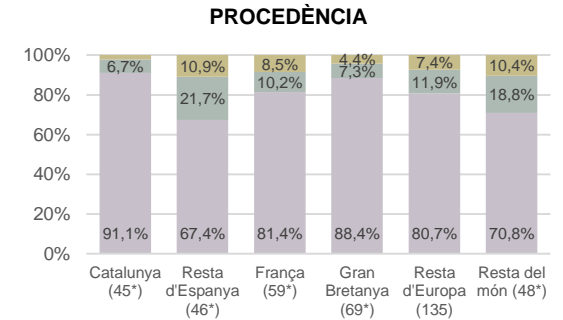
Motiu i característiques del viatge

MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



SEGMENTACIÓ



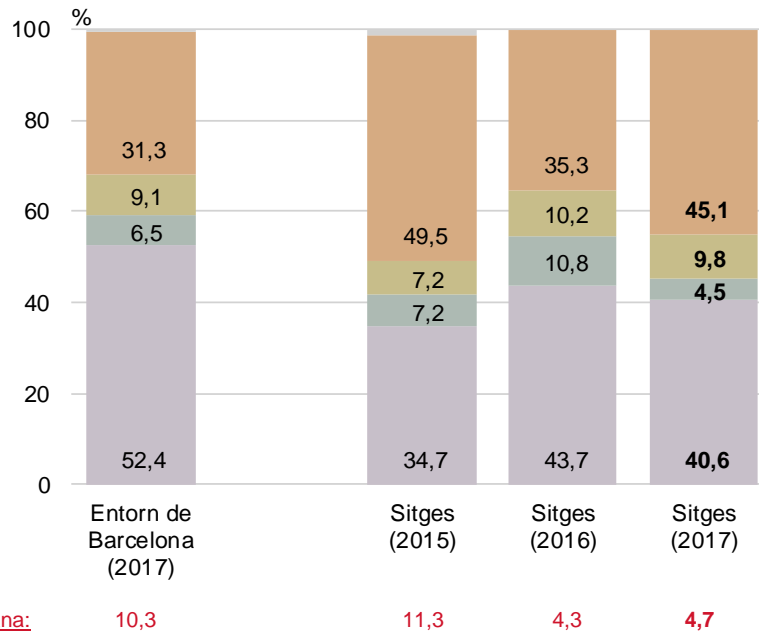
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE (DETALL)

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
OCI	68,5	85,6	77,7	80,6
PER VACANCES, TURISME	64,8	84,2	75,0	78,9
ESDEVENIMENT CULTURAL	0,8	0,5	1,8	1,2
ESDEVENIMENT ESPORTIU	2,5	0,9	0,8	0,5
EMBARCAR/DESEMBARCAR EN UN CREUER	0,4	0,0	0,2	0,0
PROFESSIONAL	17,6	5,9	14,2	12,2
ALTRES FEINES O NEGOCIS, O VIATGE D'INCENTIUS	12,5	5,0	7,9	8,0
JORNADES O REUNIONS PROFESSIONALS	3,3	0,9	2,0	2,5
CONGRESSOS	1,3	0,0	3,6	1,5
FIRES	0,5	0,0	0,8	0,3
PERSONAL / ALTRES	13,9	8,6	8,1	7,2
VISITA A FAMILIARS, AMICS	7,2	6,8	7,7	5,2
ESTÀ DE PAS	3,9	0,9	0,4	1,5
EDUCACIÓ / FORMACIÓ	1,2	0,5	0,0	0,5
COMPRES	0,3	0,5	0,0	0,0
TRACTAMENT DE SALUT, MÈDIC	0,9	0,0	0,0	0,0
RELIGIÓ / PEREGRINACIÓ	0,2	0,0	0,0	0,0
ALTRES	0,2	0,0	0,0	0,0
NS/NC	0,0	0,0	0,0	0,0
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

REPETICIÓ

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



P9 Sense comptar aquesta visita, quantes vegades ha visitat aquest municipi en els darrers 10 anys?

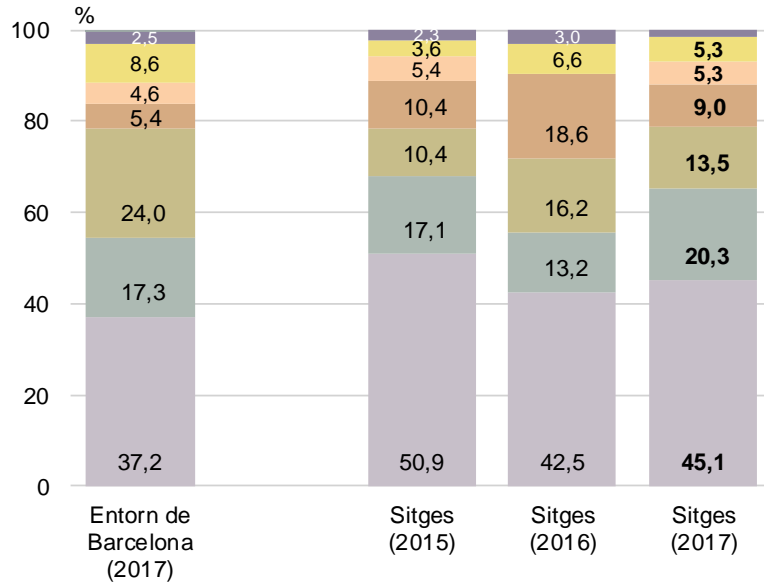
B 1/3 Aleatori de la mostra
N Entorn '17: 2061; S.'15: 222; S.'16: 167; S.'17: 133

1a Visita
2a Visita
3a Visita
4a Visita o més
Ns / Nc

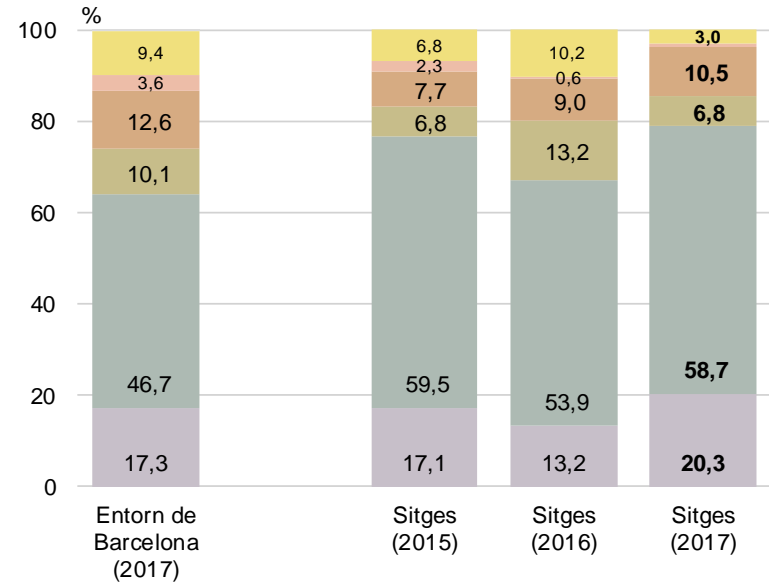
GRUP DE VIATGE

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE

ACOMPANYANTS



GRANDÀRIA DEL GRUP DE VIATGE



Mitjana:

3,8

3,1

3,9

2,5

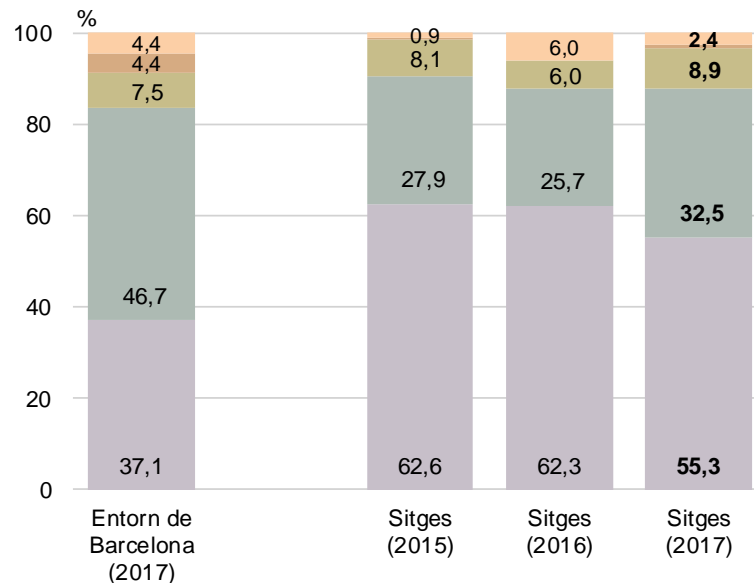
P10 Amb qui ha vingut acompanyat/ada?
P11 Incloent-se vostè mateix, quantes persones han vingut de viatge a aquest municipi?
B 1/3 Aleatori de la mostra
N Entorn '17: 2061; S.'15: 222; S.'16: 167; S.'17: 133

Només amb parella
Sol/a
Amb família
Només amb amics
Amb família i amics
Companys de feina
Altres grups
Ns / Nc

Una
Dues
Tres
Quatre
Cinc
Més de cinc
Ns / Nc

MITJÀ DE TRANSPORT PER ARRIBAR AL MUNICIPI

MOTIU I CARACTERÍSTIQUES DEL VIATGE



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

B 1/3 Aleatori de la mostra
N Entorn '17: 2050; S.'15: 222; S.'16: 167; S.'17: 123
R Espontània

Aviò
Vehicle privat (cotxe, etc.)
Tren
Autocar
Altres
Ns / Nc

04

Planificació del viatge

FONTS D'INFORMACIÓ I WEBS CONSULTADES

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

FONTS D'INFORMACIÓ

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
INTERNET, XARXES SOCIALS I BLOGS	58,7	55,4	57,6	60,0
FAMÍLIA, AMICS I CONEGUTS	15,7	29,7	29,4	19,2
GUIES O LLIBRES DE VIATGE EN PAPER	2,6	5,4	3,0	6,2
AGÈNCIES DE VIATGE I OPERADORS TURÍSTICS	6,5	2,3	2,4	3,0
EMPRESA / CENTRE D'ESTUDIS	8,1	5,4	9,1	2,7
MITJANS DE COMUNICACIÓ EN PAPER	0,5	3,6	1,0	0,5
REGALS I CAIXES O PACKS REGAL	0,5	-	0,6	0,0
ALTRES	0,9	0,0	1,2	0,3
NO VA CONSULTAR CAP FONT D'INFORMACIÓ	16,4	22,5	12,2	20,4
NS/NC	0,4	0,0	0,0	0,0
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

WEBS CONSULTADES

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
D'AGÈNCIES DE VIATGES / TTOO	65,8	63,4	59,9	65,6
BOOKING	40,8	27,6	29,8	41,9
TRIPADVISOR	10,7	22,0	14,7	16,2
TRIVAGO	6,0	10,6	4,8	4,2
WEB GENÈRIQUES	15,1	26,0	22,9	18,3
GOOGLE / GOOGLEMAPS	15,0	22,8	22,3	18,3
D'EMPRESSES D'ALLOTJAMENT	8,6	0,0	10,3	6,6
DE DESTINACIONS TURÍSTIQUES	1,7	2,4	6,2	4,2
DE MITJANS DE TRANSPORT	3,2	4,1	2,4	0,8
XARXES SOCIALS	0,8	4,1	2,1	0,0
ALTRES	1,3	1,6	3,1	1,2
NS/NC	8,3	4,1	4,5	7,9
N	(3229)	(123)	(292)	(241)

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

N Entorn '17: 6165; S:'15: 222; S:'16: 507; S:'17: 402
R Multiresposta

P5 I a través de quines webs, xarxes socials o blogs?

B Va consultar internet per planificar el viatge
N Entorn '17: 3229; S:'15: 123; S:'16: 292; S:'17: 241
R Espontània. Multiresposta

DESTINACIONS ALTERNATIVES

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

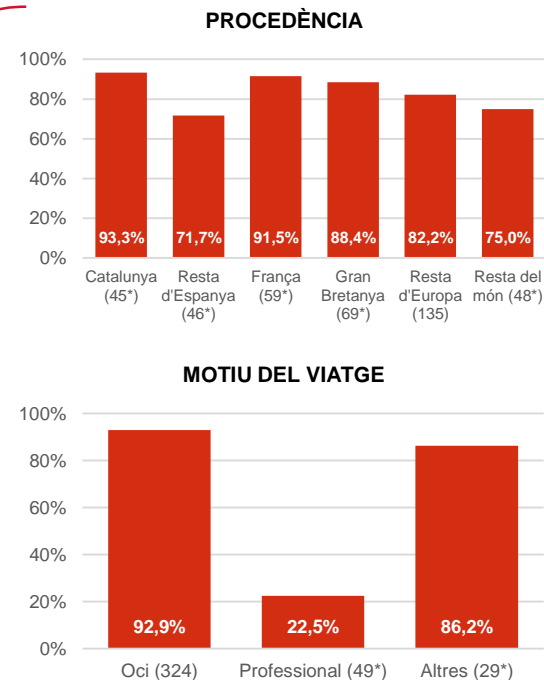
	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
BARCELONA CIUTAT	12,9	14,4	11,8	16,2
COSTABRAVA (LLORET, PLATJAD'ARO, ETC.)	7,6	7,2	3,2	5,5
COSTADAURADA (SALOU, LAPINEDA, CAMBRILS, ETC.)	3,6	8,6	4,7	3,5
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	7,8	5,0	2,6	3,0
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES	3,6	8,1	11,6	5,2
FRANÇA	1,5	1,8	2,0	4,0
ITÀLIA	2,0	4,5	2,6	3,7
GRÈCIA	0,9	4,1	1,0	2,0
ALTRES PAÏSOS	2,1	3,2	4,7	2,7
CAP	63,4	49,1	62,7	62,7
NS/NC	1,5	0,0	0,2	2,5
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

CONTRACTACIÓ DEL VIATGE

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

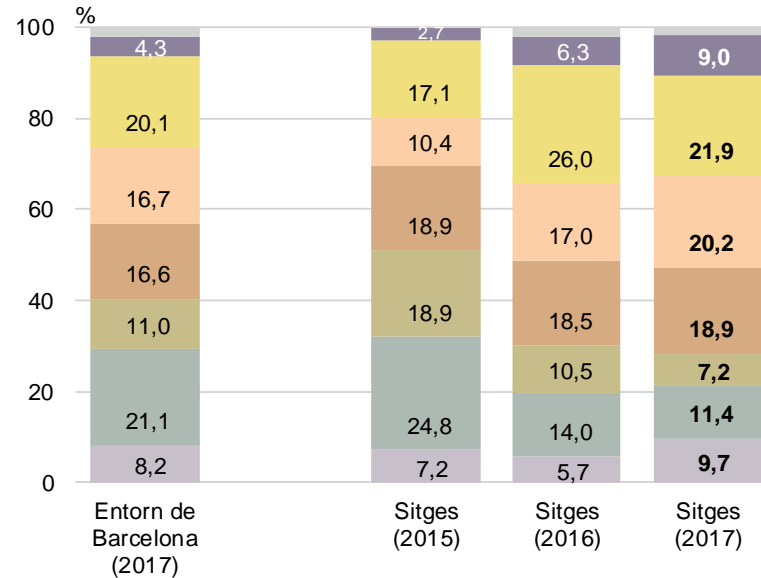
	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
PER COMPTE PROPI	72,3	85,6	83,6	83,8
PARCIALMENT AMB TTOO/ AGÈNCIA DE VIATGES	1,5	1,4	0,8	1,7
TOTALMENT AMB TTOO/ AGÈNCIA DE VIATGE	8,6	4,1	4,1	2,5
PER L'EMPRESA	13,3	3,6	9,3	9,5
AMB UNA ALTRA ORGANITZACIÓ	2,3	1,8	2,2	1,2
ALTRES	0,0	0,0	0,0	0,0
NS/NC	3,5	3,6	1,8	2,2
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

SEGMENTACIÓ



QUAN VA CONTRACTAR EL VIATGE

PLANIFICACIÓ DEL VIATGE

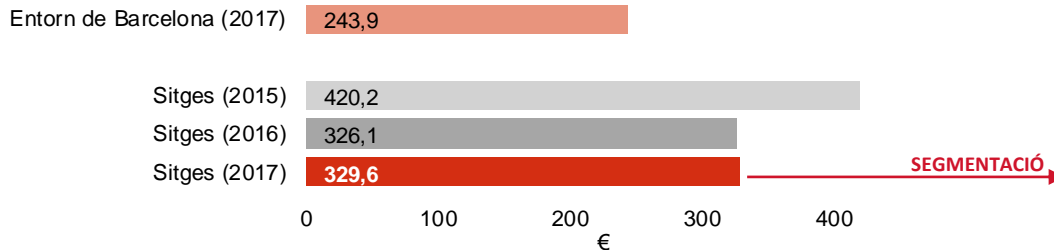


05

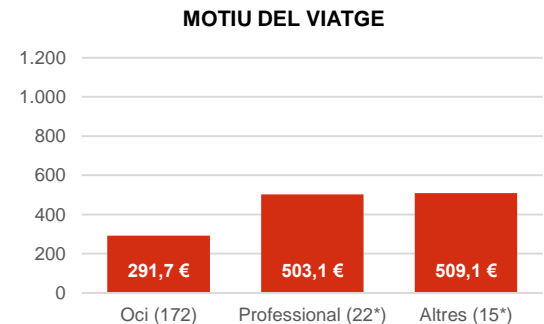
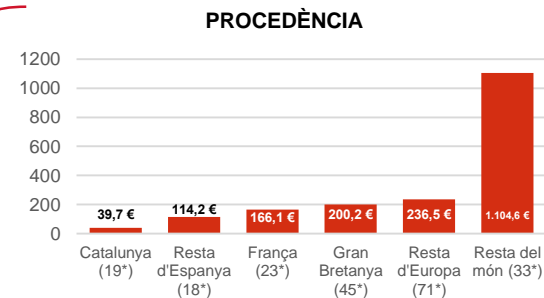
Despesa

COST MIG DEL TRANSPORT PER PERSONA (ANADA I TORNADA)

DESPESA



SEGMENTACIÓ →



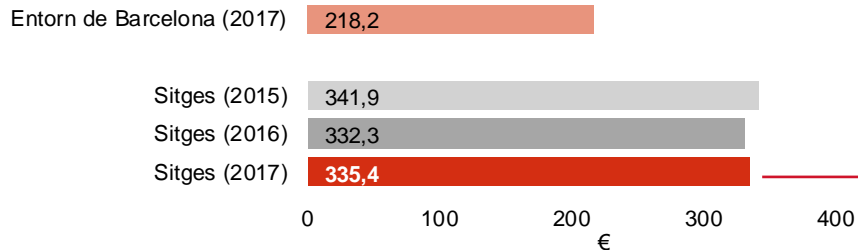
P18 Cost del transport fins aquest municipi per persona (anada i tornada).

B No ha planificat tot el viatge amb TTOO i responen anada i tornada
N Entorn '17: 2711; S.'15: 139; S.'16: 257; S.'17: 209

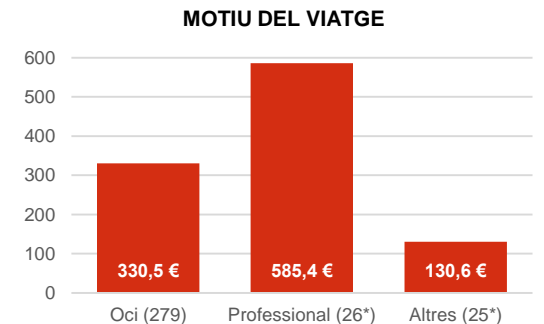
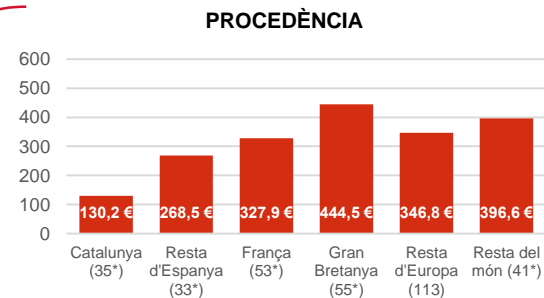
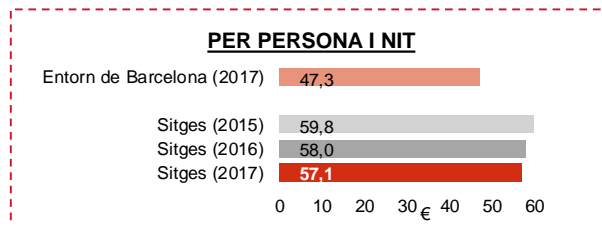
Entorn Barcelona 2017
Sitges 2015
Sitges 2016
Sitges 2017

COST MIG DE L'ALLOTJAMENT PER PERSONA (TOTAL ESTADA)

DESPESA

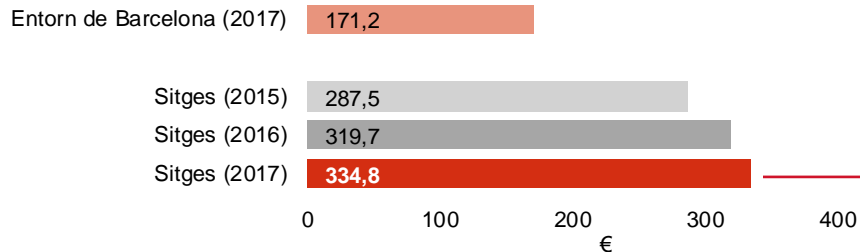


SEGMENTACIÓ

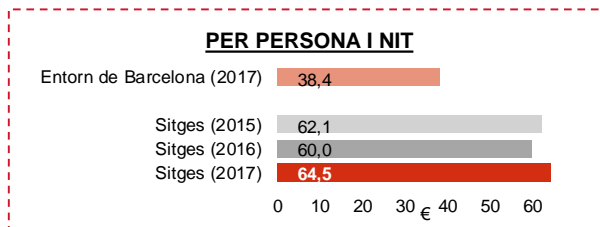
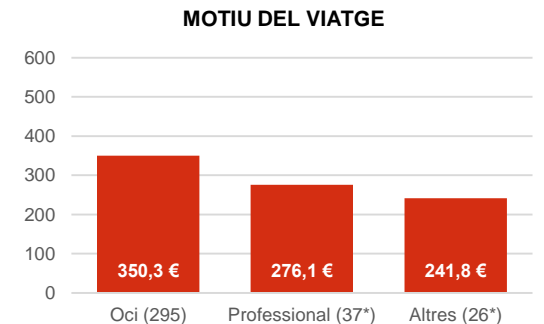
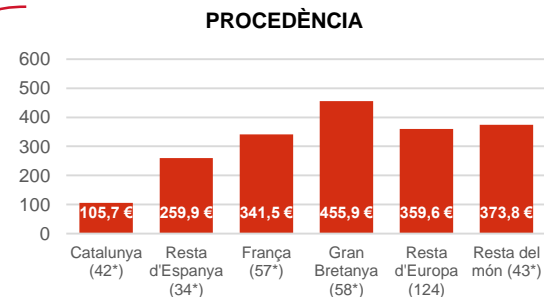


DESPESA MITJANA DE L'ESTADA PER PERSONA (TOTAL ESTADA)

DESPESA



SEGMENTACIÓ



DESPESA TOTAL PER PERSONA

DESPESA

DESPESA TOTAL: SUMATORI PARTIDES

	<u>COST MIG TRANSPORT</u>	+	<u>COST MIG ALLOTJAMENT</u>	+	<u>DESPESA MITJANA DE L'ESTADA</u>	➔	<u>TOTAL</u>
Entorn Barcelona 2017 ➔	243,9€		218,2€		171,2€	➔	633,3€
Sitges 2015 ➔	420,2€		341,9€		287,5€	➔	1049,6€
Sitges 2016 ➔	326,1€		332,3€		319,7€	➔	978,1€
Sitges 2017 ➔	329,6€		335,4€		334,8€	➔	999,8€

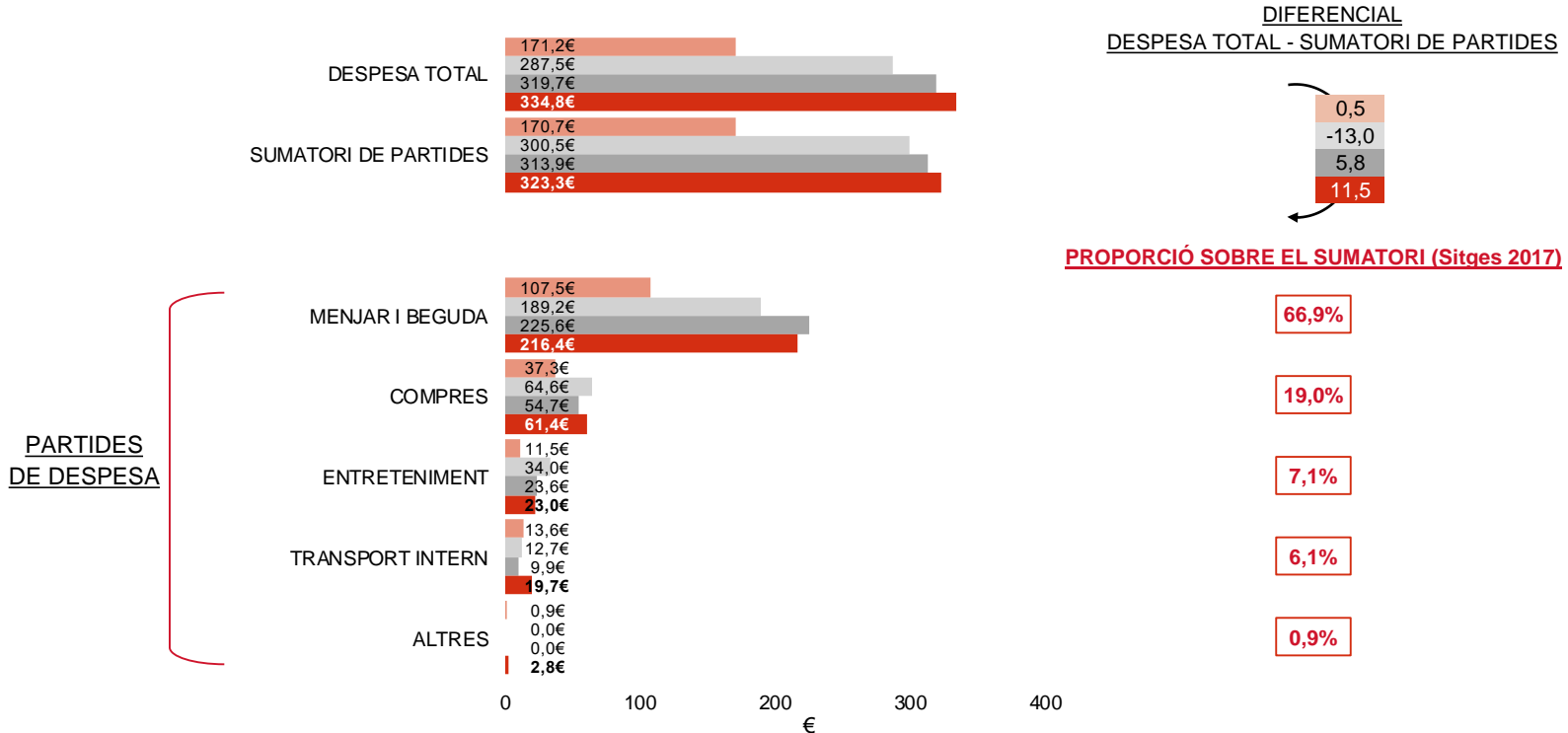
DESPESA TOTAL: PES DE LES PARTIDES

	<u>COST MIG TRANSPORT</u>	+	<u>COST MIG ALLOTJAMENT</u>	+	<u>DESPESA MITJANA DE L'ESTADA</u>
Entorn Barcelona 2017 ➔	38,5%		34,5%		27,0%
Sitges 2015 ➔	40,0%		32,6%		27,4%
Sitges 2016 ➔	33,3%		34,0%		32,7%
Sitges 2017 ➔	33,0%		33,5%		33,5%

Despesa Total = Suma de les partides

DISTRIBUCIÓ DE LA DESPESA DURANT L'ESTADA

DESPESA



06

Activitats realitzades durant l'estada

ACTIVITATS REALITZADES DURANT L'ESTADA

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2017)
PASSEJADES TRANQUIL·LES I RELAX	83,2	93,5
DEGUSTAR GASTRONOMIA / ANAR DE RESTAURANTS	76,1	90,8
ANAR A LA PLATJA	50,8	85,6
COMPRES O SHOPPING	45,7	64,4
VISITES CULTURALS	33,3	46,0
SORTIR DE FESTA / DE NIT	21,0	45,8
ANAR A LA PISCINA DE L'ALLOTJAMENT	40,2	36,1
ACTIVITATS DE TURISME ACTIU	27,9	24,4
ECOTURISME	20,8	17,7
TREBALL / NEGOCIS	20,0	15,4
ENOTURISME	4,6	7,0
ALTRES	7,2	6,7
CAP	2,9	0,0
NS/NC	0,0	0,0
N	(6165)	(402)

Nota: Els resultats no són comparables amb anys anteriors per un canvi en la formulació de la pregunta.

P27

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

N Entorn 2017: 6165; Sitges 2017: 402
R Espontània. Multiresposta

07

Excursions fora del municipi

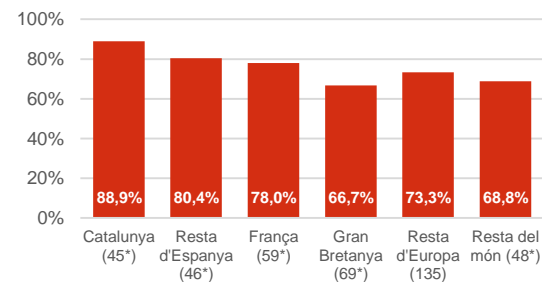
MUNICIPIS HA VISITAT

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI

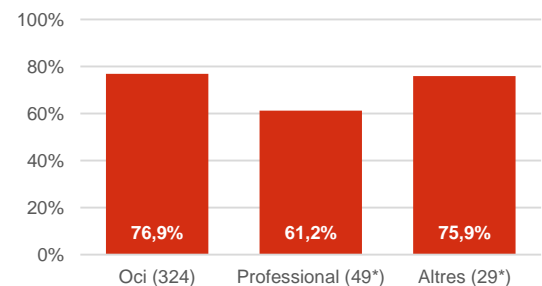
	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
CAP	66,8	89,2	84,8	74,9
BARCELONA CIUTAT	18,5	5,9	10,8	15,9
DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA	15,6	5,9	5,1	10,5
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	4,9	2,7	2,4	1,7
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,0	0,0	0,0	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,0	0,0	0,0	0,0
ALTRES	0,0	0,0	0,0	0,0
NS / NC	0,7	0,0	0,4	1,0
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

SEGMENTACIÓ

PROCEDÈNCIA



MOTIU DEL VIATGE

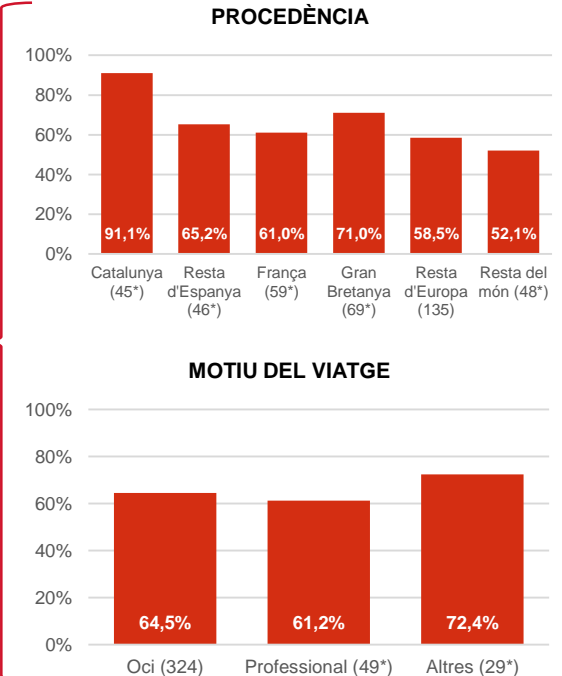


MUNICIPI VISITARÀ

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
CAP	60,5	56,8	69,2	64,7
BARCELONA CIUTAT	19,3	27,9	22,1	20,2
DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA	11,0	23,0	10,3	8,7
ALTRES DESTINACIONS CATALANES	5,2	6,3	6,5	2,7
ALTRES DESTINACIONS ESPANYOLES FORA CATALUNYA	0,0	0,0	0,2	0,0
ALTRES PAÏSOS FORA D'ESPANYA	0,3	0,0	0,0	0,0
ALTRES	0,0	0,0	0,0	0,0
NS / NC	8,8	0,9	1,2	10,0
N	(6165)	(222)	(507)	(402)

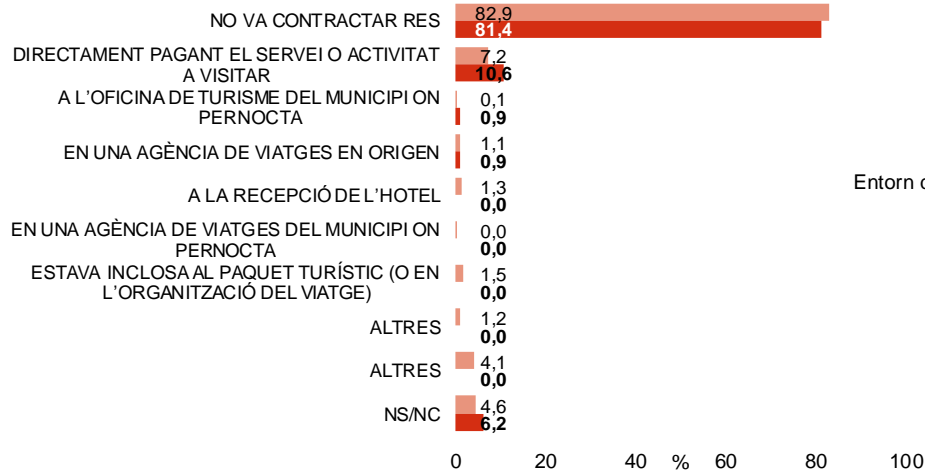
SEGMENTACIÓ



MITJÀ DE CONTRACTACIÓ I DESPESA EN L'EXCURSIÓ

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI

MITJÀ DE CONTRACTACIÓ DE L'EXCURSIÓ



DESPESA EN L'EXCURSIÓ



Nota: Els resultats no són comparables amb anys anteriors per un canvi en la formulació de la pregunta.

P34 Per quin mitjà l'ha/les ha contractat?

B Excursions a un municipi de la província de Barcelona
N Entorn 2017: 1788; Sitges 2017: 113

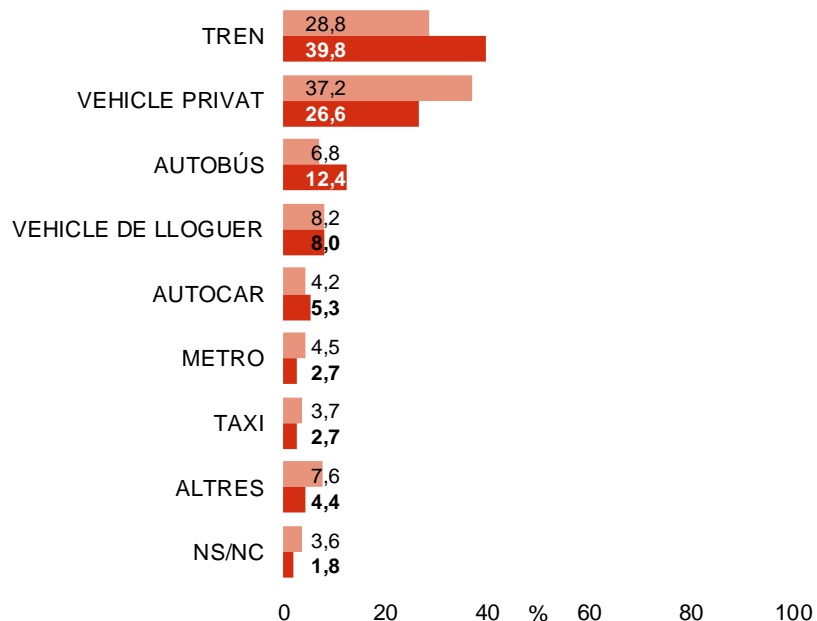
Entorn
Barcelona
2017
Sitges 2017

P36 Quina despesa ha fet en aquesta visita?

B Excursions a un municipi de la província de Barcelona
N Entorn 2017: 1788; Sitges 2017: 113
R Espontània. Multiresposta

TRANSPORT UTILITZAT PER L'EXCURSIÓ

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI



Nota: Els resultats no són comparables amb anys anteriors per un canvi en la formulació de la pregunta.

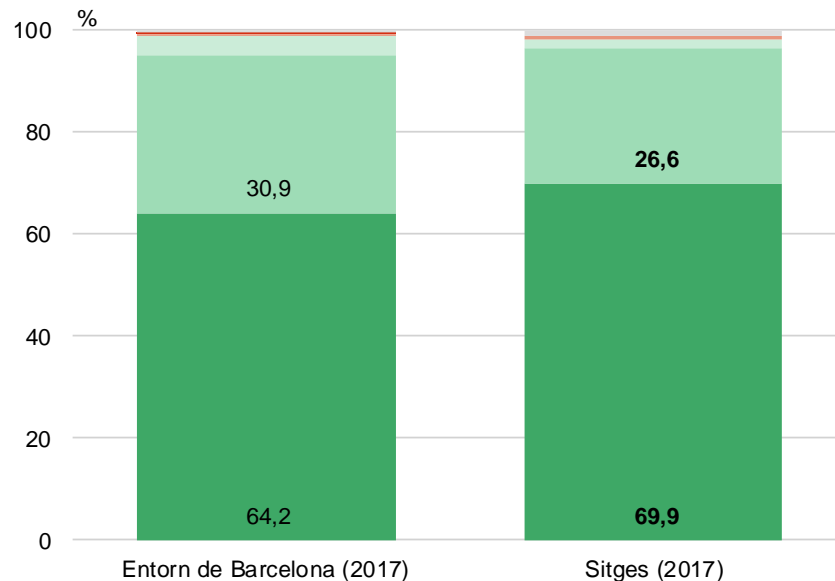
P35 Quins mitjans de transport ha fet servir per realitzar aquesta/es visita/es?

B Excursions a un municipi de la província de Barcelona
N Entorn 2017: 1788; Sitges 2017: 113
R Espontània. Multiresposta

Entorn Barcelona 2017
Sitges 2017

VALORACIÓ DE L'EXCURSIÓ

EXCURSIONS FORA DEL MUNICIPI



Nota: Els resultats no són comparables amb anys anteriors per un canvi en la formulació de la pregunta.

P41 Com valora aquesta visita que ha realitzat?

B Excursions a un municipi de la província de Barcelona
N Entorn 2017: 1788; Sitges 2017: 113

Molt bé
Bé
Ni bé ni malament
Malament
Molt malament
Ns/Nc

08

Valoració del municipi

VALORACIÓ DEL MUNICIPI

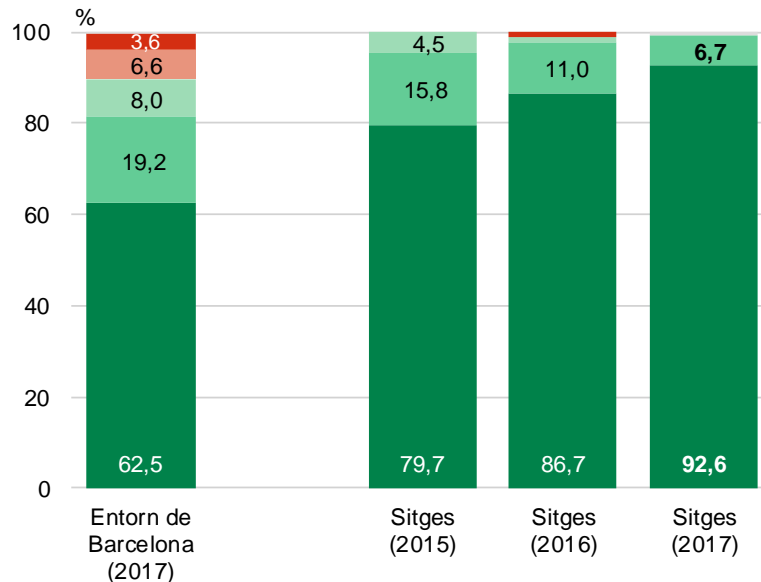
VALORACIÓ DEL MUNICIPI

MITJANES

	Entorn de Barcelona (2017)	Sitges (2015)	Sitges (2016)	Sitges (2017)
EL CARÀCTER I AMABILITAT DE LA GENT	8,5	8,7	8,7	8,6
LES PLATGES	8,2	8,7	8,6	8,4
EN GENERAL	8,2	8,5	8,5	8,4
LA SEGURETAT CIUTADANA	8,4	8,5	8,7	8,4
LA RESTAURACIÓ (BARS, RESTAURANTS, ETC.)	8,0	8,5	8,4	8,3
L'ALLOTJAMENT	8,3	8,4	8,4	8,2
ELS COMERÇOS	7,8	8,2	8,2	8,2
LA NETEJA	8,1	8,1	8,3	8,1
LA SENYALITZACIÓ / ACCÉS AL MUNICIPI	7,8	8,0	8,0	8,1
EL TRANSPORT PÚBLIC	8,0	8,1	8,2	8,0
LA INFORMACIÓ I OFICINES DE TURISME	8,1	8,7	8,3	7,9
LA QUALITAT DE CONNEXIÓ A INTERNET	7,4	7,8	7,8	7,6
EL SOROLL	7,6	7,4	7,5	7,3
L'OFERTA D'APARCAMENT	7,3	6,3	6,4	6,4

RECOMANACIÓ DEL MUNICIPI

VALORACIÓ DEL MUNICIPI

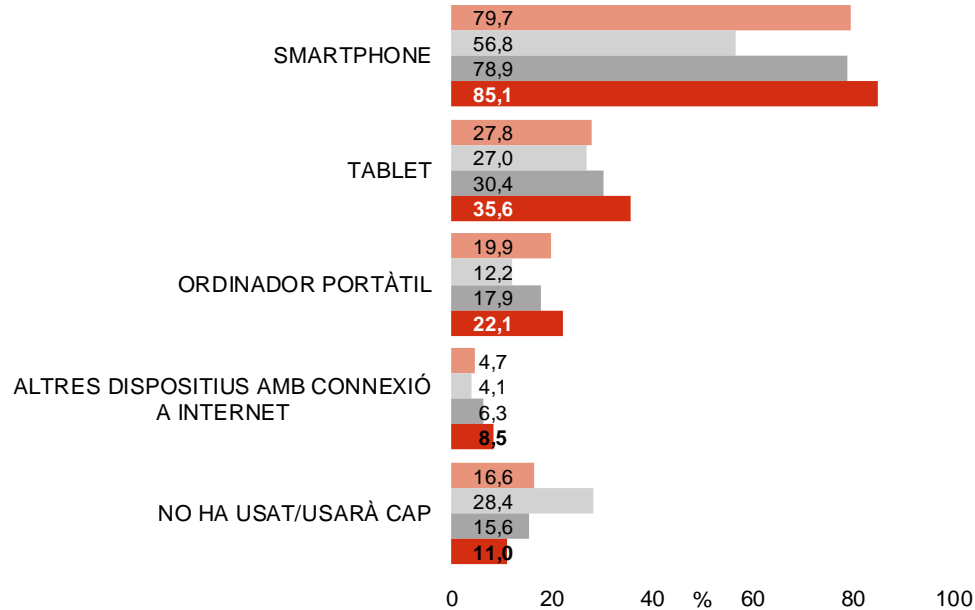


09

Altres temes

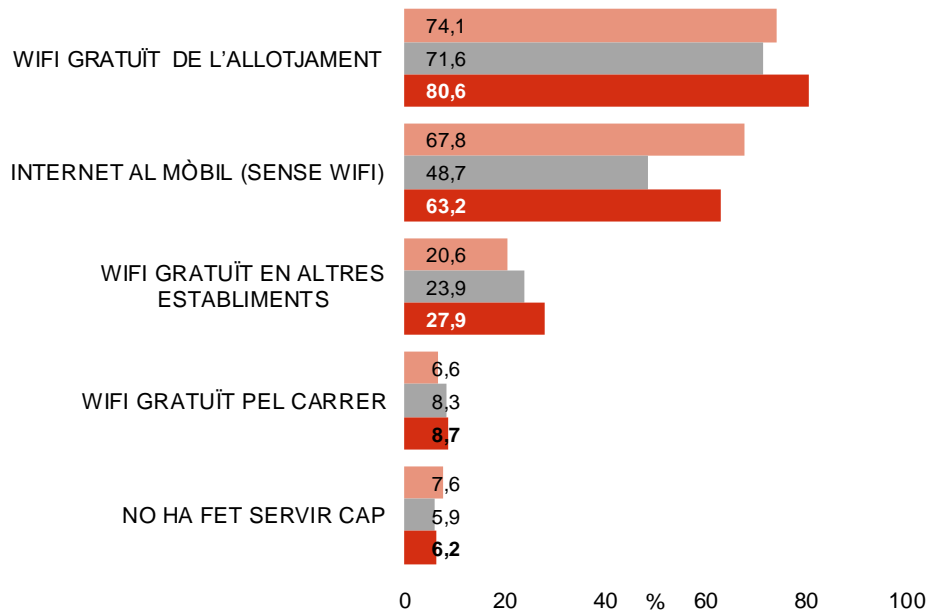
DISPOSITIUS UTILITZATS

ALTRES TEMES



SERVEIS UTILITZATS

ALTRES TEMES



Nota: No es disposa de dades 2015.

P45

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

N Entorn '17: 6165; S:'15: 222; S:'16: 507; S:'17: 402

Entorn Barcelona 2017

Sitges 2016

Sitges 2017

Una operació estadística de:

OBSERVATORI DEL TURISME A BARCELONA: CIUTAT I REGIÓ

