

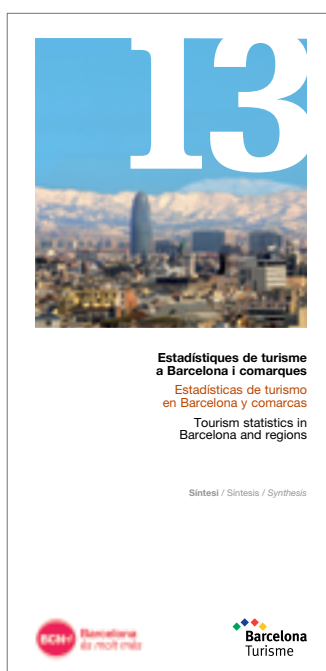
# 2013



Turisme de Barcelona és l'entitat de promoció turística de la ciutat de Barcelona, creada el 1993 per l'Ajuntament de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona. L'any 2013 Turisme de Barcelona ha complert 20 anys de vida. Treballa per captar activitat turística cap a la ciutat i generar així riquesa per al conjunt de la societat catalana. Disposa de la col·laboració directa de més de 900 empreses del sector, els "membres" de Turisme de Barcelona, que aporten finançament i *know-how* al consorci.

Turisme de Barcelona es la entidad de promoción turística de la ciudad de Barcelona, creada en 1993 por el Ayuntamiento de Barcelona y la Cámara de Comercio de Barcelona. En el año 2013 Turisme de Barcelona ha cumplido 20 años de vida. Trabaja para captar actividad turística hacia la ciudad y generar así riqueza para el conjunto de la sociedad catalana. Cuenta con la colaboración directa de más de 900 empresas del sector, los "miembros" de Turisme de Barcelona, que aportan financiación y *know-how* al consorcio.

Turisme de Barcelona is the organisation responsible for promoting Barcelona as a tourist destination. It was founded in 1993 by Barcelona City Council and the Barcelona Chamber of Commerce. In 2013, Turisme de Barcelona celebrated its 20th anniversary. The organisation works to attract tourists to the city and in this way generate wealth for Catalan society as a whole. It is helped in this endeavour by more than 900 direct associates in the form of businesses from the sector, the "members" of Turisme de Barcelona, which provide the consortium with funding and know-how.



## Estadístiques de turisme a Barcelona i comarques

Estadísticas de turismo en Barcelona y comarcas

Tourism statistics for Barcelona and regions

Turisme de Barcelona i la Diputació de Barcelona elaboren de manera conjunta per tercer any consecutiu aquesta publicació, que recull les principals dades estadístiques de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona i les comarques de Barcelona. Aquesta edició inclou una infografia resum.

Turisme de Barcelona y la Diputació de Barcelona elaboran de manera conjunta por tercer año consecutivo esta publicación, que recoge los principales datos estadísticos de la actividad turística en la ciudad de Barcelona y en las comarcas de Barcelona. Esta edición incluye una infografía resumen.

Turisme de Barcelona and Diputació de Barcelona (Barcelona Provincial Council) have drawn up this report together for the third consecutive year. It contains the most important statistical data relating to tourism in both the city and the regions of Barcelona. This edition includes an infographic summary.

# Índex

## Índice

## Index

<b>El valor de les estadístiques</b> <i>El valor de las estadísticas</i> / The value of statistics	pg. 4
<b>1 Informació general sobre Barcelona</b> <i>Información general sobre Barcelona</i> / General information about Barcelona	pg. 8
1.1 Geografia i població	
1.2 Principals indicadors econòmics	
<b>2 Activitat turística (demanda)</b> <i>Actividad turística</i> / Tourism activity	pg. 9
2.1 Turistes i pernотacions en hotels	
2.2 Ocupació i estada mitjana en hotels	
2.3 Pensions, hostals i apartaments turístics	
2.4 Aeroport, Port (creuers) i AVE	
<b>3 Oferta d'allotjament</b> <i>Oferta de alojamiento</i> / Accommodation available	pg. 16
3.1 Oferta hotelera	
3.2 Oferta d'allotjament	
3.3 Plànol d'hotels	
<b>4 Perfil del turista en hotel</b> <i>Perfil del turista en hotel</i> / Profile of tourists in hotels	pg. 20
4.1 Característiques generals	
4.2 Nacionalitats	
4.3 Motiu de viatge	
<b>5 Turisme de reunions</b> <i>Turismo de reuniones</i> / Meetings tourism	pg. 28
5.1 Congressos, convencions i incentius	
5.2 Activitat firal	
<b>6 Cultura i lleure</b> <i>Cultura y ocio</i> / Culture and leisure	pg. 30
<b>7 Productes, serveis i membres de Turisme de Barcelona</b> <i>Productos, servicios y miembros de Turismo de Barcelona</i> / Products, services and members of Turismo de Barcelona	pg. 34
7.1 Productes	
7.2 Serveis	
7.3 Membres	
<b>8 Valoració de Barcelona dels turistes en hotel</b> <i>Valoración de Barcelona de los turistas en hotel</i> / Evaluation of Barcelona of tourists in hotels	pg. 36
<b>9 Despesa internacional</b> <i>Gasto internacional</i> / International positioning	pg. 38
9.1 Targeta de crèdit	
9.2 Devolució de l'IVA a extracomunitaris	
<b>10 Posicionament internacional</b> <i>Posicionamiento internacional</i> / International positioning	pg. 40
<b>11 L'entorn de Barcelona</b> <i>El entorno de Barcelona</i> / The area around Barcelona	pg. 42
11.1 Demanda i oferta d'allotjament a les comarques de Barcelona	
11.2 Perfil del turista a les comarques de Barcelona	
<b>12 Enquesta d'opinió als barcelonins</b> <i>Encuesta de opinión a los barceloneses</i> / Opinion poll of Barcelona citizens	pg. 45
<b>13 Metodologia</b> <i>Metodología</i> / Methodology	pg. 46

# El valor de les estadístiques

## El valor de las estadísticas

### The value of statistics

#### Francesc López Palomeque

Catedràtic d'Anàlisi Geogràfica Regional, Universitat de Barcelona

Catedrático de Análisis Geográfico Regional, Universidad de Barcelona

Professor of Regional Geographical Analysis, University of Barcelona

En el web Barcelona Turisme es pot llegir que fa més de 20 anys que el Consorci Turisme de Barcelona elabora indicadors sobre l'activitat turística de la ciutat, a partir de treballs de camp propis i de fonts ja existents. Les dades generades es recullen en informes i publicacions des de 1989. La present publicació *Estadístiques de turisme a Barcelona 2013* és un dels seus productes i una de les evidències del balanç molt positiu de tota la seva tasca, diversa i intensa, en aquest cas com a ens creador d'estadístiques de turisme a la ciutat.

Barcelona a finals dels anys vuitanta i inicis dels anys noranta no era una ciutat turística, però en canvi tenia un sistema turístic articulat i molt eficient. La necessitat de dades i la generació d'estadístiques sobre el turisme es focalitzava en determinats àmbits i components del sistema. Vint anys després, en la segona dècada del segle XXI, l'escenari ha canviat: Barcelona és una ciutat turística, fruit del desenvolupament quantitatiu i qualitatiu del sistema turístic. Avui el turisme té caràcter estructural en el sistema productiu, en la dialèctica espacial i en l'agenda política. La consulta de la present publicació permet constatar, per contrast, els avanços que s'han aconseguit en la informació estadística sobre el turisme de Barcelona i sobre la ciutat com a destinació turística.

La publicació, en format fullet de gran difusió i en versió professional de suport paper, ha estat una referència clau en els centres de documentació turística on ha tingut una gran demanda per part dels usuaris; una publicació que cada any ha estat esperada i sol·licitada pels responsables institucionals, pels estudiosos del turisme, pels mitjans de comunicació, pels empresaris del sector i, no en menor mesura, per persones del món econòmic en general. En aquests casos, ha interessat saber determinades dades bàsiques per facilitar la presa de decisions en el moment de crear un determinat negoci, tant del sector com d'altres àmbits productius. Per exemple, la informació s'ha relacionat amb les condicions de viabilitat o competència d'un allotjament d'un determinat segment, amb l'oportunitat d'obrir un restaurant temàtic o amb la decisió d'iniciar una activitat comercial o de serveis orientada a un tipus de consumidor específic. Per a iniciatives d'aquesta naturalesa, la informació sobre l'oferta i la demanda turística a Barcelona (origen, segments d'edat, poder adquisitiu, estacionalitat, etc.) ha estat de molt interès i de gran utilitat.

Una publicació que, amb el pas dels anys, ha anat incorporant noves variables i indicadors, així com la interpretació de dades en els principals blocs temàtics, seguint les orientacions i criteris de les institucions internacionals (Organització Mundial del Turisme, Unió Europea). I en relació als llenguatges utilitzats, a més de les taules estadístiques, en els darrers anys s'ha incorporat la imatge com a llenguatge: tot tipus de gràfics que permeten una ràpida lectura de conjunts de dades complexes i, a més, la inclusió del plànol de Barcelona amb la localització de l'oferta, que permet visualitzar l'espacialització del turisme i guanyar concreció en la percepció del turisme a la ciutat. També cal assenyalar la incorporació de dades específiques sobre demanda, sobre el posicionament internacional, sobre l'entorn de Barcelona i dades sobre l'enquesta d'opinió als barcelonins.

En la situació actual, en la qual Barcelona és ciutat turística i en la qual la destinació Barcelona ha ultrapassat clarament els límits de municipi, la producció d'estadístiques se situa en unes noves coordenades. S'ha passat de la necessitat d'elaborar dades a la necessitat de generar coneixement turístic, tal com recull el *Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015*, iniciat el 2008 i aprovat el 2010, amb la qual cosa se supera la tradicional elaboració d'estadístiques basades principalment en les característiques descriptives dels visitants, les condicions en què es duen a terme el viatges i estades i els motius dels viatges, entre altres.

Avui, les noves exigències de coneixement d'un sector turístic evolucionat, de l'abast del turisme en les dimensions socioeconòmica i espacial de la ciutat i de la institucionalització de la gestió del turisme, exigeixen disposar d'una informació i indicadors que avalin el rol del turisme a la ciutat i que facilitin la presa de decisions dels diversos organismes,



empreses i institucions econòmiques i socials per desplegar activitats i iniciatives. És necessari generar informació creïble, estandarditzada, homogènia, continuada i compartida.

En la generació i difusió de la informació turística hi participen un nombre important i dispar d'entitats, com l'Institut Nacional d'Estadística (INE), l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT), l'Observatori del Departament d'Empresa i Ocupació, el Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, el Gabinet Tècnic de Programació de l'Ajuntament de Barcelona, el Consorci Turisme de Barcelona, els gremis i associacions sectorials (hotels, apartaments, etc.) o algunes universitats, entre d'altres.

A l'actual escenari, en el paradigma de la societat de la informació i de les noves tecnologies, la producció d'informacions compartides ha d'ajudar a la credibilitat, a la millor comprensió del fenomen turístic i a la generació de complicitats institucionals. La nova situació porta a una redefinició del rol de les diverses entitats i organismes en la generació de coneixement i producció d'estadístiques. Per això, es fa més necessari que mai la coordinació i cooperació de la pluralitat i riquesa d'agents. I és en aquesta situació complexa en la qual es visualitza el rol de Turisme de Barcelona, per la seva trajectòria i experiència (fins ara ha desenvolupat una tasca clau per al seguiment de l'activitat turística de Barcelona, amb l'aportació de sèries estadístiques contínues, i manté una relació en xarxa amb els actors del sistema), i perquè el coneixement turístic ha de contemplar també la informació sobre comercialització de l'entorn i estudis de mercat, incloent la prospectiva, propis d'ens de promoció turística.

Tot i el canvi d'escenari –abans i ara– i de la seva evolució, les estadístiques turístiques mantenen el valor, ara amb un nou significat, tot formant part del coneixement turístic i d'acord amb el rol d'aquest coneixement en la governança de la ciutat i de la destinació de Barcelona. En definitiva, el repte específic per a totes les entitats es concreta en la necessitat de crear un sistema d'estadístiques de turisme complet i eficient, i que sigui un component de la institucionalització del procés de generació de coneixement turístic.

En la web [Barcelona Turisme](#) se puede leer que hace más de 20 años que el Consorcio Turisme de Barcelona elabora indicadores sobre la actividad turística de la ciudad, a partir de trabajos de campo propios y de fuentes ya existentes. Los datos generados se recogen en informes y publicaciones desde 1989. La presente publicación *Estadísticas de turismo en Barcelona 2013* es uno de sus productos y una de las evidencias del balance muy positivo de toda su labor, diversa e intensa, en este caso como ente creador de estadísticas de turismo en la ciudad.

Barcelona a finales de los años ochenta e inicios de los años noventa no era una ciudad turística, pero en cambio tenía un sistema turístico articulado y muy eficiente. La necesidad de datos y la generación de estadísticas sobre el turismo se focalizaba en determinados ámbitos y componentes del sistema. Veinte años después, en la segunda década del siglo XXI, el escenario ha cambiado: Barcelona es una ciudad turística, fruto del desarrollo cuantitativo y cualitativo del sistema turístico. Hoy el turismo tiene carácter estructural en el sistema productivo, en la dialéctica espacial y en la agenda política. La consulta de la presente publicación permite constatar, por contraste, los avances que se han logrado en la información estadística sobre el turismo de Barcelona y sobre la ciudad como destino turístico.

La publicación, en formato folleto de gran difusión y en versión profesional de soporte papel, ha sido una referencia clave en los centros de documentación turística donde ha tenido una gran demanda por parte de los usuarios; una publicación que cada año ha sido esperada y solicitada por los responsables institucionales, los estudiosos del turismo, los medios de comunicación, los empresarios del sector y, no en menor medida, por personas del mundo económico en general. En estos casos, ha interesado saber determinados datos básicos para facilitar la toma de decisiones en el momento de crear un determinado negocio, tanto

del sector como de otros ámbitos productivos. Por ejemplo, la información se ha relacionado con las condiciones de viabilidad o competencia de un alojamiento de un determinado segmento, con la oportunidad de abrir un restaurante temático o con la decisión de iniciar una actividad comercial o de servicios orientada a un tipo de consumidor específico. Para iniciativas de esta naturaleza, la información sobre la oferta y la demanda turística en Barcelona (origen, segmentos de edad, poder adquisitivo, estacionalidad, etc.) ha sido de mucho interés y de gran utilidad.

Una publicación que, con el paso de los años, ha ido incorporando nuevas variables e indicadores, así como la interpretación de datos en los principales bloques temáticos, siguiendo las orientaciones y criterios de las instituciones internacionales (Organización Mundial del Turismo, Unión Europea). Y en relación a los lenguajes utilizados, además de las tablas estadísticas, en los últimos años se ha incorporado la imagen como lenguaje: todo tipo de gráficos que permiten una rápida lectura de conjuntos de datos complejos y, además, la inclusión del plano de Barcelona con la localización de la oferta, que permite visualizar la espacialización del turismo y ganar concreción en la percepción del turismo en la ciudad. También cabe señalar la incorporación de datos específicos sobre demanda, sobre el posicionamiento internacional, sobre el entorno de Barcelona y datos sobre la encuesta de opinión a los barceloneses.

En la situación actual, en la que Barcelona es ciudad turística y en la que el destino Barcelona ha sobrepasado claramente los límites de municipio, la producción de estadísticas se sitúa en unas nuevas coordenadas. Se ha pasado de la necesidad de elaborar datos a la necesidad de generar conocimiento turístico, tal como recoge el *Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2015*, iniciado en 2008 y aprobado en 2010, con lo que se supera la tradicional elaboración de estadísticas basadas principalmente en las características descriptivas de los visitantes, las condiciones en que se llevaban a cabo los viajes y estancias y los motivos de los viajes, entre otros.

Hoy, las nuevas exigencias de conocimiento de un sector turístico evolucionado, del alcance del turismo en las dimensiones socioeconómica y espacial de la ciudad y de la institucionalización de la gestión del turismo, exigen disponer de una información e indicadores que avalen el rol del turismo en la ciudad y que faciliten la toma de decisiones de los diversos organismos, empresas e instituciones económicas y sociales para desarrollar actividades e iniciativas. Es necesario generar información creíble, estandarizada, homogénea, continua y compartida.

En la generación y difusión de la información turística participan un número importante y dispar de entidades, como el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Instituto de Estadística de Catalunya (IDESCAT), el Observatorio del Departamento de Empresa y Empleo, el Laboratorio de Turismo de la Diputación de Barcelona, el Gabinete Técnico de Programación del Ayuntamiento de Barcelona, el Consorcio Turisme de Barcelona, los gremios y asociaciones sectoriales (hoteles, pensiones, apartamentos, etc.) o algunas universidades, entre otros.

En el actual escenario, en el paradigma de la sociedad de la información y de las nuevas tecnologías, la producción de informaciones compartidas debe ayudar a la credibilidad, a la mejor comprensión del fenómeno turístico y a la generación de complicidades institucionales. La nueva situación lleva a una redefinición del rol de las diversas entidades y organismos en la generación de conocimiento y producción de estadísticas. Por ello, se hace más necesario que nunca la coordinación y cooperación de la pluralidad y riqueza de agentes. Y es en esta situación compleja en la que se visualiza el rol de Turisme de Barcelona, por su trayectoria y experiencia (hasta ahora ha desarrollado una labor clave para el seguimiento de la actividad turística de Barcelona, con la aportación de series estadísticas continuas, y mantiene una relación en red con los actores del sistema), y porque el conocimiento turístico debe contemplar también la información sobre comercialización del entorno y estudios de mercado, incluyendo la prospectiva, propios de entes de promoción turística.

A pesar del cambio de escenario –antes y ahora– y de su evolución, las estadísticas turísticas mantienen el valor, ahora con un nuevo significado, formando parte del conocimiento turístico y de acuerdo con el rol de este conocimiento en la gobernanza de la ciudad y del destino de Barcelona. En definitiva, el reto específico para todas las entidades se concreta en la necesidad de crear un sistema de estadísticas de turismo completo y eficiente, y que sea un componente de la institucionalización del proceso de generación de conocimiento turístico.

As the Barcelona Turisme website reports, the consortium Turisme de Barcelona has been producing indicators on tourism in the city based on its own fieldwork and already existing sources for more than 20 years. The data generated has been compiled in reports and publications since 1989. This publication *Barcelona Tourism Statistics 2013* is one of its products and provides evidence of the quality of all its work, which is both varied and far-reaching, in this case as an entity that produces statistics on tourism in the city.

In the latter part of the 1980s and early 1990s, Barcelona was not a tourist city, but on the other hand it had a coordinated and highly efficient tourism system. The need for data and the generation of statistics on tourism was focused on certain areas and

components of the system. Twenty years later, in the second decade of the 21st century, this situation has changed: Barcelona is now a tourist city, as a result of the quantitative and qualitative development of its tourism system. Today, tourism is structural in nature in the production system, in spatial dialectics and on the political agenda. This publication highlights this contrast and confirms the progress that has been made in the field of statistical information about both tourism in Barcelona and the city as a tourist destination.

The publication, produced as a widely circulated brochure and in a version on paper for professionals, has stood out at tourist information centres, where demand from users has been high; every year, it has been eagerly awaited by institutional managers, tourism academics, the media, business owners in the sector and, not least, by people in the world of economics in general. In this respect, access to certain basic data has proved to be of interest, facilitating decision making when setting up a particular business, both in the tourism sector and in other areas of production. For example, the information has been taken into account when analysing the viability or competitiveness of accommodation in a particular segment, when looking at the market for a particular kind of restaurant, or when considering the launch of a commercial activity or service aimed at a specific type of consumer. In the case of initiatives of this nature, the information about tourism supply and demand in Barcelona (origin of tourists, age segments, spending power, seasonal trends, etc.) has been of great interest and extremely useful.

Over the years, this publication has introduced new variables and indicators, as well as the analysis of data in key thematic blocks, in accordance with the guidelines and criteria of international institutions (World Tourism Organisation, European Union). And in relation to how the information is presented, in addition to the statistical tables, in recent years images have been added as a communication tool: all kinds of graphics which facilitate the reading of sets of complex data, as well as the inclusion of the map of Barcelona showing the location of supply; by pinpointing tourism components on a map, a more precise understanding of tourism in the city is gained. Also worthy of mention is the incorporation of specific data relating to demand, international positioning and the area around Barcelona, as well as data from the opinion poll of Barcelona citizens.

In the present situation, in which Barcelona is a tourist city and in which, as a destination, Barcelona has clearly expanded beyond its municipal boundaries, the production of statistics takes on a new role: there has been a shift away from the need to draw up data to the need to generate knowledge about tourism, of the kind to be found in the *Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015* (Strategic Tourism Plan for the City of Barcelona 2015), conceived in 2008 and approved in 2010. This Plan seeks to move beyond the traditional production of statistics based mainly on descriptive characteristics of visitors, how they make their trips, where they stay and the purpose of these trips, among other factors.

Today, the new demands for knowledge about a tourism sector that has evolved, about the scope of tourism within the socio-economic and spatial dimensions of the city, and about the institutionalisation of tourism management make it essential to have access to information and indicators that endorse the role of tourism in the city, and which facilitate the decision making of various economic and social entities, companies and institutions in the development of their activities and initiatives. There is a need to generate credible, standardised, homogeneous, continuous and shared information.

A large and wide-ranging number of entities take part in the generation and circulation of tourism information, such as the Spanish Institute of Statistics (INE), the Catalan Institute of Statistics (IDESCAT), the Observatory of the Catalan Ministry of Business and Employment, the Tourism Laboratory of Barcelona Regional Council, the Programming Department of Barcelona City Council, the consortium Turisme de Barcelona, sector-based trade unions and associations (hotels, apartments, etc.) and some universities, among others.

In the current scenario, in the paradigm of the information society and new technologies, the production of shared information can only increase the credibility and enhance understanding of the phenomenon of tourism and the generation of institutional involvement. The new situation leads to a redefinition of the role of the various entities and organisations in the generation of knowledge and the production of statistics. Therefore, the coordination and cooperation of the many different players becomes more necessary than ever, and it is within this complex framework that the role of Turisme de Barcelona is anticipated, on the strength of its history and experience (to date its work in monitoring tourism in Barcelona has been of key importance, it has produced a continuous flow of statistical series, and it has a networked relationship with the actors in the system), and because knowledge about tourism must also extend to information about commercialisation of the environment and market surveys, including forecasting, as befits a tourism promotion body.

Despite the change of context – if one compares the past and the present – and the evolution of tourism statistics, they continue to be of value, and today they have a new significance insofar as they form part of knowledge about tourism and in accordance with the role played by this knowledge in the governance of the city and of Barcelona as a destination. In short, the specific challenge facing all the entities lies in the need to create a complete and efficient system of tourism statistics, one that will be instrumental in institutionalising the process of generating knowledge about tourism.

**Barcelona**  
Turisme  
barcelonaturisme.cat



Col·laboradors institucionals: / Colaboradores institucionales: / Institutional partners:



Amb la col·laboració de: / Con la colaboración de: / With the support of:



**Més informació i altres publicacions** / Más información y otras publicaciones / Further information and other reports:

[www.barcelonaturisme.cat/estadistiques](http://www.barcelonaturisme.cat/estadistiques) / [www.barcelonaturisme.cat/estadisticas](http://www.barcelonaturisme.cat/estadisticas) / [www.barcelonaturisme.cat/statistics](http://www.barcelonaturisme.cat/statistics)

 @BarcelonaTurism  
@VisitBCN\_en

 facebook.com/visitbarcelona