

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Desembre 2023

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Desembre 2023

“Per als mesos de desembre i gener es detecta un increment del 34 % de les reserves aèries cap a Catalunya respecte al mateix període de l'any anterior.”

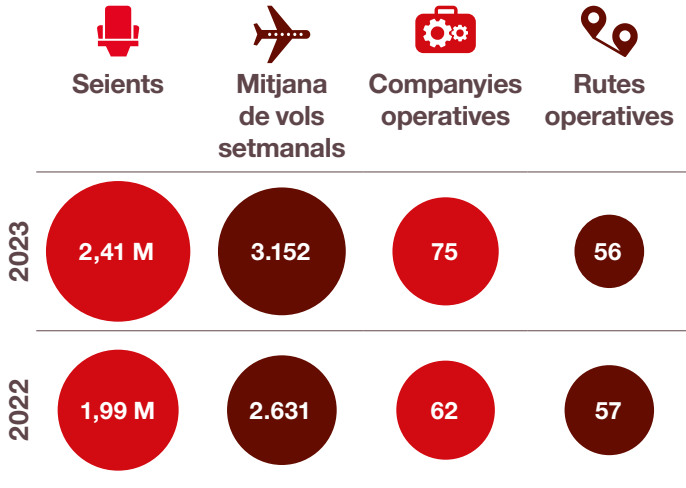
0. Continguts



Us fem arribar els principals indicadors d'activitat turística que obtenim fent seguiment de les tendències des de les oficines a l'exterior de l'ACT i a partir de fonts de dades massives (*big data*), enquestes i diferents estudis identificats o generats per l'equip d'Intel·litur.



1. Operativa de vols de desembre Aeroports catalans



En aquest enllaç trobareu el [quadre amb les connexions de la destinació](#).

Font: ForwardKeys

1.1. Trànsit de desembre Aeroports catalans



	Àsia	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
2023	21	90	30	62	71	274	2.878	3.152
2022	13	85	26	54	46	224	2.407	2.631
%	61%	5%	15%	14%	54%	22%	19%	19%

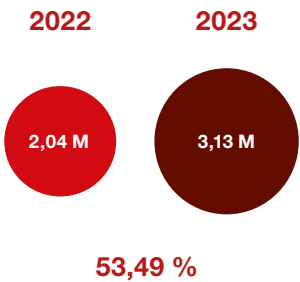


	2023	2022	%
2023	23 m	14 m	65%
2022	63 m	61 m	3%
2023	34 m	27 m	26%
2022	69 m	60 m	15%
2023	74 m	48 m	52%
2022	265 m	211 m	25%
2023	2,14 M	1,78 M	20%
2022	2,41 M	1,99 M	20%

Font: ForwardKeys

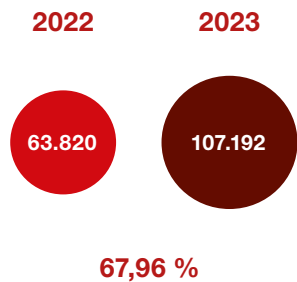
1.2. Trànsit marítim i ferroviari Viatgers

Port de Barcelona Acumulat gener-octubre



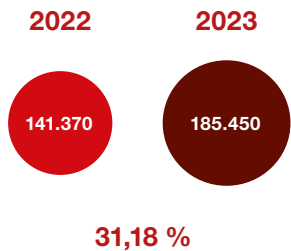
Font: Port de Barcelona

Port de Tarragona Acumulat abril-octubre

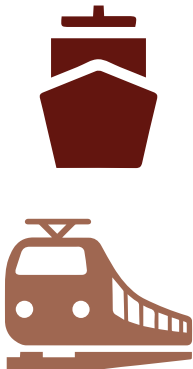


Font: Port de Tarragona

Trànsit ferroviari Acumulat gener-setembre



Font: INE, Frontur



1.3. Serveis de transport en destinació

- ✓ Gran increment del turisme de negocis i esdeveniments; s'ha superat les previsions inicials.
- ✓ Augment de la temporalitat fins a principis de desembre.
- ✓ El mercat americà ha continuat creixent; s'ha mantingut aquesta tendència des de principi d'any.
- ✓ Gran increment de l'activitat del mercat alemany.
- ✓ Gran increment de l'activitat del mercat francès, principalment pel que fa a esdeveniments d'empreses automobilístiques i de consultoria/assessoria.
- ✓ En l'àmbit europeu la tendència són grups més reduïts, un increment de la durada de l'estada i repetició en una mateixa temporada.

La capacitat aèria a escala global continua creixent respecte a l'any 2022. Això significa que les companyies van afegint seients a les seves programacions.

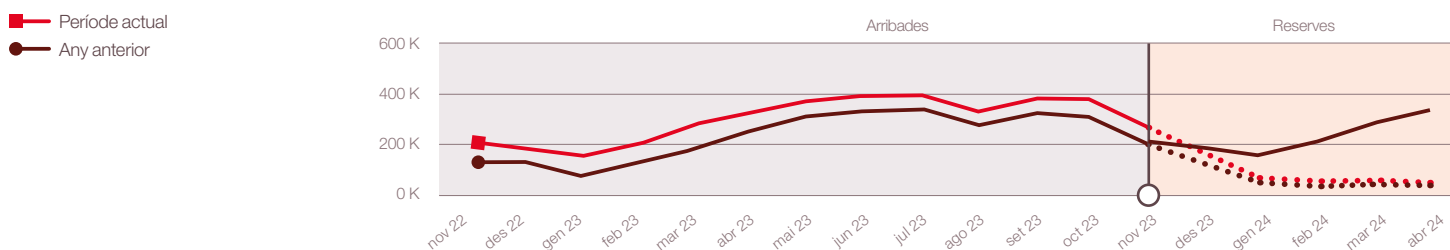




2. Arribades, reserves i cerques de vols

Evolució de les arribades previstes per als propers cinc mesos a partir de les reserves de vols.

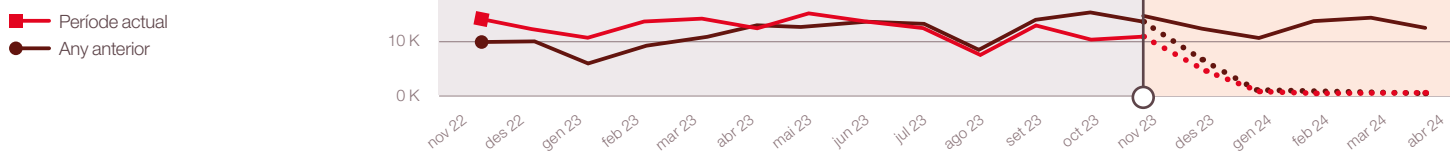
2.1. Evolució d'arribades i reserves de vols per viatjar a Catalunya



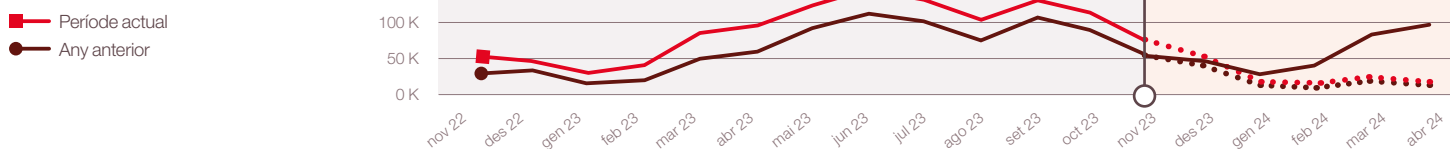
La tendència continua sent de creixement i un mes rere l'altre les arribades són superiors.

2.2. Evolució d'arribades i reserves de vols per viatjar a Catalunya segons origen

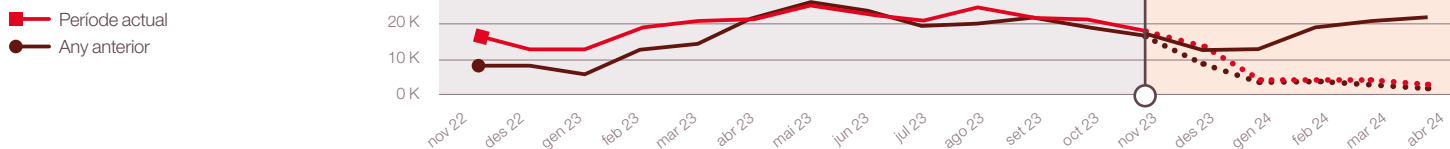
Mercat espanyol



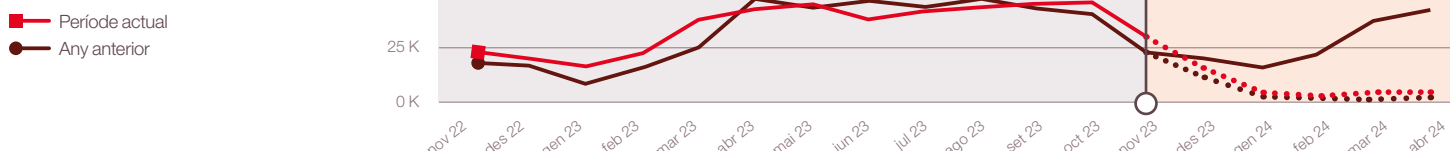
Mercat nord-americà



Mercat britànic



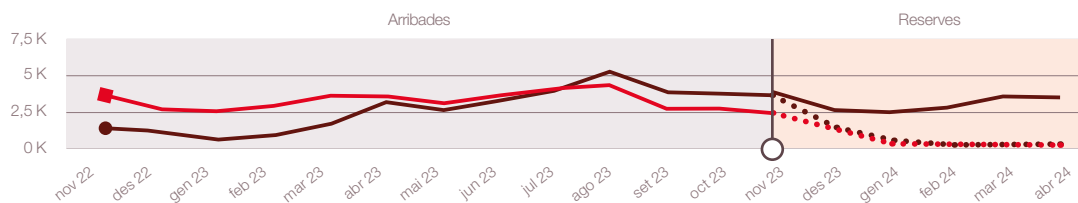
Mercat alemany





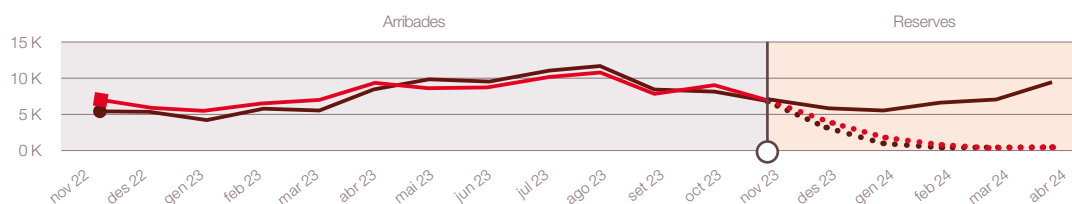
Mercat italià

■ Període actual
● Any anterior



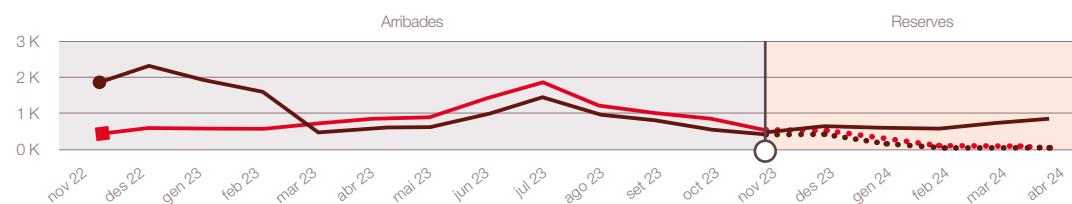
Mercat francès

■ Període actual
● Any anterior



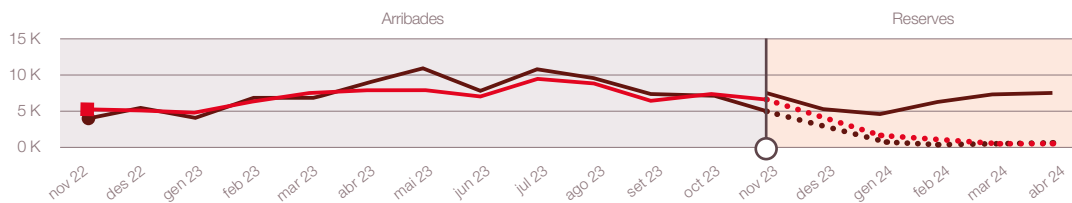
Mercat rus

■ Període actual
● Any anterior



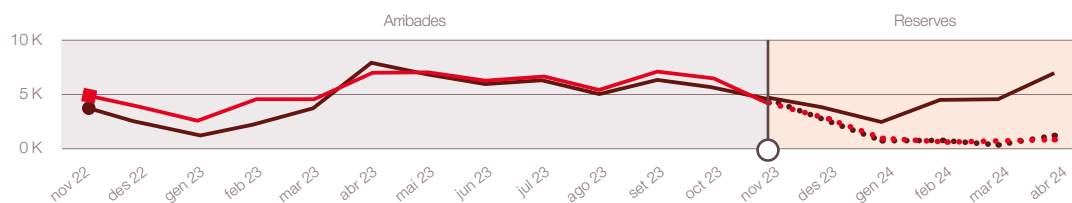
Mercat neerlandès

■ Període actual
● Any anterior



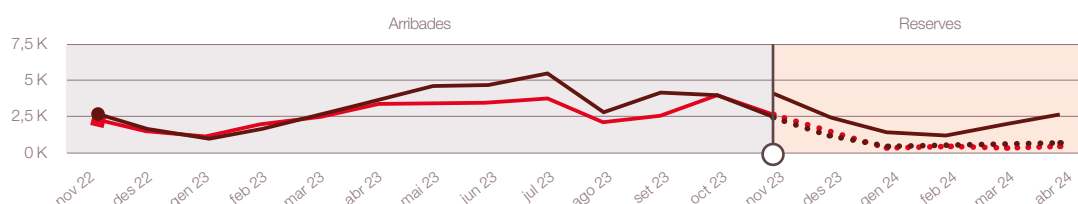
Mercat belga

■ Període actual
● Any anterior



Mercat suec

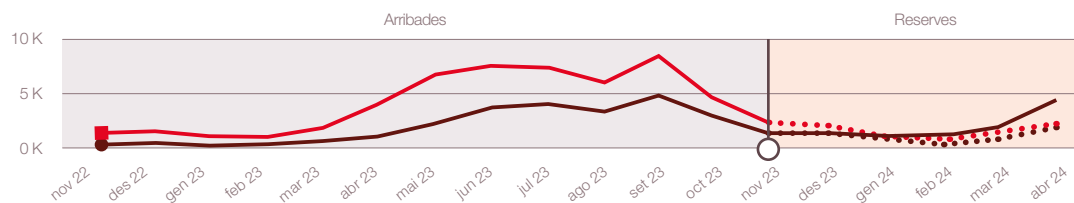
■ Període actual
● Any anterior





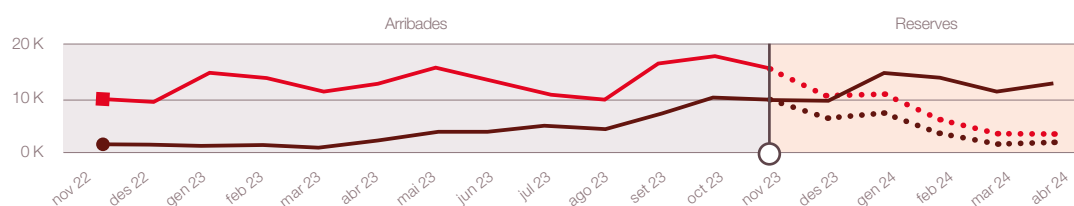
Mercat australià

■ Període actual
● Any anterior



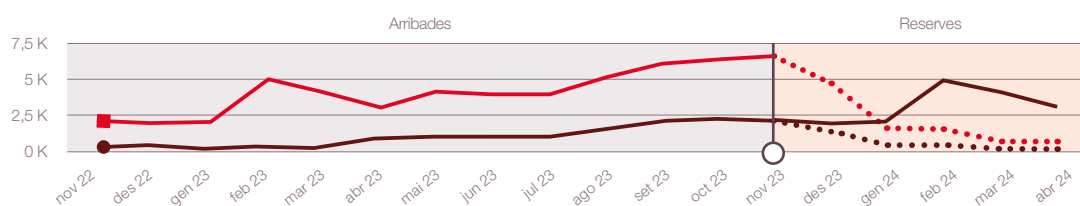
Mercat sud-coreà

■ Període actual
● Any anterior



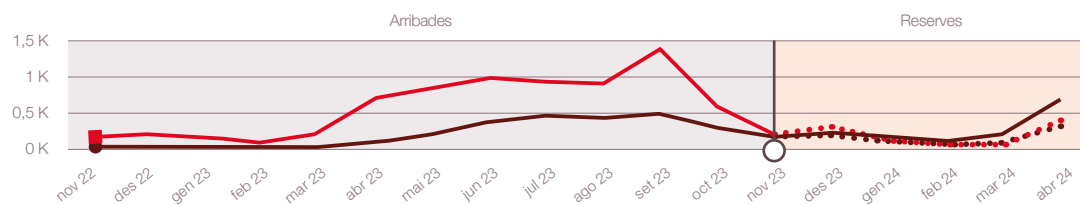
Mercat japonès

■ Període actual
● Any anterior



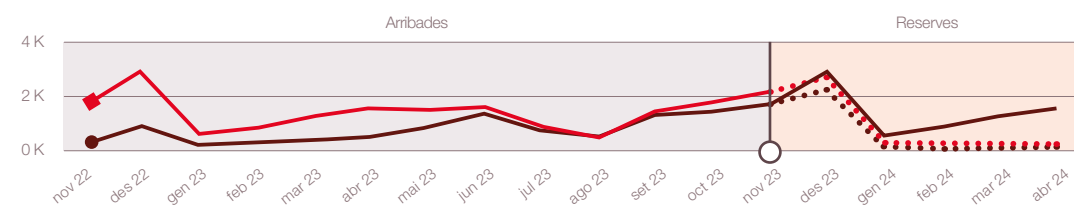
Mercat neozelandès

■ Període actual
● Any anterior



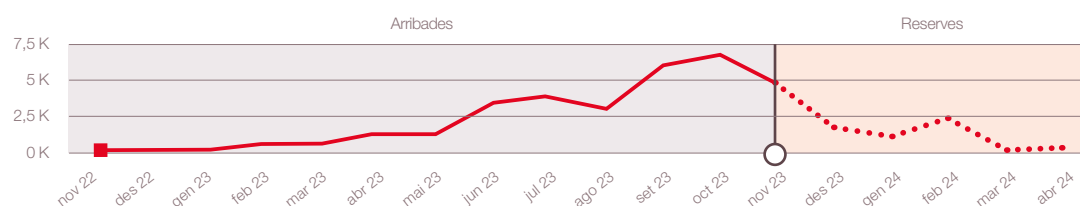
Mercat de Singapur

■ Període actual
● Any anterior



Mercat xinès

■ Període actual
● Any anterior



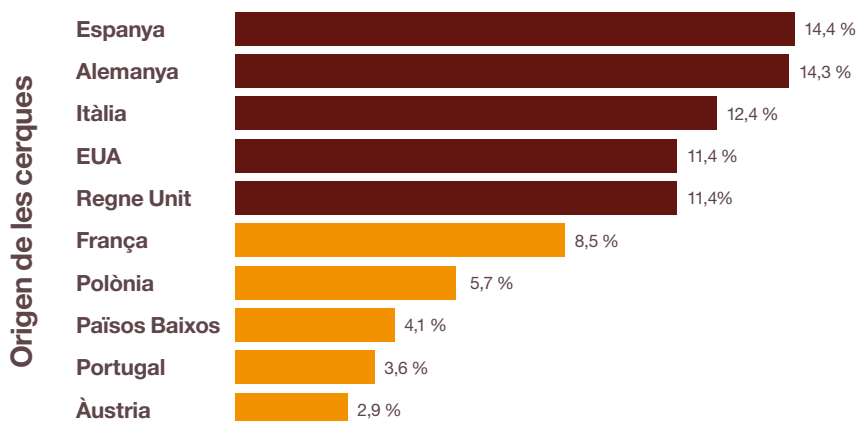
Font: ForwardKeys (novembre 2023)



2.3. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya



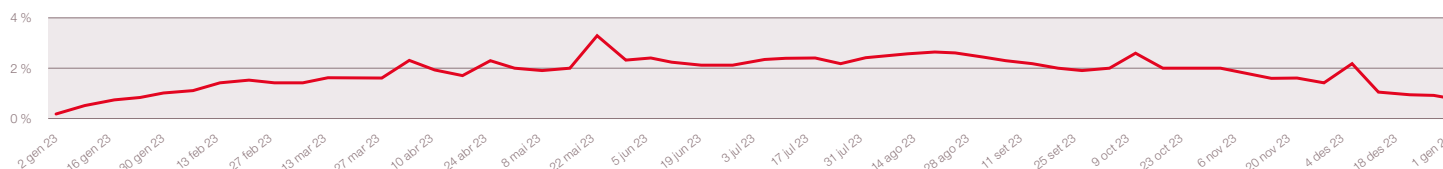
253 M
 de cerques de vols
 realitzades entre l'1 de gener
 i el 26 de novembre de 2023



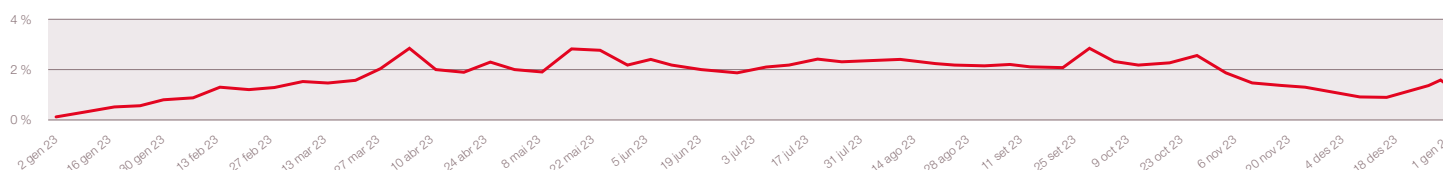
Nota: és interessant contrastar les dates de cerques segons origen amb el calendari de períodes vacacionals. Consulteu-lo en aquest enllaç: [Calendari de vacances i festius dels mercats emissors 2023](#)

2.4. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya segons data d'arribada

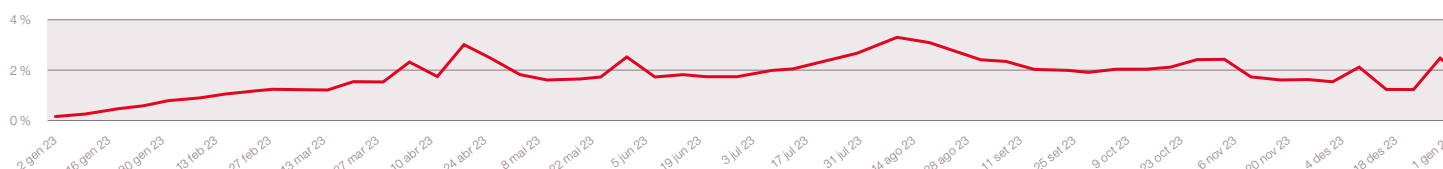
Mercat espanyol



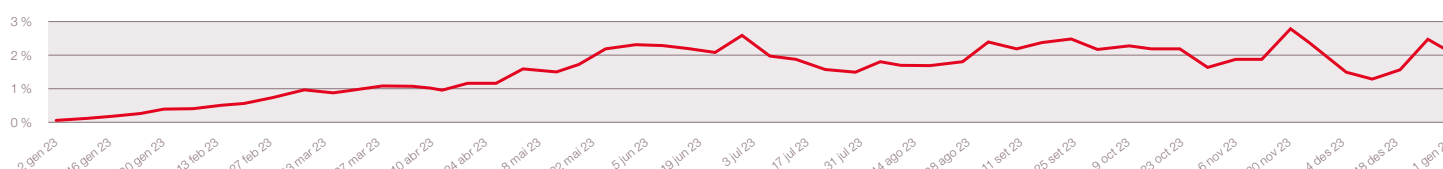
Mercat alemany



Mercat italià

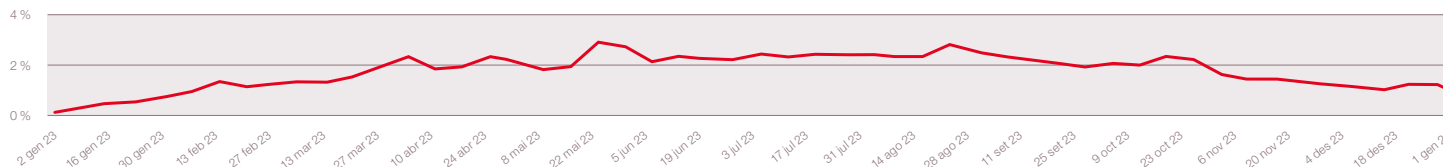


Mercat americà

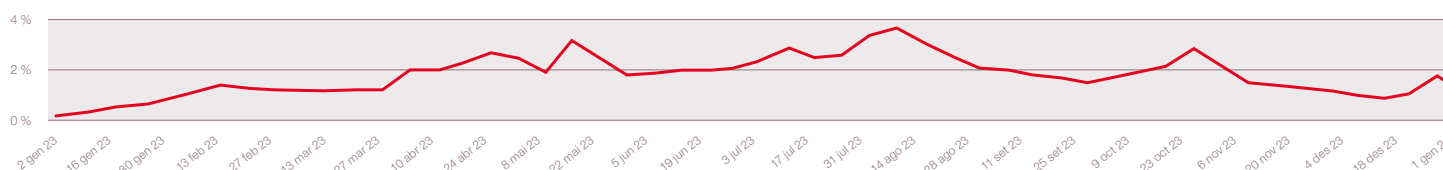




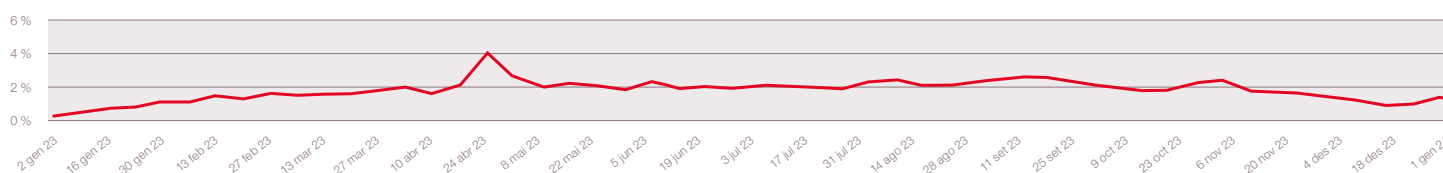
Mercat britànic



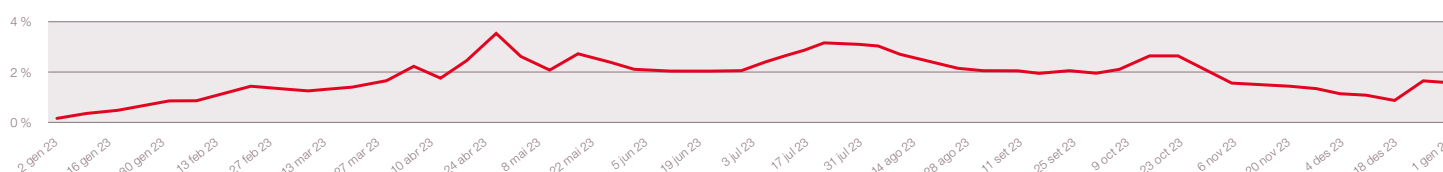
Mercat francès



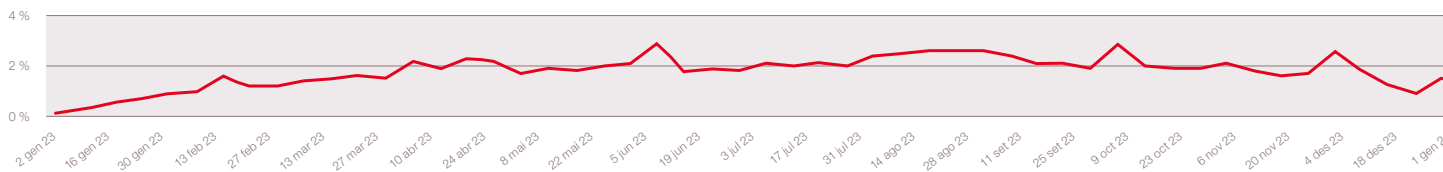
Mercat polonès



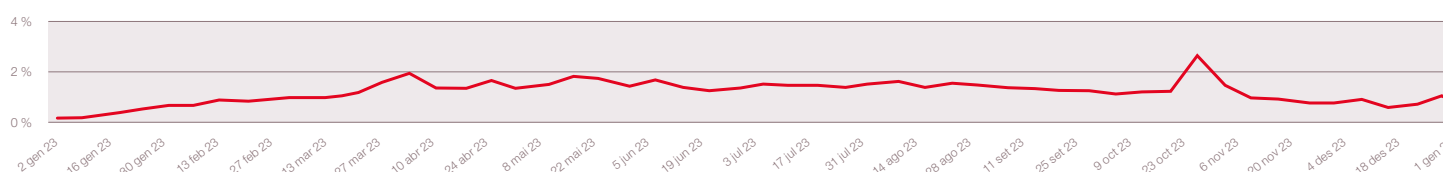
Mercat neerlandès



Mercat portuguès



Mercat austríac



Font: ForwardKeys (novembre 2023)

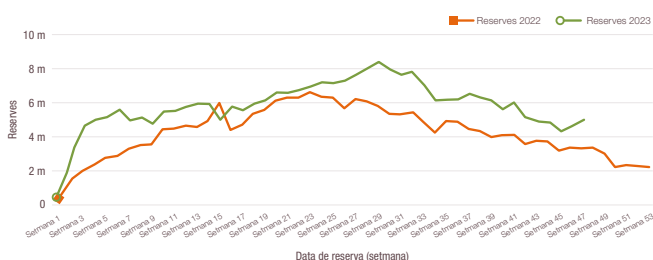


3. Activitat hotelera

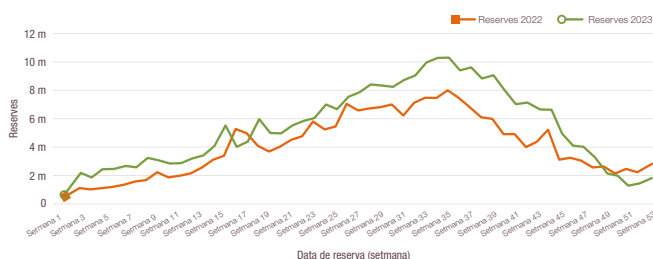
Les dades de reserves i cancel·lacions hoteleres B2B i C2B mostren setmana rere setmana com es comporta el sector de l'allotjament.

3.1. Reserves hoteleres B2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



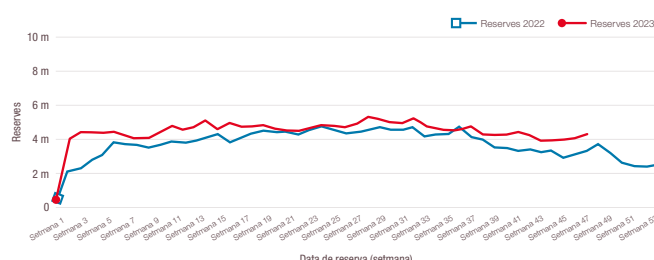
Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



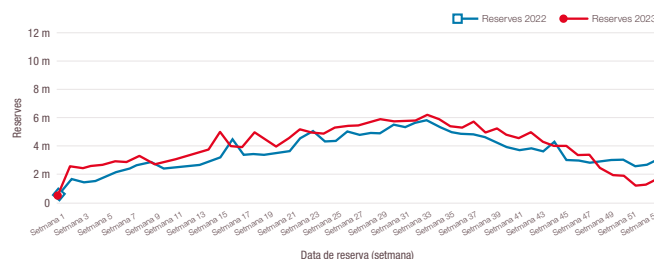
Font: InsightX for Destinations (novembre 2023)

3.2. Reserves hoteleres C2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



Font: Mirai (novembre 2023)

3.3. Antelació reserves B2B i C2B (dies)

Mes	B2B		C2B	
	2022	2023	2022	2023
Gener	22	28	39	55
Febrer	22	27	41	54
Març	23	33	39	48
Abril	33	42	38	43
Maig	39	52	35	39
Juny	44	51	32	34
Juliol	47	51	26	32
Agost	55	57	28	34
Setembre	49	57	32	39
Octubre	39	54	35	49
Novembre	29	40	42	55
Desembre	36	-	40	-

Les reserves hoteleres, tant B2B com C2B, des de gener fins a octubre han estat superiors respecte a les dades de l'any passat.





4. Els viatges dels brasilers

Analitzem les dades de perfil i hàbits de consum del turista brasiler.

4.1. Perfil

Home



51 %

Dona



49 %

Ingressos



4 %

més de 115.000 BRL anuals

Grup de viatge



43 %

en parella



34 %

família amb fills



24 %

amb altres membres de la família

Tipologia de viatger



40 %

de baix cost



15 %

cap de setmana



15 %

responsable



8 %

aventurer

Estacionalitat

18 %

gener

15 %

juliol

15 %

desembre

4.3. Barreres a l'hora de viatjar

38 % cost del viatge

28 % responsabilitats laborals

23 % preu dels allotjaments

El 26 % dels brasilers consideren viatjar a Espanya en el pròxim viatge.



4.2. El viatge



Producte

38 %
sol i platja

35 %
visita a familiars i amics

22 %
escapades a ciutats



Allotjament

31 %
hotels (3* o inf.)

30 %
casa d'amics o familiars

24 %
habitatge d'ús turístic



Transport

31 %
vehicle propi

21 %
aerolínies de baix cost



Factor decisiu

34 %
qualitat-preu

26 %
paisatges

23 %
baix cost



Viatges en els propers 12 mesos

42 %
domèstic

15 %
internacional

6 %
negocios internacionals

4.4. Planificació i reserva



Com planifiquen

40 %
internet

35 %
amics i coneguts

23 %
xarxes socials



Com reserven

27 %
directament a l'establiment

23 %
cercadors (Airbnb, Agoda, Hotels.com...)

22 %
directament en cercadors integrals (Expedia, Booking.com...)

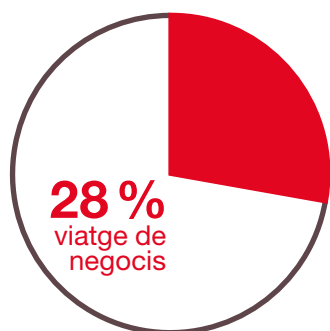
Font: YouGov



5. Indústria de reunions. Mercat brasiler

A partir de les dades de vols, analitzem el perfil del turista de reunions brasiler.

5.1. Tipus de viatge i viatgers



El 28 % dels turistes brasilers (25.183 pax) que han viatjat a Catalunya entre finals de novembre de 2022 i novembre de 2023 ho han fet per motius de negocis.

El 99 % d'aquests turistes han emprat una agència de viatges especialitzada.



Mitjana grup de viatge



Mitjana de l'estada



Antelació de la reserva

5.3. Top 10 Agències de viatges

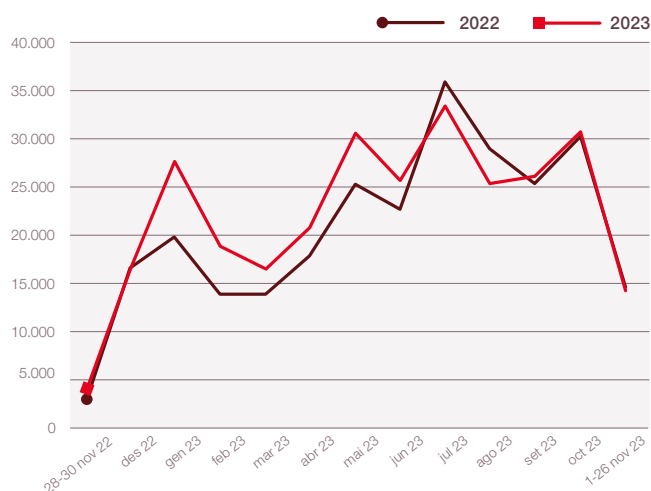
- 01 CVC BRASIL OPERADORA E AGENCIA DE VIAGENS, SA
- 02 DECOLAR COM, LTDA
- 03 FLYTOUR AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO, LTDA
- 04 CONFIANCA AGENCIA DE PASSAGENS E TURISMO, LTA
- 05 AGENICA DE TURISMO SAKURA, LTDA
- 06 BREMENTUR AGENCIA DE TURISMO, LTDA
- 07 ANCARADOURO REPRESENTACOES E TURISMO, LTDA
- 08 SVENSKA RESEGRUPPEN, AB
- 09 SKY TEAM AGENCIA DE VIAGENS E TURISMO, LTDA
- 10 ESFERATUR PASSAGENS E TURISMO, SA

Principals agències de viatges tant de vols vacacionals com de vols de reunions.

Nota: dades del 28/11/2022 al 26/11/2023

Font: ForwardKeys

5.2. Distribució de les pernотacions



5.4. Tendències

- Presencialitat:** experiències exclusives, trobades gastronòmiques, etc., per fomentar el *networking*.
- Priorització de socis i proveïdors** que fomentin iniciatives sostenibles.
- Wellness,** tenir cura del benestar dels participants.
- Tecnologia innovadora.**
- Bleisure** com a incentiu.
- Comunitat:** interacció, activació i compromís dels participants en l'esdeveniment

Font: Elaboració pròpia a partir de diferents fonts

L'estada mitjana dels turistes de reunions quan viatgen a Catalunya és de 12 nits.



6. Viatges accessibles. Turisme per a tothom

L'accessibilitat a l'allotjament i el transport són les barreres més grans a l'hora de viatjar per a persones amb problemes de mobilitat.

6.1. Perfil del viatger nord-americà



Han realitzat **3,4 viatges** en els últims 12 mesos.



3.546 \$ de despesa mitjana per viatge.



58.200 M\$/any de despesa dels viatges amb mobilitat reduïda.

6.3. Allotjament

96 % s'ha trobat barreres en l'allotjament.

Al **54 %** li han donat una habitació diferent de la que va reservar.

El **81 %** s'ha trobat dutxes no accessibles.

El **52 %** dels llits eren massa alts per ser accessibles.

Font: MMGY Global has released a new research report, *Portrait of Travelers with Disabilities™: Mobility and Accessibility*.

6.2. Transport aeri

86 % s'ha trobat barreres en el transport aeri


A **4 de cada 10** viatgers els han danyat els elements de suport físic.

6 de cada 10 han patit hores d'espera per a l'assistència a l'aeroport.

6.4. Destinació

84 % considera que cal **i** disposar de més informació sobre l'accessibilitat abans de viatjar.

 **79 %** s'ha trobat barreres en el transport en la destinació.

 **83 %** creu que manca manteniment en espais com voreres, rampes i ascensors.

 Manca de visites virtuals de les activitats per valorar la dificultat de mobilitat que comporta.

Les destinacions turístiques poden millorar la seva accessibilitat oferint informació més ajustada a les necessitats de les persones amb diversitat funcional.



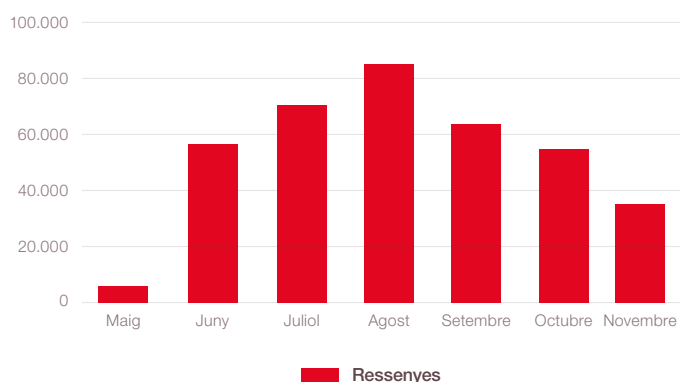


7. Reputació online

El seguiment de la reputació de la destinació Catalunya s'obté a partir de l'escolta de les converses en xarxes socials i webs (mitjans de comunicació, blogs, fòrums i altres canals socials).

7.1. Catalunya a les xarxes

Volum de converses relacionades amb Catalunya en el context dels viatges



Valoració de la destinació	Sentiment global	Índex de satisfacció*	Volum de comentaris
8,4	8,8	8,6	356.045

* L'índex de satisfacció és la mitjana entre la valoració de la destinació i el sentiment global.

7.3. Sentiment global. Top 5 mercats

País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	145.593	28,1 %	9,0
França	90.286	17,4 %	7,6
Regne Unit	77.386	15,0 %	8,7
Estats Units	28.562	5,5 %	9,1
Alemanya	20.625	4,0 %	8,5

7.2. Valoració de la destinació Top 5 mercats

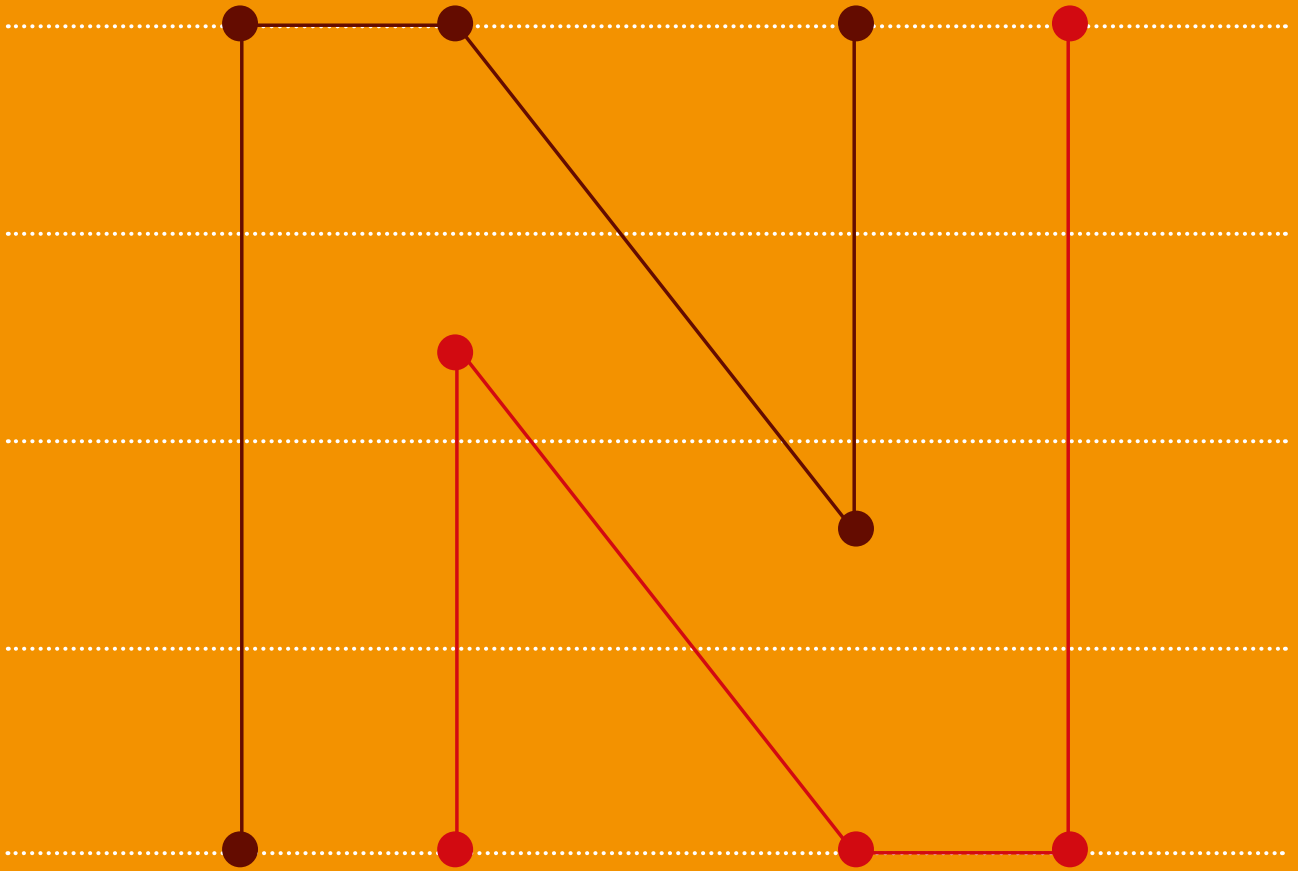
País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	64.534	35,2 %	8,2
França	29.880	16,3 %	8,0
Regne Unit	12.139	6,6 %	8,3
Alemanya	8.451	4,6 %	8,0
Itàlia	7.973	4,3 %	8,2

7.4. Índex de satisfacció segons plataforma

Plataforma	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Booking.com	168.979	47,5 %	8,3
Google	147.236	41,4 %	8,8
TripAdvisor	28.410	8,0 %	8,7
Expedia.com	4.396	1,2 %	8,7
Hotels.com	3.746	1,1 %	8,5

El sentiment global respecte a Catalunya en el context de viatge valora la destinació amb un **8,8**.





act.gencat.cat
catalunya.com



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Treball**