

**EL PERFIL DE L'USUARI DELS VOLS DE BAIX COST
DE L'AEROPORT DE GIRONA**

Període: març – maig- juny 2004

Estudi realitzat per: **Esther Martínez, Lluís Prats, M^a Antònia Barceló.**
Escola Universitària de Turisme. Departament d'Economia i
Departament d'Organització i Gestió Empresarial



Universitat de Girona

Agost de 2004

El perfil de l'usuari dels vols de baix cost de l'aeroport de Girona

Agost de 2004

Correspondència a:
Dra. Esther Martínez
Laboratori Multidisciplinar de Recerca en Turisme
Universitat de Girona.
Tel. 972 82 03 20
esther.martinez@udg.es

Taula de continguts

1. Introducció i metodologia	1
1.1 Metodologia	1
2. Resultats de les enquestes de l'any 2004	3
2.1. Resum de resultats	3
2.2. Característiques personals dels viatgers	5
a) Sexe i estat civil	5
b) Edat	5
c) Ocupació i nivell professional	6
d) Nivell d'estudis	7
e) Nacionalitats	7
f) Composició del grup	9
2.3. Característiques del viatge	10
a) Motivació del viatge	10
b) Durada de l'estada	14
c) Destinacions	16
d) Mitjà de transport	21
2.4. Característiques de l'estada	22
a) Tipus d'allotjament	22
b) Activitats realitzades en destí	27
2.5. Forma de contractació	Error! Bookmark not defined.
a) Estada	Error! Bookmark not defined.
b) Vol	Error! Bookmark not defined.
c) Forma conjunta de contractació	Error! Bookmark not defined.
2.6. Satisfacció de l'usuari/ passatger	Error! Bookmark not defined.
a) Valoració de l'estada	Error! Bookmark not defined.
b) Motius per escollir aquest tipus de vol	Error! Bookmark not defined.
c) Fidelitat dels passatgers	Error! Bookmark not defined.
3. Anàlisi comparativa dels resultats de les enquestes de 2003 i de 2004	Error!
<i>Bookmark not defined.</i>	
3.1. Característiques personals dels viatgers	Error! Bookmark not defined.
3.2. Característiques del viatge: motivació, durada, destinacions i mitjà de transport	Error! Bookmark not defined.
3.3. Característiques de l'estada: allotjament i activitats realitzades en destí	Error!
<i>Bookmark not defined.</i>	
3.4. Forma de contractació	Error! Bookmark not defined.
3.5. Satisfacció de l'usuari	Error! Bookmark not defined.

Índex de taules

<i>Franja d'edats</i> _____	6
<i>Ocupació i nivell professional</i> _____	6
<i>Nivell d'estudis</i> _____	7
<i>Origen dels viatgers</i> _____	8
<i>Modalitats de viatge segons acompanyant. Tots els viatgers</i> _____	10
<i>Modalitats de viatge segons acompanyant. Viatgers estrangers</i> _____	10
<i>Motivacions del viatger</i> _____	11
<i>Motivació principal del viatge i edat del viatger</i> _____	11
<i>Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger</i> _____	12
<i>Motivació del viatge i rutes dels vols, pels visitants estrangers</i> _____	13
<i>Durada de l'estada: tots els viatgers</i> _____	14
<i>Durada de l'estada: visitants estrangers</i> _____	14
<i>Durada de l'estada: viatgers espanyols</i> _____	15
<i>Encreuament entre l'edat i la durada de l'estada</i> _____	15
<i>Durada de l'estada, per principals orígens dels visitants estrangers</i> _____	16
<i>Destí principal, per província i marca turística, dels visitants estrangers</i> _____	17
<i>Destí principal, per província i marca turística, tots els viatgers</i> _____	18
<i>Destinacions principals per origen dels visitants estrangers (en %)</i> _____	19
<i>Destinacions principals, pels grups d'edat majoritaris dels visitants estrangers (en %)</i> _____	20
<i>Mitjà de transport utilitzat pels desplaçaments fins l'aeroport¹. Tots els viatgers.</i> _____	21
<i>Mitjà de transport utilitzat pels desplaçaments de l'aeroport al destí¹. Tots els viatgers</i> _____	22
<i>Tipus d'allotjament (en %), tots els viatgers</i> _____	23
<i>Tipus d'allotjament (en %), viatgers estrangers</i> _____	23
<i>Composició per edats, per cada tipus d'allotjament</i> _____	24
<i>Tipus d'allotjament triat, per grups d'edat</i> _____	24
<i>Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya</i> _____	25
<i>Durada de l'estada, per tipus d'allotjament, visitants estrangers</i> _____	26
<i>Realització d'activitats en destí*, pels visitants estrangers</i> _____	29
<i>Motius pels quals no ha practicat alguna de les activitats, visitants estrangers</i> _____	29
<i>Mitjà utilitzat per realitzar la compra de l'estada (Estrangers)</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Quin mitjà ha utilitzat per realitzar la compra del bitllet d'avió?</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Encreuament entre el mitjà de compra de l'estada i del bitllet d'avió</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració de l'estada per marca turística</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració de l'estada per origen dels viatgers</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Encreuament entre valoració de l'estada i edat del viatger</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració de la qualitat del destí*</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració del preu</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració de la qualitat del vol</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Encreuament entre la quantitat d'ús i la companyia aèria¹</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Encreuament entre quantitat d'ús del vol i intenció futura d'ús¹</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Comparativa de la composició per orígens, dels passatgers enquestats</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Comparativa d'origen dels viatgers estrangers</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Comparativa de modalitats de viatge segons acompanyant. Tots els viatgers</i> _____	Error! Bookmark not defined.
defined.	
<i>Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger, any 2004 (març, maig, juny)</i> _____	Error!
Bookmark not defined.	
<i>Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger, any 2003 (juliol i setembre)</i> _____	Error!
Bookmark not defined.	
<i>Comparativa de la durada de l'estada</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Comparativa de destí principal, per província i marca turística</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Destinacions principals per origen dels visitants estrangers, 2003 (juliol i setembre)</i> _____	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
<i>Destinacions principals per origen dels visitants estrangers (%), 2004 (març, maig, juny)</i> _____	Error!
Bookmark not defined.	
<i>Comparativa de tipus d'allotjament</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya, 2003 (juliol i setembre)</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya, 2004 (març, maig, juny)</i> _____	Error! Bookmark not defined.

Percentatges comparats del mode de compra de l'estada _____ **Error! Bookmark not defined.**
Comparativa de valoracions de l'estada _____ **Error! Bookmark not defined.**
Comparativa del nombre de vegades d'utilització del vol _____ **Error! Bookmark not defined.**

Índex de Gràfics

<i>Sexe</i> _____	5
<i>Estat civil</i> _____	5
<i>Origen dels passatgers (en %)</i> _____	8
<i>Passatgers estrangers per origen (en %)</i> _____	9
<i>Principals destinacions dels viatgers estrangers (%)</i> _____	17
<i>Destinació escollida segons nacionalitat (%)</i> _____	20
<i>Mitjà utilitzat per realitzar la compra de l'estada en % estrangers</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Ha contractat vostè un viatge totalment organitzat?</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Adquisició de l'estada en origen i destí %</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Quin tipus de bitllet ha escollit?</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Valoració de l'estada</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Estada qualificada amb "molta satisfacció", per marca turística</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Estada qualificada amb el nivell màxim, segons origen</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Estada amb les dues màximes qualificacions, segons origen dels viatgers estrangers*</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Nombre de vegades que han volat en aquestes companyies aèries</i> _____	Error! Bookmark not defined.
<i>Intenció de tornar a utilitzar el mateix tipus de vol</i> _____	Error! Bookmark not defined.

1. Introducció i metodologia

L'important augment dels anomenats "vols de baix cost" que s'està experimentant a Espanya i a Catalunya en particular, i concretament a l'aeroport de Girona, va motivar que l'any 2003 realitzéssim, per encàrrec i iniciativa del Patronat de Turisme Costa Brava - Girona, un estudi per determinar quines eren les característiques dels viatgers i els viatges que realitzaven els usuaris d'aquests vols "de baix cost" a l'aeroport de Girona (E. Martínez, L. Prats i A. Barceló, *Estudi de la utilització de l'aeroport de Girona: Perfil de l'usuari dels vols de baix cost i la seva àrea d'influència*, novembre de 2003, Universitat de Girona, MIMEO). L'esmentat estudi es basà en enquestes realitzades a una mostra de passatgers dels mesos de juliol i setembre de 2003, corresponents a temporada alta turística.

El present estudi n'és una continuació, basat en enquestes realitzades els mesos de març, maig i juny de 2004, corresponent a temporada turística no-alta. A partir dels resultats obtinguts en ambdós estudis, realitzem també una anàlisi comparativa dels principals trets distintius obtinguts en ambdues mostres.

L'estudi s'estructura en tres grans blocs, dividits en apartats. El primer bloc correspon a aquesta introducció i metodologia; el segon inclou els apartats 2.1 a 2.6, on es mostren els resultats obtinguts de la mostra de viatgers del present any 2004, quant a les característiques personals dels viatgers, dels seus viatges i estada, la forma de contractació de serveis, i el grau de satisfacció. El tercer i últim bloc realitza una anàlisi comparativa dels trets principals obtinguts en la mostra de l'any 2003 i en la mostra de l'any 2004.

1.1 Metodologia

L'estudi per obtenir el perfil de l'usuari dels vols de baix cost que operen a l'aeroport de Girona s'ha realitzat a partir d'enquestes realitzades als passatgers que embarcaven en vols de sortida de l'esmentat aeroport, la qual cosa ens permet obtenir informació rellevant sobre les característiques del viatge i de l'estada, tant dels passatgers espanyols que es dirigeixen a l'estranger, com dels estrangers que han fet estada al nostre país.

Les enquestes es realitzaren els mesos de març, maig i juny de 2004 (no el mes d'abril per ser vacances de setmana santa, i l'objectiu del treball era analitzar períodes que no fossin de temporada alta).

Les enquestes s'han realitzat cobrint els diferents horaris dels vols, des de les 6,30h del matí fins les 21,55h, a passatgers triats aleatòriament dins dels vols escollits per realitzar l'enquesta. L'elecció dels vols (destinacions, companyia aèria i hores dels vols) es realitzà d'acord amb la distribució real d'aquests.

Les enquestes es realitzaren en sis idiomes (català, castellà, anglès, francès, italià i alemany), i amés l'enquestador aclaria els possibles dubtes que tinguessin els enquestats, alhora de respondre alguna de les preguntes formulades.

D'un total de 2.065 enquestes realitzades, en són vàlides per l'anàlisi 1.814, després de depurar-les eliminant aquelles no vàlides per inconsistències en les respostes a les preguntes formulades, errors en les respostes obtingudes, manca de respostes suficients a les preguntes formulades, etc. A un nivell de confiança del 95%, i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q=50\%$), el marge d'error màxim en dades globals és de $\pm 2,3\%$.

Les destinacions analitzades han estat: Anglaterra (Londres, Liverpool, Birmingham, Bournemouth, East Midlands), Escòcia (Glasgow), Irlanda (Dublín), França (París), Alemanya (Frankfurt, Karlsruhe Baden), Holanda (Amsterdam, Eindhoven), Itàlia (Roma, Venècia, l'Alguer, Milà, Torí), Bèlgica (Brussel·les). Quasi la totalitat dels vols han estat operats per la companyia aèria Ryanair. La composició per països, dels viatgers enquestats es troba a la taula 4 (apartat e).

L'anàlisi dels resultats que es presenta a continuació és descriptiva de les dades mostrals obtingudes. Es refereix al total de viatgers enquestats (espanyols i estrangers) i també només pels estrangers quan així s'especifica.

2. Resultats de les enquestes de l'any 2004

En aquest segon bloc del treball es mostren els resultats obtinguts en les enquestes realitzades els mesos de març, maig i juny de 2004. En primer lloc s'ofereix un resum dels resultats més rellevant, per continuar amb una anàlisi més detallada de cada aspecte analitzat.

2.1. Resum de resultats

Els viatgers enquestats que han utilitzat els vols de baix cost que operen a l'aeroport de Girona els mesos de març, maig i juny de 2004 són majoritàriament joves (fins a 29 anys són quasi el 50% i fins a 39 anys quasi 3/4 parts), de nivell socio-econòmic mitjà-alt, i estan casats o són solters sense diferències significatives. La major part treballen (al voltant de 2/3 parts), i la resta són majoritàriament estudiants (al voltant del 20%). el seu nivell d'estudis és mitjà-alt, amb una elevada proporció de viatgers amb estudis universitaris (58,1%).

Els visitants estrangers que han viatjat des de l'aeroport de Girona són, consegüentment amb les rutes dels vols, majoritàriament europeus (74,7%); l'altre gran col·lectiu han estat els espanyols (22,3%).

Viatgen majoritàriament acompanyats (amb parella, amics i en menor mesura amb familiars), i pocs ho fan amb companys de feina, ja que el motiu del viatge és majoritàriament oci/vacances (63,4%), seguit de la visita de familiars i amics (17,1%). El motiu negocis és menys estès entre els viatgers (5,9%), i ho és més entre els espanyols (14,1%) que entre els estrangers (5,6%). Entre els estrangers, els italians són els qui viatgen relativament més per motiu negocis. Per totes les rutes que connecten Girona amb aeroports europeus domina la motivació "vacances/oci", però en algunes de les que connecten amb Alemanya (especialment Frankfurt), Itàlia (Venècia i Milà) i Holanda (Amsterdam), el motiu "negoci" és relativament més important.

Els col·lectius més joves són els qui viatgen comparativament més per motius d'estudi, i en els trams intermedis d'edat són els quals el motiu negoci és relativament superior.

Els viatgers fan estades en destí majoritàriament curtes, principalment entre 4 i 7 dies (el 47% dels viatgers), i quasi la totalitat (94,6%) s'estan fins un màxim de 15 dies.

Utilitzen majoritàriament l'autobús com a mitjà de transport des del seu origen fins a l'aeroport, i de l'aeroport al destí del viatge.

En les seves estades utilitzen majoritàriament els establiments hotelers per allotjar-se, amb una proporció important de viatgers que s'allotgen en establiments de tres o més estrelles. L'altre tipus d'allotjament més utilitzat és la casa de familiars o amics. Els establiments de preu superior són més utilitzats en les estades més curtes.

Els estrangers que visiten Espanya presenten una elevada concentració en la seva destinació principal en dues zones, Barcelona capital i la marca turística Costa Brava, que conjuntament absorbeixen el 80,1% dels visitants; Barcelona capital és la destinació principal (46,1%), seguit de la Costa Brava (34,1%). Per nacionalitats, destaca que els anglesos i holandesos trien la costa Brava com a destinació principal, mentre que la resta de visitants estrangers trien Barcelona capital; pels irlandesos les preferències entre ambdues destinacions són pràcticament iguals. Respecte a l'edat, sembla existir una certa tendència a augmentar amb l'edat, la preferència per la Costa Brava versus Barcelona capital.

Les activitats realitzades en destí són variades, destacant el recórrer la zona i admirar el paisatge, degustar el menjar típic, i gaudir de la platja i el sol i de les activitats nocturnes, anar de compres, i visitar museus i similars.

Els turistes adquireixen el seu bitllet d'avió d'anada i tornada majoritàriament a internet, i la seva estada principalment també a internet o bé directament a l'establiment, i per tant no compren un viatge totalment organitzat (85,6%).

Un cop finalitzada l'estada se senten satisfets o molt satisfets de la mateixa, sense distinció remarcable respecte a la marca turística en la que s'han allotjat, i observem que els holandesos i els irlandesos són els que millor ens valoren, al igual que els majors de 50 anys.

Aquests turistes valoren el preu del bitllet d'avió i la qualitat del destí escollit, mentre que no ho fan amb la qualitat del vol ni amb la opció de paquet turístic. Això concorda

amb la fidelitat que aquests passatgers demostren vers aquest tipus de companyies aèries amb una intenció de repetició de més del 80%.

A continuació s'ofereix una anàlisi més detallada de les característiques personals dels viatgers, del seu viatge, la seva estada, la forma de contractació dels serveis i el grau de satisfacció (apartats 2.2 a 2.6).

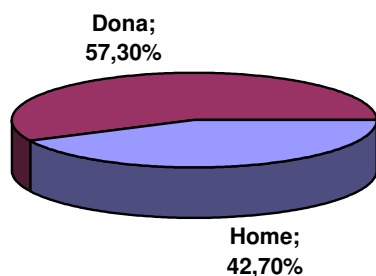
2.2. Característiques personals dels viatgers

En aquest apartat s'analitzen les característiques personals dels viatgers: edat, sexe, nacionalitat, estat civil, nivell d'estudis, ocupació i si viatja sol o en companyia.

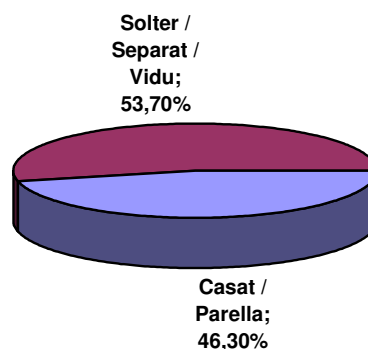
a) Sexe i estat civil

La distribució per sexes dels enquestats no mostra diferències substancials, ni tampoc la que fa referència a l'estat civil (la categoria "solters" inclou també els separats, divorciats i els vidus, aquests tres últims essent residuals dins el conjunt), tal i com s'aprecia als gràfics següents. La distribució per sexes és pràcticament idèntica quant es consideren tots els enquestats (espanyols i estrangers) que tenint en compte exclusivament els estrangers (42,8% homes, 57,2% dones); igual passa amb la distribució respecte de l'estat civil.

Gràfic 1: Sexe



Gràfic 2 Estat civil



b) Edat

Respecte de l'edat, destaca el domini del passatger jove: fins els 29 anys d'edat representen al voltant de la meitat dels passatgers (48,3%); fins els 39 anys, en són un

total de quasi tres quartes parts (71,6%) (Taula 1). La distribució per edats és també molt similar quan es consideren exclusivament els viatgers estrangers.

Taula 1: Franja d'edats

		Percentatge	Percentatge acumulat
Edats, per trams	<18	2,2	2,2
	[18 a 24]	24,3	26,5
	[25 a 29]	21,8	48,3
	[30 a 39]	23,2	71,6
	[40 a 49]	15,1	86,7
	[50 a 59]	9,0	95,7
	[60 a 64]	2,9	98,6
	65 o més	1,4	100
Total (n=1.712)		100	

c) Ocupació i nivell professional

La majoria dels viatgers treballen (65,5%), i principalment ocupen càrrecs de nivell mitjà i alt (41,7%); un altre proporció rellevant són els estudiants (21,9%) (Taula 2). Una distribució molt similar s'observa també quan considerem únicament els passatgers estrangers.

Taula 2: Ocupació i nivell professional

A. Treballen	65,5
<i>A.1. Compte aliè</i>	54,3
Càrrec bàsic	12,6
Càrrec mitjà	16,1
Càrrec alt	25,6
<i>A.2. Compta pròpia</i>	11,2
B. No tasca remunerada	26,8
Estudiants	21,9
Feines de la llar	4,9
C. Jubilats	3,6
D. Incapacitats i altres	1,4
E. Aturats	2,8

(n= 1.802)

d) Nivell d'estudis

Quant al nivell d'estudis, es tracta de viatgers majoritàriament amb un nivell d'estudis mitjà-alt (90,5%), destacant que més de la meitat tenen estudis universitaris. Distribució que presenta les mateixes característiques quan es considera exclusivament el col·lectiu d'estrangers.

Taula 3: Nivell d'estudis

No sap llegir ni escriure	0,6%
Bàsics o primaris	9,0%
Secundaris	32,4%
Estudis universitaris	58,1%

(n= 1.726)

e) Nacionalitats

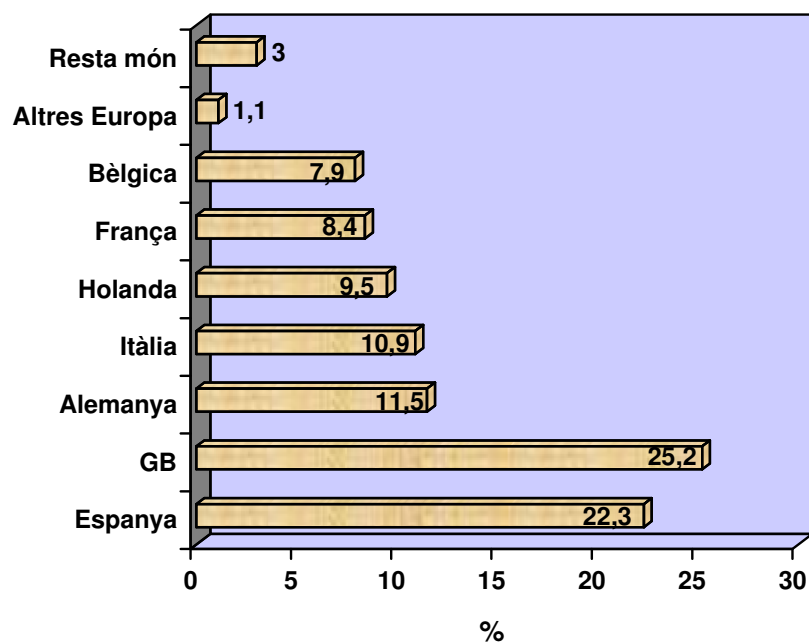
D'acord amb la distribució mostral que respon a la distribució dels vols amb les diferents destinacions, la major part dels usuaris dels vols de baix cost enquestats són estrangers (77,7%) i bàsicament europeus (74,7% del total de viatgers); i dins d'aquests últims destaquen especialment els britànics (25,2%, essent els anglesos el grup més nombrós, 17,2%), seguit dels alemanys (11,5%), italians (10,9%), holandesos (9,5%), francesos (8,4%) i belgues (7,9%). Els espanyols són el 22,3% dels viatgers, predominant els catalans (de les província de Barcelona en són el 10,8%, i de la de Girona el 4%) (Taula 4 i gràfic 3).

Taula 4: Origen dels viatgers

	Nombre de passatgers enquestats	% respecte total passatgers enquestats	% respecte passatgers estrangers
1. Espanyols		22,3	
2. Estrangers	404	77,7	100
2.1. Europeus	1.350	74,7	95,8
Britànics	458	25,2	32,4
Anglesos	312	17,2	22,1
Escocesos	42	2,3	3,0
Irlandesos	104	5,7	7,3
Alemanys	208	11,5	14,8
Italians	197	10,9	14,0
Holandesos	172	9,5	12,2
Francesos	152	8,4	10,8
Belgues	143	7,9	10,2
Altres europeus	20	1,1	1,4
2.2. Resta món	55	3,0	3,8
Americans	46	2,5	3,2
Altres	9	0,5	0,6
Total	1.809	100	

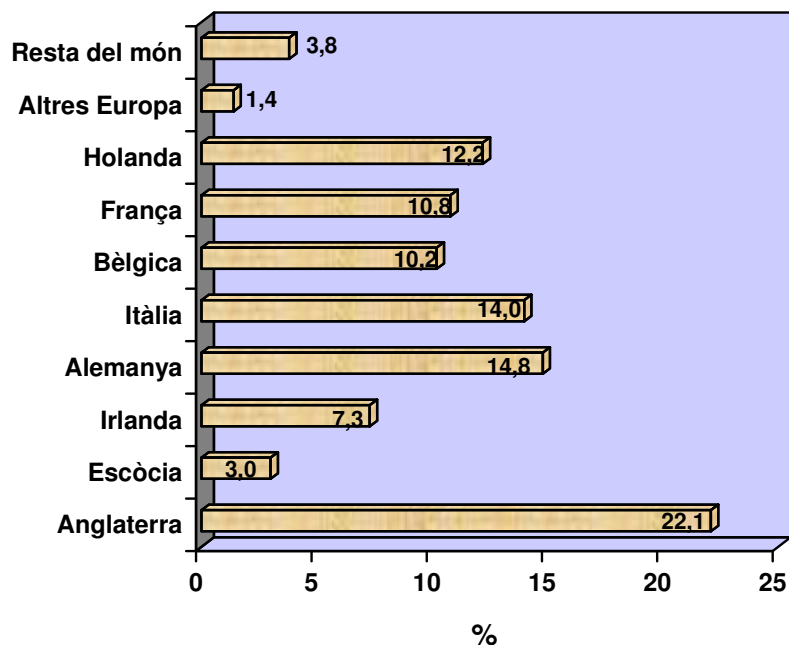
(espanyols:404; estrangers: 1.405; n'hi ha 5 de nacionalitat desconeguda)

Gràfic 3: Origen dels passatgers (en %)



Considerant exclusivament els visitants estrangers a Espanya (que són el 77,7% del total dels usuaris enquestats dels vols de l'aeroport de Girona, Taula 4), la major part són europeus, com és d'esperar per les destinacions dels vols analitzats. Els britànics constitueixen el grup més nombrós (32,4% dels usuaris estrangers); seguit dels alemanys (14,8%) i italians (14,0%), els holandesos (12,2%), francesos (10,8%) i belgues (10,2%). Els estrangers no europeus són fonamentalment americans.

Gràfic 4: Passatgers estrangers per origen (en %)



f) Composició del grup

La majoria dels viatgers viatgen acompanyats (80,3%), bé sia amb la família, amb la parella, amb els amics, i/o amb companys de feina, no sent entre ells mútuament excloents (per aquest motiu els percentatges de la Taula 5 següent poden sumar més de 100). Predominen els viatges realitzats amb la parella (32,9%), i amb amics (32,5%). Pels visitants estrangers exclusivament, els percentatges anteriors no varien significativament (taula 6)

Taula 5: Modalitats de viatge segons acompanyant. Tots els viatgers

Sol	19,7
amb parella	32,9
amb família	17,8
amb amics	32,5
amb companys de feina	4,6
(n=1.805)	

Taula 6: Modalitats de viatge segons acompanyant. Viatgers estrangers

Sol	16,3
amb parella	34,3
amb família	19,2
amb amics	34,6
amb companys de feina	4,2
(n=1.805)	

2.3. Característiques del viatge

En aquest apartat es recullen els resultats obtinguts respecte de les característiques següents del viatge: motivació, durada, destinacions escollides, i el mitjà de transport utilitzat en els desplaçaments a l'aeroport i d'aquest al destí.

a) Motivació del viatge

El motiu principal del viatge que destaca de forma notòria respecte dels altres és les vacances/oci (63,4% dels viatgers); seguit a molta distància per la visita de familiars i amics (17,1%); conjuntament són el 80,5% dels motius principals del viatge. Només el 7,6% dels viatgers enquestats han utilitzat els vols de les companyies de baix cost amb l'objectiu principal de desplaçar-se per una motivació principal de negocis, assistència a congressos, convencions i fires. Les altres motivacions (cultura, pràctica d'esports, realitzar compres, estudis, etc.) són minoritàries dins de les motivacions principals que originen el desplaçament (Taula 7).

En l'anàlisi per edats (Taula 8), destaca que el motiu de viatge "vacances/oci" és també el dominant per qualsevol franja d'edats, seguit del motiu "visita de familiars/amics".

En els trams intermedis d'edat són en els que el motiu de viatge “negocis, convencions, fires, etc.” és comparativament més rellevant, i el motiu d'estudis pels trams inferiors d'edat. Els motius “cultura”, i altres com la realització de compres, són menys estesos.

Taula 7: Motivacions del viatger

Motiu principal del viatge	%
Vacances/oci	63,4
Visita familiars/amics	17,1
Negocis	5,9
Congressos, convencions, fires	1,7
Cultura	5,1
Estudis	3,2
Altres	3,6

(n=1.811)

Taula 8: Motivació principal del viatge i edat del viatger

Motiu principal del viatge	Edat del viatger							
	<18 anys	18 a 24 anys	25 a 29 anys	30 a 39 anys	40 a 49 anys	50 a 59 anys	60 a 64 anys	65 o més
Vacances/oci	64,9	59,3	62,8	65,0	65,6	66,9	64,0	70,8
Visita familiars/amics	16,2	16,9	20,3	15,9	11,6	19,5	22,0	25,0
Negocis, congressos...	0,0	4,3	5,1	11,1	11,2	5,8	6,0	0,0
Cultura	5,4	6,3	5,6	4,8	5,4	3,9	2,0	0,0
Estudis	10,8	8,2	2,9	0,5	1,5	0,6	0,0	4,2
Altres	2,7	5,0	3,2	2,8	4,7	3,2	6,0	0,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Les motivacions principals dels viatges també difereixen, quant al motiu “negocis, fires, etc.”, entre els espanyols (14,1%) i els estrangers (5,6%). L'altra diferència rellevant entre ambdós és en el motiu “vacances i oci”: un 48% dels espanyols han viatjat per aquest motiu, front un 67,8% dels estrangers. Respecte de les principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya (Taula 9), es manté els trets principals respecte dels motius principals dels viatges, destacant el motiu “oci/vacances” com a dominant per totes les nacionalitats, i després però a distància, el de “visita de familiars i amics”. Destaca també que el motiu “vacances/oci” és relativament més important especialment pels anglesos, mentre que la motivació de “visita de familiars i amics” és més notòria entre els italians i els holandesos.

Taula 9: Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger

Motiu principal del viatge	Origen dels visitants estrangers							
	Anglesos	Escocesos	Irlandesos	Francesos	Italians	Alemanys	Holandesos	Belgues
Vacances/oci	81,7	52,4	69,6	67,1	60,4	62,0	60,5	67,8
Visita familiars/amics	9,0	14,3	9,8	15,1	20,3	14,9	20,9	13,3
Negocis, congressos...	2,1	2,4	6,9	5,9	8,2	6,3	6,4	6,3
Altres	7,2	30,9	13,7	11,9	11,1	16,8	12,2	12,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

(n=1.402)

Respecte de les rutes dels vols i la interrelació amb la motivació principal del viatge (Taula 10), pels visitants estrangers, en general es reproduïxen els patrons que s'observen pel conjunt de les rutes, i en concret que la motivació principal és les vacances/oci, i després la visita de familiars/amics. El motiu negocis i assistència a fires, convencions, etc. és relativament poc important en les rutes que connecten Girona amb Gran Bretanya (excepte amb Dublín), però més important en algunes rutes que connecten amb ciutats d'Alemanya (especialment Frankfurt) i Itàlia (especialment Venècia i Milà), i també en la connexió amb Holanda (Amsterdam) i en menor mesura amb Bèlgica (Brussel·les).

Taula 10: Motivació del viatge i rutes dels vols, pels visitants estrangers

Motivació principal del viatge	Rutes																	
	Londres	Glasgow	Dublín	Liverpool	Bournemouth	East Midlands	l'Alguer	Milà	Torí	París	Frankfurt	Karlsruhe Baden	Amsterdam	Eindhoven	Brussel·les	Roma	Venècia	Total
Negocis, congressos...	1,7	2,7	6,8	0,0	4,2	2,7	4,5	11,5	3,6	6,3	8,0	1,8	10,0	3,5	6,8	3,0	12,0	5,6
Vacances/oci	80,8	51,4	72,3	90,7	70,8	83,8	77,3	65,7	53,6	66,4	64,2	50,9	63,8	61,1	64,2	63,6	56,0	67,8
Cultura	1,7	8,1	6,8	0,0	4,2	4,1	4,5	2,9	7,1	4,2	8,0	10,5	1,3	3,5	8,0	9,1	4,0	5,3
Compres	0,8	0,0	1,4	7,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	1,4	0,6	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,8
Visita de familiars/amics	11,7	10,8	7,4	0,0	16,7	6,8	0,0	15,7	32,1	14,7	14,2	21,1	18,8	23,0	14,8	21,2	24,0	14,3
Estudis	0,0	13,5	2,7	0,0	4,2	0,0	9,1	1,4	3,6	4,9	1,9	8,8	0,0	2,7	4,5	0,0	0,0	2,9
Altres	3,3	13,5	2,7	2,3	0,0	1,4	4,5	2,9	0,0	2,1	3,1	7,0	6,3	6,2	1,1	3,0	4,0	3,4
Total (n=1.402)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

b) Durada de l'estada

Els viatges són majoritàriament de durada curta, essent la durada principal d'entre 4 i 7 dies (quasi el 50% dels viatges); i fins a dues setmanes representen el 95% dels viatges. Els viatges molt curts, d'entre dos i tres dies també són rellevants, si bé menys que en els casos anteriors (al voltant del 30%). Molt pocs viatgers estan en destí més d'un mes. Les característiques de la durada dels viatges no semblen diferir entre els viatges que fan els estrangers dels realitzats pels espanyols.

Respecte la distribució de la durada per edats, en general es reproduïxen els patrons observats anteriorment: per tots els grups d'edat dels viatgers predomina l'estada d'entre 4 i 7 dies, i fins a dues setmanes es situen la major part dels viatges realitzats. Sembla ser amés que els viatges de durada superior són creixents amb l'edat (p.e. els viatges de més de 8 dies) (Taules 11, 12 i 13).

Taula 11: Durada de l'estada: tots els viatgers

Durada de l'estada	%	% acumulat
1 dia	2,6	2,6
2,3 dies	30,1	32,7
4 a 7 dies	47,0	79,6
8 a 15 dies	15,0	94,6
16 a 30 dies	3,5	98,1
Més de 30	1,9	100

(n=1.749)

Taula 12: Durada de l'estada: visitants estrangers

Durada de l'estada	%	% acumulat
1 dia	2,1	2,0
2,3 dies	28,9	31,0
4 a 7 dies	48,3	79,3
8 a 15 dies	15,7	95,0
16 a 30 dies	3,7	98,7
Més de 30	1,3	100

(n=1.369)

Taula 13: Durada de l'estada: viatgers espanyols

Durada de l'estada	%	% acumulat
1 dia	4,5	4,5
2,3 dies	34,5	38,9
4 a 7 dies	42,1	81,1
8 a 15 dies	12,4	93,4
16 a 30 dies	2,6	96,1
Més de 30	3,9	100

(n=380)

Taula 14: Encreuament entre l'edat i la durada de l'estada

Edat en anys	Durada de l'estada, en dies							Total
	:	1 dia	2 a 3	4 a 7	8 a 15	16 a 30	>30	
<18	% respecte edat	0	22,9	57,1	17,1	2,9	0	100
	% respecte durada	0	1,6	2,6	2,4	1,8	0	2,1
18 a 24	% respecte edat	1,5	27,7	50,4	13,6	2,2	4,7	100
	% respecte durada	16,2	22,4	26,1	21,8	15,8	59,4	24,4
25 a 29	% respecte edat	3,9	34	47,5	11,3	1,9	1,4	100
	% respecte durada	37,8	24,6	22,0	16,3	12,3	15,6	21,8
30 a 39	% respecte edat	2,1	35,0	43,8	14,2	3,4	1,6	100
	% respecte durada	21,6	27,1	21,6	21,8	22,8	18,8	23,3
40 a 49	% respecte edat	3,2	28,4	46,8	17,2	4,0	0,4	100
	% respecte durada	21,6	14,2	15,0	17,1	17,5	3,1	15,1
50 a 59	% respecte edat	0,7	26,2	43,0	24,2	6,0	0	100
	% respecte durada	2,7	7,8	8,2	14,3	15,8	0	9,0
60 a 64	% respecte edat	0	22,4	46,9	16,3	12,2	2,0	100
	% respecte durada	0	2,2	2,9	3,2	10,5	3,1	3
65 o més	% respecte edat	0	0	54,5	36,4	9,1	0	100
	% respecte durada	0	0	1,5	3,2	3,5	0	1,3
Total	% respecte edat	2,2	30,1	47,1	15,2	3,4	1,9	100
	% respecte durada	100	100	100	100	100	100	100

(n=1.658)

Per orígens dels visitants estrangers, es manté en general el patró observat pel conjunt dels viatgers. Destaca però que entre els irlandesos i els alemanys hi ha una major

proporció relativa que fa una estada d'entre 8 i 15 dies; i que els irlandesos fan comparativament menys estades molt curtes (d'entre 1 i 3 dies).

Taula 15: Durada de l'estada, per principals orígens dels visitants estrangers

	Dies d'estada							Total
	1 a 3	4 a 7	Fins 7 dies	8 a 15	Fins 15 dies	16 a 30	> 30 dies	
Anglesos	34,4	48,7	83,1	13,1	96,2	3,9	0	100
Escocesos	34,1	58,5	92,6	7,3	99,9	0	0	100
Irlandesos	15,2	55,6	70,8	25,3	96,1	2	2	100
Francesos	36,9	43,6	80,5	12,8	93,3	3,4	3,4	100
Italians	34,8	45,1	79,9	13,3	93,2	4,6	2,1	100
Alemanys	29,3	43,4	72,7	22,7	95,4	3,5	1	100
Holandesos	26,7	50,9	77,6	17,2	94,8	5,3	0	100
Belgues	31,1	52,9	84,0	13,8	97,8	1,4	0,7	100
Total¹	30,9	48,3	79,2	15,7	94,9	3,7	1,3	100

(n=1.369); 1. Percentatges exclusivament respecte dels viatgers estrangers, que han respost a la pregunta del nombre de dies d'estada en destí.

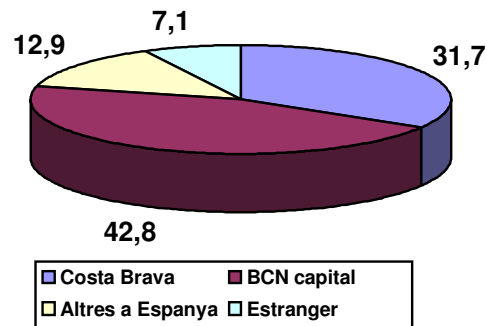
c) Destinacions

Quant a les destinacions triades pels visitants estrangers que han utilitzat el vol a Girona, la major part s'estan a Catalunya (el 90,3%). Hi ha una elevada preferència per Barcelona capital (42,8%) i la Costa Brava (32% del total); conjuntament són les destinacions turístiques triades com a destí principal per tres quarts parts dels enquestats (74,5%).

Taula 16: Destí principal, per província i marca turística, dels visitants estrangers

Províncies i marques turístiques	%	% acumulat	% respecte destí Espanya
Girona	35,0	35,0	37,7
Girona capital	3,0		3,2
Costa Brava	31,7		34,1
Pirineus de Girona	0,3		0,3
Barcelona	54,0	89,0	58,2
BCN capital	42,8		46,1
El Barcelonès	3,7		4,0
Maresme (costa del)	5,1		5,5
Garraf (costa del)	1,2		1,3
Catalunya central	1,2		1,3
Tarragona	1,0	90,0	1,1
Costa Daurada	1,0		1,1
Lleida	0,3	90,3	0,3
Terres de Lleida	0,1		0,1
Pirineus-prepirineus	0,2		0,2
Resta Espanya	2,7	93	2,9
Estranger	7,1	100	
Total	100		

Gràfic 5: Principals destinacions dels viatgers estrangers (%)



L'anàlisi de les destinacions principals quan es consideren tots els viatgers és similar a l'anterior, exceptuant-ne el fet que al haver-hi els espanyols, la destinació "estranger" passa a ser més rellevant (pels espanyols que es dirigeixen a l'estranger), i per tant, els percentatges corresponents a cada una de les destinacions espanyoles és inferior dins del

conjunt (taula 17 següent, primera i segona columna). A la taula 17 la tercera columna elimina gran part de l'efecte generat pels espanyols que es dirigeixen a l'estranger, i consegüentment els percentatges que hi apareixen són molt similars als de la taula anterior (taula 16, en la que només es tenia en compte els visitants estrangers).

Taula 17: Destí principal, per província i marca turística, tots els viatgers

Províncies i marques turístiques	%	% acumulat	% respecte destí Espanya
Girona	27,3	27,3	37,4
Girona capital	2,5		3,4
Costa Brava	24,6		33,7
Pirineus de Girona	0,2		0,3
Barcelona	42,5	69,8	58,3
BCN capital	33,5		45,9
El Barcelonès	3,0		4,1
Maresme (costa del)	4,0		5,5
Garraf (costa del)	1,0		1,4
Catalunya central	1,0		1,4
Tarragona	0,8	70,6	1,1
Costa Daurada	0,8		1,1
Lleida	0,2	70,8	0,3
Terres de Lleida	0,1		0,1
Pirineus-prepirineus	0,1		0,2
Resta Espanya	2,1	72,9	2,9
Estranger	27,1	100	
Total	100		

(n=1.660)

En relació als visitants estrangers, de les dues destinacions principals (la Costa Brava i Barcelona capital), la Costa Brava és escollida com a destinació principal de l'estada pels visitants anglesos i holandesos, mentre que Barcelona capital ho és per la resta de visitants; en el cas dels irlandesos, trien ambdues destinacions en proporcions pràcticament iguals (quadre 17). La Costa del Maresme és una destinació que queda en tercer lloc però ja a molta distància de les altres dues, i per totes les nacionalitats; els anglesos i els alemanys són els visitants estrangers que comparativament més trien

aquesta destinació. També destaca que pels anglesos i els alemanys, i en menor mesura també pels irlandesos i els italians, les tres destinacions (Costa Brava, Barcelona capital i la costa del Maresme) absorbeixen una proporció superior dels visitants, mentre que francesos, irlandesos i belgues trien altres destinacions en proporcions comparativament superiors. Per últim també cal destacar que els visitants d'altres nacionalitats europees (no incloses a la taula següent), en el seu conjunt, trien Barcelona capital com a destinació principal (el 42,1%); també passa el mateix amb els visitants americans (52,6%), i els procedents d'Oceania (50%).

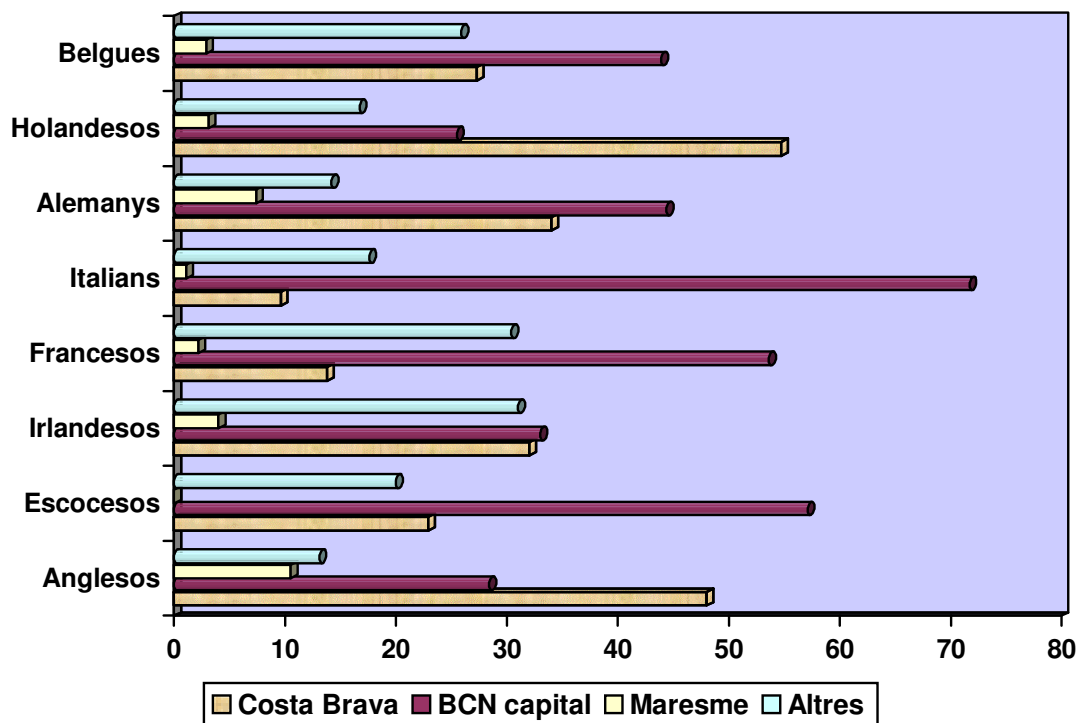
Taula 18: Destinacions principals per origen dels visitants estrangers (en %)

Principals destinacions	Origen dels visitants estrangers (en %)								Total de visitants per cada destí
	Anglaterra	Escòcia	Irlanda	França	Itàlia	Alemanya	Holanda	Bèlgica	
Costa Brava	48,0	22,9	32,0	13,8	9,6	34,0	54,7	27,3	31,7
BCN capital	28,4	57,1	33,0	53,6	71,7	44,4	25,5	43,9	42,8
Costa del Maresme	10,5	0	4,0	2,2	1,1	7,4	3,1	2,9	5,1
Altres (inclou destinacions no espanyoles)	13,1	20,0	31,0	30,4	17,6	14,2	16,7	25,9	20,4
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Composició per orígens¹	23,1	2,7	7,8	10,8	14,6	12,6	12,5	10,8	

(n=1.282)

1. Percentatge que representa cada país d'origen respecte dels viatgers estrangers, que han respost a la pregunta sobre el seu destí principal; el 5,1% que falta per completar el 100% correspon a altres orígens.

Gràfic 6: Destinació escollida segons nacionalitat (%)



Per trams d'edat, les dades apunten una certa relació positiva entre l'edat i la preferència per la Costa Brava com a destí principal *versus* Barcelona capital; així entre els col·lectius més joves hi ha una major proporció que trien Barcelona capital com a destí principal (exceptuant-ne els menors de 18 anys), mentre que els de major edat es decanten més per la Costa Brava, fet especialment notori a partir dels 40 anys.

Taula 19: Destinacions principals, pels grups d'edat majoritaris dels visitants estrangers (en %)

Principals destinacions	Grups d'edat majoritaris dels visitants estrangers						
	Menys de 18	18 a 24	25 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59]	60 o més ¹
Costa Brava	53,8	23,1	23,8	30,1	41,7	45	54,35
BCN capital	15,4	51,0	54,2	43,4	34,3	29,2	12,75
Maresme (costa del)	11,5	4,8	3,1	4,3	8,6	7,5	5,0
Estranger	3,8	7,5	3,8	8,2	5,7	5,8	15,1
Altres	15,5	13,6	15,1	14,0	9,7	12,5	12,8
Total	100	100	100	100	100	100	100

(n=1.213); 1. Mitjana dels percentatges dels grups d'edat "60-64 anys", i "65 o més")

d) Mitjà de transport

Quant al mitjà principal de transport utilitzat per desplaçar-se des de l'origen fins l'aeroport, i d'aquest al destí del viatge, predomina l'autobús; altres mitjans de transport també utilitzades són el cotxe de familiars o amics i cotxe propi, el cotxe de lloguer, i el taxi. Altres formes de transport (tren, mini-bus de lloguer, etc.) són residuals (Taules 20 i 21).

No s'aprecien diferències notables en la utilització dels diferents tipus de transport en els dos trajectes. Les dues taules següents mostren quants passatgers han respost positivament respecte de la utilització de cada mitjà de transport, en els dos trajectes (desplaçament des de l'origen fins l'aeroport, i de l'aeroport al lloc de l'estada del viatge). Els resultats que s'obtenen pels viatgers estrangers no mostren diferències rellevants respecte els obtinguts per la totalitat dels viatgers. Entre els usuaris estrangers els mitjans de transport més freqüents pel desplaçament de l'aeroport fins el destí són, per ordre de major a menor freqüència: l'autobús (42%), el cotxe de lloguer (20,5%), el taxi (18,4%), el cotxe de familiars i amics (12,6%), el tren (10,5%), i el cotxe propi (5,9%).

Taula 20: Mitjà de transport utilitzat pels desplaçaments fins l'aeroport¹. Tots els viatgers.

Fins l'aeroport	%
Cotxe lloguer	17,0
Autobús	47,0
Taxi	14,5
Cotxe familiars o amics	11,5
Cotxe propi	13,9
Tren	5,4

1. Percentatge de viatgers amb resposta positiva a cada pregunta formulada sobre la utilització de cada mitjà de transport. Els diferents mitjans no són excloents entre ells; es pot haver utilitzat més d'un; per tant els percentatges poden no sumar 100.

Taula 21: Mitjà de transport utilitzat pels desplaçaments de l'aeroport al destí¹. Tots els viatgers

De l'aeroport al destí	%
Cotxe lloguer	19,7
Autobús	40,7
Taxi	17,0
Cotxe familiars o amics	13,6
Cotxe propi	6,7
Tren	12,0

1. Percentatge de viatgers amb resposta positiva a cada pregunta formulada sobre la utilització de cada mitjà de transport. Els diferents mitjans no són excloents entre ells; es pot haver utilitzat més d'un; per tant els percentatges poden no sumar 100.

2.4. Característiques de l'estada

En aquest apartat es fa referència a dues característiques de l'estada dels viatgers enquestats: els tipus d'allotjament escollits i les activitats realitzades pels visitants en els seus destins .

a) Tipus d'allotjament

Pel que fa al tipus d'allotjament, més de la meitat (56,8%) del total dels viatgers enquestats s'allotgen en establiments hotelers –predominant els hotels a partir de tres estrelles; seguit de l'allotjament en casa de familiars i amics (21,9%); l'allotjament de lloguer es situa en tercer lloc (9,9%) i la casa o apartament de propietat en quart lloc (7,6%). El càmping per contra no és un tipus d'allotjament preferit pel viatger; i l'allotjament rural és molt minoritari (taula 22). Les característiques principals esmentades respecte les preferències en el tipus d'allotjament, també es presenten quan s'analitza l'allotjament triat exclusivament pels visitants estrangers (taula 23)

Respecte de la composició per edats de cada tipus d'allotjament (taula 24), la distribució és conseqüent amb la distribució per edats dels viatgers enquestats; així doncs, els viatgers d'edats intermèdies constitueixen en general, el gruix dels clients de cada tipus d'allotjament. La informació obtinguda també apunta a que hi ha una tendència a que la utilització de formes d'allotjament de preu superior sigui creixent amb l'edat (taula 24).

Quant al tipus d'allotjament triat pels estrangers (taula 23 i Taula 25), en general predomina l'establiment hotelier, especialment entre els anglesos, els escocesos i els italians (representant en tots tres casos al menys dues tercers parts), mentre que els

holandesos són els qui l'han triat en menor proporció (37,9% dels holandesos). Dins d'aquest tipus d'allotjament, destaca que els anglesos i els irlandesos semblen tenir una preferència més clara que altres estrangers, pels hotels de tres estrelles o més; mentre que la resta de visitants presenten una distribució similar entre els establiments de tres i més estrelles, i els de 2 i menys estrelles.

Irlandesos, francesos, holandesos i alemanys són els qui presenten majors proporcions relatives d'allotjament en habitatges llogats; i en habitatges de propietat destaquen els irlandesos, holandesos, belgues. L'allotjament en casa de familiars i amics és una de les formes importants d'allotjament pel conjunt dels estrangers, excepte pels irlandesos.

Taula 22: Tipus d'allotjament (en %), tots els viatgers

Hotels i similars	56,8
4-5*	15,8
3*	19,3
1-2 *	10,7
Pensions	11
Casa/apartament de lloguer	9,9
Turisme rural	0,8
Càmping	2,6
Casa/apartament de propietat	7,6
Casa familiars/amics	21,9
Altres	0,4
(n=1.801)	

Taula 23: Tipus d'allotjament (en %), viatgers estrangers

Hotels i similars	56,8
4-5*	16,2
3*	19,0
1-2 *	10,9
Pensions	10,7
Casa/apartament de lloguer	10,9
Turisme rural	0,4
Càmping	3,1
Casa/apartament de propietat	8,6
Casa familiars/amics	19,8
Altres	0,3
(n=1.398)	

Taula 24: Composició per edats, per cada tipus d'allotjament

Grups d'edat	hotel de 4 o 5 estrelles	Hotel de 3 estrelles	hotel d'1 o 2 estrelles	pensió	Càmping	habitatge de lloguer	Habitatge de propietat	casa de familiars o amics	masia/casa de pagès	altres
<18	0,7	3,6	1,6	1,1	4,4	2,4	3,1	2,1	0	0
18 a 24	18	17	26,2	45,7	17,8	27,2	15	25,7	35,7	28,6
25 a 29	17,6	18,5	23	25,8	22,2	21,3	12,6	29,4	7,1	14,3
30 a 39	26,2	25,8	20,8	16,7	35,6	29	19,7	19,5	42,9	14,3
40 a 49	23,2	20,1	14,2	4,8	15,6	14,2	20,5	9,4	14,3	14,3
50 a 59	10,1	8,2	12	5,4	0	5,3	19,7	8,6	0	28,6
60 a 64	3	4,6	1,6	0,5	0	0,6	5,5	4	0	0
65 o més	1,1	2,1	0,5	0	4,4	0	3,9	1,3	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Taula 25: Tipus d'allotjament triat, per grups d'edat

Grups d'edat	hotel de 4 o 5 estrelles	hotel de 3 estrelles	hotel d'1 o 2 estrelles	pensió	càmping	habitatge de lloguer	habitatge de propietat	casa de familiars o amics	masia/casa de pagès	altres	Total
<18	5,4	32,4	8,1	5,4	5,4	10,8	10,8	21,6	0	0	100
18 a 24	11,6	13,6	11,6	20,6	1,9	11,1	4,6	23,2	1,2	0,5	100
25 a 29	12,6	16,4	11,3	12,9	2,7	9,7	4,3	29,6	0,3	0,3	100
30 a 39	17,8	21,6	9,6	7,9	4,1	12,4	6,3	18,5	1,5	0,3	100
40 a 49	24	25,6	10,1	3,5	2,7	9,3	10,1	13,6	0,8	0,4	100
50 a 59	17,5	17,5	14,3	6,5	0	5,8	16,2	20,8	0	1,3	100
60 a 64	16	30	6	2	0	2	14	30	0	0	100
65 o més	13	30,4	4,3	0	8,7	0	21,7	21,7	0	0	100

Taula 26: Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya

Nacionalitat	Tipus d'allotjament										
	Total establiments hotelers	hotel de 4 o 5 estrelles	Hotel de 3 estrelles	hotel d'1 o 2 estrelles	pensió	càmping	habitatge de lloguer	Habitatge de propietat	casa de familiars o amics	altres	Total
Anglesos	66,8	28,4	25,5	7,4	5,5	2,3	8,7	5,8	15,5	1,0	100
Escocesos	66,7	16,7	16,7	26,2	7,1	0	7,1	4,8	21,4	0	100
Irlandesos	49,0	20,2	16,3	6,7	5,8	6,7	20,2	14,4	9,6	0	100
Francesos	53,7	10,6	17,2	9,3	16,6	2,0	16,6	4,0	23,2	0,7	100
Italians	65,0	14,7	18,8	11,7	19,8	1,0	3,6	2,5	27,4	0,5	100
Alemanys	57,5	8,8	20,5	18,0	10,2	2,4	11,7	11,7	16,6	0	100
Holandesos	37,9	6,4	17,5	7,6	6,4	7,6	14,6	15,8	24,0	0	100
Belgues	49,7	14,7	12,6	12,6	9,8	3,5	8,4	13,3	21,7	3,5	100

(n=1.398)

Pel que fa a la relació entre la durada de l'estada i el tipus d'allotjament triat, i en relació exclusivament als visitants estrangers a Espanya (Taula 27), els resultats de les enquestes mostren que per la majoria dels tipus d'allotjament, l'estada és relativament curta (fins a 15 dies). En les estades en establiments hotelers predomina una durada de l'estada de fins a 7 dies; p.e. dels qui s'allotjaren en hotels de 4-5 estrelles, el 36,2% varen fer-hi una estada d'entre 2 i 3 dies; mentre que en les estades en càmpings, cases de lloguer o de propietat, i en els habitatges de familiars i amics hi ha una major proporció d'estades relativament més llargues, d'entre 8 i 15 dies (taula 27, lectura en vertical per columnes, dels percentatges de les caselles "% r/allotjament").

A mateixa taula 27, la lectura en horitzontal per files ("% r/durada), indica que els viatgers que han fet estades curtes, d'entre 2 i 3 dies, han triat majoritàriament l'establiment hotelier; els que han realitzat estades d'entre 4 i 7 dies també han escollit fonamentalment els establiments hotelers, però hi ha una major proporció que s'ha estat en cases de familiars i amics, propis i de lloguer. Aquells qui han fet estades d'entre 8 i 15 dies s'han estat majoritàriament en hotels de 3 estrelles, habitatges de familiars i amics, i habitatge de propietat. Sembla doncs que hi ha certa tendència a utilitzar establiments de major preu en les estades més curtes.

Taula 27: Durada de l'estada, per tipus d'allotjament, visitants estrangers

Dies d'estada		H4/5*	H3*	H1/2*	Pensió	Càmping	Habit. lloguer	Habit. propi	Casa fam./amics	altres	Total
1	% r/dur.	50,0	17,9	14,3	0	0	3,6	0	10,7	3,6	100
	% r/allot.	6,3	1,9	2,7	0	0	0,7	0	1,1	12,5	2,1
[2-3]	% r/dur.	20,3	20,1	17,8	14,5	1,3	7,6	4,1	14	0,5	100
	% r/allot.	36,2	30,7	46,7	39,0	11,6	20,0	13,7	20,5	16,6	28,9
[4-7]	% r/dur.	16,3	20,5	8,4	10,8	2,9	10,8	8,7	20,9	0,8	100
	% r/allot.	48,4	52,5	36,7	48,6	44,2	n	48,7	51,1	50,0	48,2
[8-15]	% r/dur.	7,9	15,4	8,9	6,5	6,5	15,0	12,6	26,2	1,0	100
	% r/allot.	7,7	12,8	12,7	9,6	32,6	21,3	23,1	20,9	20,8	15,7
[16-30]	% r/dur.	3,9	7,8	0	5,9	7,8	11,8	29,4	33,3	0	100

	% r/allot.	0,9	1,6	0	2,1	9,3	4,0	12,8	6,3	0	3,7
>30	% r/dur.	5,6	5,6	11,1	5,6	5,6	55,6	11,1	0	0	100
	% r/allot.	0,5	0,5	1,3	0,7	2,3	6,7	1,7	0	0	1,3
Total	% r/dur.	16,2	18,9	11,0	10,7	3,2	11,0	8,6	19,7	0,7	100
	% r/allot.	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(n= 1.362)

b) Activitats realitzades en destí

Es preguntà als enquestats respecte les activitats que han realitzat en el destí del seu viatge, respecte quines no han realitzat però els hauria agradat fer-les, i els motius per no realitzar-les. A continuació es mostren i comenten els resultats obtinguts pel col·lectiu d'estrangers, si bé són pràcticament idèntics quan s'analitzen tots els viatgers conjuntament és a dir, espanyols i estrangers).

Respecte de les activitats realitzades en destí¹, destaquen el recórrer la zona i admirar el paisatge, degustar el menjar típic, gaudir de la platja, el mar i el sol, realitzar compres, visitar museus, restes arqueològiques i ciutats monumentals, i gaudir de la vida nocturna. En menor mesura es participa en les festes locals, es realitzen excursions (a peu, en bicicleta, a cavall, etc.), o es practiquen esports. Altre tipus d'activitats són realitzades molt minoritàriament i inclou activitats diverses com la compra d'un habitatge o l'assistència a esdeveniments culturals o esportius, entre d'altres (Taula 28).

També es preguntà respecte les activitats que els visitants haurien desitjat realitzar (Taula 28). Cal destacar que relativament pocs visitants manifesten que els hauria agradat realitzar alguna de les activitats esmentades i que no han practicat (en destaca realitzar excursions amb un 21,2%, i participar en festes locals amb un 22,2%). D'entre els motius per no realitzar algunes activitats (taula 29), destacarien que el turista ha considerat que els preus són massa elevats (un 13,5% dels enquestats estrangers ha contestat aquest motiu), els horaris eren inadequats (20%), la

¹ La pregunta era si "ha realitzat o realitzarà" l'activitat, per incloure tant els visitants que han estat a Espanya i marxen cap el seu país de destí, com aquells qui fan el viatge cap la destinació.

distància excessivament llarga (7,4%), o la manca d'informació (12,4%). En canvi, molt pocs enquestats han declarat que han deixat de realitzar activitats per manca d'equipaments, de comunicacions i transport, o perquè considerin que les activitats possibles a realitzar no eren atractives. Dins "altres motius" per no haver practicat l'activitat desitjada (4,5% de les respostes), la manca de temps ha estat el motiu més assenyalat dins del conjunt de "altres motivacions" (14,3%).

Taula 28: Realització d'activitats en destí*, pels visitants estrangers

Ha practicat	%
Recórrer la zona i admirar el paisatge	77,6
Degustar el menjar típic	72,2
Fer compres	67,6
Visita de museus... ¹	56,6
Gaudir de la platja, el mar i el sol	58,3
Gaudir de la vida nocturna (discoteques, bars, etc.)	51,7
Participar en festes locals	22,9
Practicar esports	19,8
Realitzar excursions	17,5
Li hauria agradat practicar	%
Participar en festes locals	22,2
Realitzar excursions	21,2
Practicar esports	18,7
Gaudir de la platja, el mar i el sol	18,1
Visita de museus... ¹	14,5
Gaudir de la vida nocturna (discoteques, bars, etc.)	11,3
Fer compres	8,4
Recórrer la zona i admirar el paisatge	7,3
Degustar el menjar típic	6,8

(n=1.404); (*) Percentatge d'enquestats que han respost "sí" a la pregunta formulada

¹. Visitar museus, restes arqueològiques, ciutats monumentals, etc..

Taula 29: Motius pels quals no ha practicat alguna de les activitats, visitants estrangers

Motiu	%
Horaris inadequats	20,0

Preus massa cars	13,1
Falta d'informació	12,4
Distància massa llarga	7,4
No suficientment atractives	5,6
Manca de transport	5,6
Manca d'organització	4,5
Manca de comunicacions	3,4
No existeix a la zona	3,1
Manca d'equipaments	2,3
Manca de capacitat	1,4
Altres ¹	4,5

¹La resposta més freqüent ha estat "per manca de temps", amb un 14,3% de les respostes incloses a "altres motivacions"



Universitat de Girona

G!rona

Patronat de Turisme Costa Brava Girona

2.5. Forma de contractació

A continuació farem referència als diversos sistemes de contractació que utilitzen els viatgers de l'aeroport de Girona. Dividirem l'anàlisi en les formes de contractació de l'estada, de la preferència dels viatgers respecte al paquet turístic, així com del vol i del tipus de bitllet que adquireixen els usuaris.

a) Estada

Comencem assenyalant que l'adquisició de l'estada es realitza de maneres molt diverses, entre les quals podem destacar que la més utilitzada és la de la compra a través d'internet corresponent a més de la meitat del total (51,4%), que va seguida a la compra directament a l'establiment (20,5%) a través d'una agència de viatges (14,3%).

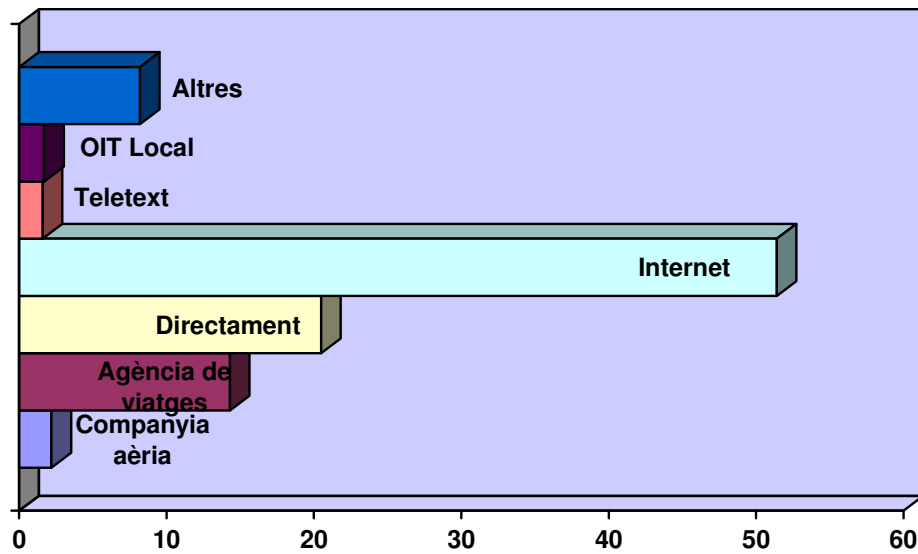
No obstant això, cal destacar que existeix un grup important que no necessiten adquirir l'estada, degut a que s'allotgen en habitatges propis, o de familiars o amics, i que consegüentment no tenim en compte alhora d'establir els percentatges. Aquest grup representa gairebé una tercera part del total tal i com hem comentat anteriorment.

La resta queda repartit en percentatges molt menors a altres formes de contractació. Aquests altres, estan molt fragmentats en múltiples categories, però d'entre els que destaquen subgrups com els que algun familiar o amic els ha aconseguit l'estada però no en casa particular.

Taula 1: Mitjà utilitzat per realitzar la compra de l'estada (Estrangers)

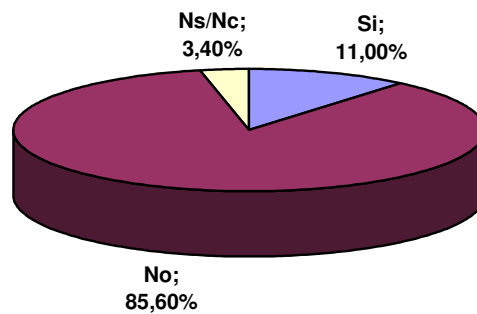
	Percentatge
A través de la companyia aèria	2,2
Agència de viatges	14,3
Directament amb l'establiment	20,5
Teletext	1,6
Internet	51,4
Oficina local de turisme	1,7
Altres	8,2
Total	100

Gràfic 1: Mitjà utilitzat per realitzar la compra de l'estada en % estrangers



Conseqüentment amb els resultats anteriors, els viatgers no opten per l'adquisició de viatges totalment organitzats o paquets turístics, ja que trobem que prop del noranta per cent dels enquestats (85,6%) no ha optat per aquest tipus de viatge, i sí en canvi pels viatges organitzats lliurement tal i com es pot apreciar en el següent gràfic.

Gràfic 2: Ha contractat vostè un viatge totalment organitzat?

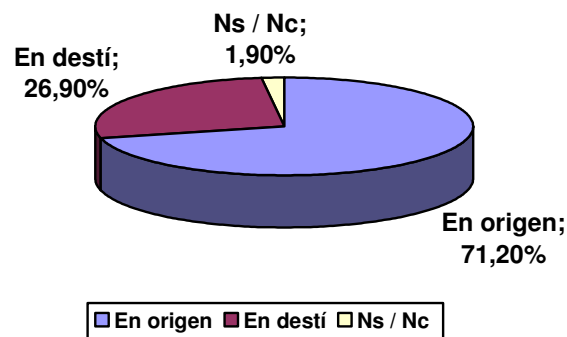


Aquest fet el podem ressaltar amb la dada que únicament un 12,6% dels enquestats considera important el fet de poder aconseguir un viatge organitzat per escollir la seva destinació, mentre que la resta ho troben gens o poc important.

Cal fer menció que no existeix cap mena de significació per adquirir un viatge organitzat, en relació a la durada de l'estada, essent tots els valors molt propers a la mitjana.

En aquest estudi, es va sol·licitar explícitament, per part del Patronat de Turisme, la inclusió d'una nova pregunta, que permetés determinar més concretament si el turista que venia a passar uns dies a Catalunya ho feia amb l'estada reservada ja en origen, o si bé venia sense reserva prèvia i per tant la necessitava adquirir en destí.

Gràfic 3: Adquisició de l'estada en origen i destí %



Com podem observar en l'anterior gràfic gairebé tres quartes parts del total de turistes (71,2%) arriben a Catalunya amb la reserva ja feta mentre que un 26,8% ho fan quan arriben a Girona per alguns dels mètodes abans comentats. Cal recordar que aquest percentatge està calculat després d'eliminar tots aquells individus que realitzen la seva estada en cases pròpies o en cases de familiars o amics.

b) Vol

Pel que fa referència al tipus de contractació del vol trobem un panorama totalment diferent, ja que s'aprecia un dominador clar, i un nombre molt reduït d'altres alternatives. En aquest cas el dominador clar és internet com a mitjà més destacat per adquirir el bitllet d'avió, on trobem que més de quatre cinques parts dels passatgers utilitzen aquest mètode (87,1%).

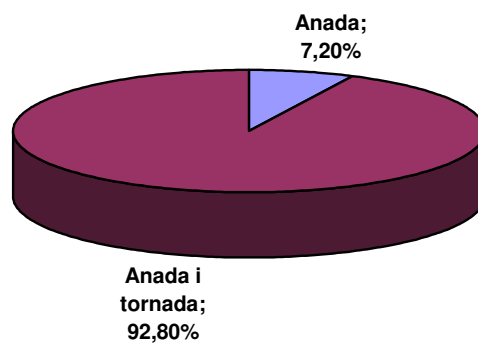
Les tipologies de compra a través de les agències de viatges (5,7%) i de compra telefònica del bitllet (4,7%) es reparteixen el percentatge restant, deixant un muntant residual per a adquisicions directament a l'oficina de l'aeroport i altres opcions com el teletext.

Taula 2: Quin mitjà ha utilitzat per realitzar la compra del bitllet d'avió?

	Percentatge
Internet	87,1
Agència de viatges	5,7
Telèfon	4,7
Oficina d'aeroport	1,3
Teletext	0,4
Altres	0,7
Total	100

És necessari destacar també, quin és el tipus majoritari de bitllet escollit pel passatger que utilitza els tipus de vols instal·lats a Girona. Tal i com es pot apreciar en el gràfic posterior, veiem que el tipus de bitllet més sol·licitat és el d'anada i tornada amb un altíssim percentatge, (92,8%) mentre que el bitllet d'única destinació és l'adquirit pel percentatge restant (7,2%).

Gràfic 4: Quin tipus de bitllet ha escollit?



c) Forma conjunta de contractació

Fins ara hem vist per separat com els viatgers han adquirit tant el seu bitllet d'avió i el mitjà pel qual compren l'estada. No obstant podem trobar algunes relacions interessants entre ambdues que ens poden il·lustrar algunes pautes de conducta.

Com podem observar en la següent taula gairebé la quarta part dels viatgers que compren el bitllet per internet (21,1%) compra també la seva estada directament a l'establiment. A aquesta xifra cal afegir-hi que més de la meitat del total (59%)¹ també realitza l'adquisició de l'estada a través d'internet.

¹ Aquesta dada fa referència a el conjunt d'adquisicions directes a través d'internet i a través de la companyia aèria.

Conseqüentment podem dir que aquestes tres quartes parts del total no utilitzen intermediaris per realitzar la seva compra, a excepció d'aquells que utilitzen per a tal funció intermediaris a la xarxa.

No obstant cal remarcar que els intermediaris també juguen un paper significatiu en el total de les adquisicions, i podem destacar que l'enorme majoria de viatgers que acudeixen a realitzar la compra a una agència de viatges adquireixen vol i estada en el mateix tipus d'establiment (69,8%)

L'anterior taula també ens permet apreciar que un 27,1% de la gent que compra el seu bitllet per telèfon, adquireix la seva estada posteriorment a una agència de viatges tradicional.

Com a darrera dada d'interès que desitgem destacar de l'anterior taula podem dir que una mica més de la meitat dels clients que adquireixen el bitllet d'avió directament al mateix aeroport, compra l'estada directament a l'establiment, podent interpretar que són turistes d'última hora.

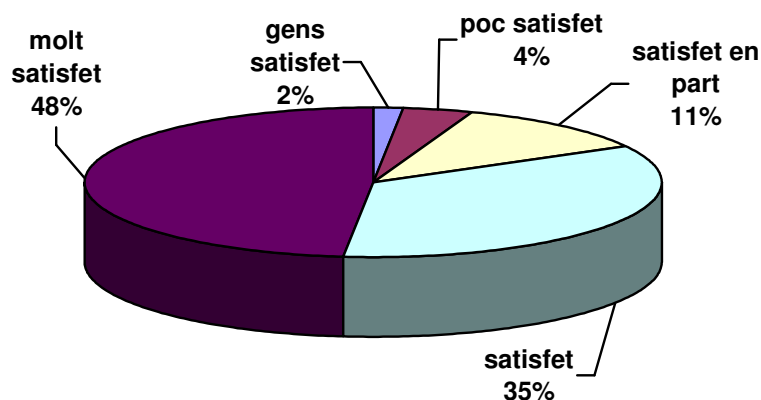
2.6. Satisfacció de l'usuari/ passatger

En aquest apartat es descriu la satisfacció que el passatger de l'aeroport de Girona sent respecte de determinats aspectes de la seva estada i del vol. Així veurem la valoració que els diversos individus fan de la seva estada, així com dels diversos motius que l'han fet decidir per aquest vol. Posteriorment analitzarem al grau de fidelitat que *a priori* denoten els enquestats.

a) Valoració de l'estada

Respecte a la valoració que els viatgers fan en relació a l'estada realitzada, podem extreure que més de quatre cinques parts (83%) consideren que aquesta ha estat bona o molt bona, remarcant que un de cada dos li atorga la màxima puntuació.

Gràfic 5: Valoració de l'estada



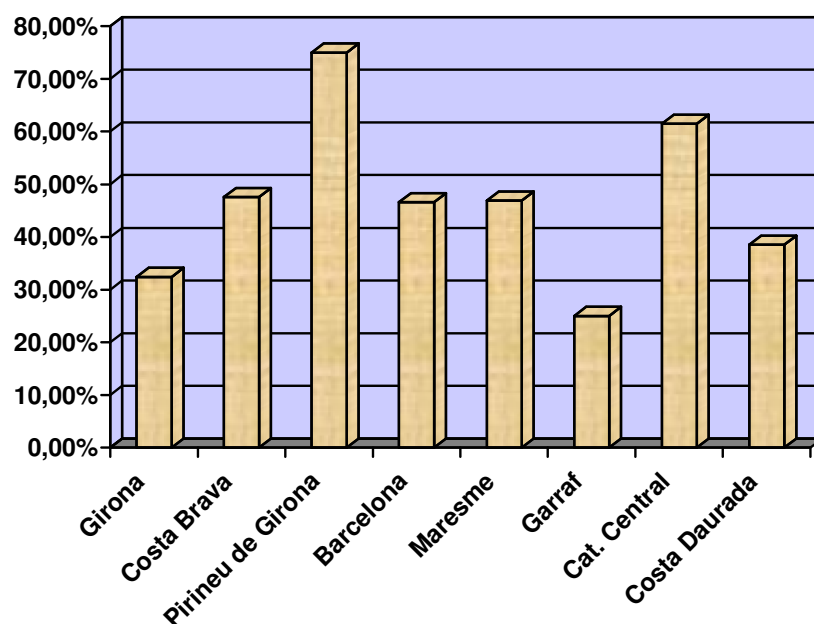
Com podem observar en el gràfic següent, el percentatge de màxima qualificació que reben les diverses marques turístiques és molt elevat, del que destaquen la Costa Brava que gaudeix d'un 47,6%.

Tot i que la Catalunya Central amb prop de dues terceres parts de valoracions màximes (61,5%) i els Pirineus de Girona amb el 75,6% dels viatgers molt satisfets, i la ciutat de Girona amb un 32,4%, cal mencionar que no són valors remarcables ja que es basen en un nombre molt reduït d'individus.

No obstant cal destacar que la pròpia ciutat de Barcelona obté el cinquè millor percentatge, que tot i estar situat per sota de la mitjana catalana gairebé un de cada dos viatgers se sent molt satisfet amb la seva estada a la ciutat (46,6%), al igual que la Costa del Maresme amb un percentatge lleugerament superior (46,9%).

En els casos de la Costa Brava i de Girona capital val la pena destacar que si aglutinem les valoracions màximes de satisfacció "molt satisfet" i "satisfet", obtenim percentatges molt elevats (83,1% i 72,9% respectivament)

Gràfic 6: Estada qualificada amb “molta satisfacció”, per marca turística



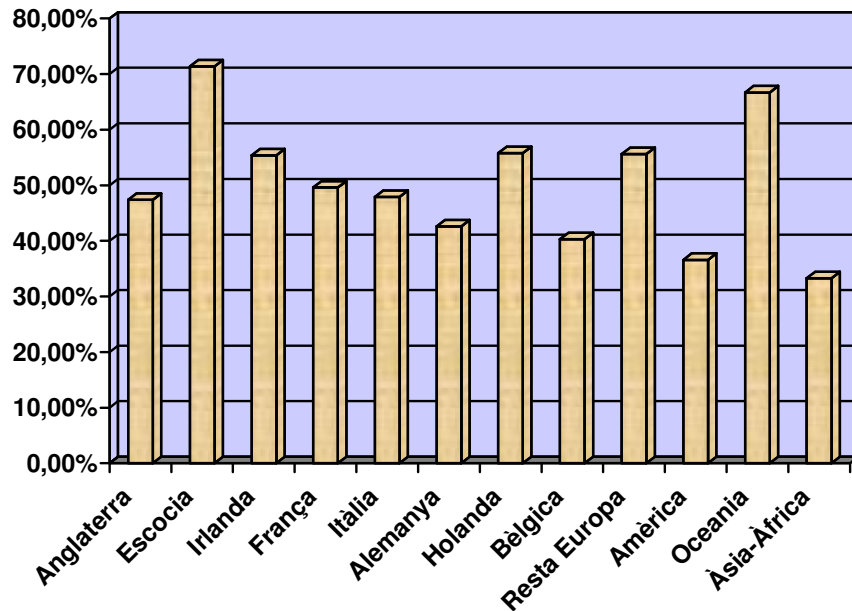
La següent taula mostra la totalitat de les valoracions de l'estada per cada destinació, essent 1 la valoració mínima i 5 la valoració màxima. La taula mostra el percentatges en relació als visitants de cada destí, p.e. dels que han estat a la Costa Brava, el 1% valora el destí en 1 (valoració mínima), i el 47,6% li atorga la valoració màxima (valor 5). Cal tenir en compte però, que únicament les destinacions Costa Brava i Barcelona capital tenen suficients visitants com per a que les valoracions puguin ser suficientment representatives.

Taula 4: Valoració de l'estada per marca turística

Destinació	Valoració 1	Valoració 2	Valoració 3	Valoració 4	Valoració 5	Total
Girona capital	2,7	0	24,3	40,5	32,4	100
Costa Brava	1	3,8	12,1	35,5	47,6	100
Pirineu de Girona	0	0	25	0	75	100
Pirineu-Prepirineu	0	0	0	0	100	100
Barcelona capital	2,4	3,1	9,2	38,6	46,6	100
Costa del Maresme	1,6	3,1	20,3	28,1	46,9	100
Costa del Garraf	0	0	12,5	62,5	25	100
Catalunya central	0	7,7	0	30,8	61,5	100
Costa Daurada	0	0	23,1	38,5	38,5	100
Terres de Lleida	0	0	100	0	0	100
Resta Espanya	0	0	9,4	25	65,6	100

En el següent gràfic s'analitza la valoració màxima de l'estada, en funció del país d'origen del viatger.

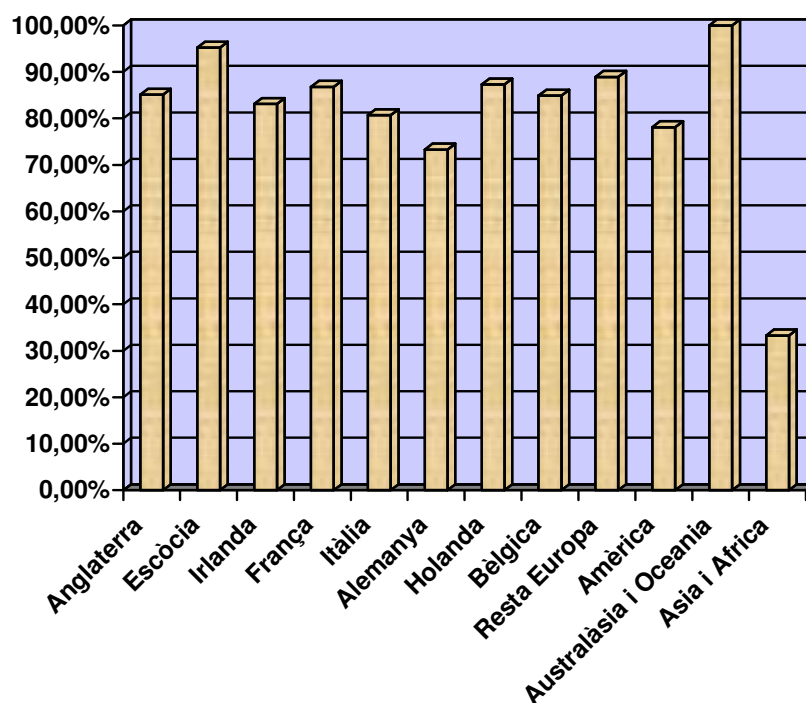
Gràfic 7: Estada qualificada amb el nivell màxim, segons origen



En aquest cas les valoracions màximes es situen la majoria al voltant del 40-50%, amb els escocesos despuntant amb major proporció de valoracions màximes, i també els holandesos, que és el país amb el qual s'han obert per primera vegada rutes aquest any.

Cal destacar també que tot i gaudir de més d'un 40% de respostes amb un nivell de satisfacció màxim, Bèlgica és el país europeu que menys valora la seva estada a Catalunya amb la puntuació màxima, mentre que la resta de països europeus, format bàsicament pels països nòrdics i els de l'Europa de l'est són un dels que millor valoren la seva estada amb més de tres cinques parts de les seves valoracions amb màxima puntuació. Cal tenir present però que la representativitat dels col·lectius "resta d'Europa", i Amèrica, Oceania i Àsia-Àfrica és molt baixa.

Gràfic 8: Estada amb les dues màximes qualificacions, segons origen dels viatgers estrangers*



Si prenem en canvi les dues valoracions màximes que els viatgers estrangers en fan de la seva estada, veiem que els percentatges són molt elevats i en alguns casos freguen el 100%, tot i que el cas d'Oceania no és rellevant degut a que la població d'aquesta procedència és molt reduïda.

La taula següent mostra tot el ventall de valoracions, per a cada origen del visitant. La taula mostra p.e. que dels anglesos, el 1,7% atorga un valor 1 (que és el mínim) a la seva estada, mentre que un 47,4% atorga un valor 5 (que és el màxim).

Taula 5: Valoració de l'estada per origen dels viatgers

	Valoració 1	Valoració 2	Valoració 3	Valoració 4	Valoració 5	Total
Anglesos	1,7	1,7	11,6	37,7	47,7	100
Escocesos	2,4	0	2,4	23,8	71,4	100
Irlandesos	3	1	12,9	27,7	55,4	100
Francesos	2,2	4,4	6,6	37,2	49,6	100
Italians	1	2,6	15,6	32,8	47,9	100
Alemanys	3,5	7,9	15,3	30,7	42,6	100
Holandesos	0	3,6	9,1	31,5	55,8	100
Belgues	0,7	5	9,4	44,6	40,3	100

Taula 6: Encreuament entre valoració de l'estada i edat del viatger

		valoració de l'estada*					Total	
		1	2	3	4	5		
Edat	<18	% per edat	0	0	24,0%	32,0%	44,0%	100,0%
		% per valoració de l'estada	0	0	4,1%	1,8%	1,8%	2,0%
	18 a 24	% per edat	1,0%	3,8%	9,9%	39,2%	46,2%	100,0%
		% per valoració de l'estada	13,6%	24,5%	21,1%	27,5%	23,9%	24,7%
	25 a 29	% per edat	2,3%	2,6%	13,2%	36,6%	45,3%	100,0%
		% per valoració de l'estada	27,3%	14,3%	23,8%	21,7%	19,8%	20,8%
	30 a 39	% per edat	2,0%	4,4%	12,3%	34,8%	46,4%	100,0%
		% per valoració de l'estada	27,3%	26,5%	24,5%	22,8%	22,4%	23,0%
	40 a 49	% per edat	1,6%	3,7%	11,1%	33,2%	50,5%	100,0%
		% per valoració de l'estada	13,6%	14,3%	14,3%	14,1%	15,8%	14,9%
	50 a 59	% per edat	2,3%	4,7%	10,1%	31,0%	51,9%	100,0%
		% per valoració de l'estada	13,6%	12,2%	8,8%	8,9%	11,0%	10,1%
	60 a 64	% per edat	0	10,5%	7,9%	31,6%	50,0%	100,0%
		% per valoració de l'estada	0	8,2%	2,0%	2,7%	3,1%	3,0%
	65 o més	% per edat	5,6%	0	11,1%	11,1%	72,2%	100,0%
		% per valoració de l'estada	4,5%	0	1,4%	0,4%	2,1%	1,4%
	Total	% per edat	1,7%	3,9%	11,6%	35,1%	47,7%	100,0%
		% per valoració de l'estada	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* Els nombres corresponen a les següents valoracions: 5 "molt satisfet"; 4 "satisfet", 3 "satisfet en part", 2 "poc satisfet", 1 "gens satisfet".

Finalment i referint-nos a la taula anterior volem destacar que les persones d'edat superior als 50 anys són les que valoren la seva estada de manera més positiva amb gairebé dues terceres parts d'entre ells, destacant favorablement els majors de 65 anys, amb gairebé tres quartes parts que ho valoren amb la màxima puntuació.

b) Motius per escollir aquest tipus de vol

Les dades anteriors van en conjunció amb les que s'observen d'alguns dels motius pels quals els passatgers han decidit escollir aquest tipus de vols. Més concretament podem comprovar com més de tres quartes parts dels enquestats manifesten donar importància

o molta importància a la qualitat del destí alhora d'escollir el vol a realitzar (valoracions entre 3 i 5).

Taula 7: Valoració de la qualitat del destí*

	Percentatge	Percentatge acumulat
5	30,5	30,5
4	22,1	52,6
3	22,9	75,5
2	10,7	86,2
1	13,8	100,0
Total	100	

* Essent 5 el valor més alt i 1 el valor més baix

Conseqüentment hi ha viatgers exigents amb la qualitat del destí que se senten majoritàriament satisfets després d'haver realitzat la seva estada.

El motiu més clar del perquè els passatgers han escollit aquest vol en comptes d'algun altre és el factor preu, element que destaquen amb la màxima puntuació prop de tres quartes parts del total d'enquestats (73,4%). Es pot observar en la següent taula que els percentatges donen un clar pes al factor preu en la tria.

Taula 8: Valoració del preu

	Percentatge	Percentatge acumulat
5	73,4	73,4
4	10,2	83,6
3	7,9	91,5
2	2,6	94,2
1	5,8	100
Total	100	

* Essent 5 el valor més alt i 1 el valor més baix

I seguint en la línia de l'anterior dada, es pot apreciar com la qualitat del vol és relativament poc valorada, fet que ens porta a pensar que el passatger a canvi d'un preu inferior al d'altres companyies, és capaç de renunciar a certes comoditats. Concretament

podem observar que gairebé dues cinques parts dels passatgers (38,2%) valora amb les dues pitjors puntuacions el fet de gaudir d'un vol de qualitat.

Taula 9: Valoració de la qualitat del vol

	Percentatge	Percentatge acumulat
5	13,1	13,1
4	18,1	31,2
3	30,6	61,8
2	16,5	78,3
1	21,7	100
Total	100	

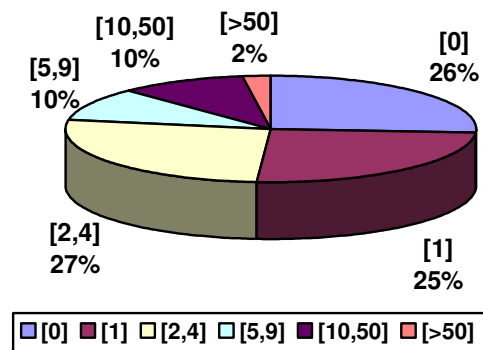
* Essent 5 el valor més alt i 1 el valor més baix

c) Fidelitat dels passatgers

Seguidament pararem atenció a la fidelitat que els passatgers dels vols existents a l'aeroport de Girona demostren en relació a la companyia aèria i al tipus de vol.

L'anàlisi del nombre de vegades que els passatgers declaren haver viatjat amb la companyia aèria de la que fem referència ens permet destacar que gairebé un de cada quatre viatgers (26,1%) no ha viatjat mai amb aquestes companyies de baix cost, i que un important percentatge (25,1%) ho ha fet únicament una vegada. També podem apreciar un detall més acurat en el següent gràfic.

Gràfic 9: Nombre de vegades que han volat en aquestes companyies aèries



Taula 10: Encreuament entre la quantitat d'ús i la companyia aèria¹

			Companyia		Total
			Ryanair	Basiq Air	
Nº vegades que ha viatjat amb la companyia	0	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	96,4%	3,6%	100%
		% per companyia	30,9%	21,4%	30,4%
	1	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	94,1%	5,9%	100%
		% per companyia	22,6%	26,2%	22,8%
	[2 a 4]	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	96,2%	3,8%	100%
		% per companyia	26,2%	20,2%	25,9%
	[5 a 9]	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	92,8%	7,2%	100%
		% per companyia	9,5%	13,1%	9,6%
	[10 a 50]	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	92,6%	7,4%	100%
		% per companyia	9,2%	14,3%	9,4%
	>50	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	87,5%	12,5%	100%
		% per companyia	1,7%	4,8%	1,9%
	Total	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	95,1%	4,9%	100%
		% per companyia	100%	100%	100%

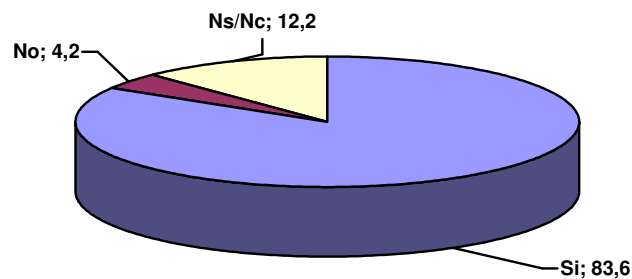
1. La primera fila correspon al percentatge respecte del nombre de vegades que s'ha viatjat (p.e. d'aquells qui han viatjat zero cops, el 96,4% volaran amb Ryanair, i el 3,6% amb Basiq Air; la segona fila de percentatges és respecte del total 100 per cada una de les companyies; p.e. el 30,9% dels usuaris de Ryanair han viatjat zero cops.

De l'anterior taula creiem oportú destacar que l'encara recent instal·lació de la companyia irlandesa Ryanair en molts dels aeroports en els que opera, com és el cas de Girona, queda molt palesa en tant que més de tres quartes parts dels passatgers únicament han utilitzat aquesta companyia aèria en menys de quatre ocasions (79,7%), essent el 22,6% els que ho han fet una única vegada.

Una cosa semblant es pot apreciar de la companyia holandesa Basiq Air, que tot i tenir un percentatge lleugerament inferior de nous viatgers (67,8%) es manté en valors molt similars als de Ryanair.

Finalment creiem interessant remarcar que més de quatre cinques parts dels enquestats es mostren disposats a utilitzar aquest tipus de vol en un futur (83,6%) mentre que els que declaren de manera oberta que no pensen tornar a utilitzar-lo són un nombre molt reduït (4,2%), tal i com es pot observar en el següent gràfic. Hem de pensar que el 12,2 % d'enquestats respon que no ho sap, fet que creiem dona resposta a un nombre important de viatgers que utilitzen el vol per primera vegada i volen pronunciar-se després d'haver-lo utilitzat.

Gràfic 10: Intenció de tornar a utilitzar el mateix tipus de vol



Observant la taula següent, inicialment creiem oportú destacar que gairebé quatre cinques parts del viatgers que utilitzen aquest tipus de vols per primera vegada volen tornar a volar amb la mateixa companyia posteriorment (76,2%), és a dir que si les seves expectatives són acomplertes seran de fàcil fidelització.

Posteriorment al primer vol, els viatgers confirmen la tendència mostrant una fidelitat in crescendo que supera el 90% en aquells que han volat més de deu vegades amb la mateixa companyia.

Taula 11: Encreuament entre quantitat d'ús del vol i intenció futura d'ús¹

Nº vegades que ha viatjat amb la companyia	Té intenció d'utilitzar aquest tipus de vol en un futur?				Total
		No	si	No sap	
0	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	6,0%	76,2%	17,8%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	37,5%	23,8%	39,2%	26,2%
1	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	2,7%	85,0%	12,3%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	16,1%	25,3%	25,9%	25,0%
2 a 4	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	5,4%	82,8%	11,9%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	33,9%	26,2%	26,6%	26,6%
5 a 9	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	1,5%	93,2%	5,3%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	3,6%	11,1%	4,4%	10,0%
10 a 50	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	3,0%	94,1%	3,0%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	7,1%	11,4%	2,5%	10,1%
>50	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	3,6%	89,3%	7,1%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	1,8%	2,2%	1,3%	2,1%
Total	% per numero vegades que ha viatjat amb la companyia	4,2%	83,9%	11,9%	100,0%
	% per té intenció de tornar a utilitzar aquest tipus de vol en un futur?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

1. Els percentatges de les primeres files es llegeixen en horitzontal, i els de les segones en vertical, igual com a la taula anterior.

3. Anàlisi comparativa dels resultats de les enquestes de 2003 i de 2004

En aquest apartat es realitza una anàlisi comparativa dels principals resultats obtinguts en l'enquesta realitzada l'any 2003 i l'actual de 2004. Ambdues tenen les mateixes característiques fonamentals, però mentre la de l'any 2003 es realitzà els mesos de juliol i setembre, l'actual de 2004 s'ha realitzat els mesos de març, maig i juny. Aquesta distribució temporal ens permet fer una anàlisi comparativa entre les característiques dels usuaris en temporada alta (any 2003) i en temporada no-alta (any 2004). L'anàlisi es realitza per comparació entre els resultats descriptius obtinguts en cada una de les dues mostres.

Cal tenir present que els percentatges obtinguts en cada encreuament de variables no serà el mateix entre les dues mostres, ja que es tracta de mostres diferents, amb col·lectius entrevistats diferents, i a més en l'estudi de l'any 2004 s'han analitzat també vols que l'any 2003 no existien (concretament són les connexions de Girona amb Liverpool, Bournemouth, i East Midlands, a Anglaterra; Karlsruhe-Baden, a Alemanya; Eindhoven, i Amsterdam (Rotterdam), a Holanda; l'Alguer, Venècia, i Torí, a Itàlia. Això afecta entre d'altres a la distribució dels enquestats per país d'origen.

L'anàlisi comparativa es realitza a partir dels trets i tendències més remarcables dels resultats obtinguts en cada una de les dues mostres, i seguint els mateixos apartats que en l'anàlisi anterior corresponent a l'any 2004.

3.1. Característiques personals dels viatgers

No s'aprecien diferències rellevants entre les dues mostres quant a les característiques personals dels viatgers. En els dos casos es tracta majoritàriament de passatgers joves, tant homes com dones, solters (o separats) o casats (o que conviuen en parella), de nivell socio-econòmic mitjà-alt (nivell d'estudis mitjà i alt, i ocupació i nivell professional també mitjà i alt, i amb una presència important d'estudiants (entre un 20%-25% dels viatgers). El viatger realitza el seu viatge preferentment acompanyat, amb família, amics o parella, i pocs viatgen amb companys de feina.

Quant a l'origen dels passatgers, destaca que en l'enquesta de l'any 2004 hi ha un percentatge significativament superior d'espanyols (un 22,3% front un 13,7% de l'any

2003), la qual cosa seria indicativa d'una major utilització dels serveis dels vols de baix cost a l'aeroport de Girona per part dels espanyols, sia per la diferència en les dues temporades analitzades (temporada baixa front a temporada alta), sia per un major coneixement d'aquest tipus de vols. Respecte dels estrangers, en ambdós casos es tracta com era d'esperar donat la destinació dels vols i la seva freqüència, majoritàriament d'europaus, i dins d'aquests hi ha una proporció remarcable d'anglesos. El propi disseny de les mostres fa que hagi més proporció d'enquestats dels originaris d'aquells països amb els quals hi ha més vols. L'any 2004 l'entrada en funcionament de més vols va fer possible distingir com a col·lectius als francesos i els holandesos; disminuint consegüentment la proporció d'enquestats d'altres nacionalitats.

Taula 12: Comparativa de la composició per orígens, dels passatgers enquestats

	% 2003 ¹	% 2004 ¹	Diferència 2004/2003
1. Espanyols	13,7	22,3	8,6
2. Estrangers	86,3	77,7	-8,6
2.1. Europeus	79,6	74,7	-4,9
2.2. Resta món	6,7	3,0	-3,7
Total	100	100	---

Any 2003: mesos de juliol i setembre; any 2004: mesos de març, maig i juny

Taula 13: Comparativa d'origen dels viatgers estrangers

	% respecte passatgers estrangers, 2003	% respecte passatgers estrangers, 2004	Dif. 2004/2003
Europeus	92,2	95,8	3,6
Britànics	45,5	32,4	-13,1
<i>Anglesos</i>	29,5	22,1	-7,4
<i>Escocesos</i>	12,2	3,0	-9,2
<i>Irlandesos</i>	3,8	7,3	3,5
Alemanys	16,1	14,8	-1,3
Italians	15,8	14,0	1,8
Holandesos	n.a.	12,2	n.a.
Francesos	n.a.	10,8	n.a.
Belgues	8,5	10,2	1,7
Altres europeus	6,3	1,4	-4,9
Resta món	7,8	3,8	-4
Americans	5,3	3,2	-2,1
Altres	2,4	0,6	-1,8
Total	100	100	---

3.2. Característiques del viatge: motivació, durada, destinacions i mitjà de transport

Motivació principal del viatge

La motivació del viatge predominant continua l'any 2004 sent el mateix que l'any 2003, l'oci i vacances” (al voltant del 66%), seguit de la "visita a familiars i amics" (11,8% el 2003, 17,1% el 2004), i per qualsevol franja d'edats i nacionalitat dels estrangers, en general. Les altres motivacions continuen sent menys esteses i molt menors dins del conjunt, i dins d'aquestes en destaca el motiu “negocis, assistència a convencions i fires, etc.” (un 8,5% el 2003 i un 8,5% el 2004). Aquesta última motivació també continua sent més predominant en les franges intermèdies d'edat, i entre els viatgers espanyols que es dirigeixen a Europa que entre els estrangers que s'han estat a Espanya. Les franges inferiors d'edat són les qui més viatgen per motiu “estudis”.

Pels visitants estrangers, continua sent “vacances i oci” el principal motiu del viatge, seguit de la “visita a familiars i amics”. Els trets més destacats que diferencien els resultats de l'any 2004 respecte el 2003 es mostren a la taula següent corresponent a l'any 2004, on els increments més notoris es senyalen en cursiva, i les reduccions més notòries en negreta. Els casos més destacats serien els dels escocesos i irlandesos, amb augments d’”altres motivacions” i reducció del motiu “vacances i oci”; els italians amb un augment del motiu “visita de familiars i amics” i una reducció de la motivació vinculada als negocis, i el cas dels belgues amb una reducció de la motivació “vacances i oci” per augmentar la resta de motivacions. Recordem que l'anàlisi comparativa no es pot realitzar pels francesos i holandesos, ja que aquests col·lectius eren l'any 2003 molt minoritaris.

Taula 14: Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger, any 2004 (març, maig, juny)

Motiu principal del viatge	Origen dels visitants estrangers							
	Anglesos	Escocesos	Irlandesos	Francesos	Italians	Alemanys	Holandesos	Belgues
Vacances/oci	81,7	52,4	69,6	67,1	60,4	62,0	60,5	67,8
Visita familiars/amics	9,0	14,3	9,8	15,1	20,3	14,9	20,9	13,3
Negocis, congressos...	2,1	2,4	6,9	5,9	8,2	6,3	6,4	6,3

Altres	7,2	30,9	13,7	11,9	11,1	16,8	12,2	12,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Taula 15: Motivació principal del viatge i origen del visitant estranger, any 2003 (juliol i setembre)

Motiu principal del viatge	Origen dels visitants estrangers					
	Anglesos	Escocesos	Irlandesos	Italians	Alemanys	Belgues
Vacances/oci	76,2	84,3	76,9	62,8	67,0	85,4
Visita familiars/amics	11,2	10,8	9,2	9	14,7	3,5
Negocis, congressos...	6,4	2	6,1	15	7,7	1,4
Altres	6,2	2,9	7,8	13,2	10,6	9,7
Total	100	100	100	100	100	100

Per rutes dels vols es mantenen els tres principals quant a les motivacions principals; i les connexions amb Milà, Frankfurt (i l'any 2004 també Venècia i Amsterdam), hi ha una major proporció relativa de viatges per motiu “negocis, fires, etc.”.

Durada de l'estada

La durada de l'estada continua sent majoritàriament relativament curta, fins a dues setmanes, que absorbeix més del 85% dels viatges. Dins d'aquests, el gruix continua sent l'estada de 4 a 7 dies (entre un 40%-50% del total dels viatges), pautes que es mantenen quan l'anàlisi es realitza per grups d'edat i per nacionalitats dels viatgers. Cal destacar però que dins d'aquest patró de durada dominant de fins a dues setmanes, han augmentat els viatges més curts en detriment dels més llargs; és notori l'augment de les estades de 2-3 dies, i la reducció dels viatges a partir de 8 dies. Aquest augment de les estades més curtes en detriment d'altres més llargues es manifesta en general per tots els col·lectius d'edat i origen dels visitants.

Per edats, continuen sent les edats extremes (fins a 24 anys, i més de 65 anys) els col·lectius que realitzen comparativament més estades de llarga durada (més de 30 dies).

Taula 16: Comparativa de la durada de l'estada

Durada de l'estada	% 2003	% 2004	Diferència 2004/2003	% acumulat 2003	% acumulat 2004	Diferència 2004/2003
1 dia	1,1	2,6	1,5	1,1	2,6	1,5
2,3 dies	9,2	30,1	20,9	10,3	32,7	22,4
4 a 7 dies	40,7	47,0	7	51	79,6	28,6
8 a 15 dies	35,5	15,0	-20,5	86,5	94,6	8,1
16 a 30 dies	9,4	3,5	-5,9	95,9	98,1	2,2
Més de 30	4,1	1,9	-2,2	100	100	--

Destinacions principals dels viatgers

Quant a les destinacions principals de l'estada dels estrangers a Espanya, continua produint-se una elevada concentració en dues destinacions, Barcelona capital i la Costa Brava (conjuntament absorbeixen el 80,2% de les estades a Espanya, l'any 2004), i amés l'any 2004 augmenta la proporció de visitants que s'hi estan, en detriment d'altres destinacions (especialment el Maresme). Però a diferència de l'estudi en període de temporada alta de l'any 2003, ara Barcelona capital passa a ser la destinació majoritària per davant de la Costa Brava; de fet pràcticament tot l'increment que experimenta Barcelona (capital i el Barcelonès) es correspon amb la reducció de la Costa Brava (i la

Costa del Maresme); les altres destinacions, que són minoritàries dins del conjunt, en general o bé es mantenen o bé també experimenten retrocessos.

Taula 17: Comparativa de destí principal, per província i marca turística

Províncies i marques turístiques	% respecte destí Espanya, 2003	% respecte destí Espanya, 2004	% Dif. 2004/2003
Girona	48,5	37,7	-10,8
Girona capital	3,1	3,2	0,1
Costa Brava	44,8	34,1	-10,7
Pirineu de Girona	0,6	0,3	-0,3
Barcelona	43,7	58,2	14,5
BCN capital	32	46,1	14,1
El Barcelonès	0,1	4,0	3,9
Costa del Maresme	7,9	5,5	-2,4
Costa del Garraf	1,9	1,3	-0,6
Catalunya central	1,8	1,3	-0,5
Tarragona	2,6	1,1	-1,5
Costa Daurada	2,6	1,1	-1,5
Lleida	0,2	0,3	0,1
Terres de Lleida	0,1	0,1	0
Pirineus-prepirineus	0,1	0,2	0,1
Resta Espanya	5	2,9	-2,1

Si a l'enquesta de l'any 2003 la Costa Brava era la principal destinació per tots els viatgers, excepte pels italians, a l'enquesta de 2004 ho és només pels anglesos i els holandesos (i els irlandesos es distribueixen de forma similar entre la Costa Brava i Barcelona capital - al voltant de 33% en cada una d'elles-). L'alta proporció d'anglesos a la mostra (resultat de que és Anglaterra una destinació amb més freqüència de vols), juntament amb la presència d'holandesos, és un factor que contribueix a que pel total de la mostra analitzat, la Costa Brava continua sent una destinació rellevant, essent la principal pel voltant d'una tercera part dels enquestats.

Taula 18: Destinacions principals per origen dels visitants estrangers, 2003 (juliol i setembre)

Principals destinacions	Anglesos	Escocesos	Irlandesos	Italians	Alemanys	Belgues	Total visitants per cada destí
Costa Brava	50,9	37,2	33,3	17,1	45,7	62,4	39,2
BCN capital	21,8	17,8	20,6	55,6	26,9	10,5	28,3
Costa del Maresme	9	9,9	9,5	4,4	8,1	5,3	7
Altres	18,3	35,1	36,6	22,5	19,3	21,8	25,5
Total	100	100	100	100	100	100	100
Composició per orígens¹	30,1	12,3	4,0	16,2	14,3	8,6	

1. Percentatge que representa cada nacionalitat respecte exclusivament dels viatgers estrangers, que han respost a la pregunta sobre el seu destí principal; el 14,5% que falta correspon a altres orígens

Taula 19: Destinacions principals per origen dels visitants estrangers (%), 2004 (març, maig, juny)

Principals destinacions	Origen dels visitants estrangers (en %)								Total de visitants per cada destí
	Anglaterra	Escòcia	Irlanda	França	Itàlia	Alemanya	Holanda	Bèlgica	
Costa Brava	48,0	22,9	32,0	13,8	9,6	34,0	54,7	27,3	31,7
BCN capital	28,4	57,1	33,0	53,6	71,7	44,4	25,5	43,9	42,8
Costa del Maresme	10,5	0	4,0	2,2	1,1	7,4	3,1	2,9	5,1
Altres (inclou destinacions no espanyoles)	13,1	20,0	31,0	30,4	17,6	14,2	16,7	25,9	20,4
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Composició per orígens¹	23,1	2,7	7,8	10,8	14,6	12,6	12,5	10,8	

1. Percentatge que representa cada país d'origen respecte dels viatgers estrangers, que han respost a la pregunta sobre el seu destí principal; el 5,1% que falta per completar el 100% correspon a altres orígens.

Quant a l'edat, es continua apreciament una certa tendència dels viatgers més joves de triar Barcelona capital com a destí, mentre que la Costa Brava és relativament més preferida pels de més edat (especialment a partir de 40 anys).

Mitjà de transport

Quant al mitjà de transport triat per desplaçar-se fins l'aeroport, no s'aprecien diferències notables entre les dues enquestes, essent l'autobús el mitjà dominant, tant per desplaçar-se des de l'origen del viatger fins l'aeroport, com de l'aeroport al destí del viatge.

Considerant exclusivament els viatgers estrangers, en els seus desplaçaments de l'aeroport al destí s'observa que a l'enquesta de 2004 hi ha un augment notable de la utilització de l'autobús (42% front 25,8% l'any 2003), una reducció en el cotxe de familiars i amics i cotxe propi (18,5% front 25,1%), i una utilització similar del cotxe de lloguer (20,5% i 20,2%).

3.3. Característiques de l'estada: allotjament i activitats realitzades en destí

L'establiment escollit en l'estada continua sent majoritàriament l'hoteler (al voltant del 50% dels enquestats) i dins d'aquest els de tres o més estrelles, seguit de la casa de familiars o amics (al voltant del 21%). El turisme rural i el càmping són minoritaris. Les diferències més notòries són un cert augment de les pensions, i una reducció en l'habitatge de lloguer i el càmping. Les preferències en els grans trets es mantenen quan s'analitza exclusivament els visitants estrangers. També es manté la tendència a escollir establiments de preu superior creixent amb l'edat del viatger. Els habitatges en propietat són comparativament més utilitzades com a allotjament pels col·lectius de més edat.

Taula 20: Comparativa de tipus d'allotjament

	% 2003	% 2004	Diferència 2004/03
Hotels i similars	45,9	56,8	10,9
4-5*	12,1	15,8	3,7
3*	18,5	19,3	0,8
1-2 *	8,7	10,7	2
<i>Pensions</i>	6,6	11	4,4
Casa/apartament de lloguer	15,1	9,9	-5,2
Turisme rural	0,7	0,8	0,1
Càmping	5,8	2,6	-3,2
Casa/apartament de propietat	7,9	7,6	-0,3
Casa familiars/amics	21	21,9	0,9
Altres	3,6	0,4	-3,2

Entre el col·lectiu de visitants estrangers, les dades indiquen un augment en la utilització de l'establiment hotel·ler entre els anglesos, els escocesos, irlandesos, alemanys i belgues; mantenint-se entre els italians (pels holandesos i francesos només hi ha dades rellevants en l'enquesta de 2004, per la qual cosa no es pot realitzar la comparativa amb l'enquesta de 2003). En concret pels anglesos i els irlandesos augmenta l'estada en hotels de 4-5 estrelles, pels escocesos i els alemanys els hotels de 1-2 estrelles, i els belgues els hotels de 4-5 estrelles i 1-2 estrelles i pensions, amb una reducció dels hotels de 3 estrelles. També és remarcable que l'habitatge de lloguer experimenta una disminució entre els anglesos, els escocesos, italians i belgues. L'habitatge en propietat experimenta certa reducció entre els anglesos, i la casa de familiars i amics un augment entre els escocesos i els belgues.

Taula 21: Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya, 2003 (juliol i setembre)

	Total establiments hotelers	<i>hotel de 4 o 5 estrelles</i>	<i>hotel de 3 estrelles</i>	<i>hotel d'1 o 2 estrelles</i>	<i>pensió</i>	càmping	habitatge de lloguer	habitatge de propietat	casa de familiars o amics	altres	Total
Anglesos	48,6	16,3	20,8	6,8	4,7	3,9	16,5	11,3	18,4	1,2	100
Escocesos	51,5	18,8	18,8	9,9	4	9,4	21,8	4,5	9,4	3,5	100
Irlandesos	33,3	9,5	14,3	6,3	3,2	11,1	30,2	11,1	12,7	1,6	100
Italians	61,6	15,4	19,6	15,8	10,8	0,4	12,7	2,7	20	2,7	100
Alemanys	33,6	5,8	16,2	5,4	6,2	11,2	15,4	13,1	24,2	2,7	100
Belgues	38,2	7,6	21,5	4,2	4,9	7,6	14,6	10,4	22,2	7	100

Taula 22: Principals tipus d'allotjament i principals nacionalitats dels visitants estrangers a Espanya, 2004 (març, maig, juny)

Nacionalitat	Tipus d'allotjament										
	Total establiments hotelers	hotel de 4 o 5 estrelles	Hotel de 3 estrelles	hotel d'1 o 2 estrelles	pensió	Càmping	habitatge de lloguer	Habitatge de propietat	casa de familiars o amics	altres	Total
Anglesos	66,8	28,4	25,5	7,4	5,5	2,3	8,7	5,8	15,5	1,0	100
Escocesos	66,7	16,7	16,7	26,2	7,1	0	7,1	4,8	21,4	0	100
Irlandesos	49,0	20,2	16,3	6,7	5,8	6,7	20,2	14,4	9,6	0	100
Francesos	53,7	10,6	17,2	9,3	16,6	2,0	16,6	4,0	23,2	0,7	100
Italians	65,0	14,7	18,8	11,7	19,8	1,0	3,6	2,5	27,4	0,5	100
Alemanys	57,5	8,8	20,5	18,0	10,2	2,4	11,7	11,7	16,6	0	100
Holandesos	37,9	6,4	17,5	7,6	6,4	7,6	14,6	15,8	24,0	0	100
Belgues	49,7	14,7	12,6	12,6	9,8	3,5	8,4	13,3	21,7	3,5	100

Respecte de la durada de l'estada, es continua mantenint el tret general de d'una relació negativa entre la durada de l'estada i el preu de l'allotjament: en les estades més curtes hi ha més utilització relativa de l'establiment hotelers, i en les estades de durada superior predominen les formes d'allotjament de menor preu.

Quant a les activitats realitzades en destí, es mantenen els trets principals observats a la mostra de l'any 2003, i també en les activitats no realitzades però que hauria agradat fer, i els motius per no realitzar-les.

3.4. Forma de contractació

Seguidament posarem de manifest les variacions en la forma de contractació observades entre els diferents estudis. Veurem però que no existeix cap canvi especialment rellevant.

Estada

Es pot apreciar un canvi substancial en la forma de contractació de l'estada respecte a l'anterior estudi. Únicament ens cal apreciar la taula següent per apreciar les alteracions percentuals ocorregudes.

Taula 23: Percentatges comparats del mode de compra de l'estada

mode de compra de l'estada	% 2003	% 2004	Dif. 2004/2003
A través de la companyia aèria	13,2	2,2	- 11,0
Agència de viatges	18,1	14,3	- 3,8
Directament amb l'establiment	40,8	20,5	- 20,3
Teletext	0,4	1,6	+ 1,2
Internet	10,1	51,4	+ 41,3
Oficina local de turisme	1,2	1,7	- 0,5
Altres	16,2	8,2	- 8,0
Total	100	100	

Destaquem el fort augment que ha representat la compra de l'estada a través d'internet augmentant en més de quatre vegades el seu valor percentual (408,91%), afavorit per la davallada espectacular de l'adquisició directament a l'establiment, i també per la davallada de la compra a través de la companyia aèria.

Pensem que aquests canvis poden ser deguts a la cada vegada major utilització d'internet per part dels usuaris al igual que la disminució de la por a comprar a la xarxa, especialment minsa entre els usuaris de vols de baix cost, que gairebé de manera obligada han de comprar els seus bitllets a través d'aquest mitjà (excepte els que ho fan a través d'agència de viatges).

Vol

No s'aprecien canvis importants en relació a la forma de contractació del vol, tot i que es referma encara més el liderat d'internet com a principal sistema de compra del bitllet d'avió, mentre que la resta d'opcions tenen una lleugera pèrdua.

De la mateixa manera podem veure un lleuger augment del nombre de bitllets adquirits d'anada i tornada, a costa dels bitllets d'únic viatge. Tot i això, aquesta diferència respecte a l'estudi anterior no és representativa.

Forma conjunta de contractació

Pel que fa referència a la forma conjunta de contractació veiem canvis significatius respecte l'estudi anterior. El primer canvi important el trobem quan apreciem que els clients que compren per internet el bitllet i posteriorment l'estada directament a l'establiment s'han reduït a la meitat (del 44,9% al 21,1%).

Aquesta davallada s'explica per l'augment considerable del nombre de persones que compren la seva estada al igual que el bitllet a través d'internet. Aquest col·lectiu ha passat de ser poc més d'una quarta part (25,4%) a ser més de la meitat del total (59%) essent l'increment més notable.

Tot i que amb una davallada important fins a la meitat que en l'anterior estudi, també podem destacar el manteniment de la relació existent entre els que adquireixen el bitllet d'avió a través de telèfon i posteriorment compren l'estada en una agència de viatges.

3.5. Satisfacció de l'usuari

Seguidament farem notar els canvis ocorreguts respecte a l'estudi de novembre de 2003 en aquest apartat, així podem destacar que la valoració de l'estada dels turistes estrangers que visiten Catalunya a través dels vols de baix cost de l'aeroport de Girona

ha baixat lleugerament passant de l'anterior 83,7% que la consideraven molt bona o bona, a l'actual 83%.

La diferència però, no és una dada tan rellevant com la disminució de la màxima puntuació (5) atorgada pels turistes anteriorment respecte a l'actual, que ha davallat en un 4%. Aquest percentatge s'ha repartit entre les puntuacions de "satisfet" (4) i "satisfet en part" (3).

Taula 24: Comparativa de valoracions de l'estada

	Valoració 2003	Valoració 2004
Gens satisfet	3%	1,80%
Poc satisfet	3%	3,70%
Satisfet en part	10%	11,40%
Satisfet	32%	34,60%
Molt satisfet	52%	48,40%

Com a contrapartida també podem notar que el gruix de gent gens satisfeta (1) ha disminuït una tercera part, situant-se al 2% actual. Aquest comportament també es veu reflectit en la valoració que fan els turistes depenent de la marca turística on han realitzat la seva estada, és a dir que veiem davallades en totes les puntuacions màximes (excepte en la sots-marca Pirineus de Girona tot i que el baix nombre d'individus no el fa rellevant) que deriven cap a puntuacions més moderades (4 i 3).

Veiem que la valoració que fan els turistes sobre la seva estada depenent de la seva procedència, veiem que francesos i belgues, que eren els que millor puntuaven en l'estudi del 2003, ha baixat sensiblement la seva puntuació, mentre que holandesos, que eren pràcticament inexistents a l'anterior estudi, i els irlandesos que augmenten la seva puntuació, són els que millor valoren la seva estada a Catalunya.

S'ha pogut notar un augment de la valoració de l'estada per part de la franja d'edat dels 50 als 59 anys, que juntament amb el manteniment de la valoració de les dues franges posteriors mostren una evolució de les franges de major edat, mentre que les que es ressenten són les franges més joves, que d'altra banda són les més nombroses.

Fidelitat dels passatgers

A simple vista existeixen canvis importants ja que el nombre de viatgers que no havien volat mai abans amb alguna d'aquestes companyies ha augmentat un 150% respecte a l'anterior estudi. Aquesta dada creiem que és positiva degut a que pensem que un gran nombre de gent nova ha decidit volar amb aquesta companyia. També hem de ser conscients però, que aquest fet ha estat en part possible i explicable a l'aparició de nous vols cap a noves destinacions.

Al mateix temps que els que s'inicien han augmentat, també ha disminuït considerablement (de 40,9% al 25,1%) aquells que han volat amb la companyia aèria únicament una vegada, ja que pensem que el grau de fidelitat que hem demostrat, i que no varia respecte a estudis anteriors, fa que aquells que han volat una vegada ho tornin a fer habitualment.

Pel que fa referència a la utilització futura d'aquest tipus de vol veiem que no hi ha canvis substancials i que aquesta intenció es manté en valors igualment elevats.

Taula 25: Comparativa del nombre de vegades d'utilització del vol

Nº vegades que ha viatjat amb la companyia	Ryanair 2003	Ryanair 2004
0	9,9%	30,9%
1	42,8%	22,6%
[2 a 4]	27,8%	26,2%
[5 a 9]	9,9%	9,5%
[10 a 50]	7,1%	9,2%
>50	2,6%	1,7%

Com a diferències importants cal destacar l'augment que s'ha pogut notar en el percentatge de persones que han volat per primera vegada amb Ryanair passant del 9,9% de l'anterior estudi, al 30,9% en l'actual. De la mateixa manera però, observem que el nombre de persones que volava per segona vegada ha disminuït sensiblement

caient prop del 20% en l'estudi actual. La resta de valors en canvi es mantenen amb percentatges similars en els dos estudis.



Universitat de Girona

G!rona

Patronat de Turisme Costa Brava Girona