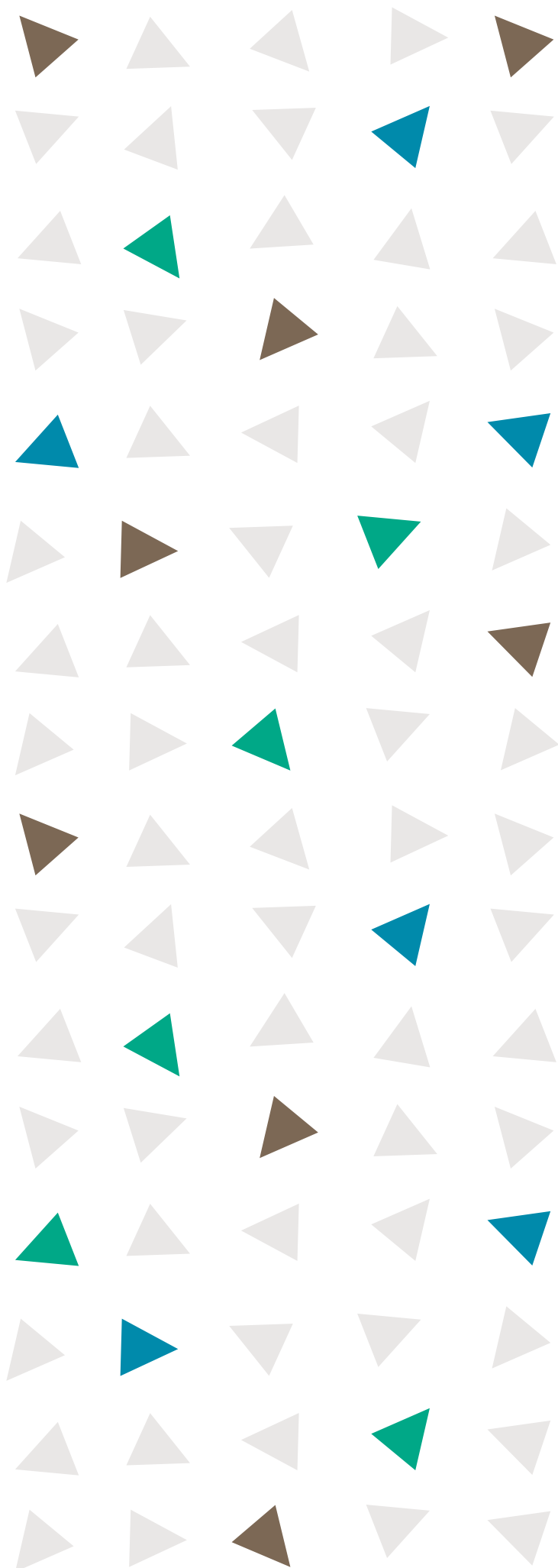


2015

Informe de l'activitat turística a Barcelona

Informe de la actividad turística en Barcelona

Barcelona tourism activity report





1

p. 28
INFORMACIÓ GENERAL SOBRE BARCELONA
INFORMACIÓN GENERAL SOBRE BARCELONA
GENERAL INFORMATION ABOUT BARCELONA

1.1 / p. 29
Geografia i població
Geografía y población
Geography and population

1.2 / p. 29
Principals indicadors econòmics
Principales indicadores económicos
Principal economic indicators

2

p. 30
ACTIVITAT TURÍSTICA
ACTIVIDAD TURÍSTICA
TOURISM ACTIVITY

2.1 / p. 33
Hoteles
Hotels
Hotels

2.2 / p. 36
Pensions i hostals
Pensiones y hostales
Guesthouses and inns

2.3 / p. 37
Apartaments Turístics
Apartamentos turísticos
Tourist apartments

2.4 / p. 37
Habitatges d'ús turístic
Viviendas de uso turístico
Home for tourist use

2.5 / p. 38
Infraestructures
Infraestructuras
Infraestructures

3

p. 41
OFERTA D'ALLOTJAMENT
OFERTA DE ALOJAMIENTO
ACCOMMODATION AVAILABLE

3.1 / p. 43
Oferta d'allotjament per tipologies
Oferta de alojamiento por tipologías
Accommodation by type

3.2 / p. 46
Plànols d'allotjaments
Planos de alojamientos
Accommodation maps

4

p. 48
PERFIL DEL TURISTA
PERFIL DEL TURISTA
PROFILE OF TOURISTS

4.1 / p. 51
Característiques generals
Características generales
General characteristics

4.2 / p. 54
Nacionalitats
Nationalidades
Nationality

4.3 / p. 60
Motiu de viatge
Motivo de viaje
Purpose of visit

4.4 / p. 64
Perfil socioeconòmic del creuerista
Perfil socioeconómico del crucerista
Socioeconomic profile of cruise passengers

5

p. 67
TURISME DE REUNIONS
TURISMO DE REUNIONES
MEETINGS TOURISM

5.1 / p. 69
Congressos, convencions i incentius
Congresos, convenciones e incentivos
Congresses, Corporate meetings & Incentives

5.2 / p. 70
Activitat firal
Actividad ferial
Trade fairs

6

p. 71
CULTURA I LLEURE
CULTURA Y OCIO
CULTURE AND LEISURE

7

p. 78
PRODUCTES, SERVEIS I MEMBRES DE TURISME DE BARCELONA
PRODUCTOS, SERVICIOS Y MIEMBROS DE TURISME DE BARCELONA
PRODUCTS, SERVICES AND MEMBERS OF TURISME DE BARCELONA

7.1 / p. 80
Productes
Productos
Products

7.2 / p. 82
Serveis
Servicios
Services

7.3 / p. 83
1440 Membres de Turisme de Barcelona
1440 Miembros de Turisme de Barcelona
1440 Members of Turisme de Barcelona

8

p. 84
VALORACIÓ DE BARCELONA DELS TURISTES
VALORACIÓN DE BARCELONA DE LOS TURISTAS
EVALUATION OF BARCELONA OF TOURISTS

9

p. 89
DEVOLUCIÓ DE L'IVA A EXTRACOMUNITARIS
DEVOLUCIÓN DEL IVA A EXTRACOMUNITARIOS
TAX REFUND TO NON-EU VISITORS

10

p. 92
POSICIONAMENT INTERNACIONAL
POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL
INTERNATIONAL POSITIONING

11

p. 96
L'ENTORN DE BARCELONA
EL ENTORNO DE BARCELONA
BARCELONA'S SURROUNDINGS

11.1 / p. 98
Demanda turística a l'entorn de Barcelona
Demanda turística en el entorno de Barcelona
Tourism Demand on Barcelona's surroundings

11.2 / p. 99
Oferta d'allotjament a l'entorn de Barcelona
Oferta de alojamiento en el entorno de Barcelona
Accommodation on Barcelona's surroundings

11.3 / p. 100
Perfil del turista a l'entorn de Barcelona
Perfil del turista en el entorno de Barcelona
Tourist profile on Barcelona's surroundings

11.4 / p. 101
Indicadors comarcals
Indicadores comarcales
Region indicators

12

p. 155
ENQUESTA D'OPINIÓ ALS BARCELONINS
ENCUESTA DE OPINIÓN A LOS BARCELONESES
OPINION POLL OF BARCELONA CITIZENS





SÍNTESI I ANÀLISI DE TENDÈNCIES
SÍNTESIS Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS
SYNTHESIS AND ANALYSIS OF TRENDS

OBJECTIUS I ENFOCAMENT METODOLÒGIC

L'objectiu d'aquest apartat, que precedeix i acompanya les principals estadístiques del turisme a Barcelona (ciutat i entorn), és facilitar una **interpretació** més profunda de les dades contextualitzant-les dins un marc analític de referència i amb una perspectiva temporal més àmplia.

A continuació s'identifiquen selectivament algunes de les principals **tendències** que caracteritzen l'evolució del fenomen turístic a Barcelona, amb l'aportació d'arguments explicatius i criteris de valoració. El propòsit principal, doncs, és centrar-se en algunes de les observacions fetes en l'informe amb periodicitat anual i situar-les en el seu context, valorant fins a quin punt es confirmen o reforcen les tendències més definitòries de l'evolució del sector o, alternativament, es detecten punts d'inflexió que anticipen un canvi de tendència.

El turisme és un fenomen complex i multidimensional. Davant aquest fet, i per tal de facilitar la comprensió i valoració de la informació aportada, l'anàlisi que presentem en aquest primer apartat de *l'Informe anual del turisme a Barcelona 2015* s'ha organitzat entorn a tres eixos vertebradors, que defineixen **tres dimensions essencials** del fenomen: la dimensió bàsica i **quantitativa** (evolució dels fluxos turístics i de l'oferta d'allotjament), la **qualitativa** (composició de l'oferta i naturalesa de la demanda) i l'**estructural** (distribució geogràfica, a l'origen i a la destinació, i perfil dels visitants). L'anàlisi en cada un d'aquests eixos comença diferenciant els factors de demanda de l'oferta i conclou comentant alguns resultats significatius que són fruit de la interacció de l'oferta i la demanda.

La **dimensió quantitativa** fa referència a la magnitud dels fluxos bàsics que caracteritzen la demanda (com ara el nombre de turistes i el de pernотacions), el estocs que conformen l'oferta (per exemple, el nombre de places d'allotjament disponibles) i els resultats més directes de la interacció de totes dues variables (ràtios d'ocupació per habitació o plaça i mitjana de tarifes).

La **dimensió qualitativa** té en compte la composició de l'oferta d'allotjament (per tipus i categories), la naturalesa de la demanda (per exemple, el grau d'estacionalitat) i les conseqüències de la interacció de l'oferta i la demanda, així com les característiques de la demanda i la qualitat dels serveis i de les infraestructures turístiques, factors que, conjuntament, ajuden a explicar la mitjana de despesa per turista i dia.

Finalment, la **dimensió estructural** associada al fenomen turístic avalua també elements d'oferta (diversificació per zones de l'oferta hotelera i dels punts d'atracció turístics) i de demanda (tipologies de visitants segons diferents criteris: nacionalitat, edat, renda, preferències i pautes de consum). Aquest apartat conclou amb l'anàlisi d'indicadors de la interacció de demanda i oferta derivats de les enquestes de percepció a visitants i residents, sobre els quals pesen factors més intangibles i de caire estructural vinculats al territori i a la tipologia dels turistes.

Cal destacar dues característiques addicionals que configuren l'enfocament metodològic adoptat i que es posaran de manifest progressivament en diferents edicions d'aquest informe.

La primera és l'èmfasi en una perspectiva integradora i comparativa que permeti situar les **tendències** observades al territori en el context de les tendències globals que defineixen l'evolució del sector, així com també en relació a altres tendències econòmiques, polítiques, socials, culturals i tecnològiques que condicionen l'evolució del sector.

La segona és el fet que l'anàlisi no es limita a certificar tendències observades amb informació del passat, sinó que també aspira a aportar alguns **elements prospectius** que ajudin el lector a formar-se un criteri sobre l'evolució del sector a Barcelona en clau de futur.

Finalment cal advertir que aquest apartat introductori no pretén cobrir tots els aspectes del fenomen turístic; es tracta de centrar-se selectivament en alguns aspectes concrets (per exemple, l'evolució de la demanda i l'oferta per places hoteleres en aquesta edició) i deixar per a properes edicions altres aspectes que no necessàriament han de ser menys rellevants (per exemple, l'evolució en el subsector dels apartaments turístics, el turisme de reunions o el turisme de creuers). El lector interessat trobarà en el gruix de l'informe les dades ordenades per a cada una de les diferents temàtiques en què es pot desglossar el fenomen turístic a Barcelona, amb un breu comentari previ en cada apartat (disponible només en català).

FLUXOS TURÍSTICS I OFERTA D'ALLOTJAMENT

Des del punt de vista de la demanda, el 2015 ha estat un any excel·lent per al sector a Barcelona. El nombre de turistes allotjats en hotels a la ciutat ha augmentat un 5,4%, de manera que ha superat la barrera dels 8 milions, mentre que el nombre de pernотacions s'ha incrementat un 3,3%. L'evolució del nombre de turistes manté la tendència de creixement des del 2010.

En el 2015, per primera vegada en cinc anys, el nombre de turistes que visiten Barcelona ha crescut a un ritme superior al del nombre de turistes en el conjunt del món (segons dades de l'Organització Mundial del Turisme [OMT]). Com es pot observar en el gràfic 1, Barcelona va experimentar una fase de creixement accelerat en comparació amb el turisme mundial entre el 2000 i el 2007; però, a partir del 2008 i fins avui, el nombre de turistes que visiten la ciutat ha tendit a augmentar moderadament, per sota de la referència a escala mundial (un 24,7% a Barcelona contra un 29,1% al món en valors acumulats en el període 2008-2015).

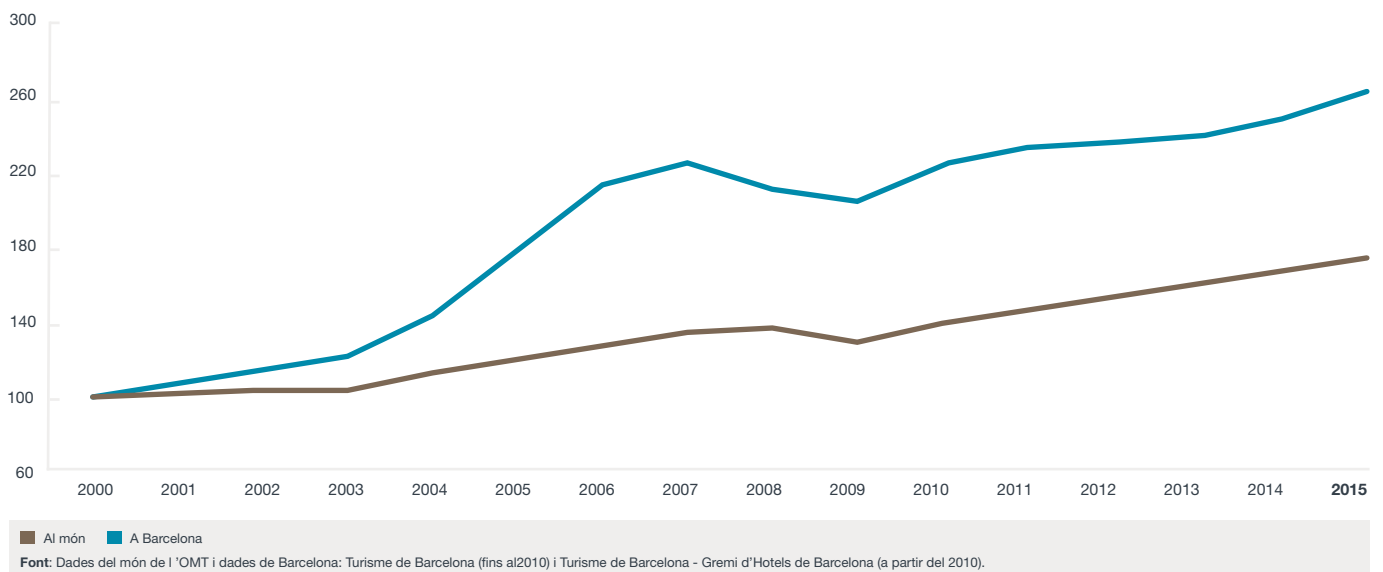
En realitat, aquestes dades no són estrictament comparables, ja que l'OMT es refereix únicament als turistes internacionals i les corresponents a Barcelona inclouen tots els turistes (també els procedents de Catalunya i de la resta de l'Estat), però només els que s'han allotjat en hotels. Així i tot, és important destacar que la tendència a l'augment del turisme a Barcelona s'inscriu dins una tendència global, a mesura que el grau de desenvolupament modifica les pautes de consum en les diferents economies en benefici d'activitats de serveis relacionades amb la generació d'experiències. Altres factors més específics –i transitoris– que han afavorit el creixement dels fluxos turístics cap als països europeus durant els últims temps són l'evolució favorable del tipus de canvi i la caiguda dels preus del petroli, que ha abaratit el transport.

En contrast amb el creixement dinàmic observat en la demanda, l'any 2015 s'ha tancat amb una lleugera reducció del nombre de places hoteleres a la ciutat (67.603 en total el desembre del 2015, un -0,6% en comparació amb el mateix mes de l'any anterior). De fet, el nombre de places hoteleres va augmentar per sobre del nombre de turistes entre el 2011 i el 2013, però ha registrat una desacceleració del creixement en els anys 2014 i 2015.

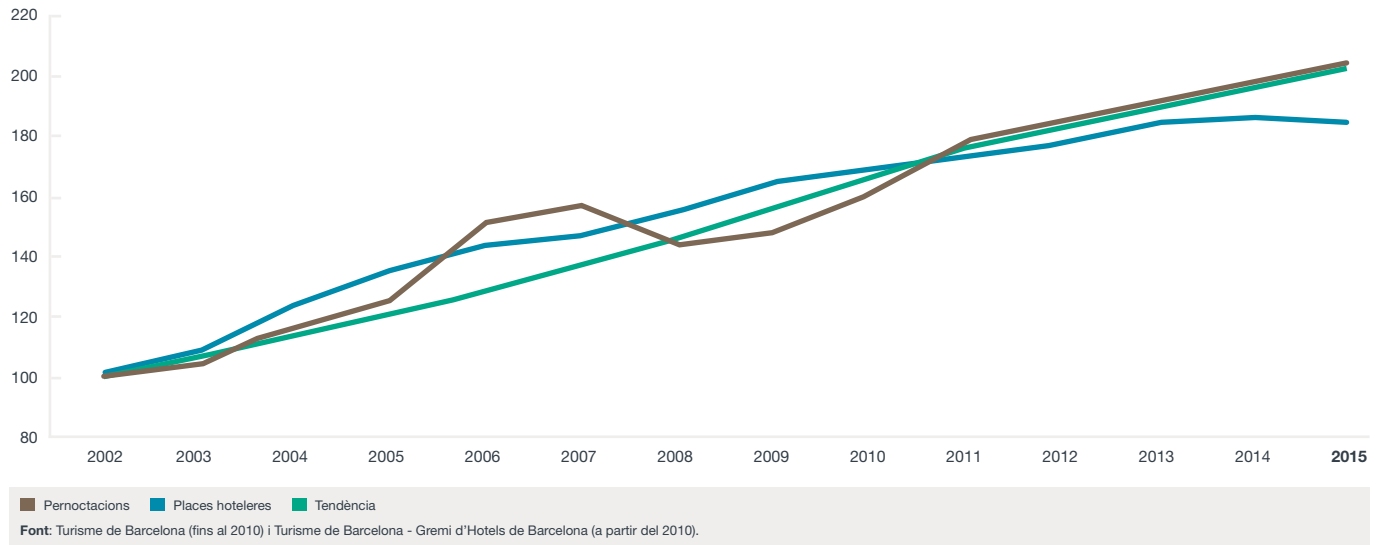
Amb una perspectiva temporal més àmplia, l'augment de la demanda (pernотacions) durant el període 2002-2015 es pot separar en dues tendències clarament diferenciades (la línia blava en el gràfic 2), mentre que entre el 2002 i el 2012 la demanda va créixer a un ritme anual mitjà d'un 6,5% a partir del 2012, i fins al 2015 el creixement mitjà anual d'aquesta variable s'ha reduït fins a un 3,5%.

En canvi, l'increment de l'oferta ha seguit una trajectòria encara més desaccelerada, com es pot observar en el gràfic. Aquest creixement més moderat de l'oferta –que en part s'explica perquè en el 2015 van tancar hotels per obres de remodelació que han tornat a obrir en el 2016– ha provocat que les ràtios d'ocupació (per plaça i per habitació) mostrin una tendència ascendent des del 2009. De fet, en l'any 2015 el grau d'ocupació per habitació es va situar a un nivell històricament molt alt, tot just una mica per sota dels valors rècord registrats amb el canvi de segle.

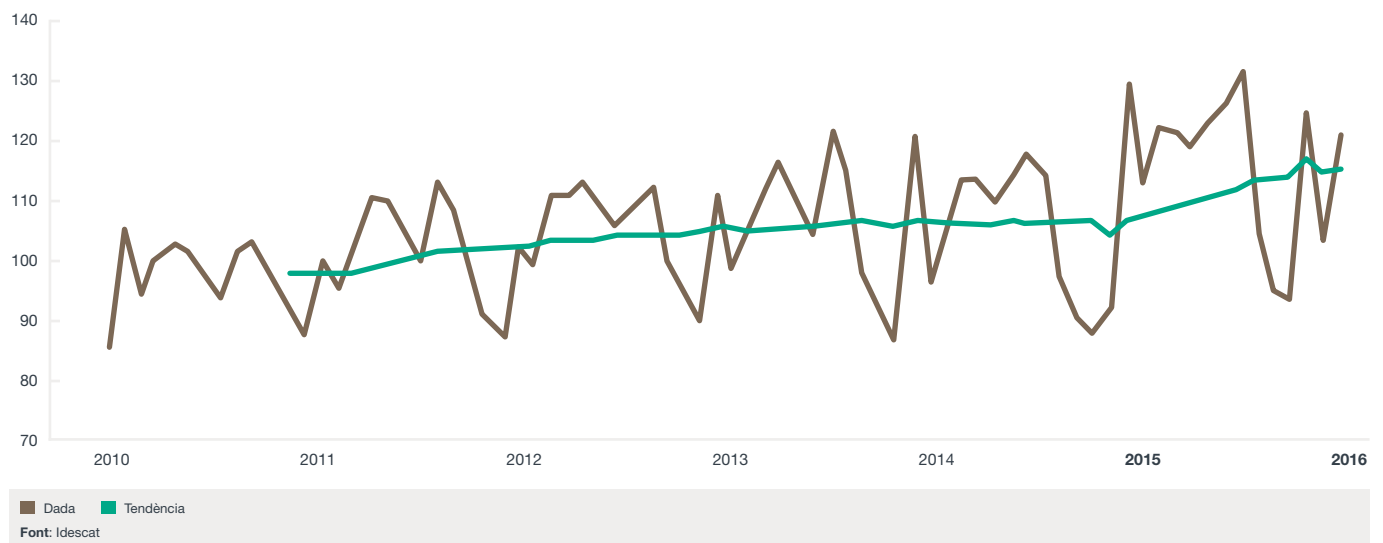
Gràfic 1. Nombre de turistes (índex 2000 = 100)



Gràfic 2. Creixement de les pernотacions i les places disponibles en hotels a Barcelona (índex 2002 = 100)



Gràfic 3. Facturació mitjana per habitació ocupada al sector hotelier a Barcelona (euros)



Aquesta tendència creixent de la ràtio d'ocupació coincideix amb l'evolució, també creixent, de la facturació mitjana per habitació ocupada.

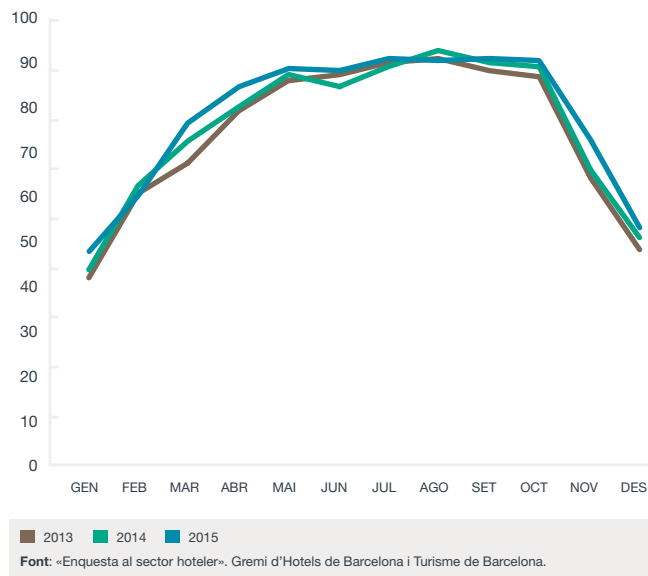
Entre el 2009 i el 2015, el grau d'ocupació per habitació a la ciutat de Barcelona ha passat d'un mínim de 72,4% en el 2009 a un màxim de 80,3% en el 2015, mentre que, segons els indicadors de rendibilitat del sector hotelier que publica l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per al Barcelonès, la facturació mitjana per habitació ocupada (tarifa mitjana) ha augmentat un 17% entre l'abril del 2011 i l'abril del 2015. És a dir, l'ajustament de l'oferta a la demanda, en els últims anys, s'ha produït en part per la via de les quantitats (noves places hoteleres), però també, i de manera creixent, per la via dels preus (augment de la tarifa mitjana), sense oblidar que una altra via important d'ajustament de l'oferta a la pressió de la demanda ha estat la diversificació per formats d'allotjament (apartaments turístics, per exemple) i per ubicacions (en benefici de les localitats situades a l'entorn de la ciutat).

Amb perspectiva de futur, es preveu que en els propers anys el nombre de turistes mantingui la tendència a créixer a unes taxes mitjanes similars a les observades darrerament pel conjunt del turisme mundial. Si l'oferta via quantitats (places disponibles) continua augmentant però a un ritme inferior al de la demanda, l'ajustament es produirà mitjançant una pressió sobre els graus d'ocupació i l'augment de tarifes als establiments hotelers, fet que afavorirà altres formats d'allotjament i, probablement, més diversificació territorial de l'oferta. En aquest nou context, cal esperar que la competència al sector faci augmentar també el denominador de la relació preu/qualitat. Pel que fa a aquest darrer aspecte, analitzem tot seguit qüestions especialment relacionades amb la naturalesa i la qualitat de la demanda i l'oferta turístiques.

NATURALESA DE LA DEMANDA I COMPOSICIÓ DE L'OFERTA

Un element clau per a caracteritzar la demanda és l'estacionalitat. Les últimes dades que es presenten en l'informe confirmen que el turisme, a Barcelona, és menys estacional en comparació amb la província i amb el conjunt de Catalunya, com demostra el fet que el grau d'ocupació hotelera no baixa del 50% en cap mes de l'any, i només al gener i al febrer se situa per sota del 60% (gràfic 4). Tanmateix, el període de més concentració turística són els mesos del maig a l'octubre, quan el grau d'ocupació hotelera se situa ratllant el 90% o superant-lo lleugerament, i assolix el màxim el mes de juliol (92%).

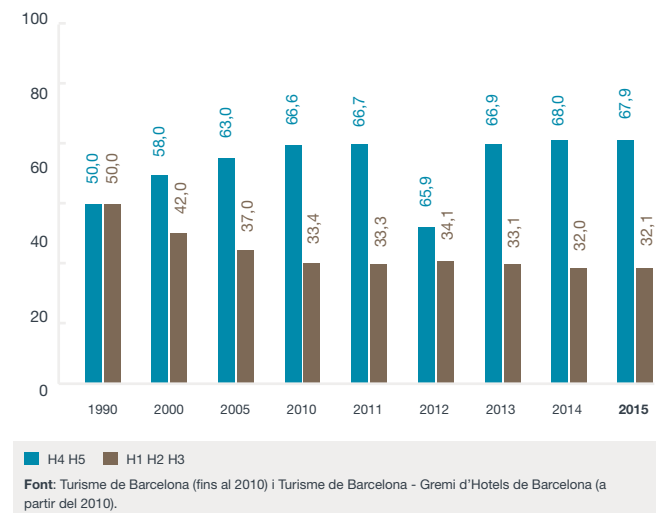
Gràfic 4. Estacionalitat de l'ocupació hotelera (habitacions) a Barcelona en %



Des del punt de vista de la composició de l'oferta, l'augment en el nombre d'hotels registrat en el 2015 s'ha produït en totes les categories. Com comentem en l'informe, de l'increment net de vuit hotels, dos són de cinc estrelles i tres, de tres estrelles. Respecte als hotels de quatre estrelles, que són els més habituals a Barcelona, hi ha un establiment més d'aquesta categoria en comparació amb l'any anterior. Per habitacions i places hoteleres, els canvis positius es produeixen en els extrems, mentre que cauen en els de tres i quatre estrelles, a causa, en part, del tancament per obres i del canvi de categoria que alguns hotels han registrat.

Amb una perspectiva temporal més àmplia, el gràfic 5 mostra l'evolució del percentatge de places que representen els hotels de categoria superior (quatre i cinc estrelles) i els hotels d'una a tres estrelles durant el període 1990-2015. Com podem observar, entre el 1990 i el 2010, els hotels de categoria superior van passar de representar la meitat del total a representar-ne, exactament, dues terceres parts (66,6%). A partir del 2011, la tendència és més estable, però moderadament ascendent, de manera que en l'any 2015 els establiments de categoria superior ja representen gairebé un 68% del total. Cal dir que aquesta evolució es deu fonamentalment als hotels de quatre estrelles, ja que el pes dels de cinc estrelles (en nombre de places) pràcticament no ha variat des del 2005 (entorn d'un 14%).

Gràfic 5. Estructura de la planta hotelera per categories a Barcelona (percentatge sobre el total)



En conjunt, tant el menor grau d'estacionalitat observat a Barcelona en comparació amb altres territoris de l'entorn, com el lleuger augment del pes que representen els establiments hotelers de categoria superior sobre el total, apunten cap a una millora tendencial en la «qualitat» del fenomen turístic a Barcelona –en el sentit d'una demanda més regular al llarg del temps i d'un increment del pes de l'oferta d'allotjament de categoria superior–. Cal preguntar-se, finalment, fins a quin punt aquesta evolució moderadament positiva s'ha traduït també en una despesa superior per turista i dia.

L'informe recull les dades de despesa turística, diferenciant entre el conjunt dels turistes i els que pernocten en hotels, i val a dir que s'observen diferències significatives entre tots dos grups. Així, mentre que els turistes que pernocten en hotels gasten de mitjana uns 99 euros diaris en allotjament, la despesa mitjana en allotjaments de tot tipus és gairebé la meitat (54,10 euros). Pel que fa a altres despeses diferents de les d'allotjament, els turistes que pernocten en hotels gasten de mitjana uns 99,60 euros diaris, mentre que la xifra referida al conjunt baixa fins a 78,40 euros.

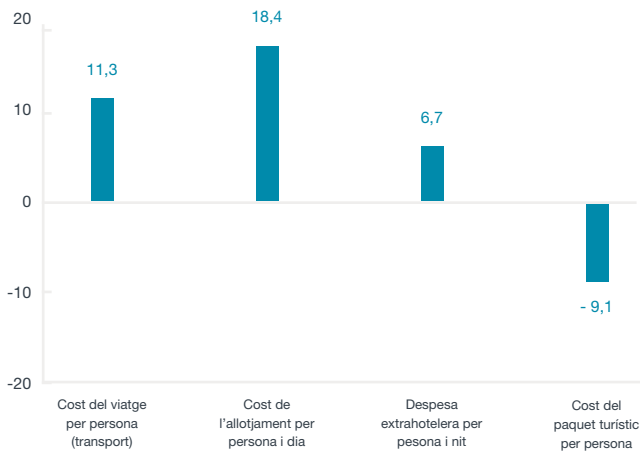
1) Inclou les categories de 5*GL, 5*, 4*S i 4*.

Amb una mica més de perspectiva temporal, les dades referents a la despesa declarada per a beneficiar-se de la devolució de l'IVA gestionada per les oficines de Turisme de Barcelona –que són només una part del total–, ens indiquen una reducció en termes interanuals en el 2015, però aquestes dades estan molt influïdes per la forta caiguda de la despesa efectuada pels visitants procedents de Rússia i, en menor mesura, del Brasil, països, aquests, que estan patint una forta crisi econòmica. Per contra, la despesa registrada pel mateix concepte per part de ciutadans xinesos ha augmentat un 42% en el 2015 respecte del 2014, i la xinesa ja és la primera nacionalitat per despesa dins aquest grup.

L'informe recull dades de la despesa mitjana per turista referides a l'any 2015, distingint entre els turistes que pernocten en hotels i el total, en relació a quatre conceptes: (I) el cost del viatge per persona (transport); (II) el cost de l'allotjament per persona i dia; (III) la despesa extrahotelera per persona i nit, i (IV) el cost del paquet turístic per persona. Com podem comprovar en el gràfic 6, en els tres primers casos s'observen augments molt significatius en comparació amb l'any 2014, d'un 11,3%, un 18,4% i un 6,7%, respectivament, quant al conjunt dels turistes; només en el cas dels paquets turístics s'observa una reducció (-9,1%).

Gràfic 6. Variació de les despeses mitjanes dels turistes* a Barcelona (2015-2014)

(taxa de variació anual 2015-2014 en percentatge)

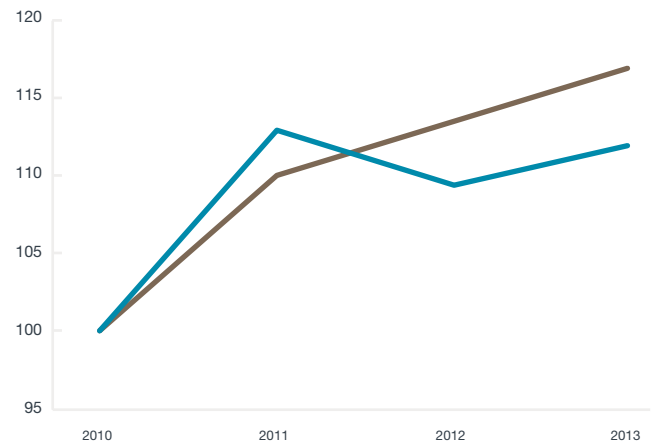


Font: Ajuntament de Barcelona
 *Turistes en allotjaments de tot tipus.

Cal tenir en compte que abans del 2014 l'«Enquesta a turistes» l'elaborava Turisme de Barcelona i que a partir del 2014 passà a l'Ajuntament de Barcelona. Per tant, malgrat haver-hi un trencament de la sèrie, en algun cas la definició de les variables poden tenir matisos lleugerament diferents. Per aquest motiu, el gràfic 7 presenta separadament l'evolució de la sèrie 2010-2013, en concepte de (a) cost de l'allotjament per persona i dia i (b) despesa extrahotelera per persona i dia, referida només als turistes que pernocten en hotels.

D'acord amb aquesta sèrie, el cost de l'allotjament per persona i dia va augmentar un 11,9% entre el 2010 i el 2013, i la despesa extrahotelera, un 16,8% en el mateix període. Per tant, i amb independència de la font i de les diferències de matisos en els conceptes en cada un dels períodes analitzats, la conclusió a què s'arriba és similar: es produeix un creixement significatiu de la despesa mitjana per turista i dia que és consistent amb l'increment observat en les ràtios d'ocupació, l'augment de les tarifes, l'evolució gradual de la planta hotelera cap a categories superiors i la lenta progressió envers una major distribució dels fluxos turístics al llarg de l'any.

Gràfic 7. Despesa mitjana dels turistes que pernocten en hotels a Barcelona (índex 2010 = 100)



■ Cost de l'allotjament per persona i dia ■ Despesa extrahotelera per persona i dia
 Font: Turisme de Barcelona

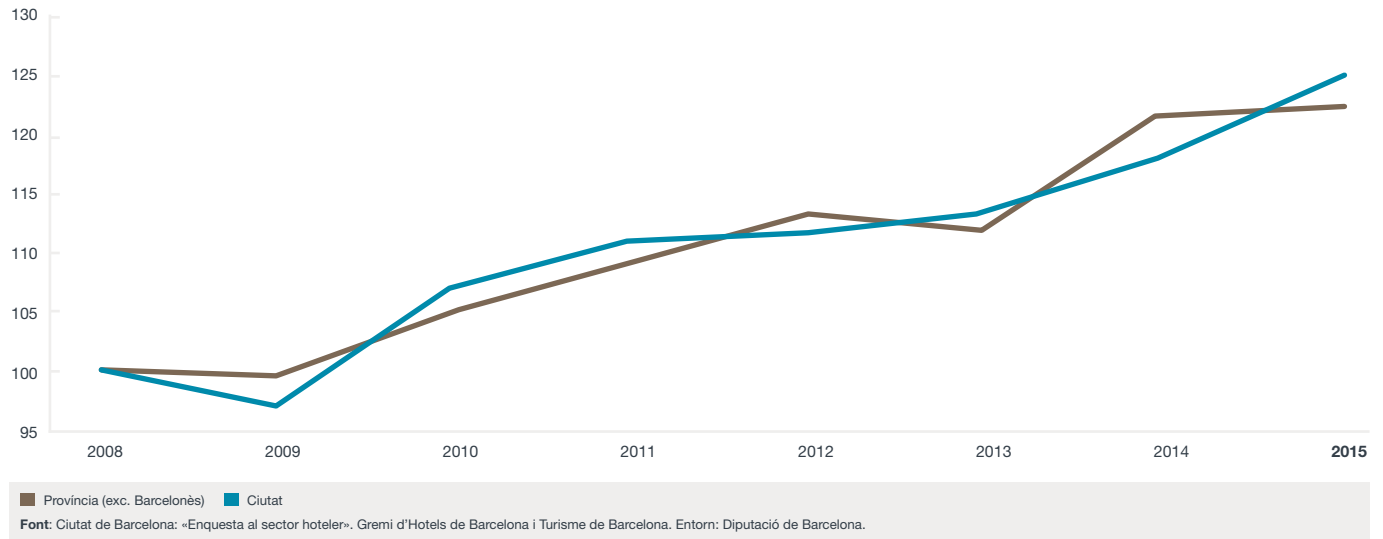
ESTRUCTURA PER NACIONALITATS, ZONES TURÍSTIQUES I TIPOLOGIES DE VISITANTS

La dimensió més estructural del turisme a Barcelona es caracteritza per aspectes com ara la procedència dels turistes per nacionalitat, l'allotjament per zones dins el territori receptor i els perfils per edat, ingressos i pautes de consum. L'informe aporta dades que suporten la imatge d'una major diversificació en tots tres àmbits que, més enllà de la rendibilitat del sector i de la despesa per turista, impacta positivament en la percepció del fenomen turístic, tant per part dels visitants com dels ciutadans residents. Es tracta d'un factor subjectiu i no sempre senzill d'interpretar però que és crucial a l'hora de valorar escenaris de futur del turisme a la ciutat.

En primer lloc, l'informe certifica la importància dels turistes de nacionalitat estrangera dels països tradicionals, com els Estats Units d'Amèrica, el Regne Unit, França, Itàlia i Alemanya, i la resta de l'Estat espanyol, que conjuntament representen un 55% de pernотacions dels turistes allotjats en hotels. També es fa ressò del fort descens dels turistes russos com a conseqüència de la crisi econòmica al seu país. Ara bé, amb una perspectiva temporal més àmplia, el factor que destaca més és la important contribució al creixement de la resta de països. Durant els anys 2012, 2013 i 2015, aquest grup, força heterogeni, és el que fa la principal contribució al creixement total. Per tant, la imatge que emergeix d'aquesta evolució apunta cap a una gradual diversificació del turisme per nacionalitats.

En segon lloc, l'informe constata l'impuls de l'activitat turística en moltes poblacions de l'entorn, com a conseqüència de la creixent consolidació de la ciutat de Barcelona com a destinació i que en alguns casos ha potenciat la dinàmica turística preexistent en aquestes zones. Amb una perspectiva temporal àmplia, aquest efecte es pot comprovar en el gràfic 8, que mostra l'evolució del nombre de turistes allotjats en hotels a la província de Barcelona (excloent-ne establiments ubicats al Barcelonès) en comparació amb els turistes allotjats en hotels a la ciutat (2008 = 100). Com es pot observar, ambdues variables creixen compassadament, de manera que es pot deduir que el percentatge que representen els turistes allotjats en hotels a les comarques de Barcelona (sense el Barcelonès) sobre el total es manté força estable en un 40%, i el 60% restant correspondria als allotjats en hotels a la ciutat de Barcelona. Per tant, encara que no s'observa una clara tendència a la desconcentració en sentit estricte, és un fet contrastat que l'impuls turístic de la ciutat s'ha traslladat al territori circumdant en una proporció similar.

Gràfic 8. Turistes allotjats en hotels a Barcelona (ciutat i entorn) (índex 2008 = 100)



En tercer lloc, l'informe també constata que el segment d'edat més nombrós és el comprès entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys (un 30% pertanyen a aquest grup), encara que el turista que pernocta en hotels té una mitjana d'edat superior a la del conjunt. És interessant observar que els turistes amb un perfil de més edat són els procedents dels EUA (un 17,1% dels turistes d'aquest país que han pernoctat en hotels tenen seixanta-cinc anys o més, enfront del 6,4% de mitjana). En canvi, tant el turisme italià com el francès tenen una estructura d'edats més juvenil, que podríem assimilar als mill-lennistes (en el cas del turisme italià, el grup de divuit a vint-i-quatre anys representa el 26,2% del total amb aquesta nacionalitat, gairebé deu punts per sobre de la mitjana). D'altra banda, la majoria dels turistes vénen sols o en parella. El turisme familiar representa prop de la sisena part, mentre que els grups organitzats tenen una presència testimonial.

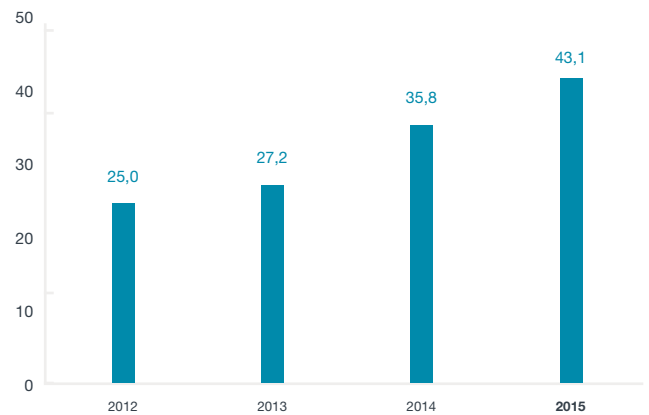
També destaca el fet que Barcelona és una destinació amb un alt percentatge de turistes repetidors. Concretament, el 13,5% del total dels turistes l'han visitada ja una vegada i un 39%, dues vegades o més, mentre que un 47% la visiten per primer cop. En aquest sentit, s'observen diferències importants quant a les nacionalitats. Així, mentre que un 71% dels turistes espanyols declara que, com a mínim, és la tercera visita que fa a la ciutat, únicament un 15,3% dels turistes americans estatjats en allotjaments de tot tipus ho afirma.

Un altre fet destacable és que el turisme de vacances a la ciutat de Barcelona està guanyant pes en el total, en detriment del motiu professional, sobretot en el cas del turisme estranger. De mitjana, el turisme allotjat en hotels per motius professionals de França, Itàlia, el Regne Unit i Alemanya ha passat del 42% del total l'any 2010 al 29% en el 2015. Això no treu que la ciutat aculli cada any més reunions, jornades, fires i congressos (en el 2015 ha assolit un màxim històric de 2.268, un 60% dels quals són d'àmbit internacional).

Tots aquests aspectes, juntament amb els anteriors, contribueixen a modular les opinions que els turistes tenen de Barcelona i que els barcelonins tenen del turisme a la seva ciutat.

Respecte als turistes, la valoració que fan els allotjats en establiments de tot tipus de Barcelona millora lleugerament respecte a la del 2014 i se situa en un 8,6 sobre 10. Val a dir que l'arquitectura, amb una nota mitjana de 9,1, i la cultura, amb una nota de 8,8, han estat els aspectes més valorats pels turistes l'any 2015, com va passar en el 2014, mentre que el soroll és l'aspecte que tradicionalment rep una valoració pitjor.

Gràfic 9. Percentatge de barcelonins que opinen que la ciutat és al límit



Font: Ajuntament de Barcelona

Quant als barcelonins, més d'un 90% considera que l'activitat turística és beneficiosa per al conjunt de la ciutat. Això no obstant, ha augmentat la percepció que la ciutat és al límit de la seva capacitat d'acollir turistes, amb un percentatge lleugerament per sobre del 40%. El gràfic 9 mostra l'evolució ascendent del percentatge de barcelonins enquestats que opinen que la ciutat està arribant al límit de saturació entre el 2012 i el 2015. Les opinions més crítiques les trobem sobretot entre els veïns dels barris amb més pressió turística, especialment a Ciutat Vella.

CONCLUSIONS PRINCIPALS

L'anàlisi efectuada en aquest apartat es pot resumir en quatre grups de conclusions:

a) El creixement del nombre de turistes a Barcelona s'inscriu en un context global de canvi en les pautes de consum, en benefici dels serveis –i, dins els serveis, els que proporcionen experiències–. S'observen dues etapes clarament diferenciades: entre els anys 2000 i 2007, abans de l'inici de la crisi, el turisme a la ciutat de Barcelona va augmentar molt per damunt de la taxa observada pel turisme internacional a escala mundial, mentre que, a partir del 2008 i fins al 2015, aquest creixement s'ha reduït a la meitat i se situa per sota dels increments observats pel conjunt del turisme internacional.

b) En els últims anys l'oferta hotelera (places disponibles) a la ciutat de Barcelona ha augmentat per sota de la demanda (pernoctacions en hotels); això ha fet pujar les ràtios d'ocupació fins a màxims històrics. Una part creixent de l'ajustament entre demanda i oferta s'està produint via preus i es reflecteix en un augment continuat i significatiu de les tarifes mitjanes.

c) La tendència a l'augment dels preus mostra una certa correspondència en termes de qualitat. D'una banda, tendeix a augmentar gradualment el percentatge d'establiments de categoria superior; d'altra banda, s'observa un moderat avanç envers a una demanda més diversificada i més repartida en els mesos centrals de l'any. Aquestes dues transformacions contribueixen a explicar el significatiu augment de la despesa mitjana per turista, tant hotelera com extrahotelera, en els darrers anys.

d) S'observa una clara tendència a la diversificació de la demanda per nacionalitats i de l'oferta en termes d'ubicació territorial de la planta hotelera en tota la província. També s'observa un grau de diversitat molt alt en la tipologia dels turistes. Aquestes tendències més estructurals es reflecteixen en un nivell de percepció per part dels turistes envers la ciutat que els acull sistemàticament positiu, motiu que explicaria l'alt percentatge de turistes que són repetidors, és a dir, que visiten la ciutat per segona vegada o més vegades. En canvi, augmenta any rere any el percentatge de barcelonins que considera que la ciutat ha arribat al límit de la seva capacitat per a acollir més turistes, sobretot en els districtes més saturats.

OBJETIVOS Y ENFOQUE METODOLÓGICO

El objetivo de este apartado, que precede y acompaña las principales estadísticas del turismo en Barcelona (ciudad y entorno), es facilitar una **interpretación** más profunda de los datos, al contextualizarlos dentro de un marco analítico de referencia y con una perspectiva temporal más amplia.

A continuación se identifican, selectivamente, algunas de las principales **tendencias** que caracterizan la evolución del fenómeno turístico en Barcelona, y se aportan argumentos explicativos y criterios de valoración. De este modo, el principal propósito es poner el foco sobre algunas de las observaciones realizadas en el informe con periodicidad anual y situarlas dentro de su contexto, y valorar hasta qué punto se confirman o refuerzan las tendencias más definitorias de la evolución del sector o, alternativamente, se detectan puntos de inflexión que anticipan un cambio de tendencia.

El turismo es un fenómeno complejo y multidimensional. Ante este hecho, y para facilitar la comprensión y valoración de la información aportada, el análisis que se presenta en este primer apartado del *Informe Anual del Turismo en Barcelona 2015* se ha organizado en torno a tres ejes vertebradores, que definen **tres dimensiones** esenciales del fenómeno: la dimensión más básica y **cuantitativa** (evolución de los flujos turísticos y de la oferta de alojamiento), la **cuantitativa** (composición de la oferta y naturaleza de la demanda) y la **estructural** (distribución geográfica, origen y destino, y perfil de los visitantes). El análisis en cada uno de estos ejes comienza diferenciando los factores de demanda de los factores de oferta y concluye comentando algunos resultados significativos que son fruto de la interacción entre oferta y demanda.

La **dimensión cuantitativa** se refiere a la magnitud de los flujos más básicos que caracterizan la demanda (por ejemplo, el número de turistas y el de pernотaciones), las existencias que conforman la oferta (por ejemplo, el número de plazas de alojamiento disponibles) y los resultados más directos de la interacción entre las dos variables (ratios de ocupación por habitación o plaza y tarifas medias).

La **dimensión cualitativa** tiene en cuenta la composición de la oferta de alojamiento (por tipos y categorías), la naturaleza de la demanda (por ejemplo, el grado de estacionalidad) y las consecuencias de la interacción entre oferta y demanda, teniendo en cuenta las características de la demanda y la calidad de los servicios y las infraestructuras turísticas (que conjuntamente ayudan a explicar el gasto medio por turista y día).

Finalmente, la **dimensión estructural** asociada con el fenómeno turístico evalúa también elementos de oferta (diversificación por zonas de la oferta hotelera y de los puntos de atracción turísticos) y de demanda (tipología de visitantes según diferentes criterios: nacionalidad, edad, renta, preferencias y pautas de consumo). Este apartado concluye con el análisis de indicadores de la interacción entre demanda y oferta que se derivan de las encuestas de percepción a visitantes y residentes, sobre los que pesan factores más intangibles y de carácter estructural vinculados al territorio y a la tipología de los turistas.

Hay que destacar dos características adicionales que configuran el enfoque metodológico adoptado y que se pondrán de manifiesto progresivamente en diferentes ediciones de este informe. La primera es el énfasis en una perspectiva integradora y comparativa, que permita situar las **tendencias** observadas en el propio territorio en el contexto de las **tendencias globales** que definen la evolución del sector –así como en relación con otras tendencias económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas que condicionan la evolución del sector.

En segundo lugar, el análisis no se limita a certificar tendencias observadas con información del pasado, sino que también aspira a aportar algunos **elementos prospectivos** que ayuden al lector a formarse un criterio sobre la evolución del sector en Barcelona en clave de futuro.

Por último, hay que advertir que en este apartado introductorio no se pretende cubrir todos los aspectos del fenómeno turístico. De lo que se trata es de focalizar selectivamente en algunos aspectos concretos (por ejemplo, la evolución de la demanda y la oferta por plazas hoteleras en esta edición), y dejar para próximas ediciones otros aspectos que no tienen por qué ser menos relevantes (por ejemplo, la evolución en el subsector de los apartamentos turísticos, el turismo de reuniones o el turismo de cruceros). El lector interesado encontrará en el grueso del informe los datos ordenados para cada una de las diferentes temáticas en que se puede desglosar el fenómeno turístico en Barcelona, con un breve comentario previo a cada apartado (solo disponible en catalán).

FLUJOS TURÍSTICOS Y OFERTA DE ALOJAMIENTO

Desde el punto de vista de la demanda, el año 2015 ha sido excelente para el sector en Barcelona. El número de turistas alojados en hoteles en la ciudad de Barcelona ha aumentado un 5,4 %, con lo que ha superado la barrera de los 8 millones, mientras que el número de pernoctaciones ha aumentado un 3,3 %. La evolución del número de turistas mantiene la tendencia de crecimiento desde 2010.

En 2015, por primera vez en cinco años, el número de turistas que visitan Barcelona ha crecido a un ritmo superior al del número de turistas en el conjunto del mundo (según datos de la OMT, la Organización Mundial del Turismo). Como se puede observar en el gráfico 1, Barcelona experimentó una fase de crecimiento acelerado en comparación con el turismo mundial entre 2000 y 2007. No obstante, a partir de 2008 y hasta la actualidad el número de turistas que visitan la ciudad de Barcelona ha tendido a aumentar moderadamente por debajo de la referencia a nivel mundial (24,7 % en Barcelona versus 29,1 % en el mundo, en valores acumulados 2008-2015).

En realidad, estos datos no son estrictamente comparables, ya que la OMT se refiere solo a los turistas internacionales y las referidas a Barcelona incluyen a todos los turistas (también a los procedentes de Cataluña y el resto del Estado), pero solo a los que se han alojado en hoteles. Sin embargo, es importante destacar que la tendencia al aumento del turismo en Barcelona se inscribe dentro de una tendencia global, a medida que el nivel de desarrollo modifica las pautas de consumo en las diferentes economías, en beneficio de actividades de servicios asociadas con la generación de experiencias. Otros factores más específicos –y transitorios– que han favorecido el crecimiento de los flujos turísticos hacia los países europeos en los últimos tiempos son la evolución favorable del tipo de cambio y la caída de los precios del petróleo –que ha abaratado el transporte.

En contraste con el crecimiento dinámico observado por el lado de la demanda, el año 2015 se ha cerrado con una ligera reducción del número de plazas hoteleras en la ciudad (67 603 en total en diciembre de 2015, un -0,6 % en comparación con el mismo mes del año anterior). De hecho, el número de plazas hoteleras creció por encima del número de turistas entre 2011 y 2013, pero registra una desaceleración del crecimiento en 2014 y 2015.

Con una perspectiva temporal más amplia, el crecimiento de la demanda (pernoctaciones) a lo largo del período 2002-2015 se puede separar en dos tendencias claramente diferenciadas (la línea azul en el gráfico 2). Mientras que entre 2002 y 2012 la demanda ha aumentado a un ritmo anual medio del 6,5 %, a partir de 2012 y hasta 2015 el crecimiento medio anual de esta variable se ha reducido hasta el 3,5 %.

En cambio, el crecimiento de la oferta ha seguido una trayectoria aún más desacelerada, tal como puede observarse en el gráfico. Este crecimiento más moderado de la oferta –que en parte se explica porque en 2015 cerraron, por obras de remodelación, hoteles que han vuelto a abrir en 2016– ha provocado que los ratios de ocupación (por plaza y por habitación) muestren una tendencia ascendente desde 2009. De hecho, en 2015 el grado de ocupación por habitación se situó en un nivel históricamente muy elevado, solo un poco por debajo de los valores récord registrados con el cambio de siglo.

Gráfico 1. Número de turistas (índice 2000=100)

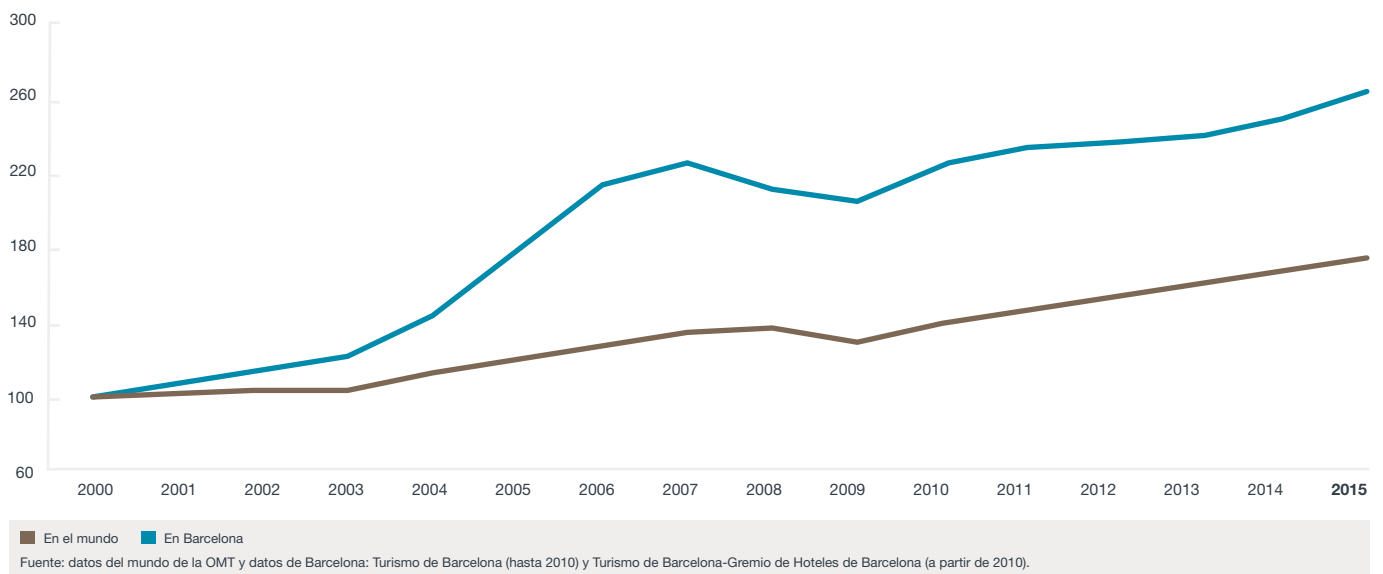


Gráfico 2. Crecimiento de las pernoctaciones y las plazas disponibles en hoteles en Barcelona (índice 2002=100)

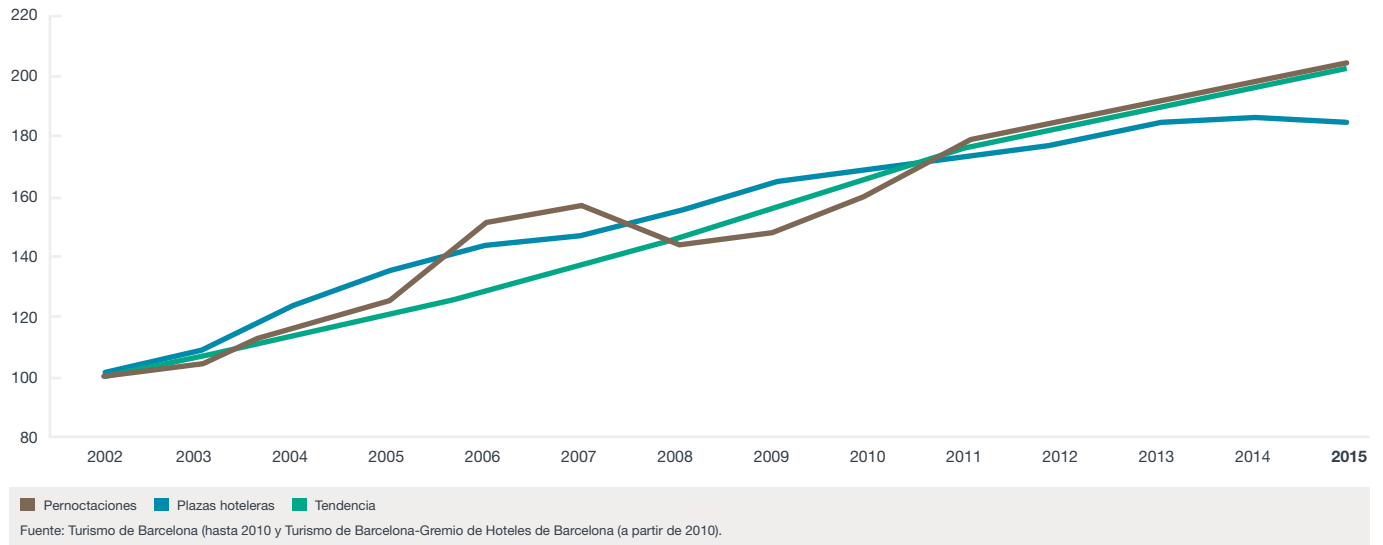
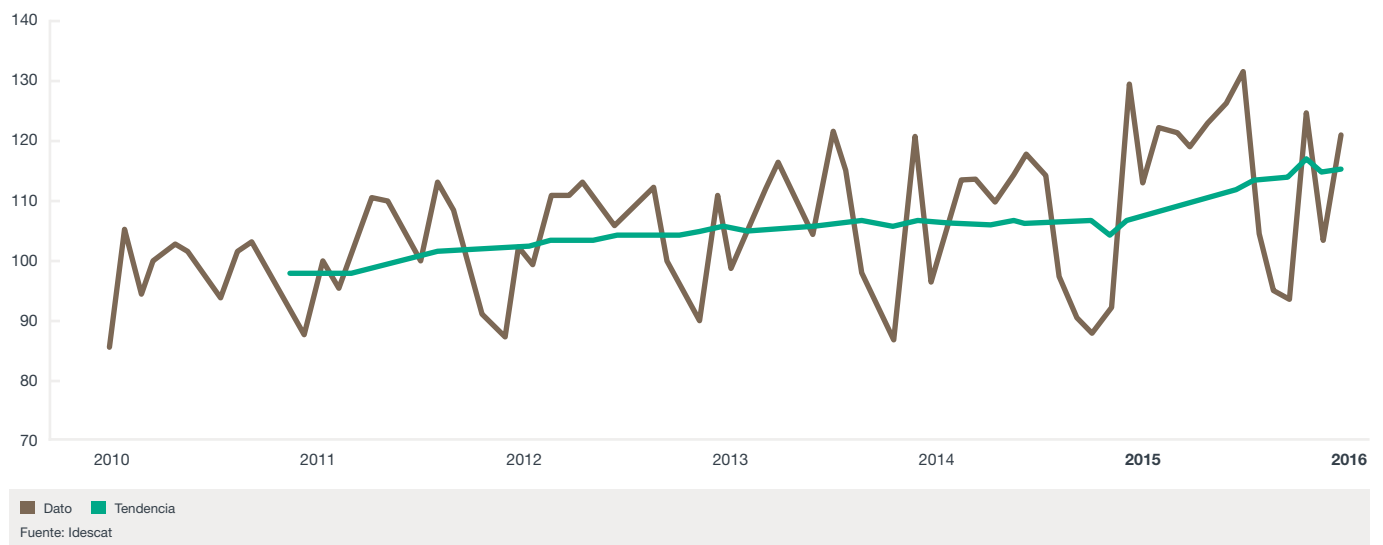


Gráfico 3. Facturación media por habitación ocupada en el sector hotelero en Barcelona (euros)



Esta tendencia creciente de la ratio de ocupación coincide con la evolución también creciente de la facturación media por habitación ocupada.

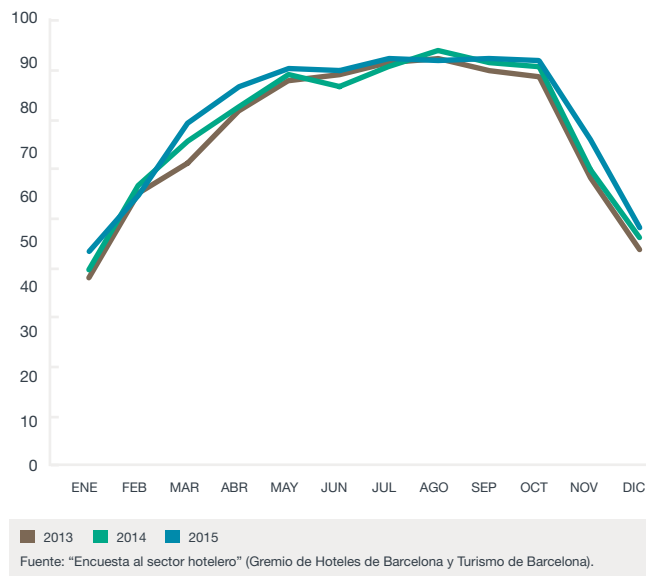
Entre 2009 y 2015, el grado de ocupación por habitación en la ciudad de Barcelona ha pasado de un mínimo del 72,4 % en 2009 a un máximo del 80,3 % en 2015. Al mismo tiempo, según los indicadores de rentabilidad del sector hotelero que publica Instituto de Estadística de Cataluña (Idescat) para la comarca del Barcelonès, la facturación media por habitación ocupada (tarifa media) ha aumentado un 17 % entre abril de 2011 y abril de 2015. Es decir, el ajuste de la oferta a la demanda en los últimos años se ha producido en parte por la vía de las cantidades –nuevas plazas hoteleras– pero también, y de forma creciente, por la vía de los precios –aumento de la tarifa media. Sin olvidar que otra vía importante de ajuste de la oferta a la presión de la demanda ha sido la diversificación por formatos de alojamiento (apartamentos turísticos, por ejemplo) y por ubicaciones (en beneficio de las localidades situadas en el entorno de la ciudad).

Con perspectiva de futuro, es previsible que en los próximos años el número de turistas mantenga la tendencia a crecer a tasas medias similares a las observadas últimamente por el conjunto del turismo mundial. Si la oferta vía cantidades (plazas disponibles) continúa creciendo pero a un ritmo inferior al de la demanda, el ajuste se producirá vía presión sobre los niveles de ocupación y aumento de tarifas en los establecimientos hoteleros, y favorecerá otros formatos de alojamiento y, posiblemente, una mayor diversificación territorial de la oferta. En este nuevo contexto, es de esperar que la competencia en el sector aumente también el denominador de la relación precio/calidad. Por lo que se refiere a este último aspecto, a continuación se analizan cuestiones especialmente vinculadas con la naturaleza y la calidad de la demanda y la oferta turísticas.

NATURALEZA DE LA DEMANDA Y COMPOSICIÓN DE LA OFERTA

Un elemento clave para caracterizar la demanda es la estacionalidad. Los últimos datos que se presentan en el informe confirman que el turismo en Barcelona es menos estacional en comparación con la provincia y el conjunto de Cataluña, como demuestra el hecho de que en ningún mes del año el grado de ocupación hotelera baja del 50 %, y solo en enero y febrero se sitúa por debajo del 60 % (gráfico 4). No obstante, el período de mayor concentración turística coincide con los meses de mayo a octubre, cuando el grado de ocupación hotelera roza el 90 % o lo supera ligeramente, para alcanzar el máximo en julio (92 %).

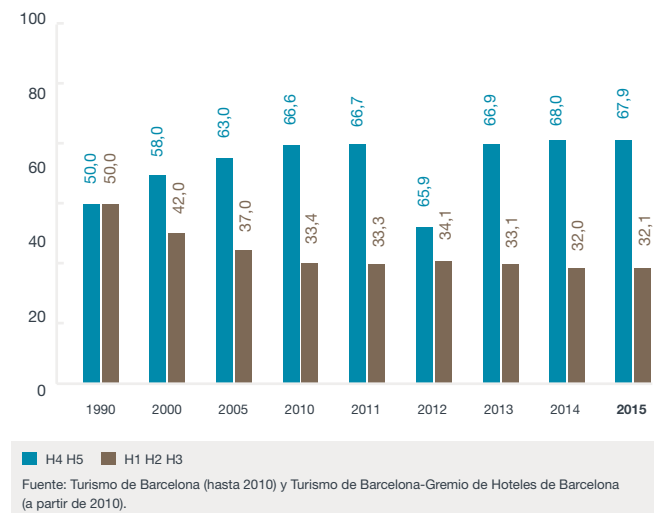
Gráfico 4. Estacionalidad de la ocupación hotelera (habitaciones) en Barcelona, en %



Desde el punto de vista de la composición de la oferta, el aumento en el número de hoteles registrado en 2015 se ha producido en todas las categorías. Tal como se comenta en el informe, del incremento neto de ocho hoteles, dos son de cinco estrellas y tres de tres estrellas. En cuanto a los hoteles de cuatro estrellas, que son los más habituales en Barcelona, hay uno más de esta categoría en comparación con el año anterior. Por habitaciones y plazas hoteleras los cambios positivos se dan en los extremos, mientras que caen los de tres y cuatro estrellas, en parte debido al cierre por obras y al cambio de categoría que algunos hoteles han registrado.

Con una perspectiva temporal más amplia, el gráfico 5 muestra la evolución del porcentaje de plazas que representan los hoteles de categoría superior (cuatro y cinco estrellas¹⁾ y los hoteles de una a tres estrellas, a lo largo del período 1990-2015. Como se puede observar, entre 1990 y 2010 los hoteles de categoría superior han pasado de representar la mitad del total a exactamente dos terceras partes (66,6 %). A partir de 2011 la tendencia es más estable pero moderadamente ascendente, de manera que en 2015 los establecimientos de categoría superior ya representaban casi el 68 % del total. Hay que decir que esta evolución se debe fundamentalmente a los de cuatro estrellas, ya que el peso de los establecimientos de cinco estrellas (en número de plazas) prácticamente no ha variado desde 2005 (alrededor del 14 %).

Gráfico 5. Estructura de la planta hotelera por categorías en Barcelona (porcentaje sobre el total)



En conjunto, tanto el menor grado de estacionalidad observado en Barcelona en comparación con otros territorios de su entorno, como el ligero aumento del peso que representan los establecimientos hoteleros de categoría superior sobre el total, apuntarían hacia una mejora de tendencia en la "calidad" del fenómeno turístico en Barcelona –en el sentido de una demanda más regular a lo largo del tiempo y de un incremento del peso de la oferta de alojamiento de categoría superior. Es necesario preguntarse, finalmente, hasta qué punto esta evolución moderadamente positiva se ha traducido también en un mayor gasto por turista y día.

En el informe se recogen datos de gasto turístico diferenciando entre el conjunto de los turistas y los que pernoctan en hoteles, lo que permite observar diferencias significativas entre los dos grupos. Así, mientras que los turistas que pernoctan en hoteles gastan de media unos 99 euros diarios en alojamiento, el gasto medio en todo tipo de alojamiento es casi la mitad (54,10 euros). En cuanto a otros gastos diferentes del alojamiento, los turistas que pernoctan en hoteles gastan de media unos 99,60 euros diarios, mientras que la cifra referida al conjunto baja hasta los 78,40 euros.

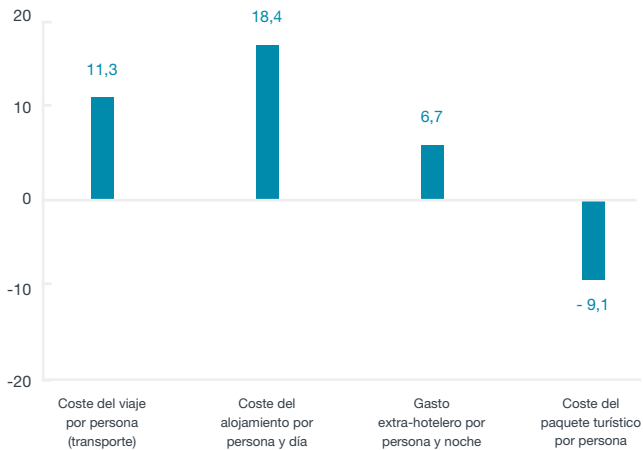
1) Incluye las categorías de 5*GL, 5*, 4*S y 4*.

Con un poco más de perspectiva temporal, los datos referentes al gasto declarado por beneficiarse de la devolución del IVA, gestionado por las oficinas de Turismo de Barcelona (que son solo una parte del total), nos indican una reducción en términos interanuales en 2015, pero estos datos están muy influidos por la fuerte caída del gasto efectuado por los visitantes procedentes de Rusia y, en menor medida, de Brasil —países que están sufriendo una fuerte crisis económica. A la vez que el gasto registrado por este concepto por parte de ciudadanos chinos ha aumentado un 42 % en 2015 con relación a 2014 y ya es la primera nacionalidad por gasto dentro de este grupo.

El informe recoge datos del gasto medio por turista referidos al año 2015, distinguiendo entre los turistas que pernoctan en hotel y el total, con relación a cuatro conceptos: (i) el coste del viaje por persona (transporte), (ii) el coste del alojamiento por persona y día, (iii) el gasto extra-hotelerero por persona y noche, (iv) el coste del paquete turístico por persona. Como se puede observar en el gráfico 6, en los tres primeros casos se observan aumentos muy significativos en comparación con 2014, del 11,3 %, el 18,4 % y el 6,7 %, respectivamente —con respecto al conjunto de los turistas. Sólo en el caso de los paquetes turísticos se observa una reducción (del -9,1 %).

Gráfico 6. Variación de los gastos medios de los turistas* en Barcelona, desde 2015 hasta 2014

(tasa de variación anual desde 2015 hasta 2014, en porcentaje)

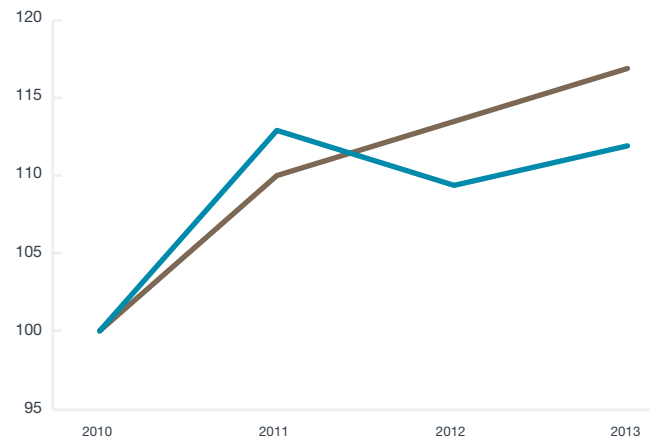


Fuente: Ayuntamiento de Barcelona.
 *Turistas en todo tipo de alojamientos.

Hay que tener en cuenta que antes de 2014 la Encuesta a turistas la elaboraba Turismo de Barcelona y a partir de 2014 pasa al Ayuntamiento de Barcelona. Por tanto, a pesar de no haber rotura de la serie, en algún caso la definición de las variables puede tener matices ligeramente diferentes. Por este motivo, en el gráfico 7 se presenta por separado la evolución de la serie 2010-2013, en concepto de: a) coste del alojamiento por persona y día, y b) gasto extra-hotelerero por persona y día, referido solo a los turistas que pernoctan en hoteles.

De acuerdo con esta serie, el coste del alojamiento por persona y día ha aumentado un 11,9 % entre 2010 y 2013 y el gasto extra-hotelerero un 16,8 % en el mismo período. Por tanto, y con independencia de la fuente y de las diferencias de matiz en los conceptos en cada uno de los períodos analizados, la conclusión que se desprende es similar: un aumento significativo del gasto medio por turista y día, que se corresponde con el aumento observado de las ratios de ocupación, el aumento de las tarifas, la evolución gradual de la planta hotelera hacia categorías superiores y la lenta progresión hacia una mayor distribución de los flujos turísticos a lo largo del año.

Gráfico 7. Gasto medio de los turistas que pernoctan en hotel en Barcelona (índice 2010=100)



■ Coste del alojamiento por persona y día ■ Gasto extra-hotelerero por persona y día
 Fuente: Turismo de Barcelona.

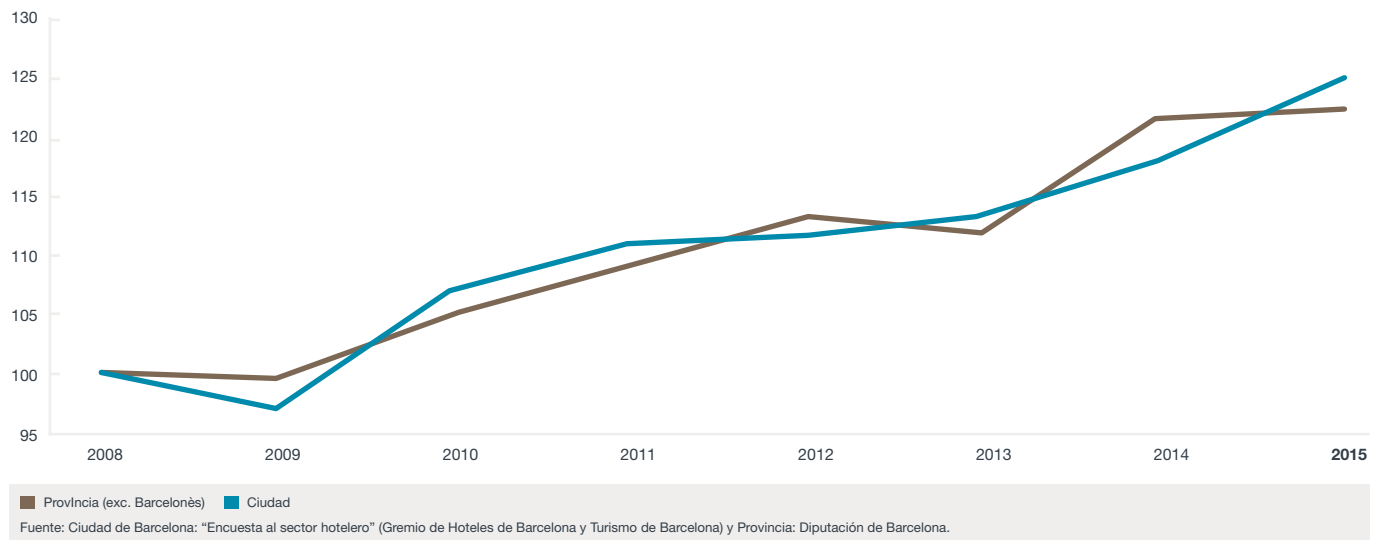
ESTRUCTURA POR NACIONALIDADES, ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE VISITANTE

La dimensión más estructural del turismo en Barcelona viene caracterizada por aspectos como, por ejemplo, la procedencia de los turistas por nacionalidad, el alojamiento por zonas dentro del territorio receptor y los perfiles de los turistas por edad, ingresos y pautas de consumo. El informe aporta datos que sustentan la imagen de una mayor diversificación en los tres ámbitos que, más allá de la rentabilidad del sector y del gasto por turista, impacta positivamente en la percepción del fenómeno turístico, tanto por parte de los visitantes como de los propios ciudadanos residentes. Se trata de un factor subjetivo y no siempre sencillo de interpretar, pero que resulta crucial para valorar escenarios de futuro del turismo en la ciudad.

En primer lugar, el informe certifica la importancia de los turistas de nacionalidad extranjera de los países habituales, como EUA, Reino Unido, Francia, Italia y Alemania, y del resto del Estado español, que conjuntamente representan el 55 % de pernoctaciones de los turistas alojados en hoteles. También se hace eco del fuerte descenso de los turistas rusos, como consecuencia de la crisis económica en su país. No obstante, con una perspectiva temporal más amplia, el factor que más destaca es la importante contribución al crecimiento del resto de países. Durante los años 2012, 2013 y 2015 es este grupo, bastante heterogéneo, el que hace la principal contribución al crecimiento total. Por tanto, la imagen que emerge de esta evolución apunta hacia una gradual diversificación del turismo por nacionalidades.

En segundo lugar, el informe constata el impulso de la actividad turística en muchas poblaciones del entorno, como consecuencia de la creciente consolidación de la ciudad de Barcelona como destino, y que en algunos casos ha potenciado la dinámica turística preexistente en estas zonas. Con una perspectiva temporal amplia, este efecto se puede comprobar en el gráfico 8, que muestra la evolución del número de turistas alojados en hoteles en la provincia de Barcelona (excluyendo establecimientos ubicados en la comarca del Barcelonès), en comparación con los turistas alojados en hoteles de la ciudad (2008=100). Como se puede observar, ambas variables crecen de forma acompasada, de manera que se puede deducir que el porcentaje que representan sobre el total los turistas alojados en hoteles en las comarcas de la provincia de Barcelona (sin el Barcelonès) se mantiene bastante estable en el 40 % y el restante 60 % correspondería a los alojados en hoteles en la ciudad de Barcelona. Por tanto, aunque no se observa una tendencia clara a la desconcentración en sentido estricto, es un hecho contrastado que el impulso turístico de la ciudad se ha trasladado al territorio circundante en una proporción similar.

Gráfico 8. Turistas alojados en hoteles en Barcelona (ciudad y entorno) (índice 2008=100)



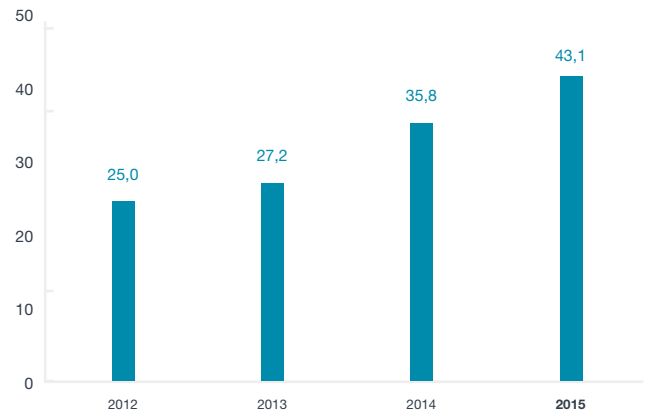
En tercer lugar, en el informe también se constata que el segmento de edad más numeroso es el situado entre 25 y 34 años (el 30 % pertenecen a este grupo), aunque el turista que pernocta en hoteles tiene un promedio de edad superior al conjunto. Es interesante observar que los turistas con perfil más sénior son los procedentes de EUA (el 17,1 % de los turistas de este país que han pernoctado en hoteles tienen 65 o más años, frente al 6,4 % de media). En cambio, tanto el turista italiano como el francés tienen una estructura de edades más júnior, lo que podríamos asimilar a los *millennials* (en el caso del turismo italiano el grupo de 18 a 24 años representa el 26,2 % del total, casi diez puntos por encima de la media). Por otra parte, la mayoría de los turistas vienen solos o en pareja. El turismo familiar representa cerca de la sexta parte, mientras que los grupos organizados tienen una presencia testimonial.

También destaca el hecho de que Barcelona es un destino con un alto porcentaje de turistas repetidores. Concretamente, el 13,5 % del total de turistas la han visitado con anterioridad una vez y el 39 % dos veces o más, mientras que el 47 % la visitan por primera vez. En este sentido, se observan diferencias importantes en cuanto a las nacionalidades. Así, mientras que el 71 % de los turistas españoles declara que al menos es su tercera visita a la ciudad, únicamente un 15,3 % de los turistas americanos hospedados en todo tipo de alojamiento lo afirma.

Por otra parte, también hay que destacar que el turismo de vacaciones en la ciudad de Barcelona está ganando peso en el total, en detrimento del motivo profesional, sobre todo en el caso del turismo extranjero. En promedio, el turismo alojado en hoteles por motivos profesionales de Francia, Italia, Reino Unido y Alemania ha pasado de ser el 42 % del total en 2010 al 29 % en 2015. Esto no excluye que la ciudad acoga cada año más reuniones, jornadas, ferias y congresos (en 2015 se alcanzó un máximo histórico de 2268, el 60 % de los cuales son de ámbito internacional).

Todos estos aspectos, junto con los anteriores, contribuyen a modular las opiniones que los turistas tienen de Barcelona y que los barceloneses tienen del turismo en su ciudad. En primer lugar, la valoración que hacen los turistas alojados en todo tipo de establecimientos de Barcelona mejora ligeramente con relación a 2014 y se sitúa en un 8,6 sobre 10. La arquitectura, con una nota media de 9,1, y la cultura, con una nota de 8,8 han sido los aspectos más valorados por los turistas en el año 2015, al igual que sucedió en el año 2014. Mientras que el ruido es el aspecto que tradicionalmente recibe una peor valoración.

Gráfico 9. Porcentaje de barceloneses que opinan que la ciudad está al límite



Fuente: Ayuntamiento de Barcelona.

Por otro parte, más del 90 % de los barceloneses consideran que la actividad turística es beneficiosa para el conjunto de la ciudad. No obstante, ha aumentado la percepción de que la ciudad está al límite de su capacidad para acoger turistas, opinión que se sitúa algo por encima del 40 %. El gráfico 9 muestra, entre 2012 y 2015, la evolución ascendente del porcentaje de barceloneses encuestados que opinan que la ciudad está llegando al límite de saturación. Las opiniones más críticas se encuentran sobre todo entre los vecinos de los barrios con mayor presión turística –especialmente en Ciutat Vella.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

El análisis efectuado en este apartado se puede resumir en cuatro grupos de conclusiones:

- a) El crecimiento del número de turistas en Barcelona se inscribe dentro de un contexto global de cambio en las pautas de consumo, en beneficio de los servicios –y, dentro de los servicios, aquellos que proporcionan experiencias. Se observan dos etapas claramente diferenciadas: entre los años 2000 y 2007, antes del inicio de la crisis, el turismo en la ciudad de Barcelona aumentó muy por encima de la tasa observada en el turismo internacional a nivel global, mientras que a partir de 2008 y hasta 2015 este crecimiento se ha reducido a la mitad y se sitúa por debajo de los incrementos observados en el conjunto del turismo internacional.
- b) En los últimos años la oferta hotelera (plazas disponibles) en la ciudad de Barcelona ha aumentado por debajo de la demanda (pernoctaciones en hoteles), y las ratios de ocupación se han elevado hasta máximos históricos. Una parte creciente del ajuste entre demanda y oferta se está produciendo vía precios y se refleja en un aumento continuado y significativo de las tarifas medias.
- c) La tendencia al aumento de los precios muestra una cierta correspondencia en términos de calidad. Por un lado, tiende a aumentar gradualmente el porcentaje de establecimientos de categoría superior. Por otra parte, se observa un moderado avance hacia una demanda más diversificada y más repartida en los meses centrales del año. Estas dos transformaciones contribuyen a explicar el aumento significativo del gasto medio por turista, tanto hotelero como extra-hotelero, a lo largo de los últimos años.
- d) Se observa una tendencia clara a la diversificación de la demanda por nacionalidades y de la oferta en términos de ubicación territorial de la planta hotelera a lo largo de la provincia. También se observa un grado de diversidad muy elevado en la tipología de los turistas. Estas tendencias más estructurales tienen su reflejo en unos niveles de percepción sistemáticamente positivos por parte de los turistas hacia la ciudad que los acoge, motivo que explicaría el alto porcentaje de turistas que son repetidores, es decir, que visitan la ciudad por segunda vez o más veces. En cambio, aumenta año tras año el porcentaje de barceloneses que considera que la ciudad ha llegado al límite de su capacidad para acoger más turistas, sobre todo en aquellos distritos más saturados.

OBJECTIVES AND METHODOLOGICAL APPROACH

The objective of this section, which precedes and accompanies the main statistics for tourism in Barcelona (city and surrounding area) is to facilitate a deeper **interpretation** of the data and contextualise them within an analytical framework and a broader temporal perspective.

Below some of the major **trends** that characterise the evolution of tourism in Barcelona are selectively identified, and explanatory arguments and valuation criteria are presented. The main purpose is therefore to focus on some of the observations made in the annual report and place them within their own contexts in order to assess to what extent they confirm or reinforce the trends which most strongly define the evolution of the sector or, alternatively, in order to detect turning points that signal changes in trends.

Tourism is a complex and multidimensional phenomenon. Given this fact, and to facilitate the understanding and evaluation of the data provided, the analysis in this first section of the *Annual Report on Barcelona Tourism 2015* has been organised around three main focal points which define **three essential dimensions** of the phenomenon: the most basic and **quantitative** dimension (the evolution of tourism flows and the accommodation supply); the **qualitative** dimension (the makeup of the supply and nature of the demand); and the **structural** dimension (visitors' geographical characteristics – places of origin, destinations – and profiles). The analysis in each of these focal points starts by differentiating between demand and supply factors and concludes with comments on significant results produced by the interaction between supply and demand.

The **quantitative dimension** refers to the volumes of the most basic flows of which demand is comprised (for example, the number of tourists and overnight stays), the stocks of which the supply is comprised (for example, the number of available hotel beds) and the most direct results of the interaction between both variables (occupancy rates by room or bed, and average prices).

The **qualitative dimension** takes into account the makeup of the accommodation supply (by types and categories), the nature of the demand (for example, the degree of seasonality) and the consequences of the interaction between supply and demand, taking into account the characteristics of demand and the quality of tourism services and infrastructures (which together help explain the average expenditure per tourist per day).

Finally, the **structural dimension** associated with tourism also assesses elements of supply (breakdown of hotel supply by areas and points of tourist interest) and demand (types of visitors with a view to several criteria: nationality, age, income, preferences and consumption patterns). This section concludes with an analysis of indicators of the interaction between demand and supply as defined by perception surveys of visitors and residents which weigh intangible and structural factors related to the local area and tourist types.

Also noteworthy are two additional features of the methodological approach used which will gradually take on greater importance in future editions of this report. The first is the emphasis on an integrative and comparative perspective that will enable us to identify the observed trends in the local area within the context of **worldwide trends** that characterise the evolution of the sector – as well as in relation to other economic, political, social, cultural and technological trends that also affect the evolution of the sector.

Secondly, the analysis is not intended to merely certify observed trends with past data. It rather aims to provide **prospective elements** that will help readers form their own opinions about the evolution of the sector in Barcelona with an eye to the future.

Finally, it should be noted that this introductory paragraph is not intended to cover all aspects of tourism. Instead, it is designed to focus on specific aspects (e.g. the evolution of supply and demand for hotel rooms in this edition), leaving for future editions other aspects which are not necessarily of lesser importance (for example, the evolution of the subsectors of touristic apartments, convention tourism and cruise tourism). Within the report, interested readers will find data arranged by each of the different topics that can be used to break down Barcelona tourism, with a brief explanation preceding each section (only in Catalan).

TOURISM FLOWS AND ACCOMMODATION SUPPLY

In terms of demand, 2015 was an excellent year for the sector in Barcelona. The number of tourists staying in the city's hotels increased by 5.4% and surpassed the barrier of 8 million, while the number of overnight stays increased by 3.3%. The evolution in the number of tourists maintained the growth trend experienced since 2010.

In 2015, for the first time in five years, the number of tourists visiting Barcelona grew faster than the number of tourist arrivals worldwide (according to data from the United Nations World Tourism Organisation, UNWTO). As shown in Figure 1, Barcelona experienced a phase of accelerated growth between 2000 and 2007 in comparison with worldwide tourism trends. But between 2008 and the present the number of tourists visiting Barcelona has tended to increase at a rate moderately below the worldwide growth figure (24.7% for Barcelona v 29.1% worldwide, in values accumulated between 2008 and 2015).

These figures are not strictly comparable because UNWTO data only refer to international tourists while those for Barcelona refer to all tourists (including those from Catalonia and the rest of Spain) who stayed in hotels. However, it is important to emphasise that the growth trend for Barcelona tourism is part of a worldwide trend, to the extent that levels of development modify consumption patterns within economies in ways that benefit services associated with the generation of experiences. Other more specific and transitory factors that have favoured growth in tourism flows towards European countries in recent times are favourable exchange rates and the drop in oil prices, which have made transport more economical.

In contrast to the dynamic growth seen on the demand side, 2015 ended with a slight reduction in the number of hotel beds in the city (67,603 in December 2015, -0.6% compared with the same month from the previous year). In fact, the number of hotel beds grew more than the number of tourists between 2011 and 2013, even though a slowdown in growth was reported for 2014 and 2015.

From a broader temporal perspective, the growth in demand (overnight stays) during the 2002-2015 period can be separated into two distinct trends (blue line in Figure 2). Between 2002 and 2012 demand increased annually by an average of 6.5%; between 2012 and 2015, and average annual growth of this variable fell by 3.5%.

In contrast, growth in supply was even more sluggish, as shown in the chart. This more moderate growth in supply — which partly explains why hotels were closed for refurbishment works in 2015 only to reopen in 2016 — have had a positive effect on occupancy rate trends (by bed and room) since 2009. In fact, in 2015 the per-room occupancy rate stood at a historically high level, just slightly below the record values reported at the turn of the century.

FIGURE 1. Number of tourists (index 2000=100)

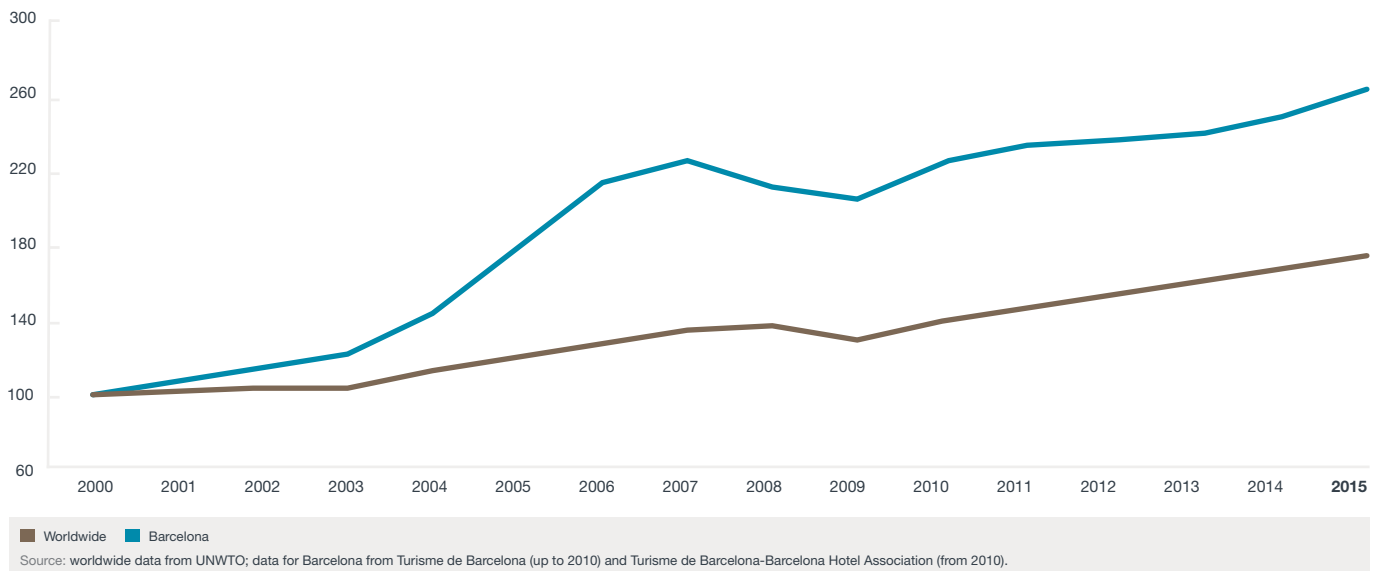


FIGURE 2. Growth in overnight stays and beds available at Barcelona hotels (index 2002=100)

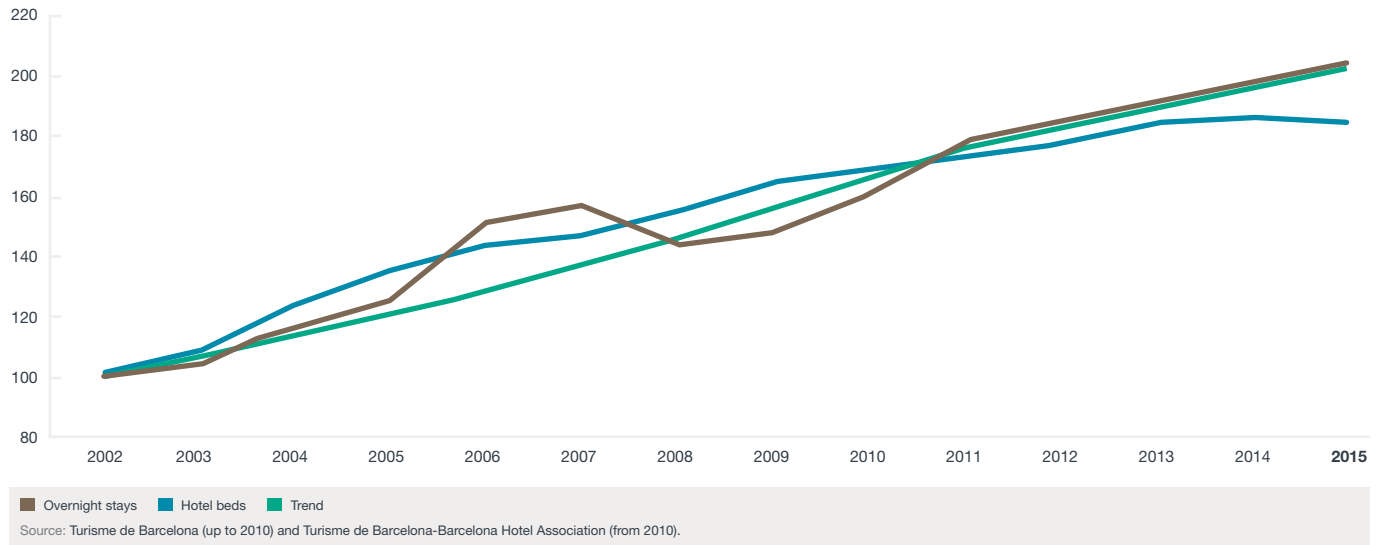
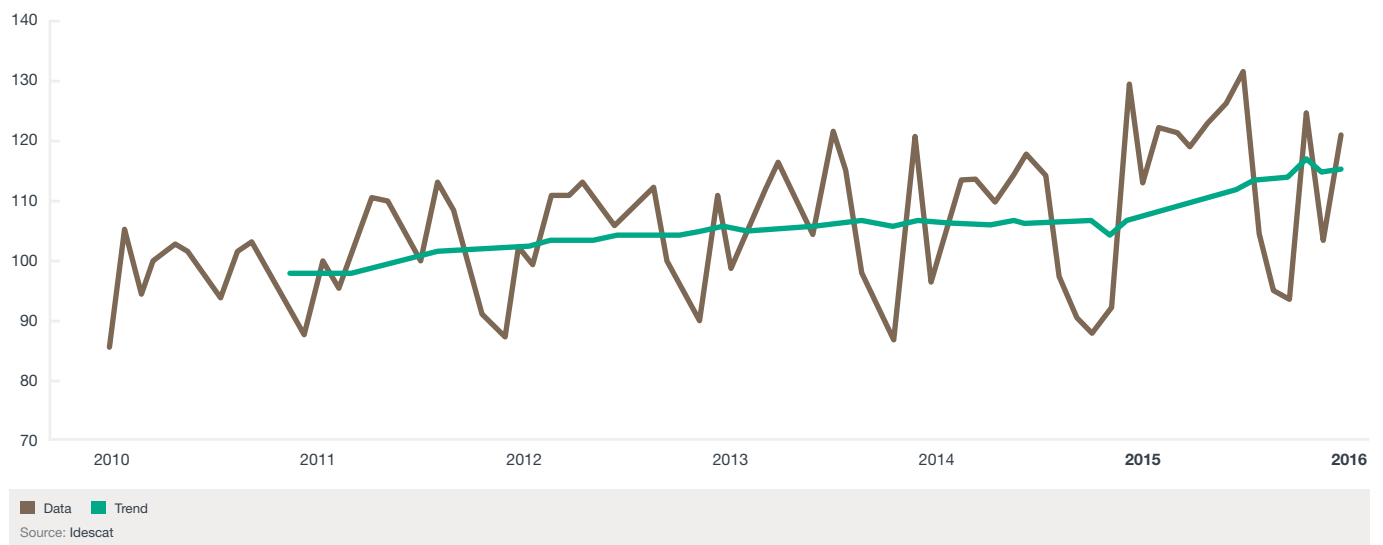


FIGURE 3. Average revenue per occupied room in the Barcelona hotel sector (euros)



This growth trend in occupancy rates also coincides with a growth trend in average revenue per occupied room.

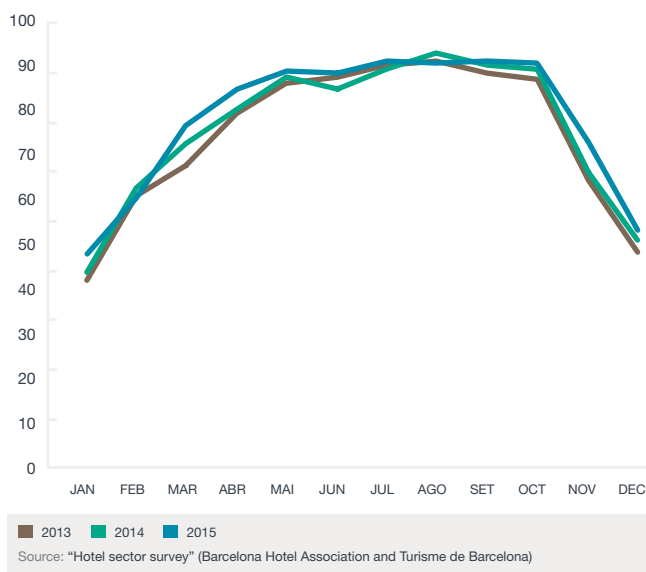
Between 2009 and 2015, per-room occupancy in Barcelona went from a minimum of 72.4% in 2009 to a maximum of 80.3% in 2015. According to hotel sector profitability indicators published by the Statistical Institute of Catalonia (Idescat) for the Barcelonès region, average revenue per occupied room (average price) increased by 17% between April 2011 and April 2015. That is, the adaptation of supply to demand in recent years has occurred in part through quantity changes (e.g. new hotel beds) but also, and increasingly, through increases in average prices. Another important way that supply has adapted to demand is through the diversification of accommodation types (tourist apartments, for example) and locations (in benefit to urban areas).

In regards to the future outlook, in coming years the number of tourists will keep growing at average rates similar to those recently observed for worldwide tourism. If the supply in terms of quantities (available beds) continues to grow, yet at a rate below the demand, the adaptation will occur through increased occupancy levels and hotel prices. This development would favour other accommodation types and, possibly, a greater regional diversification of supply. In this new context, it is expected that competition in the sector will also increase the price/quality ratio. Regarding the latter, issues related particularly to the nature and quality of the tourist supply and demand will be analysed below.

NATURE OF THE DEMAND AND THE COMPOSITION OF THE SUPPLY

A key factor used to characterise demand is seasonality. The latest data presented in the report confirm that tourism in the city of Barcelona is less seasonal in comparison with the province and the whole of Catalonia, as evidenced by the fact that hotel occupancy was never below 50%, and was only below 60% in January and February (Figure 4). However, the period of greatest concentrations of tourists is between May and October, when hotel occupancy rates are close to or slightly higher than 90%, reaching their highest levels in July (92%).

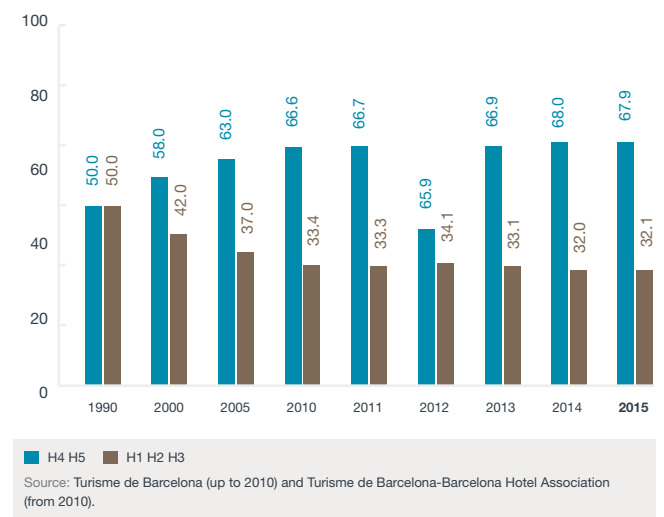
FIGURE 4. Seasonality of hotel occupancy (rooms) in Barcelona, in %



From the point of view of the makeup of supply, the number of hotels registered in 2015 increased in all categories. As mentioned in the report, of the net increase of eight hotels, two have five-star ratings while three have three-star ratings. In regards to four-star hotels, the most common category in Barcelona, there are now more in this category compared to the previous year. In regards to hotel rooms and beds, positive changes occurred at the highest and lowest star categories. Meanwhile, the number of three and four star hotels dropped, in part due to works and category changes reported by some hotels.

With a broader temporal perspective, Figure 5 shows the evolution of the percentage of beds for the most highly rated hotels (four and five stars¹) as well as for one and three-star hotels during the 1990-2015 period. As can be observed, between 1990 and 2010 hotels in the highest categories went from comprising half of the total to comprising exactly two thirds (66.6%). The trend has been more stable since 2011, with slight increases, and in 2015 the highest-rated establishments accounted for almost 68% of the total. This evolution can mainly be attributed to four star hotels, since the percentage of five-star establishments (by number of beds) has hardly changed since 2005 (around 14%).

FIGURE 5. Structure of Barcelona's hotel stock (percentage of total)



Overall, both the lower degree of seasonality observed in Barcelona compared with other locations in its vicinity, combined with a slight increase in the percentage of higher-category hotels, signal a trend towards improvement in the "quality" of Barcelona's tourism as expressed by a more regular demand over time and an increase in the proportion of higher-category accommodations. It is thus worth considering to what extent this moderately positive evolution also resulted in higher per-tourist per-day spending.

The report includes tourist spending data with differentiation between all tourists and those staying overnight in hotels, with significant differences observed between both groups. While tourists staying overnight in hotels spend an average of about €99 per day on accommodation, average spending on all types of accommodation is about half that sum (€54.10). In regards to non-accommodation spending, tourists staying overnight in hotels spend an average of about €99.60 per day, while the overall figure is €78.40.

1) Includes the 5*GL, 5*, 4*S and 4* categories.

With a somewhat broader temporal perspective, data on declared spending to take advantage of the VAT refunds managed from Turisme de Barcelona's offices (which account for only a portion of the total), indicate a year-on-year reduction for 2015, although these data are highly influenced by the sharp drop in spending by visitors from Russia and, to a lesser extent, from Brazil – countries that are undergoing severe economic crises. Meanwhile, spending in this category by Chinese citizens increased by 42% in 2015 compared to 2014, making it the nationality with the highest levels of spending within this group.

The report includes data on average spending per tourist in 2015, with distinctions between tourists who stay overnight in hotels and the total number, and with respect to four categories: (i) cost of travel per person (transport), (ii) cost of accommodation per person per day, (iii) non-hotel spending per person and (iv) tour package cost per person. As shown in Figure 6, significant increases – 11.3%, 18.4% and 6.7%, respectively – were observed in the first three categories compared to 2014, with respect to all tourists. The only reduction observed was in package holidays (-9.1%).

FIGURE 6. Changes in average tourist spending* in Barcelona, 2015-2014

(Annual changes from 2015 to 2014, by percentage)

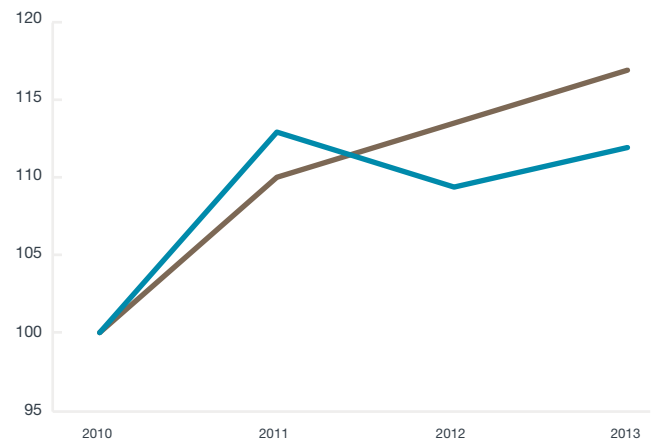


Source: Barcelona City Council
 *Tourists in all types of accommodation

Before 2014, the tourism survey was prepared by Turisme de Barcelona and from 2014 it has been prepared by the Barcelona City Council. Therefore, and despite the lack of breaks in series, in some cases the definitions of variables may show slight differences. For this reason, in Figure 7 the evolution of the 2010 to 2013 series is presented separately, and the categories a) *per-person per-day cost of accommodation* and b) *per-person per-day non-hotel spending* refer only to tourists staying overnight in hotels.

According to this series, the per-person per-day cost of accommodation increased by 11.9% between 2010 and 2013, while non-hotel spending increased by 16.8% during the same period. Therefore, and irrespective of the sources and the differences in the categories for each of the periods analysed, the overall results are similar: a significant increase in average spending per tourist per day which is consistent with the increase observed in occupancy rates; increases in prices; the gradual evolution of the hotel stock towards higher star categories; and the gradual progression towards a broader distribution of tourism flows throughout the year.

FIGURE 7. Average spending by tourists staying overnight in Barcelona hotels (index 2010=100)



■ Accommodation cost per person and day ■ Non-hotel expenditure per person and day
 Source: Turisme de Barcelona

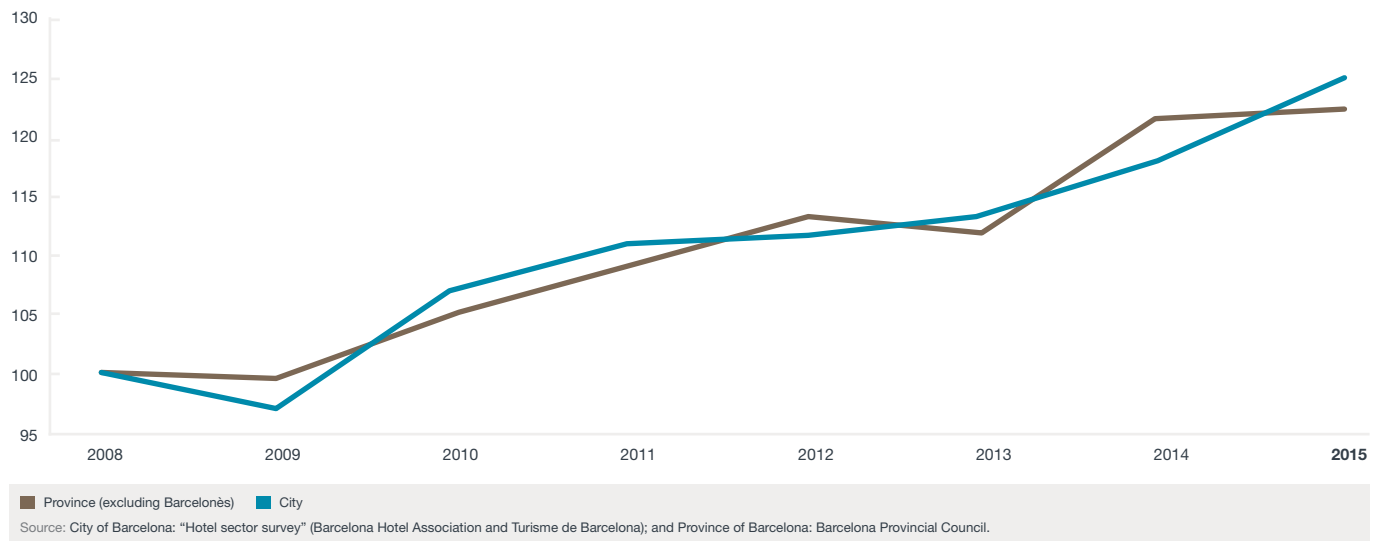
STRUCTURE BY NATIONALITIES, TOURIST AREAS AND TYPES OF VISITOR

The most structural aspects of Barcelona tourism include place of origin of tourists by nationality, accommodation by areas within the destination region and tourist profiles by age, income and consumption patterns. The report provides data that support a trend towards greater diversification in all three categories which, notwithstanding the profitability of the sector and spending by tourists, positively affect the perception of tourism by both visitors and local residents. It is a subjective factor and not always easy to interpret, but it is crucial for the assessment of the city's future tourism scenarios.

Firstly, the report verifies the importance of foreign tourists from traditional countries such as the United States, the United Kingdom, France, Italy, Germany and the rest of Spain, who collectively account for 55% of overnight stays of tourists in hotels. It also echoes the sharp decline in Russian tourists as a result of that country's economic crisis. Yet from a broader temporal perspective, the factor that most stands out is the significant contribution to growth by other countries. During 2012, 2013 and 2015 the main contribution to overall growth was made by this quite heterogeneous group. Therefore, the image that emerges of this evolution points to a gradual diversification of tourism by nationalities.

Secondly, the report establishes the importance of tourism in many local towns as a result of Barcelona's increasing popularity as a tourism destination. And in some cases it has reinforced the dynamic of tourism that had already existed in these areas. From a broader temporal perspective, this effect can be observed in Figure 8, which shows changes in the number of tourists staying in hotels in the province of Barcelona (excluding establishments located in the Barcelonès region), compared to tourists staying in hotels in the city (2008=100). As can be seen, both variables grow in a steady manner, leading one to deduce that the percentage of tourists staying in hotels in the province of Barcelona (excluding Barcelonès) remains steady at 40%, while the remaining 60% comprise stays in hotels in the city of Barcelona. Hence, although there is not a clear trend towards decentralisation in the strictest sense, the city's tourism trends have shifted to the surrounding areas by similar proportions.

FIGURE 8. Tourists staying in Barcelona hotels (city and surrounding areas) (index 2008=100)



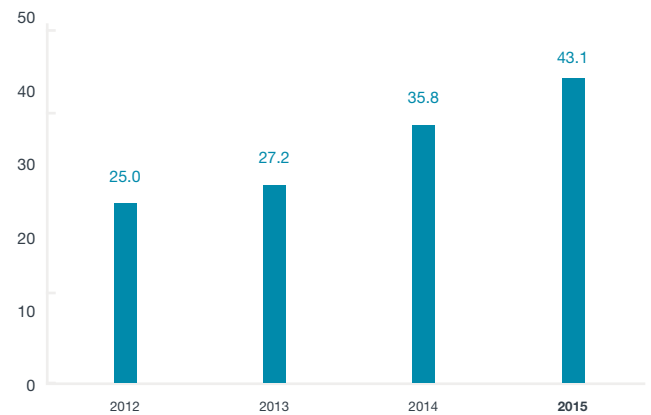
Thirdly, the report also shows that the largest age group is 25-34 (30% belong to this group), although tourists staying overnight in hotels are older than the average for this group. Interestingly, tourists with the oldest age profile are those from the United States (17.1% of tourists from this country who have stayed overnight in hotels are 65 and older, compared to the average of 6.4%). However, tourists from both Italy and France have a younger age profile, and could be classified as millennials (in the case of Italian tourists, the 18-24 age group represents 26.2% of the total number with this nationality, almost 10% higher than the average). Furthermore, most of these tourists travel alone or in couples. Family tourism represents about a sixth of the total, while organised groups have a mere token presence.

These figures also highlight the fact that Barcelona is a destination with a high percentage of repeat tourists. Specifically, 13.5% of tourists had visited once before and 39% two times or more, while 47% were visiting for the first time. In this regard, considerable differences can be seen amongst nationalities. Hence while 71% of Spanish tourists said they were visiting the city for at least the third time, only 15.3% of American tourists staying in all types of accommodation said the same.

It should also be noted that holiday tourism in Barcelona is growing in prominence with respect to the total, in detriment to professional travel, and particularly in the case of foreign tourists. On average, the share of professional tourists from France, Italy, the United Kingdom and Germany who stayed in hotels grew from 42% in 2010 to 29% in 2015. This does not mean that the city is hosting fewer meetings, conferences, fairs and congresses each year (in 2015 this figure reached a record high of 2,268, 60% of which were international events).

All these aspects, in addition to the previously mentioned ones, tend to harmonise the views that tourists have of Barcelona and that Barcelonians have of tourism in the city. Firstly, the assessment made by tourists accommodated in all kinds of Barcelona establishments was 8.6 out of 10, a slight improvement with respect to 2014. Architecture, with an average score of 9.1, and culture, with a score of 8.8, were the aspects most valued by tourists in 2015, as was also the case in 2014. Noise, on the other hand, is an aspect that traditionally gets a worse rating.

FIGURE 9. Percentage of Barcelonians who believe that the city is at its limits



Source: Barcelona City Council

More than 90% of Barcelonians believe that tourism is beneficial to the city on the whole. However, the perception that the city is at the limits of its capacity to accommodate tourists has grown, and stands above 40%. Figure 9 shows the upward trend in the percentage of surveyed Barcelonians who believe that the city was nearing its saturation limit between 2012 and 2015. The most critical opinions were given by residents of neighbourhoods with the highest affluence of tourists, particularly Ciutat Vella.

MAIN CONCLUSIONS

The analysis made in this section can be summarised in four sets of conclusions:

a) The growth in the number of tourists in Barcelona is part of a worldwide change in consumption patterns that favours services – and within services, those that offer experiences. Two clearly differentiated stages are apparent: between 2000 and 2007, before the start of the financial crisis, tourism in Barcelona experienced an increase well above the levels reported for worldwide international tourism; from 2008 until 2015 this growth rate halved and was less than increases experienced by the entire international tourism sector.

b) In recent years the hotel supply (available beds) in the city of Barcelona has increased more slowly than the increase in demand (overnight stays in hotels), raising occupancy rates to record high levels. The changing ratio between supply and demand is increasingly being reflected through continuous and significant increases in average prices.

c) The trend of rising prices shows some degree of correspondence to trends in quality. The percentage of higher category establishments showed a tendency to gradually increase. At the same time, a modest trend towards a more diversified demand that was more concentrated in the middle months of the year was observed. These two changes help to explain the significant increase in recent years in average spending per tourist, both on hotel and non-hotel expenditures.

d) There is a clear trend towards the diversification of demand by nationality and of supply by the location of hotel stock throughout the province. A very high degree of diversity in the types of tourists was also observed. These structural trends are reflected in the consistently positive perceptions of the city by tourists. This would also explain the high percentage of tourists who are repeaters, meaning that they are visiting the city for the second or more time. In contrast, the percentage of Barcelonians who believe that the city has reached its maximum capacity to accommodate additional tourists has increased year after year, especially in the most saturated districts.



INFORMACIÓ GENERAL SOBRE BARCELONA
INFORMACIÓN GENERAL SOBRE BARCELONA
GENERAL INFORMATION ABOUT BARCELONA

1.1 GEOGRAFIA I POBLACIÓ

GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN

GEOGRAPHY AND POPULATION

41° 25' 10" N

Observatori Fabra

Latitud de Barcelona
Latitud de Barcelona
Latitude of Barcelona

02° 07' 31" E. Greenwich

Observatori Fabra

Longitud
Longitud
Longitude

13 m

Altitud
Altitud
Altitude

4,58 km

Longitud de platges
Longitud de playas
Total length of beaches

Font / Fuente / Source: Ajuntament de Barcelona / Ayuntamiento de Barcelona / Barcelona City Council

Districtes

Districtos

Districts

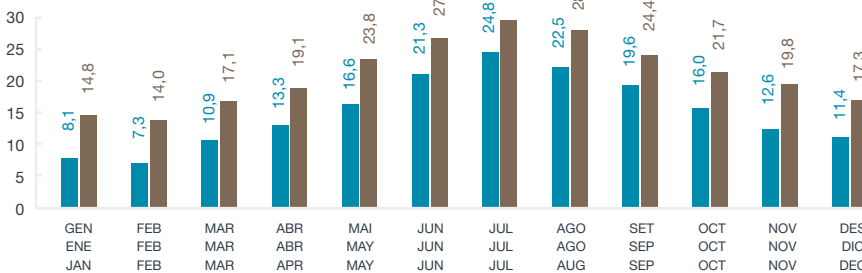
	Superfície km ² Superficie km ² Area km ²	Població 2015 Población 2015 Population 2015	% pobl. % pobl. % pop.	Densitat hab./km ² Densidad hab./km ² Density inhab./km ²
1 Ciutat Vella	4,5	100.115	6,2	22.248
2 Eixample	7,5	263.558	16,3	35.141
3 Sants-Montjuïc	21,5	180.757	11,3	8.407
4 Les Corts	6,0	81.530	5,1	13.588
5 Sarrià-Sant Gervasi	20,1	146.834	9,2	7.305
6 Gràcia	4,2	120.401	7,5	28.667
7 Horta-Guinardó	12,0	166.559	10,4	13.880
8 Nou Barris	8,0	164.648	10,3	20.581
9 Sant Andreu	6,8	146.494	9,1	21.543
10 Sant Martí	10,8	233.659	14,6	21.635
Barcelona	101,4	1.604.555	100,0	15.824

Font / Fuente / Source: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona / Departamento de Estadística del Ayuntamiento de Barcelona / Statistics Department of Barcelona City Council

Temperatures en °C

Temperaturas en °C

Temperatures in °C



Any Año Year	Mitjana °C Media °C Average °C	Mitjana °F Media °F Average °F
2009	18,1	64,6
2010	17,2	63,0
2011	18,3	64,9
2012	18,0	64,4
2013	17,7	63,9
2014	18,3	64,9
2015	18,4	65,1

■ Mínima / Mínima / Minimum 2015 ■ Màxima / Máxima / Maximum 2015

Font / Fuente / Source: Agència Estatal de Meteorologia. Delegació Territorial a Catalunya

1.2 PRINCIPALS INDICADORS ECONÒMICS

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

PRINCIPAL ECONOMIC INDICATORS

64.241,5 milions €

PIB Barcelona (2012)/
PIB Barcelona (2012)/
GDP Barcelona (2012)

40,1 milers €

PIB pm per habitant (2012)/
PIB pm por habitante (2012)/
GDP mp per capita (2012)

31%

Pes del PIB de Barcelona/Catalunya
(2012)/ **Peso del PIB de Barcelona/**
Cataluña (2012)/ **GDP of Barcelona/**
Catalonia (2012)

1.027.455

Afiliats a la Seguretat Social
(IV trim. 2015)/ **Afiliados a la Seguridad**
Social (IV trim. 2015)/ **Persons**
registered with the Social Security
System (4th quarter of 2015)

Font / Fuente / Source: Idescat



2

ACTIVITAT TURÍSTICA
ACTIVIDAD TURÍSTICA
TOURISM ACTIVITY

L'any 2015, el nombre de **turistes** que va pernoctar en establiments hotelers a la ciutat de Barcelona va pujar a 8.303.649, un 5,4% més que en el 2014. Continua així la tendència de creixement sostinguda que es produeix des de l'any 2000 i que només es va interrompre durant la crisi financera mundial del 2008/2009. En perspectiva històrica, el nombre de turistes del 2015 és un 46% superior al de l'any 2005 i un 164% superior al de l'any 2000. Si fem la comparativa amb el 1990, any d'inici de la sèrie, podem veure que el nombre de turistes gairebé s'ha quintuplicat.

El turista que pernocta en hotels és majoritàriament estranger (un 80% del total), amb un percentatge similar al d'anys enrere. En aquest segment, el creixement interanual ha estat d'un 5,8%, quatre dècimes superior a la mitjana i, alhora, a l'increment registrat pel turisme mundial (4,4%), com també al registrat a la regió de l'Europa del sud (4,7%).

El mes de juliol és el que registra un màxim de turistes, ja que supera la xifra de 800.000. L'agost és també un mes de molta afluència turística, com ho són els mesos de maig i octubre, quan hi ha un important trànsit de creuers, reunions i congressos. Per contra, el mesos de gener i febrer són els que tenen menys demanda, inferior a mig milió de turistes cadascun.

Una mica més de la meitat dels turistes que pernocten en hotel a Barcelona ho fan en un de quatre estrelles. Els hotels de tres estrelles han estat la següent elecció preferida (un 24,6% dels turistes), seguida dels hotels de cinc estrelles (gairebé un 12%). Durant l'any 2015, s'observa un augment de la preferència pels hotels de tres i quatre estrelles, mentre que el pes relatiu dels hotels de cinc estrelles ha disminuït, encara que molt lleugerament.

Les **pernoctacions** en hotels també s'han incrementat, però de manera més moderada (3,3%), fins a arribar a 17,7 milions. Això no obstant, si n'analitzem l'evolució en els darrers anys, podem observar que han crescut a un ritme significativament superior al dels turistes. Aquesta divergència es va produir especialment l'any 2011, coincidint amb la caiguda del turisme procedent de la resta de l'Estat espanyol.

El major ritme de creixement del nombre de turistes respecte al de pernoctacions ha situat l'estada mitjana en 2,1 dies en el conjunt del 2015. Malgrat això, l'**estada mitjana** continua superant les dues nits, una situació que es produeix des del 2010, després d'un quinquenni amb estades mitjanes molt reduïdes, pròpia del turisme urbà. Així mateix hi ha una correlació positiva entre estada mitjana i categoria de l'establiment, que oscil·la entre 1,8 dies als hotels d'una estrella i 2,2 dies als hotels de cinc estrelles.

L'increment de turistes i pernoctacions, combinat amb una lleugera caiguda de l'oferta de places hoteleres, que s'analitzarà més endavant, ha donat com a resultat un augment de l'**ocupació hotelera**, que creix més de dos punts percentuals respecte del 2014 i se situa en un 71% (si ens referim a places hoteleres) o en un 80,3% (si ens referim a habitacions). Aquesta xifra és la més alta d'ençà de l'inici de la crisi.

En general no s'aprecien diferències significatives en l'ocupació per categories, amb l'única excepció dels hotels de cinc estrelles, on l'ocupació per places hoteleres ha estat d'un 63,8%, set punts per sota de la mitjana, en línia amb anys anteriors i coherent amb l'estratègia comercial dels establiments d'aquesta categoria.

Quant a l'estacionalitat, cal assenyalar que l'ocupació hotelera, mesurada per habitacions, supera el 90% entre els mesos de juliol i octubre, com ja va passar en el 2014. Tanmateix, a diferència de l'any anterior, el màxim s'ha produït en el mes de juliol i no pas a l'agost, amb una ocupació mitjana del 92%. Cal destacar que en cap mes l'ocupació no baixa del 50%, i que tan sols en els mesos de gener i desembre es troba per sota del 60%.

També s'ha produït un increment important de la demanda als **hostals i pensions**, d'un 27,8%, fins a 474.798 turistes, malgrat que en valors absoluts la importància d'aquest tipus d'allotjament és molt inferior en comparació amb d'altres. El nombre de pernoctacions ha experimentat un augment similar en magnitud (26%), fins a ratllar la xifra d'1,3 milions, que supera la del 2008; en canvi, el nombre de turistes és encara inferior al del 2008. L'estada mitjana en aquests establiments és de 2,7 nits, sensiblement superior a la dels establiments hotelers (2,1 nits). Un creixement de la demanda superior al de l'oferta (6,3% en nombre de pensions i 4,6% en places) ha comportat un increment notable en l'ocupació mitjana, que s'ha situat en el 65,3%, gairebé tretze punts per sobre de la del 2014.

Així mateix la demanda d'**habitatges d'ús turístic** ha experimentat un augment de dos dígits, fins a arribar a 9.472.357 pernoctacions, segons dades d'Apartur¹. La taxa d'ocupació s'ha incrementat fins a un 68,2%. En el cas dels apartaments turístics², el creixement del nombre de turistes ha estat d'un 5,8%, fins a 209.591, i el del nombre de pernoctacions, de l'1,8%, fins a 696.318.

1) Aquesta dada només té en compte l'oferta d'habitatges d'ús turístic legalitzada. Tot i els esforços de les administracions en aquest aspecte, encara hi ha una important bossa d'apartaments d'ús turístic a la ciutat de Barcelona que no està regularitzada.

2) A diferència dels habitatges d'ús turístic, els establiments d'apartaments turístics són edificis constituïts totalment per apartaments i que s'exploten com una unitat empresarial.

Quant al mitjà de transport, cal assenyalar que l'**aeroport de Barcelona – El Prat** ha tancat el 2015 amb un nova xifra rècord de passatgers, que raneja els 40 milions, un 5,7% més que l'any anterior. En comparació amb cinc anys enrere, en un context de debilitat de l'economia espanyola, el nombre de passatgers ha augmentat en 10 milions (36%). Si ho comparem amb vint-i-cinc anys enrere, la magnitud de les xifres encara es fa més palesa: aquell any van passar per l'aeroport menys de la quarta part dels viatgers que hi han passat en el 2015.

El principal factor explicatiu d'aquest augment ha estat el segment internacional, on el nombre de viatgers ha crescut un 6,7%, fins a 29,1 milions en el 2015. La quota d'aquest segment és d'un 73%, tretze punts superior a la que tenia en el 2010. Per la seva banda, l'increment dels viatgers en vols nacionals ha estat positiu (3,6%), en línia amb la recuperació de la demanda interna; en canvi, el creixement en la connexió Madrid-Barcelona ha estat únicament de l'1,8%, ja que en els darrers anys s'ha vist afectada per l'obertura de la línia de tren d'alta velocitat. De fet, la línia d'alta velocitat ha tornat a obtenir uns bons resultats aquest any, en augmentar el nombre de passatgers un 8%, a causa tant de la recuperació econòmica a l'Estat espanyol com també de la millora de les polítiques de comercialització d'aquesta unitat de negoci. El nombre de viatgers transportats en aquest corredor ha superat la xifra de 3,7 milions en el 2015.

L'altra cara de la moneda la trobem als aeroports de Girona i Reus, on el nombre de viatgers ha caigut en taxes similars, a l'entorn d'un 17%. En tots dos casos, una part important d'aquesta caiguda es deu a la progressiva desaparició de rutes aèries de baix cost que s'han anat desplaçant a Barcelona – El Prat, tant per disponibilitat de drets d'aterratge com per qüestions estratègiques i de comercialització.

En el 2015, el **port de Barcelona** ha experimentat una lleugera disminució en el nombre de vaixells de **creuer** (2%), fins a 749, però no pas en el total de passatgers, que s'ha incrementat un 7,4%. Cal destacar que les variacions en el nombre de passatgers s'expliquen en bona part per la política comercial de les dues grans empreses del sector (els grups Carnival i Royal Caribbean) quant a prioritzar unes regions determinades cada temporada, per la qual cosa l'evolució d'aquestes xifres és, també en bona part, exògena³. Si fem l'anàlisi en perspectiva històrica, observem que en els darrers anys el port de Barcelona ha assolit una certa estabilització, després d'una dècada de fort creixement, el qual fou especialment intens en la darrera dècada, ja que superà àmpliament el del sector a escala mundial.

Una dada especialment important és el creixement en el segment d'embarcament i desembarcament⁴, amb taxes de creixement d'un 11,3% i un 11,8%, respectivament. Ambdues operacions representen el 54% del total, en línia amb els darrers anys. Com comentarem més endavant, aquest perfil de passatgers no sols aporta connectivitat a l'aeroport de Barcelona - El Prat, sinó que una part important d'aquests passatges també pernocten a la ciutat abans o després del creuer, de manera que deixen un major impacte econòmic a la ciutat.

Per contra, el port de Barcelona té com a repte pendent millorar l'estacionalitat, atès que l'estructura actual presenta una estacionalitat molt marcada, amb mínims durant els mesos d'hivern i puntes en els mesos d'octubre i maig, coincidint amb el reposicionament dels vaixells entre les diferents regions mundials, i el mes d'agost. El mes d'octubre fou el de més trànsit (340.244 passatgers), mentre que el mínim es va produir en el mes de febrer, amb 66.088 passatgers.

Pel que fa al trànsit en línies de **ferris** regulars (a les Illes Balears, a Itàlia i a Tànger) s'ha incrementat un 6,6% respecte del 2014, un percentatge similar al de l'any anterior. En total, els ferris han estat utilitzats per gairebé 1.167.493 passatgers.

Finalment, la disponibilitat de nous enllaços que proporciona la **línia d'alta velocitat** amb la frontera francesa està consolidant un creixement constant dels viatgers internacionals, malgrat que aquest mitjà de transport té encara un pes reduït en termes globals. L'any 2015, el nombre de viatgers en trens internacionals va pujar a 865.000, un 32,5% més que en el 2014. No obstant això, l'oferta de trens internacional encara està per sota de les previsions fetes abans de la inauguració de l'enllaç d'alta velocitat, fet que condiciona la demanda.

3) La decisió de posicionar un vaixell en una regió determinada (per exemple, la Mediterrània occidental) és una decisió que es pren entre dos i tres anys abans de la data prevista de realització del creuer, en funció de variables de caire econòmic, com ara l'evolució del cicle econòmic o la confiança dels consumidors en els mercats emissors, però també de riscos geopolítics en algun dels ports d'aquesta regió i de cost d'oportunitat (altres regions potencialment més atractives). Aquestes variables poden comportar la reducció de l'oferta de places disponibles en aquella regió per a un any determinat, que correspondrà a una demanda inferior en aquell any.

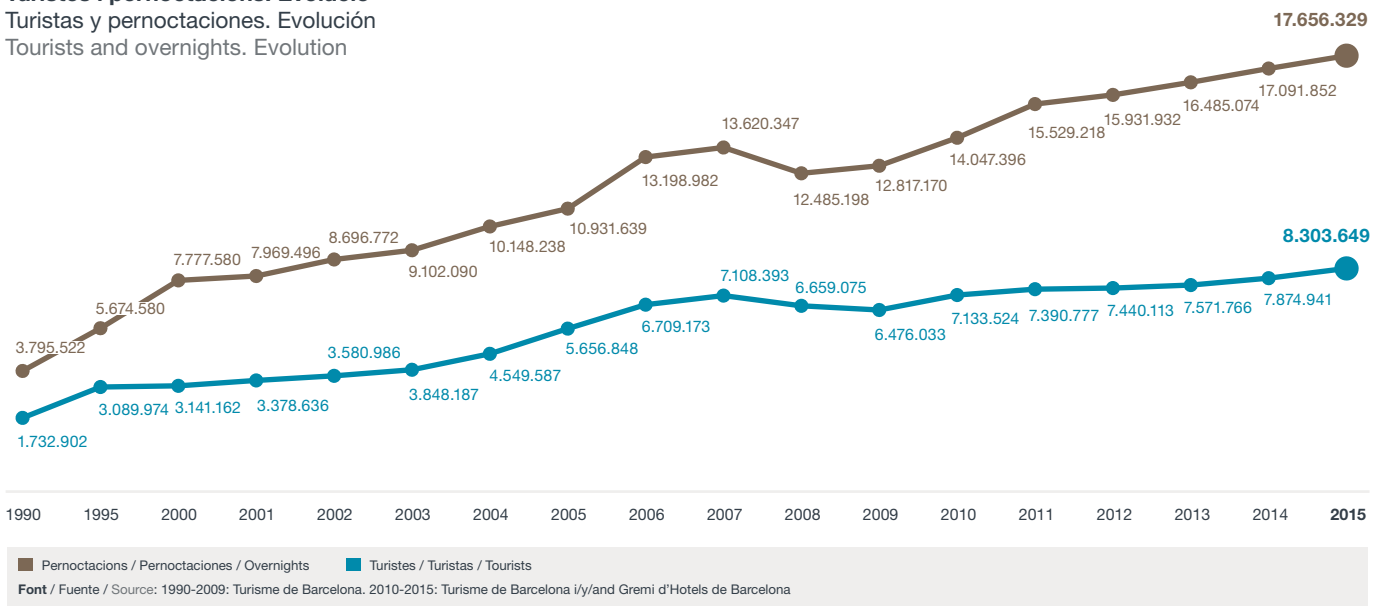
4) Es tracten per separat perquè una part important dels creuers fan l'embarcament i el desembarcament en ports diferents.



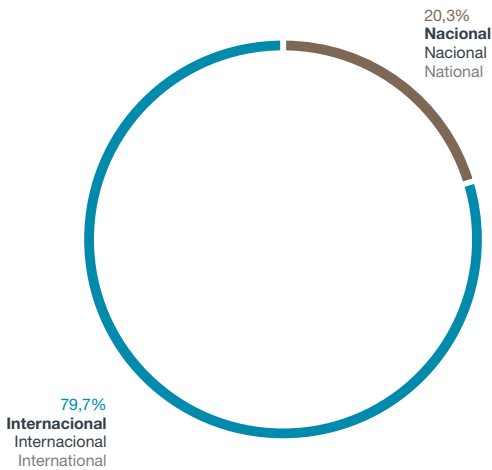
2.1 HOTELS HOTELES HOTELS

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Turistes Turistas Tourists	1.732.902	3.141.162	5.656.848	7.133.524	7.874.941	8.303.649	5,4
Pernoctacions Pernoctaciones Overnights	3.795.522	7.777.580	10.931.639	14.047.396	17.091.852	17.656.329	3,3

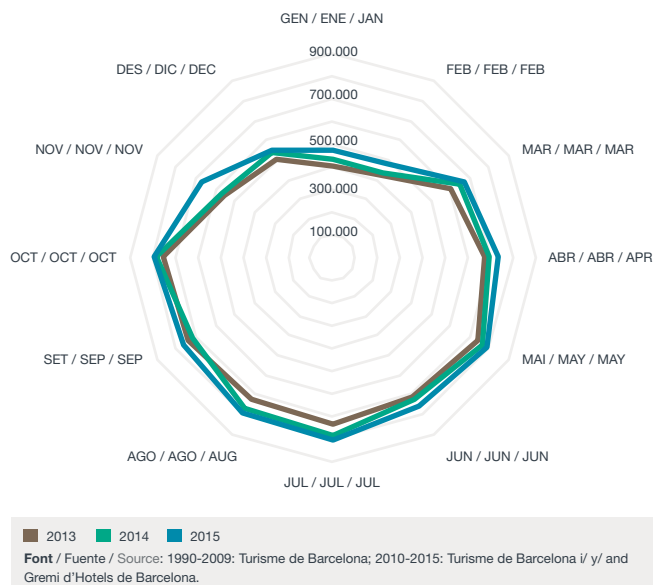
Turistes i pernoctacions. Evolució Turistas y pernoctaciones. Evolución Tourists and overnights. Evolution



Turistes segons procedència (%) Turistas según procedencia (%) Tourists by origin (%)



Estacionalitat dels turistes Estacionalidad de los turistas Seasonality of tourists



Turistes allotjats en hotel segons categoria (%)

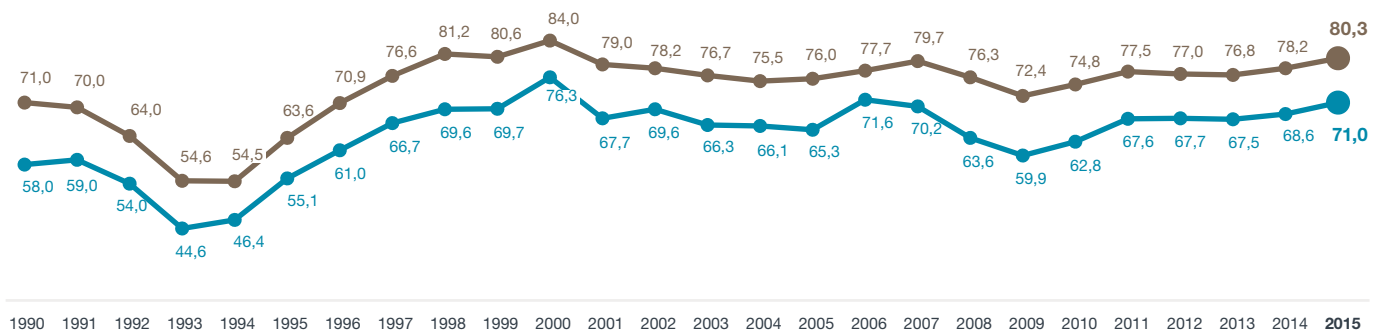
Turistas alojados en hotel según categoría (%)
Tourists in hotels by category (%)



Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Ocupació sobre habitacions i places (%)

Ocupación en habitaciones y plazas (%)
Room and bed occupancy (%)



Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Ocupació sobre habitacions i places per categoria (%)

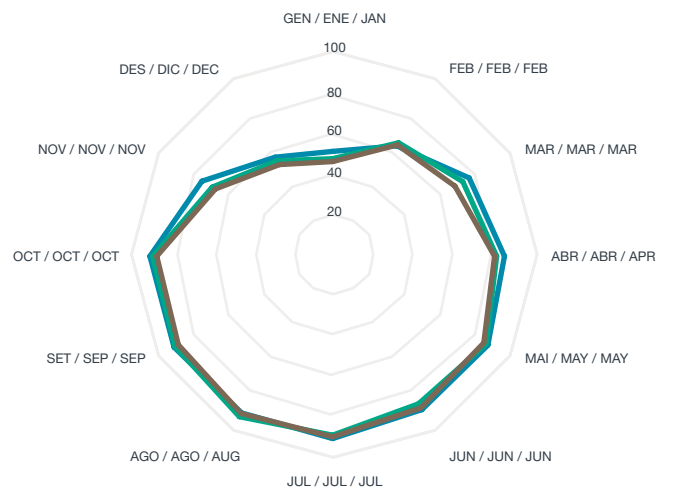
Ocupación sobre habitaciones y plazas por categoría (%)
Room and bed occupancy by category (%)

Categoria	Habitacions	Places
Categoría	Habitaciones	Plazas
Category	Rooms	Beds
5★	76,6	63,8
4★	80,7	70,0
3★	82,2	76,9
2★	82,7	78,1
1★	77,8	73,6
TOTAL	80,3	71,0

Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Estacionalitat de l'ocupació hotelera (habitacions) (%)

Estacionalidad de la ocupación hotelera (habitaciones) (%)
Seasonality of hotel occupancy (rooms) (%)



Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Estada mitjana en hotels
Estancia media en hoteles
Average hotel stay

	1990	2000	2005	2010	2014	2015
Nits						
Noches	2,19	2,48	1,93	1,97	2,17	2,13
Nights						

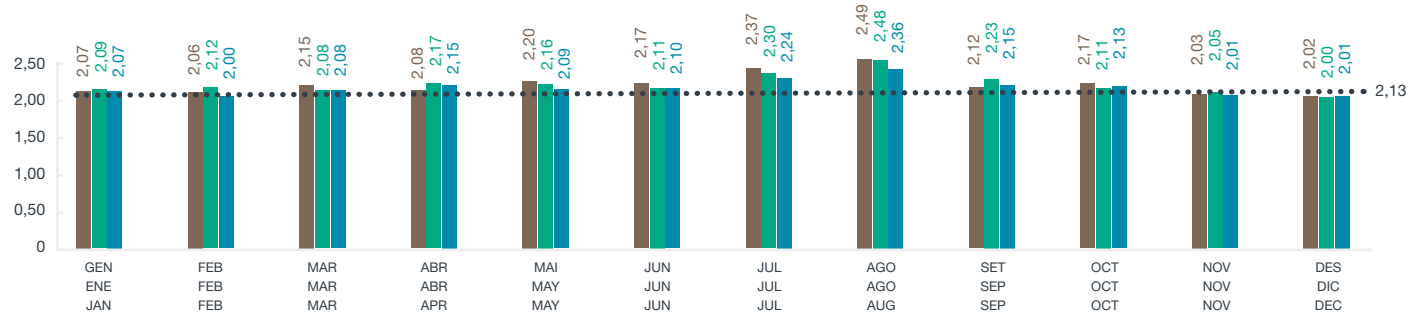
Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Estada mitjana en hotels per categoria
Estancia media en hoteles por categoría
Average hotel stay by category

Categoria	2015
Categoria	
Category	
5 ★	2,22
4 ★	2,14
3 ★	2,14
2 ★	2,04
1 ★	1,78
TOTAL	2,13

Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Estacionalitat de l'estada mitjana
Estacionalidad de la estancia media
Seasonality of average stay



■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ●●● Mitjana 2015 / Media 2015/ Average 2015

Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

2.2 PENSIONS I HOSTALS*

PENSIONES Y HOSTALES*

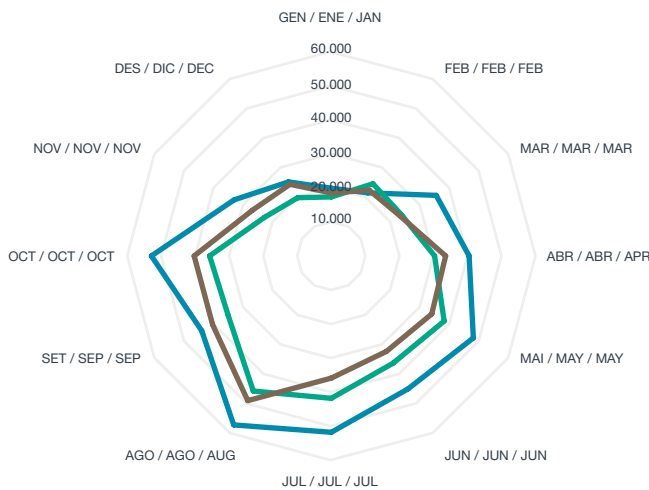
GUESTHOUSES AND INNS*

	2010	2011	2012	2014	2015	% Var. 15/14
Turistes Turistas Tourists	392.527	386.367	354.100	371.651	474.798	27,8
Pernoctacions Pernoctaciones Overnights	962.519	970.150	891.100	1.031.607	1.299.617	26,0

Estacionalitat dels turistes en pensions i hostals

Estacionalidad de los turistas en pensiones y hostales

Seasonality of tourists in guesthouses and inns



Ocupació sobre habitacions en pensions i hostals

Ocupación sobre habitaciones en pensiones y hostales

Room occupancy rate in guesthouses and inns

	2012	2013	2014	2015
3★				
2★	50,3	52,1	52,6	65,3
1★				

Estada mitjana en pensions i hostals

Estancia media en pensiones y hostales

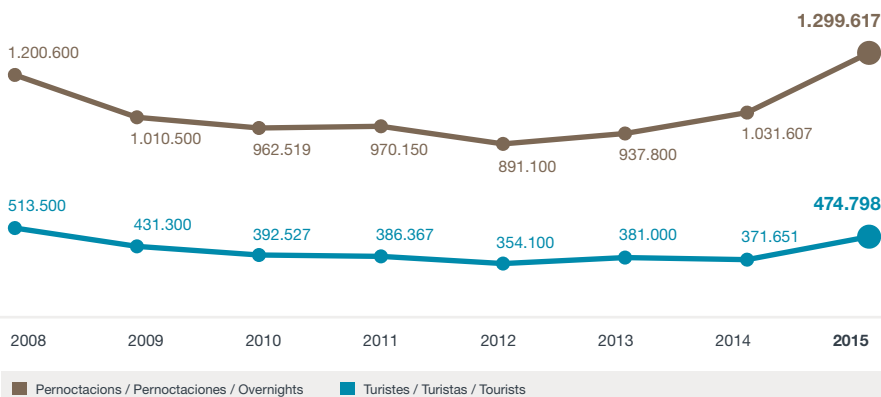
Average stay in guesthouses and inns

	2012	2013	2014	2015
Nits Noches Nights	2,51	2,52	2,78	2,74

Evolució del nombre de turistes en pensions i hostals

Evolución del número de turistas en pensiones y hostales

Evolution of the number of tourists in guesthouses and inns



Font tota la pàgina: Turisme de Barcelona a partir de dades de l'Idescat i l'Enquesta d'ocupació hotelera de l'INE.
Fuente toda la página: Turisme de Barcelona a partir de datos del Idescat y de la Encuesta de Ocupación hotelera del INE.
The whole page source: Turisme de Barcelona based on data from Idescat and INE.

*Inclou tots els establiments hotelers d'estrelles d'argent / Incluye todos los establecimientos hoteleros de estrellas de plata / All the silver category establishments included.

2.3 APARTAMENTS TURÍSTICS APARTAMENTOS TURÍSTICOS TOURIST APARTMENTS

	2010	2011	2012	2014	2015	% Var. 15/14
Turistes Turistas Tourists	91.531	117.508	193.652	198.060	209.591	5,8
Pernoctacions Pernoctaciones Overnights	332.280	411.576	666.063	684.050	696.318	1,8

Ocupació dels apartaments turístics Ocupación de los apartamentos turísticos Occupancy rate of tourist apartments

	2010	2011	2012	2014	2015
Sobre apartaments Sobre apartamentos Based on apartments	60,6	60,9	61,2	74,5	74,8
Sobre places Sobre palzas Based on beds	41,5	39,1	43,0	51,7	49,9

Estada mitjana en apartaments turístics Estancia media en apartamentos turísticos Average stay in tourist apartments

	2010	2011	2012	2014	2015
Nits Noches Nights	3,63	3,50	3,44	3,45	3,32

Font: INE a partir de "l'Enquesta d'ocupació en apartaments turístics". **Nota:** En el cas de Catalunya s'estudien les empreses explotadores (no els establiments) d'apartaments turístics. 2015 dades provisionals.
Fuente: INE a partir de la "Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos". **Nota:** En el caso de Cataluña se estudian las empresas explotadoras (no los establecimientos) de apartamentos turísticos. 2015 datos provisionales.
Source: INE based on the "Tourist Apartment Occupancy Survey". **Note:** In the case of Catalonia, analysis is made of the companies operating the tourist apartments (not the apartments themselves). 2015 provisional data.

2.4 HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO HOME FOR TOURIST USE

	2013	2014	2015	% Var. 15/14
Pernoctacions Pernoctaciones Overnights	5.490.917	8.559.368	9.472.357	10,7

Ocupació dels habitatges d'ús turístic Ocupación de las viviendas de uso turístico Occupancy rate of homes for tourist use

	2013	2014	2015
Sobre habitatges d'ús turístic Sobre viviendas de uso turístico Over homes for tourist use	62,6	65,0	68,2

Font / Fuente / Source: APARTUR.

2.5 INFRAESTRUCTURES

INFRAESTRUCTURAS

INFRAESTRUCTURES

AEROPORT / AEROPUERTO / AIRPORT

Aeroport de Barcelona

Aeropuerto de Barcelona

Barcelona Airport

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Total passatgers Total pasajeros Total passengers	9.050.380	19.809.540	27.152.745	29.209.536	37.558.981	39.711.276	5,7
Estat espanyol* España* Spain*	5.506.309	6.281.897	8.872.967	8.562.700	8.120.859	8.409.413	3,6
Internacional Internacional International	3.544.071	9.524.425	13.690.034	17.574.674	27.278.249	29.103.863	6,7
Regular BCN-MAD Regular BCN-MAD Regular BNC-MAD	n.d.	4.003.218	4.589.744	3.072.162	2.159.873	2.198.000	1,8

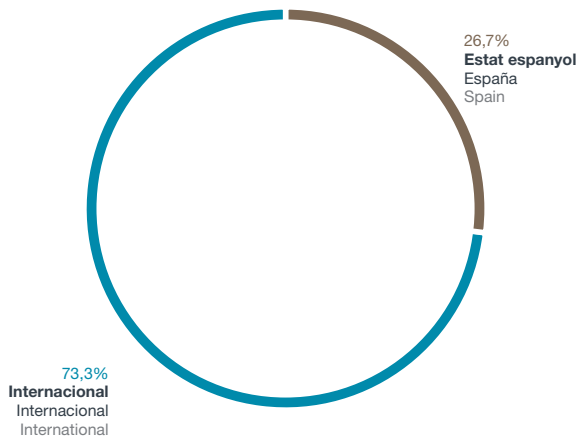
Font / Fuente / Source: AENA. 2015: dades provisionals / 2015: datos provisionales / 2015: provisional data.

*Resta d'Estat espanyol sense sumar els Regulars BCN-MAD. / Resto de Estado español sin sumar los Regulares BCN-MAD. / Passengers from the rest of Spain not including Regular BCN-MAD passengers.

Passatgers Aeroport de Barcelona

Pasajeros Aeropuerto de Barcelona

Barcelona Airport passengers

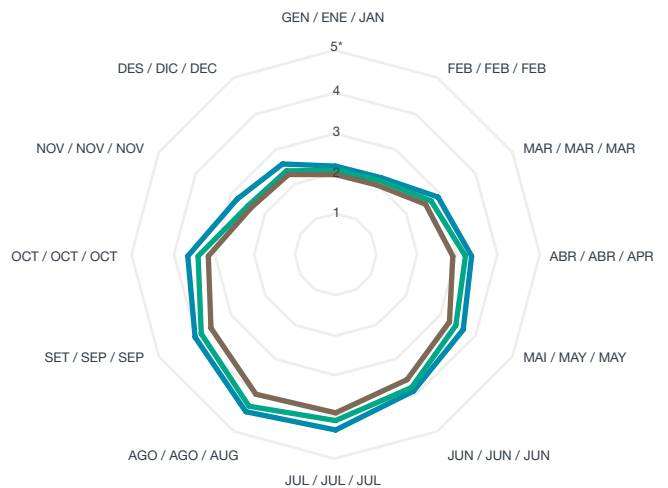


Font / Fuente / Source: AENA

Estacionalitat dels passatgers de l'Aeroport de Barcelona

Estacionalidad de los pasajeros del Aeropuerto de Barcelona

Seasonality of Barcelona Airport passengers



■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 *En milions / En millones / In millions

Font / Fuente / Source: AENA

Altres aeroports

Otros aeropuertos

Other airports

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Aeroport de Girona Aeropuerto de Gerona Girona Airport	426.470	651.402	3.533.564	4.863.954	2.160.745	1.775.318	-17,8
Aeroport de Reus Aeropuerto de Reus Reus Airport	n.d.	728.221	1.382.257	1.419.851	850.492	705.067	-17,1

Font / Fuente / Source: AENA. 2015: dades provisionals / 2015: datos provisionales / 2015: provisional data.

PORT DE BARCELONA / PUERTO DE BARCELONA / BARCELONA PORT

Creuers

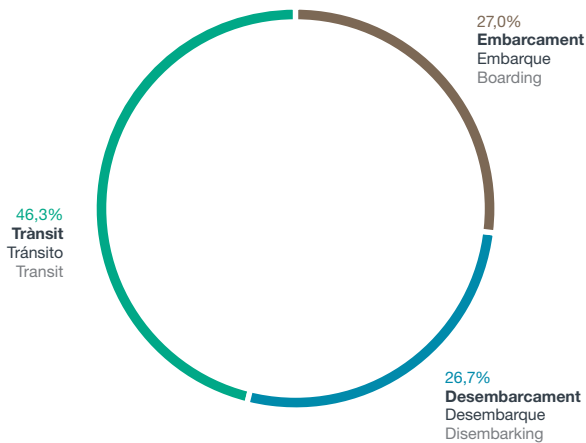
Cruceros
Cruises

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Total passatgers Total pasajeros Total passengers	115.137	572.571	1.228.561	2.350.283	2.364.292	2.540.302	7,4
Embarcament Embarque Boarding	n.d.	138.937	293.920	632.443	615.377	684.907	11,3
Desembarcament Desembarque Disembarking	n.d.	145.159	289.853	633.170	607.112	678.847	11,8
Trànsit Tránsito Transit	n.d.	288.475	644.788	1.084.670	1.141.803	1.176.548	3,0
Creuers Cruceros Cruises	207	495	689	841	764	749	-2,0

Font / Fuente / Source: Port de Barcelona. 2015: Dades provisionals / Datos provisionales / Provisional data.

Passatgers de creuers

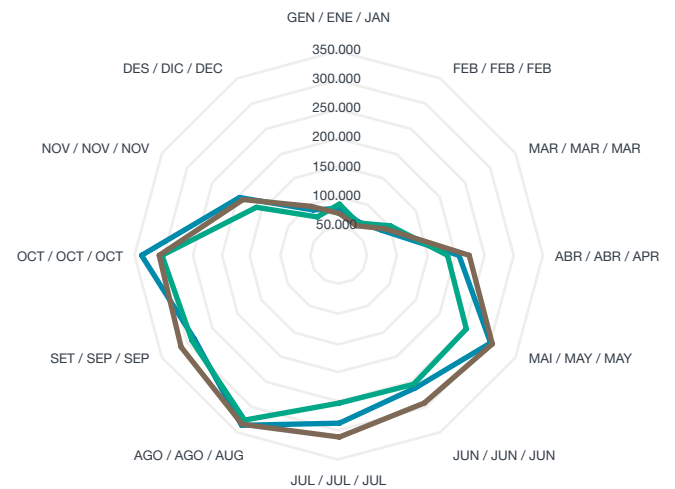
Pasajeros de cruceros
Cruises passengers



Font / Fuente / Source: Port de Barcelona

Estacionalitat dels passatgers de creuers

Estacionalidad de los pasajeros de crucero
Seasonality of cruises passengers



Font / Fuente / Source: Port de Barcelona

Ferri

Ferry
Ferry

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Total passatgers Total pasajeros Total passengers	n.d.	880.719	961.653	1.096.515	1.095.494	1.167.493	6,6

Font / Fuente / Source: Port de Barcelona
Trajectes 2015 / Trayectos 2015 / Routes 2015:
Trasmediterranea i Baleària: Palma de Mallorca, Eivissa, Menorca i Port de Ciutadella (Menorca). Grimaldi Lines: Civitavecchia, Porto Torres, Livorno, Tànger i Savona. Grandi Navi Veloci: Gènova i Tànger



AVE I TRENS INTERNACIONALS / AVE Y TRENES INTERNACIONALES / HIGH SPEED TRAIN AND INTERNATIONAL TRAINS

AVE

AVE

High Speed Train

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% Var. 15/14
Viatgers Barcelona - Madrid							
Viajeros Barcelona - Madrid	2.562.633	2.492.415	2.688.615	3.054.510	3.442.607	3.717.925	8,0
Travellers Barcelona - Madrid							

Font / Fuente / Source: RENFE.

Nota / Nota / Note: Inclou ambdues direccions / incluye ambas direcciones / number of passengers in both directions.

Trens internacionals

Trenes internacionales

International trains

	2014	2015	% Var. 15/14
Total viatgers			
Total viajeros	652.916	865.000	32,5
Total travellers			

Font / Fuente / Source: ELIPSOS

Nota / Nota / Note: nombre de viatgers en ambdós sentits / número de viajeros en ambos sentidos / number of passengers in both directions.

Línies directes i amb parades AVE entre Barcelona, París, Toulouse, Marsella i Lió / Líneas directas y con paradas entre Barcelona, París, Toulouse, Marsella y Lion/ High Speed Train direct lines (and with stops) between Barcelona, París, Toulouse, Marsella and Lyon.



3

OFERTA D'ALLOTJAMENT
OFERTA DE ALOJAMIENTO
ACCOMMODATION

Per primer cop en molts anys, el 2015 s'ha tancat amb una lleugera reducció del nombre de **places hoteleres** a la ciutat de Barcelona, si bé aquest fet pot atribuir-se més aviat a raons conjunturals, derivades de la modernització de la planta hotelera, que no pas estructurals. El 31 de desembre del 2015 el nombre de places hoteleres era de 67.603, un 0,6% menys que les que havia a finals del 2014. Molt probablement alguns hotels han aprofitat la temporada baixa per a fer renovacions, animats per les bones perspectives d'ocupació a curt i a mitjà termini; una prova d'això és que el nombre de **places hoteleres** va arribar a ser de 68.510 a l'agost del 2015. Així i tot, les places hoteleres representen un 55% del total de l'oferta d'allotjament de la ciutat. L'evolució del **nombre d'hotels**, en canvi, ha estat positiva: ha passat de 373 establiments en el 2014 a 381 en el 2015. Ara bé, si ho comparem amb deu anys enrere, observem que la planta hotelera s'ha incrementat un 42% en nombre d'establiments i un 37% en nombre de places hoteleres.

El nombre d'hotels ha augmentat en totes les **categories**. De l'increment net de vuit hotels, dos han estat de cinc estrelles i tres de tres estrelles. Pel que fa als hotels de quatre estrelles, que són els més habituals a Barcelona, n'hi ha un de més d'aquesta categoria en comparació amb l'any anterior. En canvi, en el nombre d'habitacions i de places hoteleres, s'observen increments en els extrems (els de més i menys categoria), mentre que disminueixen en els de quatre estrelles i, sobretot, en els de tres, en part, pel canvi de categoria que s'ha produït en alguns hotels o per causa de remodelacions, com hem comentat abans.

El nombre de places hoteleres només ha augmentat en el 2015 als **districtes** de Gràcia i Ciutat Vella. En canvi, baixa a Sarrià - Sant Gervasi (un 4,4%) i en dos districtes amb abundant planta hotelera, com són l'Eixample i Sant Martí (-1,5% en ambdós casos), fet que explica el signe negatiu global, si bé en el cas de l'Eixample aquestes xifres es deuen sobretot a la remodelació d'hotels ja existents més que no pas a altres factors. Aquests dos darrers districtes han estat els principals motors del creixement durant els darrers anys. A la resta de districtes el nombre de places hoteleres es manté bastant similar a les de l'any 2014.

El nombre de **llicències d'habitatges d'ús turístic (HUT)** es manté constant en 9.606 el 2015, mentre que el de places d'aquests habitatges es redueix fins a 40.462, fet que s'explica únicament per la caiguda que es produeix a l'Eixample, el districte on s'ubiquen un de cada dos habitatges turístics (a la resta de districtes no hi ha variacions). Aquesta estabilitat en l'oferta d'habitatges d'ús turístic es deu a la vigència de la moratòria que decretada l'any 2014 per a establiments d'aquestes característiques, en bona part del terme municipal.

Tanmateix, sí que han experimentat un important increment de capacitat els albergs (hostels), que han augmentat un 12,1% en nombre d'establiments i un 10,8% quant a places, fins a 9.024. Els districtes de Gràcia, l'Eixample i Sant Martí han estat els que han generat un nombre superior de noves places. Cal destacar especialment el cas de Gràcia, un districte tradicionalment amb una escassa oferta hotelera, on la capacitat s'ha incrementat en 279 places, que se sumen a les 515 que es van crear l'any anterior; per contra, el creixement ha estat nul als districtes de Ciutat Vella, Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu, mentre que a les Corts s'ha produït una caiguda derivada del tancament d'un establiment.

3.1 OFERTA D'ALLOTJAMENT PER TIPOLOGIES

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR TIPOLOGÍAS

ACCOMMODATION BY TYPE

Evolució del nombre d'hotels per categories

Evolución del número de hoteles por categorías
Evolution of the number of hotels by category

	31/12/90	31/12/00	31/12/05	31/12/10	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
Hotels Hoteles Hotels	118	187	268	328	373	381	2,1
Habitacions Habitaciones Rooms	10.265	16.561	25.355	31.776	34.689	34.573	-0,3
Places Plazas Beds	18.569	31.338	49.235	61.942	68.036	67.603	-0,6

Evolució del nombre d'hotels per categories

Evolución del número de hoteles por categorías
Evolution of the number of hotels by category

	31/12/90	31/12/00	31/12/05	31/12/10	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
5★	9	6	13	21	27	29	7,4
4★	30	56	98	130	158	159	0,6
3★	45	70	93	111	115	118	2,6
2★	14	28	34	34	37	38	2,7
1★	20	27	30	32	36	37	2,8
TOTAL	118	187	268	328	373	381	2,1

Evolució del nombre d'habitacions per categories

Evolución del número de habitaciones por categorías
Evolution of the number of rooms by category

	31/12/90	31/12/00	31/12/05	31/12/10	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
5★	2.094	1.506	3.653	4.637	4.695	4.806	2,4
4★	2.961	7.930	12.130	16.192	18.627	18.523	-0,6
3★	3.492	4.752	6.586	7.942	8.095	7.885	-2,6
2★	853	1.482	1.964	1.869	1.917	1.989	3,8
1★	865	891	1.022	1.136	1.355	1.370	1,1
TOTAL	10.265	16.561	25.355	31.776	34.689	34.573	-0,3

Evolució del nombre de places per categories

Evolución del número de plazas por categorías
Evolution of the number of beds by category

	31/12/90	31/12/00	31/12/05	31/12/10	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
5★	3.979	3.027	7.200	9.083	9.281	9.502	2,4
4★	5.302	15.135	23.808	32.189	36.959	36.421	-1,5
3★	6.375	8.892	12.675	15.221	15.558	15.205	-2,3
2★	1.466	2.788	3.667	3.354	3.694	3.877	5,0
1★	1.447	1.496	1.885	2.095	2.544	2.598	2,1
TOTAL	18.569	31.338	49.235	61.942	68.036	67.603	-0,6

Font tota la pàgina / Fuente toda la página / The whole page source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i / y / and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Nota: Cada any s'actualitza el nombre d'habitacions, places i canvis de categoria.

Nota: Cada año se actualiza el número de habitaciones, plazas y cambios de categoría

Note: Number of rooms, beds and changes in category updated every year.

Evolució del nombre de places d'hotel per districte

Evolución del número de plazas de hotel por distrito

Evolution of the number of hotels beds supply by districts

	31/12/12	31/12/13	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
Ciutat Vella	18.025	18.358	18.175	18.357	1,0
Eixample	17.131	18.480	19.119	18.832	-1,5
Sants Montjuïc	6.281	6.391	6.391	6.383	-0,1
Les Corts	6.121	6.278	6.239	6.218	-0,3
Sarrià-Sant Gervasi	3.782	3.758	3.758	3.591	-4,4
Gràcia	568	648	648	699	7,9
Horta-Guinardó	1.039	1.039	1.035	1.033	-0,2
Nou Barris	286	286	286	286	0,0
Sant Andreu	252	247	247	247	0,0
Sant Martí	11.615	12.082	12.138	11.957	-1,5
TOTAL	65.100	67.567	68.036	67.603	-0,6

Font / Fuente / Source: 1990-2009: Turisme de Barcelona; 2010-2015: Turisme de Barcelona i/ y/ and Gremi d'Hotels de Barcelona.

Evolució d'habitatges d'ús turístic per districtes

Evolución de viviendas de uso turístico por distritos

Evolution by districts of homes for tourist use

	Llicències Licencias Licenses				2014	2015	Places* Plazas* Beds*	Var 15/14 (%)
	2012	2013	2014	2015				
Ciutat Vella	614	614	604	604	2.444	2.444	0,0	
Eixample	2.129	3.303	4.607	4.607	22.269	21.176	-4,9	
Sants Montjuïc	439	761	1.137	1.137	3.984	3.984	0,0	
Les Corts	117	167	215	215	872	872	0,0	
Sarrià-Sant Gervasi	270	409	512	512	2.334	2.334	0,0	
Gràcia	502	788	1.081	1.081	4.221	4.221	0,0	
Horta-Guinardó	86	126	198	198	865	865	0,0	
Nou Barris	10	11	19	19	81	81	0,0	
Sant Andreu	34	53	69	69	351	351	0,0	
Sant Martí	529	812	1.164	1.164	4.134	4.134	0,0	
TOTAL	4.730	7.044	9.606	9.606	41.555	40.462	-2,6	

Font: Ajuntament de Barcelona
Fuente: Ayuntamiento de Barcelona
Source: Barcelona City Council
*Places estimades / Plazas estimadas / Estimated beds.

Evolució d'albergs per districtes
Evolución de albergues por distritos
Evolution by districts of hostels

	Nombre d'establiments Número de establecimientos Number of establishments			Nombre de places Número de plazas Number of beds		
	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)	31/12/14	31/12/15	Var 15/14 (%)
Ciutat Vella	13	13	0,0	1.497	1.497	0,0
Eixample	47	53	12,8	2.653	2.897	9,2
Sants Montjuïc	12	14	16,7	515	587	14,0
Les Corts	5	4	-20,0	584	563	-3,6
Sarrià-Sant Gervasi	3	5	66,7	257	335	30,4
Gràcia	10	12	20,0	1.559	1.838	17,9
Horta-Guinardó	3	3	0,0	166	166	0,0
Nou Barris	0	0	0,0	0	0	0,0
Sant Andreu	1	1	0,0	12	12	0,0
Sant Martí	5	6	20,0	905	1.129	24,8
TOTAL	99	111	12,1	8.148	9.024	10,8

Font: 2015: Ajuntament de Barcelona. 2014: Generalitat de Catalunya i Idescat
Fuente: 2015: Ayuntamiento de Barcelona. 2014: Generalitat de Catalunya y Idescat
Source: 2015: Barcelona City Council. 2014: Generalitat de Catalunya and Idescat

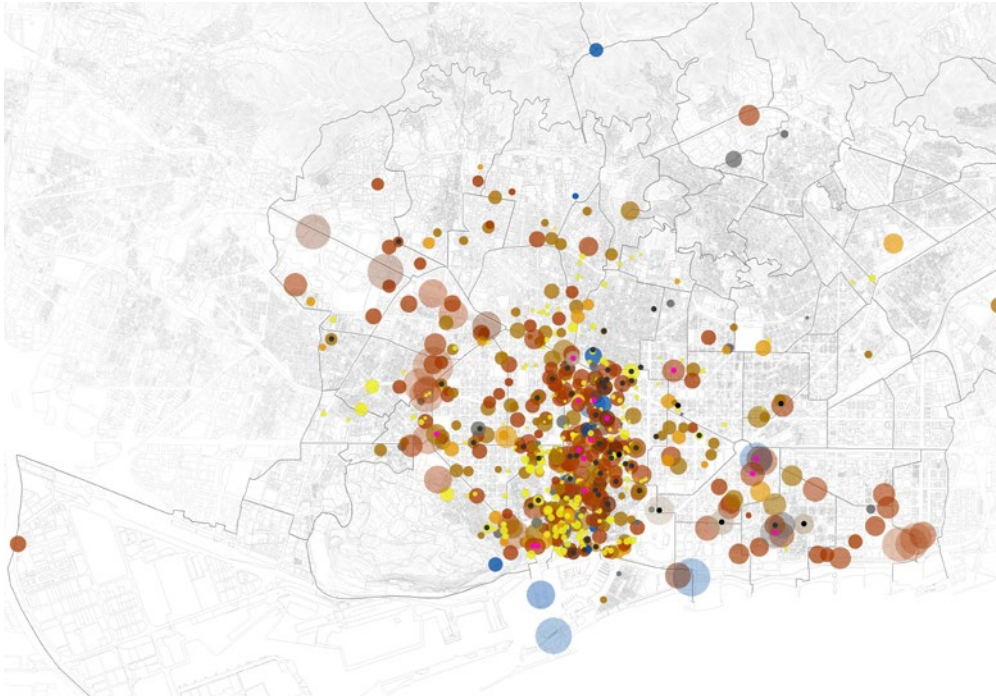
Oferta d'allotjaments 2015
Oferta de alojamientos 2015
Accommodation 2015

2015	Establiments Establecimientos Establishments	Habitacions Habitaciones Rooms	Places Plazas Beds
Hotels (1) Hoteles Hotels	381	34.573	67.603
Pensions i hostals (2) Pensiones y hostales Guesthouses and inns	268	nd	6.036
Apartaments turístics (2) Apartamentos turísticos Tourist apartments	12	nd	887
Albergs (2) Albergues Hostels	111	nd	9.024
Habitatges d'ús turístic (2) Viviendas de uso turístico Homes for tourist use	9.606	nd	40.462
TOTAL	10.378	-	124.012

Font / Fuente / Source: (1) Turisme de Barcelona-Gremi d'hotels de Barcelona (2) Ajuntament de Barcelona/ Ayuntamiento de Barcelona/ Barcelona City Council
Dades / datos / data a 31/12/2015.

3.2 PLÀNOLS
PLANOS
MAPS

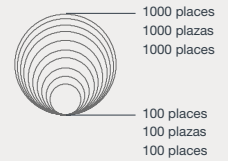
Places en hotels, pensions i hostals
Plazas en hoteles, pensiones y hostales
Beds in hotels, guesthouses and inns



Novembre 2015
Noviembre 2015
November 2015

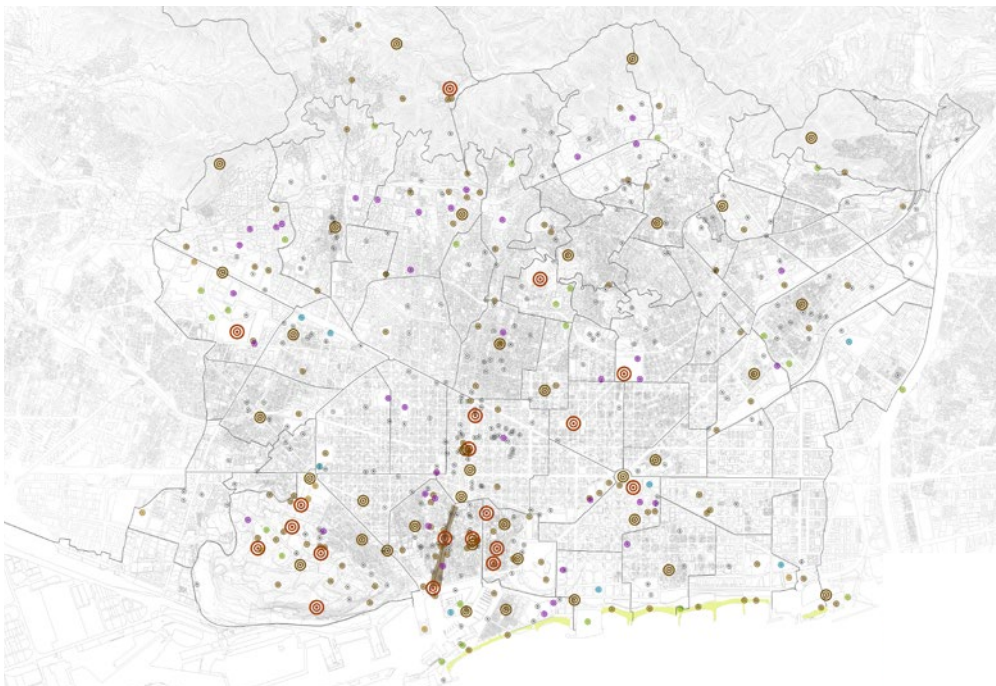
Places segons grandària/ Plazas según grandaria/ Size by number of places

- Hostals i pensions/ Hostales y pensiones/ Inns and guesthouses
- 1 estrella/ 1 estrella/ 1 star
- 2 estrelles/ 2 estrellas/ 2 stars
- 3 estrelles/ 3 estrellas/ 3 stars
- 4 estrelles/ 4 estrellas/ 4 stars
- 5 estrelles/ 5 estrellas/ 5 stars
- Gran Luxe/ Gran lujo/ Grand luxe
- Sense dades/ Sin datos/ No data
- Licències concedides/ Licencias concedidas/ Granted licenses
- Licències en tramitació/ Licencias en tramitación/ Pending licenses



Font: BR per a l'Ajuntament de Barcelona
Fuente: BR para el Ayuntamiento de Barcelona
Source: BR for Barcelona City Council

Punts d'interès turístic (PIT)
Puntos de interés turísticos (PIT)
Points of touristic interest (PTI)

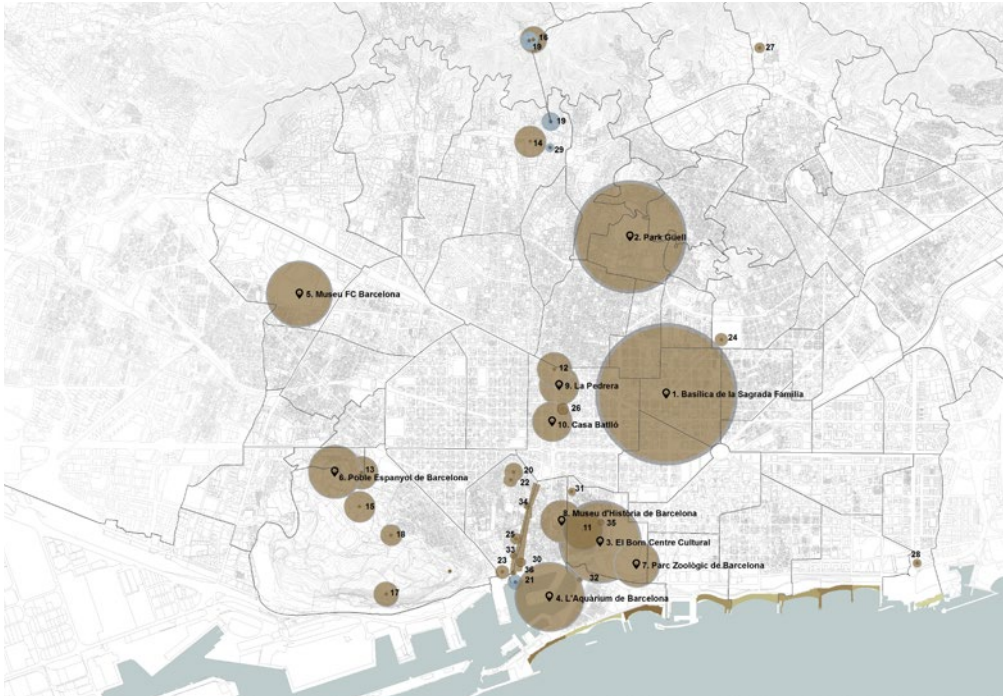


Octubre 2015
Octubre 2015
October 2015

- Global
- Icona/ Icono/ Icon
- Node/ Nodo/ Node
- Ciutat/ ciudad/ city
 - PIT ciutat/ PIT ciudad/ CITY PTI
 - PIT ciutat (Recurs MICE)/ PIT ciudad (Recurso MICE)/ PTI (MICE Resource)
 - PIT ciutat (Recurs comercial)/ PIT ciudad (Recurso comercial)/ PTI (Commercial resource)
 - PIT ciutat (Recurs edu./sanit./ invest.)/ PIT ciudad (Recurso edu./sanid./invest.)/ PTI (Edu./health/ invest. resource)
 - PIT ciutat (Recurs esportiu)/ PIT ciudad (Recurso deportivo)/ PTI (Sports Resource)
- Districte/ Distrito/ District
 - PIT districte/ PIT distrito/ District PTI
- Les platges de Barcelona/ Las playas de Barcelona/ Barcelona's beaches
- La Rambla

Font: BR per a l'Ajuntament de Barcelona
Fuente: BR para el Ayuntamiento de Barcelona
Source: BR for Barcelona City Council

Afluència a Punts d'interès turístic (PIT)
Afluencia a Puntos de interés turísticos (PIT)
Influx to Points of touristic interest (PTI)



Novembre 2015
 Noviembre 2015
 November 2015

- Punts d'interès turístic
 Puntos de interés turísticos
 Points of touristic interest
- Transports singulars
 Transportes singulares
 Special transport

Les platges de Barcelona
 (dades 2012) / Las playas de
 Barcelona (datos 2012) / Barcelona's
 beaches (2012 data)

- Banys Fòrum, 30.023
- Barceloneta, 435.333
- Bogatell, 364.029
- Llevant, 217.667
- Mar Bella, 228.925
- Nova Icària, 465.356
- Nova Mar Bella, 318.994
- Sant Sebastià, 469.109
- Somorrostro, 630.483
- La Rambla, 80.000.000

Font: BR per a l'Ajuntament de Barcelona
Fuente: BR para el Ayuntamiento de Barcelona
Source: BR for Barcelona City Council



PERFIL DEL TURISTA
PERFIL DEL TURISTA
PROFILE OF TOURISTS

Barcelona s'ha consolidat com a destinació turística vacacional. Un 64,8% del conjunt de turistes van visitar la ciutat l'any 2015 per aquest motiu, enfront d'un 22,2% que ho van fer per motius professionals, unes xifres similars a les del 2014. Si l'anàlisi se centra en els turistes que van pernoctar en hotels, els percentatges corresponents al 2015 van ser d'un 55,8% i d'un 35,7%, respectivament. En comparació amb les dades de l'any 2000, s'observa que el pes del turisme per motius de negocis ha perdut deu punts, que han anat a parar gairebé a parts iguals al turisme vacacional i al turisme per motius personals i d'altres, els qual ha passat d'un 2,8% a un 8,5%.

Com s'esdevé en les ciutats on el turisme de negocis té un pes significatiu, el nombre de turistes masculins és superior al nombre de turistes femenines. Del conjunt de turistes que van visitar Barcelona l'any 2015, un 60,4% eren homes, una xifra que s'enfila fins al 64,8% si la mostra se centra en els turistes que pernocten en hotels. Aquestes xifres són lleugerament superiors a les del 2014 (56,8% i 63,3%, respectivament). Per edat, el grup més nombrós del conjunt de turistes¹ se situa en el tram comprès entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys, que representa el 30,3% del total. El turista que pernocta a l'hotel és, en general, de més edat que el del conjunt dels turistes.

El total de turistes vénen habitualment en parella (més d'un 40%). Això no obstant, també destaca amb un pes important els que viatgen sols (26,5%). El turisme familiar representa prop de la sisena part del total, mentre que els grups organitzats tenen una presència testimonial.

Barcelona és una destinació amb un alt percentatge de turistes repetidors, més d'un 52% l'havien visitat amb anterioritat (un percentatge similar en el cas dels turistes allotjats en hotels); per contra, un 47% dels enquestats declara que és la seva primera visita a la ciutat, xifra que baixa únicament dues dècimes si parlem dels turistes que pernocten en hotels.

L'avió és el **mitjà de transport** utilitzat per la immensa majoria dels turistes que arriben a Barcelona. Tres de quatre turistes el van utilitzar per a desplaçar-se a Barcelona durant l'any 2015, xifra que s'enfila a un 80% entre els que pernocten en hotels. Aquestes xifres han estat relativament estables al llarg de la darrera dècada. L'augment de línies d'alta velocitat ha fet pujar el percentatge d'arribades de turistes a la ciutat per ferrocarril fins a l'11,2% del total. El vehicle propi té un quota de mercat cada vegada més reduïda (un 6,2% l'any 2015), i és utilitzat sobretot pels visitants de les zones més properes (França i la resta de l'Estat espanyol).

La **contractació de viatge** per compte propi representa ja el 81,4% de les fetes pel conjunt dels turistes i dues tercers parts de les de tots els turistes que pernocten en hotel, xifra, aquesta darrera, que dobla les del 2000. Aquest augment ha estat en detriment de la contractació total o parcial mitjançant una agència de viatges detallista o una de majorista, que en el darrer any va representar amb prou feines l'opció d'un 16,1% dels turistes d'hotel, enfront del 67,3% de l'any 2000. Els viatges organitzats per l'empresa representen un 10,6% del total dels turistes i un 19,4% del total en hotel, xifra que també s'ha anat reduint en els darrers anys.

La **despesa en allotjament** per persona i dia s'ha situat en 54,1 euros, que s'incrementen fins a 99 euros per als turistes que pernocten en hotels. Quelcom semblant passa en la despesa extrahotelera, superior en el cas dels turistes en hotels (99,6 euros per persona i nit) respecte del conjunt de turistes (78,4 euros per persona i nit). També es detecten diferències significatives pel que fa al cost del viatge (transport): els turistes que pernocten en hotels tenen una despesa de 370,9 euros per persona, enfront dels 285,7 euros del total dels turistes. En conjunt, el cost d'un paquet turístic per persona és de 1.024,70 euros de mitjana, xifra que s'incrementa fins a 1.097,50 euros en el cas dels turistes en hotels.

Pel que fa al perfil per **nacionalitats**, el turista que pernocta en hotel és majoritàriament estranger (un 79,7% del total). Una dada especialment significativa és que, entre els turistes estrangers, els dels Estats Units tornen a ser els primers, després del parèntesi del 2014, amb 725.755 turistes registrats; els segueixen a curta distància el del Regne Unit, amb 719.396 turistes; els de França, Itàlia i Alemanya tenen cadascun un pes superior al 6% del total. Conjuntament, la importància d'aquests cinc principals països sobre el conjunt de turistes internacionals ha estat d'un 48%, una xifra que s'ha mantingut bastant estable els darrers anys.

En tots els casos, amb l'excepció del turisme francès, els creixements han estat importants. En el cas dels Estats Units i del Regne Unit, la depreciació de l'euro enfront de les respectives monedes pot haver jugat a favor d'aquest impuls. També aquesta depreciació explica la millora dels turistes en hotels procedents de Suïssa, que augmenten un 10%, i el creixement dels països inclosos en la categoria de la resta del món (especialment dels països asiàtics, excepte el Japó), que ha estat d'un 22,3%. L'altra cara de la moneda és el fort descens dels turistes russos, que han experimentat una caiguda del 29,1%, fins a 141.121; fa dos anys la xifra era de 233.823 turistes.

Tenint en compte els diferents pesos relatius, el gran impulsor de l'increment, l'any 2015, del turisme en hotels a la ciutat de Barcelona ha estat el procedent de la «resta del món», que explica gairebé la meitat del creixement global, de manera que es repeteix una situació que ja s'havia observat en el 2013 però que no es va produir en el 2014, en què la contribució únicament fou de dues dècimes. En aquest grup de països s'hi inclouen, entre d'altres, els asiàtics (excepte el Japó) i els de l'Orient Mitjà. El nombre de turistes de països africans allotjats en hotels també ha crescut notablement en el 2015 (un 23,7% més que l'any anterior), però tot just representen l'1,5% del total.

L'estructura de pernoctacions per països l'any 2015 presenta algunes variacions respecte a l'anàlisi feta abans segons el nombre de turistes. Per exemple, el mercat espanyol representa el 14,9% del total de pernoctacions en hotels, cinc punts per sota de la seva quota en termes de turistes. Així mateix el principal mercat internacional esdevé el del Regne Unit, amb un volum de pernoctacions hoteleres que puja a 1.627.966, seguit dels Estats Units i de França. Aquests països, juntament amb Itàlia i Alemanya, formen el conjunt de nacionalitats que superen el milió de pernoctacions, i representen el 47% del total de pernoctacions d'estrangers, una xifra que ha anat augmentant en els darrers dos anys.

1) Turistes en allotjaments de tot tipus quan no s'indica el contrari.

D'aquestes països, únicament França i Alemanya han experimentat retrocessos respecte del 2014 (-2,0% i -1,8%); per contra, l'augment ha estat significatiu en el cas d'Itàlia i dels Estats Units. Aquest fet ha comportat que la pauta de creixement d'aquest any hagi estat força diferent de la de l'any anterior, quan el turisme procedent de la resta de l'Estat espanyol fou el que va contribuir més al creixement global.

El turisme a la ciutat de Barcelona per motiu vacacional està guanyant pes en el total, en detriment del turisme per motiu professional, sobretot entre els visitants estrangers. Com a mitjana, el turisme per motius professionals de França, Itàlia, el Regne Unit i Alemanya ha passat d'un 42% del total l'any 2010 a un 28% en el 2015. Això no impedeix que la ciutat aculli cada any més reunions i congressos (en el 2015 es va assolir un màxim històric, com analitzarem en l'apartat següent).

Tampoc s'observen diferències significatives per sexe entre les principals nacionalitats dels turistes (Estats Units, Regne Unit, França, Itàlia i Alemanya, a més de l'Estat espanyol), amb l'única excepció dels turistes alemanys que pernocten en hotels, un 69% dels quals són homes.

On sí que es produeixen diferències per països és en l'edat dels turistes. Destaca el pes dels perfils de més edat entre els turistes provinents dels Estats Units: un 17,1% dels turistes d'aquest país que han pernoctat en hotels tenen seixanta-cinc anys o més, enfront del 6,4% de mitjana en aquests establiments; per contra, el turisme italià, alemany i francès té una estructura d'edats més joves. En tots tres casos, la mitjana del conjunt dels turistes se situa en el tram de vint-i-cinc a trenta-quatre anys, i en el cas del turisme italià el grup d'edat comprès entre divuit i vint-i-quatre anys és el més nombrós.

També s'observen diferències respecte al mitjà de transport utilitzat, especialment entre les nacionalitats més properes, on el vehicle privat o el tren són alternatives que competeixen amb l'avió. Per exemple, en el cas del turisme de l'Estat espanyol, únicament un 29,9% del total de turistes va arribar amb avió, enfront d'un 38,2% que ho va fer amb tren o d'un 17,8% amb vehicle propi. En el cas del total de turistes de nacionalitat francesa, el pes del vehicle propi és el més significatiu entre tots els orígens (20,9%), encara que el mitjà més utilitzat és l'avió, amb un 56,4% de desplaçaments.

Tot i que Barcelona és ja una destinació urbana madura, encara hi ha països on el nou turista és majoria. Per exemple, per al 73,7% del total de turistes dels Estats Units aquesta era la seva primera visita; per contra, i com calia esperar, el 71% del conjunt dels turistes provinents de l'Estat espanyol afirmaven que aquesta era, com a mínim, la tercera visita que feien a la ciutat. Després de l'Estat espanyol, i per raons òbvies de proximitat, al mercat francès és on trobem un nombre més alt de repeticions.

També s'observen diferències significatives pel que fa als acompanyants. En aquest cas, el mercat espanyol és el que presenta unes diferències més marcades amb la resta de nacionalitats. El 38% del total de turistes que van viatjar a Barcelona ho van fer sols; en canvi, als principals països, aquest percentatge oscil·la entre un 20% i un 30%.

La composició sociodemogràfica del **turista de creuers** a Barcelona és sensiblement diferent de la del conjunt de turistes. En general, als creuers, la proporció entre homes i dones és més equilibrada, i la mitjana d'edat és més alta. Una altra diferència és el perfil dels acompanyants. El creuer és una activitat que es fa col·lectivament, en part per les estratègies de les empreses, que penalitzen l'ocupació senzilla a les cabines. Aquest fet explica probablement que menys d'un 2% dels creueristes viatgin sols, mentre que en el conjunt dels turistes que visiten Barcelona el percentatge dels que viatgen sols és d'un 26,5%; per contra, el 76,4% dels creueristes viatgen en parella, una xifra notablement superior a la mitjana. El perfil socioeconòmic del creuerista és el d'una persona de classe mitjana-alta, atès que més de la meitat declaren tenir uns ingressos familiars superiors a 50.000 euros anuals.

La destinació i les escales previstes són el principal motiu a l'hora de triar el creuer. Així ho comenta gairebé un 70% dels enquestats. La possibilitat de visitar Barcelona ha estat el motiu d'un 23,2% dels creueristes enquestats. La resta d'aspectes, com el preu o la durada, tenen un impacte menor.

Un 57,5% dels passatgers de creuers són excursionistes (visitants de dia que no pernocten a la ciutat), amb una estada mitjana de 4,3 hores. La proporció de creueristes turistes (que pernocten en hotels de la ciutat abans o després del creuer) és d'un 23,9%, amb una estada mitjana de 2,6 nits, sensiblement superior a l'estada mitjana en hotels. Finalment, un 18,6% dels passatgers es desplaça directament des del port o cap al port i no fa parada a la ciutat.

4.1 CARACTERÍSTIQUES GENERALS

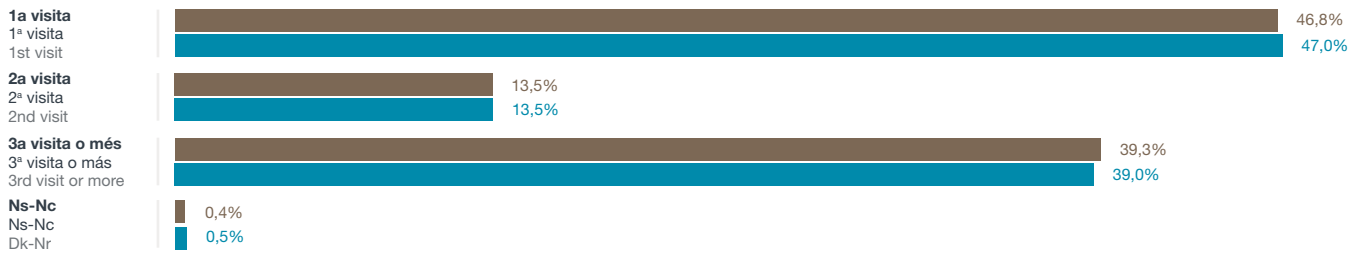
CARACTERÍSTICAS GENERALES

GENERAL CHARACTERISTICS

Repetitivitat

Repetitividad

Number of visits



Sexe (%)

Sexo (%)

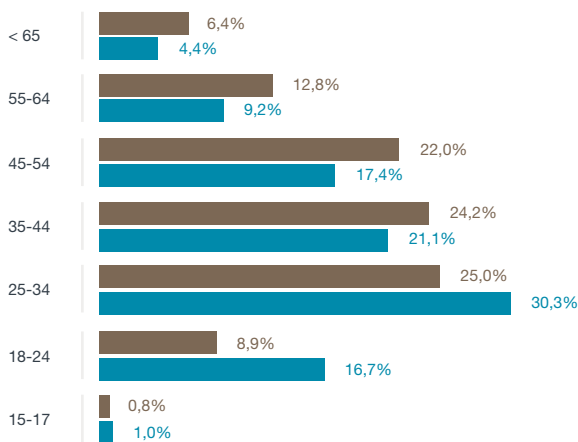
Sex (%)

	Turistes en hotels					Total turistes*		
	1990	2000	2005	2010	2014	2015	2014	2015
Home Hombre Man	80,0	59,5	55,3	60,4	63,3	64,8	56,8	60,4
Dona Mujer Woman	20,0	40,5	44,7	39,6	36,7	35,2	43,2	39,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Edat

Edad

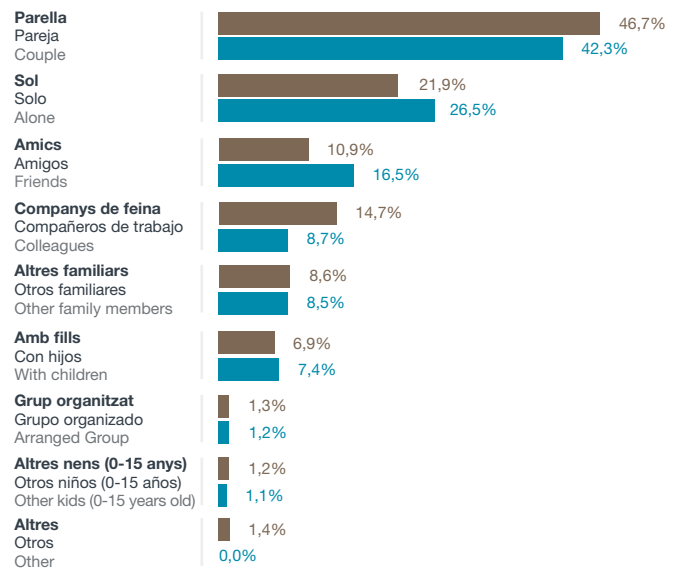
Age



Acompanyants

Acompañantes

Accompanying persons



■ Turistes en hotels / Turistas en hoteles / Tourists in hotels ■ Total turistes / Total turistas* / All tourists*

Font tota la pàgina: 2014-2015: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona 2013 i anterior: "Enquesta a turistes" Instituto DYM per a Turisme de Barcelona. Estadístiques oficials
Fuente toda la página: 2014-2015: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona 2013 y anterior: "Encuesta a turistas" Instituto DYM para Turismo de Barcelona. Estadística oficial
The whole page source: 2014-2015: Survey of Tourism of Barcelona. Barcelona City Council 2013 and earlier: "Tourist survey" Instituto DYM for Turismo de Barcelona. Official statistics
*Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response

Mitjà de transport utilitzat (%)

Medio de transporte utilizado (%)
Means of transport used (%)

	2000		2005		2010		Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels		Total turistes* Total turistas* All tourists*	
	2000	2005	2005	2010	2014	2015	2014	2015		
Avió Avión Plane	68,4	79,1	75,8	78,6	80,0	78,6	80,0	78,6	75,9	
Tren (1) Tren Train	10,5	5,6	11,2	12,2	9,8	12,2	9,8	12,2	11,2	
Cotxe (2) Coche Car	15,0	12,9	8,4	5,5	6,6	5,5	6,6	5,5	6,2	
Altres Otros Others	6,1	2,4	4,6	3,7	3,6	3,7	3,6	3,7	6,7	
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

(1) Inclou AVE / incluye AVE / includes High Speed Train. (2) 2014-2015: Vehicle propi/ vehículo propio/ own vehicle.

Planificació del viatge (%)

Planificación del viaje (%)
Trip arrangements (%)

	2000		2005		2010		Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels		Total turistes* Total turistas* All tourists*	
	2000	2005	2005	2010	2014	2015	2014	2015		
Pel seu compte Por cuenta propia Independently	32,7	59,6	44,2	64,5	67,0	64,5	67,0	80,8	81,4	
Parcialment amb TTOO/AAVV Parcialmente con TTOO/AAVV Part of the trip with T.Operator and/or T.Agent	24,0	9,6	7,0	5,1	5,0	5,1	5,0	3,4	3,4	
Tot el viatge amb TTOO/AAVV Todo el viaje con TTOO/AAVV Entire trip with T.Operator and/or T.Agent	43,3	30,8	15,0	9,7	11,1	9,7	11,1	5,2	6,0	
Organitzat per l'empresa Organizado por la empresa Arranged by company	-	-	33,3	24,3	19,4	24,3	19,4	12,8	10,6	
Organitzat per col·legi/universitat... Organizado por colegio/universidad... Arranged by school/university...	-	-	-	0,3	2,4	0,3	2,4	0,4	1,8	
Viatge personalitzat i exclusiu Viaje personalizado y exclusivo Personalised and exclusive trip	-	-	0,5	-	0,0	-	0,0	-	-	
NS-NC NS-NC DK-NR	-	-	-	0,3	0,0	0,3	0,0	0,2	0,0	

Nota: l'any 2006 s'afegeix l'opció de contractar a través de l'empresa, abans inclòs a "tot el viatge amb TTOO/AAVV". "Viatge a mida, personalitzat i exclusiu" 2010-2012.
Nota: En 2006 se añade la opción de contratar a través de la empresa, antes incluido en "todo el viaje con TTOO/AAVV". "Viaje a medida, personalizado y exclusivo" 2010-2012.
Note: in 2006 the option of arranging the trip through the company was added, formerly included in "entire trip with T.Operator/T.Agent." "Tailor-made, personalised and exclusive trip" 2010-2012.
2014-2015: resposta múltiple/ respuesta múltiple/ multiple response.

■ Turistes en hotels / Turistas en hoteles / Tourists in hotels ■ Total turistes*/ Total turistas*/ All tourists*

Font tota la pàgina: 2014-2015: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona. 2013 i anterior: "Enquesta a turistes" Instituto DYM per a Turisme de Barcelona. Estadístiques oficials
Fuente toda la página: 2014-2015: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona. 2013 y anterior: "Encuesta a turistas" Instituto DYM para Turismo de Barcelona. Estadística oficial
The whole page source: 2014-2015: Survey of Tourism of Barcelona. Barcelona City Council. 2013 and earlier: "Tourist survey" Instituto DYM for Turismo de Barcelona. Official statistics

*Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

Preferències en gastronomia (%) A quin dels següents llocs va anar a sopar ahir?

Preferencias en gastronomía (%) ¿A cuál de los siguientes sitios fue a cenar ayer?

Gastronomic preferences (%) In which of the following places did you have dinner yesterday?

	Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels	Total turistes* Total turistas* All tourists*
	2015	2015
Restaurants tradicionals Restaurantes tradicionales Traditional restaurants	59,4	45,4
Bars o cafès Bares o cafés Bars and cafés	15,8	15,8
Cuina internacional Cocina internacional International cuisine	9,5	8,3
Menjar ràpid Comida rápida Fast food	7,0	8,3
Supermercat, menjar per emportar Supermercado, comida para llevar Supermarket, takeaway	3,3	6,3
Casa particular Casa particular Private house	0,9	10,1
Fira o Congrés Feria o Congreso Trade fair or Congress	1,2	0,7
Hotel o Pensió Hotel o Pensión Hotel or Guesthouses	2,1	1,4
Altres Otros Others	0,7	0,5

Mitjana de despesa

Gasto medio

Average expenditure

	Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels	Total turistes* Total turistas* All tourists*
	2015	2015
Cost del viatge per persona (transport) Coste del viaje por persona (transporte) Cost of journey per person (transport)	370,90 €	285,70 €
Cost de l'allotjament per persona i dia Coste del alojamiento por persona y día Daily cost of accommodation per person	99,00 €	54,10 €
Despesa extrahotelera per persona i nit Gasto extrahotelero por persona y noche Non-hotel related expenses per person and night	99,60 €	78,40 €
Cost del paquet turístic per persona Coste del paquete turístico por persona Cost of tourist package per person	1.097,50 €	1.024,70 €

■ Turistes en hotels / Turistas en hoteles / Tourists in hotels ■ Total turistes* / Total turistas* / All tourists*

Font tota la pàgina: 2014-2015: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona. 2013 i anterior: "Encuesta a turistas" Instituto DYM per a Turisme de Barcelona. Estadístiques oficials
Fuente toda la página: 2014-2015: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona. 2013 y anterior: "Encuesta a turistas" Instituto DYM para Turismo de Barcelona. Estadística oficial
The whole page source: 2014-2015: Survey of Tourism of Barcelona. Barcelona City Council. 2013 and earlier: "Tourist survey" Instituto DYM for Turisme de Barcelona. Official statistics

*Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

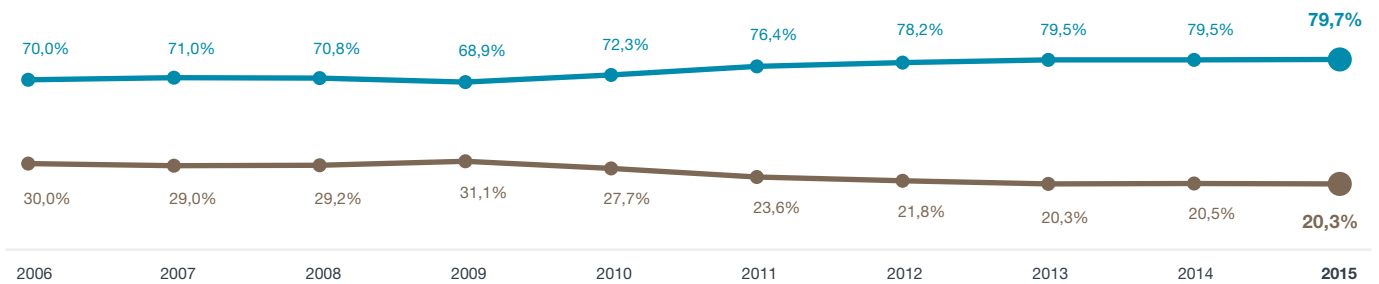


4.2 NACIONALITATS
 NACIONALIDADES
 NATIONALITY

Turistes en hotels segons nacionalitat
 Turistas en hoteles según nacionalidad
 Tourists in hotels by nationality

	2012	2013	2014	2015	2015%	% Var. 15/14
1 Estat espanyol / Spain	1.621.661	1.517.378	1.618.007	1.686.333	20,3	4,2
2 Estats Units / United States	635.386	627.412	654.131	725.755	8,7	10,9
3 Regne Unit / United Kingdom	592.713	629.969	676.867	719.396	8,7	6,3
4 França / France	572.259	636.903	680.415	677.943	8,2	-0,4
5 Itàlia / Italy	491.103	447.721	485.076	541.110	6,5	11,6
6 Alemanya / Germany	414.539	453.102	486.416	498.746	6,0	2,5
7 Països Baixos / Netherlands	224.295	208.900	222.110	234.295	2,8	5,5
8 Japó / Japan	162.887	170.092	171.478	169.176	2,0	-1,3
9 Suïssa / Switzerland	142.989	150.861	152.355	167.701	2,0	10,1
10 Bèlgica / Belgium	144.354	147.091	150.081	145.817	1,8	-2,8
11 Rússia / Russia	191.528	233.823	199.080	141.121	1,7	-29,1
12 Suècia / Sweden	137.364	152.622	141.778	139.427	1,7	-1,7
13 Noruega / Norway	92.142	113.409	111.469	101.221	1,2	-9,2
14 Portugal / Portugal	102.257	93.364	98.958	95.192	1,1	-3,8
15 Àustria / Austria	91.087	78.373	84.392	92.239	1,1	9,3
16 Dinamarca / Denmark	74.284	73.871	73.493	86.005	1,0	17,0
17 Irlanda / Ireland	68.992	66.722	69.234	74.267	0,9	7,3
18 Finlàndia / Finland	55.327	66.798	75.923	72.942	0,9	-3,9
19 Polònia / Poland	51.393	58.863	59.385	62.482	0,8	5,2
20 Grècia / Greece	34.001	32.681	31.396	32.521	0,4	3,6
21 República Txeca / Czech Republic	20.703	19.131	19.088	22.672	0,3	18,8
22 Luxemburg / Luxembourg	7.485	8.413	7.901	7.787	0,1	-1,4
23 Resta d'Amèrica / Rest of America	544.887	501.721	485.360	506.897	6,1	4,4
24 Resta d'Europa / Rest of Europe	204.965	211.172	176.416	178.038	2,1	0,9
25 Resta de la UE / Rest of the EU	121.386	130.409	140.085	139.642	1,7	-0,3
26 Països africans / African countries	77.798	92.512	103.264	127.756	1,5	23,7
27 Resta del món / Rest of the World	562.328	648.453	700.783	857.167	10,3	22,3
Total internacional / Total international	5.818.452	6.054.388	6.256.934	6.617.316	79,7	5,8
Total	7.440.113	7.571.766	7.874.941	8.303.649	100,0	5,4

Evolució de turistes en hotels segons procedència
 Evolución de turistas en hoteles según procedencia
 Evolution of tourists in hotels by origin

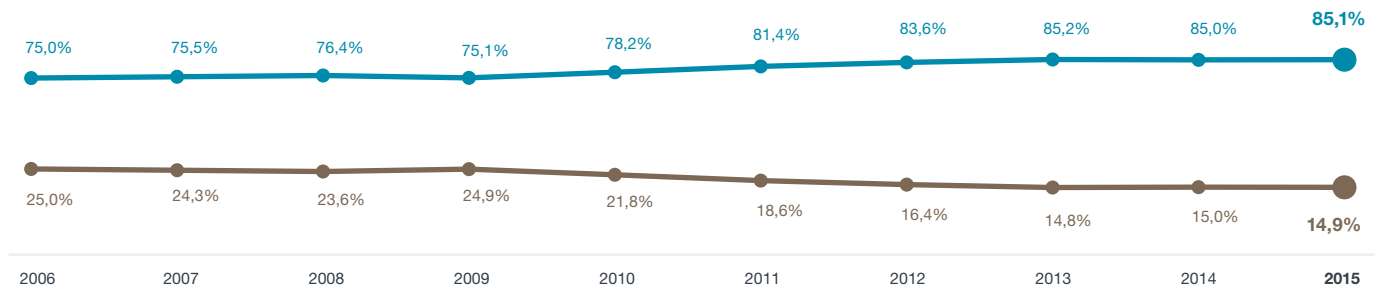


■ Estat espanyol / España / Spain ■ Internacional / Internacional / International
 Font: Turisme de Barcelona a partir de dades de l'Idescat i de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera de l'INE
 Fuente: Turisme de Barcelona a partir de datos del Idescat y de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE
 Source: Turisme de Barcelona based on data from Idescat and the INE

Pernotacions en hotels segons nacionalitat
Pernotaciones en hoteles según nacionalidad
Overnights in hotels by nationality

	2012	2013	2014	2015	2015%	% Var. 15/14
1 Estat espanyol / Spain	2.615.827	2.343.566	2.566.897	2.630.475	14,9	2,5
2 Regne Unit / United Kingdom	1.322.300	1.428.455	1.533.424	1.627.966	9,2	6,2
3 Estats Units / United States	1.371.352	1.372.159	1.439.351	1.564.230	8,9	8,7
4 França / France	1.164.852	1.291.367	1.396.566	1.367.979	7,7	-2,0
5 Itàlia / Italy	1.160.448	1.019.847	1.127.895	1.247.552	7,1	10,6
6 Alemanya / Germany	998.139	1.124.781	1.226.485	1.204.957	6,8	-1,8
7 Països Baixos / Netherlands	542.370	483.719	499.353	512.810	2,9	2,7
8 Suïssa / Switzerland	322.911	346.141	350.619	372.109	2,1	6,1
9 Suècia / Sweden	358.215	407.162	375.101	356.936	2,0	-4,8
10 Rússia / Russia	517.735	646.741	555.471	347.562	2,0	-37,4
11 Japó / Japan	323.743	353.132	341.380	337.335	1,9	-1,2
12 Bèlgica / Belgium	335.498	345.247	350.169	328.311	1,9	-6,2
13 Noruega / Norway	248.103	304.936	305.773	270.958	1,5	-11,4
14 Àustria / Austria	234.207	204.302	221.510	233.171	1,3	5,3
15 Dinamarca / Denmark	197.892	198.455	200.734	217.302	1,2	8,3
16 Finlàndia / Finland	153.245	174.865	201.729	186.197	1,1	-7,7
17 Portugal / Portugal	203.684	185.016	199.989	182.763	1,0	-8,6
18 Irlanda / Ireland	158.003	148.058	158.785	163.663	0,9	3,1
19 Polònia / Poland	127.717	149.363	147.419	156.561	0,9	6,2
20 Grècia / Greece	86.782	79.366	80.395	81.728	0,5	1,7
21 República Txeca / Czech Republic	47.860	46.813	45.277	50.430	0,3	11,4
22 Luxemburg / Luxembourg	17.832	20.735	18.272	20.228	0,1	10,7
23 Resta d'Amèrica / Rest of America	1.230.392	1.178.898	1.124.182	1.174.249	6,7	4,5
24 Resta d'Europa / Rest of Europe	435.453	470.431	407.024	411.090	2,3	1,0
25 Resta de la UE / Rest of the EU	288.286	309.159	327.574	334.269	1,9	2,0
26 Països africans / African countries	182.821	252.243	252.970	308.869	1,7	22,1
27 Resta del món / Rest of the World	1.286.265	1.508.817	1.637.508	1.966.629	11,1	20,1
Total internacional / Total international	13.316.105	14.050.208	14.524.955	15.025.854	85,1	3,4
Total	15.931.932	16.485.074	17.091.852	17.656.329	100,0	3,3

Evolució de pernотacions en hotels segons procedència
Evolución de pernотaciones en hoteles según procedencia
Evolution of overnights in hotels by origin



■ Estat espanyol / España / Spain ■ Internacional / Internacional / International
Font: Turisme de Barcelona a partir de dades de l'Idescat i de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera de l'INE
Fuente: Turisme de Barcelona a partir de datos del Idescat y de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE
Source: Turisme de Barcelona based on data from Idescat and the INE

Motiu de viatge segons nacionalitat (%)

Motivo de viaje según nacionalidad (%)

Purpose of visit according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Vacances Vacacional Leisure	34,0	42,8	66,5	69,4	65,4	70,8	64,3	72,8	67,8	76,0	54,6	63,9
Professional Profesional Professional	49,6	30,9	23,3	18,3	29,5	20,7	25,1	14,9	25,7	13,6	36,6	22,7
Personal i altres Personal y otros Personal & others	16,4	26,3	10,2	12,3	5,1	8,5	10,6	12,3	6,5	10,4	8,8	13,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Sexe segons nacionalitat (%)

Sexo según nacionalidad (%)

Sex according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Home Hombre Man	63,1	56,7	62,0	57,3	62,5	59,5	62,1	60,0	58,2	59,7	69,0	62,0
Dona Mujer Woman	36,9	43,3	38,0	42,7	37,5	40,5	37,9	40,0	41,8	40,3	31,0	38,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Edat segons nacionalitat (%)

Edad según nacionalidad (%)

Age according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
15-17 anys / años / years old	1,7	1,4	1,1	1,1	0,5	0,6	0,2	2,0	1,6	1,9	1,2	1,1
18-24 anys / años / years old	6,1	15,8	3,7	9,4	11,2	17,2	15,2	20,7	16,8	26,2	7,3	13,5
25-34 anys / años / years old	22,5	30,1	22,4	28,9	20,8	26,2	22,1	27,6	28,1	23,4	30,3	34,6
35-44 anys / años / years old	27,5	23,3	17,8	14,2	22,1	20,4	20,4	19,4	21,4	19,1	23,3	22,7
45-54 anys / años / years old	24,9	17,2	22,6	19,2	24,1	19,6	24,3	18,3	18,5	20,1	23,3	16,8
55-64 anys / años / years old	13,5	9,3	15,3	13,5	13,0	9,9	13,9	9,1	9,9	7,0	11,1	8,5
65 o més anys / o más años / years old	3,8	2,9	17,1	13,7	8,3	6,1	3,9	2,9	3,7	2,3	3,5	2,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Planificació del viatge segons nacionalitat (%)

Planificación del viaje según nacionalidad (%)

Trip arrangements according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Pel seu compte Por cuenta propia Independently	62,4	81,6	72,1	79,5	70,0	79,2	74,5	85,7	72,3	85,3	62,3	78,4
Parcialment amb TTOO/AAVV Parcialmente con TTOO/AAVV Part of the trip with T.Operator and/or T.Agent	3,4	2,5	7,4	5,3	4,3	3,4	2,8	1,5	6,4	3,8	5,1	3,5
Tot el viatge amb TTOO/AAVV Todo el viaje con TTOO/AAVV Entire trip with T.Operator and/or T.Agent	7,1	3,5	13,6	8,9	15,0	9,9	9,4	4,4	9,9	5,4	13,4	6,7
Organitzat per l'empresa Organizado por la empresa Arranged by company	30,1	14,8	10,4	8,2	13,5	8,9	14,7	7,5	15,1	6,9	21,2	12,9
Organitzat per col·legi/universitat Organizado por colegio/universidad Arranged by school/university	1,1	1,0	3,5	2,8	2,5	2,0	2,8	3,2	0,7	0,8	2,1	1,8

Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response

Transport utilitzat segons nacionalitat (%)

Transporte utilizado según nacionalidad (%)

Transport used to arrive according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Avió Avión Plane	80,0	29,9	92,2	82,7	92,8	92,3	34,4	56,4	59,4	93,5	93,5	90,2
Tren (1) Tren Train	9,8	38,2	3,2	9,6	1,0	3,3	40,3	11,9	10,4	1,1	0,3	3,0
Vehícle propi Vehículo propio Own vehicle	6,6	17,8	0,8	0,2	2,1	0,7	21,2	20,9	24,7	3,0	3,4	2,1
Autocar Autocar Coach	0,8	5,2	0,9	0,8	2,6	0,7	0,8	3,3	1,9	0,2	0,0	2,1
Altres Otros Others	2,8	8,9	2,9	6,7	1,5	3,0	3,3	7,5	3,6	2,2	2,8	2,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) Inclou AVE / incluye AVE / includes High Speed Train.

Mitjana de despesa segons nacionalitat (€)

Media de gasto según nacionalidad (€)

Average expenditure according to nationality (€)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Cost del viatge per persona (transport) Coste del viaje por persona (transporte) Cost of journey per person (transport)	106,5	80,5	1051,1	855,5	232,1	194,5	161,1	126,1	129,8	119,2	208,8	189,1
Cost de l'allotjament per persona i dia Coste del alojamiento por persona y día Daily cost of accommodation per person	76,5	34,2	154,2	100,8	97,1	65,3	81,7	42,2	61,6	37,2	93,7	54,6
Despesa extrahotelera per persona i nit Gasto extrahotelero por persona y noche Non-hotel related expenses per person and night	89,3	67,9	110,9	95,5	85,3	73,2	90,3	69,1	75,3	66,5	80,1	67,4

Font tota la pàgina: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona 2015. Ajuntament de Barcelona

Fuente toda la página: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona 2015. Ayuntamiento de Barcelona

The whole page source: Survey of Tourism of Barcelona 2015. Barcelona City Council

*Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

Repetitivitat segons nacionalitat (%)

Repetitividad según nacionalidad (%)

Number of visits according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
1a visita 1ª visita 1st visit	14,6	16,9	71,5	73,7	50,8	51,4	42,6	38,0	52,6	50,3	49,7	51,5
2a visita 2ª visita 2nd visit	7,4	9,6	11,1	11,0	16,8	16,4	18,5	18,6	12,8	15,1	15,1	16,4
3a visita o més 3ª visita o más 3rd visit or more	75,4	71,0	17,5	15,3	32,5	32,1	38,9	43,4	34,6	34,5	34,8	33,5
NS-NC NS-NC DK-NR	2,6	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,2

Acompanyants segons nacionalitat (%)

Acompañantes según nacionalidad (%)

Accompanying persons according to nationality (%)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Parella Pareja Couple	39,7	34,0	53,5	48,1	53,4	49,9	53,0	46,2	47,3	44,7	39,9	36,1
Sol Solo Alone	33,4	38,2	21,5	23,7	19,5	21,6	18,9	20,6	12,3	19,5	23,9	28,8
Amics Amigos Friends	5,0	12,4	10,1	13,2	12,1	16,3	13,8	21,4	17,2	20,5	11,4	18,8
Companys de feina Compañeros de trabajo Colleagues	18,2	10,1	8,3	6,3	10,3	6,9	10,1	5,8	12,8	5,7	14,6	9,4
Altres familiars Otros familiares Other family members	6,3	6,5	11,7	12,3	6,3	7,4	7,5	7,5	13,0	10,2	10,0	7,8
Amb fills Con hijos With children	8,6	7,6	4,4	5,6	7,2	8,0	9,1	9,5	6,1	8,8	3,4	4,3
Grup organitzat Grupo organizado Arranged Group	0,0	0,6	3,8	2,7	2,8	1,9	0,3	2,5	0,9	0,9	3,9	2,9
Altres nens (0-15 anys) Otros niños (0-15 años) Other kids (0-15 years old)	1,0	0,8	1,8	1,5	1,1	1,2	0,6	1,7	1,5	1,5	0,6	0,5
Altres Otros Other	0,0	0,1	2,9	0,0	3,1	0,0	0,3	0,0	0,9	0,0	3,9	0,0

Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response

Llocs que ha visitat segons nacionalitat

Lugares que ha visitado según nacionalidad
Places visited according to nationality

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
1	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat	Centre Ciutat
2	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Barceloneta Born	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família
3	Sagrada Família	Sagrada Família	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Sagrada Família	Barceloneta Born	Barceloneta Born	Barceloneta Born
4	Montjuïc	Montjuïc	Park Güell	Park Güell	Platges	Platges	Platges	Platges	Park Güell	Park Güell	Platges	Platges
5	Platges	Platges	Platges	Platges	Montjuïc	Park Güell	Park Güell	Park Güell	Montjuïc	Montjuïc	Park Güell	Park Güell

Centre ciutat: Catedral, Passeig de Gràcia, Plaça de Catalunya, Portal de l'Àngel, Rambles i Mirador de Colom.
Montjuïc: Poble Espanyol, Museu Nacional d'Art de Catalunya, altres museus localitzats a Montjuïc, equipaments esportius, jardins, fonts i Plaça d'Espanya.

4.3 MOTIU DE VIATGE

MOTIVO DE VIAJE

PURPOSE OF VISIT

Turistes segons motiu de viatge (%)

Turistas según motivo de viaje (%)

Tourists according to purpose of visit (%)

					Turistes en hotels		Total turistes*	
	2000	2005	2010	2014	2015	2014	2015	
Vacances								
Vacacional	51,5	42,0	50,1	52,5	55,8	62,3	64,8	
Leisure								
Professional								
Profesional	45,7	53,6	42,0	39,6	35,7	24,1	22,2	
Professional								
Personal i altres								
Personal y otros	2,8	4,4	7,9	7,9	8,5	13,6	13,0	
Personal & others								
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Sexe segons motiu de viatge (%)

Sexo según motivo de viaje (%)

Sex according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Home						
Hombre	61,1	58,4	71,7	70,8	60,4	53,0
Man						
Dona						
Mujer	38,9	41,6	28,3	29,2	39,6	47,0
Woman						
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Edat segons motiu de viatge (%)

Edad según motivo de viaje (%)

Age according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
15-17 anys / años / years old	0,8	0,8	0,1	0,1	3,8	3,0
18-24 anys / años / years old	12,2	19,9	3,0	4,5	12,3	21,4
25-34 anys / años / years old	26,2	31,5	25,0	28,4	16,9	27,7
35-44 anys / años / years old	21,3	19,1	29,7	29,7	19,3	16,8
45-54 anys / años / years old	20,0	16,3	25,5	22,6	20,7	13,6
55-64 anys / años / years old	11,8	8,0	13,4	11,8	16,2	10,5
65 o més anys / o más años / years old or more	7,7	4,4	3,3	2,9	10,8	7,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Planificació del viatge segons motiu de viatge (%)

Planificación del viaje según motivo de viaje (%)

Trip arrangements according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Pel seu compte Por cuenta propia Independently	80,4	90,3	43,0	50,9	79,3	89,4
Parcialment amb TTOO/AAVV Parcialmente con TTOO/AAVV Part of the trip with T.Operator and/or T.Agent	6,4	3,7	3,1	3,7	4,2	2,5
Tot el viatge amb TTOO/AAVV Todo el viaje con TTOO/AAVV Entire trip with T.Operator and/or T.Agent	14,9	6,9	5,8	6,9	8,2	3,2
Organitzat per l'empresa Organizado por la empresa Arranged by company	1,1	0,5	51,4	0,5	5,7	2,4
Organitzat per col·legi/universitat Organizado por colegio/universidad Arranged by school/university	0,8	0,6	4,1	0,6	5,6	4,3
NS-NC NS-NC DK-NR	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0

Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response

Transport utilitzat segons motiu de viatge (%)

Transporte utilizado según motivo de viaje (%)

Transport used to arrive according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Avió Avión Plane	80,8	77,5	82,6	79,4	63,2	62,3
Tren (1) Tren Train	8,0	9,6	10,1	11,6	20,6	17,9
Vehicle propi Vehículo propio Own vehicle	6,5	5,9	6,3	6,6	7,5	6,8
Autocar Autocar Coach	0,9	1,7	0,1	0,5	3,0	4,8
Altres Otros Others	3,8	5,3	0,0	1,8	5,6	8,2
NS-NC NS-NC DK-NR	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
TOTAL	100,0	100,0	99,2	100,0	99,9	100,0

(1) Inclou AVE / incluye AVE / includes High Speed Train.

Mitjana de despesa segons motiu de viatge (€)

Media de gasto según motivo del viaje (€)

Average expenditure according to purpose of visit (€)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Cost del viatge per persona (transport) Coste del viaje por persona (transporte) Cost of journey per person (transport)	314,70	256,90	482,20	429,50	294,10	213,50
Cost de l'allotjament per persona i dia Coste del alojamiento por persona y día Daily cost of accommodation per person	78,90	44,10	131,40	103,50	108,50	34,90
Despesa extrahotelera per persona i nit Gasto extrahotelero por persona y noche Non-hotel related expenses per person and night	87,60	71,20	115,70	104,00	109,20	69,50

Repetitivitat segons motiu de viatge (%)

Repetitividad según motivo de viaje (%)

Number of visits according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
1a visita 1ª visita 1st visit	59,5	56,7	31,8	31,6	26,1	24,7
2a visita 2ª visita 2nd visit	13,7	13,6	13,5	13,5	12,6	13,3
3a visita o més 3ª visita o más 3rd visit or more	26,7	29,5	54,0	53,9	60,3	60,7
NS-NC NS-NC DK-NR	0,1	0,2	0,7	1,0	1,0	1,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Acompanyants segons motiu de viatge (%)

Acompañantes según motivo de viaje (%)

Accompanying persons according to purpose of visit (%)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Parella Pareja Couple	8,1	53,5	41,5	16,9	30,2	29,4
Sol Solo Alone	67,3	16,7	16,3	42,0	39,5	48,4
Amics Amigos Friends	9,6	22,0	2,9	3,6	6,4	11,0
Companys de feina Compañeros de trabajo Colleagues	2,1	0,3	0,1	37,6	0,1	1,5
Altres familiars Otros familiares Other family members	11,9	10,7	2,2	2,3	13,4	8,1
Amb fills Con hijos With children	16,2	9,1	3,0	3,4	9,0	5,7
Grup organitzat Grupo organizado Arranged Group	0,5	0,8	39,6	0,4	3,7	4,9
Altres nens (0-15 anys) Otros niños (0-15 años) Other kids (0-15 years old)	1,0	1,7	0,3	0,1	8,0	0,2
Altres Otros Other	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1

Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response

Llocs que ha visitat segons motiu de viatge

Lugares que ha visitado según motivo de viaje
Places visited according to purpose of visit

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
1	Centre ciutat	Centre ciutat	Centre ciutat	Centre ciutat	Centre ciutat	Centre ciutat
2	Sagrada Família	Sagrada Família	Barceloneta, Born	Barceloneta, Born	Barceloneta, Born	Barceloneta, Born
3	Barceloneta, Born	Barceloneta, Born	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família	Sagrada Família
4	Park Güell	Platges	Montjuïc	Montjuïc	Platges	Platges
5	Platges	Park Güell	Platges	Platges	Park Güell	Montjuïc

Centre ciutat: Catedral, Passeig de Gràcia, Plaça de Catalunya, Portal de l'Àngel, Rambles i Mirador de Colom.
Montjuïc: Poble Espanyol, Museu Nacional d'Art de Catalunya, altres museus localitzats a Montjuïc, equipaments esportius, jardins, fonts i Plaça d'Espanya.

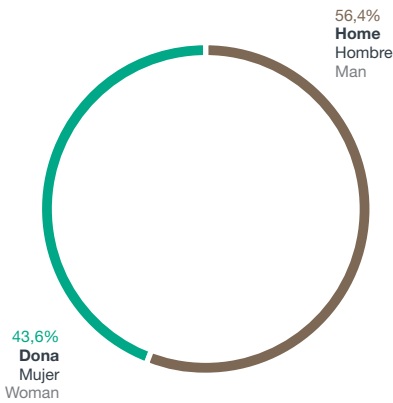
4.4 PERFIL SOCIOECONÒMIC DEL CREUERISTA

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL CRUCERISTA
SOCIOECONOMIC PROFILE OF CRUISE PASSENGERS

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES DEL CREUERISTA / CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL CRUCERISTA / SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF CRUISE PASSENGERS

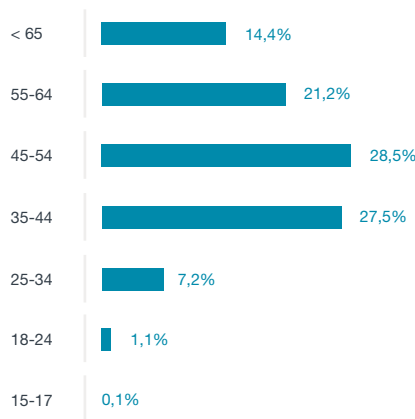
Sexe

Sexo
Sex



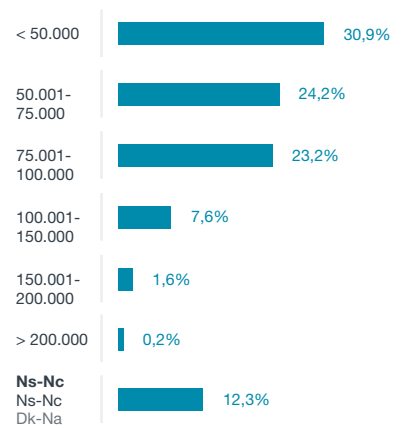
Edat

Edad
Age



Ingressos anuals de la llar

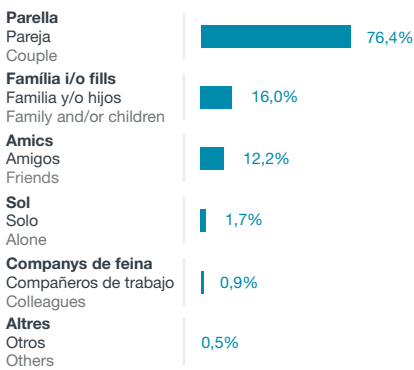
Ingresos anuales del hogar
Annual household income



EL CREUERISTA I EL CREUER / EL CRUCERISTA Y EL CRUCERO / CRUISE PASSENGERS AND CRUISES

Acompanyants

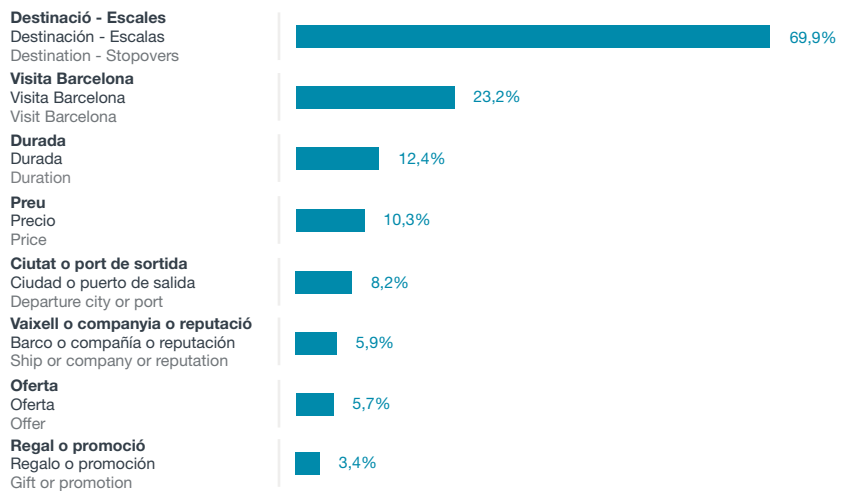
Acompañantes
Accompanying persons



Resposta múltiple / Respuesta múltiple / Multiple response.

Motiu per triar creuer

Motivos para escoger un crucero
Reasons for choosing a cruise



Transport per arribar a Barcelona

Transporte para llegar a Barcelona
Transport used to get to Barcelona



EL CREUERISTA I LA SEVA RELACIÓ AMB LA CIUTAT / EL CRUCERISTA Y SU RELACIÓN CON LA CIUDAD / CRUISE PASSENGERS AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE CITY

Creueristes excursionistes Crucevistas excursionistas Excursionist cruise passengers

57,5%

No pernocten - visitants de dia
No pernoctan - visitantes de día
No overnight stay - day visitors

4,3h

Hores de mitjana d'estada a la ciutat
Horas de media de estancia en la ciudad
Average hours stayed in the city

Creueristes turistes Crucevistas turistas Tourist cruise passengers

23,9%

Pernocten
Pernoctan
With overnight stay

2,6

Nits de mitjana d'estada a la ciutat
Noches de media de estancia en la ciudad
Average nights stayed in the city

Creueristes sense visitar Barcelona Crucevistas sin visitar Barcelona Cruise passengers without visiting the city

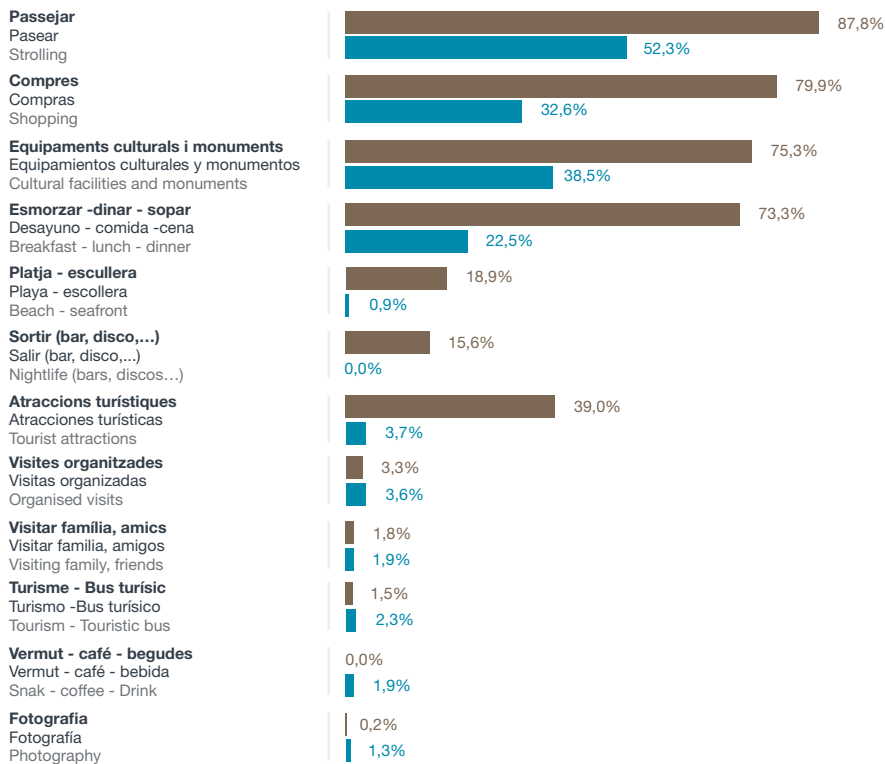
18,6%

Desplaçats directament al o des del port
Desplazados directamente al o desde el puerto
With direct travel to or from the port

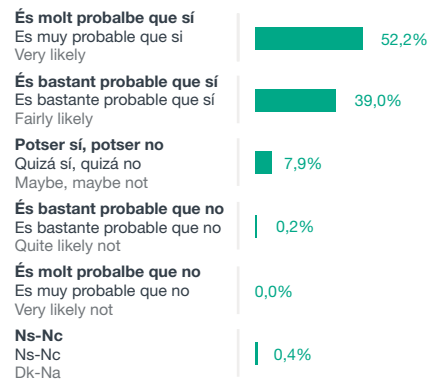
0

No visita - no pernocta
No visita - no pernocta
No visit - no overnight stays

Activitats que realitzen els creueristes a Barcelona Actividades que realizan los crucevistas en Barcelona Activities by cruise passengers in Barcelona



Intenció de tornar a Barcelona Intención de volver a Barcelona Intend to return to Barcelona



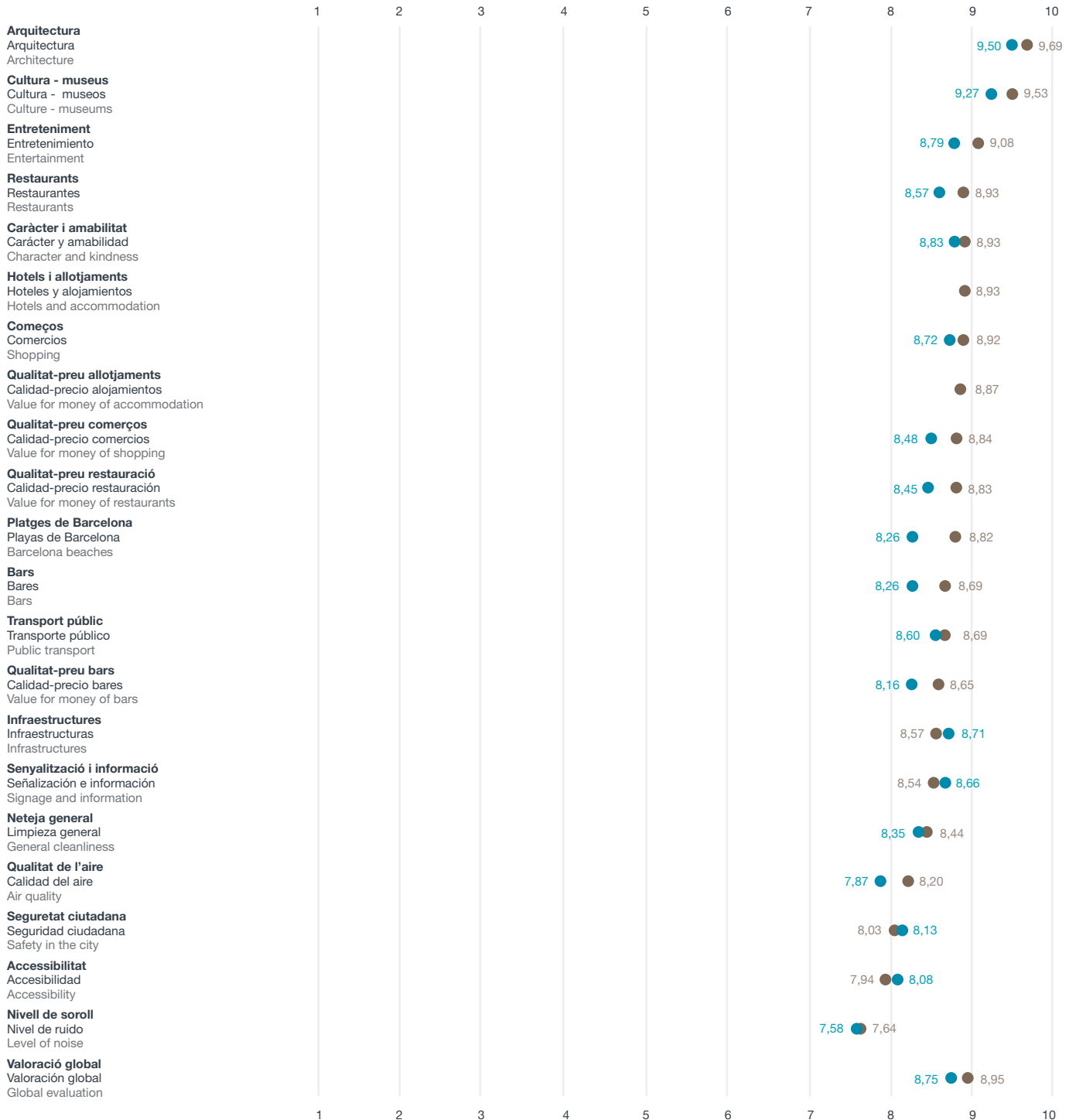
Font / Fuente / Source: Instituto DYM per/ para/ for Turisme de Barcelona

■ Creueristes turistes / Crucevistas turistas / Tourist cruise passengers
■ Creueristes excursionistes / Crucevistas excursionistas / Excursionist cruise passengers
Font / Fuente / Source: Instituto DYM per/ para/ for Turisme de Barcelona

Valoració aspectes de Barcelona del creuerista (Escala de l'1 al 10)

Valoración aspectos de Barcelona del crucerista (Escala del 1 al 10)

Assessment aspects of Barcelona by cruise passengers (Scale from 1 to 10)



■ Creueristes turistes / Cruceiristas turistas / Tourist cruise passengers ■ Creueristes excursionistes / Cruceiristas excursionistas / Excursionist cruise passengers

Font / Fuente / Source: Instituto DYM per/ para/ for Turisme de Barcelona



TURISME DE REUNIONS
TURISMO DE REUNIONES
MEETINGS TOURISM

Barcelona s'ha posicionat com una de les ciutats capdavanteres a escala mundial en **turisme de reunions**. L'any 2015 va tancar-se amb 2.268 reunions (congressos, jornades, convencions i incentius), un 15,2% superior a les xifres del 2014. Pel que fa al nombre de delegats, el creixement ha estat més modest, amb un increment de l'1,7%, fins a 589.818. Les reunions més nombroses en termes numèrics són les convencions; però, si ho mesurem en termes de delegats, corresponen als congressos. Pel que fa al nombre de delegats, en el 2015 s'observa un fort augment dels que vénen per a congressos (13,9%), mentre que han disminuït els assistents a jornades i convencions.

El turisme de reunions té una especial importància a l'hora de desestacionalitzar el conjunt de la demanda turística, ja que tradicionalment els màxims se situen a la primavera i a la tardor, i els mínims, durant l'estiu i a finals d'any. El 2015 no ha estat aliè a aquesta dinàmica, amb un màxim de 292 reunions el mes d'octubre i un mínim de 51 a l'agost.

La principal activitat dins el turisme de reunions ha estat sens dubte el Mobile World Congress, amb 93.000 delegats, celebrat al començament del mes de març del 2015; set reunions més han superat la xifra de 10.000 delegats i unes altres set han registrat entre 5.000 i 10.000 delegats. Del primer grup, gairebé totes s'han celebrat entre el setembre i el novembre, mentre que en el segon grup el repartiment ha estat més equilibrat al llarg de l'any. Cal destacar que un 60% de les reunions ha tingut un àmbit d'influència internacional, mentre que el 36% ha estat d'àmbit estatal.

L'**activitat firal** ha tancat el 2015 amb 1.842.448 visitants, una xifra lleugerament inferior a la del 2014 però un 20% superior al del 2013. El nombre d'empreses exposidores ha estat de 12.355, i, en total, la superfície d'exposició, de 659.163 m², un 51,7% superior a la del 2013.

5.1 CONGRESSOS, CONVENCIONS I INCENTIUS
CONGRESOS, CONVENCIONES E INCENTIVOS
CONGRESSES, CORPORATE MEETINGS & INCENTIVES

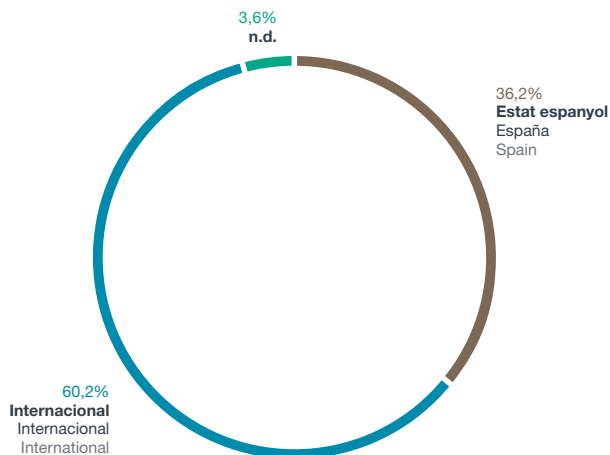
Nombre de reunions
Número de reuniones
Number of meetings

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Congressos Congresos Congresses	221	163	205	310	271	311	14,8
Jornades i cursos Jornadas y cursos Workshops and courses	108	291	147	226	134	121	-9,7
Convencions i incentius Convenciones y incentivos Corporate meetings and incentives	44	926	1.001	1.602	1.564	1.836	17,4
TOTAL	373	1.380	1.353	2.138	1.969	2.268	15,2

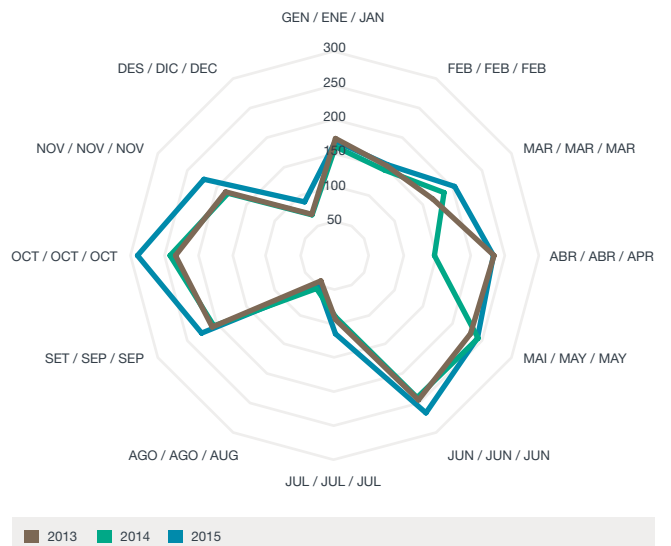
Nombre de delegats
Número de delegados
Number of delegates

	1990	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Congressos Congresos Congresses	72.385	74.946	131.741	302.561	280.747	319.754	13,9
Jornades i cursos Jornadas y cursos Workshops and courses	22.675	58.811	24.158	43.120	23.508	17.185	-26,9
Convencions i incentius Convenciones y incentivos Corporate meetings and incentives	10.364	135.751	187.106	271.152	275.600	252.879	-8,2
TOTAL	105.424	269.508	343.005	616.833	579.855	589.818	1,7

Nombre de reunions segons l'àmbit d'influència
Número de reuniones según ámbito de influencia
Proportion of national and international meetings



Estacionalitat de les reunions
Estacionalidad de las reuniones
Seasonality of meetings



Font tota la pàgina: Informe "Estadístiques de reunions: congressos, convencions i incentius a Barcelona 2015" elaborat pel Barcelona Convention Bureau de Turisme de Barcelona.
 Fuente toda la página: Informe "Estadísticas de reuniones: congresos, convenciones e incentivos en Barcelona 2015" elaborado por el Barcelona Convention Bureau de Turisme de Barcelona.
 The whole page source: "Congress Statistics Barcelona 2015" compiled by the Barcelona Convention Bureau of Turisme de Barcelona.

Principals reunions celebrades a Barcelona 2015 (a partir de 2.000 delegats)

Principales reuniones celebradas en Barcelona 2015 (a partir de 2.000 delegados)

Principal meetings held in Barcelona 2015 (2,000 delegates or more)

Nombre de delegats Número de delegados Number of delegates	Esdeveniment Evento Event	Mes Mes Month
93.000	Mobilite World Congress 2015	03
10.000-15.000	IBTM World 2015	11
	XXXIII Congress of the European Society of Cataract and Refractive Surgeons -ESCRS	09
	23rd UEG Week Barcelona 2015 - United European Gastroenterology	10
	VM World 2015 Europe	10
	FDM 2015 - Forum Dental Mediterráneo (Show & European Dental Congress)	05
	Annual Congress of the European Committee for Treatment and Research in Multiple Sclerosis - ECTRIMS 2015	10
	Herbalife Extravaganza'15	09
5.000- 9.999	34th Congress of the European Academy of Allergy and Clinical Immunology - EAACI	06
	9th Southern European Veterinary Congress - SEVC / 50 Congreso Nacional AVEPA	10
	SAP FKOM 2015	01
	Gartner Conference IT Expo 2015	11
	10th Congress of ECCO - Inflammatory Bowel Diseases 2015 - European Crohn's and Colitis Organisation	02
	3rd ESTRO FORUM - European Society for Therapeutic Radiology and Oncology	04
	Microsoft Convergence 2015	11
2.500-4.999	IoT Solutions World Congress	09
	SAP TECHED 2015	11
	54th Annual Meeting of the European Society of Paediatric Endocrinology - ESPE 2015	10
	Smart City Expo World Congress 2015	11
	ESMO 17th World Congress on Gastrointestinal Cancer	07
	Congress of the European Society of Endodontology - ESE 2015	09
	17th Annual Critical Communications World Incorporating the Tetra World Congress -TWC	05
	International Conference on Magnetism - ICM	07
	55TH European Commodities Exchange	10
	Annual Meeting of the Society of Environmental Toxicology and Chemistry -SETAC EUROPE-	05
	15th European AIDS Conference -EACS-	10
2.000-2.499	CINEEUROPE 2015	06
	DRUPALCON Barcelona 2015	09
	49 Reunión anual SEPA - Sociedad Española de Periodoncia Y Osteointegración	02
	Tissue World 2015	03
	Global Carbon Market Fair & Conference - Carbon Expo 2015	05
	November Annual Conference of the European Council of International Schools - ECIS 2015	11

Font / Fuente / Source: Barcelona Convention Bureau de / of Turisme de Barcelona.

5.2 **ACTIVITAT FIRAL**
ACTIVIDAD FERIAL
TRADE FAIRS

Nombre total de visites als salons de la Fira

Número total de visitas a los salones de la Feria

Total number of visits to the halls of Fira de Barcelona

1.842.448

63% **Estat espanyol** / España / Spain
16% **Internacionals** / Internacionales / Internationals
21% **Ns-Nc** / Ns-Nc / Dk-Nr*

Superfície neta utilitzada

Superficie neta utilizada

Net area used

659.163 m²

Nombre d'expositors directes

Número de expositores directos

Number of direct exhibitors

12.355 empreses

54% **Estat espanyol** / España / Spain
46% **Internacionals** / Internacionales / Internationals

Font: Turisme de Barcelona a partir de dades de Fira de Barcelona
Fuente: Turisme de Barcelona a partir de datos de Fira de Barcelona
Source: Turisme de Barcelona based on data from Fira de Barcelona

*No Classificats, altres tipus d'entrades (Taquilla, Entrada amb invitacions, passis expositor,...) / No clasificados, otros tipos de entrada (Taquilla, Entrada con invitación, pase de expositores,...) / Without classification, other type of tickets (Ticket booth, invitation, exhibitors' pass,...)



6

CULTURA I LLEURE
CULTURA Y OCIO
CULTURE AND LEISURE

La basílica de la Sagrada Família ha estat un any més l'**atracció turística** més visitada a Barcelona, amb 3.722.540 visitants l'any 2015. Cal destacar així mateix l'augment de visites respecte del 2014, que ha estat d'un 14,2%. Un increment similar ha registrat el Museu del FC Barcelona (16,7%), que ha clos l'any amb quasi 1,8 milions de visitants; així, ha estat el tercer indret més visitat de la ciutat, darrere del Park Güell.

Les altres atraccions turístiques relacionades amb Gaudí han experimentat uns creixements significatius de visites, però de menys magnitud, entorn d'un 6% interanual. Són els exemples del Park Güell, amb 2,7 milions de visites, i de la Casa Batlló i La Pedrera, que ratllen el milió de visitants en ambdós casos. Entre els deu llocs d'interès més visitats, el Museu Picasso ha experimentat un augment semblant als anteriors (del 9,6%) i ha superat lleugerament el milió de visitants. Per contra, el Born Centre Cultural ha registrat un retrocés en el nombre de visitants un cop passat l'efecte Tricentenari i ha quedat a la ratlla d'1,5 milions de visitants.

Les atraccions més clàssiques, o aquelles en què el públic local té una presència destacada, també registren uns increments molt reduïts o fins i tot lleugeres disminucions. Per exemple, el nombre de visitants al Zoo ha caigut un 5%; a L'Aquàrium, una instal·lació que ha fet vint anys en el 2015, la davallada ha estat d'un 2,6%, i al Poble Espanyol, de l'1,2%. Tanmateix, en tots tres casos el nombre total de visitants ha superat el milió de visitants.

A banda dels museus inclosos en el Top 10 de les visites de llocs d'interès en general (Picasso i FC Barcelona), el Museu d'Història de Barcelona és el **museu** que ha atret un nombre més alt de visitants: 916.517. Aquests museus, juntament amb el CosmoCaixa i el Museu Nacional d'Art de Catalunya, són els únics que superen el mig milió de visites. En els tres museus no inclosos en el Top 10, s'ha produït una disminució de visitants respecte del 2014. Aquesta davallada també es dona en centres museístics com la Fundació Miró o el Museu d'Art Contemporani de Barcelona. Per contra, el Museu del Disseny de Barcelona tanca el 2015, el seu primer any complet, amb 216.792 visitants.

Per la seva banda, CaixaForum és el **centre d'exposicions** més visitat de la ciutat, amb 775.020 visites l'any 2015; aquest i el Palau Robert són els dos centres que tenen més de mig milió de visitants. No obstant això, tant en aquest darrer com en el Centre de Cultura Contemporània, el nombre de visites ha disminuït de manera significativa respecte del 2014, amb caigudes superiors al 10%. Per contra, l'assistència al Centre d'Arts Santa Mònica s'ha incrementat un 24,2%, tot i que el nombre de visitants és molt més reduït que el dels anteriors.

El Parc del Tibidabo, l'**espai de lleure** més visitat de Barcelona, va tancar el 2015 amb un 10,4% més de visitants respecte del 2014, ajudat per les bones condicions meteorològiques de l'estiu. Per contra, s'ha produït un descens de les visites al mirador de Colom, de magnitud similar, que ha quedat gairebé en 110.000. Quant als **espais d'interès arquitectònic**, el castell de Montjuïc incrementa les visites un 16,1%, fins a 670.526.

Els **transportos singulars**, utilitzats principalment (o exclusivament) amb finalitats turístiques, han experimentat una davallada del 3% en el nombre d'usuaris. Això es deu sobretot al Barcelona Bus Turístic, el qual, malgrat que el passatge s'ha reduït un 6,9% respecte del 2014, continua sent un mitjà molt utilitzat per a conèixer la ciutat, amb 1,79 milions d'usuaris. D'altres sistemes experimenten caigudes o increments modestos, com és el cas del Telefèric de Montjuïc, amb un creixement de l'1,3%. Molt probablement, l'alt grau de repetició del turista que visita Barcelona té a veure amb l'evolució d'aquestes variables.

En resum, el nombre de visitants a llocs d'interès turístic va assolir la xifra de 32,67 milions, un 1,6% superior a la del 2014. Els espais d'interès arquitectònic, com la Sagrada Família o el Park Güell, han estat el principal motor de creixement, amb un augment del nombre de visitants d'un 7%. Aquesta important contribució ha permès compensar l'efecte negatiu de la caiguda de visitants a museus i col·leccions (-1%), així com la dels transportos singulars (-3%).

Visitants als llocs d'interès

Visitantes en los lugares de interés

Visitor numbers for places of interest

			1994	2000	2014	2015
1	EIA Pr	Basílica de la Sagrada Família	700.000	1.420.087	3.260.880	3.722.540
2	EIA P	Park Güell	-	-	2.598.732	2.761.436
3	MC Pr	Museu FC Barcelona	538.077	1.156.090	1.530.484	1.785.903
4	MC Pr	L'Aquàrium de Barcelona	-	1.563.493	1.590.420	1.549.480
5	MC P	El Born Centre Cultural	-	-	1.894.400	1.486.228
6	EIA P	Poble Espanyol de Barcelona	1.421.396	1.478.546	1.236.664	1.221.647
7	MC P	Museu Picasso	711.103	1.026.549	919.814	1.008.125
8	MC P	Parc Zoològic de Barcelona	1.025.172	930.000	1.057.188	1.004.069
9	EIA Pr	Casa Batlló	-	-	930.000	992.126
10	EIA P	La Pedrera	-	1.386.721	932.356	990.112
TOTAL TOP 10			4.395.748	8.961.486	15.950.938	16.521.666

> 3 milions

> 1 milió

Font: Institut de Cultura de Barcelona de l'Ajuntament de Barcelona i els equipaments.

Fuente: Institut de Cultura de Barcelona del Ayuntamiento de Barcelona y los equipamientos.

Source: Institut de Cultura de Barcelona of Barcelona City Council and the facilities themselves.

Nota: Sistema de recompte diferent al 1994 i 2000. P: públic; Pr: privat

Nota: Sistema de recuento diferente en el 1994 y el 2000. P: público; Pr: privado

Note: Different data collection system in 1994 and 2000. P: public; Pr: private

Museus i col·leccions (MC)
Museos y colecciones (MC)
Museums and collections (MC)

	1994	2000	2014	2015
1 Museu FC Barcelona	538.077	1.156.090	1.530.484	1.785.903
2 L'Aquàrium de Barcelona	-	1.563.493	1.590.420	1.549.480
3 El Born Centre Cultural	-	-	1.894.400	1.486.228
4 Museu Picasso	711.103	1.026.549	919.814	1.008.125
5 Parc Zoològic de Barcelona	1.025.172	930.000	1.057.188	1.004.069
6 Museu d'Història de Barcelona. MUHBA	168.876	235.975	973.034	916.517
7 CosmoCaixa Barcelona	419.709	262.561	739.649	733.778
8 Museu Nacional d'Art de Catalunya. MNAC	-	368.063	718.230	717.211
9 Fundació Joan Miró	236.196	497.295	489.928	451.559
10 Museu d'Art Contemporani de Barcelona. MACBA	-	173.098	324.425	321.366
11 Museu Egipci de Barcelona	16.991	170.340	257.537	253.931
12 Museu Marítim de Barcelona. MMB	104.912	249.830	318.823	219.115
13 Museu del Disseny de Barcelona	-	-	60.808	216.792
14 Fundació Fran Daurel	-	-	209.223	212.358
15 Museu de Cera de Barcelona	180.560	189.265	199.420	189.320
16 Museu Blau	64.709	61.501	207.737	180.236
17 Museu d'Història de Catalunya	-	152.648	154.506	147.207
18 Museu dels Autòmats del Tibidabo	-	-	129.076	140.221
19 Museu de la Xocolata	-	-	136.384	138.335
20 Museu Europeu d'Art Modern de Barcelona. MEAM	-	-	85.000	83.610
21 Reial Monestir de Santa Maria de Pedralbes	-	-	65.750	76.355
22 Museu de l'Eròtica	-	44.638	63.167	69.643
23 Museu de la Música	-	-	39.930	66.092
24 Museu Olímpic i de l'Esport Joan Antoni Samaranch	49.586	45.463	59.012	57.504
25 Fundació Antoni Tàpies	55.338	79.783	66.058	47.967
26 Museu d'Idees i Invents de Barcelona. MIBA	-	-	42.510	45.890
27 Scòpic Miniatur Barcelona	-	-	-	39.230
28 Museu Frederic Marès	26.682	23.470	38.811	38.707
29 Museu d'Arqueologia de Catalunya	36.472	26.983	32.568	35.351
30 Museu del Modernisme Català	-	-	21.533	21.805
31 Can Framis. Fundació Vila Casas	-	-	14.278	14.486
32 Hash Marihuana Cànyem & Hemp Museum	-	-	10.992	12.558
33 Museu de la Moto	-	-	10.487	10.141
34 Fundació Suñol	-	-	11.468	9.842
35 Fundació Foto Colectània	-	-	8.311	8.931
36 Museu Geològic del Seminari de Barcelona	-	-	3.850	4.967
37 Museu del Perfum. Fundació Planas Giralt	-	-	3.465	2.818
Altres*	0	94.729	5.251	-
Total MC	3.634.383	7.446.503	12.498.778	12.317.648

Font: Institut de Cultura de Barcelona del Ajuntament de Barcelona i els equipaments
Fuente: Institut de Cultura de Barcelona del Ayuntamiento de Barcelona y los equipamientos
Source: Institut de Cultura de Barcelona of Barcelona City Council and the facilities themselves

Nota: Sistema de recompte diferent al 1994 i 2000
Nota Sistema de recuento diferente en el 1994 y el 2000
Note: Different data collection system in 1994 and 2000

*Altres: Tancats o sense dades al 2015 / Cerrados o sin datos en 2015 / Closed or without data on 2015. Col·lecció de Carrosses Fúnebres, Museu de la Ceràmica, Museu Barbier Muller d'Art Precolombí i/y/and Museu del Mamut.

Centres d'exposicions (CE)
Centros de exposiciones (CE)
Exhibition centers (CE)

	1994	2000	2014	2015
1 CaixaForum Barcelona	162.821	344.097	775.068	775.020
2 Palau Robert	-	-	810.000	715.000
3 Centre de Cultura Contemporània de Barcelona. CCCB	250.394	378.145	426.935	383.866
4 Arts Santa Mònica	-	-	139.827	173.680
5 Fundación MAPFRE - Sala de exposiciones Garriga Nogués	-	-	-	159.767
6 La Virreina. Centre de la Imatge	-	-	137.959	155.358
7 La Capella	-	-	55.600	57.443
8 Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona	-	-	32.190	43.643
9 Exposicions a l'Arxiu Fotogràfic de Barcelona	-	-	12.294	12.883
10 Centre Art Contemporani de Barcelona Fabra i Coats	-	-	7.462	9.223
11 Espais VolART i VolART2 Fundació Vila Casas	-	-	5.151	3.367
Total CE	413.215	722.242	2.402.486	2.489.250

Espais de Lleure (ELL)
Espacios de Ocio (ELL)
Leisure areas (ELL)

	1994	2000	2014	2015
1 Parc d'Atraccions Tibidabo	706.418	405.231	618.741	682.939
2 Parc del Laberint (entrades venudes)	-	127.129	232.587	226.336
3 Mirador de Colom	124.884	103.500	130.780	109.727
Altres*	-	818.707	9.142	-
Total ELL	831.302	1.454.567	991.250	1.019.002

*Altres: Tancats o sense dades al 2015 / Cerrados o sin datos en 2015 / Closed or without data on 2015. Imax i / y / and Torre de Collserola

Espais d'Interès Arquitectònic (EIA)
Espacios de interés arquitectónico (EIA)
Architectural interest areas (EIA)

	1994	2000	2014	2015
1 Basílica de la Sagrada Família	700.000	1.420.087	3.260.880	3.722.540
2 Park Güell	-	-	2.598.732	2.761.436
3 Poble Espanyol de Barcelona	1.421.396	1.478.546	1.236.664	1.221.647
4 Casa Batlló	-	-	930.000	992.126
5 La Pedrera	-	1.386.721	932.356	990.112
6 Castell de Montjuïc	-	-	577.639	670.526
7 Espais Patrimonials del MUHBA	-	-	387.038	379.434
8 Casa-Museu Gaudí (Park Güell)	-	-	320.000	322.603
9 Palau Güell	-	-	272.871	261.167
10 Recinte Modernista de Sant Pau	-	-	305.323	235.207
11 Palau de la Música Catalana (visites limitades)	-	-	183.533	195.260
12 Pavelló Mies van der Rohe	-	-	86.047	86.488
13 Gran Teatre del Liceu (rutes guiades)	-	37.526	31.153	38.683
Altres*	-	-	1.390	-
Total EIA	2.121.396	4.322.880	11.123.626	11.877.229

*Altres: Tancats o sense dades al 2015 / Cerrados o sin datos en 2015 / Closed or without data on 2015. Pavellons Güell

Transports singulars (TS)
Transportes singulares (TS)
Non common transport (TS)

	1994	2000	2014	2015
1 Barcelona Bus Turístic	123.800	873.611	1.919.203	1.786.949
2 Telefèric de Montjuïc	-	444.899	1.328.468	1.345.621
3 Barcelona City Tour	-	-	915.860	968.322
4 Funicular del Tibidabo	-	170.456	430.806	403.721
5 Las Golondrinas	-	-	335.297	293.543
6 Tramvia Blau	-	180.849	207.718	171.046
Total	123.800	1.669.815	5.137.352	4.969.202

Llocs d'interès
Lugares de interés
Places of interest

	1994	2000	2014	2015
Total Museus i col·leccions (MC)	3.634.383	7.446.503	12.498.778	12.317.648
Total Centres d'exposicions (CE)	413.215	722.242	2.402.486	2.489.250
Total Espais de lleure (ELL)	831.302	1.454.567	991.250	1.019.002
Total Espais d'Interès Arquitectònic (EIA)	2.121.396	4.322.880	11.123.626	11.877.229
Total Transports singulars (TS)	123.800	1.669.815	5.137.352	4.969.202
Total	7.124.096	15.616.007	32.153.492	32.672.331

Font tota la pàgina: Institut de Cultura de Barcelona del Ajuntament de Barcelona i els equipaments
Fuente toda la página: Institut de Cultura de Barcelona del Ayuntamiento de Barcelona y los equipamientos
The whole page source: Institut de Cultura de Barcelona of Barcelona City Council and the facilities themselves
Nota tota la pàgina: Sistema de recompte diferent al 1994 i 2000
Nota toda la página: Sistema de recuento diferente en el 1994 y el 2000
The whole page note: Different data collection system in 1994 and 2000

Instal·lacions i consum cultural i de lleure 2015

Instalaciones y consumo cultural y de ocio 2015

Cultural and leisure facilities and consumption 2015

66

Nombre de museus i espais d'exposicions amb > 26 milions de visitants
 Número de museos y espacios de exposiciones con > 26 millones de visitantes
 Number of museums and exhibition centers with > 26 millions visitors

40

Biblioteques públiques (Biblioteques de Barcelona) amb 6.175.624 visites
 Bibliotecas públicas (Bibliotecas de Barcelona) con 6.175.624 visitas
 Public Libraries (Barcelona's Libraries) with 6,175,624 visits

57

Salas i espais singulars d'arts escèniques amb 2.421.229 espectadors
 Salas y espacios singulares de artes escénicas con 2.421.229 espectadores
 Halls and non common spaces for stage arts with 2,421,229 spectators

3

Grans auditoris (L'Auditori, Palau de la Música Catalana i Gran Teatre del Liceu) amb 1.008.700 espectadors
 Grandes auditorios (L'Auditori, Palau de la Música Catalana y Gran Teatre del Liceu) con 1.008.700 espectadores
 Large auditoriums (L'Auditori, Palau de la Música Catalana and Gran Teatre del Liceu) with 1,008,700 spectators

185

Festivals i fires culturals amb > 2,3 milions d'assistents
 Festivales y ferias culturales con > 2,3 millones de asistentes
 Festivals and cultural fairs with > 2.3 millions assistents

86

Jardins i parcs urbans
 Jardines y parques urbanos
 Urban gardens and parks

Font/ Institut de Cultura de Barcelona. Ajuntament de Barcelona.
 Fuente/ Institut de Cultura de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona.
 Source/ Institut de Cultura de Barcelona. Barcelona City Council.

Espectadors a esdeveniments esportius 2015

Espectadores en acontecimientos deportivos 2015

Spectators at sporting events 2015

> 3.575.000

Espectadors
 Espectadores
 Spectators

Font/ Fuente / Source: Programa Barcelona Sports de Turisme de Barcelona / Barcelona Sports Programme of Turisme de Barcelona.
 Top 5: Campionat de Futbol de Primera Divisió (FC Barcelona), Campionat de Futbol de Primera Divisió (RCD Espanyol), Zurich Marató de Barcelona, Fórmula 1 Gran Premio de España Pirelli i/ y/ and Gran Premi Monster Energy de Catalunya de MotoGP.

Aspectes de sostenibilitat mediambiental a la ciutat 2014

Aspectos de sostenibilidad medioambiental en la ciudad 2014

Aspects of environmental sustainability in the city 2014

7 m²/habitant

Verde urbà per càpita*
 Verde urbano por cápita*
 Urban green space per capita*

55,60 %

Desplaçaments a peu i en bicicleta**
 Desplazamientos a pie y en bicicleta**
 Trips on foot and by bicycle**

116,0 Km

Carril bici
 Carril bici
 Cycle lanes

*Font/ Fuente / Source: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona. Anuari estadístic 2015.

**Font/ Fuente / Source: Dades bàsiques de mobilitat 2014. Ajuntament de Barcelona / Datos básicos de movilidad 2014. Ayuntamiento de Barcelona / Basic mobility data 2014. Barcelona City Council.

Biosphere World Class Destination



El 2011 Barcelona va obtenir la certificació Biosphere. Es va renovar el 2014 per un període de tres anys.

En 2011 Barcelona obtuvo el certificado Biosphere. En 2014 fue renovado por un período de tres años.

In 2011 Barcelona obtained the Biosphere certification. In 2014 it was renewed for three years more.



**PRODUCTES, SERVEIS I MEMBRES
DE TURISME DE BARCELONA**
PRODUCTOS, SERVICIOS Y MIEMBROS
DE TURISME DE BARCELONA
PRODUCTS, SERVICES AND MEMBERS
OF TURISME DE BARCELONA

En conjunt, el nombre d'usuaris de productes turístics que gestiona totalment o parcial Turisme de Barcelona s'ha situat en 2.058.941, un 7,7% inferior al del 2014. El principal factor explicatiu d'aquest descens ha estat la reducció del nombre de passatgers al Barcelona Bus Turístic, encara que també es detecten caigudes en productes més madurs, com la Barcelona Card (-14,7%) o el mirador de Colom (-16,1%). Malgrat això, cal destacar que la valoració del Barcelona Bus Turístic i de la Barcelona Card continua sent força bona: se situaria en un notable alt. Així mateix s'observa una evolució molt favorable en el nombre d'usuaris de productes, com el Catalunya Bus Turístic, que aquest any ha incrementat el nombre d'usuaris un 19,1%.

Al llarg del 2015, Turisme de Barcelona ha atès 4.264.368 consultes pels diferents canals que té establerts (punts d'informació, telèfon, correu electrònic, etc.). Les cabines han estat el mitjà més emprat (un 55,1% del total), seguides de les oficines. D'aquestes últimes, la més utilitzada és la de l'aeroport, amb 697.355 consultes, seguida de la de la plaça de Catalunya, amb 582.315 consultes.

Turisme de Barcelona va comptar amb 1.440 membres l'any 2015 en els diferents programes o serveis que ofereix, una xifra netament superior al nombre de membres del 2014, que fou de 951. Aquesta diferència s'explica sobretot per la inclusió del programa «Barcelona és molt més», que amb 460 membres és el més important quantitativament. El segueixen el Barcelona Convention Bureau, amb 315 membres, i el *Barcelona Shopping Line*, amb 188 membres. Altres programes importants són el «Barcelona gastronomia» i el «Barcelona cultura i lleure». Cal destacar que un 8,5% de les empreses participants són membres de més d'un programa o servei de Turisme de Barcelona.

7.1 PRODUCTES
PRODUCTOS
PRODUCTS

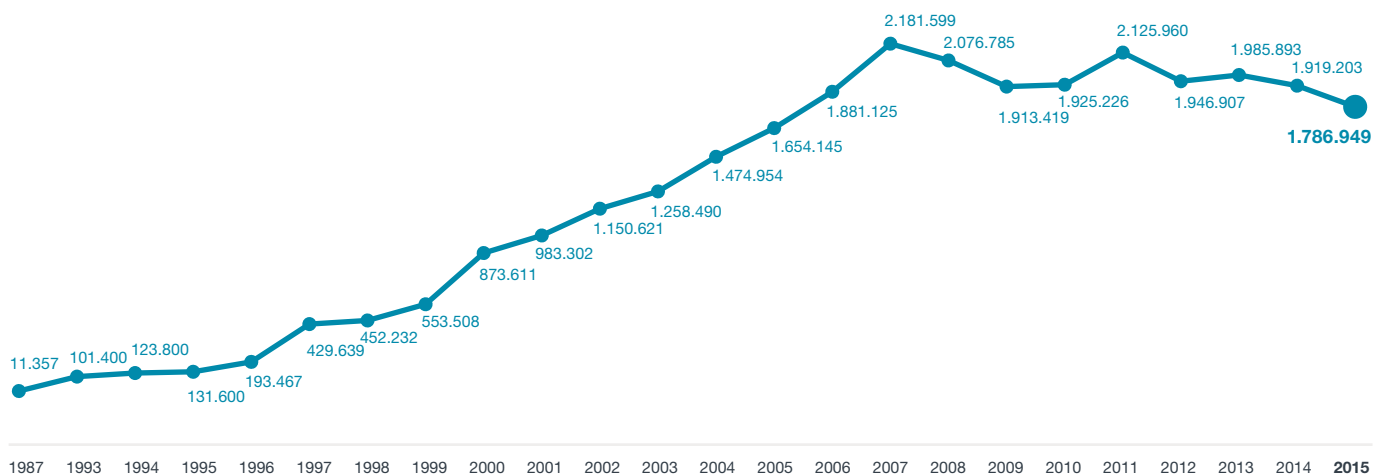
Nombre d'usuaris
Número de usuarios
Number of clients

	1995	2000	2005	2010	2014	2015	% Var. 15/14
Barcelona Bus Turístic	131.600	873.611	1.654.145	1.925.226	1.919.203	1.786.949	-6,9%
Barcelona Card	-	23.429	100.853	130.777	133.145	113.542	-14,7%
Mirador de Colom	134.766	103.500	169.452	127.682	130.780	109.727	-16,1%
Catalunya Bus Turístic	-	-	5.936	20.542	22.409	26.695	19,1%
Barcelona Walking Tours	-	4.253	15.496	16.941	14.278	12.857	-10,0%
Barcelona Bus Turístic Nit	-	-	-	5.994	7.647	7.715	0,9%
Audioguia La Barcelona de Gaudí	-	-	-	142	778	751	-3,5%
Audioguia La Barcelona Medieval	-	-	-	-	339	329	-2,9%
Audioguia 22@Barcelona, el districte de la innovació	-	-	-	-	82	214	161,0%
Arqueoticket	-	-	-	312	217	109*	-49,8%
Barcelona Metrowalks	-	-	-	231	141	53	-62,4%
TOTAL PRODUCTES TURÍSTICS	266.366	1.004.793	1.945.748	2.227.537	2.230.014	2.058.941	-7,7%

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona.

*Canvi en la metodologia de comercialització, producte online.

Evolució dels usuaris del Barcelona Bus Turístic
Evolución de los usuarios del Barcelona Bus Turístic
Annual Barcelona Bus Turístic user figures

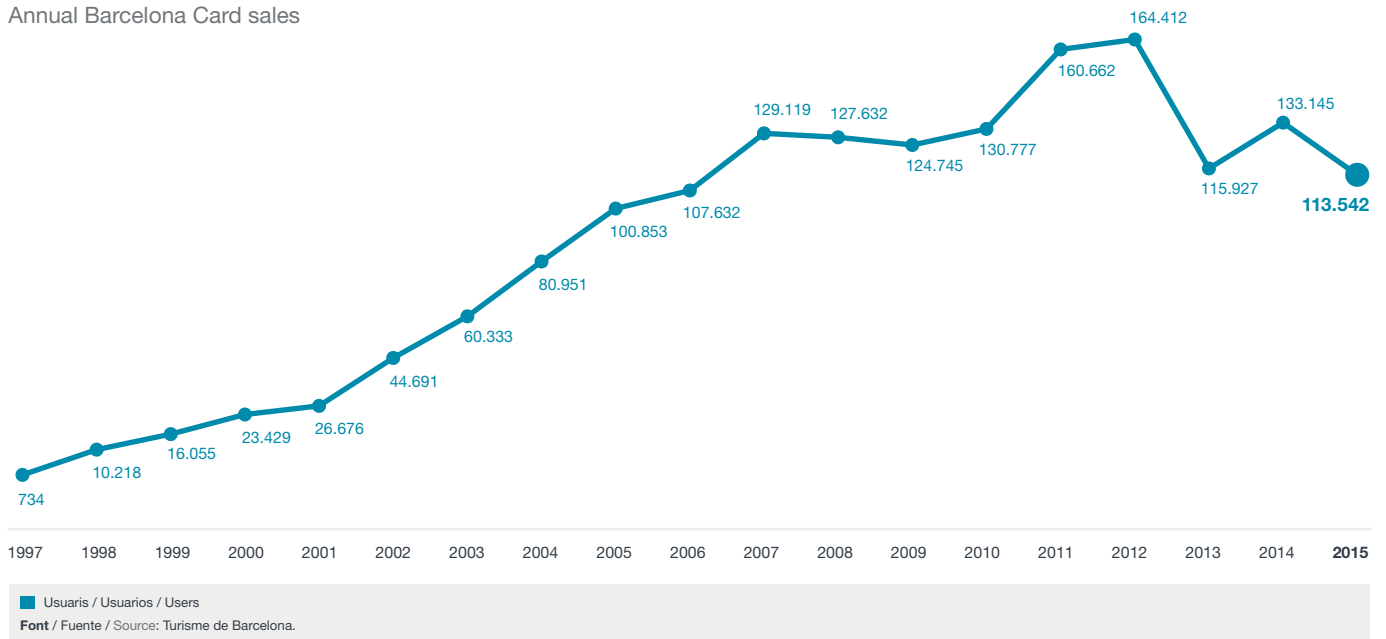


■ Usuaris / Usuarios / Users

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona.

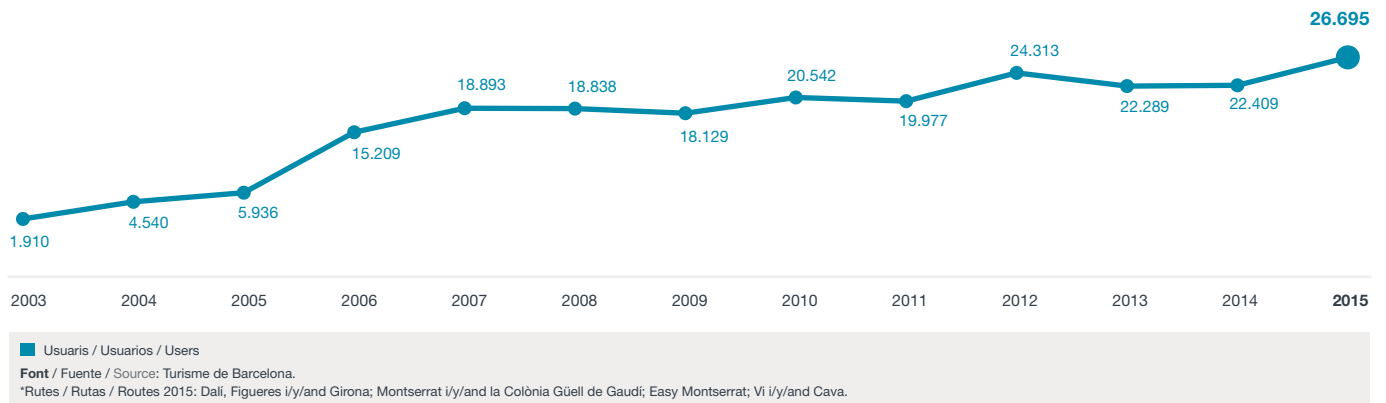
Evolució de Barcelona Card venudes

Evolución de Barcelona Card vendidas
 Annual Barcelona Card sales



Evolució dels usuaris del Catalunya Bus Turístic*

Evolución de los usuarios del Catalunya Bus Turístic
 Annual Catalunya Bus Turístic user figures



Valoració dels productes i serveis de Turisme de Barcelona (escala del 0 al 10)*

Valoración de los productos y servicios de Turisme de Barcelona (escala del 0 al 10)*
 Evaluation of products and services of Turisme de Barcelona (on a scale of 0 to 10)*

	Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels						Total turistes** Total turistas** All tourists**	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2014	2015
Barcelona Bus Turístic	8,2	8,1	8,7	8,6	8,3	8,3	8,3	8,2
Xarxa de punts d'informació	8,3	8,7	8,6	8,7	8,2	8,2	8,1	8,2
visitbarcelona.com***	8,0	7,8	8,1	8,0	8,0	8,0	7,9	8,0
Barcelona Card	8,2	8,4	8,7	8,5	7,6	8,1	7,5	7,9

Font: 2013 i anterior: "Enquesta a turistes" Instituto DYM per a Turisme de Barcelona Estadístiques oficials. 2014-2015: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona
 Fuente: 2013 y anterior: "Encuesta a turistas" Instituto DYM para Turisme de Barcelona. Estadística oficial. 2014-2015: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona. Ayuntamiento de Barcelona
 Source: 2013 and earlier: "Tourist survey" Instituto DYM for Turisme de Barcelona. Official statistics. 2014-2015: Survey of Tourism of Barcelona. Barcelona City Council
 * 2013 i anteriors: Escala de 1 a 10 / 2013 y anteriores: Escala de 1 a 10 / 2013 and earlier: on a scale of 1 to 10
 ** Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourist in all kind of accommodation
 *** 2014 i anteriors: barcelonaturisme.com / 2014 y anteriores: barcelonaturisme.com / 2014 and earlier: barcelonaturisme.com

7.2 SERVEIS SERVICIOS SERVICES

Nombre de visitants Número de visitantes Number of visitors

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% Var. 15/14
visitbarcelona.com	1.763.258	2.379.241	2.595.698	3.608.701	3.633.297	3.478.951	-4,2

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona.
 2014 i anteriors: barcelonaturisme.com / 2014 y anteriores: barcelonaturisme.com / 2014 and earlier: barcelonaturisme.com

Nombre de consultes i persones als punts d'informació turística 2015 Número de consultas y personas en los puntos de información turística 2015 Number of enquiries and people at tourist information points 2015

		Consultes Consultas Enquiries	%	Persones Personas People	%
Total Cabines* Cabines* Information points*		2.350.222	55,1	1.922.306	54,3
Oficines Oficinas Offices	Pl. Catalunya	582.315	13,7	459.680	13,0
	Aeroport**	697.355	16,4	615.402	17,4
	Sants	220.301	5,2	185.302	5,2
	Moll Adossat***	222.304	5,2	193.401	5,5
	Pl. Sant Jaume	119.040	2,8	96.202	2,7
Telèfon turístic Teléfono turístico Call centre		20.538	0,5	18.155	0,5
Correu electrònic Correo electrónico E-mail		49.298	1,2	44.918	1,3
Correu Correo Mail		2.995	0,1	2.229	0,1
TOTAL		4.264.368	100,0	3.537.595	100,0

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona.
 *Cabines: Estació de Sants, Sagrada Família, Sagrada Família 2, Bergara, Cabina Nord, Cabina Sud, Cabina Estació del Nord, Rambla (fins febrer/ hasta febrero/ until February), Plaça Espanya, Col·legi d'Arquitectes, Triangle, Glories (des de Març/ desde Marzo/ since March), Liceu (des de Juny/ desde Junio/ since June) i/ y/ and Jamón Experience (des de Julio/ desde Julio/ since July)
 **Aeroport. Terminal 1 i 2
 ***Moll Adossat: Mostrador WTC nord i sud, i terminals A,B,C i D. Obert els dies d'escales de creuers / Abierto los días de escalas de cruceros / Open during transit calls

BCNSHOP. Principals mercats
BCNSHOP. Principales mercados
BCNSHOP. Main markets

	% Total	% Var. 15/14
1 Itàlia / Italy	33,8	94,4
2 França / France	12,3	-13,7
3 Estat Espanyol / Spain	7,5	-22,5
4 Estats Units / United States	6,2	-12,1
5 Regne Unit / United Kingdom	6,1	-12,1
6 Països Baixos / Netherlands	3,7	78,9
7 Bèlgica / Belgium	3,3	8,5
8 Alemanya / Germany	2,6	-32,4
9 Brasil / Brazil	2,4	41,0
10 Canadà / Canada	1,9	-14,6
Total Top 10	79,8	17,0
TOTAL	100,0	10,1

Font / Fuente / Source: Barcelonatickets de Turisme de Barcelona.

Nota: Comptabilitzades les transaccions realitzades al Barcelonatickets. Només es contemplen aquelles que han estat abonades i no s'ha procedit a una devolució després de la compra
Nota: Contabilizadas las transacciones realizadas en la Barcelonatickets. Sólo se contemplan aquellas transacciones abonadas y que no se ha procedido devolución después de su compra
Note: Only the number of transactions made in Barcelonatickets where taken into account. There are just included the ones that have been paid as well as the ones that haven't been returned.

7.3 1440 MEMBRES DE TURISME DE BARCELONA
1440 MIEMBROS DE TURISME DE BARCELONA
1440 MEMBERS OF TURISME DE BARCELONA

Programa o servei de Turisme de Barcelona
Programa o servicio de Turisme de Barcelona
Programme or service of Turisme de Barcelona

	Membres* Miembros* Members*
Barcelona és molt més	460
Barcelona Convention Bureau	315
Barcelona Shopping Line	188
Barcelona Gastronomia	168
Barcelona Cultura i Lleure	155
Barcelonatickets	63
Barcelona Premium	45
Barcelona Sustainable Tourism	27
Barcelona Pirineus Neu i Muntanya	18
Barcelona Mar	18
Barcelona Sports	17

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona.

*El 8,5% de les empreses són membres de més d'un programa o servei de Turisme de Barcelona. / El 8,5% de las empresas son miembros de más de un programa o servicio de Turisme de Barcelona. / 8,5% of the companies are members of more than one programme or service of Turisme de Barcelona.



**VALORACIÓ DE BARCELONA
DELS TURISTES**
VALORACIÓN DE BARCELONA
DE LOS TURISTAS
EVALUATION OF BARCELONA
OF TOURISTS

Barcelona obté una valoració de notable alt per part dels turistes que la visiten. La puntuació mitjana que li van atorgar l'any 2015 fou d'un 8,6 sobre 10, dues dècimes superior a la del 2014. Val a dir que no s'observen diferències substancials entre la valoració del conjunt dels turistes i la dels que pernocten en establiments hotelers.

Els aspectes més valorats de la ciutat continuen sent l'arquitectura, amb una qualificació d'excel·lent (9,1) i la cultura (8,8). En tots dos casos, la valoració ha augmentat tres dècimes respecte de l'any anterior. L'entreteniment, el transport públic, les infraestructures de transport i l'amabilitat de la gent són uns altres aspectes que obtenen una qualificació alta, amb puntuacions superiors a un 8 sobre 10.

Per contra, el nivell de soroll és l'aspecte que rep una puntuació més baixa: 6,8 punts en el cas dels turistes en general i 7 punts en el cas dels turistes que pernocten en hotels. Cal destacar que cap variable no rep una puntuació inferior a la de l'any anterior.

En el 2015 s'han introduït noves variables en l'enquesta, una de les quals és la relativa als horaris comercials. En concret, sembla que els turistes, tant els que pernocten en hotels com els que no, estan prou satisfets dels horaris actuals, ja que els donen una valoració de 8,2 i de 8,1, respectivament. Un altre aspecte sensible, com és la seguretat ciutadana, rep també una valoració força positiva (8,1 punts).

Per nacionalitats, els visitants procedents dels Estats Units, el Regne Unit i Itàlia són els que atorguen una millor puntuació global a la ciutat: un 8,9; en canvi, la puntuació més baixa prové del total dels turistes de l'Estat espanyol (8,3). Si fem una desagregació per aspectes, podem observar una certa homogeneïtat en la classificació de valoracions, ja que tots citen l'arquitectura i la cultura com els atributs més destacables de la ciutat i el nivell de soroll com l'aspecte més millorable, si bé la qualitat de l'aire presenta una diferència de valoració important entre els turistes estatals, que la puntuen baixa, i els de la resta del món, que la valoren millor. Aspectes sensibles com la seguretat ciutadana estan molt ben valorats pels visitants dels Estats Units, mentre que la senyalització obté una valoració de notable baix; molt semblantment fan els turistes francesos.

Si la desagregació es fa pel motiu del viatge, no s'observen diferències importants entre els qui visiten Barcelona per motius de lleure, per motius personals o per motius professionals. Es pot dir el mateix de la classificació de la valoració mitjana dels diferents atributs, que és força semblant, independentment del motiu del viatge del visitant (lleure, personal o professional). Únicament els aspectes de seguretat ciutadana mereixen una puntuació lleugerament inferior entre els visitants professionals, malgrat que la nota mitjana continua sent alta (7,9 punts).

Opinió sobre diferents aspectes de Barcelona (escala del 0 al 10)
Opinión sobre diferentes aspectos de Barcelona (escala del 0 al 10)
Opinion about different aspects of Barcelona (on a scale of 0 to 10)

	Turistes en hotels Turistas en hoteles Tourist in hotels		Total turistes* Total turistas* All tourists*	
	2014	2015	2014	2015
Arquitectura Arquitectura Architecture	8,8	9,1	8,8	9,1
Cultura Cultura Culture	8,5	8,8	8,5	8,8
Entreteniment Entretenimiento Entertainment	8,2	8,4	8,3	8,5
Transport públic Transporte público Public transport	8,3	8,4	8,3	8,4
Infraestructures de transport Infraestructuras de transporte Transport infrastructures	8,2	8,3	8,2	8,3
Caràcter i amabilitat de la gent Carácter y amabilidad de la gente Character and kindness of the local people	8,2	8,3	8,2	8,3
Oferta comercial Oferta comercial Shopping	7,9	8,3	7,8	8,2
Restauració (bars i restaurants) Restauración (bares y restaurantes) Bars and restaurants	-	8,2	-	8,2
La informació i les oficines de turisme La información y las oficinas de turismo Information and tourist information offices	-	8,2	-	8,2
Seguretat ciutadana Seguridad ciudadana Safety in the city	7,9	8,1	7,9	8,1
Els horaris comercials Los horarios comerciales Trading hours	-	8,2	-	8,1
Oferta hotelera i d'allotjaments Oferta hotelera y alojamientos Hotels and accommodation	7,9	8,1	7,8	8,0
Senyalització i accés al municipi (1) Señalización y acceso al municipio Signaling and acces to the municipality	7,6	7,9	7,7	8,0
Platges de Barcelona Playas de Barcelona Beaches of Barcelona	7,8	8,1	7,7	7,9
Neteja general Limpieza general General cleanliness	7,7	8,0	7,6	7,9
Accessibilitat per a les persones amb dificultats per moure's Accesibilidad para personas con movilidad reducida Accessible for people with reduced mobility	7,6	7,8	7,6	7,8
Qualitat de l'aire Calidad del aire Air quality	7,3	7,6	7,2	7,6
Nivell de soroll Nivel de ruido Level of noise	6,9	7,0	6,8	6,8
Valoració global Valoración global Global evaluation	8,4	8,6	8,4	8,6

▲ Valoració global 2015
▲ Valoración global 2015
▲ Global evaluation 2015

Font: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona 2014 i 2015. Ajuntament de Barcelona
Fuente: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona 2014 y 2015. Ayuntamiento de Barcelona
Source: Survey of Tourism of Barcelona 2014 & 2015. Barcelona City Council
(1) 2014: Senyalització i informació / Señalización e información / Signaling and information
*Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

Opinió dels turistes sobre diferents aspectes de Barcelona per nacionalitats (escala del 0 al 10)
Opinión de los turistas sobre diferentes aspectos de Barcelona por nacionalidades (escala del 0 al 10)
Opinion of tourists about different aspects of Barcelona by nationalities (on a scale of 0 to 10)

	Estat espanyol		EUA		Regne Unit		França		Itàlia		Alemanya	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Arquitectura Arquitectura Architecture	8,8	8,9	9,4	9,4	9,3	9,3	8,9	8,9	9,3	9,2	9,1	9,1
Cultura Cultura Culture	8,3	8,4	9,2	9,2	9,0	9,0	8,6	8,6	8,9	8,9	8,9	8,9
Entreteniment Entretenimiento Entertainment	8,1	8,3	8,7	8,7	8,3	8,5	8,3	8,4	8,6	8,7	8,6	8,5
Transport públic Transporte público Public transport	7,7	8,0	8,7	8,6	8,4	8,4	8,3	8,2	8,7	8,7	8,5	8,4
Infraestructures de transport Infraestructuras de transporte Transport infrastructures	7,8	8,0	8,6	8,5	8,3	8,3	8,2	8,2	8,6	8,5	8,2	8,2
Caràcter i amabilitat de la gent Carácter y amabilidad de la gente Character and kindness of the local people	7,6	7,7	8,8	8,5	8,7	8,6	8,3	8,2	8,7	8,6	8,5	8,5
Oferta comercial Oferta comercial Shopping	8,0	8,0	8,4	8,4	8,4	8,4	8,2	8,1	8,4	8,4	8,3	8,3
Restauració (bars i restaurants) Restauración (bares y restaurantes) Bars and restaurants	7,8	7,9	8,4	8,5	8,5	8,5	8,1	8,0	8,1	8,1	8,3	8,3
La informació i les oficines de turisme La información y las oficinas de turismo Information and tourist information offices	7,9	8,0	8,4	8,3	8,3	8,2	8,3	8,1	8,6	8,5	8,2	8,2
Seguretat ciutadana Seguridad ciudadana Safety in the city	7,7	7,7	8,4	8,4	7,9	7,9	8,2	8,2	8,3	8,2	8,0	8,0
Els horaris comercials Los horarios comerciales Trading hours	8,1	8,0	8,2	8,0	8,4	8,3	8,4	8,4	8,5	8,4	8,3	8,3
Oferta hotelera i d'allotjaments Oferta hotelera y alojamientos Hotels and accommodation	7,9	7,7	8,6	8,4	8,4	8,4	8,1	7,9	8,2	8,0	7,9	7,9
Senyalització i accés al municipi Señalización y acceso al municipio Signaling and acces to the municipality	7,6	7,8	7,9	7,7	7,9	8,0	7,7	7,8	8,2	8,2	7,7	7,9
Platges de Barcelona Playas de Barcelona Beaches of Barcelona	7,3	7,3	8,6	8,5	8,3	8,2	7,9	7,7	8,1	8,1	8,1	7,9
Neteja general Limpieza general General cleanliness	7,4	7,5	8,4	8,1	8,2	8,2	7,9	7,8	8,2	8,2	7,8	7,8
Accessibilitat per a les persones amb dificultats per moure's Accesibilidad para personas con movilidad reducida Accessible for people with reduced mobility	7,4	7,4	7,4	7,5	7,6	7,6	8,0	7,9	8,2	8,3	7,1	7,4
Qualitat de l'aire Calidad del aire Air quality	6,9	6,8	8,1	8,0	7,8	7,8	7,5	7,4	7,7	7,8	7,3	7,3
Nivell de soroll Nivel de ruido Level of noise	6,4	6,3	7,4	7,3	7,3	7,2	6,8	6,7	7,2	7,1	6,4	6,4
Valoració global Valoración global Global evaluation	8,2	8,3	8,9	8,9	8,9	8,9	8,4	8,4	8,8	8,9	8,6	8,6

Font: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona 2015. Ajuntament de Barcelona.
Fuente: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona 2015. Ayuntamiento de Barcelona.
Source: Survey of Tourism of Barcelona 2015. Barcelona City Council.

* Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.

Opinió dels turistes sobre diferents aspectes de Barcelona segons motiu de viatge (escala del 0 al 10)

Opinión de los turistas sobre diferentes aspectos de Barcelona según motivo de viaje (escala del 0 al 10)

Opinion tourists about different aspects of Barcelona according to purpose of visit (on a scale of 0 to 10)

	Vacances		Professional		Personal i altres	
	Hotel	Total*	Hotel	Total*	Hotel	Total*
Arquitectura Arquitectura Architecture	9,2	9,2	8,9	8,9	9,1	9,1
Cultura Cultura Culture	8,9	8,5	8,7	8,3	8,7	8,4
Entreteniment Entretenimiento Entertainment	8,5	8,5	8,3	8,3	8,3	8,4
Transport públic Transporte público Public transport	8,5	8,4	8,3	8,3	8,4	8,3
Infraestructures de transport Infraestructuras de transporte Transport infrastructures	8,4	8,4	8,2	8,2	8,1	8,2
Caràcter i amabilitat de la gent Carácter y amabilidad de la gente Character and kindness of the local people	8,4	8,4	8,3	8,2	8,2	8,0
Oferta comercial Oferta comercial Shopping	8,3	8,3	8,2	8,2	8,2	8,2
Restauració (bars i restaurants) Restauración (bares y restaurantes) Bars and restaurants	8,2	8,2	8,2	8,2	8,2	8,1
La informació i les oficines de turisme La información y las oficinas de turismo Information and tourist information offices	8,3	8,3	8,2	8,1	8,4	8,2
Seguretat ciutadana Seguridad ciudadana Safety in the city	8,2	8,1	7,9	7,9	8,1	7,9
Els horaris comercials Los horarios comerciales Trading hours	8,3	8,2	8,2	8,1	8,0	8,0
Oferta hotelera i d'allotjaments Oferta hotelera y alojamientos Hotels and accommodation	8,2	8,1	8,0	7,9	8,2	8,0
Senyalització i accés al municipi Señalización y acceso al municipio Signaling and acces to the municipality	7,9	8,0	7,8	7,8	8,0	8,0
Platges de Barcelona Playas de Barcelona Beaches of Barcelona	8,2	8,0	7,9	7,9	8,1	7,7
Neteja general Limpieza general General cleanliness	8,1	8,0	7,8	7,8	7,9	7,7
Accessibilitat per a les persones amb dificultats per moure's Accesibilidad para personas con movilidad reducida Accessible for people with reduced mobility	7,8	7,9	7,8	7,7	7,9	7,7
Qualitat de l'aire Calidad del aire Air quality	7,7	7,7	7,6	7,5	7,4	7,2
Nivell de soroll Nivel de ruido Level of noise	7,0	6,9	6,9	6,8	7,1	6,7
Valoració global Valoración global Global evaluation	8,7	8,7	8,5	8,5	8,7	8,6

Font: Enquesta a turistes ciutat de Barcelona 2015. Ajuntament de Barcelona.
 Fuente: Encuesta a turistas ciudad de Barcelona 2015. Ayuntamiento de Barcelona.
 Source: Survey of Tourism of Barcelona 2015. Barcelona City Council.

* Turistes en tot tipus d'allotjament / Turistas en todo tipo de alojamiento / Tourists in all kind of accommodation.



9

DEVOLUCIÓ DE L'IVA A EXTRACOMUNITARIS DEVOLUCIÓN DEL IVA A EXTRACOMUNITARIOS TAX REFUND TO NON-EU VISITORS

Durant el 2015, la despesa feta per turistes susceptibles d'obtenir una devolució de l'IVA a les oficines de Turisme de Barcelona ha pujat a 21,07 milions d'euros, un 1,6% menys que en l'any anterior. Al seu torn, les devolucions en efectiu també han disminuït lleugerament, fins a 2,76 milions d'euros. Cal tenir en compte que els turistes extracomunitaris poden sol·licitar la devolució de l'IVA si han fet una compra superior a 90,16 euros per establiment, amb un màxim de despesa de 4.500 euros. Turisme de Barcelona gestiona una part de les devolucions, juntament amb establiments com La Roca Village o l'aeroport de Barcelona - El Prat, que també en gestionen un gruix important.

Fetes aquestes consideracions, cal dir que el principal responsable de la minva que s'observa en les devolucions gestionades per Turisme de Barcelona en el 2015 ha estat Rússia, en què les despeses d'aquesta categoria s'han reduït un 58,8%, fins a 2,08 milions d'euros. Aquest fet ha convertit la Xina en el primer país pel que fa a despesa d'aquestes característiques, ja que les transaccions associades a turistes xinesos s'han incrementat un 42% respecte del 2014. Destaquen també els grans augments experimentats per transaccions de coreans (52,8%), argentins (133,3%) i nord-americans (72,3%). D'altra banda, cauen amb força les dutes a terme per turistes procedents del Brasil (-34,5%) o d'Ucraïna (-21,2%), fruit de la conjuntura econòmica d'aquests països.

	2013	2014	2015
Despesa (€)*			
Gasto*	20.466.058,13 €	21.423.488,79 €	21.072.365,03 €
Spending*			
Reemborsament en efectiu (€)*			
Reembolso en efectivo*	2.691.085,10 €	2.798.694,38 €	2.758.906,71 €
Cash refund*			

Font: Oficines de Turisme de Barcelona (Plaça Catalunya i Passatge de la Concepció)
Fuente: Oficinas de Turisme de Barcelona (Plaça Catalunya y Passatge de la Concepció)
Source: Turisme de Barcelona's offices (Plaça Catalunya and Passatge de la Concepció)
*Total Global Blue, Premier Tax Free i/y/ and Travel Tax Free.

País de procedència Pais de procedencia Origin Country			Despesa*
	2014	2015	Gasto* Spending* % Var. 14/15
1 Xina / China	1.680.851,31 €	2.387.007,42 €	42,0%
2 Fed. de Rússia / Russia	5.040.178,34 €	2.078.488,50 €	-58,8%
3 Rep. Corea / Rep. Korea	916.715,14 €	1.400.436,66 €	52,8%
4 Argentina / Argentina	568.175,99 €	1.325.802,99 €	133,3%
5 Estats Units / United States	579.232,96 €	997.828,14 €	72,3%
6 Israel / Israel	594.764,61 €	756.920,06 €	27,3%
7 Brasil / Brazil	881.262,22 €	577.424,86 €	-34,5%
8 Singapur / Singapore	458.502,96 €	433.156,95 €	-5,5%
9 Ucraïna / Ukraine	488.692,98 €	384.950,99 €	-21,2%
10 Taiwan / Taiwan	235.254,35 €	373.305,19 €	58,7%

Font / Fuente / Source: Global Blue

*Transaccions de Global Blue finalitzades i tramitades per Turisme de Barcelona/ Transacciones de Global Blue finalizadas y tramitadas por Turisme de Barcelona/ Completed Global Blue transactions, which has been done by Turisme de Barcelona

10

POSICIONAMENT INTERNACIONAL
POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL
INTERNATIONAL POSITIONING

El creixement sostingut de l'activitat turística ha posicionat Barcelona com a sisena ciutat europea receptora de turistes¹, immediatament per darrere de Madrid. Tanmateix, si la unitat de mesura són els turistes internacionals, Barcelona se situa com a quarta destinació europea, per darrere de Londres, París i Roma, ciutats que superen Barcelona en nombre d'habitants.

En evolució temporal, durant la darrera dècada, el nombre de turistes a Barcelona allotjats en hotels ha augmentat un 46,8% acumulat; així, és la tercera destinació dels deu principals d'Europa que ha experimentat menys creixement, tot just per davant de Londres (creix un 20%) i París, que és l'única ciutat que ha registrat un retrocés en aquest àmbit.

Si analitzem l'evolució de les pernoctacions en el 2015, observem que l'augment registrat a Barcelona (un 3,3% en hotels) ha quedat per sota del d'altres destinacions europees de referència. Han estat especialment importants els increments de pernoctacions a Estocolm (9,4%) i a Madrid (8,7%); en canvi, el creixement ha quedat en el 2,6% a Londres, la principal destinació europea, mentre que a París les pernoctacions s'han reduït un 2,1%.

En una perspectiva més global, Barcelona se situa al segon nivell de destinacions turístiques urbanes, darrere d'un clúster de ciutats com Hong Kong, Londres o Singapur. Segons el rànquing d'Euromonitor International, Barcelona se situaria en la vint-i-sisena posició mundial, just per darrere de Tòquio i per davant d'Amsterdam.

Barcelona es posiciona dins les principals ciutats en turisme de reunions. Segons la International Congress & Convention Association (ICAA), se situa en la tercera posició del rànquing² en el 2015, per darrere de Berlín i París, i puja dues posicions respecte a l'any anterior, i, d'acord amb la classificació de la Union of International Associations (UIA), se situa en novena posició, per darrere de Singapur, Brussel·les, Seül, París, Viena, Tòquio, Bangkok i Berlín.

1) En aquest rànquing no hi ha una unitat de mesura homogènia de turistes. En el cas de Barcelona, només es mesuren els turistes en hotels. En altres ciutats, com Londres, Berlín, o Viena, per exemple, s'hi inclouen també turistes en altres tipus d'establiments. En el cas de Londres, s'hi inclouen, a més, les visites allotjades en cases d'amics. Així mateix cal tenir en compte que, en el cas de Londres o de Viena, es pren l'àrea metropolitana com a unitat de mesura en comptes del terme municipal.

2) Aquesta classificació té en compte únicament les reunions amb rotació regular (almenys tres països) i un nombre mínim de cinquanta participants.

Rànquing de les principals ciutats turístiques europees

Ranking of las principales ciudades turísticas europeas

Ranking of principal European tourist cities

Turistes		2005	2015	% Var.
Turistas				
Tourists				
1	Londres*/**/**	24.592.570	29.600.000	20,4
2	París	15.399.820	15.239.185	-1,0
3	Berlín**	6.464.522	12.369.293	91,3
4	Roma **	6.789.750	11.257.492	65,8
5	Madrid	5.912.310	8.932.651	51,1
6	Barcelona	5.656.848	8.303.649	46,8
7	Viena*/**	4.088.415	7.045.284	72,3
8	Munic	4.122.156	6.951.984	68,6
9	Amsterdam	4.517.000	6.826.000	51,1
10	Praga**	4.108.565	6.605.776	60,8

Turistes internacionals		2005	2015	% Var.
Turistas internacionales				
International tourists				
1	Londres*/**/**	13.892.570	18.444.000	32,8
2	París	9.013.611	8.873.838	-1,6
3	Roma**	4.098.391	7.218.014	76,1
4	Barcelona	3.913.766	6.617.316	69,1
5	Praga**	3.725.180	5.714.835	53,4
6	Amsterdam	3.894.000	5.474.000	40,6
7	Viena*/**	3.222.041	5.464.096	69,6
8	Berlín**	1.956.645	4.864.773	148,6
9	Madrid	2.610.882	4.477.570	71,5
10	Budapest**	2.165.062	3.249.430	50,1

Font / Fuente / Source: Turisme de Barcelona a partir del TourMIS (ECM) i altres fonts. / Turisme de Barcelona a partir de datos del TourMIS (ECM) y otras fuentes. / Turisme de Barcelona based on data provided by TourMIS (ECM) and other sources.

Nota / Nota / Note: Londres i/ y/ and Rome: estimació/ estimación/ estimated

*Ciutat i àrea metropolitana / ciudad y área metropolitana / city and metropolitan area.

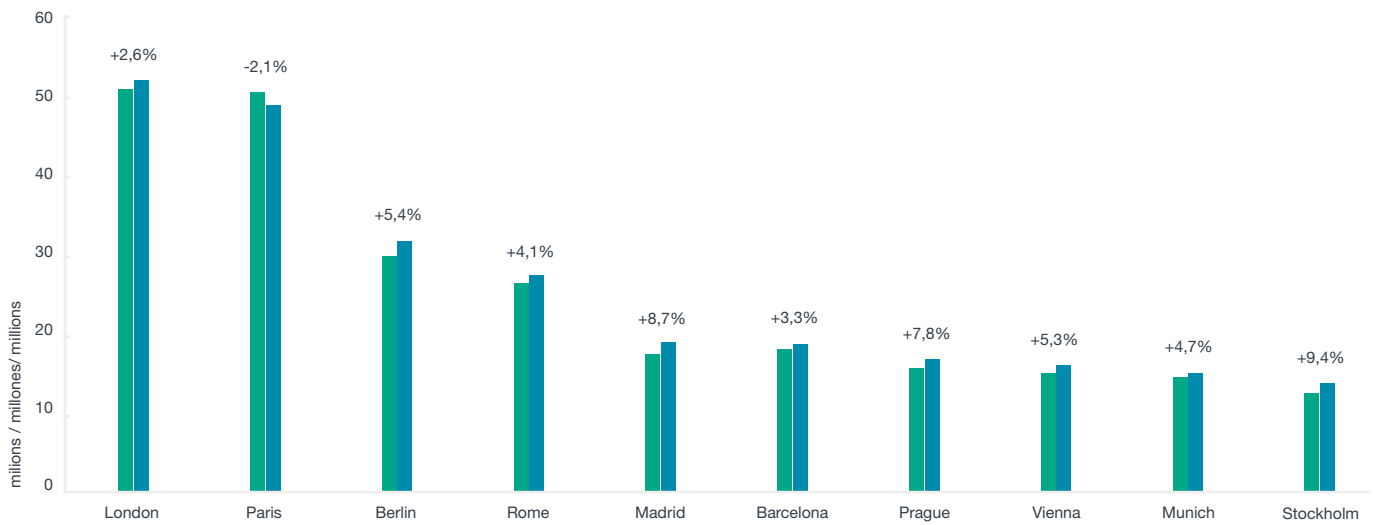
**Hotels i altres tipus d'allotjament de pagament / hoteles y otros tipos de alojamiento de pago / hotels and other types of paid accommodation.

***Inclou visites a amics i familiars / incluye visitas a amigos y familiares / visits to friends and relatives included.

Pernotacions en ciutats europees

Pernotaciones en ciudades europeas

Total number of overnights in European cities



■ 2014 ■ 2015

Font / Fuente / Source: European Marketing Benchmarking Report, www.europeancitiesmarketing.com. Dades provisionals / Datos provisionales / Provisional Data

Rànquing Euromonitor Internacional de destinacions urbanes

Ranking Euromonitor Internacional de destinos urbanos

Euromonitor International's top city destinations ranking

1 Hong Kong	6 Macau	11 Kuala Lumpur	16 Guangzhou	21 Praga	26 Barcelona
2 Londres	7 Dubai	12 Antalya	17 Phuket	22 Las Vegas	27 Amsterdam
3 Singapur	8 Shenzhen	13 Seül	18 Miami	23 La Mecca	28 Viena
4 Bangkok	9 Nova York	14 Roma	19 Pattaya	24 Milà	29 Los Angeles
5 París	10 Istanbul	15 Taipei	20 Xangai	25 Tòquio	30 Venècia

Font / Fuente / Source: Euromonitor International (arribades de turisme internacional / llegadas de turismo internacional / international tourist arrivals).

Rànquing ICCA - Turisme de reunions (2015)

Ranking ICCA - Turismo de reuniones (2015)

ICCA Ranking - Meetings tourism (2015)

ICCA (International Congress & Convention Association)

	Nombre de reunions Número de reuniones Number of meetings
1 Berlín	195
2 París	186
3 Barcelona	180
4 Viena	178
5 Londres	171
6 Madrid	171
7 Singapur	156
8 Istambul	148
9 Lisboa	145
10 Copenhagen	138

Font / Fuente / Source: ICCA

Nota: Rotació regular (com a mínim de tres països) i mínim 50 participants.
 Nota: Rotación regular (como mínimo de tres países) y mínimo 50 participantes.
 Note: Regular rotation (at least three countries) and minimum of 50 participants.

Rànquing UIA - Turisme de reunions (2015)

Ranking UIA - Turismo de reuniones (2015)

UIA Ranking - Meetings tourism (2015)

UIA (Union of International Associations)

	Nombre de reunions Número de reuniones Number of meetings
1 Singapur	736
2 Brussel·les	665
3 Seul	494
4 París	362
5 Viena	308
6 Tokyo	249
7 Bangkok	242
8 Berlín	215
9 Barcelona	187
10 Geneva	172

Font / Fuente / Source: Union of International Associations - "International Meetings Statistics Report for the year 2015".

Ciutats segons despesa de visitants internacionals (2015)

Ciudades según gasto de visitantes internacionales (2015)

Destination cities by international overnight visitor spend (2015)

1 Londres	3 París	5 Singapur	7 Bangkok	9 Dubai
2 Nova York	4 Seul	6 Barcelona	8 Kuala Lumpur	10 Istambul

Font / Fuente / Source: Mastercard. Global Destination Cities Index.

Principals ports de creuers del món. Ports base (2014)

Principales puertos de cruceros del mundo. Puertos base (2014)

Principal cruise ports worldwide. Homeports (2014)

Port Puerto Port	Passatgers Pasajeros Passengers
1 Miami	4.770.000
2 Port Everglades	3.880.000
3 Port Canaveral	3.860.000
4 Barcelona	2.364.000
5 Venice	1.734.000
6 Southampton	1.570.000
7 Galveston	1.280.000
8 New York	1.180.000
9 Shanghai	1.152.000
10 Long Beach	1.100.000

Font / Fuente / Source: Cruise Insight. Autumn 2015.

Passatgers internacionals als aeroports d'Europa (2015)

Pasajeros internacionales en los aeropuertos de Europa (2015)

International passengers through airports in Europe (2015)

Aeroport Aeropuerto Airport	Passatgers Pasajeros Passengers	Var 15/14 %
1 Londres Heathrow	69.816.491	2,5
2 París CDG	60.369.798	3,0
3 Amsterdam	58.245.545	6,0
4 Frankfurt	53.994.154	2,4
5 Istambul	42.302.859	11,1
6 Londres Gatwick	36.667.769	6,4
7 Madrid	33.787.171	14,1
8 Munic	31.313.329	3,5
9 Barcelona	29.077.820	6,7
10 Roma	28.280.267	5,4

Font / Fuente / Source: Airports Council International



L'ENTORN DE BARCELONA
EL ENTORNO DE BARCELONA
BARCELONA'S SURROUNDINGS

L'impuls de l'activitat turística en moltes poblacions de l'entorn de la ciutat ha estat derivada de la sinergia entre la valoració dels atractius turístics que ofereix el territori de la província de Barcelona i la creixent consolidació de la ciutat de Barcelona com a destinació turística. El compromís públic i privat de molts d'aquests municipis i una estratègia de promoció creixent han permès desenvolupar una proposta turística cada vegada més competitiva i complementària a la de la ciutat.

Pel que fa al **nombre de turistes** que han fet una pernoctació a les comarques de l'entorn de Barcelona¹, s'ha incrementat un 1,6%, fins a 4.035.109. Si la variable de referència són les **pernoctacions**, aquestes han experimentat un augment superior, d'un 4,1%, fins a 12,6 milions.

Aquest creixement del nombre de turistes s'explica sobretot per l'important increment dels allotjats en establiments de turisme rural, que han augmentat aquest any un 15,6%, fet que explica el 20,8% de l'increment global de turistes. El creixement interanual ha estat superior al 20% en comarques com el Berguedà i l'Alt Penedès.

Així mateix es produeix un augment significatiu en el cas dels càmpings, amb una variació interanual en el nombre de turistes d'un 4,7%, que esdevé el principal factor explicatiu de l'increment general dels turistes, amb una contribució al creixement de set dècimes percentuals, és a dir, del 44,1% del total. Tot i això, aquestes xifres són lluny del fort impuls experimentat en el 2014 (8,1%). El Garraf, amb un augment del 17,3%, i el Maresme, del 4,9%, han estat les comarques que han impulsat el creixement, mentre que el Berguedà, una de les que té més turisme de càmping, ha minvat un 1,3% el nombre de turistes i un 0,8% el de pernoctacions en aquests tipus d'establiments.

Per contra, els allotjats en establiments hotelers, tot i suposar un 81,6% del total dels turistes, només expliquen sis dècimes del creixement global (un 36% del total), a causa del feble augment registrat en el 2015, a causa, sobretot, de la important davallada de turistes a la comarca del Maresme. Per contra, el creixement ha estat molt important al Garraf (22,8%) i també ha crescut a un bon ritme al Baix Llobregat (5,3%), la comarca de l'entorn de Barcelona amb més nombre de turistes en hotels.

La immensa majoria dels turistes que visiten l'entorn de Barcelona (gairebé un 90%) han pernoctat a les comarques que conformen la Costa de Barcelona (Alt Penedès, Baix Llobregat, Garraf, Maresme, Vallès Occidental i Vallès Oriental). La marca Paisatges Barcelona, que comprèn les comarques de l'Anoia, el Bages, Moianès i Osona, ha representat un 7,4% dels turistes, mentre que la marca Pirineus Barcelona (representada pel Berguedà) ha tingut 179.800 turistes, el 4,5% del total. Precisament en aquesta darrera marca el pes dels càmpings i del turisme rural és més important, amb quotes del 57,7% i del 18,6%, respectivament.

L'augment de turistes i de pernoctacions a les comarques de l'entorn de Barcelona s'ha produït en un context de creixement molt moderat de l'**oferta turística**. Pel que fa al nombre d'establiments, l'increment global ha estat de l'1,6%, gràcies, especialment, a l'impuls dels establiments de turisme rural, que creixen un 2,6% i esdevenen el producte d'allotjament turístic més comú, amb 598 establiments. En canvi, els establiments hotelers únicament augmenten un 0,6%, fins a 581. Si la mètrica de referència són les places ofertes, els creixements són encara més modestos (0,2%), a causa, sobretot, de l'augment –gairebé nul– de les places hoteleres, que representen prop d'un 57% del total. En canvi, les places de turisme rural han crescut un 2,9%, fins a 4.934. Aquest darrer producte és relativament important en la marca Paisatges Barcelona, en què representa el 23,6% de l'oferta total de places.

Tot i que el **perfil del turista** d'aquestes comarques és majoritàriament vacacional i d'oci, cal destacar que un 23,4% hi fa estada per motius professionals. El turista que pernocta a l'entorn de Barcelona és predominantment masculí (63,4%) i té una mitjana d'edat superior a la del turista que visita la ciutat de Barcelona. Una altra diferència és el pes superior del turisme nacional –tant de la resta de Catalunya com de l'Estat espanyol– en aquestes comarques respecte de la ciutat de Barcelona, mentre que el turisme estranger té una importància menor (representa només un 53,5% del total, enfront del 78,2% de la ciutat de Barcelona). Aquesta diferent tipologia del turista explica també que el vehicle privat (cotxe) sigui el mitjà de transport més utilitzat (52,5%), malgrat que l'avió és assenyalat per un 36,5% dels enquestats.

L'entorn de Barcelona presenta notables diferències per comarques quant a l'origen dels turistes. Així, mentre que el turisme estranger és majoritari al Maresme, al Garraf o al Baix Llobregat, on supera el 50% del total, és pràcticament testimonial en comarques com el Berguedà o Osona. Precisament en aquestes comarques és on el turisme provinent de la resta de Catalunya se situa al voltant del 90% del total. En canvi, el turisme de la resta de l'Estat espanyol és important a les comarques de l'entorn de Barcelona, i assoleix el màxim al Vallès Occidental (un 35% del total).

1) En queda exclosa la comarca del Barcelonès.

11.1 DEMANDA TURÍSTICA A L'ENTORN DE BARCELONA

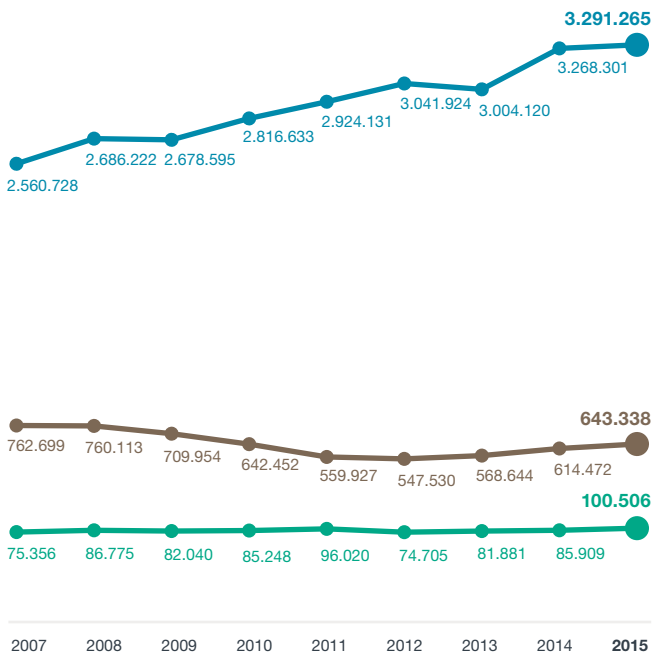
DEMANDA TURÍSTICA EN EL ENTORNO DE BARCELONA

TOURISM DEMAND ON BARCELONA'S SURROUNDINGS

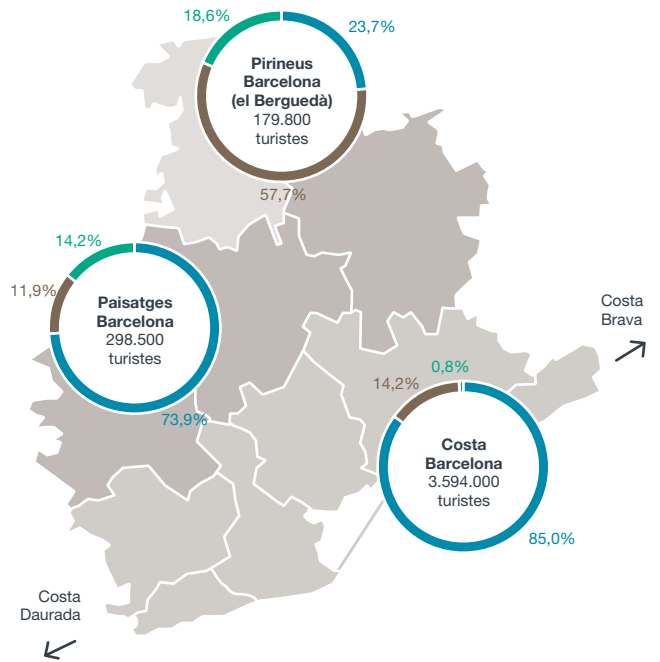
Nombre de pernотacions en els allotjaments
Número de pernотaciones en los alojamientos
Number of overnights in different types of accommodation

	2007	2012	2013	2014	2015
Establiments hotelers (1) Establecimientos hoteleros Hotel establishments	8.548.541	9.566.906	9.526.848	9.507.077	9.744.631
Càmpings Campings Campsites	2.734.188	2.384.128	2.446.839	2.361.205	2.588.930
Turisme rural Turismo rural Rural accommodation	229.400	231.682	220.839	255.795	292.607
TOTAL	11.512.129	12.182.716	12.194.526	12.124.077	12.626.168

Turistes per tipologia d'allotjament turístic (Evolució)
Turistas por tipología de alojamiento turístico (Evolución)
Tourists by type of tourist accommodation (Evolution)



Turistes per tipologia d'allotjament turístic i marca
Turistas por tipología de alojamiento turístico y marca
Tourists by type of tourist accommodation and brand



■ Establiments hotelers / Establecimientos hoteleros / Hotel establishments (1) ■ Càmpings / Campings / Campsites ■ Turisme rural / Turismo rural/ Rural accommodation

Font tota la pàgina: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, a partir de dades de les enquestes d'ocupació de l'INE
Fuente toda la página: Laboratorio de Turismo de la Diputación de Barcelona, a partir de datos de las encuestas de ocupación del INE
The whole page source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona from INE data.

Nota tota la pàgina: les dades d'establiments hotelers exclouen el Barcelonès. 2015: dades provisionals
Nota toda la página: los datos de los establecimientos hoteleros excluyen el Barcelonès. 2015: datos provisionales
The whole page note: data on hotels establishments excludes the Barcelonès region. 2015: provisional data

(1) Inclou les pensions / incluye las pensiones / guesthouse and inn included

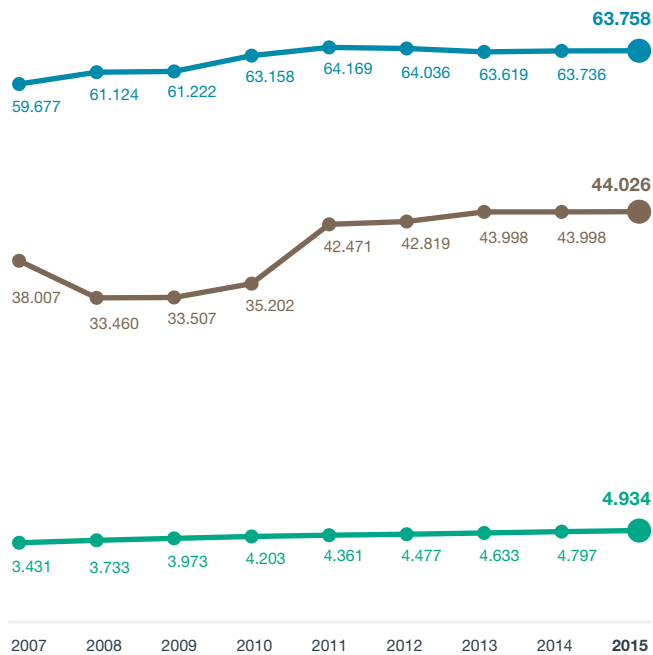
11.2 OFERTA D'ALLOTJAMENT A L'ENTORN DE BARCELONA

OFERTA DE ALOJAMIENTO EN EL ENTORNO DE BARCELONA
ACCOMMODATION ON BARCELONA'S SURROUNDINGS

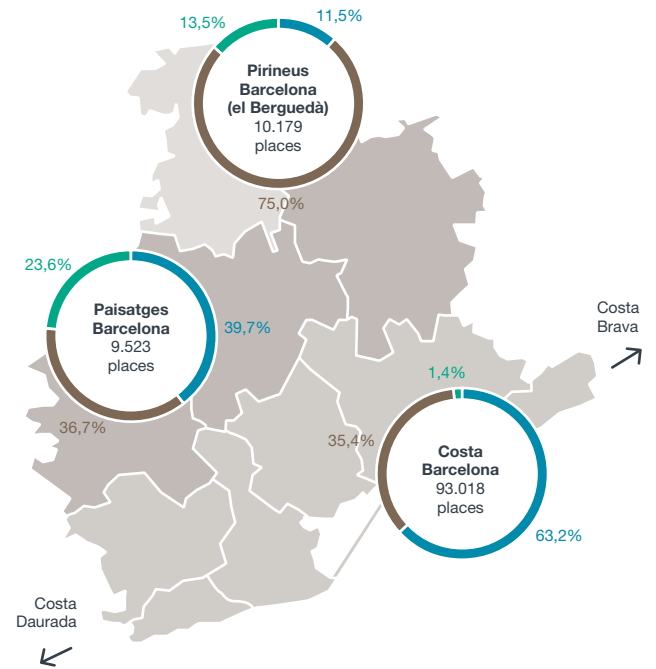
Nombre d'establiments per tipologia d'establiment turístic
Número de establecimientos por tipología de alojamiento turístico
Number of establishments by type of tourist accommodation

	2007	2012	2013	2014	2015
Establiments hotelers (1) Establecimientos hoteleros Hotel establishments	553	584	574	576	581
Càmpings Campings Campsites	68	75	75	75	75
Turisme rural Turismo rural Rural accommodation	434	546	563	583	598
TOTAL	1.055	1.205	1.212	1.234	1.254

Places per tipologia d'allotjament turístic (Evolució)
Plazas por tipología de alojamiento turístico (Evolución)
Beds by type of tourist accommodation (Evolution)



Places per tipologia d'allotjament turístic i marca
Plazas por tipología de alojamiento turístico y marca
Beds by type of tourist accommodation and brand



■ Establiments hotelers / Establecimientos hoteleros / Hotel establishments (1) ■ Càmpings / Campings / Campsites ■ Turisme rural / Turismo rural/ Rural accommodation

Font tota la pàgina: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, a partir de dades d' Idescat i la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

Fuente toda la página: Laboratorio de Turismo de la Diputación de Barcelona, a partir de datos Idescat y la Dirección General de Turismo (Generalitat de Catalunya)

The whole page source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, form data of Idescat and the Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

Nota tota la pàgina: les dades d'establiments hotelers exclouen el Barcelonès. 2015: dades provisionals

Nota toda la página: los datos de los establecimientos hoteleros excluyen el Barcelonés. 2015: datos provisionales

The whole page note: data on hotels establishments excludes the Barcelonès region. 2015: provisional data

(1) Inclou les pensions / incluye las pensiones / guesthouse and inn included

11.3

PERFIL DEL TURISTA A L'ENTORN DE BARCELONA

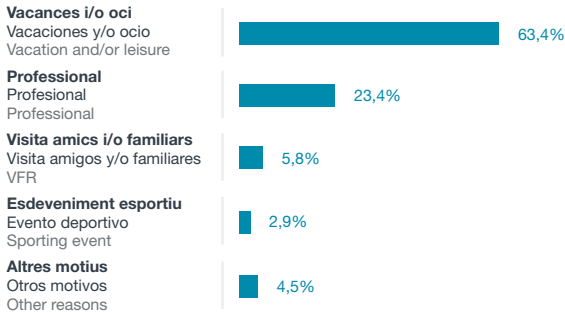
PERFIL DEL TURISTA EN EL ENTORNO DE BARCELONA

TOURIST PROFILE ON BARCELONA'S SURROUNDINGS

Motiu del viatge

Motivo del viaje

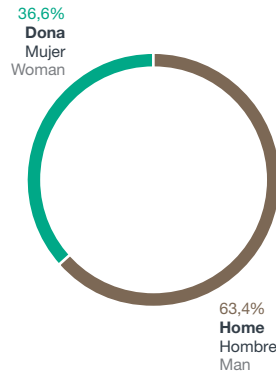
Purpose of visit



Sexe

Sexo

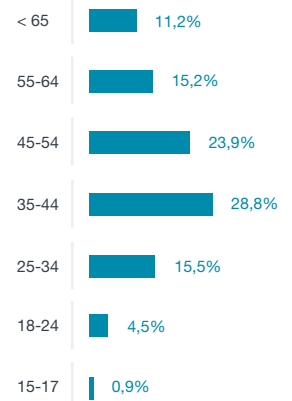
Sex



Edat

Edad

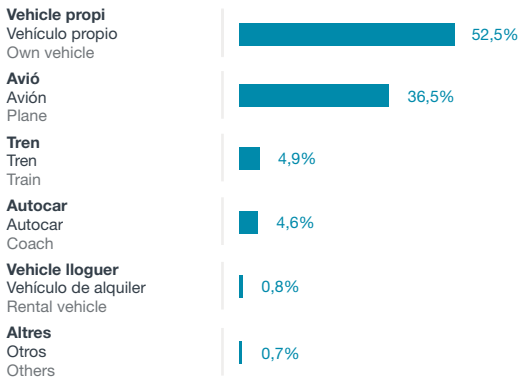
Age



Mitjà de transport utilitzat

Medio de transporte utilizado

Means of transport



Valoració (Mitjana en escala de 0 a 10)

Valoración (Promedio en escala de 0 a 10)

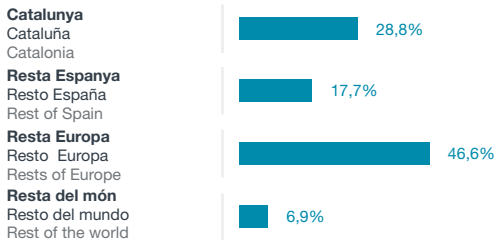
Evaluation (Average on a scale of 0 to 10)



Procedència

Procedencia

Origin



Font tota la pàgina: Caracterizació dels turistes a la Província de Barcelona 2015 (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
 Fuente toda la página: Caracterización de los turistas en la Provincia de Barcelona 2015 (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona
 The whole page source: Tourist profile at Province of Barcelona 2015 (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council
 Nota tota la pàgina: dades de la província sense el Barcelonès
 Nota toda la página: datos de la provincia sin el Barcelonés
 The whole page note: data for the province of Barcelona excluding the Barcelonés region
 * Municipi no de platja ** Municipi de platja

11.4 INDICADORS COMARCALS

INDICADORES COMARCALES

REGIÓN INDICATORS

ALT PENEDÈS

Indicadors d'activitat turística

Indicadores de actividad turística

Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers						
Plazas en hoteles Beds in hotels	679	676	-0,4	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings						
Plazas en campings Beds in campsites	0	0	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural						
Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	625	644	3,0	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics						
Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	12	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics						
Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	129	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers						
Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	nd	nd	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings						
Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	0	0	0,0	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural						
Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	9.603	12.326	28,4	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernотaciones en hotels						
Número de pernотaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	nd	nd	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernотaciones en càmpings						
Número de pernотaciones en campings Number of overnights in campsites	0	0	0,0	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernотaciones en establiments de turisme rural						
Número de pernотaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	29.340	39.592	34,9	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %)						
Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	nd	nd	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %)						
Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	0,0	0,0	0,0	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %)						
Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	20,8	25,1	4,3	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepció del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

ALT PENEDÈS

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	2.847	4.161	241
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	1.762	2.642	-
Var. 2014-2015 (%)	61,6%	57,5%	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,13	8,26	8,99
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona)** Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)** Differential (region-Barcelona's surroundings)**	0,21	0,13	0,18

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
	2015 (%)	2015 (%)	
SEXE SEXO SEX			
Home / Hombre / Man	65,0	63,4	1,6
Dona / Mujer / Woman	35,0	36,6	-1,6
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP			
15 -17 anys / años / years old	0,0	0,9	-0,9
18 - 24 anys / años / years old	2,0	4,5	-2,5
25 - 34 anys / años / years old	17,8	15,5	2,3
35 - 44 anys / años / years old	28,6	28,8	-0,2
45 - 54 anys / años / years old	27,1	23,9	3,2
55 - 64 anys / años / years old	16,6	15,2	1,4
65 anys o més / años o más / years old or more	7,9	11,2	-3,3

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ALT PENEDÈS

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE			
CATALUNYA	36,0	28,8	7,2
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	13,3	7,8	5,5
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	22,7	21,0	1,7
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	24,2	17,7	6,5
Ctat. Valenciana	6,8	1,6	5,2
Madrid	3,2	4,2	-1,0
Múrcia	1,7	0,5	1,2
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	12,5	11,4	1,1
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	36,0	46,6	-10,6
França / Francia / France	13,4	8,6	4,8
Bèlgica / Bélgica / Belgium	6,5	2,1	4,3
Alemanya / Alemania / Germany	2,7	3,7	-1,0
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	2,1	8,9	-6,8
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	11,3	23,3	-11,9
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	3,8	6,9	-3,1
Xina / China / China	0,1	0,0	0,1
EUA / EEUU / USA	0,1	0,2	-0,1
Hondures / Honduras / Honduras	0,1	0,0	0,1
Altres / Otros / Others	3,5	6,7	-3,1
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)			
Total per persona (€) / Total por persona (€) / Total per person (€)	68,1	149,1	-81,0
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	27,7	36,7	-9,0
ACOMPANYANTS ACOMPANANTES ACCOMPANYING PERSONS			
Sol / Solo / Alone	25,2	16,9	8,3
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	29,1	31,8	-2,7
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or children	8,0	16,0	-8,0
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	2,4	5,5	-3,1
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	0,0	3,2	-3,2
Altres / Otros / Others	35,3	26,6	8,7

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ALT PENEDÈS

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT			
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	81,7	52,5	29,2
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	1,9	0,8	1,1
Autocar / Autocar / Coach	1,7	4,6	-2,9
Avió / Avión / Plane	11,5	36,5	-25,0
Tren / Tren / Train	3,2	4,9	-1,7
Altres / Otros / Others	0,0	0,7	-0,7
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT			
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y/o ocio / Vacation and/or leisure	47,6	62,5	-14,9
Professional / Profesional / Professional	27,6	23,4	4,2
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	3,8	5,8	-2,0
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	0,0	2,9	-2,9
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	21,0	5,3	15,7
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMMODATION			
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	64,1	70,1	-6,0
Càmping / Camping / Campsite	0,0	21,6	-21,6
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	32,2	3,6	28,6
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	1,9	-1,9
Casa particular / Casa particular / Private house	0,2	1,9	-1,7
Altres / Otros / Others	3,5	0,9	2,6
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS			
1a visita / 1ª visita / 1st visit	58,7	48,2	10,5
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	6,6	8,1	-1,5
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	7,6	7,7	-0,1
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	25,2	34,0	-8,8
NS/NC / NS/NC / DK/NR	1,9	2,0	0,1

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ALT PENEDÈS

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	2015 (%)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)			Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS				
1 nit / noche / night	43,4	17,0	26,4	
2 nits / noches / nights	29,3	20,4	8,9	
3 nits / noches / nights	7,0	12,9	-5,9	
4 nits / noches / nights	6,6	9,9	-3,3	
5 nits / noches / nights	1,9	5,2	-3,3	
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	8,7	22,4	-13,7	
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	3,1	12,2	-9,1	
Estada mitjana / Estancia media / Average stay	2,7	5,2	-2,5	

FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**

Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	56,1	44,6	11,5
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	8,1	20,8	-12,7
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	7,4	7,5	-0,1
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	1,1	1,6	-0,5
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	1,3	7,0	-5,7
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	16,2	18,3	-2,1
Altres / Otros / Others	1,7	1,2	0,5
Cap / Ninguna / Any	12,7	12,5	0,2

VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10)

VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)

Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,8	8,6	0,2
Seguretat / Seguridad / Safety	8,7	8,4	0,3
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,6	8,3	0,3
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,5	8,4	0,1
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,4	8,1	0,3
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,3	8,1	0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,2	7,3	0,9
Restauració / Restauración / Restaurants	8,1	8,0	0,1
Transport públic / Transporte público / Public transport	8,1	8,0	0,1
Comerços / Comercios / Retail shops	8,0	7,8	0,2
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,9	7,8	0,1
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	7,6	7,1	0,5
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,3	8,2	0,1

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur), Laboratori de Turisme, Diputació de Barcelona
 Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur), Laboratorio de Turismo, Diputación de Barcelona
 Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur), Laboratorio de Turismo, Barcelona Provincial Council
 *Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès
 **Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

ANOIA

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	650	652	0,3	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	90	90	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	406	452	11,3	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	44	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	185	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	nd	-	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	nd	nd	-	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	5.450	nd	-	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	nd	-	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	nd	nd	-	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	17.515	nd	-	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	nd	nd	-	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	15,6	nd	-	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

ANOIA

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	-	-	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	-	-	-
Var. 2014-2015 (%)	-	-	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	7,89	8,07	9,46
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) Differential (region-Barcelona's surroundings)	-0,03	-0,06	0,65

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
	2015 (%)	2015 (%)	
SEXE SEXO SEX			
Home / Hombre / Man	56,6	63,4	-6,8
Dona / Mujer / Woman	43,4	36,6	6,8
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP			
15 - 17 anys / años / years old	0,2	0,9	-0,7
18 - 24 anys / años / years old	4,3	4,5	-0,2
25 - 34 anys / años / years old	22,0	15,5	6,5
35 - 44 anys / años / years old	39,0	28,8	10,2
45 - 54 anys / años / years old	16,1	23,9	-7,8
55 - 64 anys / años / years old	13,7	15,2	-1,5
65 anys o més / años o más / years old or more	4,7	11,2	-6,5

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ANOIA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE			
CATALUNYA	59,0	28,8	30,2
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	12,3	7,8	4,5
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	46,7	21,0	25,7
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	20,8	17,7	3,1
Ctat. Valenciana	5,4	4,2	1,2
Madrid	4,2	1,6	2,7
Múrcia	1,5	1,2	0,3
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain regions	9,6	10,7	-1,1
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	16,1	46,6	-30,5
França / Francia / France	6,3	8,6	-2,2
Bèlgica / Bélgica / Belgium	1,4	2,1	-0,7
Alemanya / Alemania / Germany	1,3	2,7	-1,4
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	1,2	4,9	-3,7
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	5,9	28,3	-22,4
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	4,1	6,9	-2,8
Xina / China / China	0,2	0,0	0,2
EUA / EEUU / USA	0,2	0,0	0,2
Hondures / Honduras / Honduras	0,2	0,0	0,2
Altres / Otros / Others	3,5	6,9	-3,3
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)			
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	64,2	149,1	-84,9
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	22,4	36,7	-14,3
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS			
Sol / Solo / Alone	14,0	16,9	-2,9
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	27,9	31,8	-3,9
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	19,5	16,0	3,5
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	4,0	5,5	-1,5
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	0,6	3,2	-2,6
Altres / Otros / Others	34,0	26,6	7,4
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	2,5	5,3	-2,8

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ANOIA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT			
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	84,5	52,5	32,0
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	0,5	0,8	-0,3
Autocar / Autocar / Coach	0,0	4,6	-4,6
Avió / Avión / Plane	11,6	36,5	-24,9
Tren / Tren / Train	3,2	4,9	-1,7
Altres / Otros / Others	0,2	0,7	-0,5
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT			
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	53,4	62,5	-9,1
Professional / Profesional / Professional	19,9	23,4	-3,5
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	23,1	5,8	17,3
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	1,1	2,9	-1,8
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION			
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	50,4	70,1	-19,7
Càmping / Camping / Campsite	13,5	21,6	-8,1
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	31,4	3,6	27,8
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	1,9	-1,9
Casa particular / Casa particular / Private house	4,7	1,9	2,8
Altres / Otros / Others	0,0	0,9	-0,9
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS			
1a visita / 1ª visita / 1st visit	54,7	48,2	6,5
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	9,3	8,1	1,2
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	9,3	7,7	1,6
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	26,6	34,0	-7,4
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,1	2,0	-1,9

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

ANOIA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS			
1 nit / noche / night	34,9	17,0	17,9
2 nits / noches / nights	27,7	20,4	7,3
3 nits / noches / nights	13,0	12,9	0,1
4 nits / noches / nights	6,0	9,9	-3,9
5 nits / noches / nights	1,5	5,2	-3,7
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	12,3	22,4	-10,1
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	4,6	12,2	-7,6
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	3,5	5,2	-1,7
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**			
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	46,3	44,6	1,7
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	32,6	20,8	11,8
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	2,4	7,5	-5,1
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,3	1,6	-1,3
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	0,0	7,0	-7,0
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	13,9	18,3	-4,4
Altres / Otros / Others	0,0	1,2	-1,2
Cap / Ninguna / Any	8,1	12,5	-4,4
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)			
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,9	8,6	0,3
Seguretat / Seguridad / Safety	8,9	8,3	0,6
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,8	8,4	0,4
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,8	8,4	0,4
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,6	8,1	0,5
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,4	7,3	1,1
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,0	8,1	-0,1
Restauració / Restauración / Restaurants	7,9	8,0	-0,1
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,7	7,8	-0,1
Comerços / Comercios / Retail shops	7,7	7,8	-0,1
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,7	7,1	0,6
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	4,6	8,0	-3,4
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,5	8,2	0,3

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur), Laboratori de Turisme, Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur), Laboratori de Turisme, Diputació de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur), Laboratori de Turisme, Barcelona Provincial Council
*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

BAGES

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca	2014	Entorn de Barcelona*	
	Comarca Region		2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	1.252	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	504	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	493	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	236	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	305	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	nd	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	nd	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	nd	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points
nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

BAGES

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	501	958	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	-	424	-
Var. 2014-2015 (%)	-	125,9%	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,38	8,17	9,22
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) Differential (region-Barcelona's surroundings)	0,46	0,04	0,41

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX			
Home / Hombre / Man	62,4	63,4	-1,0
Dona / Mujer / Woman	37,6	36,6	1,0
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP			
15 - 17 anys / años / years old	0,0	0,9	-0,9
18 - 24 anys / años / years old	2,0	4,5	-2,5
25 - 34 anys / años / years old	10,8	15,5	-4,7
35 - 44 anys / años / years old	37,2	28,8	8,4
45 - 54 anys / años / years old	22,1	23,9	-1,8
55 - 64 anys / años / years old	14,9	15,2	-0,3
65 anys o més / años o más / years old or more	13,0	11,2	1,8

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAGES

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE			
CATALUNYA	56,2	28,8	27,4
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	12,2	7,8	4,4
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	44,0	21,0	23,0
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	20,9	17,7	3,2
Ctat. Valenciana	4,9	4,2	0,7
Madrid	2,5	1,1	1,4
Múrcia	2,1	0,9	1,2
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	11,4	11,5	-0,1
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	16,2	46,6	-30,4
França / Francia / France	2,1	8,6	-6,5
Bèlgica / Bélgica / Belgium	1,9	3,7	-1,8
Alemanya / Alemania / Germany	1,6	4,9	-3,3
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	1,4	2,7	-1,3
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	9,2	26,7	-17,5
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	6,7	6,9	-0,2
Xina / China / China	0,7	0,2	0,5
EUA / EEUU / USA	0,2	0,0	0,2
Hondures / Honduras / Honduras	0,2	0,0	0,2
Altres / Otros / Others	5,6	6,7	-1,1
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)			
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	112,1	149,1	-37,0
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	36,7	36,7	0,0
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS			
Sol / Solo / Alone	17,9	16,9	1,0
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	22,1	31,8	-9,7
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	24,0	16,0	8,0
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	3,3	5,5	-2,2
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	1,1	3,2	-2,1
Altres / Otros / Others	31,6	26,6	5,0

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAGES

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT			
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	73,5	52,5	21,0
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	0,7	0,8	-0,1
Autocar / Autocar / Coach	0,9	4,6	-3,7
Avió / Avión / Plane	19,3	36,5	-17,2
Tren / Tren / Train	4,1	4,9	-0,8
Altres / Otros / Others	1,5	0,7	0,8
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT			
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	50,4	62,5	-12,1
Professional / Profesional / Professional	28,5	23,4	5,1
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	5,4	5,8	-0,4
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	3,4	2,9	0,5
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	12,3	5,3	7,0
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMMODATION			
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	72,9	70,1	2,8
Càmping / Camping / Campsite	6,4	21,6	-15,2
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	16,8	3,6	13,2
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	1,9	-1,9
Casa particular / Casa particular / Private house	0,0	1,9	-1,9
Altres / Otros / Others	3,9	0,9	3,0
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS			
1a visita / 1ª visita / 1st visit	52,5	48,2	4,3
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	12,1	8,1	4,0
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	6,8	7,7	-0,9
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	28,6	34,0	-5,4
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	2,0	-2,0

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAGES

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS			
1 nit / noche / night	29,7	17,0	12,7
2 nits / noches / nights	35,2	20,4	14,8
3 nits / noches / nights	14,1	12,9	1,2
4 nits / noches / nights	4,6	9,9	-5,3
5 nits / noches / nights	0,8	5,2	-4,4
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	6,3	22,4	-16,1
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	9,3	12,2	-2,9
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	3,8	5,2	-1,4
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**			
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	36,5	44,6	-8,1
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	23,5	20,8	2,7
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	1,9	7,5	-5,6
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,7	1,6	-0,9
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	1,3	7,0	-5,7
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	23,8	18,3	5,5
Altres / Otros / Others	1,4	1,2	0,2
Cap / Ninguna / Any	14,8	12,5	2,3
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)			
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,9	8,6	0,3
Seguretat / Seguridad / Safety	8,9	8,3	0,6
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,8	8,4	0,4
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,7	8,4	0,3
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,4	8,1	0,3
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,3	8,1	0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,2	8,0	0,2
Restauració / Restauración / Restaurants	8,2	8,0	0,2
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,8	7,3	0,5
Comerços / Comercios / Retail shops	7,8	7,8	0,0
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,6	7,8	-0,2
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	7,5	7,1	0,4
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,4	8,2	0,2

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turisme. Diputación de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turisme. Barcelona Provincial Council
*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonés / province of Barcelona without el Barcelonés
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

BAIX LLOBREGAT

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	10.003	10.076	0,7	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	3.042	3.042	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	4	4	0,0	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	833	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	593	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	1.009.372	1.062.749	5,3	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	nd	nd	-	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	nd	-	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	1.981.300	2.065.786	4,3	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	nd	nd	-	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	nd	-	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	60,9	67,4	6,5	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	nd	nd	-	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

BAIX LLOBREGAT

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	2.662	1.691	801
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	460	911	143
Var. 2014-2015 (%)	478,7%	85,6%	460,1%
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	7,79	7,96	8,51
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona)** Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)** Differential (region-Barcelona's surroundings)**	-0,13	-0,17	-0,30

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX					
Home / Hombre / Man	59,8	65,6	5,8	63,4	2,2
Dona / Mujer / Woman	40,2	34,4	-5,8	36,6	-2,2
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP					
15 - 17 anys / años / years old	1,2	1,1	-0,1	0,9	0,2
18 - 24 anys / años / years old	9,4	5,3	-4,1	4,5	0,8
25 - 34 anys / años / years old	22,9	17,9	-5,0	15,5	2,4
35 - 44 anys / años / years old	27,8	31,2	3,4	28,8	2,4
45 - 54 anys / años / years old	20,6	23,3	2,7	23,9	-0,6
55 - 64 anys / años / years old	13,1	14,2	1,1	15,2	-1,0
65 anys o més / años o más / years old or more	5,0	7,0	2,0	11,2	-4,2

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAIX LLOBREGAT

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona*
					Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings* Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
CATALUNYA	5,9	13,6	7,7	28,8	-15,2
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	2,3	2,4	0,1	7,8	-5,4
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	3,6	11,2	7,6	21,0	-9,8
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	19,4	24,6	5,2	17,7	6,9
Ctat. Valenciana	6,5	6,0	-0,5	4,2	1,8
Madrid	1,1	2,8	1,7	1,6	1,2
Múrcia	2,0	1,7	-0,3	1,1	0,6
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	9,8	14,1	4,3	10,8	3,3
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	61,7	48,2	-13,5	46,6	1,6
França / Francia / France	11,4	8,5	-2,9	8,9	-0,4
Bèlgica / Bélgica / Belgium	8,5	6,9	-1,6	8,6	-1,7
Alemanya / Alemania / Germany	6,4	4,0	-2,4	3,7	0,3
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	4,8	2,7	-2,1	2,7	0,0
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	30,6	26,1	-4,5	22,7	3,4
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	13,0	13,6	0,6	6,9	6,7
Xina / China / China	0,7	0,7	0,0	0,2	0,5
EUA / EEUU / USA	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2
Hondures / Honduras / Honduras	0,4	0,2	-0,2	0,1	0,1
Altres / Otros / Others	11,9	12,5	0,6	6,6	5,9
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)					
Total per persona (€) / Total por persona (€) / Total per person (€)	172,4	161,7	-10,7	149,1	12,6
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	46,9	46,0	-0,9	36,7	9,3
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS					
Sol / Solo / Alone	18,6	26,6	8,0	16,9	9,7
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	35,3	28,1	-7,2	31,8	-3,7
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	26,5	10,8	-15,7	16,0	-5,2
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	6,4	6,3	-0,1	5,5	0,8
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	nd	4,2	-	3,2	1,0
Altres / Otros / Others	13,2	24,0	10,8	26,6	-2,6

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAIX LLOBREGAT

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT					
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	31,9	37,3	5,4	52,5	-15,2
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	1,7	0,9	-0,8	0,8	0,1
Autocar / Autocar / Coach	2,0	1,7	-0,3	4,6	-2,9
Avió / Avión / Plane	56,1	55,3	-0,8	36,5	18,8
Tren / Tren / Train	7,3	4,0	-3,3	4,9	-0,9
Altres / Otros / Others	1,0	0,8	-0,2	0,7	0,1
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT					
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	60,0	44,7	-15,3	62,5	-17,8
Professional / Profesional / Professional	20,0	38,8	18,8	23,4	15,4
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	12,6	6,0	-6,6	5,8	0,2
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	2,2	3,2	1,0	2,9	0,3
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	5,2	7,3	2,1	5,3	2,0
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION					
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	78,0	80,4	2,4	70,1	10,3
Càmping / Camping / Campsite	10,3	16,4	6,1	21,6	-5,2
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	nd	0,0	-	3,6	-3,6
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	5,3	1,8	-3,5	1,9	-0,1
Casa particular / Casa particular / Private house	5,6	1,3	-4,3	1,9	-0,6
Altres / Otros / Others	0,8	0,1	-0,7	0,9	-0,8
GRAU DE REPETITIVAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS					
1a visita / 1ª visita / 1st visit	62,7	56,7	-6,0	48,2	8,5
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	8,0	6,3	-1,7	8,1	-1,8
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	8,6	6,1	-2,5	7,7	-1,6
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	20,7	28,9	8,2	34,0	-5,1
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	2,0	2,0	2,0	0,0

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BAIX LLOBREGAT

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS					
1 nit / noche / night	18,4	19,1	0,7	17,0	2,1
2 nits / noches / nights	15,5	22,6	7,1	20,4	2,2
3 nits / noches / nights	14,3	17,0	2,7	12,9	4,1
4 nits / noches / nights	12,6	13,3	0,7	9,9	3,4
5 nits / noches / nights	7,0	5,9	-1,1	5,2	0,7
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	21,5	15,3	-6,2	22,4	-7,1
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	10,7	6,8	-3,9	12,2	-5,4
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	4,9	4,3	-0,6	5,2	-0,9
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**					
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	56,9	43,0	-13,9	44,6	-1,6
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	23,2	16,4	-6,8	20,8	-4,4
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	9,5	6,3	-3,2	7,5	-1,2
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,6	1,2	0,6	1,6	-0,4
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	4,1	4,4	0,3	7,0	-2,6
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	4,8	29,3	24,5	18,3	11,0
Altres / Otros / Others	1,1	1,7	0,6	1,2	0,5
Cap / Ninguna / Any	16,8	10,4	-6,4	12,5	-2,1
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)					
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,6	8,5	-0,1	8,6	-0,1
Seguretat / Seguridad / Safety	8,5	8,3	-0,2	8,4	-0,1
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,4	8,2	-0,2	8,4	-0,2
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,3	8,1	-0,2	8,0	0,1
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,0	8,0	0,0	8,0	0,0
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,3	7,9	-0,4	8,1	-0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	7,7	7,7	0,0	7,8	-0,1
Restauració / Restauración / Restaurants	7,2	7,7	0,5	8,1	-0,4
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,8	7,5	-0,3	7,8	-0,3
Comerços / Comercios / Retail shops	nd	7,3	-	8,3	-1,0
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,1	7,2	0,1	7,1	0,1
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	nd	6,4	-	7,3	-0,9
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,1	8,0	-0,1	8,2	-0,2

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona

Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona

Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratori de Turisme. Barcelona Provincial Council

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

BARCELONÈS

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	75.592	77.374	2,4	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	0	0	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	0	0	0,0	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	1.129	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	43.409	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	7.089.960	7.420.046	4,7	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	0	0	0,0	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	0	0	0,0	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	18.393.436	19.325.989	5,1	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	0	0	0,0	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	0	0	0,0	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	73,1	76,3	3,2	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	0	0	0,0	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	0	0	0,0	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

BARCELONÈS

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	-	-	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	-	-	-
<i>Var. 2014-2015 (%)</i>	-	-	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca*** Comarca*** Region***	8,11	8,15	8,42
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) <i>Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)</i> <i>Differential (region- Barcelona's surroundings)</i>	0,19	0,02	-0,39

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

BERGUEDÀ

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	1.234	1.175	-4,8	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	7.917	7.630	-3,6	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	1.343	1.374	2,3	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	6	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	275	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	nd	-	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	105.135	103.755	-1,3	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	27.871	33.493	20,2	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	nd	-	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	281.465	279.077	-0,8	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	79.634	93.530	17,4	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	56,9	58,1	1,2	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	22,0	23,1	1,1	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

BERGUEDÀ

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	3.294	1.799	948
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	1.645	1.162	306
Var. 2014-2015 (%)	100,2%	54,8%	209,8%
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,35	8,06	8,26
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) <i>Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)</i> <i>Differential (region-Barcelona's surroundings)</i>	0,43	-0,07	-0,55

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
	2015 (%)	2015 (%)	
SEXE SEXO SEX			
Home / Hombre / Man	57,1	63,4	-6,3
Dona / Mujer / Woman	42,9	36,6	6,3
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP			
15 -17 anys / años / years old	1,3	0,9	0,4
18 - 24 anys / años / years old	3,5	4,5	-1,0
25 - 34 anys / años / years old	15,2	15,5	-0,3
35 - 44 anys / años / years old	43,6	28,8	14,8
45 - 54 anys / años / years old	17,7	23,9	-6,2
55 - 64 anys / años / years old	12,7	15,2	-2,5
65 anys o més / años o más / years old or more	6,0	11,2	-5,2

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BERGUEDÀ

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	2015 (%)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)			Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE				
CATALUNYA	92,5	28,8	63,7	
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	28,2	7,8	20,4	
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	64,3	21,0	43,3	
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	1,9	17,7	-15,8	
Ctat. Valenciana	0,5	0,4	0,1	
Madrid	0,3	1,6	-1,3	
Múrcia	0,3	4,2	-3,9	
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	0,8	11,5	-10,7	
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	5,4	46,6	-41,2	
França / Francia / France	1,5	8,6	-7,0	
Bèlgica / Bélgica / Belgium	0,9	8,9	-8,0	
Alemanya / Alemania / Germany	0,6	3,7	-3,1	
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	0,6	4,9	-4,3	
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	1,8	20,5	-18,7	
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	0,2	6,9	-6,7	
Xina / China / China	0,0	0,2	-0,2	
EUA / EEUU / USA	0,0	0,0	0,0	
Hondures / Honduras / Honduras	0,0	0,1	-0,1	
Altres / Otros / Others	0,2	6,6	-6,4	
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)				
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	52,7	149,1	-96,4	
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	17,8	36,7	-18,9	
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS				
Sol / Solo / Alone	1,1	16,9	-15,8	
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	23,6	31,8	-8,2	
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	38,4	16,0	22,4	
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	5,4	5,5	-0,1	
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	0,2	3,2	-3,0	
Altres / Otros / Others	31,3	26,6	4,7	

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BERGUEDÀ

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT			
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	95,6	52,5	43,1
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	0,1	0,8	-0,7
Autocar / Autocar / Coach	0,2	4,6	-4,4
Avió / Avión / Plane	3,5	36,5	-33,0
Tren / Tren / Train	0,0	4,9	-4,9
Altres / Otros / Others	0,6	0,7	-0,1
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT			
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	92,5	62,5	30,0
Professional / Profesional / Professional	1,6	23,4	-21,8
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	3,3	5,8	-2,5
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	1,2	2,9	-1,7
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	1,4	5,3	-3,9
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION			
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	13,7	70,1	-56,4
Càmping / Camping / Campsite	69,1	21,6	47,5
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	17,2	3,6	13,6
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	1,9	-1,9
Casa particular / Casa particular / Private house	0,0	1,9	-1,9
Altres / Otros / Others	0,0	0,9	-0,9
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS			
1a visita / 1ª visita / 1st visit	39,2	48,2	-9,0
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	10,0	8,1	1,9
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	5,8	7,7	-1,9
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	45,0	34,0	11,0
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	2,0	-2,0

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

BERGUEDÀ

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS			
1 nit / noche / night	17,8	17,0	0,8
2 nits / noches / nights	37,4	20,4	17,0
3 nits / noches / nights	14,9	12,9	2,0
4 nits / noches / nights	9,4	9,9	-0,5
5 nits / noches / nights	4,1	5,2	-1,1
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	11,1	22,4	-11,3
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	5,3	12,2	-6,9
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	3,8	5,2	-1,4
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**			
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	50,5	44,6	5,9
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	25,9	20,8	5,1
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	2,6	7,5	-4,9
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,0	1,6	-1,6
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	0,6	7,0	-6,4
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	1,3	18,3	-17,0
Altres / Otros / Others	2,3	1,2	1,1
Cap / Ninguna / Any	19,8	12,5	7,3
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)			
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	9,4	8,3	1,1
Seguretat / Seguridad / Safety	8,9	8,6	0,3
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,8	8,4	0,4
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,7	8,4	0,3
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,5	8,1	0,4
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,3	8,1	0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,3	7,3	1,0
Restauració / Restauración / Restaurants	8,1	8,0	0,1
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,9	7,8	0,1
Comerços / Comercios / Retail shops	7,8	7,8	0,0
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	6,0	7,1	-1,1
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	4,7	8,0	-3,3
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,6	8,2	0,4

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
 Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona
 Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council
 *Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès
 **Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

GARRAF

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	5.467	5.434	-0,6	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	8.526	8.526	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	48	62	29,2	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	524	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	6.760	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	202.000	259.221	28,3	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	146.777	172.214	17,3	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	nd	-	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	607.249	789.659	30,0	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	670.042	834.689	24,6	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	nd	-	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	50,7	58,9	8,2	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	34,3	33,9	-0,4	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

GARRAF

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	-	-	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	-	-	-
Var. 2014-2015 (%)	-	-	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,16	8,17	8,82
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) Differential (region-Barcelona's surroundings)	0,24	0,04	0,01

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX					
Home / Hombre / Man	59,4	61,3	1,9	63,4	-2,1
Dona / Mujer / Woman	40,6	38,7	-1,9	36,6	2,1
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP					
15 - 17 anys / años / years old	1,1	0,2	-0,9	0,9	-0,7
18 - 24 anys / años / years old	5,3	3,7	-1,6	4,5	-0,8
25 - 34 anys / años / years old	16,2	15,9	-0,3	15,5	0,4
35 - 44 anys / años / years old	27,2	27,9	0,7	28,8	-0,9
45 - 54 anys / años / years old	24,8	27,5	2,7	23,9	3,6
55 - 64 anys / años / years old	14,5	13,5	-1,0	15,2	-1,7
65 anys o més / años o más / years old or more	10,9	11,3	0,4	11,2	0,1

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

GARRAF

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona*
					Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
					Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE					
CATALUNYA	20,4	28,0	7,6	28,8	-0,8
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	3,2	6,2	3,0	7,8	-1,6
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	17,2	21,8	4,6	21,0	0,8
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	14,2	9,8	-4,4	17,7	-7,9
Ctat. Valenciana	3,0	2,7	-0,3	0,9	1,8
Madrid	2,3	2,2	-0,1	4,2	-2,0
Múrcia	1,9	1,2	-0,7	0,6	0,6
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	7,0	3,7	-3,3	12,0	-8,3
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	58,3	54,6	-3,7	46,6	8,0
França / Francia / France	11,8	12,2	0,5	8,9	3,3
Bèlgica / Bélgica / Belgium	13,0	11,1	-1,9	8,6	2,5
Alemanya / Alemania / Germany	6,1	3,9	-2,2	3,7	0,2
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	5,7	3,3	-2,4	4,9	-1,6
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	21,7	24,1	2,4	20,5	3,6
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	7,1	7,6	0,5	6,9	0,7
Xina / China / China	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2
EUA / EEUU / USA	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Hondures / Honduras / Honduras	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Altres / Otros / Others	6,7	7,0	0,3	6,6	0,4
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)					
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	275,1	211,4	-63,7	149,1	62,3
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	46,4	45,4	-1,0	36,7	8,7
ACOMPANYANTS ACOMPANANTES ACCOMPANYING PERSONS					
Sol / Solo / Alone	10,3	14,8	4,5	16,9	-2,1
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	39,4	46,1	6,7	31,8	14,3
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	31,2	13,3	-17,9	16,0	-2,7
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	10,3	7,5	-2,8	5,5	2,0
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	nd	0,9	-	3,2	-2,3
Altres / Otros / Others	8,8	17,4	8,6	26,6	-9,2

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

GARRAF

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT							
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	46,0	44,0		-2,0	52,5		-8,5
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	1,1	1,3		0,2	0,8		0,5
Autocar / Autocar / Coach	0,2	0,5		0,3	4,6		-4,1
Avió / Avión / Plane	44,7	45,3		0,6	36,5		8,8
Tren / Tren / Train	7,4	8,2		0,8	4,9		3,3
Altres / Otros / Others	0,6	0,7		0,1	0,7		0,0
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT							
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,5		0,5	0,1		0,4
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	84,6	79,7		-4,9	62,5		17,2
Professional / Profesional / Professional	4,0	6,8		2,8	23,4		-16,6
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	7,9	9,4		1,5	5,8		3,6
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	0,6	1,2		0,6	2,9		-1,7
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	2,9	2,4		-0,5	5,3		-2,9
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION							
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	62,2	70,0		7,8	70,1		-0,1
Càmping / Camping / Campsite	8,3	8,1		-0,2	21,6		-13,5
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	nd	0,0		-	3,6		-3,6
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	14,4	7,8		-6,6	1,9		5,9
Casa particular / Casa particular / Private house	13,2	8,5		-4,7	1,9		6,6
Altres / Otros / Others	1,9	5,6		3,7	0,9		4,7
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS							
1a visita / 1ª visita / 1st visit	35,0	38,5		3,5	48,2		-9,7
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	11,7	9,6		-2,1	8,1		1,5
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	8,5	7,0		-1,5	7,7		-0,7
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	44,8	42,1		-2,7	34,0		8,1
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	2,8		2,8	2,0		0,8

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

GARRAF

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS					
1 nit / noche / night	7,2	9,6	2,4	17,0	-7,4
2 nits / noches / nights	11,9	15,6	3,7	20,4	-4,8
3 nits / noches / nights	7,6	15,7	8,1	12,9	2,8
4 nits / noches / nights	8,3	12,6	4,3	9,9	2,7
5 nits / noches / nights	8,4	6,9	-1,5	5,2	1,7
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	37,2	23,9	-13,3	22,4	1,5
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	19,4	15,7	-3,7	12,2	3,5
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	7,2	5,8	-1,4	5,2	0,6
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**					
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	51,0	55,3	4,3	44,6	10,7
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	35,9	28,9	-7,0	20,8	8,1
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	10,0	9,7	-0,3	7,5	2,2
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	1,5	2,6	1,1	1,6	1,0
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	1,6	1,4	-0,2	7,0	-5,6
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	0,8	5,6	4,8	18,3	-12,7
Altres / Otros / Others	2,7	0,5	-2,2	1,2	-0,7
Cap / Ninguna / Any	17,0	17,6	0,6	12,5	5,1
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)					
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,7	8,6	-0,1	8,6	0,0
Seguretat / Seguridad / Safety	8,3	8,5	0,2	8,1	0,4
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,5	8,5	0,0	8,3	0,2
Allotjament / Alojamiento / Accommodation	8,3	8,3	0,0	8,4	-0,1
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,0	8,3	0,3	8,0	0,3
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,1	8,2	0,1	8,4	-0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	7,8	8,0	0,2	7,8	0,2
Restauració / Restauración / Restaurants	7,9	7,9	0,0	7,8	0,1
Transport públic / Transporte público / Public transport	8,1	7,9	-0,2	8,1	-0,2
Comerços / Comercios / Retail shops	7,9	7,9	0,0	8,0	-0,1
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	6,9	7,4	0,5	7,1	0,3
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	nd	6,8	-	7,3	-0,5
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,3	8,4	0,1	8,2	0,2

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona

Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona

Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

MARESME

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	32.632	32.722	0,3	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	18.921	18.921	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	146	156	6,8	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	502	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	5.741	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	1.091.656	948.418	-13,1	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	233.834	245.372	4,9	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	nd	-	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	5.053.604	4.919.159	-2,7	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones en campings Number of overnights in campsites	1.011.881	1.065.222	5,3	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	nd	-	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	69,8	70,4	0,6	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	51,7	50,2	-1,5	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

MARESME

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	1.830	2.310	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	1.543	1.508	-
Var. 2014-2015 (%)	18,6%	53,2%	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	7,67	8,29	8,33
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) <i>Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)</i> <i>Differential (region-Barcelona's surroundings)</i>	-0,25	0,16	-0,48

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX					
Home / Hombre / Man	54,6	59,4	4,8	63,4	-4,0
Dona / Mujer / Woman	45,4	40,6	-4,8	36,6	4,0
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP					
15 - 17 anys / años / years old	3,0	1,1	-1,9	0,9	0,2
18 - 24 anys / años / years old	8,8	4,6	-4,2	4,5	0,1
25 - 34 anys / años / years old	13,1	13,5	0,4	15,5	-2,0
35 - 44 anys / años / years old	20,6	22,8	2,2	28,8	-6,0
45 - 54 anys / años / years old	21,1	23,0	1,9	23,9	-0,9
55 - 64 anys / años / years old	15,4	17,2	1,8	15,2	2,0
65 anys o més / años o más / years old or more	18,0	17,8	-0,2	11,2	6,6

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

MARESME

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE					
CATALUNYA	15,7	25,5	9,8	28,8	-3,3
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	4,2	6,8	2,6	7,8	-1,0
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	11,5	18,7	7,2	21,0	-2,3
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	8,6	10,7	2,1	17,7	-7,0
Ctat. Valenciana	1,7	2,5	0,8	4,2	-1,7
Madrid	0,0	0,8	0,8	0,5	0,3
Múrcia	0,4	0,8	0,3	0,4	0,4
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	6,5	6,6	0,1	12,6	-6,0
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	74,3	62,5	-11,8	46,6	15,9
França / Francia / France	17,9	14,9	-3,0	8,9	6,0
Bèlgica / Bélgica / Belgium	14,3	13,6	-0,8	4,9	8,7
Alemanya / Alemania / Germany	9,4	10,1	0,7	8,6	1,5
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	9,4	4,9	-4,5	3,7	1,2
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	23,3	19,0	-4,3	20,5	-1,5
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	1,4	1,3	-0,1	6,9	-5,6
Xina / China / China	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EUA / EEUU / USA	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1
Hondures / Honduras / Honduras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altres / Otros / Others	1,4	1,3	-0,1	6,8	-5,5
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)					
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	208,9	151,6	-57,3	149,1	2,5
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	29,8	23,8	-6,0	36,7	-12,9
ACOMPANYANTS ACOMPANANTES ACCOMPANYING PERSONS					
Sol / Solo / Alone	5,8	6,4	0,6	16,9	-10,5
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	43,7	40,9	-2,8	31,8	9,1
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	33,3	20,3	-13,0	16,0	4,3
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	7,1	5,9	-1,2	5,5	0,4
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	nd	3,8	-	3,2	-0,6
Altres / Otros / Others	10,1	22,7	6,2	26,6	3,9

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

MARESME

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT							
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	40,0	54,3	14,3		52,5	1,8	
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	0,3	0,3	0,0		0,8	-0,5	
Autocar / Autocar / Coach	16,4	12,2	-4,2		4,6	7,6	
Avió / Avión / Plane	36,7	28,9	-7,8		36,5	-7,6	
Tren / Tren / Train	6,0	4,1	-1,9		4,9	-0,8	
Altres / Otros / Others	0,6	0,2	-0,4		0,7	-0,5	
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT							
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,0	0,0		0,1	-0,1	
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	92,0	84,1	-7,9		62,5	21,6	
Professional / Profesional / Professional	2,6	4,9	2,3		23,4	-18,5	
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	4,2	3,7	-0,5		5,8	-2,1	
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	0,7	3,9	3,2		2,9	1,0	
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	0,5	3,4	2,9		5,3	-1,9	
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION							
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	74,6	68,4	-6,2		70,1	-1,7	
Càmping / Camping / Campsite	17,4	28,6	11,2		21,6	7,0	
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	nd	0,0	-		3,6	-3,6	
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	3,1	0,8	-2,3		1,9	-1,1	
Casa particular / Casa particular / Private house	4,2	1,5	-2,7		1,9	-0,4	
Altres / Otros / Others	0,7	0,7	0,0		0,9	-0,2	
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS							
1a visita / 1ª visita / 1st visit	46,2	50,2	4,0		48,2	2,0	
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	13,7	7,7	-6,0		8,1	-0,4	
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	7,1	9,0	1,9		7,7	1,3	
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	33,0	30,2	-2,8		34,0	-3,8	
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	2,9	2,9		2,0	0,9	

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

MARESME

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS					
1 nit / noche / night	4,3	10,6	6,3	17,0	-6,4
2 nits / noches / nights	5,4	9,8	4,4	20,4	-10,6
3 nits / noches / nights	6,2	7,5	1,3	12,9	-5,4
4 nits / noches / nights	7,7	5,4	-2,3	9,9	-4,5
5 nits / noches / nights	5,8	5,3	-0,5	5,2	0,1
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	45,5	40,5	-5,0	22,4	18,1
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	25,1	20,9	-4,2	12,2	8,7
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	8,0	7,2	-0,8	5,2	2,0
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**					
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	48,2	47,9	-0,3	44,6	3,3
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	23,3	22,5	-0,8	20,8	1,7
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	8,9	11,8	2,9	7,5	4,3
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,6	3,1	2,5	1,6	1,5
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	21,4	16,2	-5,2	7,0	9,2
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	0,2	5,5	5,3	18,3	-12,8
Altres / Otros / Others	2,3	1,1	-1,2	1,2	-0,1
Cap / Ninguna / Any	14,0	11,8	-2,2	12,5	-0,7
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)					
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,6	8,5	-0,1	8,6	-0,1
Seguretat / Seguridad / Safety	8,4	8,4	0,0	8,4	0,0
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,4	8,3	-0,1	8,4	-0,1
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,2	8,2	0,0	8,1	0,1
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,3	8,1	-0,2	8,1	0,0
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,4	8,1	-0,3	8,3	-0,2
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,1	8,1	0,0	8,0	0,1
Restauració / Restauración / Restaurants	8,1	8,0	-0,1	8,0	0,0
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,9	7,9	0,0	7,8	0,1
Comerços / Comercios / Retail shops	7,8	7,8	0,0	7,8	0,0
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	nd	7,3	-	7,3	0,0
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	6,7	6,8	0,1	7,1	-0,3
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,2	8,2	0,0	8,2	0,0

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council
*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

MOIANÈS

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca	Entorn de Barcelona*		
	Comarca Region	2015	2014	2015 Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	137	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	390	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	239	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	20	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	26	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	nd	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	nd	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	nd	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

MOIANÈS

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	1.007	1.275	121
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	591	501	-
Var. 2014-2015 (%)	70,4%	154,5%	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,30	8,30	8,55
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) <i>Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)</i> <i>Differential (region-Barcelona's surroundings)</i>	0,38	0,17	-0,26

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

OSONA

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca	2014	Entorn de Barcelona*	
	Comarca Region		2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	1.742	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	2.508	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	1.064	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	114	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	280	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	nd	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	28.921	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	22.360	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	nd	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	74.706	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	62.837	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	nd	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	38,4	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	18,5	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points
nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

OSONA

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	14.111	1.737	163
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	5.631	722	6
Var. 2014-2015 (%)	150,6%	140,6%	2616,7%
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,29	8,28	8,93
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) Differential (region-Barcelona's surroundings)	0,37	0,15	0,12

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX			
Home / Hombre / Man	62,8	63,4	-0,6
Dona / Mujer / Woman	37,2	36,6	0,6
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP			
15 - 17 anys / años / years old	0,0	0,9	-0,9
18 - 24 anys / años / years old	1,5	4,5	-3,0
25 - 34 anys / años / years old	12,5	15,5	-3,0
35 - 44 anys / años / years old	31,7	28,8	2,9
45 - 54 anys / años / years old	31,0	23,9	7,1
55 - 64 anys / años / years old	10,4	15,2	-4,8
65 anys o més / años o más / years old or more	12,9	11,2	1,7

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

OSONA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE			
CATALUNYA	85,9	28,8	57,1
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	32,0	7,8	24,2
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	53,9	21,0	32,9
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	8,6	17,7	-9,1
Ctat. Valenciana	2,1	4,2	-2,1
Madrid	2,0	0,9	1,1
Múrcia	1,8	1,2	0,6
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	2,7	11,4	-8,7
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	4,9	46,6	-41,7
França / Francia / France	2,1	8,6	-6,5
Bèlgica / Bélgica / Belgium	0,4	2,7	-2,3
Alemanya / Alemania / Germany	0,4	0,8	-0,4
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	0,4	8,9	-8,5
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	1,6	25,6	-24,0
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	0,6	6,9	-6,3
Xina / China / China	0,0	0,0	0,0
EUA / EEUU / USA	0,0	0,2	-0,2
Hondures / Honduras / Honduras	0,0	0,0	0,0
Altres / Otros / Others	0,6	6,7	-6,1
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)			
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	71,9	149,1	-77,2
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	22,2	36,7	-14,5
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS			
Sol / Solo / Alone	3,6	16,9	-13,3
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	30,2	31,8	-1,6
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	18,7	16,0	2,7
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	7,4	5,5	1,9
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	2,0	3,2	-1,2
Altres / Otros / Others	38,1	26,6	11,5

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

OSONA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT			
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	95,7	52,5	43,2
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	0,3	0,8	-0,5
Autocar / Autocar / Coach	0,3	4,6	-4,3
Avió / Avión / Plane	3,0	36,5	-33,5
Tren / Tren / Train	0,6	4,9	-4,3
Altres / Otros / Others	0,1	0,7	-0,6
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT			
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,1	-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	84,7	62,5	22,2
Professional / Profesional / Professional	3,8	23,4	-19,6
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	6,3	5,8	0,5
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	1,8	2,9	-1,1
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	3,4	5,3	-1,9
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMMODATION			
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	41,1	70,1	-29,0
Càmping / Camping / Campsite	33,5	21,6	11,9
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	24,9	3,6	21,3
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	1,9	-1,9
Casa particular / Casa particular / Private house	0,5	1,9	-1,4
Altres / Otros / Others	0,0	0,9	-0,9
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS			
1a visita / 1ª visita / 1st visit	39,3	48,2	-8,9
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	8,9	8,1	0,8
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	6,3	7,7	-1,4
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	44,6	34,0	10,6
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,9	2,0	-1,1

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

OSONA

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region		Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
	2015 (%)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS			
NÚMERO DE NOCHES			
NUMBER OF NIGHTS			
1 nit / noche / night	20,3	17,0	3,3
2 nits / noches / nights	27,4	20,4	7,0
3 nits / noches / nights	14,7	12,9	1,8
4 nits / noches / nights	12,0	9,9	2,1
5 nits / noches / nights	3,5	5,2	-1,7
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	7,3	22,4	-15,1
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	14,8	12,2	2,6
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	5,2	5,2	0,0
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES**			
FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS**			
INFORMATION SOURCES CONSULTED**			
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	50,4	44,6	5,8
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	26,9	20,8	6,1
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	3,3	7,5	-4,2
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,3	1,6	-1,3
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	0,6	7,0	-6,4
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	3,7	18,3	-14,6
Altres / Otros / Others	0,9	1,2	-0,3
Cap / Ninguna / Any	19,4	12,5	6,9
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10)			
VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10)			
EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)			
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	9,3	8,3	1,0
Seguretat / Seguridad / Safety	8,9	8,6	0,3
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,9	8,4	0,5
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,8	8,4	0,4
Neteja / Limpieza / Cleanliness	8,7	8,1	0,6
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,7	7,3	1,4
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	8,4	8,1	0,3
Restauració / Restauración / Restaurants	8,0	7,8	0,2
Transport públic / Transporte público / Public transport	8,0	8,0	0,0
Comerços / Comercios / Retail shops	7,8	7,8	0,0
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,0	7,1	-0,1
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	6,8	8,0	-1,2
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,6	8,2	0,4

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turisme. Diputación de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratori de Turisme. Barcelona Provincial Council
*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonés / province of Barcelona without el Barcelonés
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

VALLÈS OCCIDENTAL

Indicadors d'activitat turística Indicadores de actividad turística Tourism activity indicators

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*		
	2014	2015	Var. 15/14 (%)**	2014	2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	6.012	6.034	0,4	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	0	0	0,0	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	28	28	0,0	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	nd	5	-	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	nd	271	-	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	515.730	516.541	0,2	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	0	0	0,0	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	nd	-	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	1.035.238	1.061.148	2,5	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	0	0	0,0	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	nd	-	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	56,8	58,0	1,2	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	0	0	0,0	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	nd	-	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonès, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonès, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

VALLÈS OCCIDENTAL

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	920	1.708	-
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	278	545	-
Var. 2014-2015 (%)	230,9%	213,4%	-
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	7,89	8,08	8,63
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) <i>Diferencial (comarca-entorno de Barcelona)</i> <i>Differential (region-Barcelona's surroundings)</i>	-0,03	-0,05	-0,18

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX					
Home / Hombre / Man	68,0	71,4	3,4	63,4	8,0
Dona / Mujer / Woman	32,0	28,6	-3,4	36,6	-8,0
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP					
15 -17 anys / años / years old	0,9	1,2	0,3	0,9	0,3
18 - 24 anys / años / years old	4,0	5,1	1,1	4,5	0,6
25 - 34 anys / años / years old	18,2	16,2	-2,0	15,5	0,7
35 - 44 anys / años / years old	29,5	26,9	-2,6	28,8	-1,9
45 - 54 anys / años / years old	27,2	28,2	1,0	23,9	4,3
55 - 64 anys / años / years old	9,8	15,7	5,9	15,2	0,5
65 anys o més / años o más / years old or more	10,4	6,7	-3,7	11,2	-4,5

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS OCCIDENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona*
					Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*
					Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE					
CATALUNYA	6,3	6,3	0,0	28,8	-22,5
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	1,1	0,7	-0,4	7,8	-7,1
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	5,2	5,6	0,4	21,0	-15,4
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	32,8	35,0	2,2	17,7	17,3
Ctat. Valenciana	8,3	8,4	0,0	4,2	4,2
Madrid	2,0	4,9	2,8	1,2	3,7
Múrcia	2,8	2,9	0,1	1,6	1,3
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	19,7	18,8	-0,9	10,7	8,1
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	45,2	46,6	1,4	46,6	0,0
França / Francia / France	11,3	11,2	-0,1	8,6	2,6
Bèlgica / Bélgica / Belgium	3,5	6,2	2,8	8,9	-2,7
Alemanya / Alemania / Germany	1,6	4,6	3,7	2,7	1,9
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	3,1	3,5	8,9	3,7	-0,2
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	25,7	21,1	-4,6	22,7	-1,6
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	15,7	12,1	-3,6	6,9	5,2
Xina / China / China	0,6	0,9	0,3	0,2	0,7
EUA / EEUU / USA	0,6	0,3	-0,3	0,1	0,2
Hondures / Honduras / Honduras	0,3	0,2	-0,1	0,0	0,2
Altres / Otros / Others	14,2	10,7	-3,5	6,6	4,1
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)					
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	149,7	176,3	26,6	149,1	27,2
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	47,3	55,0	7,7	36,7	18,3
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS					
Sol / Solo / Alone	32,3	31,7	-0,6	16,9	14,8
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	20,4	19,0	-1,4	31,8	-12,8
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	14,9	3,6	-11,3	16,0	-12,4
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	5,7	2,2	-3,5	5,5	-3,3
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	nd	4,8	-	3,2	1,6
Altres / Otros / Others	26,7	38,7	12,0	26,6	12,1

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS OCCIDENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT							
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	33,2	34,9	1,7		52,5		-17,6
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcycler rental	1,8	2,0	0,2		0,8		1,2
Autocar / Autocar / Coach	2,9	3,3	0,4		4,6		-1,3
Avió / Avión / Plane	50,0	48,8	-1,2		36,5		12,3
Tren / Tren / Train	9,0	10,7	1,7		4,9		5,8
Altres / Otros / Others	3,1	0,3	-2,8		0,7		-0,4
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT							
Compres / Compras / Shopping	0,0	0,0	0,0		0,1		-0,1
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	19,2	19,9	0,7		62,5		-42,6
Professional / Profesional / Professional	58,5	61,3	2,8		23,4		37,9
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	13,7	9,1	-4,6		5,8		3,3
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	3,5	2,3	-1,2		2,9		-0,6
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	5,1	7,4	2,3		5,3		2,1
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION							
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	97,1	99,1	2,0		70,1		29,0
Càmping / Camping / Campsite	0,0	0,0	0,0		21,6		-21,6
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	nd	0,0	-		3,6		-3,6
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,0	0,2	0,2		1,9		-1,7
Casa particular / Casa particular / Private house	2,3	0,6	-1,7		1,9		-1,3
Altres / Otros / Others	0,6	0,1	-0,5		0,9		-0,8
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS							
1a visita / 1ª visita / 1st visit	48,5	42,8	-5,7		48,2		-5,4
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	8,3	10,5	2,2		8,1		2,4
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	6,1	9,2	3,1		7,7		1,5
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	36,5	36,3	-0,2		34,0		2,3
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,6	1,2	0,6		2,0		-0,8

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS OCCIDENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS					
1 nit / noche / night	23,7	19,1	-4,6	17,0	2,1
2 nits / noches / nights	23,5	29,1	5,6	20,4	8,7
3 nits / noches / nights	17,1	15,4	-1,7	12,9	2,5
4 nits / noches / nights	11,3	14,5	3,2	9,9	4,6
5 nits / noches / nights	4,2	6,6	2,4	5,2	1,4
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	14,3	11,5	-2,8	22,4	-10,9
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	5,9	3,8	-2,1	12,2	-8,4
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	4,0	3,7	-0,3	5,2	-1,5
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**					
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	33,3	28,2	-5,1	44,6	-16,4
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	12,8	14,1	1,3	20,8	-6,7
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	2,0	3,3	1,3	7,5	-4,2
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	1,1	0,4	-0,7	1,6	-1,2
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	4,6	4,3	-0,3	7,0	-2,7
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	20,4	47,0	26,6	18,3	28,7
Altres / Otros / Others	3,3	0,6	-2,7	1,2	-0,6
Cap / Ninguna / Any	27,0	10,8	-16,2	12,5	-1,7
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)					
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	8,5	8,5	0,0	8,4	0,1
Seguretat / Seguridad / Safety	8,5	8,4	-0,1	8,6	-0,2
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,1	8,3	0,2	8,4	-0,1
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,3	8,2	-0,1	8,1	0,1
Neteja / Limpieza / Cleanliness	7,9	8,1	0,2	8,0	0,1
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,2	8,1	-0,1	8,0	0,1
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	7,9	8,0	0,1	7,8	0,2
Restauració / Restauración / Restaurants	nd	7,9	-	8,3	-0,4
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,9	7,8	-0,1	8,1	-0,3
Comerços / Comercios / Retail shops	7,8	7,7	-0,1	7,8	-0,1
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,7	7,6	-0,1	7,1	0,5
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	nd	7,1	-	7,3	-0,2
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	7,9	8,1	0,2	8,2	-0,1

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council
*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer

VALLÈS ORIENTAL

Indicadors d'activitat turística
Indicadores de actividad turística
Tourism activity indicators

	Comarca	2014	Entorn de Barcelona*	
	Comarca Region		2015	Var. 15/14 (%)**
Places en establiments hotelers Plazas en hoteles Beds in hotels	3.860	63.736	63.758	0,0
Places en càmpings Plazas en campings Beds in campsites	2.415	43.998	44.026	0,1
Places en establiments de turisme rural Plazas en establecimientos turísticos Beds in rural accommodations	418	4.797	4.934	2,9
Places en apartaments turístics Plazas en apartamentos turísticos Beds in tourist apartments	36	nd	2.332	-
Places en Habitatges d'ús turístics Plazas en viviendas de uso turístico Beds in Home for tourist use	464	nd	15.028	-
Nombre de viatgers allotjats en establiments hotelers Número de viajeros alojados en Hoteles Number of tourists staying in hotels	246.478	3.268.301	3.291.265	0,7
Nombre de viatgers allotjats en càmpings Número de viajeros alojados en campings Number of tourists staying in campsites	31.409	614.472	643.338	4,7
Nombre de viatgers allotjats en establiments de turisme rural Número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural Number of tourists staying in rural accommodations	nd	86.909	100.506	15,6
Nombre de pernoctacions en hotels Número de pernoctaciones en hoteles Number of overnights in hotels	485.429	9.507.077	9.744.631	2,5
Nombre de pernoctacions en càmpings Número de pernoctaciones campings Number of overnights in campsites	97.673	2.361.205	2.588.930	9,6
Nombre de pernoctacions en establiments de turisme rural Número de pernoctaciones en establecimientos de turismo rural Number of overnights in rural accommodation	nd	255.795	292.607	14,4
Grau d'ocupació hotelera (per hab, en %) Grado de ocupación hotelera (por hab, en %) Hotel Occupancy (per room, in %)	44,6	67,0	70,9	3,9
Grau d'ocupació en càmpings (per parcel·la, en %) Grado de ocupación en campings (por parcela, en %) Campsites occupancy (per plot, in %)	46,8	46,1	46,0	-0,1
Grau d'ocupació en els establiments de turisme rural (per hab, en %) Grado de ocupación en establecimientos de turismo rural (por hab, en %) Rural accommodation Occupancy (per room, in %)	nd	20,2	22,0	1,8

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona a partir/a partir /from Idescat i/y/and la Direcció General de Turisme (Generalitat de Catalunya)

*Província de Barcelona sense el Barcelonès, a excepció del grau d'ocupació hotelera / provincia de Barcelona sin el Barcelonés, a excepción del grado de ocupación hotelera / province of Barcelona without el Barcelonés, except hotel occupancy

**La variació en el grau d'ocupació és en punts percentuals / la variación en el grado de ocupación es en puntos porcentuales / the variation in the occupancy rate is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

VALLÈS ORIENTAL

Indicadors online

Indicadores online

Online indicators

Identitat Identidad Identity			
Audiències directes 2015 Audiencias directas 2015 Direct audiences 2015	2.195	2.799	258
Audiències directes 2014 Audiencias directas 2014 Direct audiences 2014	580	1.655	55
Var. 2014-2015 (%)	278,4%	69,1%	369,1%
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	105.507	42.273	19.545

Reputació Reputación Reputation			
Comarca Comarca Region	8,10	8,10	8,16
Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	7,92	8,13	8,81
Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) Differential (region-Barcelona's surroundings)	0,18	-0,03	-0,65

Font / Fuente / Source: Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

**La variació és en punts percentuals / la variación es en puntos porcentuales / the variation is in percentage points

nd: Dada no disponible / Dato no disponible / Data not available

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
SEXE SEXO SEX					
Home / Hombre / Man	59,9	65,3	5,4	63,4	1,9
Dona / Mujer / Woman	40,1	34,7	-5,4	36,6	-1,9
TRAM D'EDAT TRAMO DE EDAD AGE GROUP					
15 - 17 anys / años / years old	0,8	0,0	-0,8	0,9	-0,9
18 - 24 anys / años / years old	5,2	4,1	-1,1	4,5	-0,4
25 - 34 anys / años / years old	16,9	14,1	-2,8	15,5	-1,4
35 - 44 anys / años / years old	35,0	33,7	-1,3	28,8	4,9
45 - 54 anys / años / years old	23,0	19,8	-3,2	23,9	-4,1
55 - 64 anys / años / years old	9,8	16,4	6,6	15,2	1,2
65 anys o més / años o más / years old or more	9,3	11,9	2,6	11,2	0,7

*Província de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS ORIENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona*
					Entorno de Barcelona*
					Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp)
					Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp)
					Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
LLOC DE RESIDÈNCIA LUGAR DE RESIDENCIA PLACE OF RESIDENCE					
CATALUNYA	37,7	61,0	23,3	28,8	32,2
Regió metropolitana / Región Metropolitana / Metropolitan region	11,8	20,6	8,8	7,8	12,8
Resta de Catalunya / Resto de Cataluña / Rest of Catalonia	25,9	40,4	14,5	21,0	19,4
RESTA D'ESPANYA / RESTO DE ESPAÑA / REST OF SPAIN	13,0	12,4	-0,6	17,7	-5,3
Ctat. Valenciana	2,6	3,0	0,4	4,2	-1,2
Madrid	1,4	1,2	-0,2	1,6	-0,4
Múrcia	1,1	0,9	-0,2	0,5	0,4
Altres Comunitats Autònomes / Otras Comunidades Autónomas / Other Spain Regions	7,9	7,3	-0,6	11,4	-4,1
RESTA D'EUROPA / RESTO DE EUROPA / REST OF EUROPE	45,9	24,8	-21,1	46,6	-21,8
França / Francia / France	12,4	9,3	-3,2	8,6	0,7
Bèlgica / Bélgica / Belgium	3,0	3,0	-0,1	4,9	-1,9
Alemanya / Alemania / Germany	6,9	2,6	-4,3	8,9	-6,3
Gran Bretanya / Gran Bretaña / Great Britain	8,9	2,5	-6,4	2,7	-0,2
Altres Europa / Otros Europa / Others Europe	14,7	7,4	-7,3	21,5	-14,1
RESTA DEL MÓN / RESTO DEL MUNDO / REST OF THE WORLD	3,4	1,8	-1,6	6,9	-5,1
Xina / China / China	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
EUA / EEUU / USA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hondures / Honduras / Honduras	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1
Altres / Otros / Others	3,4	1,7	-1,7	6,7	-5,0
DESPESA ESTADA (EXCLOENT TRANSPORT, ALLOTJAMENT I PAQUET TURÍSTIC) GASTO ESTANCIA (EXCLUYENDO TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y PAQUETE TURÍSTICO) SPENDING STAY (EXCLUDING TRANSPORT, ACCOMMODATION AND TOUR PACKAGE)					
Total per persona (€) / Total por persona(€) / Total per person (€)	117,8	96,1	-21,7	149,1	-53,0
Total per persona i nit (€) / Total por persona y noche (€) / Total per person and night (€)	40,9	29,3	-11,6	36,7	-7,4
ACOMPANYANTS ACOMPAÑANTES ACCOMPANYING PERSONS					
Sol / Solo / Alone	14,4	14,6	0,2	16,9	-2,3
Només amb la parella / Sólo con la pareja / Only with the couple	37,0	20,1	-16,9	31,8	-11,7
Amb família i/o fills / Con familia y/o hijos / With family and/or friends	26,1	26,3	0,2	16,0	10,3
Grup d'amics / Grupo de amigos / Friends	7,0	4,7	-2,3	5,5	-0,8
Grup organitzat / Grupo organizado / Arranged Group	nd	2,2	-	3,2	-1,0
Altres / Otros / Others	15,5	32,1	16,6	26,6	5,5

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS ORIENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	2014 (%)	2015 (%)	Comarca Comarca Region Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings* Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
MITJÀ DE TRANSPORT MEDIO DE TRANSPORTE MEANS OF TRANSPORT					
Cotxe-moto / Coche-Moto / Car-Motorcycle	65,0	83,8	18,8	52,5	31,3
Cotxe-moto de lloguer / Coche-Moto de alquiler / Car-Motorcyclers rental	2,3	0,7	-1,6	0,8	-0,1
Autocar / Autocar / Coach	2,7	0,6	-2,1	4,6	-4,0
Avió / Avión / Plane	25,2	11,0	-14,2	36,5	-25,5
Tren / Tren / Train	2,5	2,0	-0,5	4,9	-2,9
Altres / Otros / Others	2,3	1,9	-0,4	0,7	1,2
MOTIU PRINCIPAL DEL VIATGE MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE MAIN REASON OF VISIT					
Compres / Compras / Shopping	1,1	0,3	-0,8	0,1	0,2
Vacances i/o oci / Vacacional y ocio / Leisure	48,3	71,6	23,3	62,5	9,1
Professional / Profesional / Professional	17,9	17,8	-0,1	23,4	-5,6
Visita amics i/o familiars / Visita amigos y/o familiares / Visit friends and/or relatives	8,1	1,9	-6,2	5,8	-3,9
Esdeveniment esportiu / Evento deportivo / Sport event	20,9	3,2	-17,7	2,9	0,3
Altres motius / Otros motivos / Other reasons	3,7	5,2	1,5	5,3	-0,1
TIPUS D'ALLOTJAMENT TIPO DE ALOJAMIENTO TYPES OF ACCOMODATION					
Hotel - apart-hotel - pensió-hotel / Hotel - apart-hotel - pensión-hotel / Hotel - apart-hotel - guesthouse	65,6	38,4	-27,2	70,1	-31,7
Càmping / Camping / Campsite	30,6	45,3	14,7	21,6	23,7
Turisme rural / Turismo Rural / Rural accommodation	nd	12,9	-	3,6	9,3
Apartament turístic - habitatges d'ús turístic / Apartamentos turísticos - viviendas de uso turístico / Tourists apartments - home for tourist use	0,2	3,4	3,2	1,9	1,5
Casa particular / Casa particular / Private house	1,5	0,0	-1,5	1,9	-1,9
Altres / Otros / Others	2,1	0,0	-2,1	0,9	-0,9
GRAU DE REPETITIVITAT GRADO DE REPETITIVIDAD REPEAT VISITS					
1a visita / 1ª visita / 1st visit	36,4	38,2	1,8	48,2	-10,0
2a visita / 2ª visita / 2nd visit	14,1	7,1	-7,0	8,1	-1,0
3a visita / 3ª visita / 3rd visit	12,0	8,4	-3,6	7,7	0,7
4a visita o més / 4ª visita o más / 4th visit or more	37,5	45,3	7,8	34,0	11,3
NS/NC / NS/NC / DK/NR	0,0	1,0	1,0	2,0	-1,0

*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonès / province of Barcelona without el Barcelonès

VALLÈS ORIENTAL

Perfil del turista

Perfil del turista

Tourist profile

	Comarca Comarca Region			Entorn de Barcelona* Entorno de Barcelona* Barcelona's surroundings*	
	2014 (%)	2015 (%)	Var 15/14 (pp)	2015 (%)	Diferencial (comarca-entorn de Barcelona) (pp) Diferencial (comarca-entorno de Barcelona) (pp) Differential (region-Barcelona's surroundings) (pp)
NOMBRE DE NITS NÚMERO DE NOCHES NUMBER OF NIGHTS					
1 nit / noche / night	29,6	29,2	-0,4	17,0	12,2
2 nits / noches / nights	30,0	25,1	-4,9	20,4	4,7
3 nits / noches / nights	17,7	9,3	-8,4	12,9	-3,6
4 nits / noches / nights	6,3	4,9	-1,4	9,9	-5,0
5 nits / noches / nights	2,9	2,1	-0,8	5,2	-3,1
De / De / From 6 a / a / to 10 nits / noches / nights	8,9	16,2	7,3	22,4	-6,2
D' / De / From 11 a / a / to 28 nits / noches / nights	4,6	13,2	8,6	12,2	1,0
Estada mitjana / Estancia Media / Average stay	3,5	4,8	1,3	5,2	-0,4
FONTS D'INFORMACIÓ CONSULTADES** FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS** INFORMATION SOURCES CONSULTED**					
Internet, xarxes socials i blogs / Internet, redes sociales y blogs / Internet, social networks and blogs	49,8	43,9	-5,9	44,6	-0,7
Família, amics i coneguts / Familia, amigos y conocidos / Family, friends and acquaintances	22,3	24,2	1,9	20,8	3,4
Guies o llibres de viatge / Guías o libros de viaje / Travel guides or books	6,0	6,6	0,6	7,5	-0,9
Mitjans de comunicació en paper / Medios de comunicación en papel / Paper media	0,6	0,3	-	1,6	-1,3
AV - TO / AAVV - TTOO / Travel agency - Tour operator	9,7	4,0	-	7,0	-3,0
Empresa - Centre d'estudis / Empresa - Centro de estudios / Company - Studies center	2,3	14,0	11,7	18,3	-4,3
Altres / Otros / Others	2,3	0,9	-1,4	1,2	-0,3
Cap / Ninguna / Any	22,1	11,1	-11,0	12,5	-1,4
VALORACIÓ DE LA DESTINACIÓ (en una escala de 0 a 10) VALORACIÓN DEL DESTINO (en una escala de 0 a 10) EVALUATION OF THE DESTINATION (on a scale of 0 to 10)					
Caràcter i amabilitat de la gent / Caracter y amabilidad de la gente / Character and kindness of the local people	nd	9,0	-	8,3	0,7
Seguretat / Seguridad / Safety	8,6	8,8	0,2	8,6	0,2
L'entorn natural / Entorno natural / Natural environment	8,4	8,7	0,3	8,4	0,3
Allotjament / Alojamiento/ Accommodation	8,3	8,4	0,1	8,1	0,3
Neteja / Limpieza / Cleanliness	nd	8,3	-	7,3	1,0
Informació i oficines de turisme / Información y oficinas de turismo / Tourist information and offices	8,1	8,3	0,2	8,4	-0,1
Oferta d'aparcament / Oferta de aparcamiento / Parking	7,6	8,1	0,5	8,1	0,0
Restauració / Restauración / Restaurants	7,6	7,8	0,2	8,0	-0,2
Transport públic / Transporte público / Public transport	7,7	7,8	0,1	8,0	-0,2
Comerços / Comercios / Retail shops	7,7	7,7	0,0	7,8	-0,1
Senyalització - accés al municipi / Señalización - acceso al municipio / Signage - access to town	7,8	7,7	-0,1	7,8	-0,1
Punts d'accés a Internet / Puntos de acceso a internet / Internet access	7,2	6,4	-0,8	7,1	-0,7
Valoració global / Valoración global / Global evaluation	8,2	8,4	0,2	8,2	0,2

Font: Caracterització dels turistes a l'Entorn de Barcelona (Eddetur). Laboratori de Turisme. Diputació de Barcelona
Fuente: Caracterización de los turistas en el Entorno de Barcelona (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Diputación de Barcelona
Source: Tourist profile at Barcelona's surroundings (Eddetur). Laboratorio de Turismo. Barcelona Provincial Council
*Provincia de Barcelona sense el Barcelonès / provincia de Barcelona sin el Barcelonés / province of Barcelona without el Barcelonés
**Resposta múltiple / Respuesta múltiple / multiple answer



12

ENQUESTA D'OPINIÓ ALS BARCELONINS
ENCUESTA DE OPINIÓN A LOS BARCELONESES
OPINION POLL OF BARCELONA CITIZENS

La ciutadania barcelonina considera molt majoritàriament que «l'activitat turística és beneficiosa per al conjunt de la ciutat». Un 91,5% dels enquestats han declarat, l'any 2015, estar més aviat a favor d'aquest enunciat, si bé s'observa una disminució gradual del percentatge durant els darrers anys (en el 2008 era d'un 93,7%).

Aquesta percepció presenta diferències significatives, tant per les característiques sociodemogràfiques de l'enquestat com, sobretot, per barri o districte de residència d'aquest. Els més crítics són precisament els enquestats dels barris o districtes on hi ha una major pressió turística, com ara Ciutat Vella. En aquest districte, el percentatge d'aprovació baixa fins a un 85%. La valoració més alta (un 94,4% d'opinions favorables) es dona al districte de Sants-Montjuïc, seguit a curta distància pel de les Corts (un 94% d'opinions favorables).

En general, els barcelonins estan àmpliament d'acord que l'activitat turística ha ajudat a situar Barcelona en el mapa mundial, com també que produeix beneficis en la creació de llocs de treball i en la generació de valor afegit. Menys contundents –encara que també importants– són les opinions que valoren favorablement la contribució del turisme a la promoció d'una oferta cultural i de serveis de qualitat. La ciutadania de Barcelona també és conscient d'alguns costos que pot comportar l'activitat turística (un 64,6% dels enquestats estan d'acord o molt d'acord en aquesta afirmació), especialment pel que fa al creixement d'actituds incíviques, com també a l'augment dels preus. Finalment, gairebé la meitat dels enquestats afirma que el turisme causa més massificació a la ciutat.

La percepció d'un excés d'allotjaments de caràcter turístic pot ser un factor explicatiu de les opinions desfavorables. Un 15,1% del conjunt dels ciutadans de Barcelona creu que som davant un excés d'oferta turística, enfront d'un 82,4% que pensa el contrari. Aquí sí que s'observen unes diferències importants entre residir en un barri turístic (32,2% contra 4,4%) o no, i també entre districtes. Per exemple, en el cas de Ciutat Vella, més de la meitat dels enquestats (54,7%) estan d'acord amb l'afirmació, mentre que els qui consideren excessiva l'oferta d'allotjament turístic en districtes amb escassa oferta turística, com Horta, Nou Barris o Sant Andreu són gairebé marginals. A l'Eixample, l'afirmació és compartida per un 27% dels enquestats, mentre que a Gràcia és compartida per un 21,8%.

Aquest ampli consens respecte als beneficis de l'activitat turística no es repeteix quan es tracta del futur immediat. Una lleugera majoria de barcelonins creu que encara hi ha marge per a continuar atraient turistes (52,8%), si bé aquest percentatge s'ha reduït deu punts en el darrer any i quasi vint punts en comparació amb el 2012. No obstant això, es detecta una certa correlació entre l'evolució de l'activitat econòmica global de la ciutat i el percentatge de respostes favorables al marge existent per a continuar atraient turistes. No és una casualitat que els percentatges favorables siguin similars als del 2007, el darrer any abans de la crisi econòmica, ni que els percentatges màxims es produïssin durant el 2012, l'any en què es va aguditzar la recaiguda de la crisi. Aquesta hipòtesi es deixa entreveure en els graus d'aprovació de la pregunta oposada («Barcelona està arribant al límit de capacitat per a donar serveis als turistes?»), en què els percentatges més alts d'aprovació es donen en els trams d'edat compresos entre quaranta-cinc i seixanta-quatre (57,6%), mentre que els més baixos es produeixen en trams d'edat entre vint-i-cinc i trenta-quatre anys (36,6%). Així mateix, i com calia esperar, hi ha unes diferències significatives entre districtes i barris, de manera que els més sotmesos a la pressió turística, com és el cas de Ciutat Vella, són els més favorables a aquesta aprovació.

La tradicional implicació de la ciutadania de Barcelona en els afers de la ciutat resta de nou reflectida en un ampli consens a favor de promoure un debat sobre el turisme entre ciutadans, institucions i sector econòmic: una quarta part s'hi mostra rotundament d'acord i prop d'un 55%, més aviat favorable.

Creu que el turisme és beneficiós per a Barcelona? (%)

¿Cree que el turismo es beneficioso para Barcelona? (%)
Do you think that tourism is beneficial for Barcelona? (%)

	2008	2010	2014	2015
Més aviat sí Más bien sí On the whole, yes	93,7	92,9	92,4	91,5
Més aviat no Más bien no On the whole, no	4,9	6,9	6,4	7,6
No sap, no contesta No sabe, no contesta Don't know, no response	1,3	0,2	1,2	0,9

En quina mesura està d'acord amb aquestes afirmacions? 2015

¿En qué medida está de acuerdo con estas afirmaciones? 2015
To what extent do you agree with these statements? 2015

Dóna a conèixer positivament la imatge de Barcelona

Da a conocer positivamente la imagen de Barcelona
Spreads a positive image of Barcelona



Aporta molts diners a l'economia de la ciutat
Aporta mucho dinero a la economía de la ciudad
Brings the economy of the city a lot of money



Crea llocs de treball
Crea puestos de trabajo
Creates jobs



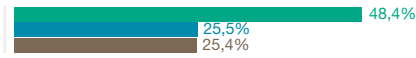
Contribueix al manteniment dels equipaments culturals de Barcelona
Contribuye al mantenimiento de los equipamientos culturales de Barcelona
Plays a part in maintaining the cultural facilities of the city



Fa que en algunes zones de la ciutat hi hagi molt incivisme
Hace que en algunas zonas de la ciudad haya mucho incivismo
Leads to a lot of uncivil behaviour in some areas of the city



Provoca una massificació de la ciutat
Provoca una masificación de la ciudad
Leads to the city becoming overcrowded



■ D'acord o molt d'acord / De acuerdo o muy de acuerdo / Agree or strongly agree ■ Regular / Regular / Neutral ■ En desacord o molt en desacord / En desacuerdo o muy en desacuerdo / Disagree or strongly disagree
Nota / Nota / Note: no inclou NS-NC / no incluye NS-NC / DK-NR not included

Amb quina d'aquestes dues opinions està vostè més d'acord? 2015

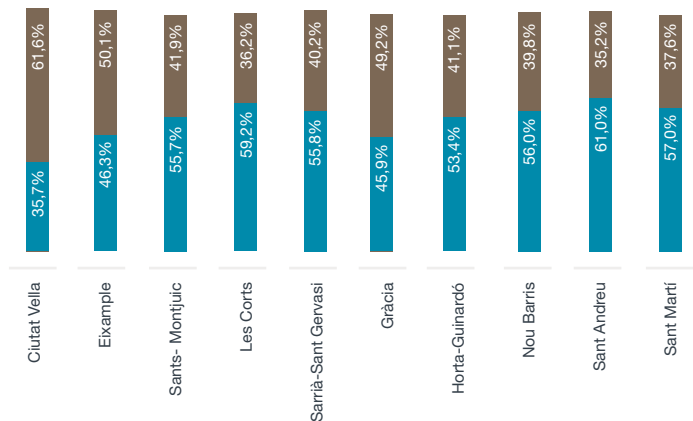
¿Con cuál de estas dos opiniones está usted más de acuerdo? 2015
Which of these two opinions do you agree with most? 2015

Barcelona ha de continuar atraient més turistes

Barcelona tiene que continuar atrayendo más turistas
Barcelona must continue to try and attract more tourists

S'està arribant al límit de la capacitat per donar serveis als turistes

Se está llegando al límite de la capacidad para dar servicio a los turistas
Barcelona is reaching the limits of its capacity to provide a service to tourists



■ S'està arribant al límit de la capacitat per donar serveis als turistes / Se está llegando al límite de la capacidad para dar servicio a los turistas / Barcelona is reaching the limits of its capacity to provide a service to tourists
■ Barcelona ha de continuar atraient més turistes / Barcelona tiene que continuar atrayendo más turistas / Barcelona must continue to try and attract more tourists

Font tota la pàgina: Percepció del turisme a Barcelona 2014-2015. Ajuntament de Barcelona. 2011 i anteriors Turisme de Barcelona
Fuente toda la página: Percepción del turismo en Barcelona 2014-2015. Ayuntamiento de Barcelona. 2011 y anteriores Turisme de Barcelona
The whole page source: Tourism perception in Barcelona 2014- 2015. Barcelona City Council. 2011 and earlier Turisme de Barcelona

En general, li agrada o li molesta tenir contacte amb turistes?

En general, ¿a usted le gusta o le molesta tener contacto con turistas?

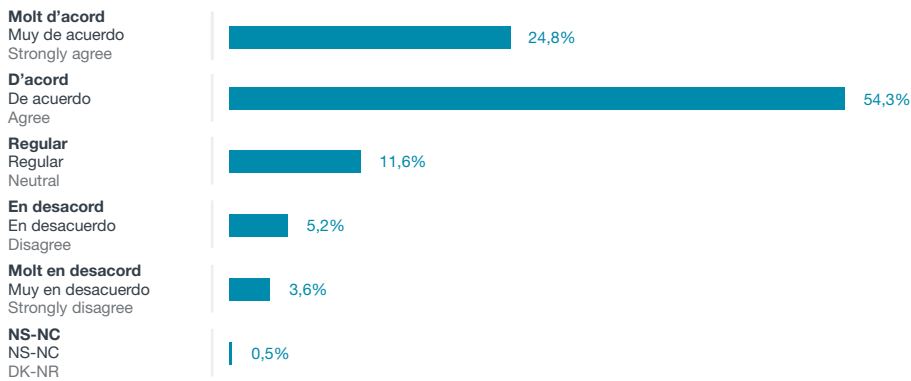
In general, do you like to have contact with tourists or does it annoy you?

	Juny / Junio / June 2015
	%
Li agrada Le gusta Like	79,6
Li és indiferent Le es indiferente Indifferent	15,2
Li molesta Le molesta Annoy	4,2
No sap, no contesta No sabe, no contesta Don't know, no response	1,0

El futur de Barcelona ha de passar per promoure un debat sobre el turisme entre ciutadans, institucions i sector econòmic (%) 2015

El futuro de Barcelona tiene que pasar por promover un debate sobre el turismo entre ciudadanos, instituciones y sector económico (%) 2015

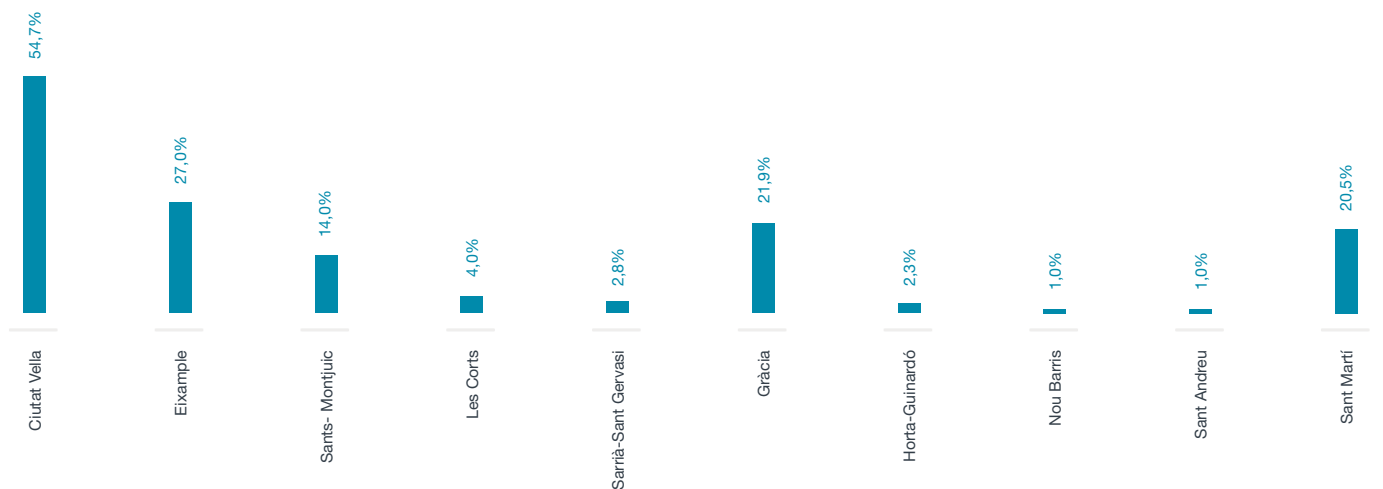
In the future Barcelona must promote a debate on tourism between citizens, institutions and economic sector (%) 2015

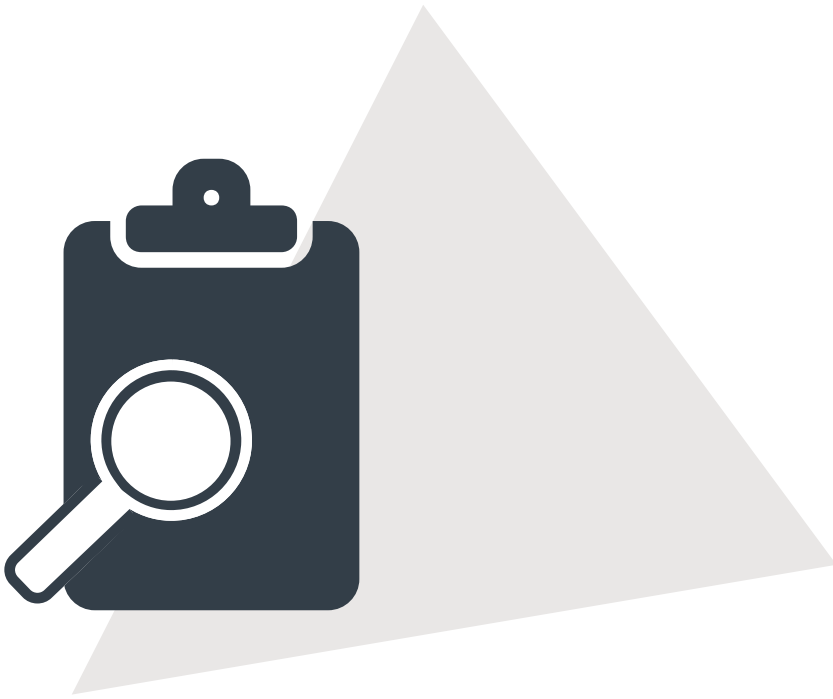


Vostè creu que en el seu barri hi ha massa hotels, albergs, habitatges d'ús turístic, etc? (%) 2015

¿Cree que en su barrio hay demasiados hoteles, albergues, viviendas de uso turístico, etc? (%) 2015

Do you think that in your neighborhood are too many hotels, hostels, homes for tourist use, etc? (%) 2015





METODOLOGIA I CONCEPTES CLAU
METODOLOGÍA Y CONCEPTOS CLAVE
METHODOLOGY AND KEY CONCEPTS

BARCELONA

Enquesta de conjuntura del sector hotelier

Enquesta a directors d'hotel realitzada per Consultur, consultora turística degana a Espanya, ara divisió de turisme de Cegos, per a Turisme de Barcelona. En el camp dels estudis de mercat l'any 1989 va dissenyar i posar en marxa el sistema d'informació de Turisme de Barcelona. A partir de 2010, tractament de les dades.

- **Univers:** establiments hotelers de Barcelona ciutat, considerant l'oferta actualitzada cada mes.
- **Mostra:** una mitjana de 210 enquestes mensuals a hotels agremiats al Gremi d'Hotels de Barcelona.
- **Error màxim suportat:** (amb $p=q=50\%$ i un interval de confiança del 95,5%): Mensual: $\pm 6,6\%$, Anual: $\pm 6,6\%$
- **Tipus d'enquesta:** qüestionari en línia a través de la intranet del Gremi d'Hotels de Barcelona.
- **Periodicitat:** mensual.
- **Distribució de la mostra:** afixació proporcional al nombre de places per categoria.
- **Observacions:** des de 2005 ajust en els càlculs per a l'obtenció de turistes, pernотacions i ocupació per places.

BARCELONA

Encuesta de coyuntura del sector hotelero

Encuesta a directores de hotel realizada por Consultur, consultora turística decana en España, ahora división de turismo de Cegos, para Turisme de Barcelona. En el campo de los estudios de mercado, en 1989 diseño y puso en marcha el sistema de información de Turisme de Barcelona. A partir de 2010, tratamiento de los datos.

- **Universo:** establecimientos hoteleros de Barcelona ciudad, considerando la oferta actualizada cada mes.
- **Muestra:** una media de 210 encuestas mensuales en hoteles agremiados al Gremi d'Hotels de Barcelona.
- **Errores máximos soportados** (con $p=q=50\%$ y un intervalo de confianza del 95,5%): Mensual: $\pm 6,6\%$, Anual: $\pm 6,6\%$
- **Tipo de encuesta:** cuestionario en línea a través de la intranet del Gremio de Hoteles de Barcelona.
- **Periodicidad:** mensual.
- **Distribución de la muestra:** afijación proporcional al número de plazas por categoría.
- **Observaciones:** desde 2005 ajuste en los cálculos para la obtención de turistas, pernотaciones y ocupación por plazas.

BARCELONA

Business Survey of the Hotel Sector

Survey of hotel managers carried out for Turisme de Barcelona by Consultur, Spain's oldest tourism consultancy, now the tourism division of Cegos. It designed and launched Turisme de Barcelona's information system in the field of market studies in 1989, and began developing their data processing system in 2010.

- **Universe:** Hotel establishments in Barcelona, taking into account the updated monthly offer.
- **Sample:** an average of 140 surveys a month of hotels belonging to the Gremi d'Hotels de Barcelona (Barcelona Hotel Association).
- **Maximum tolerable errors** (with $p=q=50\%$ and a confidence interval of 95.5%): Monthly: $\pm 6.6\%$, Annual: $\pm 6.6\%$
- **Type of survey:** On-line questionnaire through the Barcelona Hotel Association's intranet.
- **Frequency:** Monthly.
- **Distribution of the sample:** Proportional allocation of the number of beds per category.
- **Observations:** Since 2005 there has been an adjustment in the calculations to attract tourists, overnights and occupancy by beds.

Enquesta a turistes

Realitzada per l'Ajuntament de Barcelona. Treball de camp: Gesop, S.L. Anys anteriors a 2014, enquesta realitzada per Turisme de Barcelona.

- **Àmbit:** Municipi de Barcelona.
- **Univers:** Turistes de 15 anys i més que pernотin a Barcelona de 1 a 28 nits.
- **Mostra:** 6.000 entrevistes.
- **Metodologia:** Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI).
- **Mostreig:** Mostreig polietàpic, estratificat (mesos de visita: de març a desembre) i per conglomerats (dies de la setmana i punts d'enquestació). Els llocs d'enquestació són punts d'interès turístic (museus, monuments, espais de fires i congressos, carrers concorreguts, etc.), punts d'entrada i sortida a la ciutat (aeroport, estació de trens, estació d'autobusos i terminal de creuers) i hotels. 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:** Proporcional per mes de l'any i, dins de cada mes, fixa per dia i per lloc d'enquestació.
- **Ponderació:** S'ha ponderat per tal que la mostra sigui representativa del turisme a la ciutat de Barcelona en funció de la distribució de turistes permesos, tipus d'allotjament i motiu del viatge.
- **Error mostral:** Per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i $P=Q$, l'error és de $\pm 1,4\%$ per al conjunt de la mostra.
- **Data de realització:** Del 3 de març al 29 de desembre de 2015.

Encuesta sobre la actividad turística en la ciudad de Barcelona

Realizada por el Ayuntamiento de Barcelona. Trabajo de campo: Gesop, S.L. Años anteriores a 2014, encuesta realizada por Turisme de Barcelona.

- **Ámbito:** municipio de Barcelona.
- **Universo:** turistas de 15 años y más que pernотen en Barcelona de 1 a 28 noches.
- **Muestra:** 6.000 entrevistas.
- **Metodología:** entrevista personal realizada con soporte informàtic (CAPI).
- **Muestreo:** muestreo polietàpic, estratificado (meses de visita: de marzo a diciembre) y por conglomerados (días de la semana y puntos de encuestación). Los sitios de encuestación son puntos de interés turístico (museos, monumentos, espacios de ferias y congresos, calles concurridas, etc.), puntos de entrada y salida a la ciudad (aeropuerto, estación de trenes, estación de autobuses y terminal de cruceros) y hoteles. En cada uno de estos lugares, los entrevistados han sido escogidos aleatoriamente a lo largo de todo el día y cubriendo días laborables (de lunes a viernes) y fines de semana (sábado o domingo).
- **Afijación:** proporcional por mes del año y, dentro de cada mes, fija por día y por lugar de encuestación.
- **Ponderación:** se ha ponderado para que la muestra sea representativa del turismo en la ciudad de Barcelona en función de la distribución de turistas permitidos, tipo de alojamiento y motivo del viaje.
- **Error muestral:** para un nivel de confianza del 95,5% (2σ), y $P=Q$, el error es de $\pm 1,4\%$ para el conjunto de la muestra.
- **Fecha de realización:** del 3 de marzo al 29 de diciembre de 2015.

Survey on Tourism in Barcelona

Carried out by Barcelona City Council. Fieldwork: Gesop, S.L. In the years before 2014, a survey carried out by Turisme de Barcelona.

- **Area:** Municipality of Barcelona.
- **Universe:** Tourists aged 15 or over who spend between 1 and 28 nights in Barcelona.
- **Sample:** 6,000 interviews.
- **Methodology:** Computer-assisted personal interviewing (CAPI).
- **Sampling method:** Stratified, multistage sampling (months of visit: March to December) and cluster sampling (days of the week and survey points). The survey points are tourist sights (museums, landmarks, trade fair and congress venues, busy streets, etc.), city entrance and exit points (airport, railway station, bus station and cruise terminal) and hotels. At each of these places, the interviewees were chosen at random throughout the day, including weekdays (Monday to Friday) and weekends (Saturday and Sunday).
- **Allocation:** Proportional according to the month of the year and, within every month, fixed by day and place of the survey.
- **Weighting:** The sample was weighted to make it representative of tourism in Barcelona according to the distribution of tourists permitted, accommodation types and the reason for travel.
- **Sampling error:** For a confidence level of 95.5% (2σ), and $P=Q$, the error was $\pm 1.4\%$ in the overall sample.
- **Date carried out:** 3rd March to 29th December.

BARCELONA

Oferta Hotelera

Recull dels establiments i projectes hotelers realitzat per Turisme de Barcelona i el Gremi d'Hotels de Barcelona. Anteriorment Turisme de Barcelona.

BARCELONA

Oferta Hotelera

Recopilación de los establecimientos y proyectos hoteleros realizada por Turisme de Barcelona y el Gremio de Hoteles de Barcelona. Anteriormente Turisme de Barcelona.

BARCELONA

Hotel Offer

Collated by Turisme de Barcelona and the Barcelona Hotel Association, it brings together hotel establishments and hotel projects. Previous years completed by Turisme de Barcelona.

Enquesta de percepció del turisme

Realitzada per l'Ajuntament de Barcelona

- **Àmbit:** Municipi de Barcelona.
- **Univers:** Població De Barcelona de 18 anys i més.
- **Grandària de la mostra:** 3293 entrevistes en total (408 a la primera onada, 819 a la segona, 1.032 a la tercera i 1034 a la quarta).
- **Metodologia:** Entrevista telefònica amb suport informàtic (Cati).
- **Procediment de mostreig:** Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el gènere i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 18 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats calculades segons el Padró Municipal.
- **Afixació:** Fitxa per a cadascun dels districtes per tal d'aconseguir una significació estadística territorial més alta i, dins dels districtes, l'afixació és proporcional.
- **Ponderació:** en funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'obtenir els resultats del conjunt de la ciutat.
- **Error mostral:** per a un nivell de confiança del 95,5% (2s), i $P = Q$, l'error és de $\pm 1,8\%$ per al conjunt de la mostra ($\pm 4,9\%$ a la primera onada, $\pm 3,7\%$ a la segona, $\pm 3,3\%$ a la tercera i $\pm 3,3\%$ a la quarta).
- **Data de realització:** 1a onada: del 23 al 30 de març de 2015; 2a onada: del 8 al 23 de juny de 2015; 3a onada: del 14 de setembre al 2 d'octubre de 2015; 4a onada: del 30 de Novembre al 22 de desembre de 2015.
- **Empresa de treball de camp:** onades 1 i 2: Odec; onades 3 i 4: Anàlisis E Investigació

Encuesta de percepción del turismo

Realizada por el Ayuntamiento de Barcelona

- **Ámbito:** Municipio de Barcelona.
- **Universo:** población de Barcelona de 18 años y más.
- **Tamaño de la muestra:** 3293 entrevistas en total (408 en la primera oleada, 819 en la segunda oleada, 1032 en la tercera oleada y 1034 en la cuarta).
- **Metodología:** entrevista telefónica con sistema CATI (Computed Assisted Telephone Interviews).
- **Procedimiento de muestreo:** muestreo aleatorio estratificado. Los estratos se han formado por el cruce de los diez distritos municipales con el género y con la edad de los ciudadanos dividida en seis categorías (la edad se divide en seis categorías: de 18 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 años y más). Se han aplicado cuotas para cada uno de los estratos calculados de forma proporcional según el padrón municipal.
- **Afijación:** Fija para cada uno de los distritos con el fin de conseguir una significación estadística territorial más alta y, dentro de los distritos, la afijación es proporcional.
- **Ponderación:** en función de la población objetivo real de cada uno de los estratos definidos en la muestra para obtener los resultados del conjunto de la ciudad.
- **Error muestral:** para un nivel de confianza del 95,5% (2s), i $P = Q$, el error es de $\pm 1,8\%$ para el conjunto de la muestra ($\pm 4,9\%$ en la primera oleada, $\pm 3,7\%$ en la segunda oleada, $\pm 3,3\%$ en la tercera y $\pm 3,3\%$ en la cuarta).
- **Fecha de realización:** primera oleada: del 23 de marzo al 30 de marzo de 2015; segunda oleada: del 8 al 23 de junio de 2015; tercera oleada: del 14 de septiembre al 2 de octubre de 2015; cuarta oleada: del 30 de noviembre al 22 de diciembre de 2015.
- **Empresa de trabajo de campo:** oleada 1 y 2: ODEC; oleada 3 y 4: Análisis e Investigación.

Tourism perception survey

Conducted by Barcelona City Council

- **Scope:** city of Barcelona.
- **Universe:** population of Barcelona aged 18 and over.
- **Sample:** 3,293 interviews in total (408 interviews in the first wave; 819 in the second wave and 1,032 in the third wave).
- **Methodology:** telephone interview, CATI system (Computed Assisted Telephone Interviews).
- **Sampling procedure:** stratified random sampling. The strata were formed by crossing the ten municipal districts with gender and age of citizens divided into six categories (age was divided in six categories: 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 and 65 years or more). Quotas were applied for each of the strata calculated proportionally according to the municipal register.
- **Allocation:** fixed for each district in order to get a higher territorial statistical significance and, within districts, it is proportional.
- **Adjustment:** according to the actual target population in each defined strata in the sample in order to obtain the results of the whole city.
- **Sampling error:** for a confidence interval of 95.5% (2s), and $P = Q$, sampling error of $\pm 1,8\%$ (whole sample). ($\pm 4,9\%$ first wave; $\pm 3,7\%$ second wave; $\pm 3,3\%$ third wave and $\pm 3,3\%$ fourth wave).
- **Fieldwork:** first wave: from 23th March to 30th March 2015; second wave: from 8 to 23 June 2015; third wave: from 14 September to 2 October 2015; fourth wave: from 30 November to 22 December.
- **Fieldwork company:** first and second wave: ODEC; third and fourth wave: Análisis e Investigación.

BARCELONA

Estadístiques de congressos, convencions i incentius a Barcelona

Informe elaborat pel Barcelona Convention Bureau (BCB) de Turisme de Barcelona en base a la cerca i anotació sistemàtica de l'activitat congressual, de reunions d'empresa i d'incentius que han tingut lloc a la ciutat. Elaboració a partir, entre d'altres, de la recollida d'un formulari amb periodicitat trimestral als principals hotels i espais/sales de Barcelona on especifiquen la relació d'actes que s'han celebrat a les seves instal·lacions, així com també s'envia a les AAVV i OPC membres del BCB.

Estudi d'activitat socioeconòmica dels creuers a Barcelona

L'estudi, elaborat per la Universitat de Barcelona, calcula l'impacte econòmic total generat per l'activitat de creuers del Port de Barcelona a partir de l'efecte directe, l'indirecte i l'induït.

La base del càlcul ha partit de la quantificació de la despesa generada per cadascun dels principals grups d'agents implicats en l'activitat dels creuers, i que ha estat recopilada a partir de la informació subministrada per les navilieres i els seus proveïdors, els creueristes, l'aeroport de Barcelona i les diferents associacions relacionades amb el transport de viatgers.

Per traduir aquesta despesa en termes d'impacte en el PIB, ocupació i retorns fiscals, es fan

servir els multiplicadors específics de la Taula Input-Output de l'economia catalana elaborada per l'Idescat.

BARCELONA

Estadísticas de congresos, convenciones e incentivos en Barcelona

Informe elaborado por el Barcelona Convention Bureau (BCB) de Turisme de Barcelona en base a la búsqueda y anotación sistemática de la actividad congressual, de reuniones de empresa y de incentivos que han tenido lugar en la ciudad. Elaboración a partir, entre otros, de la recogida de un formulario con periodicidad trimestral enviado a los principales hoteles y espacios/salas de Barcelona donde detallan la relación de actos que se han celebrado en sus instalaciones, así como también se envía a las AAVV y OPC miembros del BCB.

Estudio del impacto de la actividad de cruceros

El estudio, elaborado por la Universidad de Barcelona, calcula el impacto económico total generado por la actividad de cruceros del puerto de Barcelona a partir del efecto directo, indirecto e inducido.

La base del cálculo ha partido de la cuantificación del gasto generado por cada uno de los principales grupos de agentes implicados en la actividad de los cruceros, y que se ha recopilado a partir de la información subministrada por las navieras y sus proveedores, los cruceristas, el aeropuerto de Barcelona y las diferentes asociaciones relacionadas con el transporte de viajeros.

Para traducir el gasto en términos de impacto en el PIB, ocupación y retornos fiscales, se utilizan los multiplicadores específicos de la Tabla Input-Output de la economía catalana, elaborada por Idescat.

BARCELONA

Statistics on Congresses, conventions and incentives in Barcelona

Report drawn up by the Barcelona Convention Bureau (BCB) of Turisme de Barcelona based on a systematic search and recording of congresses, business meetings and incentives held in the city. Among other sources, the report is based on a form sent every three months to the city's main hotels and venues, which are asked to list the events held on their premises. This form is also sent to BCB member travel agencies and professional congress organizers.

Study on the impact of cruise activity

The study, prepared by the University of Barcelona, calculated the total economic impact generated by cruise activity of the Port of Barcelona from its direct, indirect and induced effects.

The calculation was based upon the quantification of spending generated by each of the main groups involved in cruise activity, compiled from information provided by shipping companies and their suppliers, cruise passengers, Barcelona airport and the various associations related to passenger transport.

Specific multipliers from the input-output tables of the Catalan economy, produced by Idescat, were used to translate this spending in terms of impact on GDP, employment and tax income

BARCELONA

Estudi del perfil del creuerista

L'estudi sobre el perfil del creuerista analitza les característiques sociodemogràfiques dels creueristes, tipus de creuer i, en general, la seva relació amb la ciutat. L'estudi ha estat confeccionat a partir d'enquestes realitzades als creueristes al mateix Port de Barcelona. Elaborat per l'Institut DYM per encàrrec de Turisme de Barcelona.

- **Univers:** Individus de 15 anys o més d'edat, que iniciïn o finalitzin un creuer o que estiguin d'escala, al Port de Barcelona
- **Àmbit geogràfic:** Terminals de Creuers del Port de Barcelona (A, B, C, Nord, Sud) i Palacruceros (D).
- **Mostra:** 3.130 persones.
- **Error mostral associat:** +/- 1,79%
- **Tipus de mostreig:** Estratificat segons quotes per tipologia de creueristes en funció del tipus d'escala (embarcament, desembarcament i trànsit) i categoria de creuer (Estàndard, Premium i Luxe)
- **Tipus d'entrevista:** Entrevista personal assistida per ordinador, sistema CAPI
- **Realització del treball de camp:** març – desembre 2014
- **Tractament de la informació:** Els resultats es presenten ponderats i elevats a l'univers dels creueristes del Port de Barcelona durant l'any 2014 segons:

BARCELONA

Estudio del perfil del crucerista

El estudio sobre el perfil del crucerista analiza las características sociodemográficas de los cruceristas, tipo de crucero y en general su relación con la ciudad. El estudio se ha llevado a cabo a partir de encuestas realizadas a los cruceristas en el puerto de Barcelona. Elaborado por el Instituto DYM por encargo de Turisme de Barcelona.

- **Universo:** Individuos de 15 años o más de edad, que inician o finalizan un crucero, o que estén de escala, en el puerto de Barcelona
- **Ámbito geográfico:** Terminales de cruceros del puerto de Barcelona (A, B, C, Nord, Sud) y Palacruceros (D)
- **Muestra:** 3.310 personas
- **Error muestral asociado:** +/- 1,79%
- **Tipo de muestreo:** Estratificado según cuotas por tipología de cruceristas en función del tipo de escala (embarque, desembarque y tránsito) y categoría de crucero (Estándar, Premium y Luxe)
- **Realización del trabajo de campo:** marzo – diciembre 2014
- **Tratamiento de la información:** Los resultados se presentan ponderados y elevados al universo de los cruceristas del puerto de Barcelona durante el año 2014, según:

BARCELONA

Study on the profile of cruise passengers

Study on the profile of cruise passengers analyses the demographic characteristics of cruise passengers, type of cruise and, generally speaking, their relationship with the city. The study was drawn up on the basis of surveys made on cruise passengers in the Port of Barcelona itself. Produced by the Instituto DYM and commissioned by Turisme de Barcelona.

- **Universe:** Individuals of 15 or older, beginning or ending a cruise, or stopping over, at the Port of Barcelona
- **Geographical area:** Cruise Terminals of the Port of Barcelona (A, B, C, North, South) and Palacruceros (D).
- **Sample:** 3,130 people
- **Associated sampling error:** +/- 1.79%
- **Type of sample:** Stratified according to type of cruise passengers depending on the type of stopover (embarking, disembarking and transit) and cruise category (standard, premium and luxury)
- **Type of interview:** Computer-assisted personal interview, CAPI system
- **Completion of fields work:** march – December 2014
- **Data processing:** The results are weighted and applied to the universe of cruise passengers at the Port of Barcelona in 2014 according to:

ENTORN DE BARCELONA

Hotels, pensions, càmpings i turisme rural

Enquestes d'ocupació en allotjaments turístics

Realitzada per l'Institut Nacional de Estadística (INE). Enquesta contínua de periodicitat mensual sobre el nombre de viatgers, pernотacions, ocupació mitjana, estada mitjana i rendibilitat de les quatre tipologies d'allotjament turístic oficial: establiments hotelers, apartaments, càmpings i establiments de turisme rural.

- **Univers:** tots els establiments hotelers, apartaments, càmpings i establiments de turisme rural de territori espanyol inscrits com a tals en el corresponent registre de les conselleries de turisme de cada comunitat autònoma.
- **Mostra:** 6.500 enquestes per tipologia i per tot el territori espanyol.
- **Periodicitat:** mensual.
- **Mètode de recollida:** qüestionari complimentat pel propi establiment turístic.

Allotjaments turístics

Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) i Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya per a l'oferta (nombre establiments i places) d'establiments turístics, segons el Registre de Turisme de Catalunya. En el Registre s'hi han d'inscriure totes les empreses i establiments turístics regulats per la llei de turisme i la normativa que la desplega.

ENTORNO DE BARCELONA

Hoteles, pensiones, campings y turismo rural

Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos

Realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta continua de periodicidad mensual sobre el número de viajeros, pernотaciones, ocupación media, estancia media y rentabilidad de los cuatro tipos de alojamiento turístico oficial: establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campings y establecimientos de turismo rural.

- **Universo:** todos los establecimientos hoteleros, apartamentos, campings y establecimientos de turismo rural del territorio español inscritos como tales en el correspondiente registro de las consejerías de turismo de cada comunidad autónoma.
- **Muestra:** 6.500 encuestas por tipologia y por todo el territorio español.
- **Periodicidad:** mensual.
- **Método de recogida:** cuestionario cumplimentado por el propio establecimiento turístico.

Alojamientos turísticos

Instituto de Estadística de Cataluña (IDESCAT) y Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya para la oferta de establecimientos turísticos (número de establecimientos y de plazas), según el Registro de Turismo de Cataluña. En el Registro deben inscribirse todas las empresas y establecimientos turísticos regulados por la ley de turismo y la normativa que la desarrolla.

THE BARCELONA AREA

Hotels, guesthouses, campsites and rural tourism

Surveys of tourist accommodation occupancy

Conducted by the National Statistics Institute (INE). Continuous monthly survey on the number of travellers, overnight stays, average occupancy, average length of stay and profitability of the four types of official tourist accommodation: hotels, tourist apartments, campsites and rural tourism establishments.

- **Universe:** All hotels, apartments, campsites and rural tourism establishments in Spain that are inscribed in the corresponding registry of the ministry of tourism in each self-governing region.
- **Sample:** 6,500 surveys by type and throughout Spain.
- **Frequency:** monthly.
- **Data-gathering method:** questionnaire completed by the tourist establishment itself.

Tourist accommodation

Statistical Institute of Catalonia (IDESCAT) and the Directorate-General of Tourism of the Government of Catalonia for the supply of tourist establishments (number of establishments and beds), according to the Catalan Tourism Register. All tourism companies and establishments regulated by the Tourism Act and its implementing regulations must be inscribed in the register.

ENTORN DE BARCELONA

Caracterització dels turistes a la província de Barcelona 2015 (Eddetur)

Enquesta sobre el perfil del turista de la província de Barcelona, realitzada pel Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona. El treball de camp el va realitzar Instituto DYM. És el cinquè any que es realitza (2011-2014 en l'àmbit de Costa Barcelona).

- **Àmbit:** municipis de la província de Barcelona sense comptar el Barcelonès ni el Moianès.
- **Univers / Público objetivo:** visitants turistes de 15 anys o més que pernoctin entre 1 i 28 nits als municipis de referència. D'alguna de les comarques de la província de Barcelona sense comptar el Barcelonès ni el Moianès.
- **Àmbit territorial:** municipis de la província de Barcelona.
- **Mostra total:** 3.857 entrevistes.
- **Metodologia:** entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI).
- **Mostreig:** mostreig polietàpic, estratificat (encreua dels mesos de visita amb les comarques) i amb 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 durant el 2015. En l'estimació d'aquesta ocupació s'ha tingut present l'oferta d'establiments turístics (Font: Oferta municipal d'establiments turístics 2014, 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).
- **Període d'enquestació:** del 20 de març a 30 de desembre de 2015
- **Mètode d'administració:** entrevistes personals assistides per ordinador (CAPI), a partir de qüestionari estructurat.
- **Mostra total:** 3.857 entrevistes
- **Nivell de confiança i Error mostral:** per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i P=Q, l'error és de ± 1,9% per al conjunt de la mostra. Amb p=q=50% i un interval de confiança del 95,5%, l'error mostral és del ± 1,9% pel conjunt de la mostra.
- **Data de realització:** de març a desembre de 2015.

ENTORNO DE BARCELONA

Caracterización de los turistas en la provincia de Barcelona 2015 (Eddetur)

Encuesta sobre el perfil del turista de la provincia de Barcelona, realizada por el Laboratorio de Turismo de la Diputación de Barcelona. El trabajo de campo lo realizó el Instituto DYM. Es el quinto año que se realiza (2011-2014 en el ámbito de costa de Barcelona).

- **Ámbito:** municipios de la provincia de Barcelona sin contar con las comarcas del Barcelonés ni del Moianés.
- **Universo / Público objetivo:** visitantes turistas de 15 años o más que pernocten entre 1 y 28 noches en los municipios de referencia.
- **Ámbito territorial:** municipios de la provincia de Barcelona.
- **Muestra total:** 3.857 entrevistas.
- **Metodología:** entrevista personal realizada con soporte informático (CAPI).
- **Muestreo:** polietápico, estratificado (cruce de los meses de visita con las comarcas) y por conglomerados (municipios). Los lugares de encuesta son puntos de interés turístico (calles o puntos concurridos, estaciones de tren, museos, etc.), hoteles, campings y alojamientos de turismo rural. En cada uno de estos lugares, los entrevistados se han escogido aleatoriamente a lo largo de todo el día y cubriendo días laborables (de lunes a viernes) y fines de semana (sábado o domingo).
- **Afijación:** fija para cada una de las comarcas a fin de conseguir una significación estadística territorial más alta y, dentro de las comarcas, la afijación es fija por algunos municipios de interés y proporcional a la demanda por meses.
- **Ponderación:** según la estimación de la ocupación turística en cada municipio durante 2015. En la estimación de esta ocupación se ha tenido presente la oferta de establecimientos turísticos (Fuente: Oferta municipal de establecimientos turísticos 2014, Generalitat de Catalunya) y el número de viajeros (Fuente: Idescat, a partir de los datos de la Encuesta de ocupación en hoteles/ campings/rural del INE).
- **Período de encuesta:** del 20 de marzo al 30 de diciembre de 2015.
- **Método de administración:** entrevistas personales asistidas por ordenador (CAPI), a partir de un cuestionario estructurado.
- **Error muestral:** para un nivel de confianza del 95,5% (2σ), y P=Q, el error es de ± 1,9% para el conjunto de la muestra.
- **Fecha de realización:** de marzo a diciembre de 2015.

THE BARCELONA AREA

Profile of tourists in the province of Barcelona 2015 (Eddetur)

Survey on the profile of tourists visiting the province of Barcelona conducted by the Barcelona Provincial Council's Laboratory for Tourism. Fieldwork was conducted by the Instituto DYM. This is the fifth year that it has been carried out (2011-2014 in the Costa Barcelona area).

- **Scope:** municipalities in the province of Barcelona, excluding the Barcelonés and Moianés regions.
- **Universe/Target:** tourists over the age of 15 who stay 1-28 nights in hotels in these municipalities.
- **Scope:** municipalities in the province of Barcelona.
- **Sample size:** 3,857 interviews.
- **Methodology:** computer-assisted personal interviews (CAPI).
- **Sampling procedure:** multistage, stratified (cross-referencing months visited with the comarcas) and clustered sampling (municipalities). The surveys were administered at tourist points of interest (busy streets or points, train stations, museums, etc.), hotels, campsites and rural tourism establishments. In each of these places, respondents were chosen at random throughout the day and on both weekdays (Monday to Friday) and weekends (Saturday/Sunday).
- **Affixation:** fixed for each of the regions in order to achieve higher regional statistical significance; within the comarcas, affixation was determined by some municipalities of interest and was proportional to demand by month.
- **Weighting:** based on the estimation of tourism occupancy in each municipality in 2015. The supply of tourist establishments was taken into account in the occupancy estimate (Source: *The supply of tourist establishments by municipality 2014*, Government of Catalonia) and number of travellers (Source: Idescat, based on data from the hotel/ camping/rural establishment occupancy survey by the INE).
- **Survey period:** 20 March to 30 December 2015
- **Method of administration:** computer-assisted personal interviews (CAPI), based on a structured questionnaire.
- **Sample size:** 3,857 interviews
- **Confidence level and sampling error:** for a confidence level of 95.5% (2σ), and P=Q, the error is ± 1.9 for the whole sample.
- **Period of administration:** March to December 2015.

ENTORN DE BARCELONA

Monitor d'Identitat i Reputació online de les destinacions de la província de Barcelona 2015

Indicadors de penetració de xarxes socials de les destinacions de la província de Barcelona

- **35 Destinacions d'estudi**
- **Indicador:** volums de seguidors.
- **Portals:** Facebook, Twitter i Instagram

Monitor 360 de Reputació Turística Online de la Província de Barcelona

Estudi de Reputació Online des d'una visió de 360°, integradora dels principals serveis i atractius turístics de la província, en base a l'anàlisi de les valoracions dels clients d'una selecció de portals online líders en intermediació turística per a cadascuna de les 3 àrees temàtiques d'estudi: Hoteleria (hotels, hostals i pensions), Restauració (bars, restaurants) i Atractius (museus, monuments, platges, parcs naturals, etc.).

- **Distribució de volum d'opinions individuals de turistes per sector :**
 - **Hoteleria:** 50.000 opinions.
 - **Restauració:** 50.000 opinions.
 - **Atraccions:** 5.000 opinions.
- **Indicadors Globals de Reputació Online: Índex de Reputació Online "iRON", Volums d'opinions, Taxa Neta de Prescripció "TNP".**
- **Segmentació territorial:** comarques.

ENTORNO DE BARCELONA

Monitor de Identidad y Reputación online de los destinos de la provincia de Barcelona 2015

Indicadores de penetración de redes sociales de los destinos de la provincia de Barcelona

- **35 destinos de estudio**
- **Indicador:** volúmenes de seguidores.
- **Portales:** Facebook, Twitter, Instagram

Monitor 360 de Reputación Turística Online de la provincia de Barcelona

Estudio de Reputación Online desde una visión de 360°, integradora de los principales servicios y atractivos turísticos de la provincia, con base en el análisis de las valoraciones de los clientes de una selección de portales online líderes en intermediación turística para cada una de las 3 áreas temáticas de estudio: Hotelería (hoteles, hostales y pensiones), Restauración (bares, restaurantes) y Atractivos (museos, monumentos, playas, parques naturales, etc.).

- **Distribución de volumen de opiniones individuales de turistas por sector.**
 - **Hotelería:** 50 000 opiniones.
 - **Restauración:** 50 000 opiniones.
 - **Atracciones:** 5000 opiniones.
- **Indicadores Globales de Reputación Online: Índice de Reputación Online "iRON", volúmenes de opiniones, Tasa Neta de Prescripción "TNP".**
- **Segmentación territorial:** comarcas.

THE BARCELONA AREA

Online identity and reputation monitor for destinations in the province of Barcelona 2015

Indicators of social networking penetration for destinations in the province of Barcelona

- **35 Destinations covered by the study**
- **Indicator:** Number of followers.
- **Portals:** Facebook, Twitter and Instagram

360 Online Reputation Monitor for Tourism in the Province of Barcelona

Online reputation study from a 360 degree perspective, including the province's major services and tourist attractions, based on the analysis of customer evaluations of selected online portals that are leaders in tourism intermediation for each of the 3 thematic areas of study: Hospitality (hotels, inns and guesthouses), restaurant services (bars, restaurants) and attractions (museums, monuments, beaches, natural parks, etc.).

- **Distribution of the volume of individual opinions of tourists by sector**
 - **Hotel accommodation:** 50,000 opinions.
 - **Restaurant services:** 50,000 opinions.
 - **Attractions:** 5,000 opinions.
- **Global indicators of Online Reputation: "iRON" Online Reputation Index, Volumes of opinions, Net Referral Rate "NRR".**
- **Regional segmentation: comarques (county-type regions).**

Barcelona: ciutat

Destinació Barcelona: província de Barcelona.

Entorn de Barcelona: província de Barcelona sense el Barcelonès.

Establiments hotelers: tota unitat productora de serveis d'allotjament hotelier (hotel, hotel apartament o apartahotel, motel, hostel, pensió, fonda, casa d'hostes), situada en un mateix emplaçament geogràfic i en la que treballen una o més persones per compte de la mateixa empresa. Els establiments hotelers es classifiquen segons la seva categoria en or i plata, i dins d'aquesta en nombre d'estrelles. La categoria dels establiments ve assignada per les Conselleries de Turisme de les Comunitats Autònomes i varia d'unes comunitats a unes altres.

Font: INE.

Hotels: establiments hotelers de la categoria or (5, 4, 3, 2 i 1 estrelles). No inclouen hostals ni pensions (categoria plata).

Font: INE.

Apartament turístic: els apartaments turístics presten servei d'allotjament temporal en edificis o conjunts continus constituïts en la seva totalitat per apartaments o estudis amb els serveis turístics corresponents. La unitat de transacció és tot l'apartament. No confondre amb habitatge d'ús turístic (HUT).

Font: Generalitat de Catalunya (2015) i Ajuntament de Barcelona.

Habitatge d'ús turístic (HUT): els habitatges d'ús turístic són aquells que són cedits a tercers a canvi d'un preu per un període màxim de 31 dies, dues o més vegades a l'any. Han de disposar de cèdula d'habitabilitat. El titular de l'activitat és el propietari encara que la seva comercialització es pot encarregar a un operador. La unitat de transacció és l'habitatge sencer.

Font: Ajuntament de Barcelona.

Barcelona: ciudad.

Destino Barcelona: provincia de Barcelona.

Entorno de Barcelona: provincia de Barcelona sin el Barcelonés.

Establecimientos hoteleros: toda unidad productora de servicios de alojamiento hotelero (hotel, hotel apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, fonda, casa de huéspedes), situada en un mismo emplazamiento geográfico y en la que trabajan una o más personas por cuenta de la misma empresa. Los establecimientos hoteleros se clasifican según su categoría en oro y plata, y dentro de éstas por el número de estrellas. La categoría del establecimiento viene asignada por las Consejerías de Turismo de las Comunidades Autónomas y varía de unas comunidades a otras.

Fuente: INE.

Hoteles: establecimientos hoteleros de la categoría oro (5,4,3,2 y 1 estrellas). No se incluyen hostales ni pensiones (categoría plata).

Fuente: INE.

Apartamento turístico: los apartamentos turísticos prestan servicio de alojamiento temporal en edificios o conjuntos continuos constituidos en su totalidad por apartamentos o estudios con los servicios turísticos correspondientes. La unidad de transacción es todo el apartamento. No confundir con viviendas de uso turístico.

Fuente: Generalitat de Catalunya (2015) y Ajuntament de Barcelona.

Vivienda de uso turístico: las viviendas de uso turístico son aquellas que están cedidas a terceros a cambio de un precio por un periodo máximo de 31 días, dos o más veces al año. Tienen que disponer de cédula de habitabilidad. El titular de la actividad es el propietario, aunque su comercialización se puede encargar a un operador. La unidad de transacción es la vivienda entera.

Fuente: Ajuntament de Barcelona.

Barcelona: city.

Barcelona Destination: province of Barcelona.

Barcelona's surroundings: province of Barcelona without Barcelonés.

Hotel establishments: a complete productive unit of hotel accommodation services (hotel, hotel apartment, motel, hostel, B&B, guest house), in the same geographical location where one or more people work for the same company. Hotel establishments are classified according to their gold or silver category and, by the number of stars they have been awarded within the gold or silver category. The category of the establishments is awarded by the Tourism Council of the Autonomous Communities and varies from one to another.

Source: INE.

Hotels: hotels in the gold category (5, 4, 3, 2 and 1 star). Does not include hostels or guest houses (silver category).

Source: INE.

Tourist apartment: tourist apartments provide temporary accommodation services in buildings or adjacent units consisting of apartments or studios with the corresponding tourism services. The transaction unit is the entire apartment. Not to be confused with accommodation for tourist use (HUT).

Source: Catalan Government (2015) and Barcelona City Council.

Homes for tourist use (HUT): accommodation let to third parties for a period no greater than 31 days two or three times a year. They must have obtained the official certificate of habitability. The owner is responsible for the entire operation although they can employ an agency to let the property on their behalf. The transaction unit is the entire flat or house.

Source: Barcelona City Council.



ajuntament.barcelona.cat/turisme
meet.barcelona.cat



www.barcelonaesmoltmes.cat
www.diba.cat/dturisme/labturisme



visitbarcelona.com
professional.barcelonaturisme.com

