

**Mar Alsina Folch**

**POBLACIÓ VIATGERA DE LA CATALUNYA SUD: FORMACIÓ D'IMATGE I  
PERCEPCIÓ DE RISC A L'HORA DE TRIAR UNA DESTINACIÓ**

**TREBALL DE FI DE GRAU**

**dirigit per la Dra. María Jesús Muiños Villaverde**

**Grau de Turisme**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Vila-seca  
2020**

## AGRAÏMENTS

La realització del present treball de fi de grau no hauria estat possible sense el suport i la col·laboració de diverses persones a qui vull fer arribar el meu agraïment.

En primer lloc agraeixo a la meva tutora del treball, María Jesús Muiños Villaverde, la seva tasca d'orientació i correcció, així com l'optimisme i confiança que m'ha transmès per avançar en la recerca.

També vull expressar la meva gratitud a totes les persones que van contestar l'enquesta enviada per fer l'estudi, i de manera especial a aquelles que a més a més van difondre-la a través de les seves associacions i xarxes socials. Aquestes persones són el senyor Antonio Fernández, la senyora Stephanie Victoria Ascencio, vicepresidenta de l'Associació d'Alumnes i Exalumnes de Dret Ambiental de Tarragona i al senyor Sergio Nasarre.

A les meves amistats, en especial a l'Anna Boqué, pel seu interès i assessorament.

Per últim el meu agraïment a la meva família, per la seva ajuda, paciència i el seu suport incondicional al llarg del treball i el grau, per fer més amenes les hores de feina, per les converses i les reflexions en veu alta.

# ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ .....	1
Plantejament.....	1
Estat de la qüestió .....	1
Objectiu .....	2
Metodologia .....	3
Presentació de capítols.....	3
2. LA FORMACIÓ D'IMATGE DE LA DESTINACIÓ.....	4
2.1. La formació d'imatge: components.....	4
2.2. Risc i turisme .....	7
3. PERFIL DEL TURISTA EMISSOR CATALÀ .....	11
3.1. Evolució de les sortides .....	12
3.2. Característiques dels viatges de la població catalana .....	16
4. VIATGERS I VIATGERES DE CLASSE MITJANA DE LA CATALUNYA SUD.....	21
4.1. Metodologia: segment social format de renda mitjana.....	21
4.2. Característiques de la mostra .....	24
4.3. Característiques del viatge per components sociodemogràfics .....	25
4.3.1. Característiques segons gènere.....	26
4.3.2. Característiques segons edat.....	27
4.3.3. Característiques segons nivell d'estudis acabat .....	29
4.3.4. Característiques segons costum viatgera i acompanyants habituals .....	30
4.4. Principals destinacions.....	32
5. INFLUÈNCIA DE LA PERCEPCIÓ DE RISC EN LA DECISIÓ DE VIATJAR .....	36
5.1. Formació d'imatge d'una destinació .....	36
5.2. Risc i seguretat al viatjar .....	43
5.2.1. Risc i gènere .....	47
5.2.2. Risc i edat .....	49
5.2.3. Formació acadèmica davant el risc .....	51
5.2.4. Influència dels acompanyants de viatge habituals en la percepció de risc.....	52
5.2.5. Influència de la costum viatgera en la percepció de risc.....	53
5.3. Impacte de la COVID-19 en la percepció de risc.....	53
6. CONCLUSIONS .....	56

7. FONTS I BIBLIOGRAFIA.....	58
8. ANNEXOS .....	60

## ÍNDEX DE L'ANNEX

ANNEX 1: TRAVEL RISK MAP 2020.....	61
ANNEX 2: PLANTILLA DE L'ENQUESTA.....	62
ANNEX 3: GRÀFIQUES COMPLEMENTÀRIES CAPÍTOLS III, IV I V.....	70
3.1. Evolució del pes del tipus de viatges de la població de Catalunya, 2015-2019...	70
3.2. Població que viatja habitualment segons gènere.....	70
3.3. Acompanyants habituals de viatge segons gènere.....	71
3.4. Acompanyants habituals de viatge segons estudis acabats.....	71
3.5. Acompanyants habituals de viatge segons costum viatgera.....	72
3.6. Preferències de tipologia turística a realitzar segons acompanyants habituals de viatge.....	72
3.7. Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons gènere.....	73
3.8. Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons acompanyants habituals de viatge.....	73
3.9. Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació segons acompanyants habituals de viatge.....	74
3.10. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons gènere, part 1.....	74
3.11. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons gènere, part 2.....	75
3.12. Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons gènere.....	75
3.13. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons franja d'edat, part 1.....	76
3.14. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons franja d'edat, part 2.....	76
3.15. Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons franja d'edat.....	77
3.16. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons nivell d'estudis acabat, part 1.....	77
3.17. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons nivell d'estudis acabat, part 2.....	78
3.18. Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons nivell d'estudis acabat.....	78
3.19. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons acompanyants de viatge, part 1.....	79
3.20. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons acompanyants de viatge, part 2.....	79
3.21. Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons acompanyants de viatge.....	80

3.22. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons costum viatgera, part 1.....	80
3.23. Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons costum viatgera, part 2.....	81
3.24. Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons costum viatgera.....	81
3.25. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut.....	82
3.26. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons gènere.....	82
3.27. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons gènere.....	83
3.28. Risc dominant percebut en cada continent segons gènere.....	83
3.29. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons gènere.....	84
3.30. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons franja d'edat.....	84
3.31. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons franja d'edat.....	85
3.32. Risc dominant percebut en cada continent segons franja d'edat.....	85
3.33. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons franja d'edat.....	86
3.34. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons nivell d'estudis acabat.....	86
3.35. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons nivell d'estudis acabat.....	87
3.36. Risc dominant percebut en cada continent segons nivell d'estudis acabat.....	87
3.37. Destinació amb risc natural descartada segons nivell d'estudis acabat.....	88
3.38. Destinació amb inseguretats ciutadana descartada segons nivell d'estudis acabat.....	88
3.39. Destinació amb amenaça terrorista descartada segons nivell d'estudis acabat.....	89
3.40. Destinació amb amenaça sanitària descartada segons nivell d'estudis acabat.....	89
3.41. Destinació amb inestabilitat política/jurídica descartada segons nivell d'estudis acabat.....	90
3.42. Destinació amb conflicte obert descartada segons nivell d'estudis acabat.....	90
3.43. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons nivell d'estudis acabat.....	91
3.44. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons acompanyants habituals de viatge.....	91
3.45. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons acompanyants habituals de viatge.....	92
3.46. Risc dominant percebut en cada continent segons acompanyants habituals de viatge.....	92

3.47. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons acompanyants habituals de viatge.....	93
3.48. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons costum viatgera.....	94
3.49. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons costum viatgera.....	94
3.50. Risc dominant percebut en cada continent segons costum viatgera.....	95
3.51. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons costum viatgera.	95
3.52. Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons moment de resposta de l'enquesta.....	96
3.53. Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons moment de resposta de l'enquesta.....	96
3.54. Risc dominant percebut en cada continent segons moment de resposta de l'enquesta.....	97
3.55. Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons moment de resposta de l'enquesta.....	97

# 1. INTRODUCCIÓ

## Plantejament

El turisme ha experimentat un creixement considerable des dels seus inicis amb la incorporació de nous països emissors de viatgers i noves destinacions i modalitats turístiques.

La incertesa inherent al fet de viatjar fa que les persones requereixin de dades per decidir si volen realitzar un viatge i on fer-lo. Si bé la informació que necessiten i la forma d'accedir-hi canvia d'un individu a un altre, la ràpida evolució de les tecnologies de la informació i la comunicació ha permès disposar actualment de gran volum d'informació i accés immediat, facilitant així la creació d'idees i imatges d'elements o destinacions. D'altra banda, esdeveniments culturals, propaganda de les destinacions, fenòmens naturals extrems, successos polítics internacionals i demés comunicacions, ens arriben a través de mitjans *online* i *offline* formant part del procés que determina els atractius de viatjar i de les diferents destinacions, tant positiva com negativament.

Per tant, esbrinar la percepció que la població té dels fenòmens i la seva repercussió en la presa de decisions del viatge, és un primer pas perquè les pròpies destinacions intervinguin activament modificant-la, per tal de minimitzar els impactes negatius i promoure els positius que qualsevol fet determinat pugui tenir en la demanda turística.

## Estat de la qüestió

La imatge turística, estudiada des de la perspectiva del màrqueting, la sociologia, l'antropologia i la psicologia del turisme (Camprubí, Julve, & Trayter, 2009; Gartner, 1993; Muñoz, 2002; Šimková, 2014), es limitava inicialment a la concepció visual de la destinació (Camprubí et al., 2009; Echtner & Ritchie, 1991) però amb el temps aquesta ha evolucionat fins a englobar diferents característiques tangibles i intangibles (Camprubí et al., 2009; Muñoz, 2002). Echtner & Ritchie (1991) i Baloglu & McCleary (1999) investiguen la imatge percebuda d'una destinació i els seus components mentre que Gartner (1993) es centra en els agents encarregats de la formació de les imatges que emet una destinació. Determinats els elements, alguns orienten la recerca al procés de creació de la imatge turística (Baloglu & McCleary, 1999; Muñoz, 2002; Ruan, Li, & Liu, 2017; Sönmez & Graefe, 1998).

També s'han estudiat els factors que influeixen en la percepció dels components que conformen les imatges turístiques, que poden ser factors personals sociodemogràfics i psicològics, i d'estímul, corresponents a informació i coneixement de la destinació (Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004; Camprubí et al., 2009; Ruan et al., 2017; Šimková, 2014; Sönmez & Graefe, 1998). Gunn (1972) introdueix un tercer factor que influeix en la percepció de la imatge (citada per Camprubí et al., 2009; citada per Gartner, 1993).

El risc com a element que incideix en la imatge de la destinació ha estat estudiat per diferents autors en països europeus com Noruega i Alemanya entre d'altres, tant en població autòctona com en turistes. S'ha observat la vinculació entre aquest factor i les característiques sociodemogràfiques de la mostra (Araña & León, 2008; Frías, Rodríguez, Castañeda, Sabiore, & Buhalis, 2012; Larsen, Brun, & Øgaard, 2009; Sönmez & Graefe, 1998). Aquí s'analitza de nou el risc associat a qüestions sociodemogràfiques, en aquest cas a la població de la Catalunya sud. Els riscos polítics són els que s'han tractat en més profunditat per ser detectats com els que més influeixen en les decisions de viatge (Araña & León, 2008; Enders, Sandler, & Parise, 1992; Larsen et al., 2009; Pizam, 1999; Sönmez & Graefe, 1998). El present treball comprova si la tendència es repeteix per la població catalana i s'incorpora l'anàlisi dels riscos sanitaris mitjançant l'impacte de la COVID-19.

## Objectiu

La present recerca té per objectiu conèixer el turista emissor català i com interactuen els conceptes de risc i turisme entre ells per a la població de classe mitjana de la Catalunya sud. Per a assolir aquest finalitat general es plantegen els següents objectius específics:

- Definir el perfil de les persones viatgeres de la Catalunya sud.
- Concretar, si a l'hora de fer turisme, el risc és determinant i quina tipologia d'aquest té major impacte negatiu en la presa de decisió, per a la població de la Catalunya sud.
- Determinar si els factors sociodemogràfics de gènere, edat i nivell d'estudis acabats de la població de la Catalunya sud influeixen la percepció del risc a l'hora de fer turisme.
- Conèixer com les característiques dels individus com a viatgers, tals com la costum viatgera i els acompanyants habituals, influeixen en la percepció del risc al viatjar.
- Investigar com la pandèmia de COVID-19 ha incidit en la percepció de risc de fer turisme.

L'àrea d'estudi escollida és la Catalunya sud, on tenen seu les diverses facultats de la URV. La vinculació a la universitat permet homogeneïtzar la mostra i accedir a la població objectiu de classe mitjana del territori, doncs el nivell formatiu de la població és un tret rellevant per determinar la classe social d'una persona. Al seu torn les persones pertanyen a cercles socials amb qui comparteixen estatus, permetent així augmentar la mostra pel mètode bola de neu.

Es tracta d'una àrea d'estudi poc investigada, ja que gran part de recerca es tracta des del punt de vista de recepció de viatgers de diferents mercats i no des del territori com a emissor de turistes. Aquesta manca de recerca es repeteix a Catalunya malgrat que es tracta d'un dels punts de l'estat Espanyol que més turistes nacionals i internacionals emet.

Així doncs, analitzar el comportament de la població de la Catalunya sud quan viatja permetrà millorar la satisfacció de necessitats expressades en relació a la informació turística, infraestructures i comunicacions, i adaptar ofertes turístiques més atractives per al mercat.

## Metodologia

L'obtenció de dades es fa, d'una banda, a través de la consulta de bases de dades i estadístiques de l'INE i l'Idescat, orientades a conèixer els desplaçaments turístics de la població de Catalunya i les seves característiques. En aquest sentit també hi contribueixen fonts secundàries com informes i publicacions sobre el perfil dels turistes de Catalunya, que permeten una major definició del col·lectiu. Finalment, gràcies a la informació primària extreta de les enquestes elaborades i distribuïdes entre la mostra de classe mitjana de la Catalunya sud, s'assoleix un perfil més concret de com són les persones viatgeres del segment esmentat.

La mateixa enquesta s'elabora amb la finalitat de donar resposta a les qüestions de risc en matèria turística, de com es percep i com influeix en les decisions de la població. Posar en comú les dades obtingudes sobre el perfil viatger i el risc, permet conèixer la interrelació entre les característiques sociodemogràfiques, la costum viatgera i la incidència del risc en la presa de decisions. La data de resposta del qüestionari permet extraure conclusions sobre la incidència de la situació de la COVID-19 en la percepció del risc de fer turisme.

L'enquesta digital, consultable a l'annex 2, i exposada amb detall en l'apartat 4 de la present recerca, va distribuir-se entre l'11 i el 28 de març de 2020, obtenint un total de 197 respostes.

## Presentació de capítols

Aquest treball de fi de grau s'estructura en la introducció, quatre capítols i les conclusions. El primer capítol, després de la introducció, presenta el procés de formació de la imatge d'una destinació, els seus estadis i els seus components, entre els que destaca el risc, que serà estudiat de manera més exhaustiva en la investigació.

El capítol següent està dedicat al perfil del turista emissor català, que exposa la seva importància en el mercat turístic emissor i a la vegada la importància que té el fenomen turístic per la població catalana. També recull les seves característiques per comprendre millor el col·lectiu i les seves preferències de viatge.

El tercer capítol determina la població catalana que s'estudia de manera més exhaustiva a través de les enquestes realitzades, presentant la mostra i els seus trets sociodemogràfics, així com les preferències i característiques dels seus viatges.

Finalment, i previ a les conclusions, s'analitza com el risc i la seva percepció influeixen en aquest col·lectiu en relació a la decisió de viatge i destinació, tenint també en compte com ha afectat la pandèmia de la COVID-19 en aquest procés.

## 2. LA FORMACIÓ D'IMATGE DE LA DESTINACIÓ

### 2.1. La formació d'imatge: components

Des de la dècada dels setanta del segle XX el concepte d'imatge turística ha estat estudiat des de diferents perspectives (Camprubí et al., 2009; Gartner, 1993; Muñoz, 2002), donat que el turisme és un fenomen multidisciplinari i així ho permet. En el cas concret de la imatge turística dominen aproximacions fetes des del màrqueting, la sociologia i l'antropologia (Camprubí et al., 2009), si bé també n'hi ha des de la psicologia del turisme (Šimková, 2014).

La rellevància de la imatge turística que l'ha portat a ser objecte d'estudi de diferents disciplines, recau en la seva capacitat per influenciar tant en el comportament turístic de les persones com en llur satisfacció una vegada realitzat el viatge. És un atribut clau del producte turístic durant el procés de presa de decisions que determina l'atractiu d'una destinació per al turista potencial (Baloglu & McCleary, 1999; Camprubí et al., 2009; Frías et al., 2012; Gartner, 1993; Muñoz, 2002; Šimková, 2014).

A l'inici, el concepte d'imatge turística es limitava a la concepció visual de la destinació, i en molts casos es limitava a una llista d'atributs d'aquesta (Camprubí et al., 2009; Echtner & Ritchie, 1991). Amb el temps el concepte engloba un conjunt més ampli de característiques de la destinació, tangibles i intangibles, que una persona percep d'un lloc concret. Per tant, es pot definir la imatge turística com una construcció mental formada per impressions, idees, emocions, valors i creences que una persona té d'una destinació, deixant el component visual més literal en un segon pla (Camprubí et al., 2009; Muñoz, 2002). Aquesta definició permet intuir que el concepte està associat a la subjectivitat, és a dir, que diferents individus poden disposar de diferents imatges turístiques d'una mateixa destinació (Camprubí et al., 2009). Aquesta subjectivitat, però, pot ser individual o col·lectiva, moment en què es pot parlar de construccions socials de la imatge turística (Camprubí et al., 2009; Echtner & Ritchie, 1991).

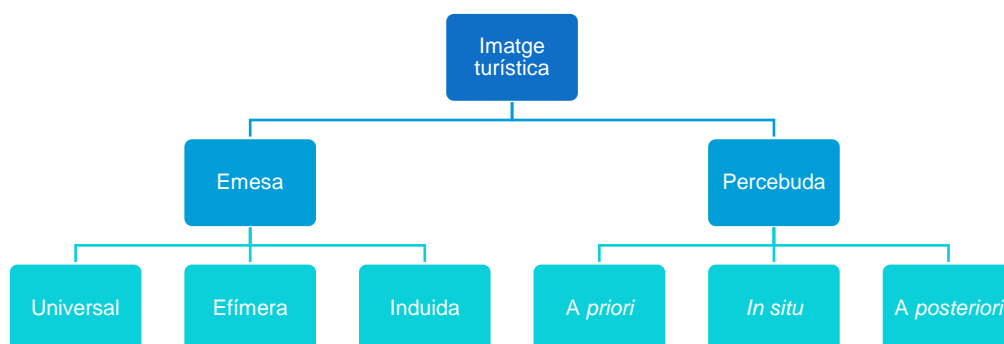
Les imatges turístiques es poden classificar en dues tipologies: l'emesa i la percebuda (gràfic 1). La primera és la que es crea fora de la ment de l'individu i es difon entre la població; sovint està vinculada a conceptes de màrqueting. Mentre que la imatge turística percebuda fa referència a la que crea la ment de l'individu i compta amb un alt component de subjectivitat (Camprubí et al., 2009). Segons quina tipologia d'imatge s'analitzi, aquesta presenta components i processos de creació diferents.

Les imatges turístiques emeses presenten tres categories: universals, efímeres i induïdes. Les primeres fan referència a les acceptades al llarg de la història en l'imaginari col·lectiu; es poden trobar casos d'imatges basades en estereotips que no corresponen a la realitat. La segona categoria fa referència a les imatges sorgides de reinterpretacions de la realitat a través del cinema, la literatura, la música i especialment els mitjans de comunicació. Aquests instruments tenen la capacitat de generar una imatge en un moment concret i, si bé solen ser oblidades en poc temps, poden arribar a establir-se com a imatges universals. Finalment, les

induïdes són les elaborades, tant per agents de la destinació com agents externs a la mateixa però amb voluntat d'influenciar en la decisió de compra del consumidor. Busquen realçar els atributs de la destinació que la fan competitiva envers la resta, i per fer-ho emprèn estratègies de comunicació i màrqueting que projecten la imatge que es vol fer arribar al conjunt de turistes potencials (Camprubí et al., 2009).

Gartner (1993) identifica vuit agents encarregats de la formació de la imatge emesa de la destinació. En primer lloc la publicitat tradicional, seguida de la informació facilitada per agents de viatge o operadors turístics. Ambdós casos creen una imatge induïda descoberta, i la persona és conscient de que la informació és promocional. A continuació identifica la recomanació de destinacions per part de gent famosa i les publicacions sobre el lloc, presentant de manera més subliminal la promoció de l'indret. Un tercer agent és la informació de noticiaris i la cultura popular, que és autònoma de la destinació i té especial credibilitat i extensió entre la població. Finalment existeixen agents orgànics, que presenten informació sol·licitada o no, de manera objectiva. En aquest grup s'inclou la informació obtinguda en visites prèvies a la destinació.

Les imatges turístiques percebudes, al seu torn, es poden dividir també en tres subcategories segons quan es creen. Així diferenciem les imatges a *priori*, *in situ*, i a *posteriori*. El primer tipus inclou les originades abans de viatjar a la destinació. Són les més importants en el procés de decidir viatjar i seleccionar la destinació i, per tant, són en les que es posa més atenció en aquest estudi. La segona tipologia d'imatges correspon a les originades un cop el/la turista és a la destinació i compara la realitat amb la imatge prèvia, fet que tindrà implicacions importants en la satisfacció. Per últim, la tercera tipologia fa referència a la reinterpretació que es fa del viatge realitzat (Camprubí et al., 2009).



Gràfic 1: Classificació de la imatge turística. Elaboració pròpia a partir de Camprubí et al. (2009).

A aquesta classificació la precedeix l'establerta per Gunn el 1972, la qual també segueix sent vàlida actualment. L'autor identifica tres tipus cronològics d'imatge turística, la primera és l'orgànica, i correspon a la imatge de la destinació que una persona adquireix al llarg de la seva vida, i està formada a partir d'informació general que no presenta la finalitat de facilitar informació turística. A aquesta la segueix la imatge induïda, que es correspon a l'explicada anteriorment i es forma a partir de la informació promocional rebuda conscientment d'una

imatge turística determinada. En tercer lloc la imatge modificada és la resultant de l'experiència turística pròpiament (citada per Camprubí et al., 2009).

En l'àmbit dels components que conformen la imatge percebuda de la destinació, Echtner & Ritchie (1991) plantegen en el seu estudi que aquesta és el resultat de tres dimensions que interactuen entre elles, permetent que es pugui definir i mesurar. La primera dimensió té en compte els atributs de la destinació individualment i la impressió de conjunt que se'n percep. La segona posa èmfasi en els components funcionals (amb característiques observables i mesurables) i els psicològics (no mesurables) de la destinació. I l'última dimensió contempla la singularitat dels atributs de la destinació, fent referència a la influència que poden tenir elements singulars de la destinació o la manca d'aquests en la imatge general de la mateixa (Camprubí et al., 2009; Echtner & Ritchie, 1991).

Baloglu & McCleary (1999) presenten només dos components en la percepció de la imatge turística. Al primer l'anomenen perceptiu/cognitiu, i versa sobre el coneixement dels atributs objectius de la destinació. El segon, l'afectiu, es relaciona amb els sentiments que la destinació i els seus atributs evocuen, essent el responsable de la presa de decisió.

Existeixen determinats factors que influeixen en la percepció dels components esmentats, són els personals i els d'estímul. En el primer grup es distingeixen els sociodemogràfics, com l'edat o el nivell d'estudis, que poden incidir tant en components perceptius/cognitius com en afectius, i els psicològics, tipus personalitat, motivacions o valors personals, més relacionats amb els components afectius. Mentre que els factors d'estímul, atorguen coneixement sobre la destinació, com l'experiència prèvia i les fonts d'informació. La imatge de la destinació integraria els components perceptiu/cognitiu i afectiu, influenciats pels factors d'estímul (Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004; Camprubí et al., 2009; Ruan et al., 2017; Šimková, 2014; Sönmez & Graefe, 1998).

Alguns autors afegixen a aquests dos components un tercer, el conatiu. Un terme, presentat per primera vegada per Gunn (1972), que es correspon amb la part del comportament o l'acció. Fa referència a la decisió presa després de processar la imatge de la destinació obtinguda amb els components perceptius/cognitius i afectius (citada per Camprubí et al., 2009; citada per Gartner, 1993). Degut a la seva naturalesa més reactiva altres autors l'exclouen com a component de formació d'imatge, considerant-lo l'acció resultant provocada per la imatge de la destinació creada prèviament (Baloglu & McCleary, 1999).

Un cop identificats els components de la imatge turística i els tipus, diversos autors han buscat comprendre com funciona el procés de creació de la imatge turística. Muñoz (2002) planteja un model d'aquest procés basat en la recopilació dels models anteriors amb l'objectiu de simplificar al màxim les complexes relacions que hi tenen lloc. Segons el model i els precedents, el procés de formació de la imatge turística consta de tres fases. En la primera la persona té una imatge general de les diferents destinacions a partir de la informació no

buscada, per tant es crea una imatge orgànica de la destinació, i del concepte de viatjar en general, que fa que decideixi si emprendre un viatge o no. En la segona fase es cerca informació de manera activa de les destinacions que causen interès, fet que duu a una imatge induïda que ajuda a avaluar les diverses opcions. En la tercera etapa, es tria la destinació del viatge (Muñoz, 2002; Sönmez & Graefe, 1998). En aquest moment la imatge és molt més complexa ja que la persona coneix els atributs objectius de la destinació (component perceptiu/cognitiu) i hi incorpora el component afectiu, és a dir el sentiment de benefici i cost que percep associat a cada destinació, la qual cosa durà a la decisió de viatjar a la destinació que majors beneficis porti a un cost menor (Baloglu & McCleary, 1999; Muñoz, 2002; Ruan et al., 2017; Sönmez & Graefe, 1998).

En conclusió, les imatges turístiques són complexes, múltiples, relatives i dinàmiques, i poden ser interpretades i analitzades des de diferents punts de vista. Inclouen cert grau de subjectivitat i varien en el temps, al sumar nova informació (Muñoz, 2002; Ruan et al., 2017).

## 2.2. Risc i turisme

Com ja s'ha plantejat, decidir viatjar i triar una destinació està influenciat per diversos factors i components (Baloglu & McCleary, 1999; Muñoz, 2002; Sönmez & Graefe, 1998). Un dels elements que repercuteixen en aquesta imatge de la destinació és el risc que es percep d'aquesta i del fenomen de viatjar en general (Sönmez & Graefe, 1998). Es tracta d'un element tant perceptiu com afectiu, ja que presenta elements mesurables objectivament, com poden ser els danys que causa econòmicament o físicament a persones o a la destinació, i a la vegada evoca sensacions i emocions personals.

El Diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans (DIEC) defineix risc com a "contingència a la qual està exposat algú o alguna cosa, perill incert" (2007). De la mateixa manera Larsen, Brun, & Øgaard (2009) identifiquen el terme risc com la probabilitat de que certs esdeveniments adversos es produeixin i multipliquin per la magnitud de les seves conseqüències.

Segons Larsen et al. (2009), aquests components que conformen el risc venen determinats en part per la percepció de l'individu, de manera que el risc és un component subjectiu que varia segons influències culturals i factors individuals (Yechiam, Barron & Erev, 2005 citat per Araña & León, 2008; Frías et al., 2012; Korstanje, 2012; Sönmez & Graefe, 1998). Per Frías et al. (2012) els diferents elements que intervenen en la formació de la imatge turística, entre els quals la percepció de risc, es troben influenciats per qüestions culturals. Per tant, algunes nacions presenten menor tolerància a la incertesa i al risc que d'altres, i buscaran evitar-lo. En aquesta línia de pensament, Korstanje (2012) coincideix en que la percepció actual del risc depèn del llegat cultural que s'ha transmès a les societats al llarg de la història.

Dels factors individuals que influeixen en la percepció de la imatge turística, factors sociodemogràfics i els psicològics (Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martín, 2004; Camprubí et al., 2009; Šimková, 2014; Sönmez & Graefe, 1998); Plog (1974) distingeix dos

perfils psicològics de viatger segons la seva relació amb el risc: un perfil advers al risc, el psicocèntric, característic de persones que prefereixen coses conegudes i eviten en major mesura el risc. I un perfil aloccèntric, característic de persones més aventureres, que no li atorguen tanta importància pel que fa a la formació de la imatge turística i la presa de decisions (Korstanje, 2012; Citat per Sönmez & Graefe, 1998).

També hi ha factors sociodemogràfics, que s'ha comprovat, tenen un impacte en com el turista percep el risc. A major nivell educatiu, per exemple, la percepció de risc al viatjar disminueix, per contra, augmenta amb l'edat (Larsen et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998), així com quan es tenen menors al càrrec (Sönmez & Graefe, 1998).

Larsen et al. (2009) ha identificat també un component espai temporal en la percepció del risc associat amb viatjar. Així es cospa més risc abans de viatjar que quan l'individu es troba en la destinació, possiblement per una visió més genèrica del primer moment i més concreta en el segon, de manera que experimentar redueix la incertesa.

Sönmez & Graefe (1998) identifiquen un altre element important en la presa de decisions: la preocupació o efecte negatiu derivat de la incertesa de possibles esdeveniments futurs. Viatjar presenta aquest cert grau d'incertesa i vulnerabilitat, i pot provocar sensació de risc i preocupació (Korstanje, 2012; Larsen et al., 2009).

Tant la preocupació com el risc influeixen en la percepció de la imatge de la destinació, si bé poden estar o no relacionats (Larsen et al., 2009). Per exemple, pot haver individus preocupats per viatjar ja que suposa incertesa, tot i no apreciar cap risc, o bé, percebre risc i no preocupar-se, més propi de persones aloccèntriques (Larsen et al., 2009; Plog, 1974 citat per Sönmez & Graefe, 1998). En general, però, en el fenomen turístic la percepció de risc acostuma a anar acompanyada de preocupació (Larsen et al., 2009).

Els riscos es classifiquen de diferent manera segons cada estudi. Per Ruan et al. (2017) es divideixen en artificials i naturals, ja que en ocasions són potenciats per l'acció artificial de l'ésser humà. A partir de la recerca de bibliografia s'han classificat i definit tres grups de riscos (International SOS, 2020; Korstanje, 2012; Larsen et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998):

- Inestabilitat política. Probabilitat de que succeeixi una acció motivada per causes de desigualtat ideològica i política. Inclou des de manifestacions a guerres, passant per vagues i atemptats terroristes (Sönmez & Graefe, 1998).
- Riscos naturals. Probabilitat de que succeeixin fenòmens meteorològics o geològics no controlables per la població. Inclou des de condicions temporals adverses durant el viatge fins a fenòmens naturals extrems com terratrèmols, huracans, tsunamis o erupcions volcàniques.

- Riscs sanitaris. Probabilitat de que es produeixin circumstàncies negatives per a la salut. Inclou des de serveis mèdics limitats o ineficients fins a pandèmies, passant per intoxicacions alimentàries o malalties lleus.

D'aquestes categories, diferents autors han posat especial atenció en els riscos de naturalesa política (Araña & León, 2008; Enders et al., 1992; Larsen et al., 2009; Pizam, 1999; Sönmez & Graefe, 1998), ja que s'ha observat que, de manera generalitzada, les amenaces a la seguretat nacional estan registrades com a causa d'un gran impacte en la demanda turística (Araña & León, 2008; Pizam, 1999). Els turistes prefereixen entorns tranquils i pacífics, de manera que l'absència de violència és un condicionant per al desenvolupament del sector, ja que sentir-se insegur genera en el turista potencial una imatge negativa de la destinació (Araña & León, 2008; Ruan et al., 2017; Sönmez & Graefe, 1998). Es pot afirmar, doncs, que la demanda és sensible a la inestabilitat política perquè es busca tranquil·litat per gaudir de les vacances (Araña & León, 2008; Sönmez & Graefe, 1998).

En el marc de la inestabilitat política destaca l'estudi de l'impacte del terrorisme en el turisme, doncs és un fenomen creixent (Enders et al., 1992; Larsen et al., 2009; Pizam, 1999).

A l'informe anual d'activitat terrorista publicat pel Departament d'Estat dels Estats Units "Patterns of Global Terrorism" (1990, 1991, 1992, 1993, 1994), es defineix el terrorisme com a "violència premeditada, motivada per qüestions polítiques, perpetrada contra grups civils i militars desarmats realitzada per subgrups nacionals [...] normalment destinada a influenciar una audiència" (citat per Sönmez & Graefe, 1998). Enders et al. (1992) considera que tant l'ús de la violència, com l'amenaça de fer-la servir per assolir objectius polítics a través de la por, són actes terroristes. Quan aquests actes involucren persones o territoris de diferents països es parla de terrorisme internacional (Departament d'Estat dels Estats Units, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994 citat per Sönmez & Graefe, 1998).

Els turistes esdevenen un objectiu estratègic del fenomen per ser un col·lectiu vulnerable al trobar-se fora del seu entorn habitual, a la vegada que permeten internacionalitzar i magnificar la causa de l'atemptat terrorista (Enders et al., 1992; Korstanje, 2012; Sönmez & Graefe, 1998). També es pot donar el cas si els turistes són l'objectiu, perquè es consideren l'origen de tensions polítiques i econòmiques, en especial en zones en que el nivell de renda és molt diferent entre turistes i població local (Enders et al., 1992; Pizam, 1999; Sönmez & Graefe, 1998). Pizam (1999) mostra en el seu estudi que l'impacte en la demanda turística després de crims i terrorisme comesos contra turistes s'ha estudiat més que no pas quan aquests es cometien contra població civil.

La percepció del risc ha augmentat amb els anys degut a la intervenció dels mitjans de comunicació (Araña & León, 2008). Els mitjans de comunicació han posat de manifest problemàtiques i amenaces, facilitant que determinats esdeveniments arribin al gran públic, i han generat turistes més aprensius. Aquesta percepció del risc incideix tant abans de la

decisió de compra com després, i pot dur fins i tot a la cancel·lació de viatges (Araña & León, 2008; Larsen et al., 2009; Sönmez & Graefe, 1998).

Altres autors s'oposen a aquestes conclusions, i consideren que l'aparició de les crisis als mitjans ha creat certa adaptació i normalització del risc. Fins i tot s'ha argumentat que el capitalisme es veu afavorit per la cobertura mediàtica d'aquests fenòmens, perquè promou la venda de productes i serveis com poden ser les assegurances de viatge (Korstanje, 2012). L'asseguradora International SOS (2020), per exemple, elabora cada any un mapa on identifica el nivell de risc sanitari i de seguretat dels països amb diferents escales i mostra on ofereix els seus serveis, element que pot ser percebut com una estratègia de màrqueting [Annex 1]. D'altra banda la cobertura de les crisis pot ser emprada pels grups que causants (en cas de ser provocades per éssers humans) com un avantatge pel major impacte social (Sönmez & Graefe, 1998).

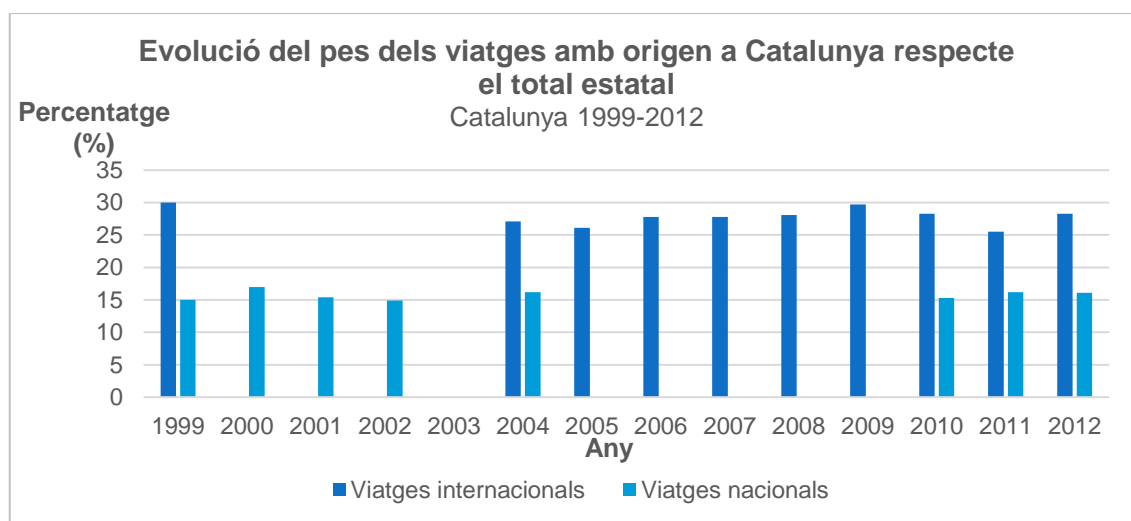
Es planteja també que la percepció de risc té impactes negatius i positius. Les destinacions afectades pateixen impactes negatius, mentre que se'n veuen beneficiades destinacions substitutives de condicions similars i menor risc (Araña & León, 2008). Està clar que el turista, com s'ha dit, compara costos i beneficis de viatjar a diferents territoris, i opta per l'indret que genera major benefici a un cost menor (Baloglu & McCleary, 1999; Muñoz, 2002; Ruan et al., 2017; Sönmez & Graefe, 1998). Per tant, el risc es considera un cost a evitar o reduir, motivant que minvi la disposició a pagar per viatjar segons a quin lloc. Això pot dur a modificar la destinació inicial, sempre que sigui fàcil de substituir. Com més excepcional és la destinació, més difícil és substituir-la, i la percepció de risc en aquest cas esdevé menys rellevant (Araña & León, 2008; Ender & Sandler, 1991 citat per Araña & León, 2008 i Sönmez & Graefe, 1998; Enders et al., 1992; Yechiam, Barron & Erev, 2005 citat per Araña & León, 2008).

Donat que s'ha demostrat que el risc genera impactes en la demanda turística, tant per sí mateix com per la informació dels mitjans de comunicació, les destinacions creen campanyes publicitàries per modificar-ne positivament la seva imatge i els governs aposten per majors mesures de seguretat (Enders et al., 1992; Korstanje, 2012; Pizam, 1999). De fet, degut a que els turistes busquen racionalitzar el risc (Korstanje, 2012), es recomana des de diferents estudis que es generin estratègies de màrqueting, publicitat, i fins i tot, informació sobre el risc perquè els turistes la puguin incorporar en la seva imatge i el percebin com a menor. És a dir, tenir informació minimitza la incertesa del viatge, que causa la preocupació, i permet identificar la probabilitat i impacte reals del possible esdeveniment negatiu, minorant la percepció de risc individual (Pizam, 1999; Sönmez & Graefe, 1998). Per tant, la gestió del risc és essencial per impulsar de nou una destinació després d'una crisi (Ruan et al., 2017), especialment si es té en compte la quantitat de successos que poden ser percebuts com a perillosos arreu del món.

### 3. PERFIL DEL TURISTA EMISSOR CATALÀ

A finals del segle XX, Espanya generava una mitjana anual de 7,5 milions de viatges a l'estranger. França, Portugal, Alemanya, Itàlia i el Regne Unit eren les principals destinacions, i aglutinaven el 65% dels desplaçaments. Un 80% d'aquests viatges, concentrats en un 40% a l'estiu (juliol-setembre) eren de lleure (Organització Mundial del Turisme (OMT), 2001).

En aquell moment, Catalunya es caracteritzava per ser la comunitat autònoma que més destacava turísticament, essent una destinació turística rellevant tant a nivell nacional com internacional. Sovint Catalunya ha estat la principal comunitat autònoma emissora de turisme (gràfic 2), tant amb destinació nacional com internacional.



Gràfic 2: Evolució del pes dels viatges amb origen a Catalunya respecte el total estatal. Elaboració pròpia segons dades del Instituto de Estudios Turísticos (2000-2013).

Catalunya ocupa la segona o tercera posició com a comunitat autònoma emissora de viatges dins l'Estat, amb un percentatge al voltant del 16%. D'aquests viatges interiors, el 2012 per exemple, un 77,10% es realitzà dins la mateixa comunitat (Instituto De Estudios Turísticos, 2013), essent la Costa Brava, la Costa Daurada i els Pirineus i la Vall d'Aran les principals destinacions (Cortés Jiménez, 2010). La segona i tercera comunitat on viatjava la població catalana van ser Aragó i la Comunitat Valenciana (Instituto De Estudios Turísticos, 2013).

En el cas dels viatges a l'estranger, des del 1999, el 30% del turisme emissor espanyol té origen a Catalunya, essent la principal comunitat emissora. Per darrere s'hi troben la Comunitat de Madrid i Andalusia, si bé aquesta a major distància. La suma de les tres comunitats concentra més de la meitat de viatges de la població espanyola a l'estranger (Instituto De Estudios Turísticos, 2000, 2001, 2002, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013; Organització Mundial del Turisme (OMT), 2001).

El pes dels viatges internacionals a Catalunya representà al 2012, el 12,80% dels viatges realitzats per la població catalana, ocupant el segon lloc a l'Estat.

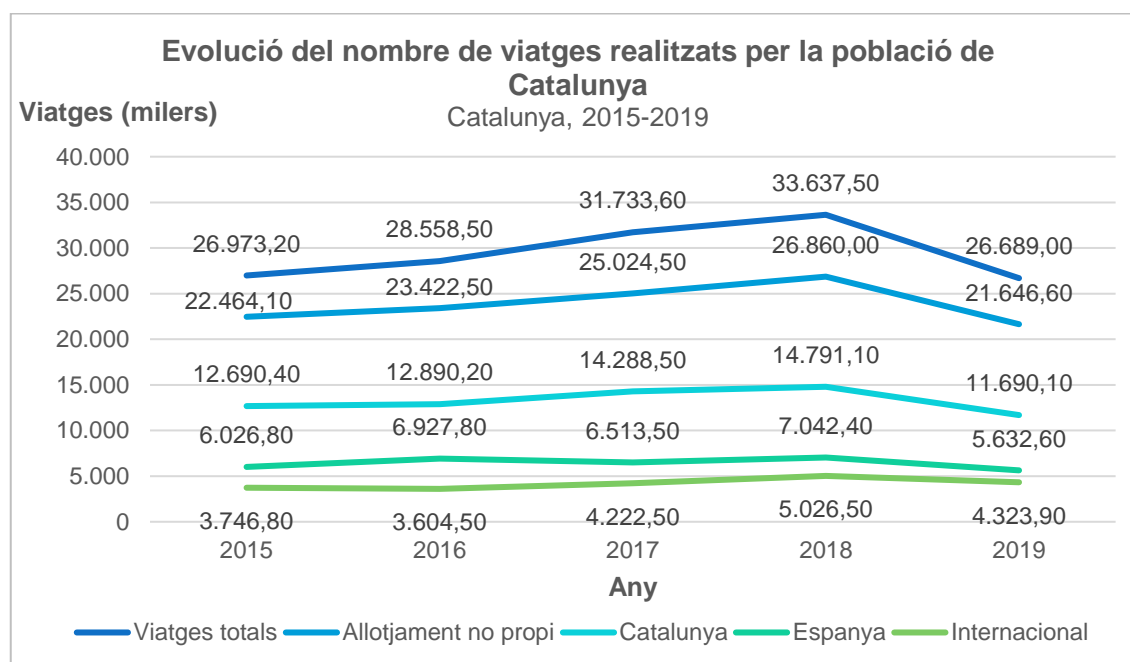
Pel que fa a l'estacionalitat que caracteritza els viatges estatals, Catalunya no és una excepció. El 2012 per exemple, durant els mesos d'estiu efectuà 3,2 milions de viatges, amb destinació principal diversos punts de la mateixa comunitat autònoma.

Finalment, també és d'interès destacar que és la comunitat autònoma que realitza més excursions (Instituto De Estudios Turísticos, 2013).

Aquestes dades presenten la població catalana com un important mercat emissor de turistes, i a continuació es descriuen de manera més exhaustiva les seves característiques.

### 3.1. Evolució de les sortides

Segons dades del *Instituto Nacional de Estadística* (2020) i l'Observatori d'empresa i ocupació (2020) la població de Catalunya va realitzar de gener a setembre del 2019 al voltant de 26.689.000 viatges, gairebé superant el total de realitzats al 2015. S'observa en el gràfic 3 que el nombre de viatges presenta una tendència creixent, augmentant del 2015 al 2018 en un 24,71%. També s'identifica que la major part de viatges són en allotjaments no propis. En el 2019, per exemple, aquests representen un 81,11% del total de viatges realitzats per la població de Catalunya (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).



Gràfic 3: Evolució del nombre de viatges realitzats per la població de Catalunya del 2015 al 2019: totals, en allotjaments no propis i segons destinació. Elaboració pròpia segons dades de l'INE i l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

En quant a destinació, destaquen, com s'ha comentat, els viatges realitzats dins de la mateixa comunitat autònoma (Instituto De Estudios Turísticos, 2013). Els viatges en allotjament no propi amb destinació Catalunya els nou primers mesos del 2019 representen

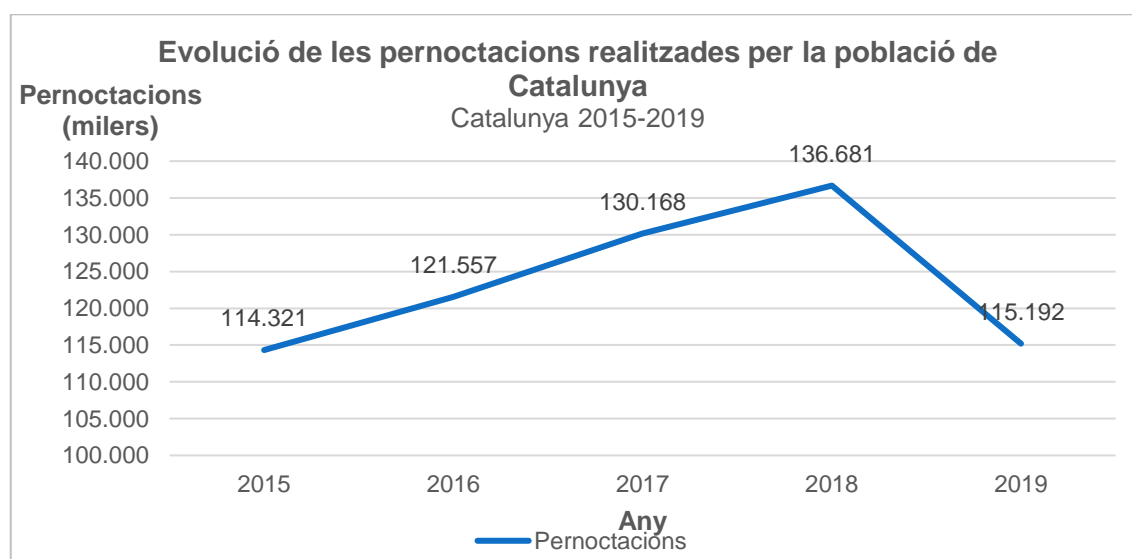
un 54% dels viatges nacionals i internacionals de la població catalana, i un 43,80% del total de viatges en qualsevol tipus d'allotjament i destinació.

En allotjament no propi, la població catalana dobla aproximadament en nombre de viatges i destinació Catalunya, al nombre de viatges a altres punts de l'Estat espanyol.

En última posició hi ha els viatges internacionals, amb aproximadament un milió menys de desplaçaments en els primers trimestres del 2019, en relació als nacionals, exceptuant Catalunya (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019b, 2019a, 2020).

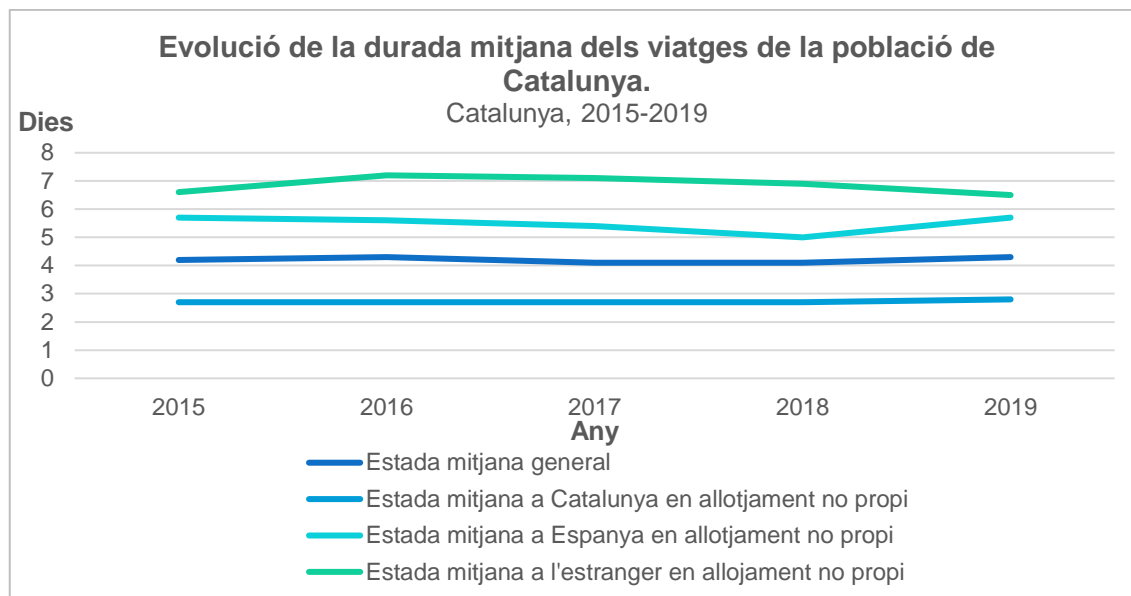
Aquestes sortides es tradueixen en les pernoctacions del el gràfic 4, que mostra un augment del 19,56% del 2015 al 2018, evidenciant que la durada dels viatges no ha augmentat en la mateixa mesura que la quantitat de viatges.

Un altre element destacable és que en només 9 mesos del 2019 ja s'han superat les pernoctacions totals del 2015. En aquest cas, si que impliquen viatges de major durada, ja que quan s'observa el nombre de viatges, al setembre de 2019 encara no s'havia arribat al nombre de desplaçaments totals del 2015 en cap cas excepte en el dels viatges internacionals.



Gràfic 4: Evolució de les pernoctacions realitzades per la població de Catalunya del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'INE.

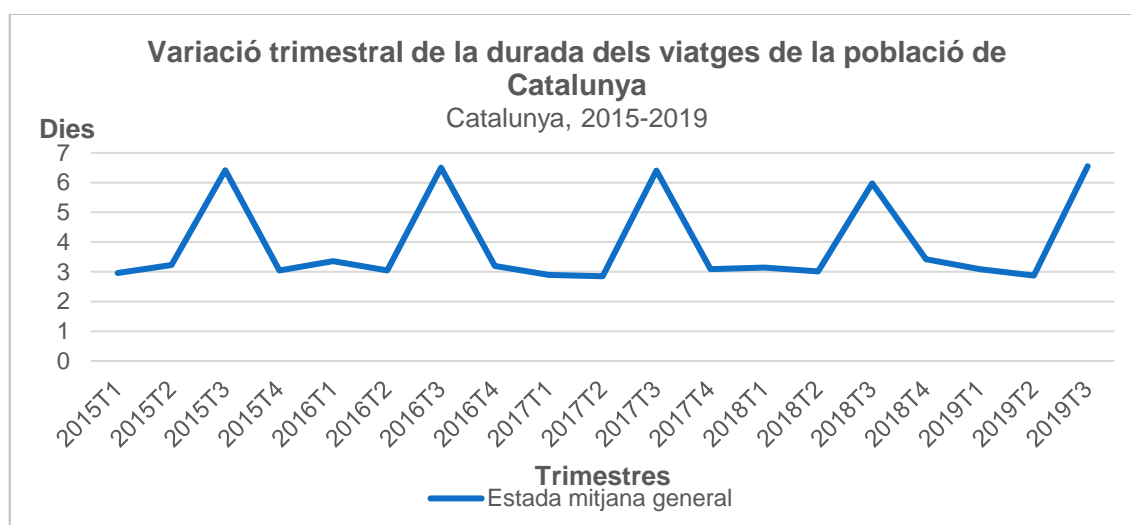
Com es mostra en el gràfic 5, els viatges a l'estranger en allotjament no propi presenten una durada mitjana major que la mitjana general, situada al voltant de 4 nits, reforçant la idea de que fins el setembre del 2019 han pujat les pernoctacions perquè s'han fet més viatges de llargs, si bé al 2019 aquesta durada s'ha reduït lleugerament respecte exercicis anteriors.



Gràfic 5: Evolució de la durada mitjana dels viatges de la població de Catalunya del 2015 al 2019: general i en allotjaments no propis segons destinació. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

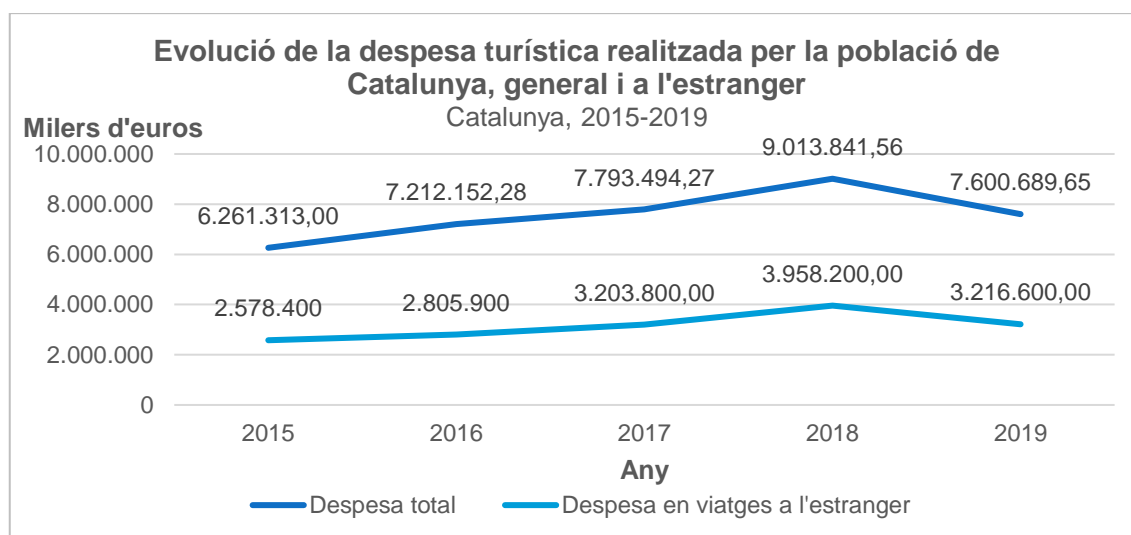
Una altra característica dels viatges de la població catalana és l'oscil·lació de la seva durada al llarg de l'any, observable en el gràfic 6. A l'estiu, o tercer trimestre (juliol, agost i setembre), l'estada mitja és gairebé el doble que la resta de l'any. Les vacances escolars i l'elevat nombre de persones amb vacances estivals, permeten estades més llargues, que durant el curs acadèmic, en que els viatges són puntuals, de cap de setmana o en ponts, seguint la tendència europea de reduir la llarga estada i augmentar la quantitat (Cortés Jiménez, 2010; La Xarxa, 2004).

La mitjana trimestral, estable els darrers exercicis, es mostra el tercer trimestre del 2019 un pèl per sobre d'anys anteriors, en especial del 2018 que havia estat lleugerament inferior.



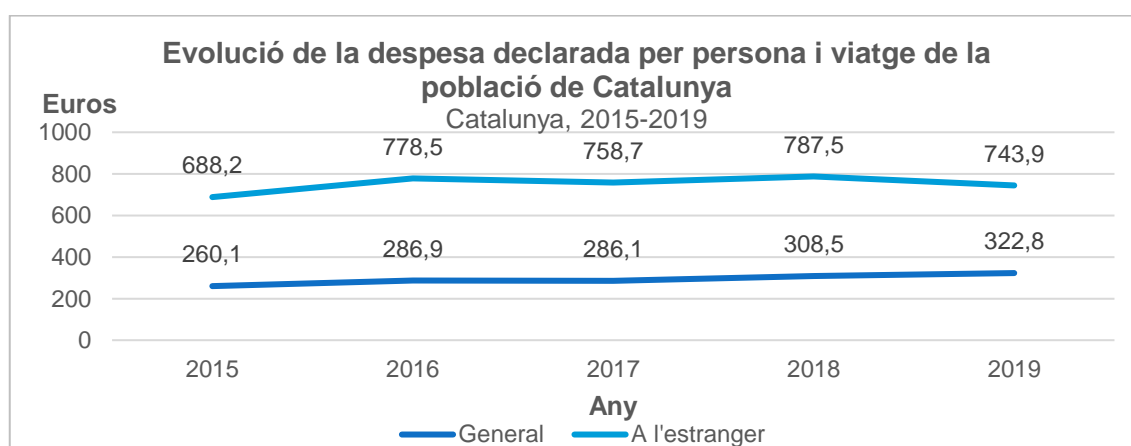
Gràfic 6: Variació trimestral de la durada dels viatges de la població de Catalunya del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'INE.

Respecte la despesa en viatges, també s'evidencia la tendència creixent com a la resta de dades comentades. Així el gràfic 7, indica que del 2015 al 2018 aquesta s'incrementà en un 43,96%, essent la dels tres primers trimestres del 2019 superior a tota l'efectuada el 2016. Mentre que la dels viatges internacionals en concret, pujà un 53,31% del 2015 al 2018, superant en els 9 primers mesos del 2019 el total de la realitzada el 2017. Una dada, aquesta darrera, que podria estar relacionada amb l'augment de viatges internacionals.



Gràfic 7: Evolució de la despesa turística realitzada per la població de Catalunya del 2015 al 2019: general i a l'estranger en allotjament no propi. Elaboració pròpia segons dades de l'INE i l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

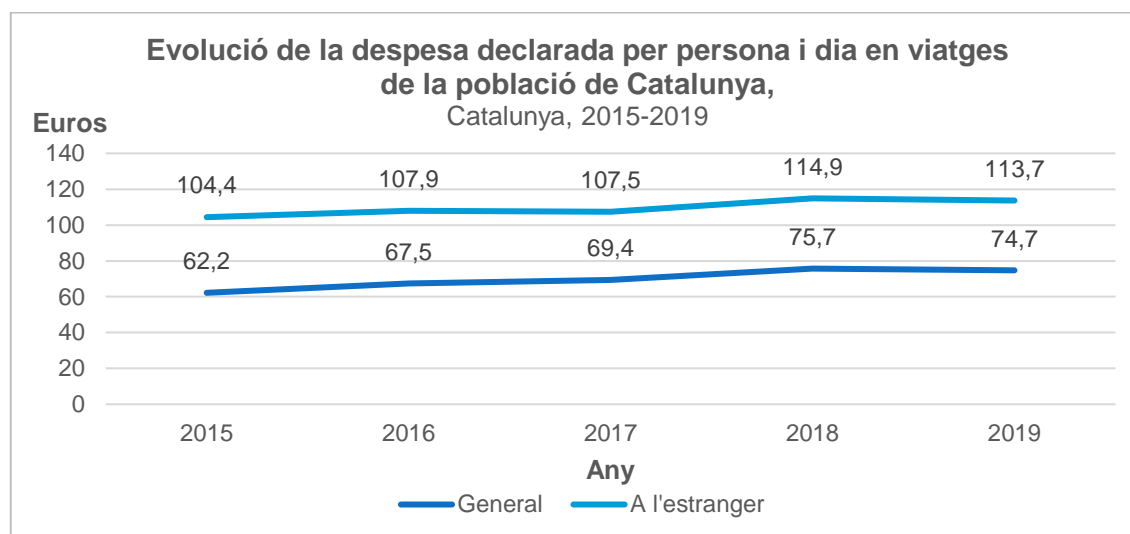
La despesa per persona i viatge també s'eleva però moderadament, un 18,61% de forma general i un 14,43% en viatges a l'estranger. Al gràfic 8 també mostra que la despesa per persona i viatge, si aquest és fora del país d'origen, és més del doble que la mitja general. Malgrat la despesa per persona i viatge a l'estranger supera a la general, el gràfic 7 indica que aquests viatges són al voltant d'un 40% de la despesa total en viatges, doncs els viatges internacionals només representen el 15% dels que la població catalana fa al llarg de l'any.



Gràfic 8: Evolució de la despesa declarada per persona i viatge de la població de Catalunya del 2015 al 2019: mitjana general i mitjana dels viatges a l'estranger en allotjament no propi. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

Si s'observa la despesa per persona i dia (gràfic 9) es torna a veure que la realitzada en viatges a l'estranger supera la general aproximadament en un 50%. Cal recordar que en la general s'inclouen els viatges amb allotjaments en segones residències o en casa de familiars o amics, característiques que solen fer-ne disminuir el preu. També influeix la proximitat de la destinació respecte l'origen, relacionada amb la despesa de transport.

El creixement de la despesa per persona i dia en viatges és del 21,70% entre el 2015 i el 2018 en general i del 10,06% en els viatges internacionals.



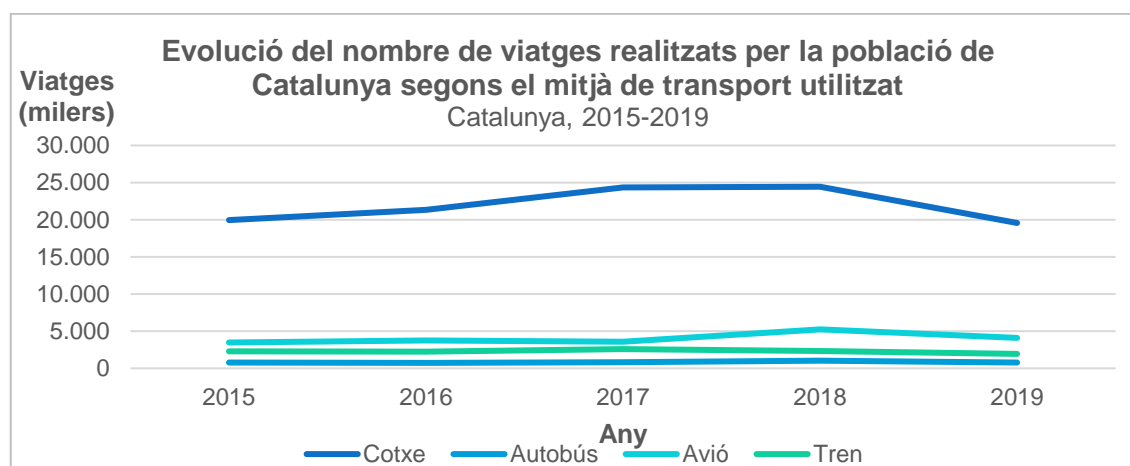
Gràfic 9: Evolució de la despesa declarada per persona i dia en viatges de la població de Catalunya del 2015 al 2019: mitjana general i mitjana en els viatges a l'estranger en allotjament no propi. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

### 3.2. Característiques dels viatges de la població catalana

Tal com s'ha mostrat, la població viatgera de Catalunya és de les més rellevants de l'Estat. Viatjar és una activitat consolidada dins la societat catalana, apareixent diferents perfils de viatgers al llarg del temps. Exemples en són viatjar a segones residències, habitualment a la costa catalana, realitzar esquiwades als Pirineus, aprofitar els vols de baix cost per visitar alguns destins europeus, etc. El que tenen en comú els viatges de la població catalana és que són dinàmics i actius. La població té interès en conèixer espais, cultures i activitats diferents, ja sigui dins, o fora de Catalunya (Cortés Jiménez, 2010).

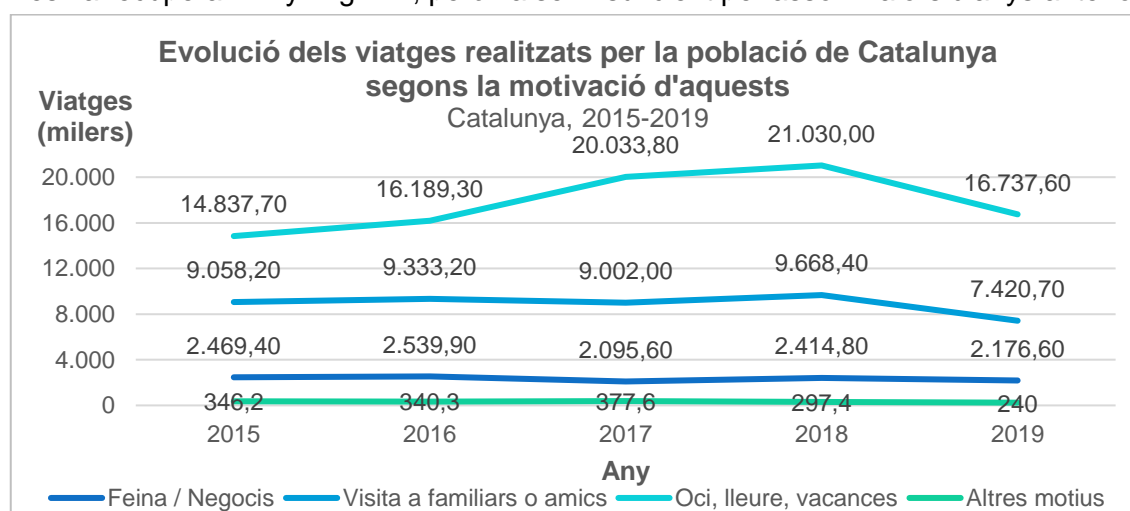
Malgrat l'elevat nombre de famílies amb segona residència que hi havia abans, actualment el preu d'adquisició d'aquestes ha fet que s'estanqui, i fins i tot disminueixi. Com s'observava en el gràfic 3, aproximadament un 80% dels viatges es realitzen en allotjaments no propis, es a dir, alternatius a la segona residència. Al fenomen també hi han contribuït els desplegament dels vols de baix cost i l'alta competitivitat turística, que ha permès abaratir la despesa de viatjar, juntament amb els canvis en el model de consum i l'accés a Internet, ja que la població catalana selecciona amb cura la informació per planificar un viatge (Cortés Jiménez, 2010; La Xarxa, 2004; Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).

Les infraestructures de comunicació i la posició de Catalunya són elements que afavoreixen els desplaçaments, especialment disposar de 3 aeroports, doncs com mostra el gràfic 10, l'avió és, després del cotxe, el transport més emprat per la població turística catalana (Cortés Jiménez, 2010; Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).



Gràfic 10: Evolució del nombre de viatges realitzats per la població de Catalunya segons el mitjà de transport utilitzat del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

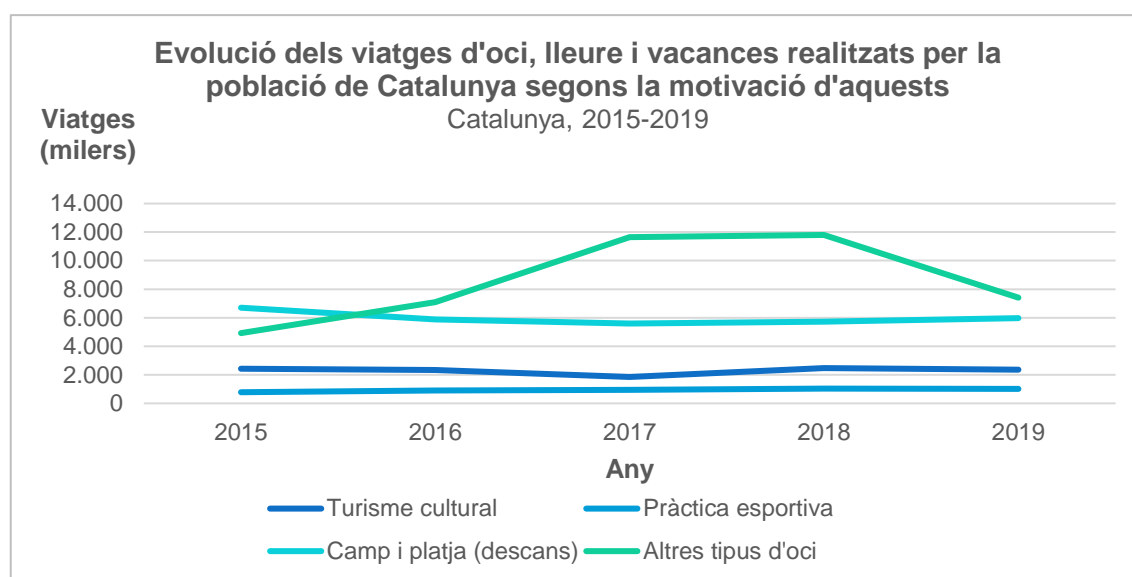
Respecte les raons principals per viatjar, aquestes són l'oci i les vacances (Cortés Jiménez, 2010). Al gràfic 11 s'aprecia com l'oci, com a motiu del viatge, duplica els darrers anys la segona causa generadora de més viatges, la visita a familiars o amigats, la qual al seu torn, quadruplica els viatges de negocis o laborals. Del 2015 al 2018, en concret, hi ha un creixement del 41,73% dels viatges de lleure i vacances, essent la raó que experimenta un augment més marcat. En el mateix període els viatges a familiars o amics creixen un total del 6,74%, si bé el 2017 s'observava una disminució dels mateixos. Pel que fa als viatges de negocis, el 2018 se situaven un 2,21% per sota dels del 2015, en aquest cas, la davallada del 2017 es va recuperar l'any següent, però va ser insuficient per assolir valors d'anys anteriors.



Gràfic 11: Evolució dels viatges realitzats per la població de Catalunya segons la motivació d'aquests del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

El grup Altres, mostrat en el gràfic 11, inclou viatges motivats per compres, tractaments de salut, religió o viatges d'incentiu. Es donen agregats pel baix pes que tenen en relació a les altres raons. Destaca que aquest grup experimentés un augment del 2015 al 2017 i la caiguda considerable del 2018, així com la seva davallada del 14,10% si s'observa el conjunt del període 2015-2018 (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).

Dins dels viatges d'oci, la modalitat de descans, sol i platja que destacava al 2015, perd importància davant la resta de formes d'oci de la destinació (gràfic 12), que ha augmentat en un 139,65% del 2015 al 2018. Aquestes inclouen totes les activitats d'oci que no són esportives, culturals, ni de sol i platja, i si poden incloure parcs temàtics, festivals, etc. La motivació de sol i platja es manté en una segona posició força estancada, que del 2015 al 2018 va disminuir en un 14,67%, però que els tres primers trimestres del 2019 recupera i supera els valors totals del 2018. El turisme cultural ocupa la tercera posició del rànquing, amb un increment del 1,84% del 2015 al 2018. I en última posició s'ubica el turisme esportiu, que representa un 4,93% del total de viatges d'oci, i que ha crescut en un 32,60% del 2015 al 2018 (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).



Gràfic 12: Evolució dels viatges d'oci, lleure i vacances realitzats per la població de Catalunya segons la motivació d'aquests. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

Aquests viatges solen estar organitzats pels propis turistes, gràcies a l'accés a Internet cada vegada més generalitzat (Cortés Jiménez, 2010). Un 95,60% de la població viatja sense fer ús de paquets turístics (confrontar gràfic 1 de l'annex 3), els quals s'associen a les agències de viatges (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020). Tot i així, una part de la població segueix contractant paquets turístics a les agències, sobre tot quan es viatja a l'estranger. L'any 2000, per exemple, el 59% dels viatges a l'estranger es van reservar amb agències de viatges (Organització Mundial del Turisme (OMT), 2001).

Així doncs, havent constatat que els viatges internacionals han augmentat en els darrers anys, a la vegada que ha proliferat l'aparició d'agències de viatges *online*, que elaboren i comercialitzen paquets igual que les agències físiques, és normal que es mantingui cert percentatge de viatges contractats en format de paquets turístics.

La forma més habitual que té la població catalana d'allotjar-se durant els viatges és en habitatges de familiars o d'amics, una dada que es vincula amb l'elevat nombre de viatges interns, i amb que sovint es té família en altres punts del territori nacional. Tal com s'observa en el gràfic 13, aquesta opció va ser escollida el 2018 en un 36,22% dels casos per la població catalana, i ha crescut un 9% del 2015 al 2018, tot i un descens el 2016.

En segona posició, trobem els viatges amb estada en establiments hotelers o similars, que representaven un 25,20% del total el 2018, i han crescut un 19,64%.

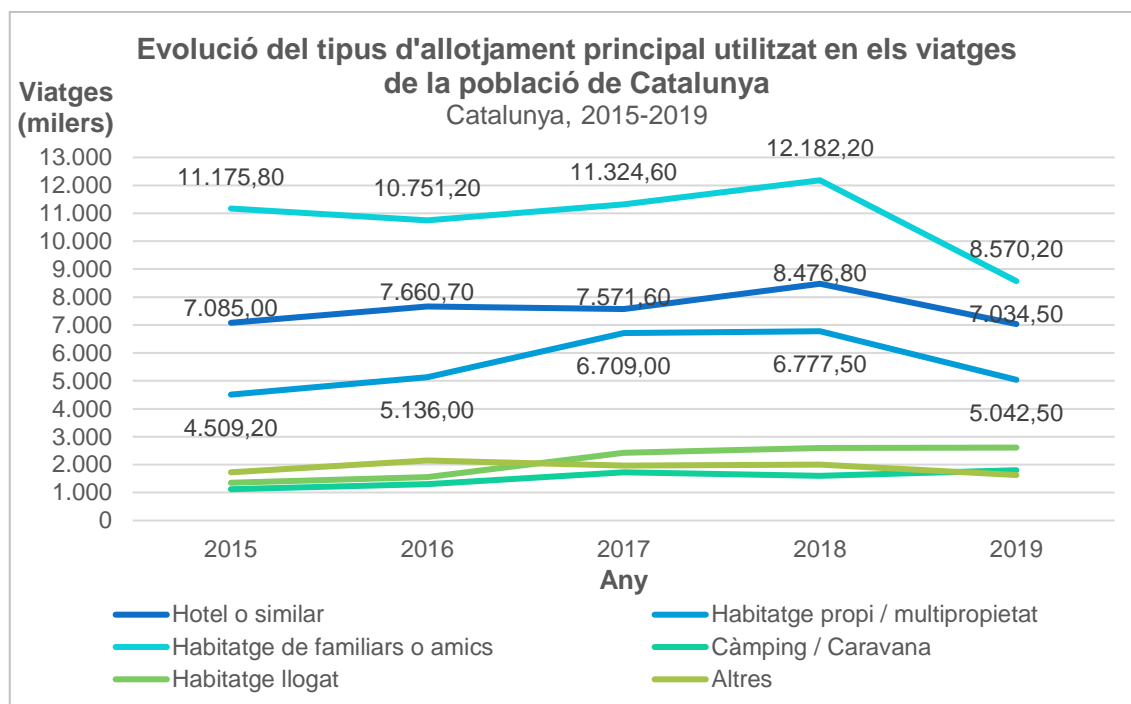
En tercer lloc se situen els viatges amb allotjament en habitatge propi, posició que com s'ha comentat abans, ha perdut rellevància pel preu d'adquisició i les alternatives competitives de viatges a l'estranger amb companyies aèries de baix cost. Tot i així, del 2015 al 2018 ha pujat en un 50,30%.

Els lloguers d'allotjament són a la quarta posició actualment, una modalitat que ha crescut el 92,22% del 2015 al 2018, gairebé duplicant-se, i només en tres trimestres del 2019 ja se superava el total de lloguers turístics del 2018. En aquesta línia és interessant mencionar la globalització d'aplicacions mòbil que faciliten l'accés a lloguers turístics, un fet que sens dubte contribueix a la tendència creixent d'aquesta tipologia.

La modalitat de càmping i caravana se situa en cinquena posició, també amb un important desenvolupament del 42,16% entre 2015 i 2018. Igual que en el cas dels lloguers turístics, en tres trimestres de 2019 s'ha superat el nombre de viatges en càmping i caravana del 2018.

Finalment s'agrupen en Altres, degut al poc pes que tenen en comparació amb les altres modalitats, els viatges amb allotjament en cases rurals, albergs, creuers, habitatges intercanviats, allotjaments de mercat i no mercat. Tots ells suposaven un 5,96% del total de viatges del 2018 (Observatori d'empresa i ocupació, 2016, 2017, 2019a, 2019b, 2020).

És interessant assenyalar que dins de Catalunya, es produeix una alta fidelització en els viatges que no es fan en segones residències, repetint destins fins a 3 vegades en períodes de 5 anys (Cortés Jiménez, 2010).



Gràfic 13: Evolució del tipus d'allotjament principal utilitzat en els viatges de la població de Catalunya del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.

Com a resum d'aquest apartat dir que s'ha pogut comprovar com la importància del turisme a Catalunya es produeix també en quant a comunitat emissora de turistes des de fa anys. Els viatges de vacances són els predominants, amb un fort interès cultural, i especial rellevància de ciutats i capitals europees com a destinació, afavorides per les comunicacions terrestres i els vols de baix cost, que corresponen als principals mitjans de transport a l'hora de viatjar. Per aquest motiu, ciutats com Londres, París i Roma són, tradicionalment, les principals destinacions en viatges a l'estranger de la població catalana (ACN, 2016; Rourera, 2013).

En els viatges de llarga durada, que solen coincidir amb els de llarga distància, també predominen destinacions com els Estats Units, en especial Nova York, Mèxic o el Carib, i Tailàndia i el Vietnam al continent asiàtic (ACN, 2016).

La majoria de viatges són organitzats pel propi turista, sense paquet, allotjant-se en cases de familiars i amics, coincidint amb visitar-los com a un dels principals motius del viatge.

## 4. VIATGERS I VIATGERES DE CLASSE MITJANA DE LA CATALUNYA SUD

El present capítol, com el proper, aborden específicament l'objectiu d'aquest estudi: conèixer la influència de la percepció de risc en l'elecció d'una destinació, i alhora esbrinar si paràmetres com el gènere, l'edat, el nivell d'estudis acabats i les persones acompanyants habituals de viatge en marquen diferències significatives.

A tals efectes, s'ha dissenyat una enquesta d'elaboració pròpia, la metodologia de la qual s'explicarà tot seguit. En el present capítol se'n mostren els resultats, permetent definir el perfil de la població viatgera de la Catalunya sud, mentre que en el capítol 5 s'analitza com aquest perfil es relaciona amb la formació d'imatge i la percepció del risc en la decisió de viatjar.

### 4.1. Metodologia: segment social format de renda mitjana

L'enquesta elaborada, consultable a l'annex 2, és qualitativa i consta de 22 preguntes repartides en 4 blocs:

- El primer bloc compren quatre preguntes tancades d'una única resposta possible per conèixer el perfil de la persona enquestada, que posteriorment servirà per comparar els resultats de les diferents preguntes. Aquestes fan referència al gènere, l'edat, el nivell d'estudis acabats i a si s'és estudiant universitari o no.
- El segon consta de quatre preguntes per saber el perfil viatger de de la mostra. En aquest sentit es pregunta, amb resposta tancada, si es viatja de manera habitual, a quines destinacions s'ha viatjat, amb qui s'acostuma a viatjar i el tipus de turisme que més els atrau. En el cas de les destinacions i els tipus de turisme la resposta pot ser múltiple.
- El tercer bloc, conformat per 3 preguntes, se centra en la formació d'imatge d'una destinació turística. Es demana a la persona que imagini que està decidint la destinació de les seves properes vacances a l'estranger i es pregunta per la font d'informació que té més influència en la imatge creada. És una pregunta tancada i d'una única resposta.

També es demana que valori la importància de deu factors involucrats en la decisió de viatjar a una determinada destinació. Cada factor s'ha d'avaluar segons el pes per a la persona que decideix, essent les opcions "Gens", "Poc" i "Molt". A continuació se sol·licita que dels mateixos deu factors es triï el que més influència té per aquesta persona.

- El darrer bloc es compon d'onze preguntes per conèixer com es percep la seguretat i com influeix en les decisions turístiques. Primerament es presenten tres preguntes, i en cada cas s'ha de seleccionar el factor que duria a descartar el viatge a una destinació en cas de ser percebut. Es presenten tres factors: "Inestabilitat política", "Risc sanitari" i "Risc

natural”, combinats en parelles en cadascuna de les 3 qüestions esmentades. L’objectiu és determinar quin d’aquests riscos és més decisiu a l’hora de descartar una destinació.

La pregunta 15 demana que per a cada continent es seleccioni el risc que més es percep, dels tres mencionats en l’anterior paràgraf. També és possible indicar que no se’n percep cap. Només permet una resposta per a cada continent.

De la 16 a la 21 es presenta una tipologia de risc juntament amb dos països on aquest hi és present. En cada cas es demana triar en quina de les dues destinacions el risc és percep més, essent possible també seleccionar l’opció “Les dues” o “Cap de les dues”, i admeten una única resposta per ítem. Els riscos són: “Risc natural”, “Inseguretat ciutadana”, “Amenaça terrorista”, “Amenaça sanitària”, “Inestabilitat política/jurídica” i “Conflicte obert”.

Finalment, l’última qüestió del bloc i del formulari demana el grau d’acord amb 5 afirmacions sobre decisions a prendre a l’hora de viatjar, tenint en compte el factor del risc. Les opcions possibles són: “Gens d’acord”, “Poc d’acord” i “Molt d’acord”.

Pel que fa a la mostra, la primera consideració a prendre per tal de que les dades aportades a continuació siguin més significatives és la cerca d’homogeneïtat del perfil sociològic, permetent que característiques com edat i gènere, per exemple, prenguin major significació.

En aquesta línia, cal dir que l’enquesta ha estat contestada per població de la Catalunya sud de classe mitjana. La classe mitjana és una categoria social que es pot definir de formes diferents segons la variable de la població que es pren de referència. Tot i així, una aproximació actual i genèrica, podria ser que es tracta de la categoria social que s’ha establert enmig de la jerarquia social, corresponent a les persones que han superat les dificultats quotidianes que han d’afrontar les de classes populars però sense assegurar la seguretat i comoditat a llarg termini de la classe alta. Es considera també que aquesta posició es troba vinculada a l’esforç i al capital educacional.

Tradicionalment, l’element que determinava la classe social de pertinença era el nivell de renda. Actualment factors com la capacitat de consum, l’ocupació (tant per la tipologia de feines, com de contractes i nivells de responsabilitat), el nivell d’estudis acabats i els interessos i activitats culturals desenvolupades, també es tenen en compte a l’hora de situar la població en una determinada classe social (Espinoza & Barozet, 2008).

Pel que fa a la mostra del present treball, s’ha seleccionat mitjançant el mètode de bola de neu, iniciat en gent que correspon a aquesta classe social pels estudis actuals o acabats (realitzant estudis universitaris o havent-los superat), inquietuds culturals (voluntat viatgera i en especial de realització de turisme cultural) i llocs de treball que presenten. I a partir d’aquestes, s’accedeix a persones de classe mitjana per vinculació estreta, és a dir, per les

xarxes de relació entre les persones al lloc de treball, d'estudi, els llocs que freqüenta, etc. doncs s'acostuma a compartir classe social.

Quant al procés de recopilació de respostes, aquest s'inicia amb el primer enviament de l'enquesta, l'11 de març de 2020, a persones conegudes que es troben cursant actualment algun grau a la URV (per ser la universitat de la Catalunya sud) o s'han graduat recentment. A aquestes se'ls demana fer extensible el qüestionari a altres persones que compleixin aquest requisit, de manera que la primera mostra s'obté a partir del mètode esmentat.

El mateix dia, i amb l'objectiu d'arribar a una mostra d'edat diferent, es contacta per correu electrònic amb dues associacions, sol·licitant la tramesa de l'enquesta als seus membres. Es contacta amb la Federació d'Associacions de gent gran de Catalunya, que compta amb un Club de Turisme Sociocultural, i amb Fira Gran, portal web per a persones grans de Catalunya. En cap dels casos s'obté resposta.

A través del web de la Facultat de ciències jurídiques de la URV s'estableix contacte amb tres associacions d'antics alumnes, amb el mateix objectiu, difondre el qüestionari a persones d'edat diferent. Aquestes són: l'Associació d'exalumnes de Dret, l'Associació d'alumnes i exalumnes de Dret Ambiental de Tarragona i l'Associació d'antics alumnes de Relacions laborals i Ciències del treball. L'única que segueix activa és la segona, que accepta distribuir el formulari entre els seus exalumnes. En el cas de l'Associació d'antics alumnes de Relacions laborals i Ciències del treball el seu antic responsable, el senyor Antonio Fernández, va compartir el qüestionari a les seves xarxes socials (Twitter i LinkedIn).

Finalment també es fa la petició de distribuir l'enquesta a l'Il·lustre Col·legi de l'Advocacia de Tarragona, als Col·legis Oficials de Metges de Tortosa, Reus i Tarragona, i al Col·legi d'Enginyers Tècnics Industrials de Tarragona, dels quals no s'obté resposta.

Davant del gairebé 90% de respostes al qüestionari de gent d'entre 18 i 34 anys, respecte el total de respostes, i la falta de contesta de moltes associacions contactades, s'opta per un segon enviament amb el mètode de bola de neu el 20 de març. Aquesta vegada l'enviament s'inicia a persones de l'entorn familiar, amb la finalitat de seguir dins de la xarxa de persones de classe mitjana, però amb una edat diferent, aquesta vegada al voltant dels 50 anys.

Cal ressaltar que la segona tramesa de l'enquesta es fa després de set dies de confinament a causa de la COVID-19, fet que pot incidir en la percepció del risc de viatjar, i per tant modificar la percepció prèvia de la primera tramesa quan, malgrat preveure's un confinament en breu, encara no s'havia produït.

En el tractament de les dades, aquestes es divideixen en determinats casos entre les obtingudes els dies 11 i 12 de març (75 respostes), i les obtingudes del 13 fins al tancament de l'admissió de qüestionaris, el 28 de març (122 respostes). S'opta per aquesta divisió

perquè a partir del dia 13 es decreta la suspensió de l'activitat lectiva a les universitats per la COVID-19, i donat que un segment important de la mostra és estudiant, la percepció del risc pot trobar-se esbiaixada respecte dates anteriors, quan la pandèmia encara tenia una incidència directa menor en el dia a dia de les persones.

Finalment, l'admissió de respostes tanca a les 18h del 28 de març assolint-ne 197.

#### 4.2. Característiques de la mostra

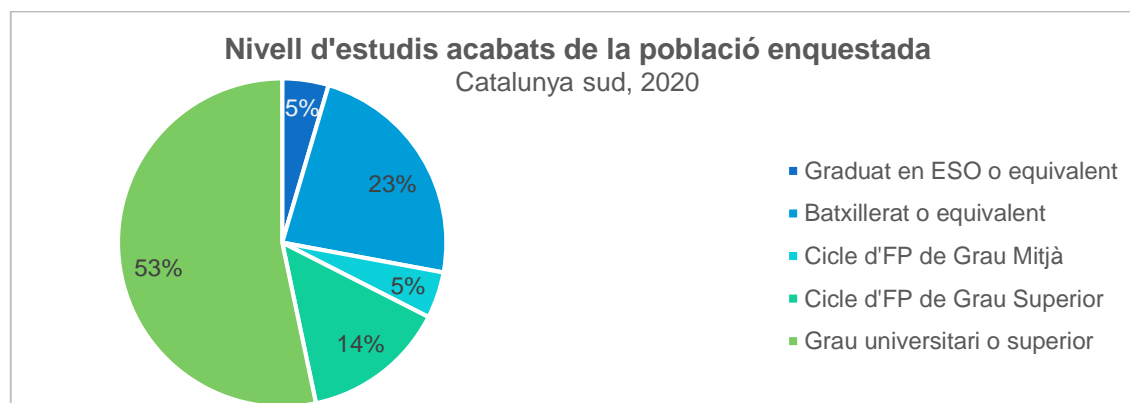
Com s'ha mencionat, l'enquesta compta amb un total de 197 respostes, un 71,57% de dones i un 28,43% d'homes.

Segons l'edat, un 40,10% de les respostes són de persones de 18 a 34 anys, un 29,44% de persones de 35 a 49 anys, un 27,41% de 50 a 64 anys, i un 3,05% de 65 anys o més. En detall, la resposta de majors de 35 anys es concentra majoritàriament a partir del 20 de març, principalment pel mètode de recopilació de respostes utilitzat a partir d'aquesta data fins el final. En aquest període es concentren totes les respostes de majors de 65 i un 91,38% i un 94,44% de les respostes de les franges de 35 a 49 anys i de 50 a 64 anys respectivament.

Respecte els estudis finalitzats per part de la població enquestada són, en més de la meitat de casos, universitaris o superiors (gràfic 14). I 86 persones estan cursant estudis universitaris. La franja d'edat amb més graduats universitaris és la de 35 a 49 anys, en la que només una de cada quatre persones no compta amb aquesta titulació.

En segona instància, s'identifica un 23,35% de persones que han finalitzat el batxillerat, de les quals 78,26% es troba actualment a la universitat.

El nivell formatiu amb menys resposta correspon a persones amb Graduat en ESO i amb un Cicle d'FP de grau mitjà. S'identifiquen més dones que homes amb aquesta formació, mentre que els percentatges d'homes amb estudis universitaris i Cicles d'FP de grau superior són lleugerament més alts. En el cas de Batxiller, la proporció entre gèneres és molt idèntica.



Gràfic 14: Nivell d'estudis acabats de la població enquestada. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 3 de l'enquesta.

### 4.3. Característiques del viatge per components sociodemogràfics

El present apartat, gràcies a la informació obtinguda amb l'enquesta realitzada, pretén definir el perfil viatger de les persones de classe mitjana de la Catalunya sud, així com veure les seves característiques en funció de diferents components sociodemogràfics.

En primer lloc destaca que gairebé un 70% de la mostra ha manifestat que viatja de manera habitual, una dada en línia amb la idea que la població Catalana té costum viatgera.

En l'estudi realitzat també s'han identificat les tipologies de turisme més atractives per a la mostra. En el gràfic 15 s'evidencia que el turisme cultural és el més escollit per la població del sud de Catalunya, i practicat per un 72,59% de persones que han participat en l'enquesta.

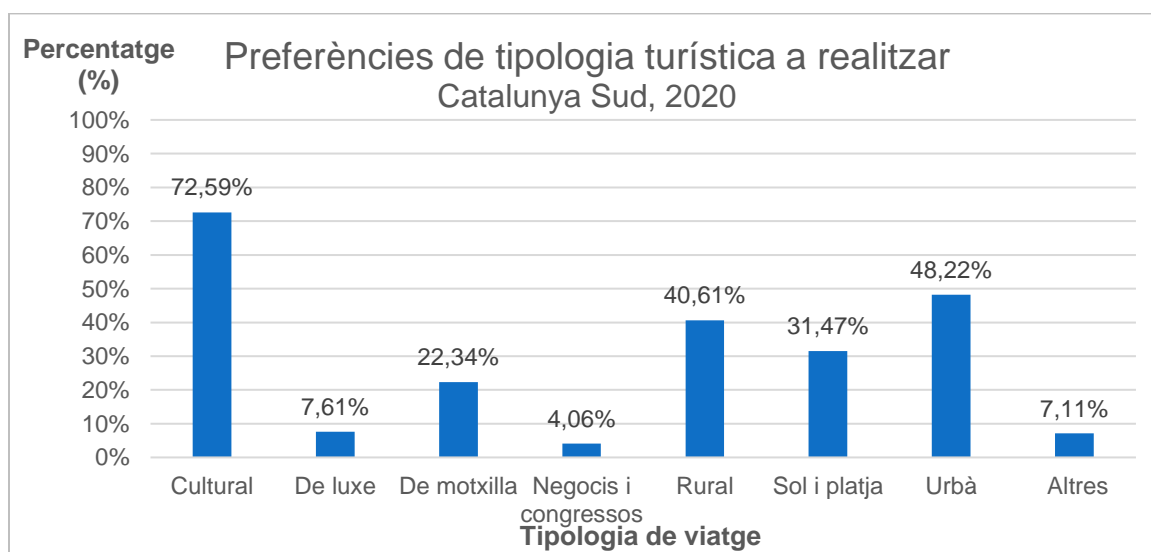
A aquesta modalitat la segueixen el turisme urbà, amb un 48,22% dels casos, i el turisme rural, atractiu per un 40,61% de les persones enquestades.

El turisme de sol i platja, tradicionalment el més estès, se situa en quarta posició, amb un 31,47% de persones que el trien com a modalitat preferida.

També s'identifica certa atracció pel turisme de motxilla, que es troba al voltant d'un 15% per sobre del turisme de luxe, i interessa a prop de la quarta part de la població enquestada.

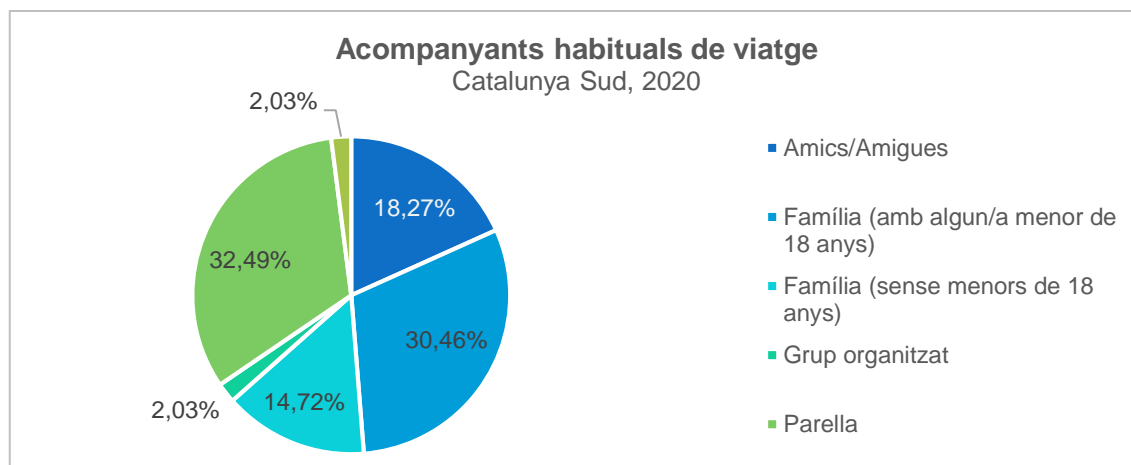
El turisme menys desitjat és el de negocis i congressos, amb només un 4,06% dels enquestats escollint-lo.

Dins la categoria "Altres" les persones han especificat majoritàriament turisme festiu i d'esdeveniments, concerts, festivals, etc., turisme esportiu i d'investigació.



Gràfic 15: Preferències de tipologia turística a realitzar. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 8 de l'enquesta.

A partir de les dades obtingudes s'han conegut les persones amb qui habitualment viatja la població catalana. Tal com presenta el gràfic 16, el més freqüent és viatjar en parella, seguit a poca distància dels viatges en família amb algun/a menor d'edat. En tercera posició se situen els viatges amb amics i/o amigues, i en quarta els familiars sense menors. L'última posició la comparteixen els viatges en solitari i els de grups organitzats, amb un 2,03% respectivament.



Gràfic 16: Acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 7 de l'enquesta.

Amb l'objectiu de veure com aquestes característiques varien segons diferents components sociodemogràfics, a continuació es presenta l'anàlisi del perfil viatger de la mostra enquestada segons el gènere, la edat, els estudis acabats i les persones acompanyants habituals.

#### 4.3.1. Característiques segons gènere

Del 30% de persones enquestades que no es consideren viatgeres habituals, un 32,62% són dones i un 28,57% homes, pel que es pot dir que hi ha un percentatge lleugerament superior d'homes, que de dones, que viatgen (confrontar gràfic 2 de l'annex 3).

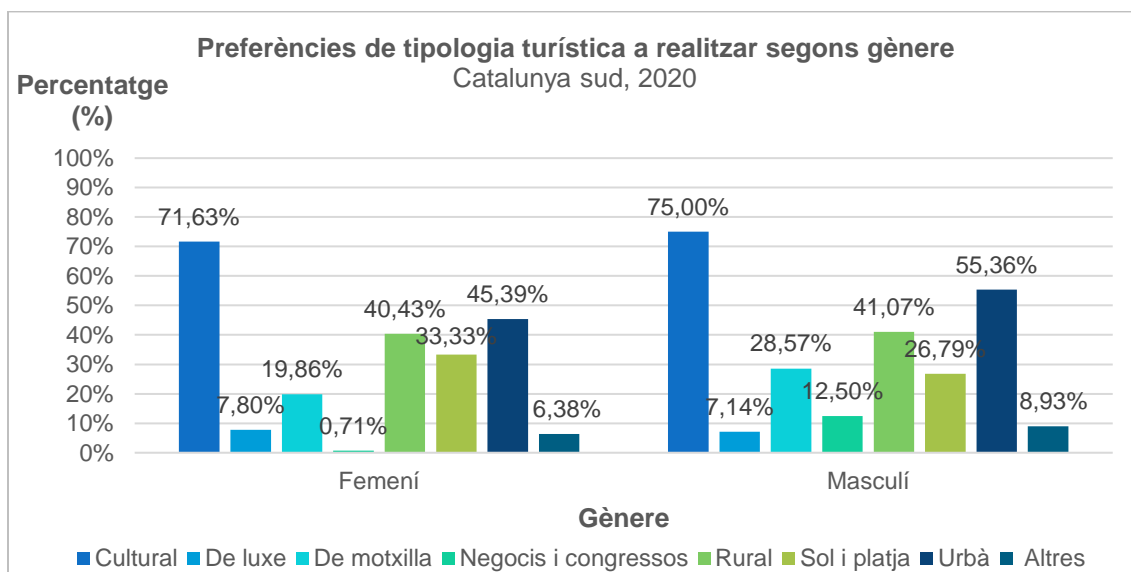
La modalitat de turisme preferida tant per dones com per homes és el turisme cultural (71,63% i 75% respectivament). La segona i tercera posició l'ocupen l'urbà (45,39% seleccionat per dones i 55,36% en el cas d'homes) i el rural (40,43% i 41,07% respectivament).

Les dones situen en la quarta posició el turisme de sol i platja, mentre que els homes hi situen el turisme de motxilla, atorgant al turisme de sol i platja el cinquè lloc.

Un altre interès diferenciat en funció de gènere, és que el 12,50% d'homes mostra interès pel turisme de congressos i negocis, situant-lo en la sisena posició, mentre que les dones el situen a l'últim lloc, amb un 0,71%.

El turisme de luxe, és lleugerament més triat per les dones, però gairebé és igual de desitjat.

Finalment, en la categoria d'Altres del gràfic 17, les dones inclouen modalitats de turisme esportiu i d'investigació, i els homes especifiquen turisme esportiu i de festivals de música.

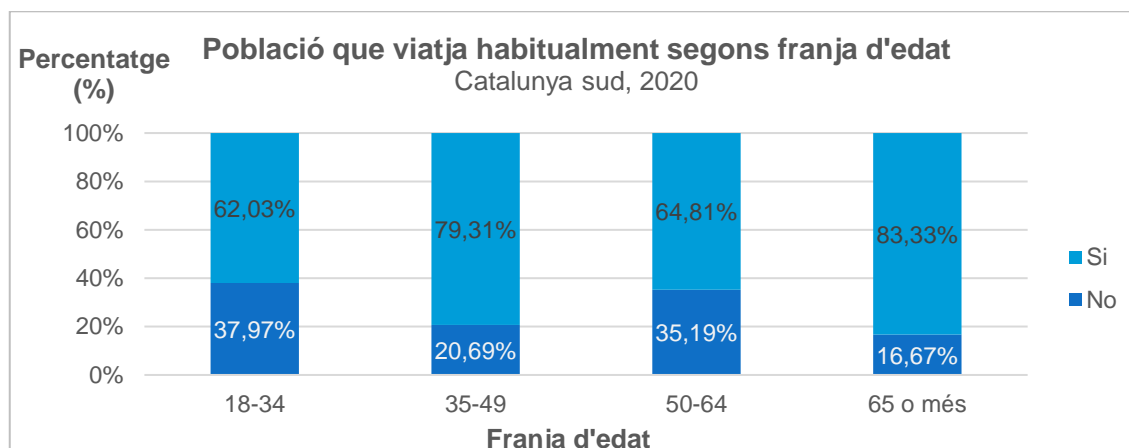


Gràfic 17: Preferències de tipologia turística a realitzar segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 1 i 8 de l'enquesta.

Pel que fa als acompanyants habituals, les dones solen viatjar més en família amb menors d'edat i en parella. Els homes, també viatgen sobre tot en parella, prop del 40% (10 punts per sobre del que ho fan elles), però en segon lloc viatgen amb el cercle d'amistats, concretament en un 21,43% de casos (uns 4 punts més que elles). Respecte els viatges en família, tant si és amb menors com sense, són menys en el cas dels homes, mentre que els viatges en grup organitzat i individuals són més habituals en ells (confrontar gràfic 3 de l'annex 3).

#### 4.3.2. Característiques segons edat

Majors de 65 anys i persones de 35 a 49 anys, són els grups que s'estimen més viatgers habituals, si bé en totes les franges més d'un 60% s'ho considera, com mostra el gràfic 18.

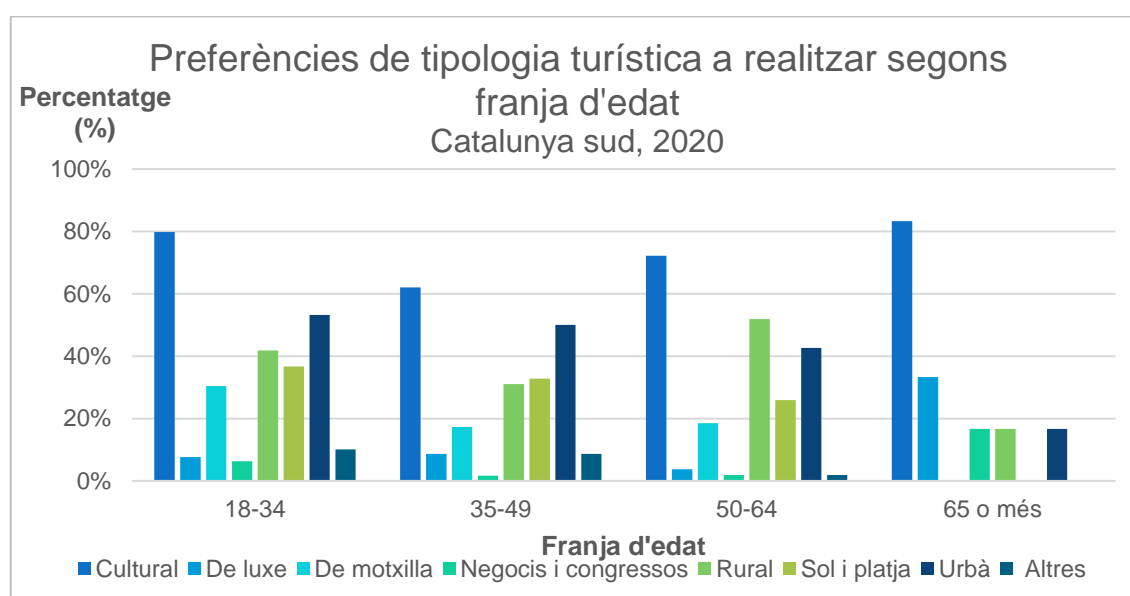


Gràfic 18: Població que viatja habitualment segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 2 i 5 de l'enquesta.

Les preferències pel tipus de turisme situen el turisme cultural al capdavant, independentment de l'edat, però el col·lectiu major de 65 anys és el que més l'esmenta, amb un 83,33%. Darrere del turisme cultural hi situa el turisme de luxe, essent la franja d'edat que més pes li dona, concretament un 33,33% com es mostra al gràfic 19.

El turisme urbà és una modalitat turística atractiva per aproximadament el 50% de la població. En el cas de persones d'entre 18 i 49 anys, el posicionen en la segona modalitat més rellevant, mentre que per la gent d'entre 50 i 64 anys ocupa la tercera posició, darrere del turisme rural que anteposen amb un 51,85% d'eleccions.

Les persones de 65 anys o més situen tant el turisme urbà com el rural en les últimes posicions, amb un 16,67% d'interessats en cada cas. En aquesta mateixa posició hi situen el turisme de negocis i congressos, que troba en aquest segment major interès que en els altres.

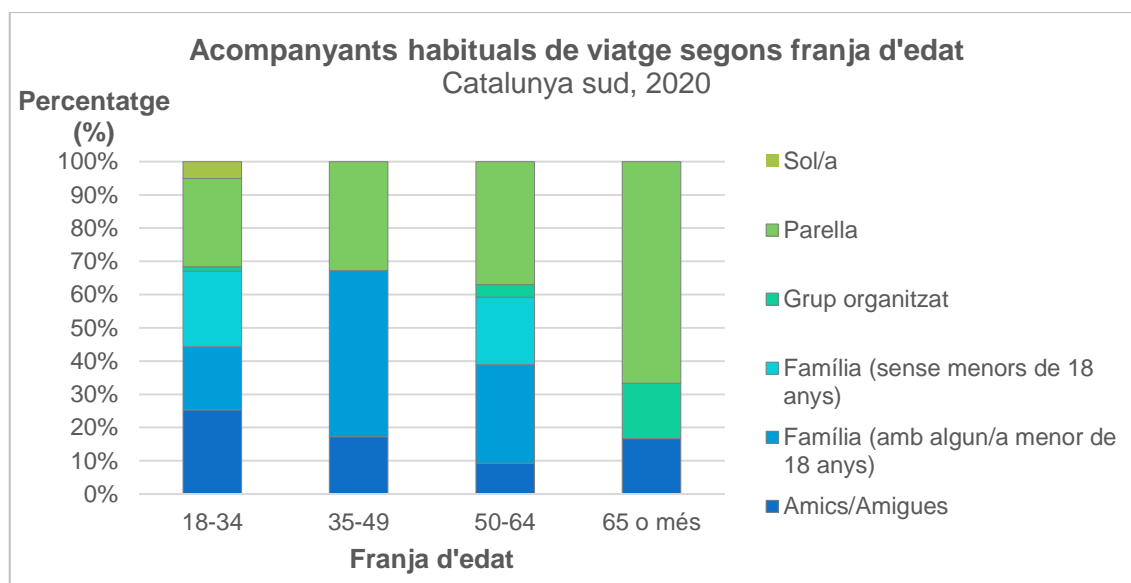


Gràfic 19: Preferències de tipologia turística a realitzar segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 2 i 8 de l'enquesta.

Seguint la tendència general, la majoria de persones viatgen amb la parella excepte en la franja d'edat de 35 a 49 anys en que predominen els viatges en família amb algun o alguna menor d'edat amb un 50% (gràfic 20).

Els majors de 65 anys viatgen en un 66,67% dels casos amb la parella i en un 16,67% amb amistats així com en grup organitzat. Són el grup que més viatja amb aquests acompanyants, seguits del 3,70% de persones de 50 a 64 anys i l'1,27% de persones de 18 a 34 anys.

S'ha pogut comprovar, tal com indicava Cortés Jiménez (2010), que viatjar sol és poc habitual. Els únics que indiquen que acostumen a viatjar sols són un 5,06% de persones de 18 a 34 anys, i que també són els que més viatgen amb amics i amigues, al voltant d'una quarta part de les persones d'aquesta edat.

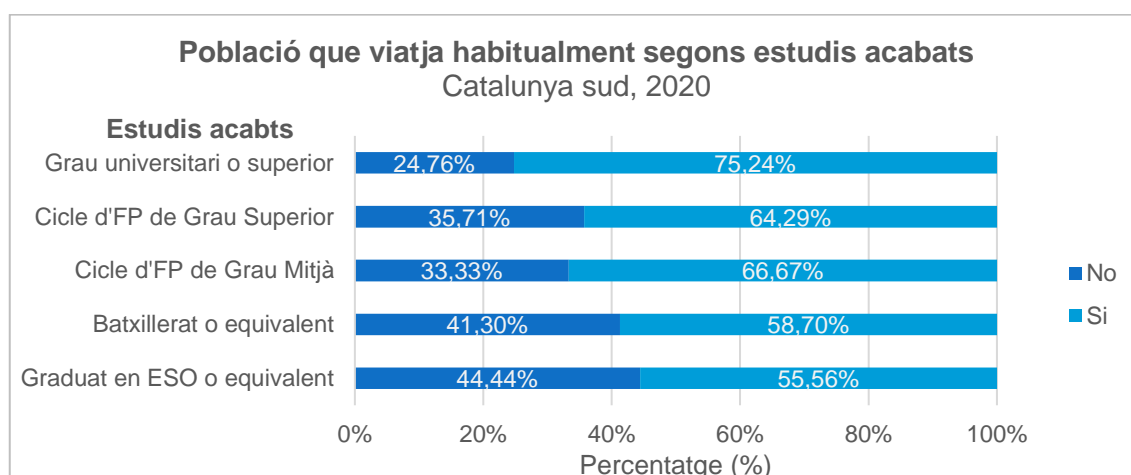


Gràfic 20: Acompanyants habituals de viatge segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 2 i 7 de l'enquesta.

#### 4.3.3. Característiques segons nivell d'estudis acabat

Si s'analitza el nivell d'estudis acabat, s'observa una tendència creixent en el percentatge de persones que viatgen habitualment a mesura que augmenta el grau de formatiu (gràfic 21). Aquesta tendència només es veu interrompuda en la població amb Cicles d'FP, doncs s'observa que hi ha un 2% més de persones viatgeres amb un cicle de grau mitjà (66,67%) que les que disposen d'un cicle de grau superior (64,29%).

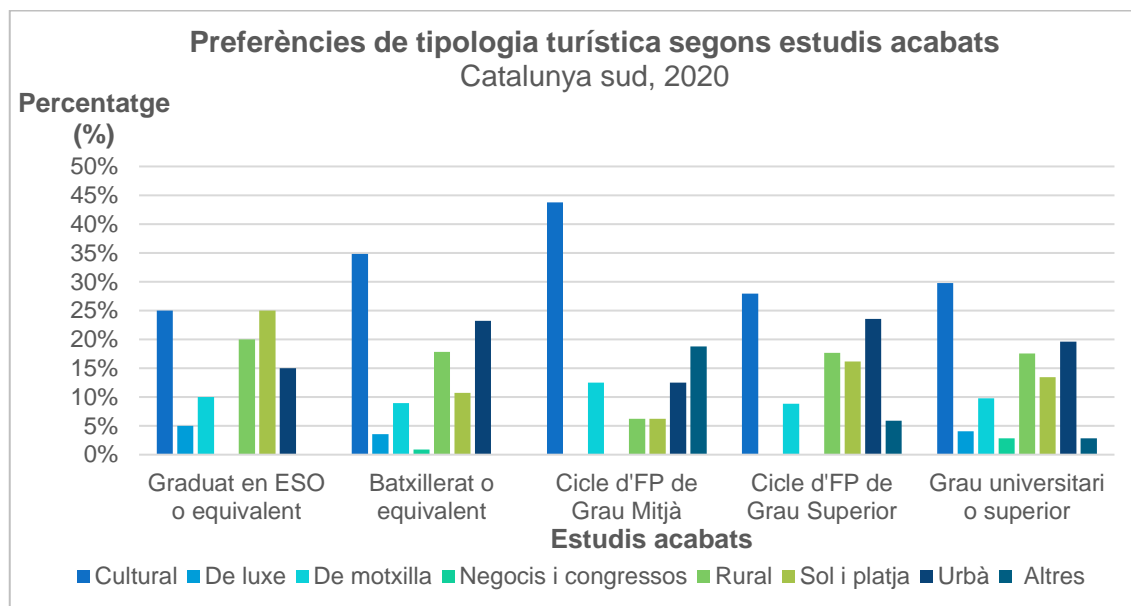
El grup amb menys gent viatgera és el de Graduat en ESO o equivalent, en que poc més de la meitat de persones viatgen de forma habitual, i el que més ho fa és el de persones amb estudis universitaris o superiors, on tan sols una de cada quatre no viatja habitualment.



Gràfic 21: Població que viatja habitualment segons estudis acabats. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 3 i 5 de l'enquesta.

Si bé el turisme cultural és la modalitat més atractiva en tots els nivells formatius, les persones amb un cicle d'FP de grau mitjà són les que més el prefereixen. Curiosament, la gent amb Graduat en ESO situa aquest tipus de turisme en una primera posició compartida amb el turisme de sol i platja, en cada cas seleccionada per un 25% de persones.

El turisme urbà supera al turisme rural en tots els casos excepte en la gent amb el Graduat en ESO, on és a la inversa. El turisme de motxilla és, en tots els casos, superior al turisme de luxe, categoria no present entre la gent amb cicles d'FP (gràfic 22).



Gràfic 22: Preferències de tipologia turística a realitzar segons estudis acabats. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 3 i 8 de l'enquesta.

La gent que ha finalitzat algun Cicle d'FP és la que més viatja més amb la parella, concretament un 44,44% si tenen un Cicle de grau mitjà (compartint primera posició amb els viatges en família amb algun o alguna menor d'edat) i un 46,43% si disposen de grau superior. Les persones graduades en ESO, viatgen en parella i comparteixen la primera posició amb els viatges amb amics i amigues, opció que troba el seu màxim exponent en aquest col·lectiu.

L'opció més freqüent d'acompanyants de la població amb Batxillerat i Grau universitari o superior és en família amb menors de 18 anys. Aquesta opció va seguida dels viatges en parella. Aquests segments de la mostra també són els únics que viatgen sols, i el de Grau universitari o superior l'únic que viatja en grups organitzats (confrontar gràfic 4 de l'annex 3)

#### 4.3.4. Característiques segons costum viatgera i acompanyants habituals

Excepte el col·lectiu que viatja en família sense menors, un 58,62% de persones del qual no viatja de forma habitual, al voltant del 75% de les persones de la resta de segments es considera viatger/a habitual.

La gent que habitualment viatja sol fer-ho en parella (36,30%) i en família amb algun/a menor (28,15%). En el cas de les persones que no viatgen habitualment, la majoria ho fan en família amb menors (35,48%) i sense menors (27,42%) (confrontar gràfic 5 de l'annex 3).

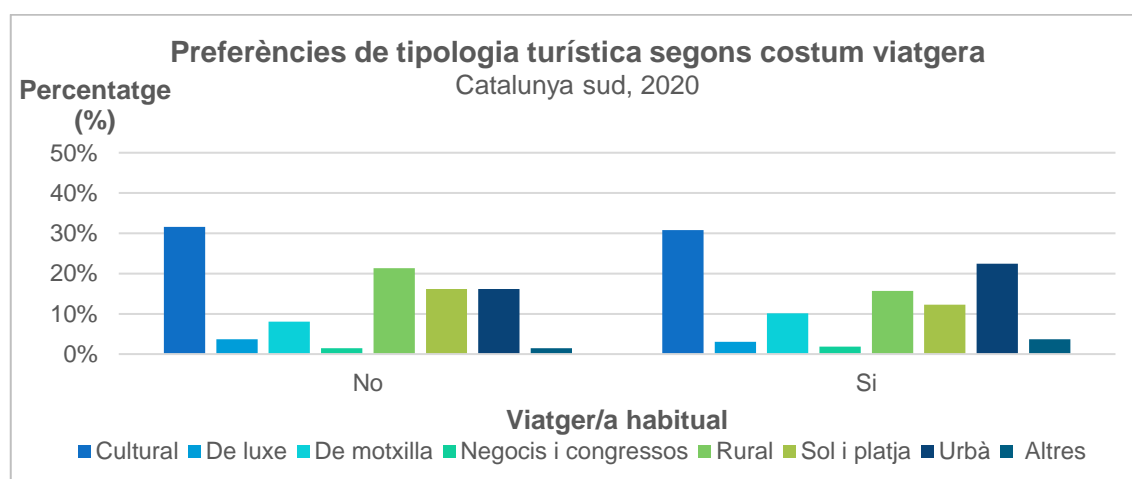
Tant per la gent que viatja de manera habitual com per a la que no, la modalitat turística principal és la cultural, la més atractiva per al 30% de la població de cada categoria.

La segona i tercera posició són pel turisme urbà i el rural respectivament en la població viatgera, mentre que ocupen posicions inverses per a qui no viatja de manera habitual. El turisme de sol i platja és més apreciat pel viatger no habitual, i el de motxilla pel que ho és. La resta de modalitats mostren xifres similars en ambdues categories com s'observa al gràfic 23.

En funció dels acompanyants habituals de viatge, el turisme cultural torna a ser la modalitat per excel·lència en totes les categories excepte en els viatges organitzats, en que un 40% de les persones del grup situen com a modalitat principal el turisme de motxilla. Aquestes dades sobten, ja que el turisme de motxilla és precisament el que es fa de manera independent, sense la intervenció d'agències de viatges i operadors turístics. La gent que viatja sola, en canvi, és l'única categoria que no ha optat en cap ocasió pel turisme de motxilla.

El turisme urbà té major pes que el rural en els viatges que fan persones soles, amb amics i amigues i en parella, mentre que el turisme rural predomina en els viatges familiars amb menors. En els viatges familiars sense menors ocupen la mateixa posició, i en els de grups organitzats no s'han escollit cap vegada.

El turisme de luxe és més apreciat en els viatges en parella, en família i en grup organitzat, segment que li atorga el màxim d'atracció: 20% (confrontar gràfic 6 de l'annex 3).



Gràfic 23: Preferències de tipologia turística a realitzar segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 5 i 8 de l'enquesta.

#### 4.4. Principals destinacions

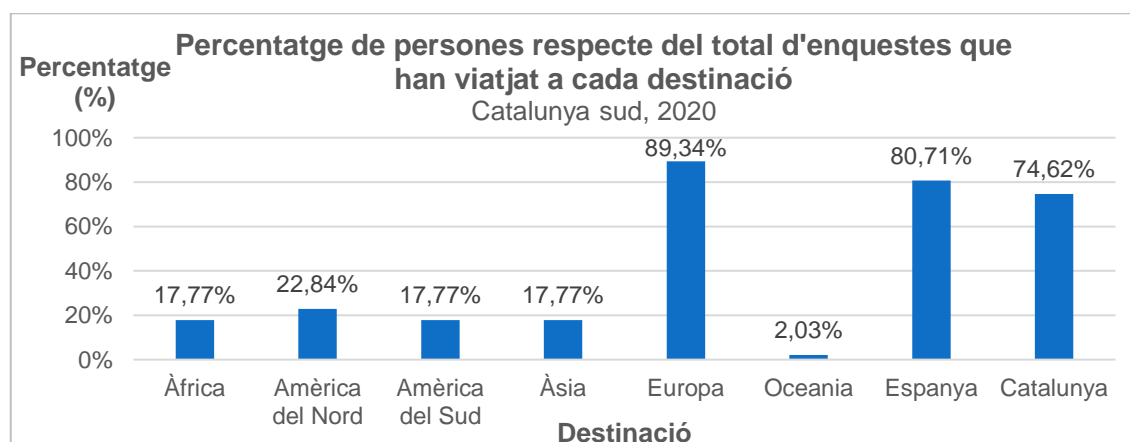
Com ja s'ha vist, Catalunya és una comunitat important d'emissió de turistes, tant nacionals com internacionals (Instituto De Estudios Turísticos, 2000, 2001, 2002, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013; Organització Mundial del Turisme (OMT), 2001).

En aquesta línia, el qüestionari d'aquest treball permet descobrir les destinacions més visitades per la població de la Catalunya sud, les quals es presenten en el gràfic 24. Aquest mostra que la destinació més visitada per les persones enquestades és Europa. Si es té en compte que la tendència és que els viatges domèstics tenen un pes força més elevat que els internacionals, la diferència resultant entre les respostes "Espanya" i "Europa", i "Catalunya" i "Europa", es pot deure a la interpretació de que els viatges a Catalunya o Espanya estan integrats en l'opció "Europa", de manera que la resposta no distingeix territoris més específics.

També pot estar relacionat amb el fet que no es comptabilitzen els viatges fets a cada territori, sinó si s'hi ha viatjat o no. Per tant, tot i veure un percentatge lleugerament inferior de menys persones que han viatjat a Catalunya o Espanya, que a Europa, el nombre de viatges realitzats en territori nacional podria ser més elevat.

L'alt volum de persones que realitza turisme domèstic i europeu pot estar vinculat als principals mitjans de transport emprats. En primer lloc s'identifica el vehicle propi, molt adient en desplaçaments nacionals i per Europa. L'avió se situa en segon, juntament amb els vols de baix cost, que afavoreixen els fluxos aeris, sobre tot entre països propers com els europeus.

Respecte la resta de continents, també es confirma que el pes dels viatges nacionals és molt més elevat que el dels viatges a l'estranger. Si gairebé el 90% d'enquestes refereixen que s'ha viatjat a alguna regió europea, només un 22,84% ha viatjat a Amèrica del Nord. Àfrica, Amèrica del Sud i Àsia comparteixen tercera posició amb un 17,77% de persones enquestades. Finalment, Oceania només ha rebut la visita del 2,30% d'aquestes persones, fenomen possiblement lligat a la distància de la destinació en relació a l'origen.



Gràfic 24: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 6 de l'enquesta.

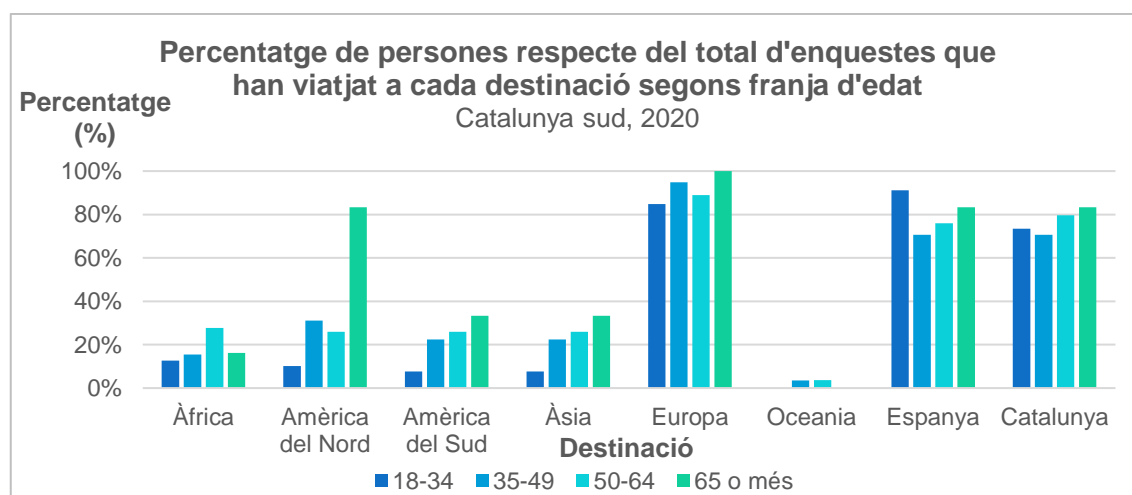
Segons dades de l'Organització Mundial del Turisme (2001), els homes realitzen el 59% dels viatges a l'estranger, i les dones el 41% restant. El percentatge d'homes que ha viatjat a diferents continents és superior al de dones, aproximant-se a la tendència esmentada a l'anterior paràgraf, si bé en algun cas, la diferència és extremadament petita. Interessant identificar que en el cas d'Oceania, hi ha un lleuger percentatge major de dones que hi viatja.

Pel que fa al turisme domèstic, en el cas d'Espanya com a destinació, hi ha major percentatge del total d'homes que hi ha viatjat, però en el cas de Catalunya són les dones qui el presenten més alt (confrontar gràfic 7 de l'annex 3).

El 2001, l'Organització Mundial del Turisme identificava que la gent d'entre 15 i 44 anys era més propensa a viatjar a l'estranger que la gent més gran.

A partir de l'enquesta s'observa en el gràfic 25 que, excepte en el cas dels viatges a Àfrica (on ocupa la segona posició) i Oceania (on no hi ha cap persona de la categoria que hi hagi viatjat), la gent més gran de 65 anys és la que té major percentatge de gent que ha viatjat tant a nivell internacional. Aquestes dades podrien donar-se pel baix volum de resposta d'aquest segment. La gent de 50 a 64 anys, però, de qui hi ha més resposta, ocupa en viatges internacionals alguna de les posicions de podi en tots els casos, de manera que difereix de la informació referida al paràgraf anterior. Un fet que pot veure's influenciat per l'any d'elaboració de l'informe de l'OMT, doncs les persones que al 2001 tenien edats més viatgeres, ara amb 19 anys més, encaixen amb que les franges més viatgeres se situen en edats més avançades.

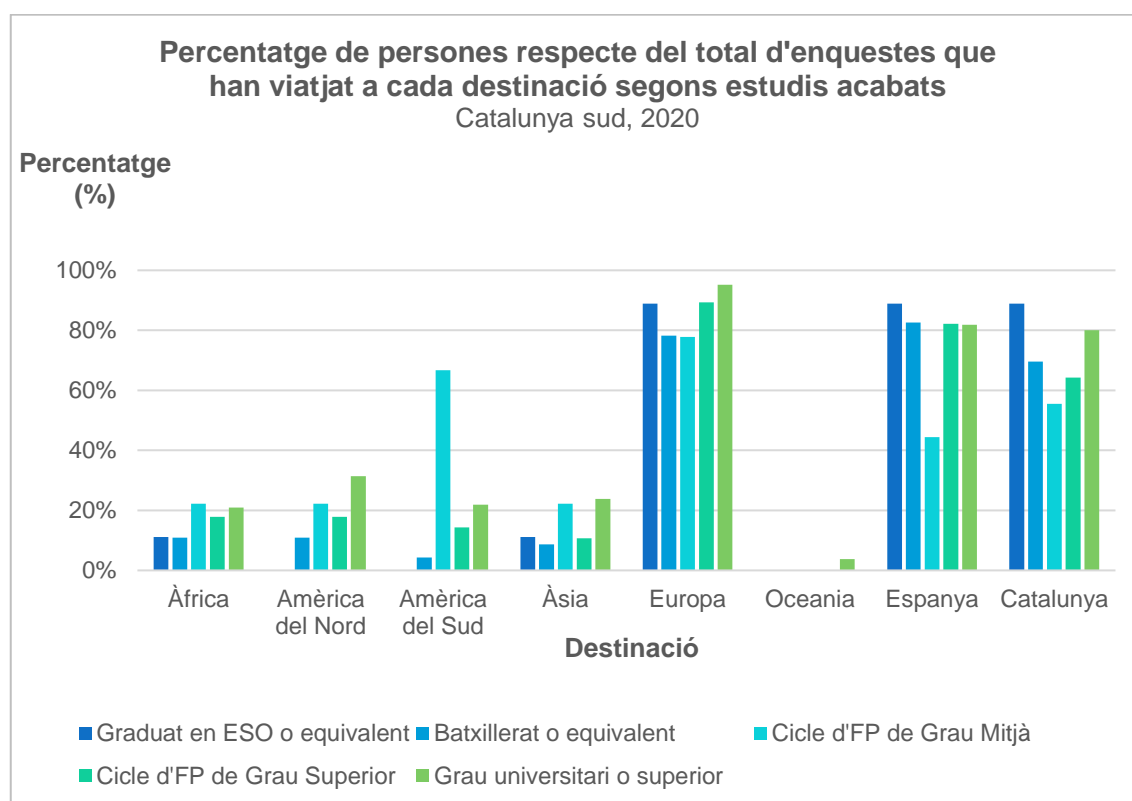
En les persones d'entre 18 i 34 anys predominen els viatges per Espanya i tenen una presència important en els que fan a Catalunya i Europa. Això pot estar motivat pel cost de viatjar fora d'Europa i els ingressos d'aquesta generació, que en molts casos encara estudia o té precarietat laboral, i per tant menor capacitat d'estalvi.



Gràfic 25: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 2 i 6 de l'enquesta.

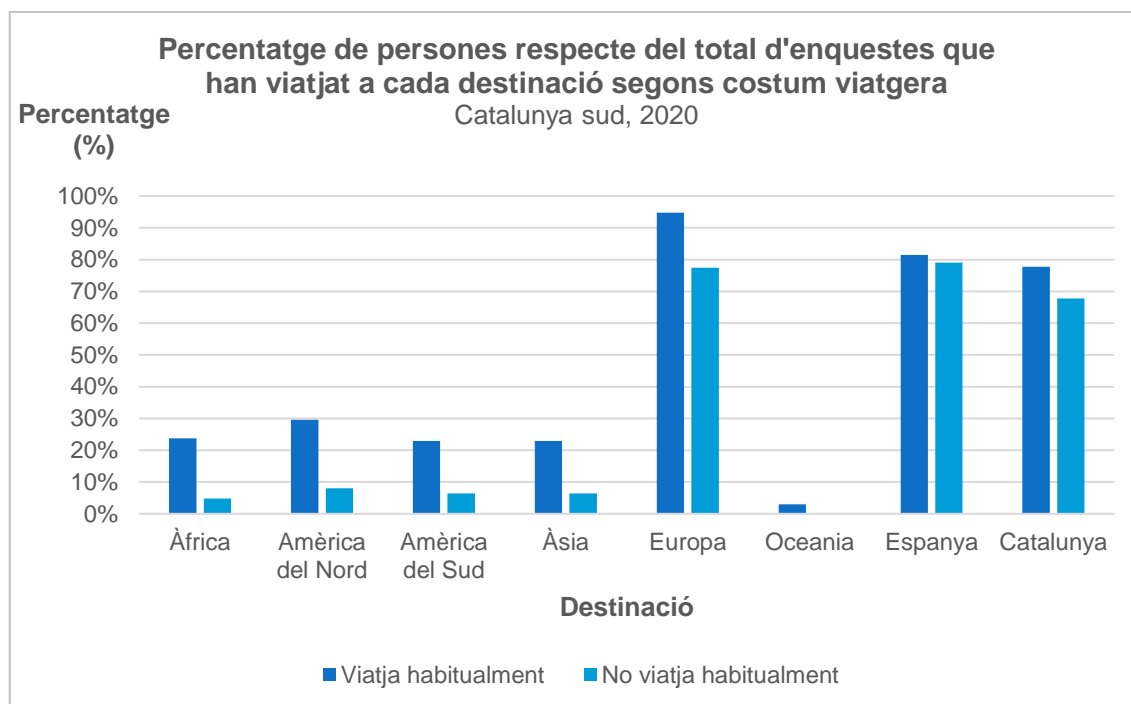
Segons els estudis acabats, la gent amb un Cicle de formació professional de grau mitjà és la que més viatja a nivell internacional a Àfrica i Amèrica del Sud (gràfic 26). A Oceania només hi ha viatjat el 3,81% de gent amb Grau universitari o superior, categoria dominant també a Amèrica del Nord i l'Àsia. Els viatges a altres països d'Europa els dominen també persones amb títol universitari o superior, ja que un 95,24% d'elles ha viatjat pel continent.

Pel que fa als viatges nacionals, tan a Catalunya com a Espanya, la categoria amb més viatgers/es és la que de Graduat en ESO, mentre que la gent amb un Cicle d'FP de grau mitjà és la que presenta valor més baix en viatges pel territori nacional.



Gràfic 26: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons estudis acabats. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 3 i 6 de l'enquesta.

La gent que viatja de manera habitual és la que més viatges nacionals i internacionals realitza. En aquest sentit Àfrica, Amèrica del Nord, Amèrica del Sud i l'Àsia, han estat visitades respectivament per entre un 20% i un 30% de persones del segment que viatja habitualment, el que representa aproximadament entre un 16% i el 21% més, respecte les persones que no viatgen habitualment. Una diferència que també es repeteix en el cas d'Europa, continent més visitat per tothom. En els viatges nacionals però, aquesta la distància es redueix passant a ser només del 10% en el cas de Catalunya, i del 2% en el cas d'Espanya (gràfic 27).



Gràfic 27: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 5 i 6 de l'enquesta.

Tenint en compte els acompanyants de viatge, la gent que viatja en grups organitzats és la que major percentatge presenta de viatges internacionals. Excepte a Oceania, a la resta de destinacions internacionals hi ha viatjat com a mínim un 50% de les persones d'aquest segment. A nivell nacional hi han viatjat 3 de cada 4 persones. Cal incidir en que aquesta categoria presenta un reduït nombre de respostes, de manera que els percentatges alts són més fàcils d'assolir.

Els viatgers que es desplacen habitualment amb amistats ocupen la segona posició en nombre de visitants a les diferents destinacions internacionals a excepció d'Amèrica del Sud i Oceania, on la segona posició l'ocupen les persones que viatgen en família i algun/a menor.

Totes les persones que viatgen soles han especificat que han viatjat per Espanya, mentre que el turisme domèstic per Catalunya el realitzen en major mesura famílies sense menors.

Una de cada dues persones que viatja sola ho ha fet a l'Àfrica, Europa o a Catalunya. Aquesta categoria també compta amb poques respostes, i això pot afectar els percentatges.

Finalment, pel que fa als viatges en parella, la major part ha realitzat algun viatge per Europa. Aquestes dades es presenten al gràfic 7 de l'annex 3, combinades amb informació del gràfic 17 corroboren l'interès de les parelles en el turisme cultural i urbà, fent pensar que les ciutats europees agrupen aquestes preferències i per això atreuen més parelles.

## 5. INFLUÈNCIA DE LA PERCEPCIÓ DE RISC EN LA DECISIÓ DE VIATJAR

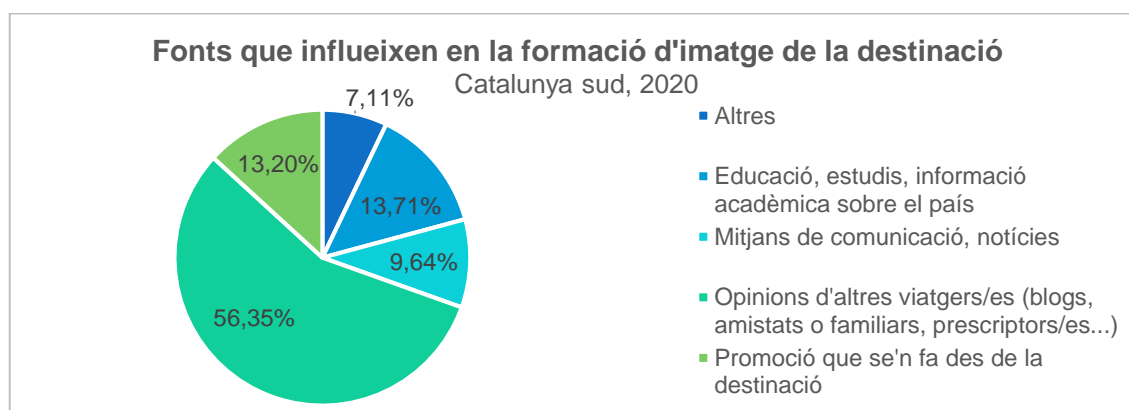
Aquest capítol mostra els resultats de l'enquesta sobre qüestions de formació d'imatge, percepció del risc a l'hora de viatjar i influència que aquest té en les decisions que es prenen en matèria turística, tant de manera general com segons paràmetres sociodemogràfics.

### 5.1. Formació d'imatge d'una destinació

Com s'ha comentat a l'inici de la present recerca, la imatge de la destinació es forma per impressions, idees, emocions, valors i creences que una persona té del lloc (Camprubí et al., 2009; Muñoz, 2002), recopilades de manera indirecta al llarg de la seva vida i de manera directa quan està interessada en realitzar un viatge. Contribueix a determinar l'atractiu d'una destinació per al turista potencial, influenciant així en la seva presa de decisió.

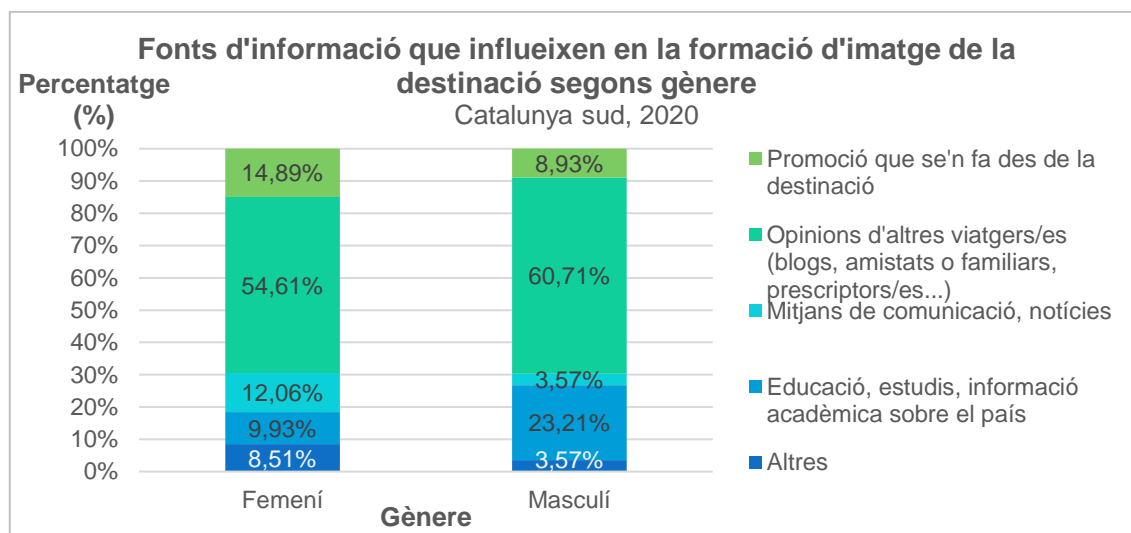
Les fonts d'informació que impacten, activa o passivament, en la formació de la imatge de destinació del potencial turista, es recullen al gràfic 28. La font més decisiva, independentment del gènere, l'edat, el nivell de formació, els acompanyants de viatge i la costum viatgera, és l'opinió d'altres viatgers i viatgeres, persones prescriptores, amb habilitat d'influenciar amb la seva opinió. Aquesta representa la principal font d'informació per al 56,35% de la mostra. Les opinions poden provenir tant d'amistats i familiars com de publicacions a Internet en blogs especialitzats, xarxes socials i d'altres plataformes, entre d'altres.

En segon i tercer lloc, amb poca diferència entre elles, se situen l'educació, els estudis i la informació acadèmica sobre el país (13,71%) i la promoció des de la destinació (13,20%). La informació en mitjans de comunicació i les notícies són la quarta font d'informació, escollida com a principal per un 9,64% de la població enquestada. Finalment, el 7,11% de la categoria "Altres" inclou matisos de les opcions preestablertes, així com guies de viatges, consells de les agències, i característiques de preu o ubicació que influeixen a l'hora de viatjar més que en la imatge en sí que es crea de la destinació.



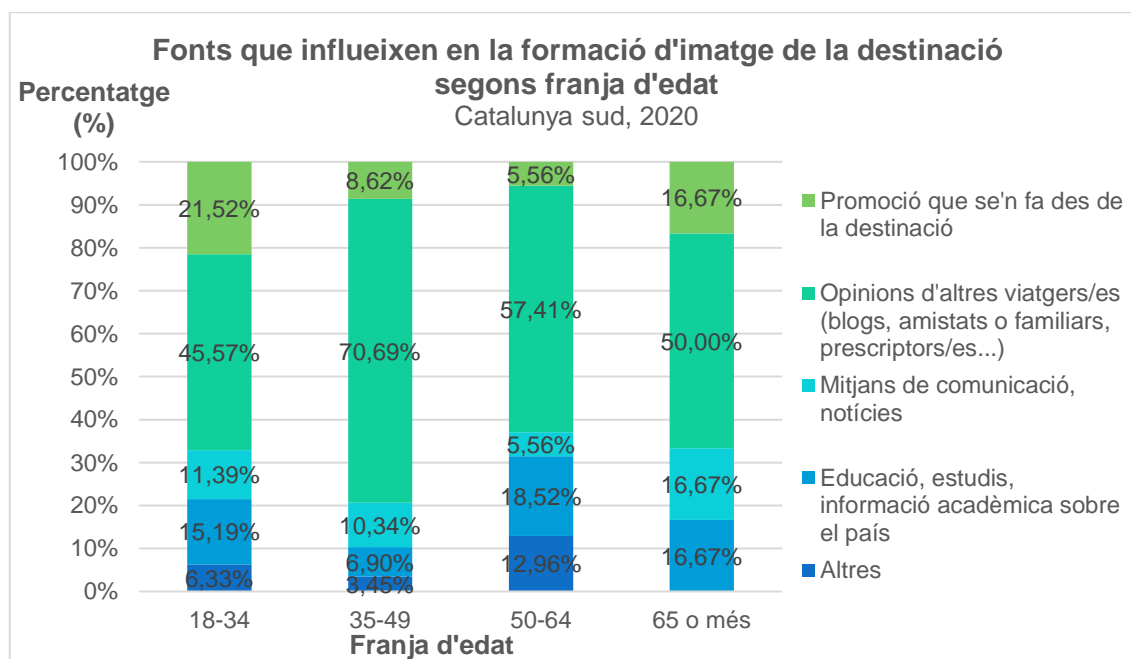
Gràfic 28: Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 9 de l'enquesta.

Des d'una perspectiva de gènere, els homes situen l'educació, estudis i informació acadèmica sobre el país com a segona font d'informació, mentre que les dones atorguen aquest ordre a la promoció des de la destinació i als mitjans de comunicació, aquests últims poc rellevants pel segment masculí (gràfic 29).



Gràfic 29: Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 1 i 9 de l'enquesta.

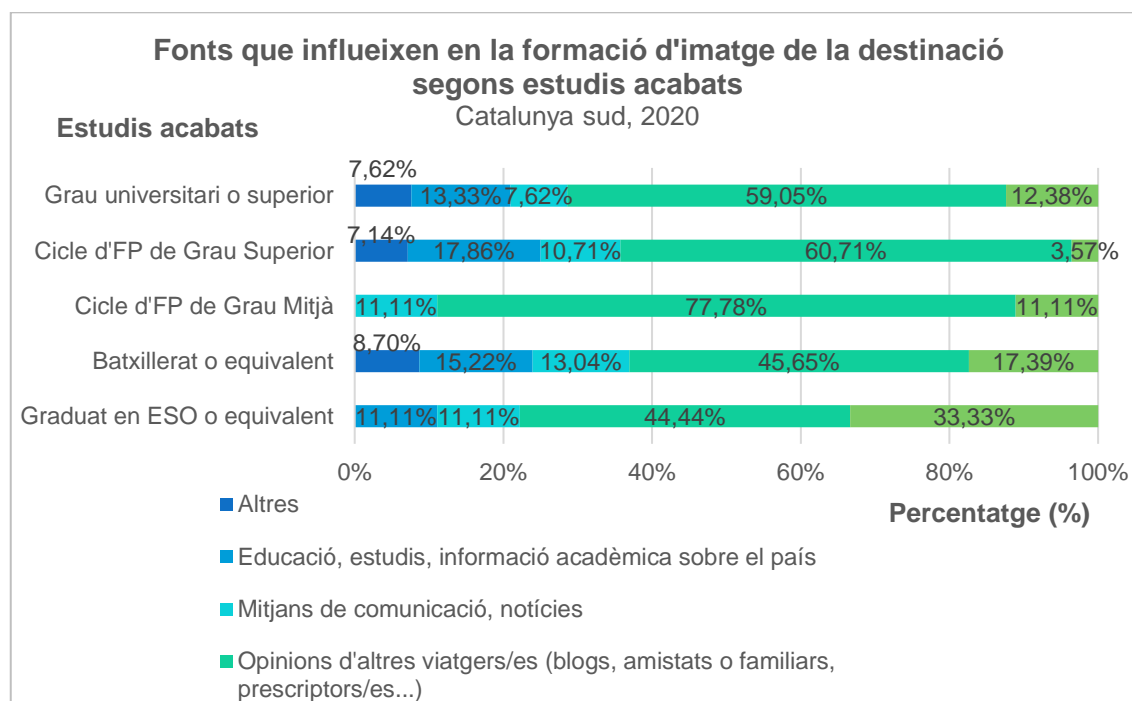
Per segments d'edat, com mostra el gràfic 30, la segona font per crear la imatge de destinació és, per joves d'entre 18 i 34 anys, la promoció des de la pròpia destinació, per persones de 35 a 49 anys, els mitjans de comunicació, i per les de 50 a 64, la informació acadèmica sobre el país. Les tres fonts tenen el mateix pes a partir dels 65 anys.



Gràfic 30: Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 2 i 9 de l'enquesta.

Tres quartes parts de la població amb Cicle de grau mitjà escull com a primera font les opinions de prescriptors, i en segon lloc la informació extreta de mitjans de comunicació i de promocions fetes des de la destinació.

D'altra banda, per nivell d'instrucció, el segment de mostra en que la promoció feta des de la destinació té major influència, amb un 33,33%, és en el de persones amb Graduat en ESO com a màxim, tal com recull el gràfic 31.



Gràfic 31: Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació segons estudis acabats. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 3 i 9 de l'enquesta.

Finalment, si el criteri són els acompanyants de viatge habituals, excepte la gent que viatja en grup organitzat o sola, que empata en les diverses categories, la resta pren l'opinió de prescriptors com a principal font de creació d'imatge (d'un 50% al 60% per cada segment).

Les persones que viatgen habitualment atorguen lleugerament major importància a la informació acadèmica sobre la destinació, enfront a la promoció que fa la mateixa destinació, tal com també fa la gent que viatja en parella i en família amb menors de 18 anys.

D'altra banda, la població que no viatja habitualment tria com a font principal la promoció des de la pròpia destinació per sobre de la informació acadèmica del país. Aquest escenari es repeteix en persones que viatgen amb amics i amigues i en família sense menors (confrontar gràfic 9 de l'annex 3).

En l'elecció de la destinació també influeixen altres factors corresponents a les característiques de l'indret, com els recursos culturals o el clima; les característiques del viatge, com el preu; i d'altres més subjectives com la seguretat i les diferències culturals. La

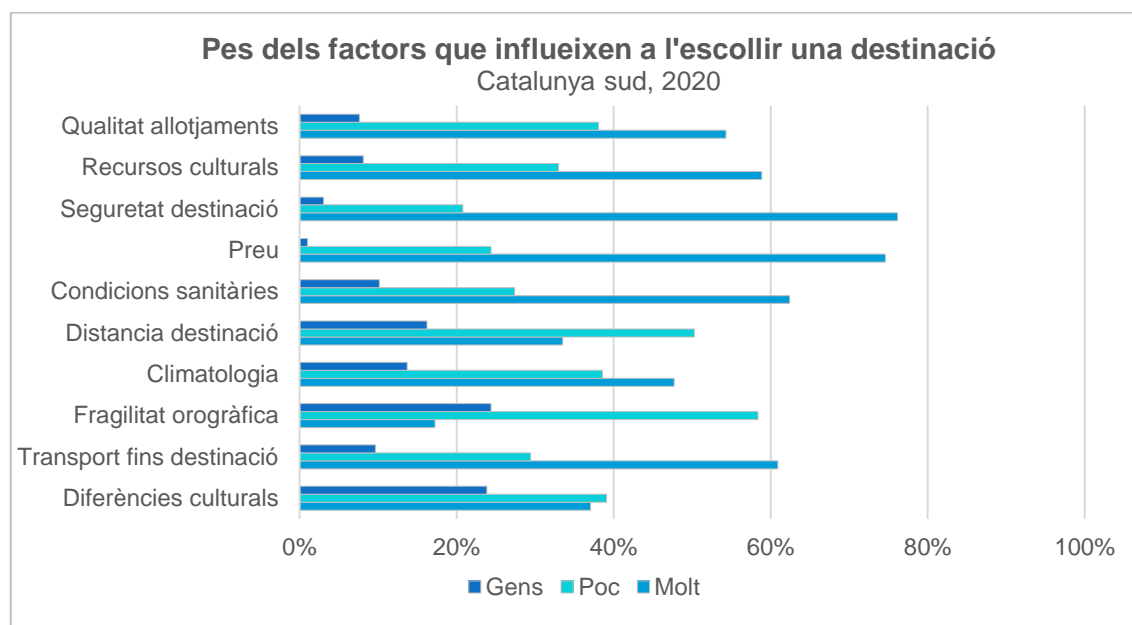
percepció de cadascuna d'aquestes característiques en els individus és subjectiva i l'impacte que produeixen varia d'una persona a una altra.

El gràfic 32 presenta la seguretat en la destinació com el factor amb major percentatge d'importància (76,14%) en la presa de decisions de viatge, seguit de prop del factor preu determinant de la decisió en un 74,62%. En relació al preu cal dir que només un 1,02% de persones no l'hi donen gens d'importància, derivant-se d'aquí que aquest condiciona sovint la decisió de més persones, si bé el valor que se li atorga a la seguretat és imprescindible.

Les condicions sanitàries i la necessitat de vacunes per al viatge són el tercer factor decisor per la població enquestada, amb un percentatge del 62,44%. Aquesta dada pot veure's condicionada per la situació de pandèmia viscuda en el moment de respondre l'enquesta. També es dona molta importància al mitjà de transport fins la destinació, als recursos culturals i d'oci dels que aquesta disposa i a la qualitat dels allotjaments.

Els factors que les persones tenen en compte, però en menor mesura, són la distància de la destinació respecte la residència habitual, amb una influència moderada pel 50,25% de la mostra, i les diferències culturals, valorades pel 39,09%. A la darrera qüestió li dona molta importància el 37,06% de la població, però al mateix temps és el segon factor en ordre invers, doncs el 23,86% de la mostra no li dona importància.

Finalment, la fragilitat orogràfica, que engloba fenòmens naturals ocasionats pel moviment de les plaques tectòniques. Aquest aspecte és el de menys impacte en la presa de decisions turístiques. Gairebé una de cada quatre persones no té en compte aquest element a l'hora d'escollir la destinació de les seves vacances.

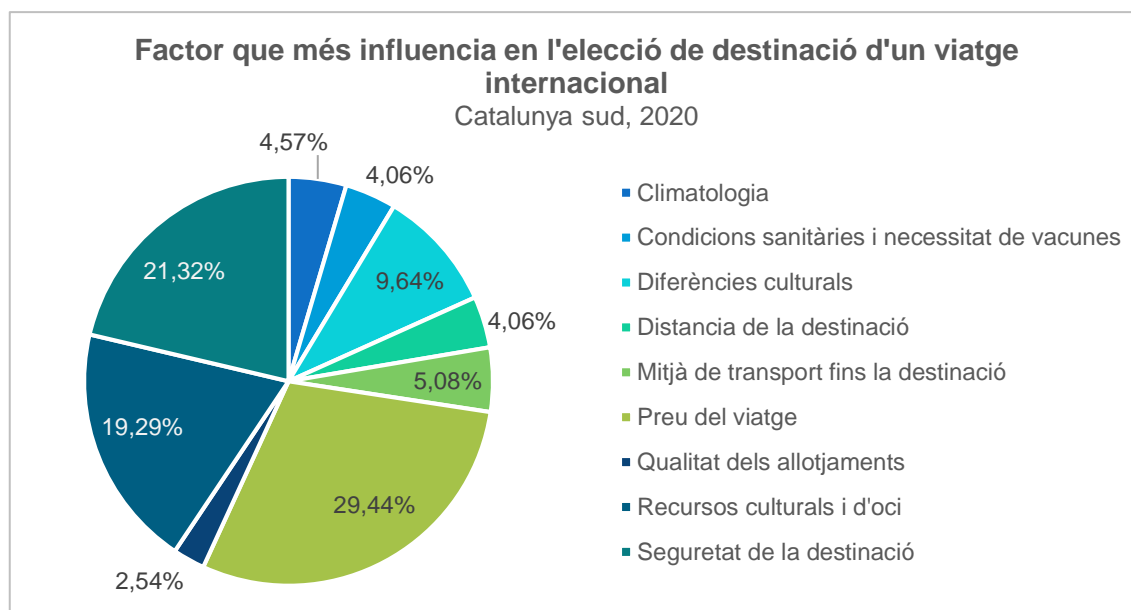


Gràfic 32: Pes dels factors que influeixen a l'escollir una destinació. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 10 de l'enquesta.

En el gràfic 33 es recullen els factors que cada individu considera principal a l'escollir una destinació per viatjar. Malgrat haver els deu factors disponibles en el desplegable de resposta, ningú ha triat la fragilitat orogràfica com a més rellevant, per això no apareix al gràfic. Aquest fet coincideix amb el gràfic 32, doncs és el factor que menys tenia en compte la mostra.

El preu es posiciona com element principal per gairebé un 30% de persones. En segon lloc la seguretat de la destinació és el més important pel 21,32%, mentre que per un 19,29% ho són els recursos culturals i d'oci. Aquestes dades reforcen les del gràfic 32, que identifica com a molt importants la seguretat, el preu i els recursos turístics de la destinació. D'altra banda, la qualitat de l'allotjament, que s'havia situat en quarta posició pel que fa als factors que més influència tenien en l'elecció de la destinació, només ha estat seleccionada per un 2,54% de la població com el factor principal a tenir present, esdevenint l'opció menys seleccionada.

La resta de factors són escollits com a principals només pel 4% i el 5% de la mostra en cada cas, excepte per les diferències culturals, seleccionades en un 9,64% dels casos. Crida l'atenció que les condicions sanitàries siguin un factor influent només per un 4,06% de la mostra, tot i el moment excepcional que es viu durant la realització el qüestionari.



Gràfic 33: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional. Elaboració pròpia a partir de la pregunta número 11 de l'enquesta.

De manera general, les dones donen més importància a tots els factors que els homes (confrontar gràfics 10 i 11 de l'annex 3). Les diferències més rellevants es troben en el mitjà de transport, aproximadament un 17% més de dones que d'homes dona una importància alta al factor, i en la seguretat, on totes les dones hi donen importància en major o menor mesura.

En l'elecció del factor de més influència, s'observa que un 31,21% de dones coincideixen en escollir el preu, seguit del 20,57%, també de dones, que trien la destinació en funció dels seus recursos culturals i d'oci.

La seguretat queda en tercera posició, essent escollida pel 19,15% de les dones com a factor prioritari, mentre que en el cas dels homes, aquesta esdevé primordial pel 26,79%. Aquests percentatges són curiosos, ja que quan es demanava que determinessin el grau d'importància que tenia cada factor, totes les dones li havien donat importància, mentre que un 10,71% d'homes que no n'hi donava gens.

El preu i les diferències culturals són situats pels homes en segon i tercer lloc, amb un 25% i un 16,07% respectivament. Les diferències culturals només són factor principal d'influència pel 7,09% de dones.

La distància de la destinació i el mitjà de transport per arribar són els factors menys decisius pels homes, mentre que per les dones ho és la qualitat de l'allotjament (confrontar gràfic 12 de l'annex 3).

L'anàlisi per franges d'edat mostra similitud en els graus d'importància atorgats a cada factor. Com a resultats destacats comentar que hi ha un major percentatge de majors de 65 anys no dona gens de pes a factors com el mitjà de transport fins la destinació i la climatologia. Pel que fa al preu, la gent major de 50, en tots els casos, li dona certa importància, ara bé, fins a 64 anys se n'hi dona més que a partir dels 65, en que un 83,33% n'hi dona poca.

El segment de més 65 anys és el menys influenciat per les condicions sanitàries i la necessitat de vacunar-se. És també el que presenta un percentatge més alt de persones a qui no influeix en l'elecció els recursos culturals i d'oci de la destinació. Paradoxalment, pel que fa a la qualitat de l'allotjament, aquest segment és el que presenta major percentatge de persones a qui no influeix i a la vegada major percentatge de persones a qui influeix molt. Una qüestió aquesta a la que el segment de 18 a 34 anys dona menor importància.

Les persones d'entre 18 i 34 anys són les que presenten un major percentatge de persones que no donen importància a la seguretat, concretament un 6,33%. D'altra banda per la gent d'entre 50 i 64 anys és un factor que té molta influència en la decisió de la destinació de vacances (confrontar gràfics 13 i 14 de l'annex 3).

Pel que fa al factor primer que incideix a més població, s'observa que és el preu pel 44,30% de gent d'entre 18 i 34 anys, i la seguretat de la destinació pel segment de d'entre 35 i 49 anys. Per a les persones de 50 a 64 anys ambdós factors empaten en primer lloc i per la gent major de 65 anys, els principals factors són la seguretat de la destinació i els recursos culturals i d'oci. Les dades del darrer segment d'edat contrasten amb les de gràfics anteriors, on s'observava un elevat percentatge de gent a la que no influenciaven gens els recursos culturals i d'oci existents a la destinació a l'hora de triar (confrontar gràfic 15 de l'annex 3).

Respecte el nivell d'estudis finalitzats, la gent amb un cicle d'FP de grau mitjà és a qui els factors preu, seguretat, condicions sanitàries, mitjà de transport i distància, influeixen en menor mesura en decidir la destinació de vacances. En relació a aquests factors i per aquest nivell d'estudis, els percentatges que atorguen una importància baixa o gens d'importància són superiors a la resta de nivells formatius.

Sobre el factor preu, dir que el 100% de la mostra amb un màxim de Graduat en ESO hi dona molta importància. Aquest fet es pot deure a que les feines que requereixen un nivell de qualificació bàsic ofereixen remuneracions més baixes i, per tant, els estalvis destinats a les vacances puguin ser més limitats. Tot i així, quan es tracta d'escollir el factor de major influència en la decisió només un 44,44% d'aquest segment el selecciona.

En el cas de les condicions sanitàries, a mesura que s'augmenta el nivell d'estudis (FP de grau mitjà, de grau superior i grau universitari), també s'incrementa la importància que se li assigna. Aquest fenomen també succeeix en l'element de seguretat, si bé un 14% de gent amb Cicles d'FP de grau superior no li dona gens d'importància.

El segment que més protagonisme dona al clima és el de persones amb Graduat en ESO, podent estar relacionat amb que són les que més aprecien el turisme de sol i platja (confrontar gràfics 16 i 17 de l'annex 3). Ara bé, en cap cas el clima és el factor determinant per decidir el viatge d'aquest col·lectiu.

De fet el preu és el més rellevant per a la major part de cada segment, excepte pel d'estudis d'FP de grau mitjà, qui situa en primer lloc els recursos culturals i d'oci en un 33,33% dels casos, deixant el preu i les diferències culturals en segona posició.

Les condicions sanitàries i la necessitat de vacunes per al viatge només incideixen en la decisió d'un 7,14% de la gent amb estudis d'FP de grau superior i en un 5,71% de la gent amb grau universitari, tenint menor i igual importància que el clima respectivament.

La seguretat és el factor que més influeix en una de cada quatre persones amb estudis universitaris o superiors, lleugerament per sota del preu (confrontar gràfic 18 de l'annex 3).

La gent que viatja sola és la que menys pes dona a elements com el mitjà de transport, el clima, la fragilitat orogràfica, la distància i la qualitat de l'allotjament. En canvi, és el segment que més importància atorga al preu del viatge i a la seguretat de la destinació.

En el cas de les condicions sanitàries, la gent que viatja en grup organitzat els adjudica menys importància que la resta de categories. També és la que menys significació dona a les diferències culturals, doncs tres de cada quatre indiquen que no les tenen en compte, i tampoc en concedeix als recursos culturals i d'oci, considerant-los poc i gens importants en el 50% i el 25% dels casos respectivament.

Les famílies que viatgen amb algun menor de 18 anys donen més importància al mitjà de transport, a la climatologia, a la distància, als recursos culturals i d'oci, i a la qualitat de l'allotjament que les famílies que viatgen sense. Aquest segon grup dona més protagonisme a variables com les condicions sanitàries, la seguretat i el preu, possiblement perquè els integrants del viatge paguen preu d'adult, encarint-lo (confrontar gràfics 19 i 20 de l'annex 3).

La variable preu és la més tinguda en compte com a factor principal, independentment dels acompanyants de viatge. El segment que l'escull majoritàriament és el de les persones que viatgen en grup organitzat (50%) i les que viatgen amb amistats (38,89%). En el cas de les famílies que viatgen amb menors, el preu comparteix la primera posició amb els recursos culturals i d'oci, amb un 28,33%.

Al voltant d'una de cada quatre persones situa la seguretat com a factor principal. Aquest percentatge puja fins el 27,59% en el cas dels viatges en família sense menors, però es redueix el 8,33% en el de viatges amb amistats (confrontar gràfic 21 de l'annex 3).

La gent que viatja de manera habitual, en relació a la que no ho fa, en general dona una influència lleugerament menor als diversos factors. Les diferències més accentuades en aquest sentit s'observen en les condicions sanitàries, la distància i la seguretat, amb desviacions al voltant del 24%, el 17% i el 14% respectivament. Únicament donen més pes, a l'existència de recursos culturals i d'oci en la destinació, i al mitjà de transport, sense arribar a una desviació inversa del 6% i del 2% en cada cas (confrontar gràfics 22 i 23 de l'annex 3).

El factor principal és, independentment de la costum viatgera, el preu, però en proporció ben diferent. Si en el cas les persones que no viatgen habitualment és primordial per al 40,32%, només ho és per al 24,44% de les que viatgen habitualment. El 20,74% d'aquest segon segment situa en segon lloc com a element principal els recursos culturals i d'oci, i deixa la seguretat de la destinació en tercera posició, mentre que ocupa la segona per les persones no acostumades a viatjar, amb el 27,42% de les respostes. Finalment, les condicions sanitàries i la necessitat de vacunes són rellevants només per al 5,93% de persones que viatgen de forma habitual, per sota de les diferències culturals i el clima (confrontar gràfic 24 de l'annex 3).

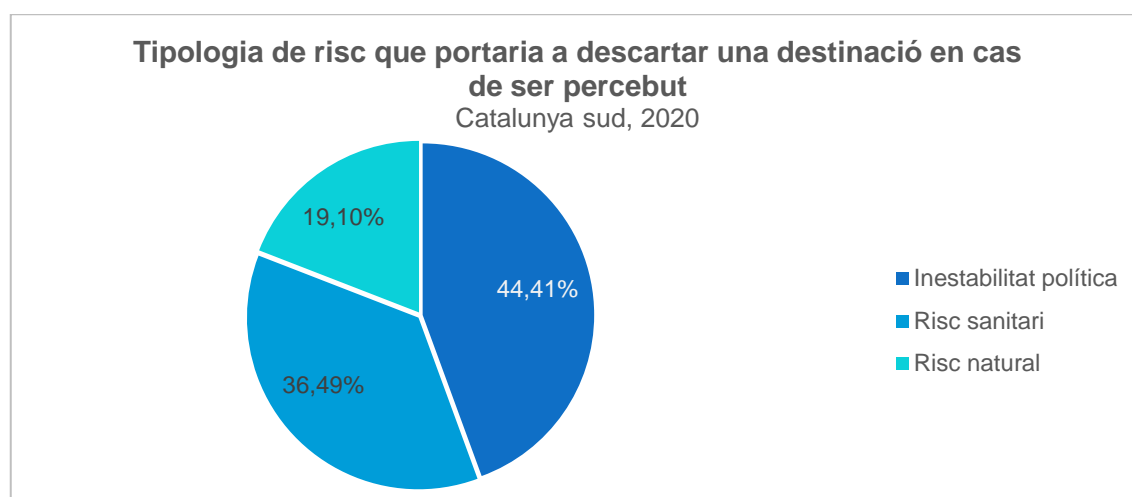
## 5.2. Risc i seguretat al viatjar

Existeixen variables que no depenen de la persona que viatja i incrementen, per tant, la incertesa del desplaçament, provocant percepció de risc a l'hora de viatjar, de caire subjectiu i individual, que originarà comportaments desiguals segons cada individu.

Com s'ha comentat al principi de la recerca es determinen tres tipologies de risc: el sanitari, el natural i la inestabilitat política. S'ha identificat quin dels tipus genera major impacte negatiu en la decisió de viatge, fins al punt d'arribar a excloure una destinació pel fet de percebre'l.

El gràfic 34, a continuació, mostra en quin percentatge un risc no és tolerat enfront de la resta de tipologies. Així, s'observa que el perill més condicionant és la inestabilitat política, que en un 44,41% dels casos és determinant a l'hora de descartar una destinació. El risc sanitari es situa en segona posició, essent el risc menys tolerat per un 36,49% dels casos, i finalment, el percentatge restant correspon als riscos naturals, no tolerats per un 19,10%.

Si s'aparellen els riscos, la inestabilitat política és menys tolerada que el perill sanitari, ja que un 58,38% descartaria una destinació si percebés el primer. Aquest també és menys tolerat emparellat amb el risc natural, que només duu a descartar una destinació a una de cada quatre persones. Pel que fa al binomi risc sanitari i risc natural, el primer és més decisiu, condicionant la destinació de viatge d'un 67,71% de la població (confrontar gràfic 25 de l'annex 3).



Gràfic 34: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 12, 13 i 14 de l'enquesta.

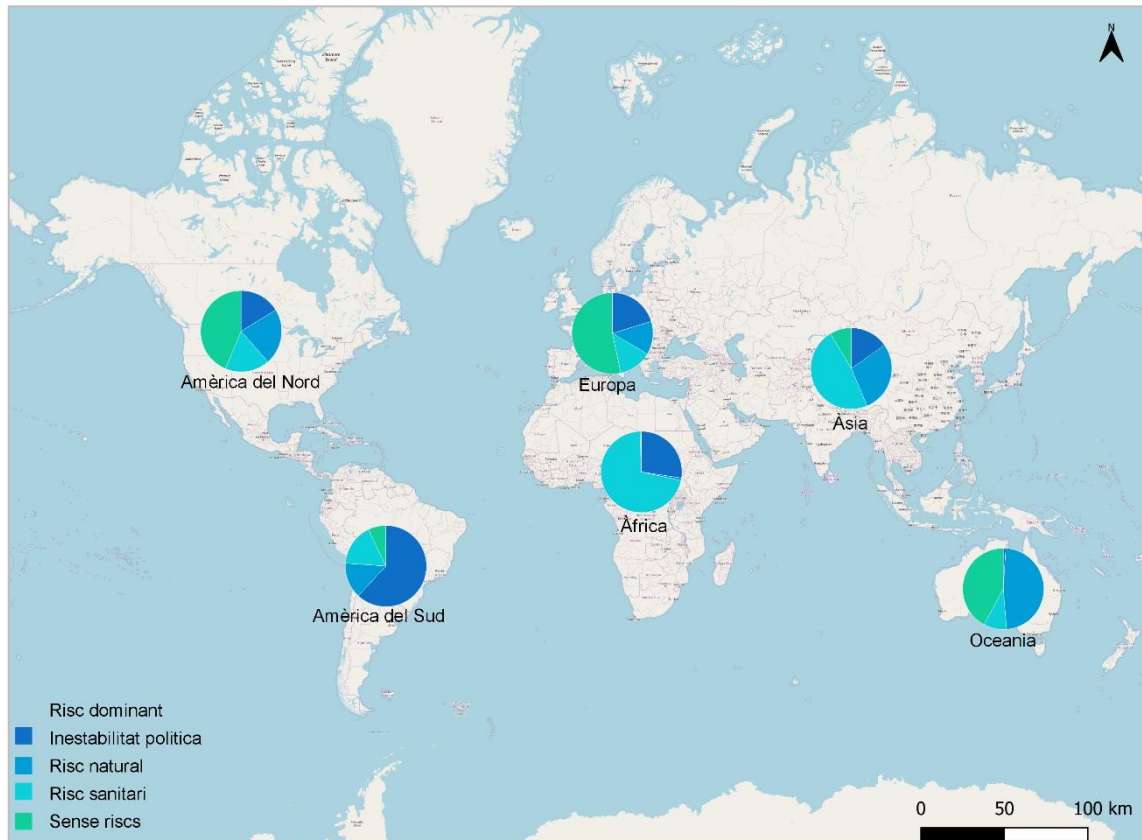
El següent mapa 1, mostra la tipologia de risc que percep la població en cada continent. Un 53,30% de la població opina que Europa és el continent on es percep menys risc, seguit d'Amèrica del Nord, considerada sense risc pel 43,65% de persones, i Oceania, amb un 42,13% de les opinions. Per contra les altres tres zones del planeta presenten risc per més d'un 90% de la mostra, essent l'apreciació de risc en el cas d'Àfrica del 99,49%.

A Europa, el risc més percebut és la inestabilitat política, destacat per un 20,30% de la població, i seguit dels riscos natural i sanitari, amb un 13,20% en cada cas. A Àfrica es percep major inestabilitat que a Europa, doncs així ho evidencia un 27,41% de la mostra. Supera aquesta xifra Amèrica del Sud, doncs un 61,93% de les persones enquestades perceben l'agitació política com a principal risc de la destinació i com a continent on es detecta més.

El risc predominant a Amèrica del Nord és el natural, detectat per un 22,34% de la gent, seguit dels riscos sanitari i la inestabilitat política, detectats per un 17,77% i un 16,24%

respectivament. Ara bé, el continent on es detecta major risc natural és Oceania, on es percep en un 47,72% dels casos, percentatge més elevat que el de gent que no hi percep risc.

Al continent asiàtic el risc principal és el sanitari, percebut per un 47,72% de la població enquestada, seguit del natural percebut en un 28,43% dels casos. Àfrica també presenta el risc sanitari com a dominant, aquesta vegada són gairebé tres de cada quatre persones qui el seleccionen (71,07%), fent que sigui el continent on més es percep aquest risc.



Mapa 1: Risc dominant percebut en cada continent. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 15 de l'enquesta.

Si es proposen parelles de països on hi ha evidència de que s'hi produeix o s'hi hagi produït un determinat risc, o és una zona on hi ha alta probabilitat de que succeeixi, s'observa de nou que no totes les àrees geogràfiques es perceben igual. Aquestes són les parelles proposades:

- Risc natural: Indonèsia i Japó. Ambdós països es caracteritzen per ser illes volcàniques i per tant són zones on s'hi produeixen sismes i altres perills que se'n deriven.
- Inseguretat ciutadana: Brasil i Colòmbia. Dos països del mateix continent on es percep aquest risc. La inseguretat la motiva l'existència d'importants xarxes de narcotràfic.
- Amenaça terrorista: Egipte i Tunísia. Països africans que han patit atemptats terroristes en zones turístiques els darrers anys.
- Amenaça sanitària: República democràtica del Congo i Xina. En aquest cas no són països del mateix continent, doncs s'ha prioritzat el fet que siguin l'origen de pandèmies recents.

- Inestabilitat política i jurídica: Mèxic i Veneçuela. Dos països americans que comparteixen categoria per la corrupció política, les revoltes socials i la crisi econòmica.
- conflicte obert: Iraq i Israel. A l'orient mitjà, hi destaquen diferents conflictes en l'actualitat, entre ells la guerra civil iraquiana i el conflicte entre Israel i Palestina.

En el cas del risc natural, la gent percep Indonèsia més insegura i descartaria viatjar-hi en un 36,04% dels casos, en front del 8,63% que descartaria el Japó. Un 36,04% afirmen que no exclourien cap de les dues destinacions, i un 19,29% descartaria ambdues.

Pel que fa a la seguretat ciutadana, gairebé la meitat de la mostra descartaria viatjar tant a Brasil com a Colòmbia, una quarta part no viatjaria a Colòmbia, només un 12,65% no viatjaria a Brasil, i el restant 13,71% no deixaria de banda cap dels dos països.

L'amenaça terrorista es percep tant a Egipte com a Tunísia, conduint al 51,27% de la població enquestada a descartar un viatge a qualsevol de les dues destinacions. Tot i així, gairebé un 8% més de persones descartaria viatjar a Egipte (20,30% del total) abans que a Tunísia (12,69% del total). Un 15,74% no rebutjaria cap de les destinacions.

Representant l'amenaça sanitària s'han escollit la República Democràtica del Congo, un dels països on s'inicià la infecció pel virus Ebola, i la Xina, origen de l'actual pandèmia de COVID-19. S'atorga major risc a la República del Congo, ja que el 43,65% la descartaria com a destinació de viatge, mentre que la Xina només seria exclosa per un 10,15% de la mostra. El 39,59% descartaria viatjar a ambdós països, i només un 6,60% no en n'exclouria cap.

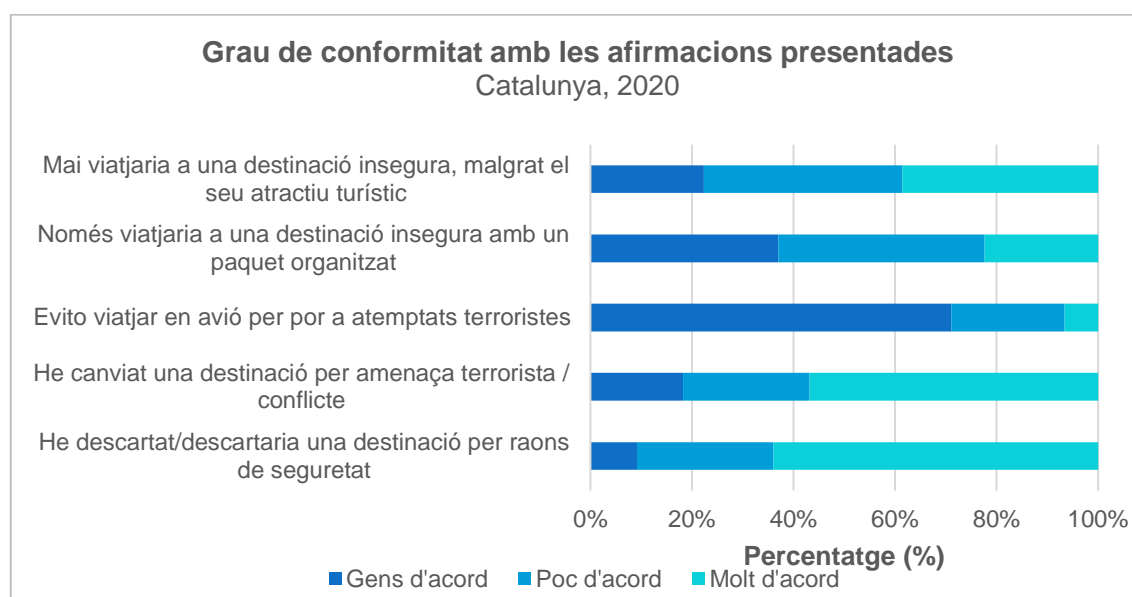
La inestabilitat política i jurídica es notablement percebuda als dos països proposats, doncs ambdós serien descartats pel 44,67% de la mostra. Veneçuela ofereix major percepció de risc, perquè un 43,65% no hi viatjaria, però sí ho faria Mèxic. En canvi, només un 5,08% viatjaria a Veneçuela però no a Mèxic. El 6,60% viatjaria a qualsevol de les dues destinacions.

Irak i Israel presenten conflicte obert en l'actualitat. Un 68,02% de la mostra les descartaria com a destinació, una quarta part estaria disposada a viatjar a Israel però no a Irak, i només un 3,55% viatjaria a Irak però no a Israel. Un 3,05% viatjaria a qualsevol de les dues opcions.

El gràfic 35 indica que un 63,96% de la mostra descartaria o ha descartat una destinació per raons de seguretat, un 26,90% s'ha plantejat o es plantejaria rebutjar-la, i només un 9,14% no està d'acord amb aquesta afirmació i, per tant, no exclou una destinació per tal motiu. D'altra banda, només un 38,58% de la població enquestada no viatjaria a una destinació insegura amb un atractiu turístic destacable, mentre que per un 22,34% prevaldria l'atractiu turístic de la destinació per sobre la seguretat. Així, s'observa que existeix gent està disposada a viatjar a destinacions percebudes com a insegures si l'atractiu turístic és prou rellevant.

Viatjar en paquet organitzat no és sinònim de major seguretat per a un 37,06% de la població consultada, que no per utilitzar aquest format de viatge aniria a una destinació insegura. És probable que d'aquest percentatge hi hagi gent disposada a viatjar pel seu compte a destins insegurs i altres persones que no hi viatgin en cap modalitat. Només per a un 22,34% viatjar en grup organitzat a una destinació insegura és la millor alternativa.

La por als atemptats terroristes impedeix a un 6,60% de la mostra de viatjar en avió, mentre que el 71,07% hi viatjaria igualment. Ara bé, en cas d'amenaça terrorista o conflicte en la destinació, un 56,85% de la població canviaria de destinació i només un 18,27% la mantindria.



Gràfic 35: Grau de conformitat amb les afirmacions presentades. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 22 de l'enquesta.

### 5.2.1. Risc i gènere

Si s'analitza per gènere, homes i dones comparteixen tendència en l'ordre de preocupació per cada tipus de risc. La inestabilitat política és la que duria a més persones a descartar una destinació, en un 47,56% en el cas dels homes i un 43,17% en el de les dones. En segon lloc el risc sanitari és el que portaria a excloure una destinació en un 36% en cada cas i, finalment el risc natural seria decisiu pel 20,38% de les dones, 4,5 punts més que pels homes.

Un major percentatge de dones que d'homes són influenciades pel risc sanitari quan aquest es compara amb la inestabilitat política, mentre que en comparar-lo amb el risc natural són els homes qui més importància donen al risc sanitari (confrontar gràfics 26 i 27 de l'annex 3).

En la percepció de riscos per continent, la inestabilitat política és percebuda més pels homes que per les dones, excepte a Europa i a Amèrica del Nord, on elles la noten més alta.

Els riscos naturals són, excepte en el cas d'Àfrica, més percebuts per les dones en tots els continents, coincidint amb que elles perceben més aquest risc de manera general.

El risc sanitari de les àrees geogràfiques on aquest domina (Àfrica i Àsia), també el detecten en major mesura les dones que els homes, en un 73,05% i un 48,23% respectivament.

La meitat dels homes de la mostra no percep risc a destinacions d'Amèrica del Nord i Oceania, i en el cas d'Europa són un 62,50%, mentre que les dones no arriben al 50% (confrontar gràfic 28 de l'annex 3). A l'Àfrica, Amèrica del Sud i l'Àsia, amb valors molt baixos, hi ha més dones que homes que no perceben cap risc, essent en el cas de l'Àfrica un 0,71% de dones qui no n'hi percep.

La proporció de dones que perceben risc natural al Japó i, per tant el descartarien com a destinació, és més alta que la d'homes. Per contra ells descarten en major mesura Indonèsia.

Un 29,08% de les dones descartarien un viatge a Colòmbia, el doble que d'homes, per inseguretats ciutadanes. Els homes són més propensos a no viatjar al Brasil o a descartar ambdues destinacions, opció escollida per gairebé el 60% dels homes. Prop del doble de dones que d'homes no descartaria cap de les dues destinacions.

En destinacions amb amenaça terrorista succeeix a la inversa, més homes que dones viatjarien tant a Tunísia com a Egipte, i major proporció de dones també descartarien ambdós països. Tant homes com dones perceben més risc a Egipte, però ells en major mesura.

La meitat dels homes viatjaria a la Xina abans que a la República Democràtica del Congo. I prop d'un 10% més de dones que d'homes no viatjaria a cap dels dos per l'amenaça sanitària.

Gairebé la meitat de les dones no viatjarien ni a Mèxic ni a Veneçuela per la inestabilitat política i jurídica d'aquests països, un percentatge que decreix lleugerament en el cas dels homes, ja que en més de la meitat dels casos estarien disposats a viatjar a Mèxic però no a Veneçuela. Curiosament hi ha més dones que homes que no descartarien cap de les opcions.

L'Iraq es percep com a regió amb conflicte obert més insegura que Israel, si bé el 72,34% de les dones no viatjaria a cap de les dues destinacions, un 15% més que d'homes.

Pel que fa al grau de conformitat amb les afirmacions sobre seguretat i viatges, s'observa que els homes acostumen a tenir respostes extremes, és a dir, o bé estan molt d'acord en les afirmacions o bé no hi estan gens. El factor entremig, presenta major percentatge de dones en tots els casos. Ara bé, el percentatge de dones que descarta una destinació per raons de seguretat és gairebé un 10% per sobre del d'homes. És l'únic cas en que això succeeix.

Un altre element on s'identifica una variació pronunciada per raó de gènere és en l'afirmació de viatjar a destinacions insegures contractant un paquet turístic. Un 13,70% més d'homes considera aquesta opció molt segura, mentre que les dones no hi mostren tant d'acord.

Finalment, un de cada quatre homes no canviaria una destinació de viatge per amenaça terrorista o conflicte, prop d'un 12% més que en el cas de les dones que no ho farien. En aquesta línia, també hi ha un major percentatge d'homes que no es deixa influenciar per la inseguretat de la destinació si aquesta presenta un atractiu turístic important. En el cas dels homes pensa així un 30,36% i només un 19,15% de les dones, de manera que la diferència entre gèneres es torna a trobar al voltant del 12% (confrontar gràfic 29 de l'annex 3).

### 5.2.2. Risc i edat

L'edat també condiona la percepció del risc. Així pel segment de persones de 18 a 49 anys el risc predominant és la inestabilitat política, igual que els majors de 65, més de la meitat dels quals el situen com a principal. En canvi, pel segment de 50 a 64 anys el risc predominant és el sanitari, situat per la resta en segona posició.

El risc natural no és el primer per a la gent de més de 65 anys. Al voltant del 20% de la resta de franges d'edat el posen com a principal. Quan és més percebut és al comparar-lo amb el risc sanitari en la franja de 35 a 49 anys (confrontar gràfics 30 i 31 de l'annex 3).

En quant a la percepció de risc per continents, la gent de 35 a 49 anys i la major de 65 anys són qui no en perceben cap amb major freqüència, en especial la gent del primer segment.

A l'Àfrica només un 1,27% de la mostra de 18 a 34 anys no hi percep cap risc. La resta de persones, independentment de l'edat, hi perceben el risc sanitari com a dominant.

Al continent nord-americà, on de manera generalitzada no es percep cap risc, no hi ha una dominància clara de cap tipus, ja que varia segons la franja d'edat. Per la gent més jove destaca el risc natural i la inestabilitat política, per la gent més gran el risc natural, i la gent de 35 a 49 anys col·loquen al capdavant el risc sanitari.

A Sud-Amèrica el risc més identificat és la inestabilitat política per a tots els grups d'edat. El segon lloc l'ocupa el sanitari per la gent de 35 a 64 anys i el natural per la resta de segments.

Aproximadament la meitat de la població de cada segment d'edat situa el risc sanitari com a principal a l'Àsia, seguit del risc natural per aproximadament un 30% de la població.

Al continent europeu els principals riscos detectats varien segons l'edat, essent la inestabilitat política per als més joves, el risc sanitari per la gent de 35 a 49 anys (si bé està repartida la importància entre les tres tipologies de manera gairebé homogènia) i els riscos naturals per als altres segments.

El risc natural és el més percebut a Oceania, seguit del sanitari, i la inestabilitat política, només identificada pel 3,70% del segment de 50 a 64 anys (confrontar gràfic 32 de l'annex 3).

Davant el risc natural que es pot trobar al Japó i a Indonèsia, més de la meitat de la gent major de 65 anys no descartaria un viatge a cap de les dues destinacions. La gent d'aquesta franja prefereix viatjar al Japó que a Indonèsia, seguint la tendència general. La franja d'edat que més descartaria viatjar als dos països són els joves de 18 a 34 anys.

Més de la meitat del segment de 35 a 49 anys no viatjaria ni a Brasil ni a Colòmbia per raons d'inseguretat ciutadana, essent el segment que més adoptaria aquesta decisió. En tots els casos es prefereix viatjar a Brasil abans que a Colòmbia, si bé per la franja d'edat mencionada és gairebé igual.

El terrorisme és més percebut a Egipte que a Tunísia, excepte per la gent de 18 a 34 anys, que descartaria abans un viatge a Tunísia per aquest motiu. Un segment d'edat, que d'altra banda, és el que més opta per no descartar cap de les dues destinacions. Al voltant de la meitat de la mostra descartaria ambdues destinacions, especialment la gent de 35 a 49 anys.

El nombre de persones que descarta un viatge a la República Democràtica del Congo abans que a la Xina augmenta amb l'edat, arribant al 50% en la gent de 50 a 64 anys, i al 100% per a la major de 65. Els més joves són els que més descarten viatjar a les dues destinacions, i també els que descarten més viatges a la Xina enfront a l'altra destinació.

El nombre de persones que descarta viatjar tant a Mèxic com a Veneçuela per inestabilitat política i jurídica augmenta amb l'edat. El nombre de viatges que es farien a ambdós països disminueix amb l'edat, igual que excloure viatjar a Veneçuela per davant de visitar Mèxic.

Viatjar a Iraq s'evita en major mesura que fer-ho a Israel en totes les edats, augmentant amb els anys. Tres de cada quatre persones de 18 a 34 anys no viatjarien a cap de les dues destinacions, essent el segment que menys viatjaria a una destinació amb conflicte obert.

La gent de fins a 34 anys és el col·lectiu més disposat a viatjar a destinacions turístiques insegures si aquestes tenen un atractiu turístic considerable, un fet que disminueix amb l'edat, de manera que en tots els casos la gent major de 65 anys es plantejaria no viatjar a una destinació insegura malgrat el seu atractiu turístic, coincidint amb que totes elles descarten una destinació per raons de seguretat.

El segment de la mostra d'entre 35 i 49 anys és el que descarta en major mesura una destinació per raons de seguretat, també el que presenta més casos de persones que canvien la seva destinació de viatge per amenaça terrorista o conflicte. En ambdós casos la gent d'entre 18 i 34 anys són qui menys canvien els seus plans de viatge per raons de seguretat, però és el col·lectiu que més evita viatjar en avió per por a atemptats terroristes (confrontar gràfic 33 de l'annex 3).

### 5.2.3. Formació acadèmica davant el risc

El pes atorgat a les diferents tipologies de risc és força similar independentment del nivell d'estudis acabat excepte en la població que només disposa de l'ESO, més influenciat pel risc sanitari, portant a descartar una destinació de viatge en gairebé el 50% dels casos si és percebut, enfront al 35% aproximat atorgat pels demés col·lectius.

Les persones consultades amb només estudis d'ESO situen a continuació el risc natural, un perill que la resta de segments escull en tercer lloc. Descartarien una destinació per aquest motiu el 32% de les persones amb ESO, al voltant del doble que la resta de grups de la mostra. La inestabilitat política és percebuda com el risc menys decisiu en la elecció d'una destinació de vacances per aquest col·lectiu, només clau en el 20% dels casos enfront el gairebé el 50% de la resta de la mostra (confrontar gràfics 34 i 35 de l'annex 3).

La percepció d'inestabilitat política a Amèrica del Nord minora a major nivell d'estudis.

El segment de persones amb un cicle d'FP de grau mitjà és el que presenta un nombre més elevat d'individus que no perceben risc en cap dels continents. Els exemples més destacats els trobem a l'Àfrica i a Amèrica del Sud, on els demés col·lectius perceben gairebé en tots els casos algun perill. D'altra banda, les persones amb els estudis d'ESO són les que més percepció tenen de risc en quatre dels sis continents (confrontar gràfic 36 de l'annex 3).

Igualment, la gent amb estudis d'FP de grau mitjà no descarta cap de les destinacions proposades per als diferents riscos en major percentatge (excepte per amenaça sanitària, amb una proporció lleugerament més alta d'universitaris) i la que té l'ESO la que exclou les dues destinacions en tots els casos (confrontar gràfics 37, 38, 39, 40, 41 i 42 de l'annex 3).

La gent amb la FP de grau mitjà és el segment que més d'acord està en no viatjar a una destinació insegura, malgrat el seu atractiu turístic, i la que més evita viatjar en avió per por a atemptats terroristes. Aquests fets contrasten amb les dades anteriorment presentades i amb que és el segment que indica haver canviat menys de destinació per amenaça terrorista en aquesta. A la vegada és la que més toleraria el risc si el viatge és un paquet organitzat.

Les persones amb Graduat en ESO són el col·lectiu que descarta menys un viatge per raons de seguretat i dels que menys canvien una destinació per amenaça terrorista o conflicte, dades que difereixen de les que s'han exposat prèviament, on aquest segment rebutjava destinacions per raons de seguretat en més casos que els altres.

La gent amb estudis universitaris o superiors és qui menys evita viatjar en avió per por a atemptats terroristes (confrontar gràfic 43 de l'annex 3).

#### 5.2.4. Influència dels acompanyants de viatge habituals en la percepció de risc

Amb independència dels acompanyants habituals de viatge, el risc que més força té per descartar una destinació és la inestabilitat política, excepte en les persones que viatgen amb amistats, que identifiquen l'amenaça sanitària com a principal.

Les persones que viatgen en grup organitzat són les que menys descarten una destinació per percebre un risc natural, només ho fan un 8,33%. Mentre que les que tenen més en compte aquest risc són les que van en família i sense menors (confrontar gràfics 44 i 45 de l'annex 3).

Les parelles viatgeres són qui menys risc detecta als diferents continents, destacant la diferència respecte d'altres col·lectius en el cas d'Àfrica, Amèrica del Sud i Àsia. Les persones que viatgen en grup organitzat de manera habitual detecta més risc als diversos continents. Aquestes últimes són, a més a més, un dels segments que més perill natural percep, tot i que s'ha observat prèviament que no és un element decisiu per decidir la destinació de viatge (confrontar gràfic 46 de l'annex 3).

Aquest segment també és el que més tolerància presenta als diferents riscos, ja que en les parelles de destinacions proposades evidencia en més casos que no descartaria cap de les dues alternatives. Les excepcions són els casos on la destinació presenta inestabilitat política o jurídica i conflicte obert, escenaris en que es descarten ambdós països majoritàriament.

Les persones que solen viatjar soles acostumen a descartar només una de les dues destinacions proposades, excepte en el cas de les destinacions amb conflicte obert, on majoritàriament descarten ambdues. Curiosament mentre que les demés persones descarten viatjar a Colòmbia per la inseguretat ciutadana, aquest segment exclou més vegades els viatges a Brasil. Només en les destinacions amb risc natural i les d'amenaça terrorista compten amb un percentatge d'aquest col·lectiu que no descartaria cap dels desplaçaments.

Les famílies sense menors d'edat són qui descarta en major mesura ambdues destinacions en els diferents casos.

Les persones que viatgen soles són les que menys estan disposades a renunciar a una destinació atractiva, seguides de les que viatgen en grup organitzat, mentre que les que ho fan en parella i en família són les que més descartarien viatjar a destinacions insegures.

Les persones que viatgen en grup organitzat són les que menys eviten viatjar en avió i les que menys destinacions descarten per raons de seguretat. D'altra part, les que més descarten una destinació per inseguretat i canvien de destí per amenaça terrorista o conflicte són les que viatgen en parella o en família amb algun menor (confrontar gràfic 47 de l'annex 3).

### 5.2.5. Influència de la costum viatgera en la percepció de risc

L'experiència viatgera redueix el protagonisme donat al risc natural com a circumstància decisiva per descartar una destinació de viatge, mentre que la inestabilitat política i el perill sanitari l'augmenten, en especial el primer (confrontar gràfics 48 i 49 de l'annex 3).

Excepte per Oceania, les persones que viatgen habitualment troben menys risc als continents. En el cas d'Àfrica però, només el 0,74% d'aquest grup considera que no hi ha risc.

La inestabilitat política és més percebuda pels viatgers habituals en el cas d'Àfrica, Amèrica del Sud i Oceania, mentre que en la resta de continents és més percebuda per gent que no viatja sovint.

El perill natural és més percebut per qui no acostuma viatjar en el cas d'Àfrica, Amèrica del Nord i del Sud i Oceania. El mateix passa amb el risc sanitari en tots els continents tret d'Europa i Oceania, on es percep més per qui viatja sovint (confrontar gràfic 50 de l'annex 3).

Al ser el risc natural més percebut per qui no viatja de forma freqüent, la proporció de gent que descartaria tant Indonèsia com Japó per aquest motiu és més alta i la que no en desestimaria cap és inferior, respecte les de la gent que viatja habitualment.

Aquesta tendència es repeteix en les altres amenaces presentades, excepte en el conflicte obert, on hi ha un 1% més de persones que no tenen costum viatgera que no descartarien ni Iraq ni Israel com a destinació de vacances. Desestimar els dos territoris ho segueix fent un percentatge més elevat de gent no viatgera, mentre que la gent que viatja de manera habitual estaria disposada a visitar Israel.

Les persones que viatgen de forma habitual estan menys d'acord amb les diferents afirmacions presentades excepte en el cas de "he canviat una destinació per amenaça terrorista / conflicte", en que el desacord és inferior però els qui hi estan poc d'acord augmenten. Així, la gent que no té costum viatgera descartaria en major mesura destinacions per raons de seguretat independentment del seu atractiu turístic i evita en més casos viatjar en avió per por a atemptats. Aquest segment és lleugerament més tolerant amb el fet de viatjar a llocs insegurs si és fa amb paquets organitzats (confrontar gràfic 51 de l'annex 3).

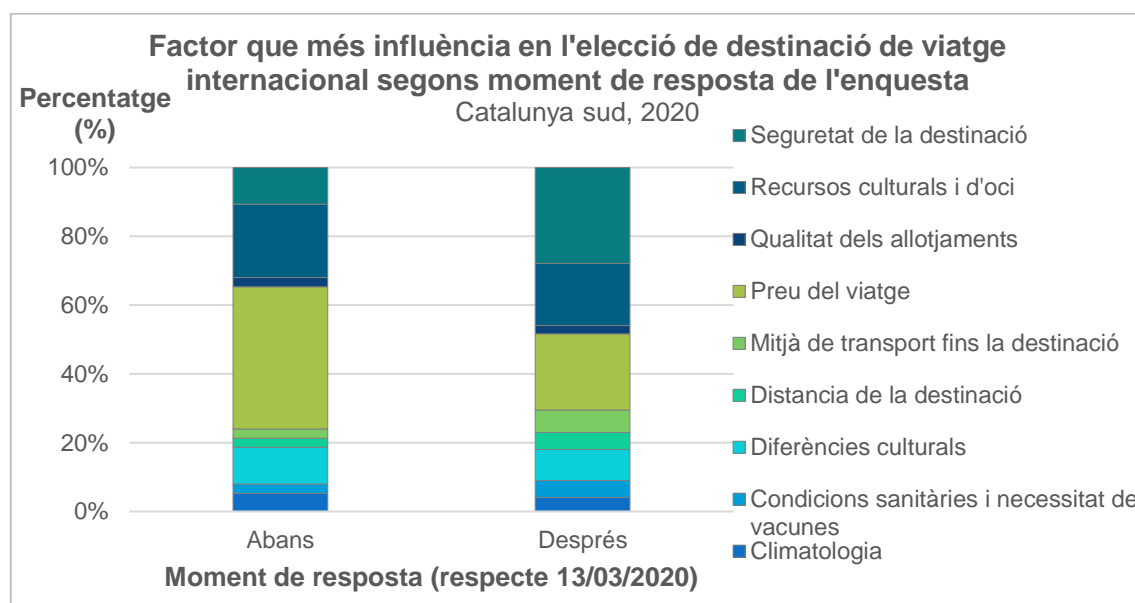
### 5.3. Impacte de la COVID-19 en la percepció de risc

Tal com han presentat alguns professionals i experts de l'àmbit turístic, la pandèmia mundial de COVID-19 porta a un augment de la por entre la població, estretament lligat a la incertesa, incidint-se mútuament, i per tant modificant els costums de viatge (Instituto de Emprendimiento Avanzado, 2020). Per aquest motiu que s'ha optat per incloure l'anàlisi de com la percepció del risc s'ha vist afectada per la pandèmia, aprofitant que part de les enquestes s'han contestat abans d'iniciar el confinament, i avaluar si aquestes premisses tenen impacte en la mostra utilitzada.

Iniciat el confinament amb motiu de l'expansió de la COVID-19, el perill que aquesta suposa es pot percebre més proper a la realitat personal de la mostra i, per tant, diferent del que es percebia abans d'iniciar el confinament, quan podia semblar un succés llunyà i menys probable. Per tant, aprofitant l'homogeneïtat de la mostra pel referent a la renda i la focalització en un territori concret com és la Catalunya sud, es dona significació a la variable de la pandèmia com a potencial element modificador de la sensació del risc dels individus.

La importància donada al preu com a factor més influent a l'hora d'escollir una destinació per a un viatge internacional, essent la que rebia més pes per part del més del 40% del primer bloc de la mostra, es veu reduïda gairebé a la meitat, situant-se en segona posició per darrera de la seguretat de la destinació, que augmenta el seu percentatge d'incidència del 10,67% al 27,87%, més del doble, essent doncs significatiu aquest canvi a favor de la seguretat.

Els recursos culturals i d'oci perden també importància per a la gent que respon l'enquesta a partir del 13 de març, caient de la segona a la tercera posició. Altres factors que redueixen la seva rellevància són la climatologia, les diferències culturals i la qualitat de l'allotjament, mentre que el mitjà de transport fins la destinació, la distància d'aquesta i les condicions sanitàries guanyen pes. Aquestes últimes no arriben al 5% malgrat l'augment i que la COVID-19 respondria a un risc sanitari (gràfic 36).



Gràfic 36: Factor que més influència en l'elecció de destinació de viatge internacional segons moment de resposta de l'enquesta. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 11 de l'enquesta i data de resposta.

En contra del que es podia esperar, sobta que la diferència observada en la percepció de les tipologies de risc segons el moment de resposta de l'enquesta és poc rellevant. Com pronosticava el gràfic anterior, el risc sanitari no guanya importància suficient com per passar davant de la inestabilitat política com a tipologia més determinant per a descartar una

destinació. Aquesta es reafirma com al factor que porta a descartar un determinat país o viatjar, augmentant el seu pes un 1% aproximadament.

Els riscos sanitaris augmenten la seva significació només en un 2,40%, però aquests prenen especial rellevància quan es contrasten amb els riscos naturals, ja que inicialment la proporció es trobava en un 40-60 a favor dels sanitaris, i aquests darreres arriben a impactar en el 72,27% de les persones que responen a partir del 13 de març.

Enfront la inestabilitat política, el risc sanitari però perd al voltant del 4% de significació a l'hora de descartar una destinació si és percebut (confrontar gràfics 52 i 53 de l'annex 3).

Excepte a l'Àfrica, a les demés àrees geogràfiques el percentatge de persones que no detecta riscos és més elevat entre la gent que ha participat en l'enquesta una vegada iniciat el confinament. En aquest moment també s'identifica una menor percepció d'inestabilitat política global, excepte a l'Àfrica on succeeix a l'inrevés.

El perill sanitari percebut és menor en les enquestes rebudes a partir del 13 de març, a excepció d'Amèrica del Sud i Europa, on n'augmenta la percepció (confrontar gràfic 54 de l'annex 3).

Excepte en la categoria d'inestabilitat política i jurídica, el percentatge de persones que no descartaria cap de les destinacions presentades amb els altres riscos augmenta entre les persones que responen les enquestes a partir del 13 de març i el de persones que descartarien ambdues es redueix, coincidint amb l'augment que ja s'havia observat de preocupació per la inestabilitat política i la seguretat.

El cas de les destinacions on es pot percebre una amenaça sanitària, descartar el viatge només al Congo augmenta gairebé el doble en referència la mostra anterior al confinament, mentre que la gent que descartaria només viatjar a la Xina es redueix al voltant de la meitat.

En general, a partir del 13 de març el grau d'acord amb les diferents afirmacions és més elevat excepte en el viatge en avió, evitat més sovint entre la gent que va respondre l'enquesta abans de la data esmentada. Descartar viatges a destinacions per raons de seguretat, amb independència del seu atractiu turístic ha estat més típic de les persones que han respost després l'enquesta.

Les agències de viatge donen gairebé la mateixa seguretat per viatjar a zones insegures en ambdós segments (confrontar gràfic 55 de l'annex 3).

## 6. CONCLUSIONS

La recerca ha permès conèixer el perfil del turista emissor català, especialment de la Catalunya sud, i com interactuen els conceptes de turisme i risc per aquest col·lectiu. Així doncs, es conclou que la investigació ha permès assolir els objectius proposats inicialment.

Majoritàriament la població de la Catalunya sud viatja de manera habitual, en especial els homes, i els segments d'edats compreses entre 35 i 49 anys i de més grans de 65. Tanmateix és una pràctica que augmenta de forma correlativa com més alt és el nivell d'estudis. Destaca un major interès pel turisme cultural, seguit de les modalitats de turisme urbà i rural, deixant en una posició més baixa el turisme de sol i platja, modalitat predominant quan es considera tot Catalunya, excepte entre les persones que tenen el graduat en ESO.

El turista de la Catalunya sud és un col·lectiu que acostuma a viatjar en parella, així ho manifesten especialment els homes i la gent major de 65 anys, mentre que en família amb menors d'edat, ho fan més evident les dones i persones d'entre 35 i 49 anys. Per realitzar aquests desplaçaments extrau informació de la destinació principalment a través de prescriptors, i complementa aquesta informació amb la que emeten les mateixes destinacions i la que ha rebut durant la seva formació acadèmica.

Tenint en compte que Catalunya és la comunitat autònoma que realitza més viatges internacionals, no és sorprenent que la major part de la població de la Catalunya sud hagi realitzat aquest tipus de desplaçaments, especialment aquests prenen força en el cas dels homes, la gent més gran i les persones amb nivells educatius més alts. Principalment es realitzen desplaçaments per Europa, que coincidint amb les preferències pel turisme cultural i urbà, presenta una oferta important i propera. Les persones més joves i amb estudis més bàsics, en canvi, es desplacen majoritàriament per Catalunya, Espanya i també Europa, però no solen viatjar a altres continents.

Amb l'estudi també s'ha pogut observar que el factor preu és el principal determinant per a un nombre més elevat de persones. La seguretat de la destinació queda en segona posició, seguida de l'oferta de recursos culturals i d'oci, mentre que les condicions sanitàries i la preocupació per als riscos naturals ocupen posicions més baixes encara. Cal destacar que si bé la seguretat no és el factor més determinant en l'elecció, aquesta és un requisit imprescindible per la població que viatja.

La tipologia de risc o amenaça que més negativament impacta en la decisió de la destinació de viatge és la percepció d'inestabilitat política del país, la qual en ser percebuda, porta a descartar més viatges a un determinat indret turístic.

Aquestes dades porten a la conclusió que la seguretat no és un element d'atracció de la destinació de vacances sinó més aviat un element condicionant. En altres paraules, alguns elements com el preu i els recursos culturals tenen una funció atractiva que conviden en

primera instància a escollir destinacions on agradaria viatjar, mentre que la seguretat incideix en la determinació en un segon pas, essent l'element que decanta la decisió cap a una o altra, a preu equivalent i atractiu similar. Tot i així, s'observa que la gent està disposada a arriscar-se a visitar destinacions percebudes com a insegures sempre que l'atractiu turístic sigui prou rellevant per l'individu.

Alguns factors sociodemogràfics influencien en la percepció del risc. En el cas del gènere, per exemple, es detecta que els homes i la gent més gran es veuen més condicionats per qüestions de seguretat en la destinació, mentre que les dones i persones més joves no s'hi veuen tan influenciades.

La importància de la seguretat i les condicions sanitàries en la tria d'una destinació augmenta amb el nivell d'estudis, mentre que a la vegada decreix la percepció de riscos a les diferents destinacions.

Es fa evident que amb l'edat augmenta la proporció de persones que descarten destinacions per ser percebudes com insegures, a la vegada que creix el nombre de les que eviten viatjar a llocs on hi perceben riscos sanitaris enfront la inseguretat política.

Les característiques dels individus com a viatgers també incideixen en com perceben el perill. Tot i que el preu segueix sent el factor més decisiu, especialment en la població que no viatja habitualment, les persones que ho fan amb freqüència manifesten menys preocupació pels factors de seguretat i les condicions sanitàries que les que no, i en les seves decisions donen molt de pes a l'oferta cultural i d'oci, per tant presenten major tolerància al risc.

Amb la pandèmia de la COVID-19, la seguretat passa a ser essencial en les decisions turístiques de la Catalunya sud, si bé les condicions sanitàries no adquireixen gairebé rellevància. La importància donada al preu es redueix a la meitat i cedeix el seu lloc a la seguretat, que augmenta més del doble.

En definitiva, el treball de fi de grau mostra com per a les persones de la Catalunya sud la seguretat a l'hora de viatjar no és el factor principal que porta a escollir una destinació però a la vegada és imprescindible com a element condicionant.

Es requereix de més recerca per confirmar si la funció i l'ordre en que els elements preu i recursos culturals i d'oci participen en la presa de decisió, són realment diferents a les de la seguretat i la percepció del risc.

D'altra banda futures investigacions també podrien anar orientades a definir una classificació dels elements que contribueixen en la formació de la imatge d'una destinació, en atractius i condicionants, així com a esbrinar en quin moment actua cadascun i el paper que juguen en el procés de presa de decisions.

## 7. FONTS I BIBLIOGRAFIA

ENQUESTA d'elaboració pròpia sobre la percepció de risc a l'hora de triar una destinació (març - març del 2020)

- ACN. (2016). Els destins turístics preferits pels catalans aquest estiu. Retrieved April 30, 2020, from [https://www.elmon.cat/vida/els-destins-turistics-preferits-pels-catalans-aquest-estiu\\_648009102.html](https://www.elmon.cat/vida/els-destins-turistics-preferits-pels-catalans-aquest-estiu_648009102.html)
- Araña, J. E., & León, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 299–315. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.08.003>
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Berli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657–681. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
- Camprubí, R., Julve, J. G., & Trayter, J. C. (2009). *La formació de la imatge turística induïda: el paper de les xarxes relacionals*.
- Cortés Jiménez, I. (2010). Els viatgers catalans. In *Atles del Turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Productes Turístics*. Retrieved from <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/224.html>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.1080/03069887708258111>
- Enders, W., Sandler, T., & Parise, G. F. (1992). An Econometric Analysis of the Impact of Terrorism on Tourism. *Kyklos*, 45(4), 531–554. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.1992.tb02758.x>
- Espinoza, V., & Barozet, E. (2008). De qué hablamos cuando decimos “clase media”? Perspectivas sobre el caso chileno. *Expansiva*, (Octubre). Retrieved from [http://www.expansiva.cl/media/en\\_foco/documentos/27082009115400.pdf](http://www.expansiva.cl/media/en_foco/documentos/27082009115400.pdf)
- Frías, D. M., Rodríguez, M. A., Castañeda, J. A., Sabiore, C. M., & Buhalis, D. (2012). The Formation of a Tourist Destination's Image via Information Sources: the Moderating Effect of Culture. *International Journal of Tourism Research*, 14, 437–450. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2/3), 191–215. <https://doi.org/10.1300/J073v02n02>
- Instituto de Emprendimiento Avanzado. (2020). Cómo dinamizar el turismo después de una crisis. Retrieved from [https://ieavanzado509.clickmeeting.com/como-dinamizar-el-turismo-despues-de-una-crisis/register?\\_ga=2.94326623.392609357.1585848455-1246935746.1585251985](https://ieavanzado509.clickmeeting.com/como-dinamizar-el-turismo-despues-de-una-crisis/register?_ga=2.94326623.392609357.1585848455-1246935746.1585251985)
- Instituto De Estudios Turísticos. (2000). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 1999*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2001). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2000*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2002). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2001*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2003). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2002*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2005). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2004*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2006). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2005*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2007). *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) Año 2006*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2008). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR)*

- Año 2007. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2009). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR) Año 2008*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2010). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR) Año 2009*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2011). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR) Año 2010*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2012). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR) Año 2011*. Madrid.
- Instituto De Estudios Turísticos. (2013). *Movimientos turísticos de los españoles (FAMILITUR) Año 2012*.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020). Viajes, pernoctaciones, duración media y gasto por comunidad autónoma de residencia de los viajeros. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=12448#!tabs-tabla>
- International SOS. (2020). *TRAVEL RISK MAP 2020 Global health and travel security risks review*.
- Korstanje, M. (2012). Los Riesgos y El Sistema Turístico: Una Nueva Aproximación. *Anuario Turismo y Sociedad*, 13, 99–116.
- La Xarxa. (2004, April 20). Els catalans són els que més viatgen i molt planificadors. *La Xarxa*. Retrieved from <http://www.laxarxa.cat/altres/noticia/els-catalans-son-els-que-mes-viatgen-i-molt-planificadors>
- Larsen, S., Brun, W., & Øgaard, T. (2009). What tourists worry about - Construction of a scale measuring tourist worries. *Tourism Management*, 30(2), 260–265. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.06.004>
- Muñoz, A. (2002). *La Imagen de un Destino Turístico: Concepto e Instrumentalización. Una Aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política*.
- Observatori d'empresa i ocupació. (2016). *Viatges dels catalans 4t trimestre de 2015*.
- Observatori d'empresa i ocupació. (2017). *Viatges dels catalans 4t trimestre de 2016*.
- Observatori d'empresa i ocupació. (2019a). *Viatges dels catalans 4t trimestre de 2017*.
- Observatori d'empresa i ocupació. (2019b). *Viatges dels catalans 4t trimestre de 2018*.
- Observatori d'empresa i ocupació. (2020). *Viatges dels catalans 3r trimestre de 2019*.
- Organització Mundial del Turisme (OMT). (2001). *El turismo emisor de España perfil del mercado*. Retrieved from [http://encore.fama.us.es/iii/encore/record/C\\_\\_Rb2108108\\_\\_Swtoelibrary\\_\\_Ff%3Afacetcollections%3A7%3A7%3ALibrosElectrónicos%3A%3A\\_\\_P2\\_\\_O-date\\_\\_U\\_\\_X0?lang=spi&suite=cobalt](http://encore.fama.us.es/iii/encore/record/C__Rb2108108__Swtoelibrary__Ff%3Afacetcollections%3A7%3A7%3ALibrosElectrónicos%3A%3A__P2__O-date__U__X0?lang=spi&suite=cobalt)
- Pizam, A. (1999). A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 38(1), 5–12. <https://doi.org/10.1177/004728759903800103>
- Rourera, M. (2013). Els catalans trien visitar les fires de Nadal d'Europa. Retrieved April 30, 2020, from <http://www.elpuntavui.cat/societat/article/5-societat/703830-els-catalans-trien-visitar-les-fires-de-nadal-deuropa.html>
- Ruan, W. Q., Li, Y. Q., & Liu, C. H. S. (2017). Measuring tourism risk impacts on destination image. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su9091501>
- Šimková, E. (2014). Psychology and its Application in Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114, 317–321. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.704>
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112–144. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)00072-8)

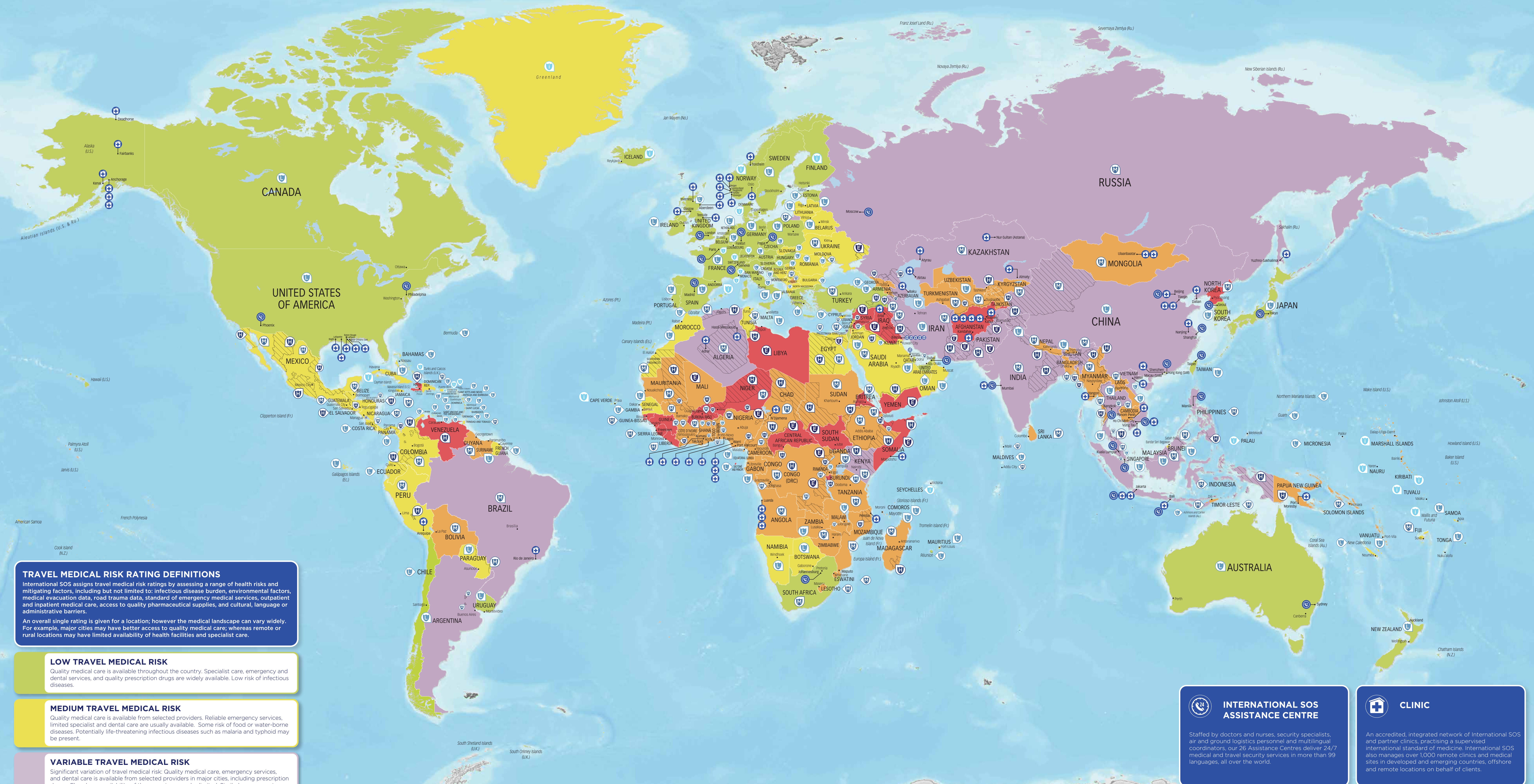
## 8. ANNEXOS

# TRAVEL RISK MAP 2020

Global health and travel security risks review



WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.



**TRAVEL MEDICAL RISK RATING DEFINITIONS**  
 International SOS assigns travel medical risk ratings by assessing a range of health risks and mitigating factors, including but not limited to: infectious disease burden, environmental factors, medical evacuation data, road trauma data, standard of emergency medical services, outpatient and inpatient medical care, access to quality pharmaceutical supplies, and cultural, language or administrative barriers.  
 An overall single rating is given for a location; however the medical landscape can vary widely. For example, major cities may have better access to quality medical care; whereas remote or rural locations may have limited availability of health facilities and specialist care.

**LOW TRAVEL MEDICAL RISK**  
 Quality medical care is available throughout the country. Specialist care, emergency and dental services, and quality prescription drugs are widely available. Low risk of infectious diseases.

**MEDIUM TRAVEL MEDICAL RISK**  
 Quality medical care is available from selected providers. Reliable emergency services, limited specialist and dental care are usually available. Some risk of food or water-borne diseases. Potentially life-threatening infectious diseases such as malaria and typhoid may be present.

**VARIABLE TRAVEL MEDICAL RISK**  
 Significant variation of travel medical risk. Quality medical care, emergency services, and dental care is available from selected providers in major cities, including prescription drugs. Elsewhere, availability of these services may be limited. Similarly, exposure to food, water-borne or potentially life-threatening infectious diseases may vary.

**HIGH TRAVEL MEDICAL RISK**  
 Basic emergency services, medical and dental care may be available. Specialist care is limited even in major cities. A wide range of quality prescription drugs may not be available. Food and water-borne infections are common. Potentially life-threatening infectious diseases such as malaria, typhoid and cholera may persistently pose a threat.

**VERY HIGH TRAVEL MEDICAL RISK**  
 Healthcare is almost non-existent or severely overtaxed. There may be very limited or no primary care, emergency care or dental services. Quality prescription drugs are frequently unavailable. Food and water-borne infections are common. Potentially life-threatening infectious diseases such as malaria and cholera may be persistently present and large outbreaks may occur.

**TRAVEL SECURITY RISK RATING DEFINITIONS**  
 The travel security risk rating evaluates the threat posed to travellers and international assignees by political violence (including terrorism, insurgency and/or sporadic acts of terrorism), civil unrest (including sectarian, communal and ethnic violence) as well as violent and petty crime. Other factors, such as the robustness of the transport infrastructure, the state of industrial relations, the effectiveness of the security and emergency services and the country's susceptibility to natural disasters are also considered where they are of sufficient magnitude to impact the overall risk environment for travellers.

**INSIGNIFICANT TRAVEL SECURITY RISK**  
 Rates of violent crime are very low. There is no significant political violence or civil unrest and little sectarian, communal, racial or targeted violence against foreigners. Security and emergency services are effective and infrastructure is sound. Transport services are of a high standard with good safety records and only occasional travel disruption. Industrial action affecting essential services is rare.

**LOW TRAVEL SECURITY RISK**  
 Violent crime rates are low and racial, sectarian or political violence or civil unrest is uncommon. If terrorism is a threat, groups have limited operational capabilities, and acts of terrorism are rare. Security and emergency services are effective and infrastructure is sound. Industrial action and transport disruption are infrequent.

**MEDIUM TRAVEL SECURITY RISK**  
 Periodic political unrest, violent protests, insurgency and/or sporadic acts of terrorism occur. Travellers and international assignees may face risk from communal, sectarian or racial violence and violent crime. Capacity of security and emergency services and infrastructure varies. Industrial action can disrupt travel.

**HIGH TRAVEL SECURITY RISK**  
 Protests are frequently violent and may target or disrupt foreigners; they may be exacerbated by governance issues, including security or law and order capacity. Violent crime and terrorism pose significant direct or incidental risks to travellers and international assignees. Communal, sectarian or racial violence is common and foreigners may be directly targeted. Certain parts of the country are inaccessible or off-limits to the traveller.

**EXTREME TRAVEL SECURITY RISK**  
 Government control and law and order may be minimal or non-existent across large areas. Serious threat of violent attacks by armed groups targeting travellers and international assignees. Government and transport services are barely functional. Large parts of the country are inaccessible to foreigners.

**REGIONAL VARIATIONS**  
 Travel Security Risk Zones are areas within a country where the risks faced by travellers and international assignees are different from the country's overall risk environment, usually necessitating a different level of preparation.

**INTERNATIONAL SOS ASSISTANCE CENTRE**  
 Staffed by doctors and nurses, security specialists, air and ground logistics personnel and multilingual coordinators, our 26 Assistance Centres deliver 24/7 medical and travel security services in more than 99 languages, all over the world.

**CLINIC**  
 An accredited, integrated network of International SOS and partner clinics, practising a supervised international standard of medicine. International SOS also manages over 1000 remote clinics and medical sites in developed and emerging countries, offshore and remote locations on behalf of clients.

The Travel Risk Map is a global representation of travel medical and travel security risks. Please consult International SOS for more detailed information on country-specific risks. All risk ratings shown are taken in November 2019. [international.sos.com/risk-outlook](http://international.sos.com/risk-outlook)

# Imatge turística

El present qüestionari té per objectiu analitzar el procés de presa de decisions a l'hora de realitzar un viatge internacional.

Forma part del Treball de Final de Grau de Turisme de la URV.

Es tracta d'una enquesta amb una durada de 5 minuts, on les respostes seran anònimes.

Gràcies per al vostre temps.

**\*Obligatorio**

1. Indiqui el seu gènere. \*

*Marca solo un óvalo.*

Femení

Masculí

2. Seleccioni la franja d'edat en la que es troba. \*

*Marca solo un óvalo.*

18-34

35-49

50-64

65 o més

3. Indiqui el seu nivell d'estudis acabat. \*

*Marca solo un óvalo.*

Graduat en ESO o equivalent

Batxillerat o equivalent

Cicle d'FP de Grau Mitjà

Cicle d'FP de Grau Superior

Grau universitari o superior

4. Si és estudiant, indiqui en quina facultat.

*Marca solo un óvalo.*

- Facultat de Ciències de l'Educació i Psicologia
- Facultat de Ciències Jurídiques
- Facultat d'Economia i Empresa
- Facultat d'Enologia
- Facultat d'Infermeria
- Facultat de Lletres
- Facultat de Medicina i Ciències de la Salut
- Facultat de Química
- Facultat de Turisme i Geografia

## PERFIL

5. Indiqui si viatja habitualment. \*

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

6. Seleccioni les principals destinacions on ha viatjat. \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Àfrica
- Amèrica del Nord
- Amèrica del Sud
- Àsia
- Europa
- Oceania
- Espanya
- Catalunya

## 7. Indiqui amb qui acostuma a viatjar \*

Marca solo un óvalo.

- Sol
- Parella
- Família (amb algun/a menor de 18 anys)
- Família (sense menors de 18 anys)
- Amics/Amigues
- Grup organitzat

## 8. Indiqui quin tipus de turisme prefereix realitzar. \*

Selecciona todos los que correspondan.

- Turisme cultural
- Turisme de luxe
- Turisme de motxilla
- Turisme de negocis i congressos
- Turisme rural
- Turisme de sol i platja
- Turisme urbà

Otro:  \_\_\_\_\_

Formació  
d'imatge

Imagini que està decidint la destinació per a les seves properes vacances a l'estranger.

## 9. Quins factors influeixen més en la imatge que es fa de la destinació? \*

Marca solo un óvalo.

- Educació, estudis, informació acadèmica sobre el país
- Mitjans de comunicació, notícies
- Promoció que se'n fa des de la destinació
- Opinions d'altres viatgers/es (blogs, amistats o familiars, prescriptors/es...)
- Otro: \_\_\_\_\_

10. Valori el pes dels factors següents a l'hora de decidir una destinació de vacances. \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Gens	Poc	Molt
Diferències culturals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mitjà de transport fins la destinació	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fragilitat orogràfica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Climatologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Distància de la destinació	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Condicions sanitàries i necessitat de vacunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preu del viatge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguretat de la destinació	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos culturals i d'oci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitat dels allotjaments	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Esculli el factor que més l'influència a l'hora d'escollir la destinació on fer un viatge internacional. \*

*Marca solo un óvalo.*

- Distància de la destinació
- Climatologia
- Qualitat dels allotjaments
- Recursos culturals i d'oci
- Seguretat de la destinació
- Preu del viatge
- Diferències culturals
- Condicions sanitàries i necessitat de vacunes
- Fragilitat orogràfica
- Mitjà de transport fins la destinació

Seguretat

A continuació es mostraran diferents parelles de factors que es poden donar en qualsevol destinació.  
Seleccioni en cada cas el factor que, si el percebés, faria que descartés una destinació.

- 12.

*Marca solo un óvalo.*

- Inestabilitat política (manifestacions, vagues generals, terrorisme, guerra...)
- Risc sanitari (serveis mèdics ineficients, accés limitat a sanitat, contagi de malalties...)

- 13.

*Marca solo un óvalo.*

- Risc sanitari (serveis mèdics ineficients, accés limitat a sanitat, contagi de malalties...)
- Risc natural (terratrèmols, erupcions volcàniques, tsunamis, inundacions)

14.

*Marca solo un óvalo.*

- Risc natural (terratrèmols, erupcions volcàniques, tsunamis, inundacions)
- Inestabilitat política (manifestacions, vagues generals, terrorisme, guerra...)

15. Indiqui quin risc percep com a dominant en cadascun dels continents. \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Inestabilitat política	Risc natural	Risc sanitari	Sense riscos
Àfrica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amèrica del Nord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amèrica del Sud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Àsia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oceania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Triï la destinació que descartaria entre les parelles següents.

16. Risc natural \*

*Marca solo un óvalo.*

- Indonèsia
- Japó
- Les dues
- Cap de les dues

## 17. Inseguretat ciutadana \*

*Marca solo un óvalo.*

- Brasil
- Colòmbia
- Les dues
- Cap de les dues

## 18. Amenaça terrorista \*

*Marca solo un óvalo.*

- Egipte
- Tunísia
- Les dues
- Cap de les dues

## 19. Amenaça sanitària \*

*Marca solo un óvalo.*

- Congo
- Xina
- Les dues
- Cap de les dues

## 20. Inestabilitat política / jurídica \*

*Marca solo un óvalo.*

- Mèxic
- Veneçuela
- Les dues
- Cap de les dues

## 21. Conflictes oberts \*

Marca solo un óvalo.

- Irak
- Israel
- Les dues
- Cap de les dues

## 22. Per acabar, indiqui el grau de conformitat amb les frases següents: \*

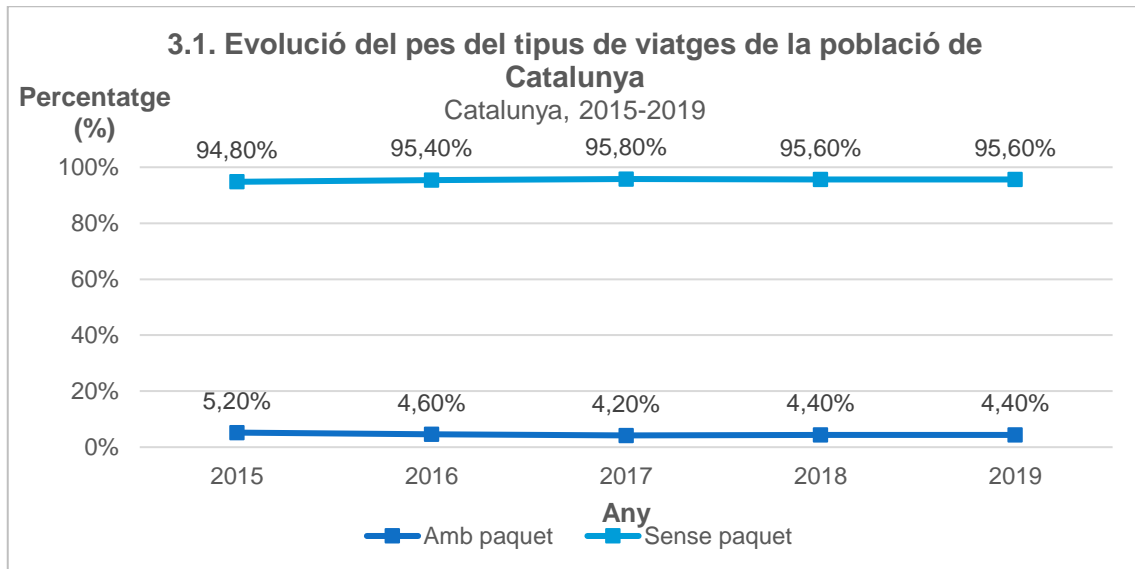
Marca solo un óvalo por fila.

	Gens d'acord	Poc d'acord	Molt d'acord
He descartat/descartaria una destinació per raons de seguretat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He canviat una destinació per amenaça terrorista/conflicte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evito viatjar en avió per por a atemptats terroristes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Només viatjaria a una destinació insegura amb un paquet organitzat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mai viatjaria a una destinació insegura, malgrat el seu atractiu turístic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

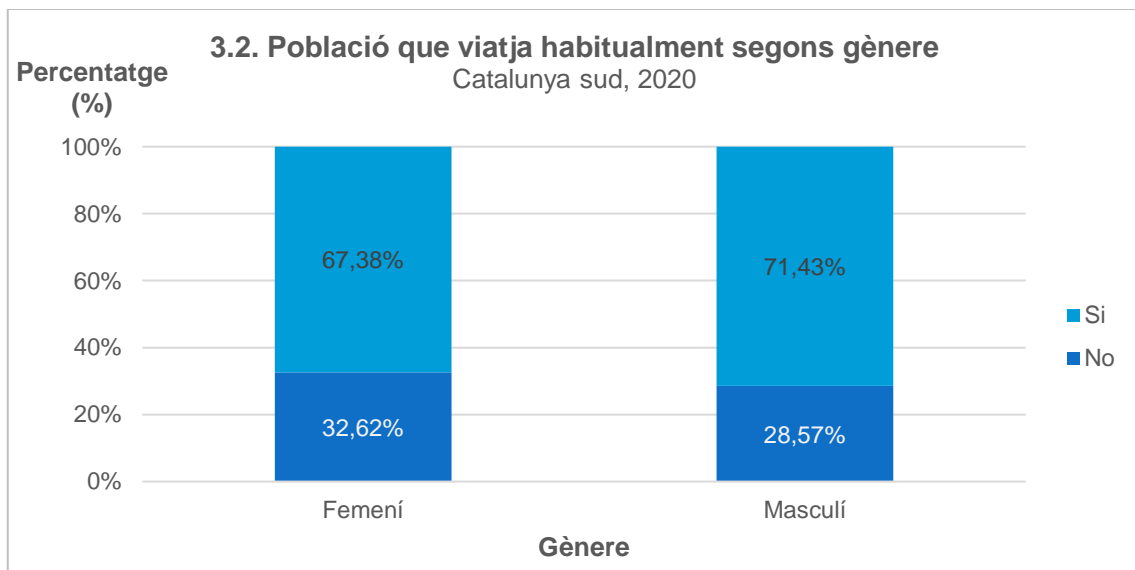
Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

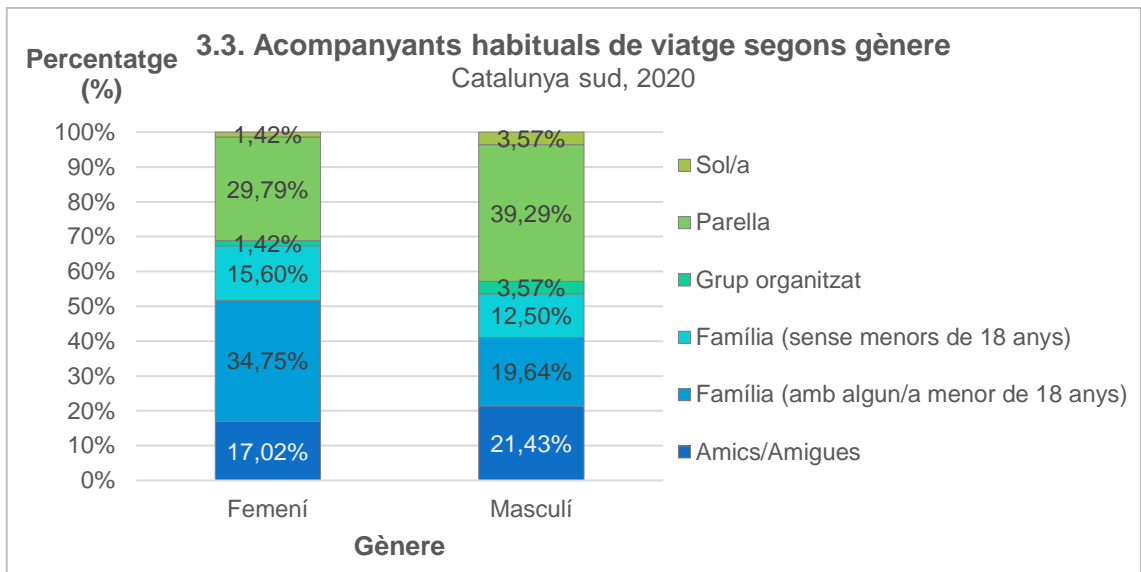
### Annex 3: Recopilació de gràfiques



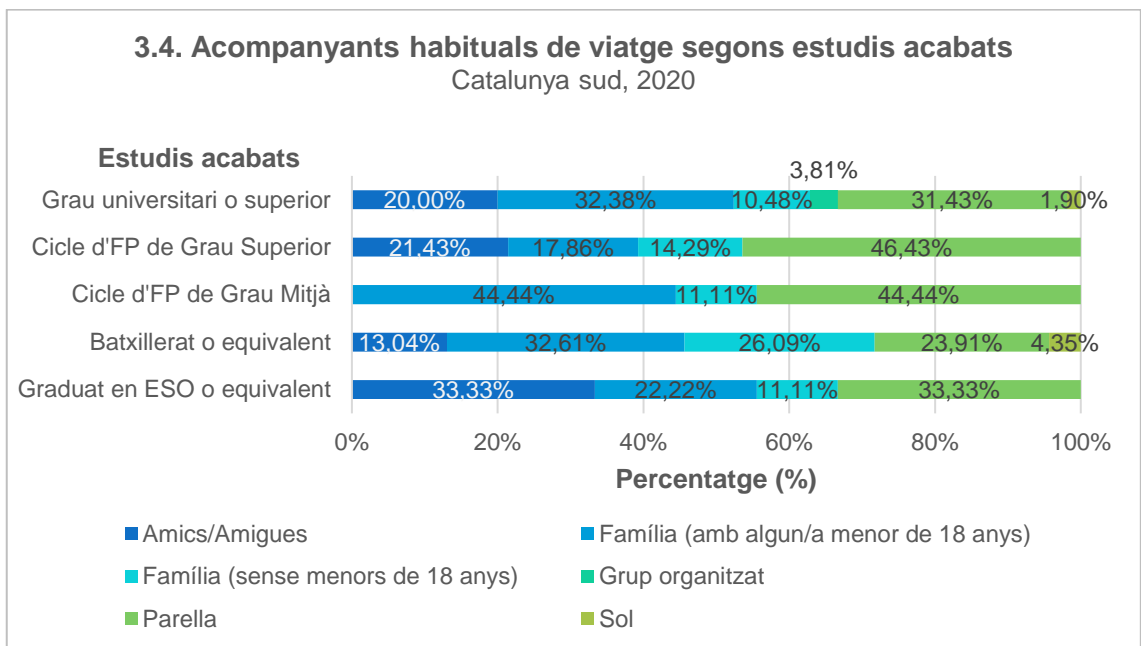
Gràfic 1: Evolució del pes del tipus de viatges de la població de Catalunya del 2015 al 2019. Elaboració pròpia segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya.



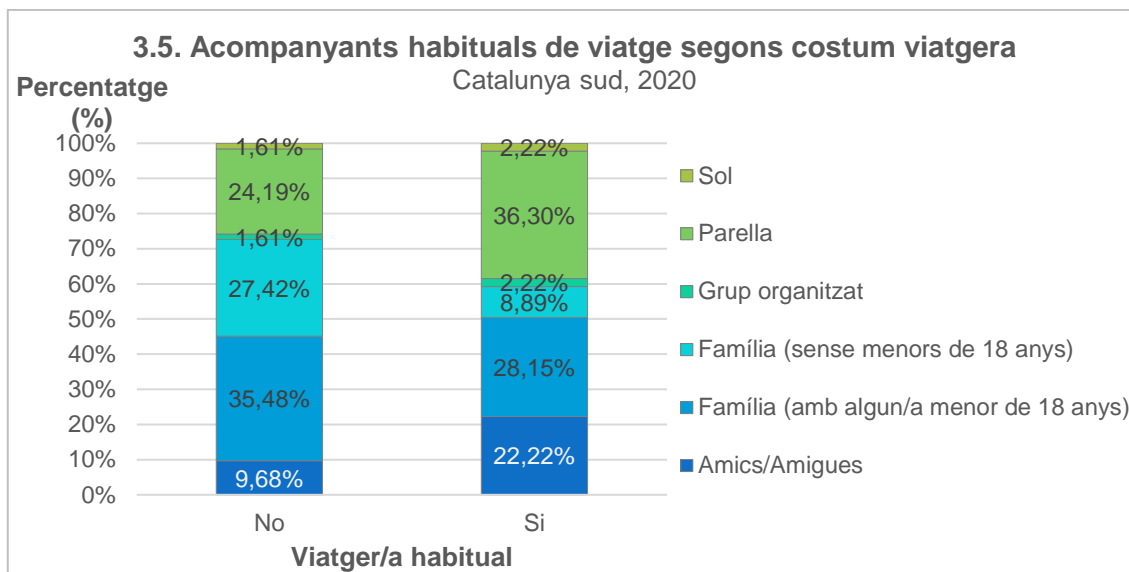
Gràfic 2: Població que viatja habitualment segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 1 i 5 de l'enquesta.



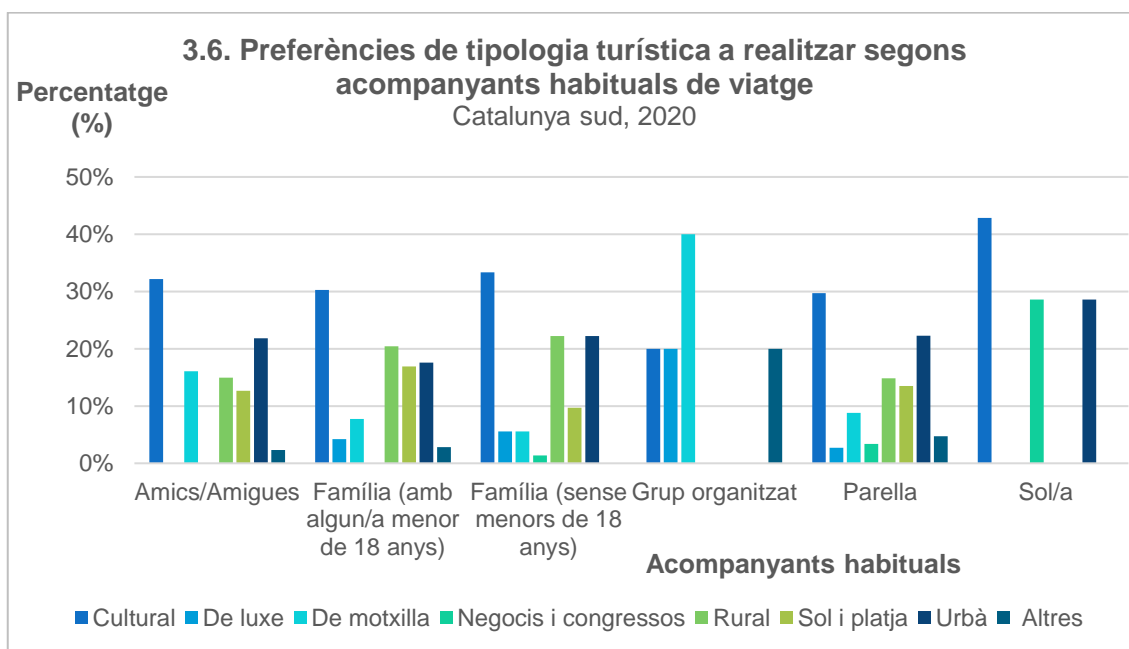
Gràfic 3: Acompanyants habituals de viatge segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 1 i 7 de l'enquesta.



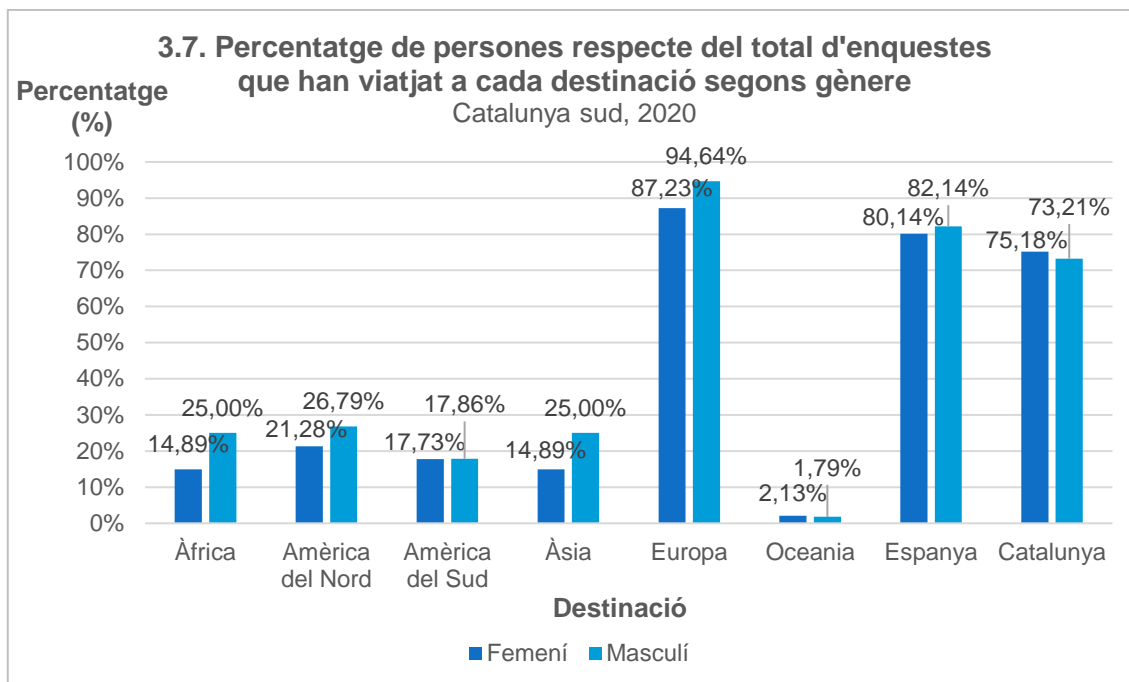
Gràfic 4: Acompanyants habituals de viatge segons estudis acabats. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 3 i 7 de l'enquesta.



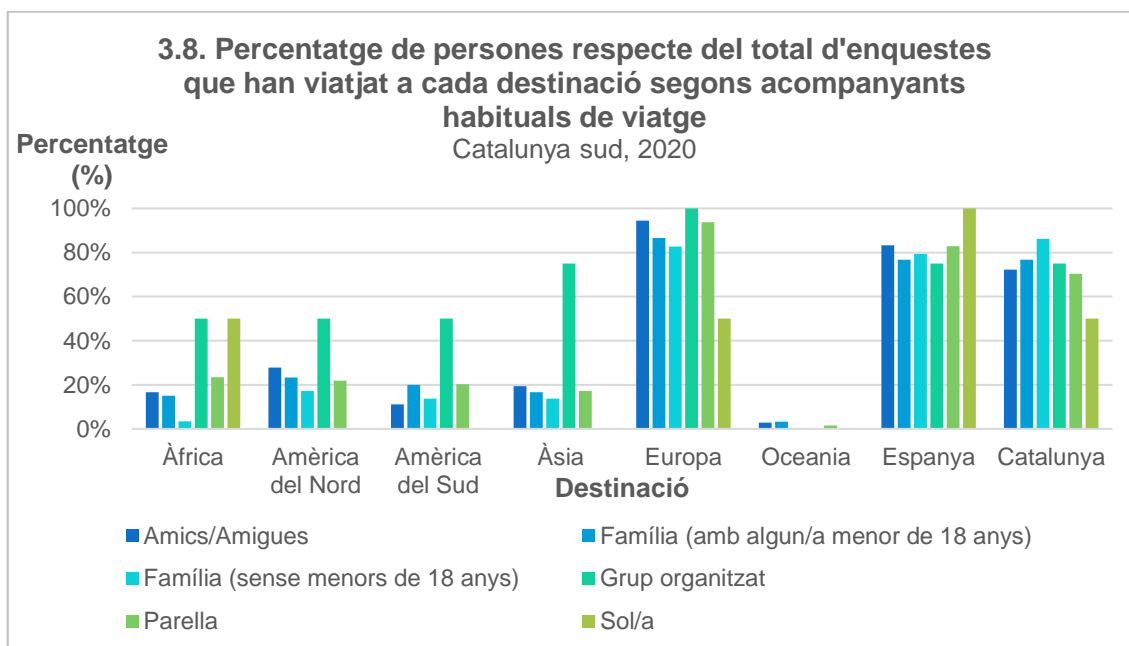
Gràfic 5: Població que viatja habitualment segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 5 i 7 de l'enquesta.



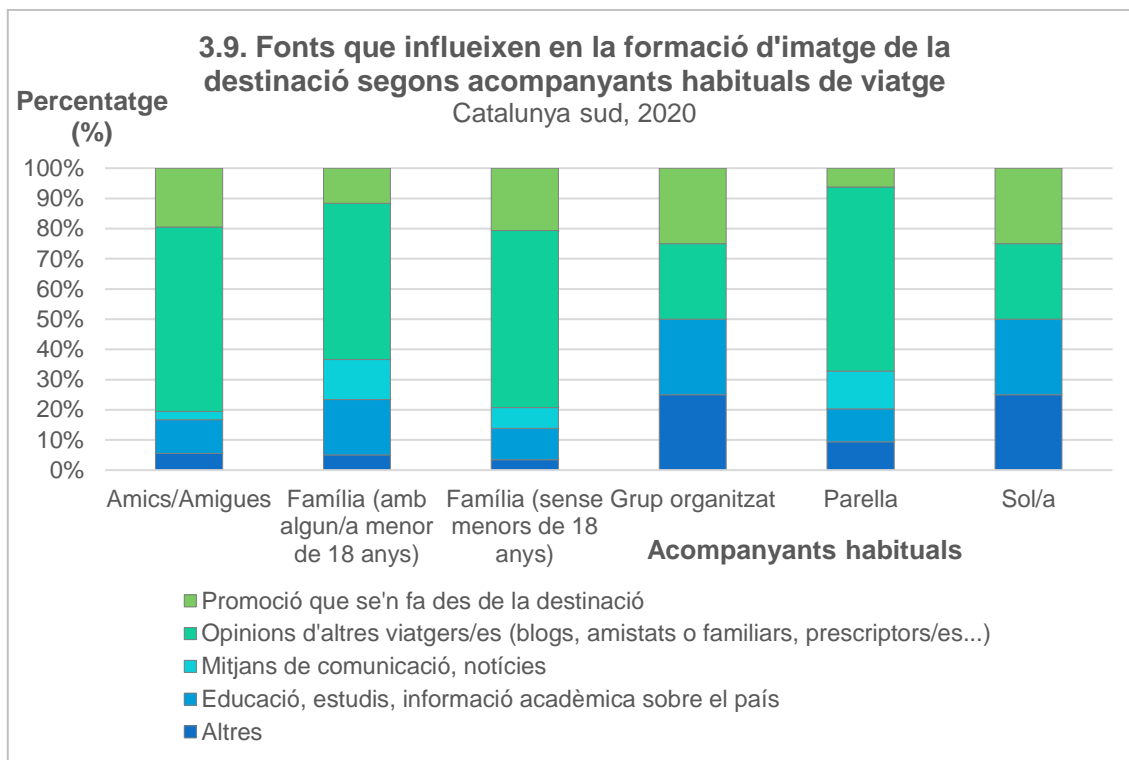
Gràfic 6: Preferències de tipologia turística a realitzar segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 7 i 8 de l'enquesta.



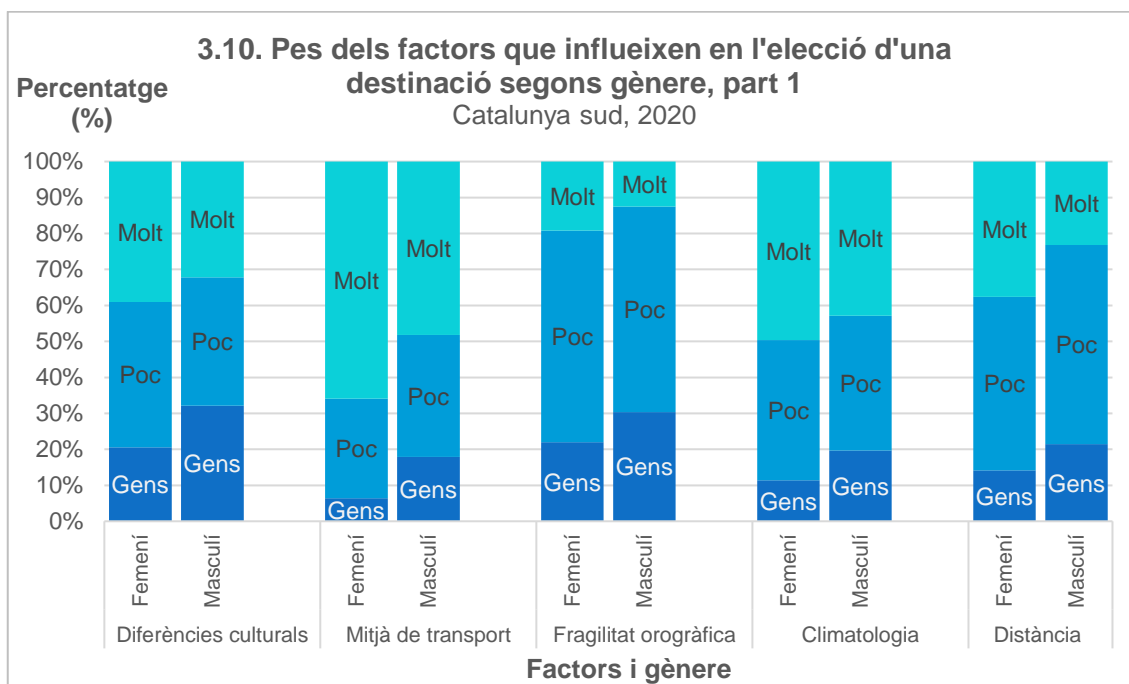
Gràfic 7: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 1 i 6 de l'enquesta.



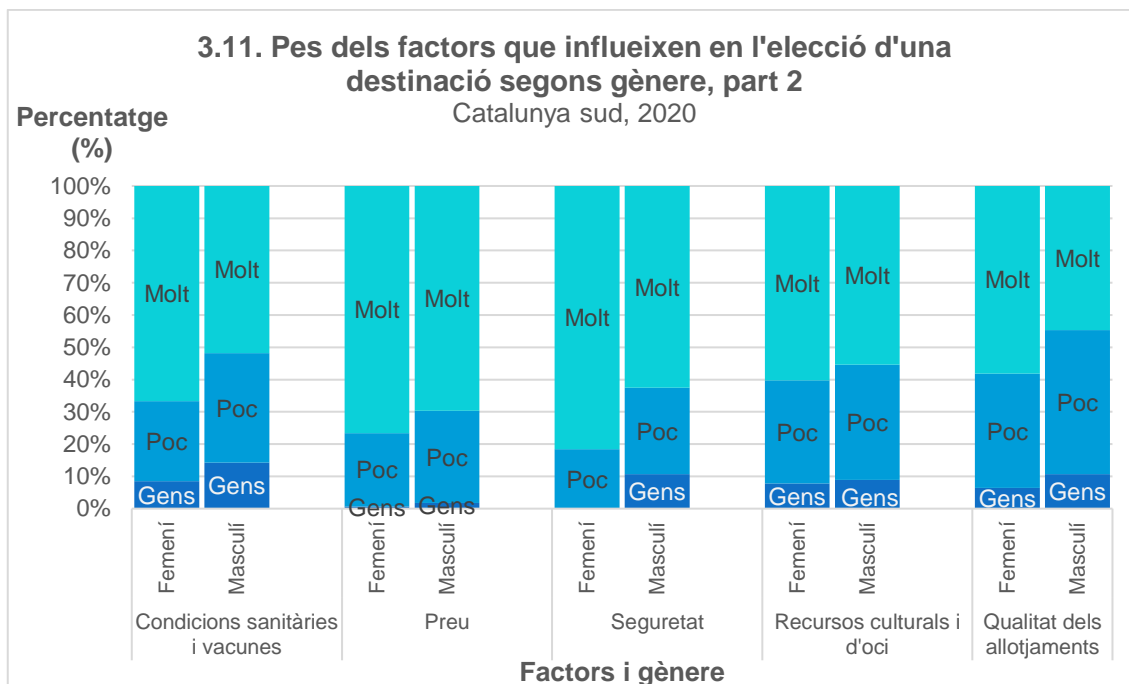
Gràfic 8: Percentatge de persones respecte del total d'enquestes que han viatjat a cada destinació segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 6 i 7 de l'enquesta.



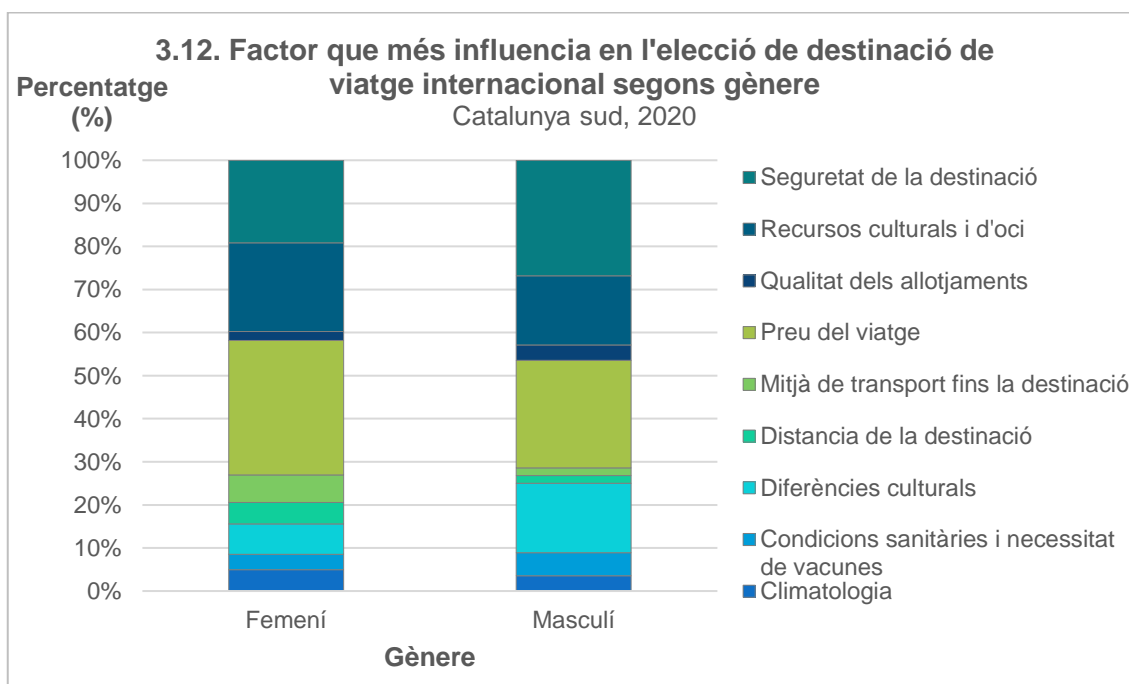
Gràfic 9: Fonts que influeixen en la formació d'imatge de la destinació segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes número 7 i 9 de l'enquesta.



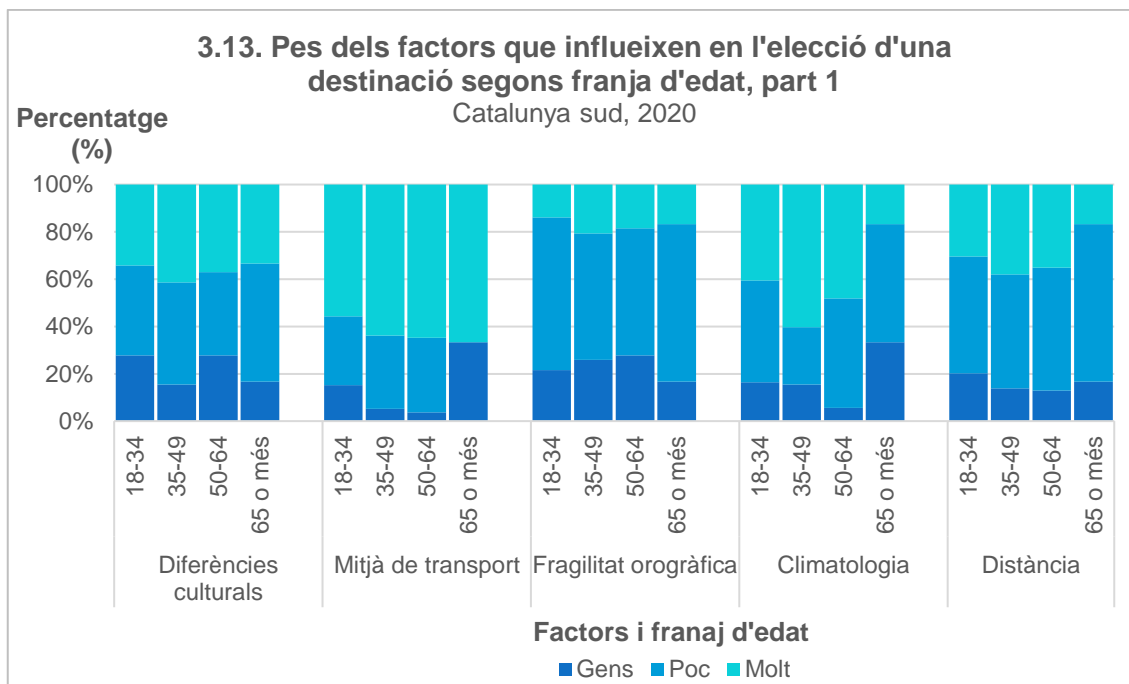
Gràfic 10: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons gènere, part 1. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1 i 10 de l'enquesta.



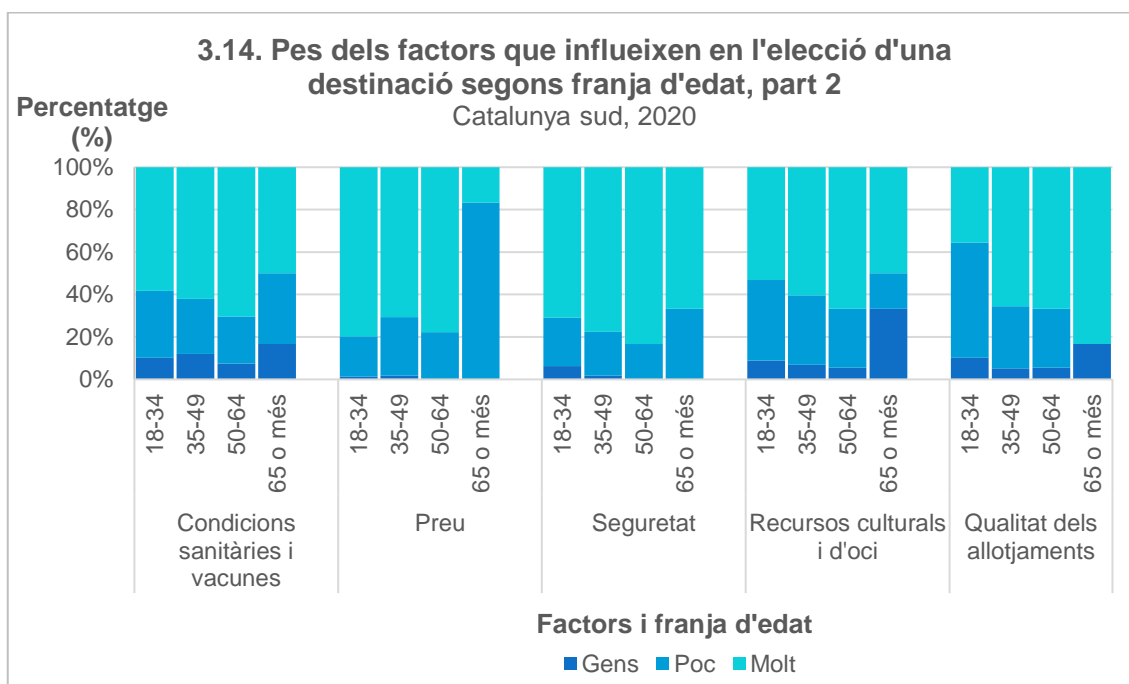
Gràfic 11: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons gènere, part 2. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1 i 10 de l'enquesta.



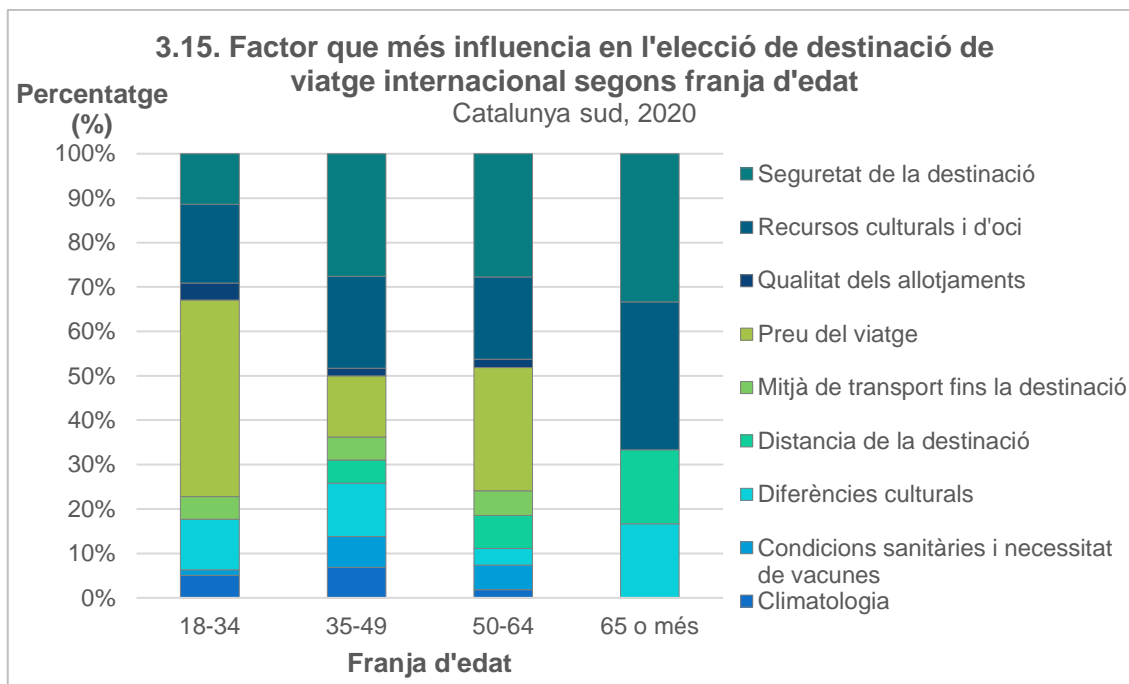
Gràfic 12: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1 i 11 de l'enquesta.



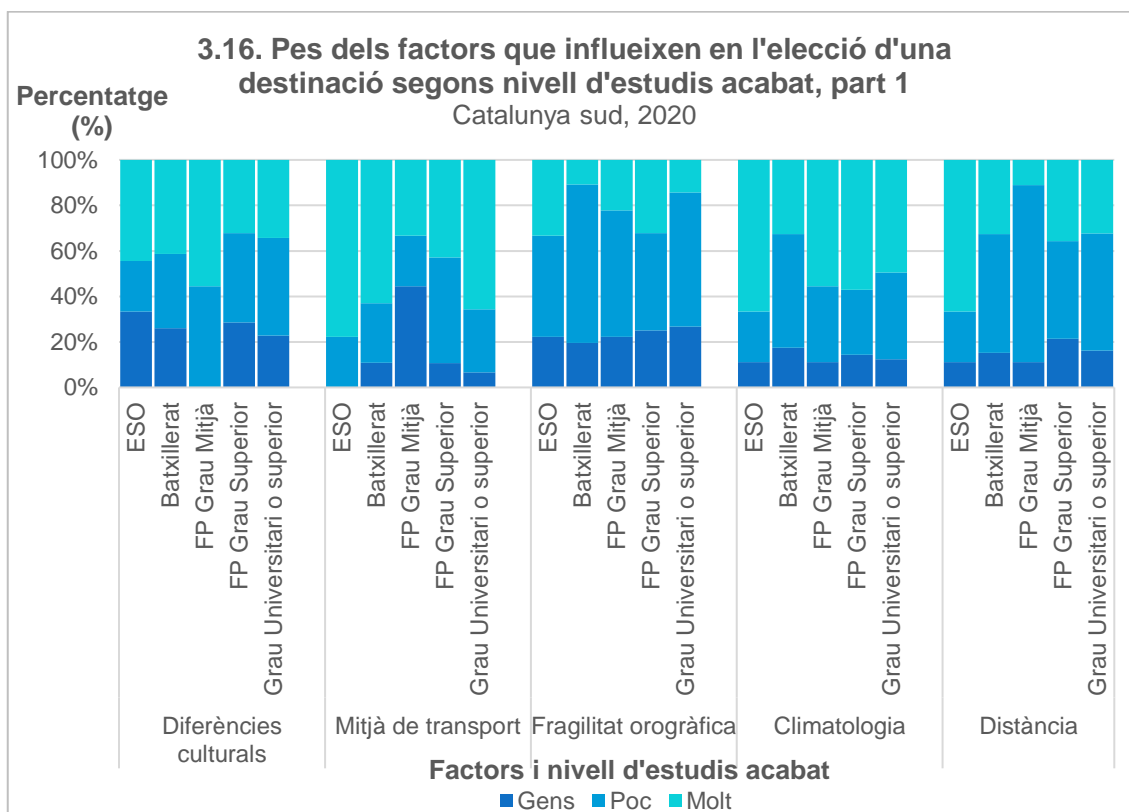
Gràfic 13: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons franja d'edat, part 1. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2 i 10 de l'enquesta.



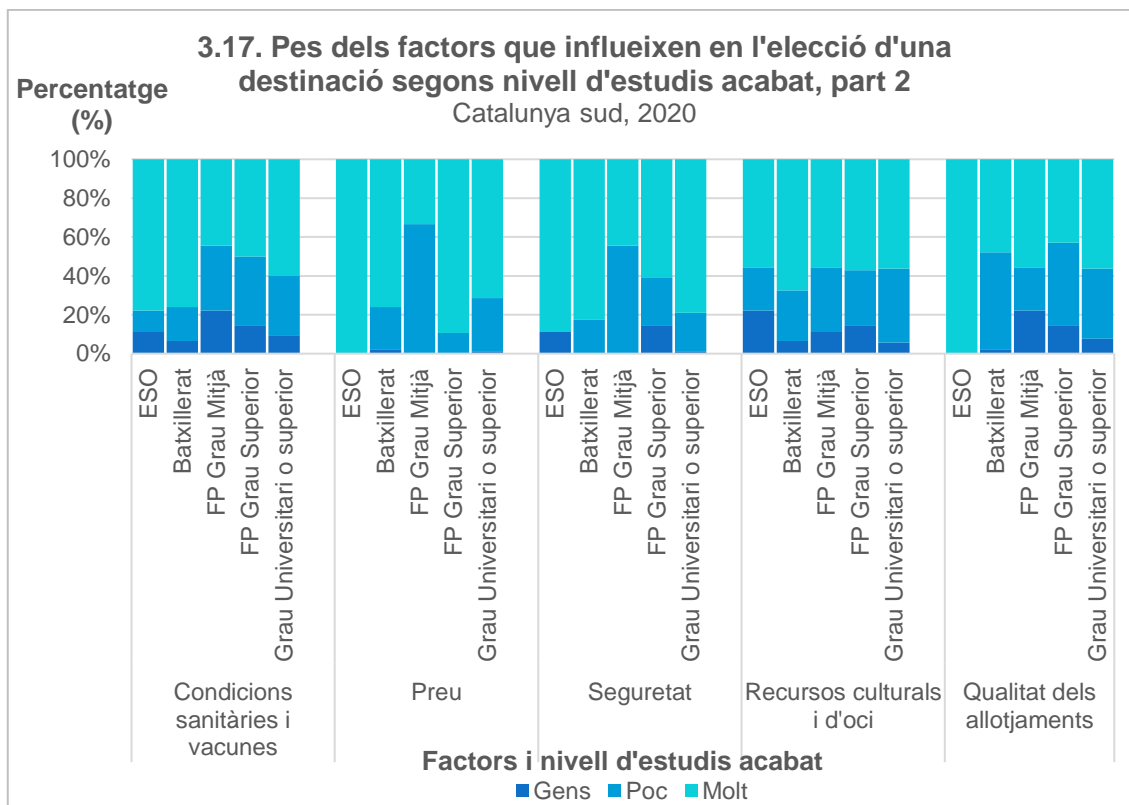
Gràfic 14: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons franja d'edat, part 2. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2 i 10 de l'enquesta.



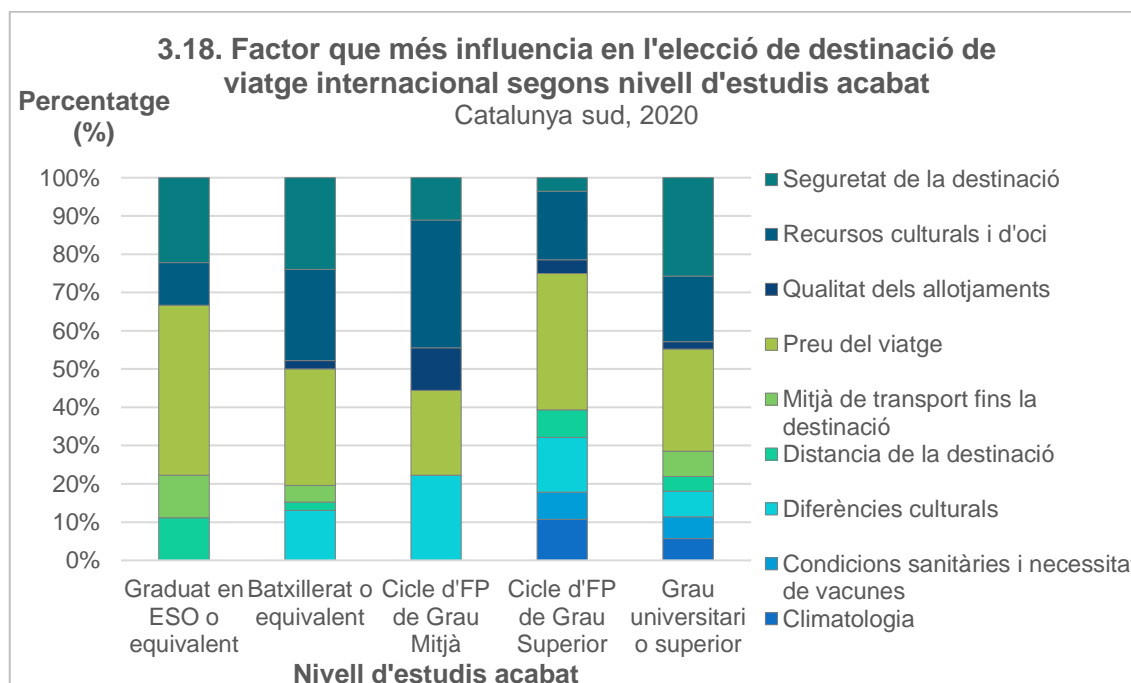
Gràfic 15: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2 i 11 de l'enquesta.



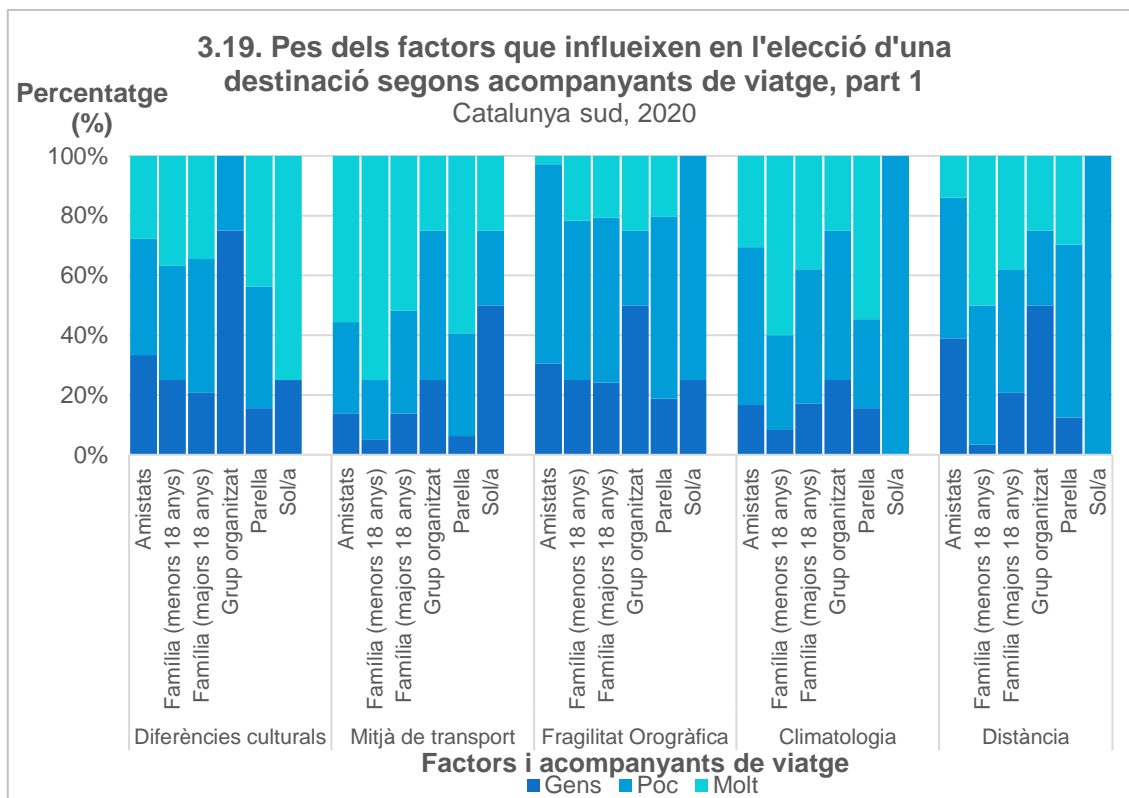
Gràfic 16: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons nivell d'estudis acabat, part 1. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 10 de l'enquesta.



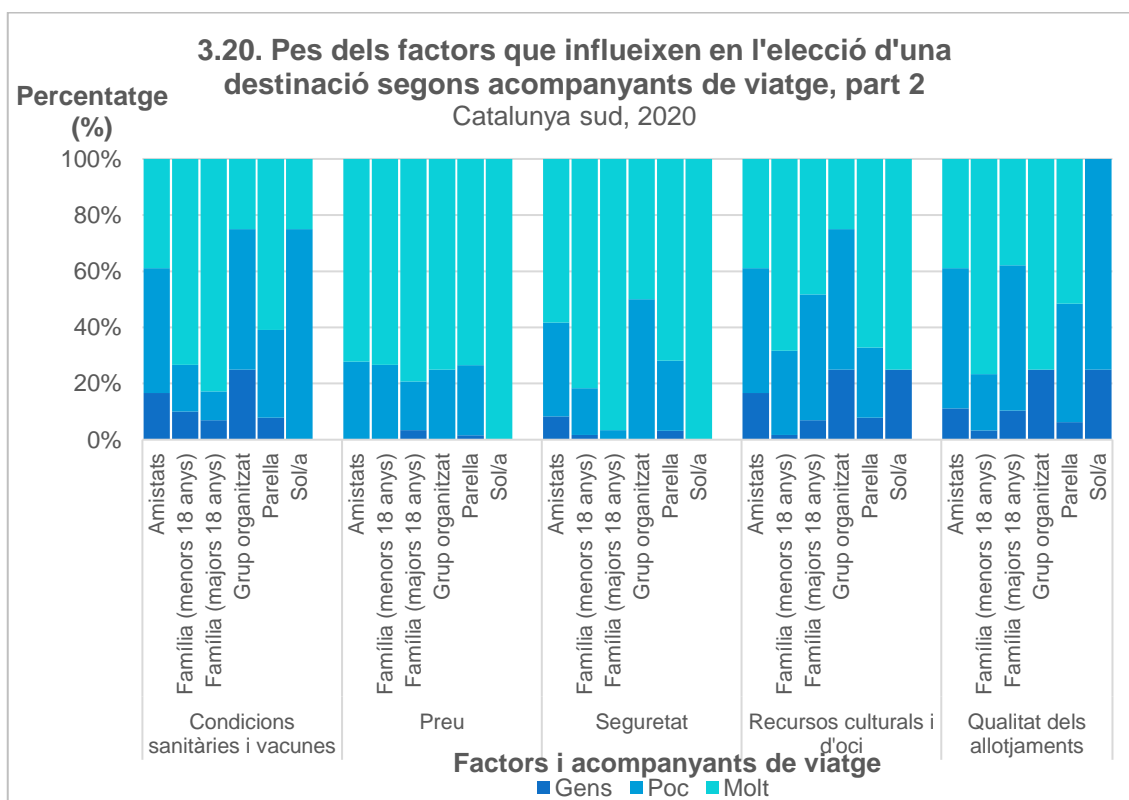
Gràfic 17: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons nivell d'estudis acabat, part 2. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 10 de l'enquesta.



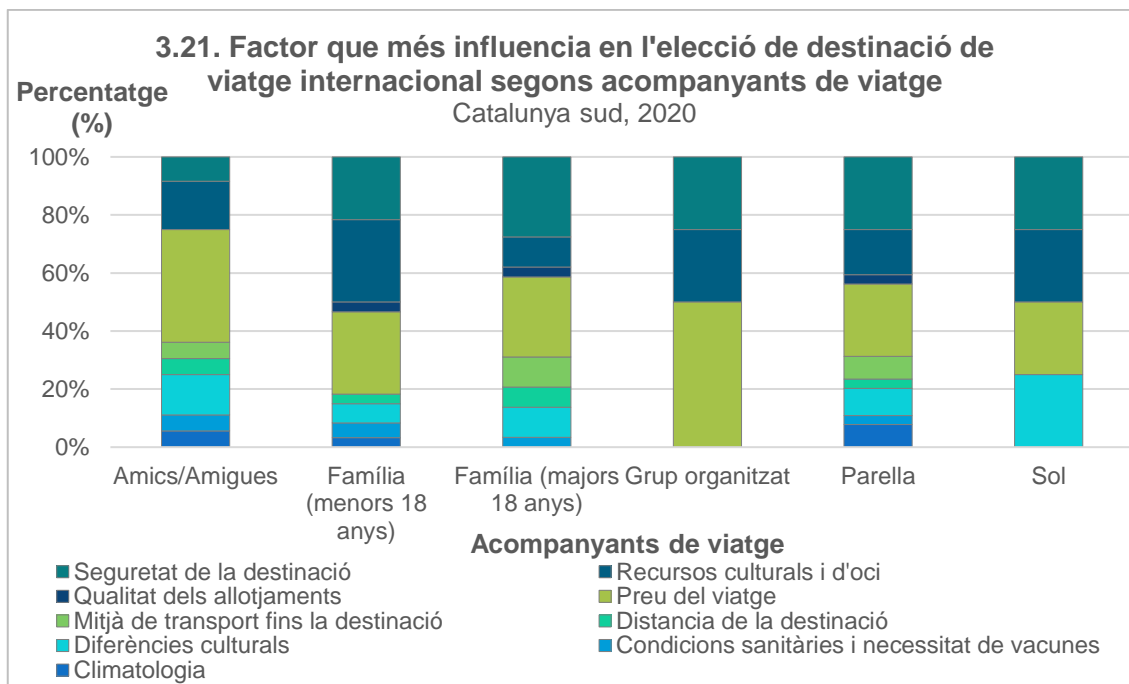
Gràfic 18: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 11 de l'enquesta.



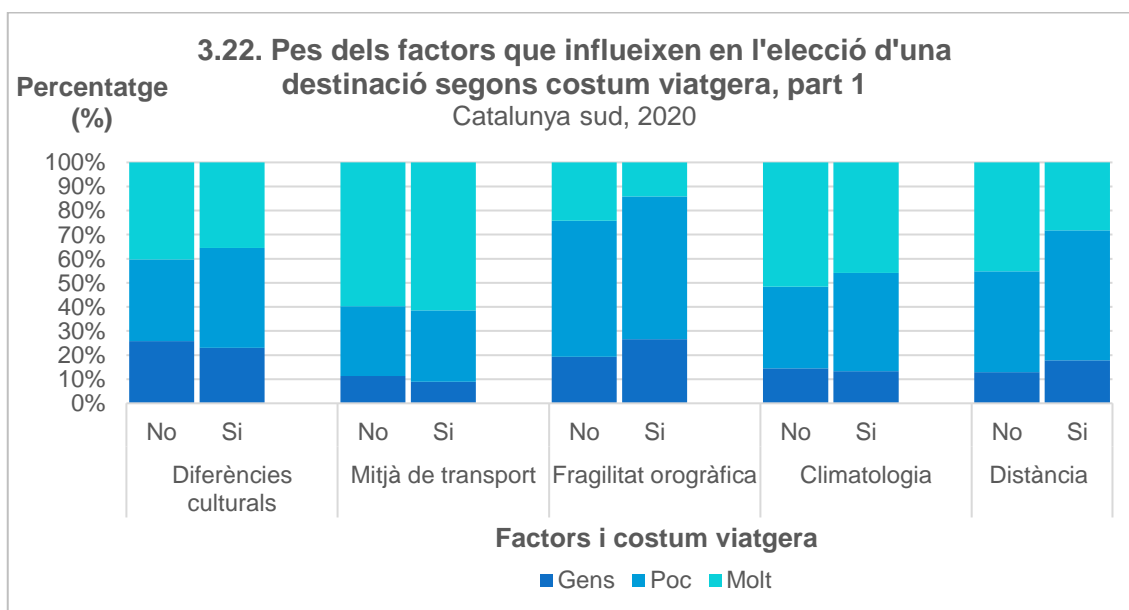
Gràfic 19: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons acompanyants de viatge, part 1. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7 i 10 de l'enquesta.



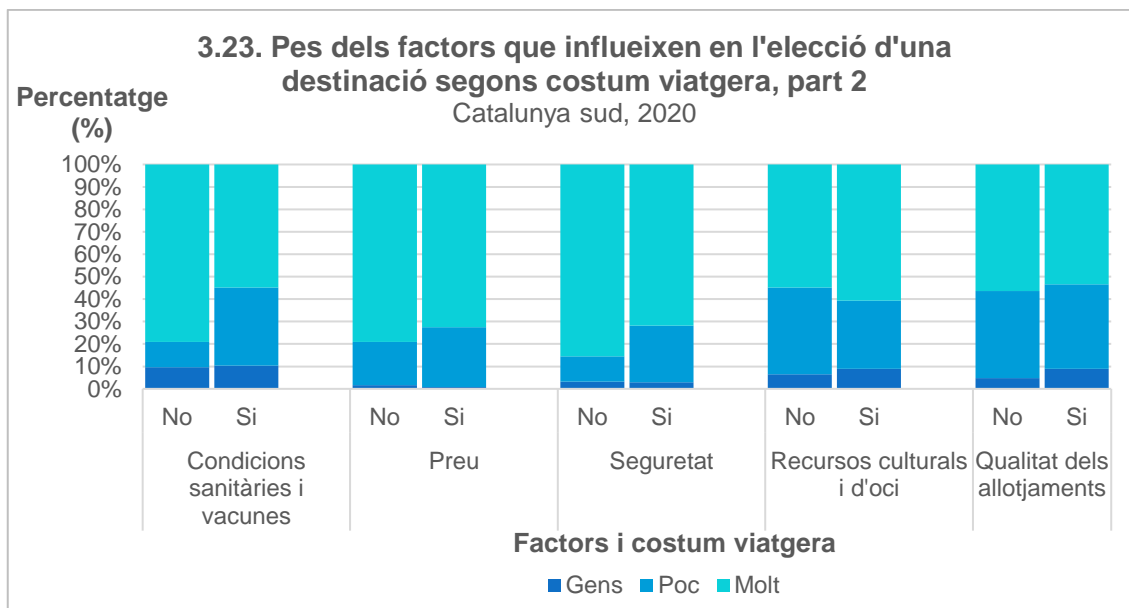
Gràfic 20: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons acompanyants de viatge, part 2. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7 i 10 de l'enquesta.



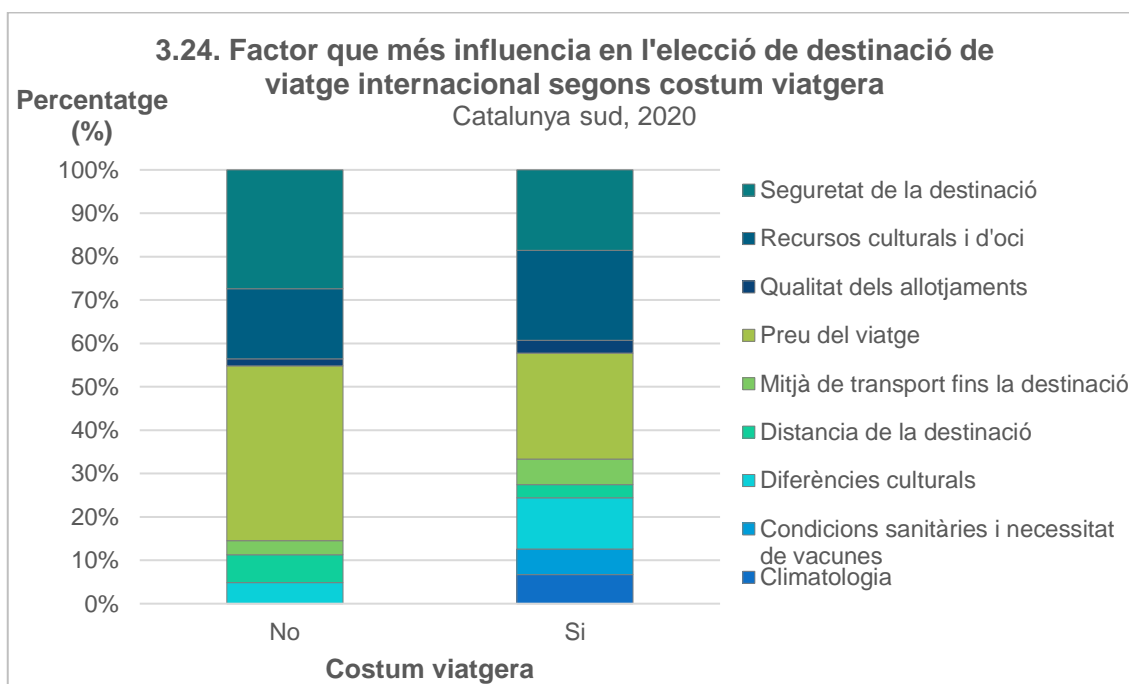
Gràfic 21: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons acompanyants de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7 i 11 de l'enquesta.



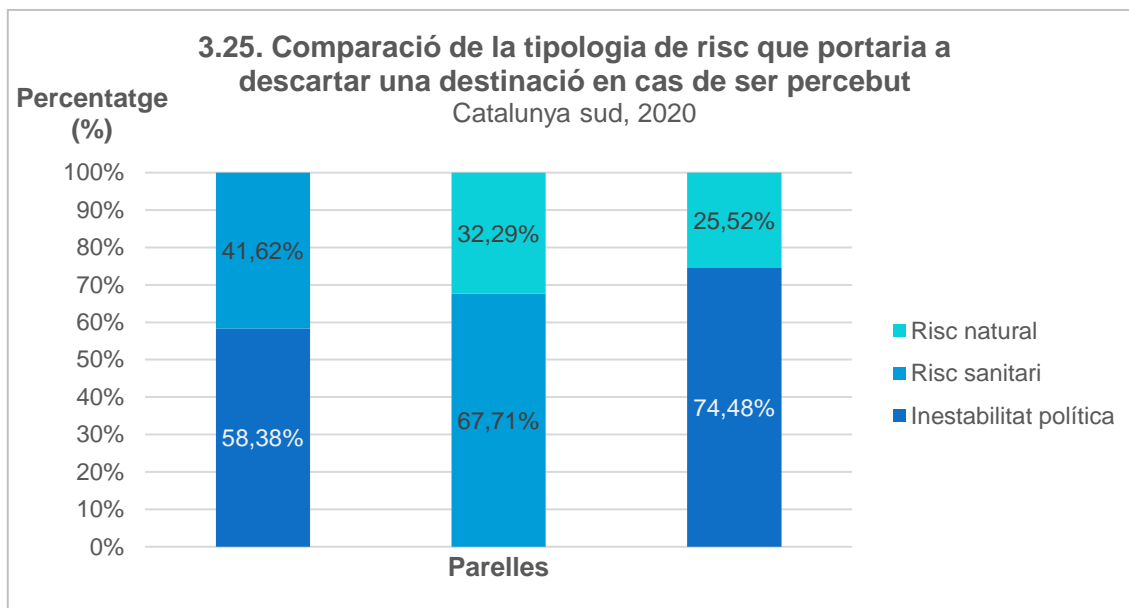
Gràfic 22: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons costum viatgera, part 1. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5 i 10 de l'enquesta.



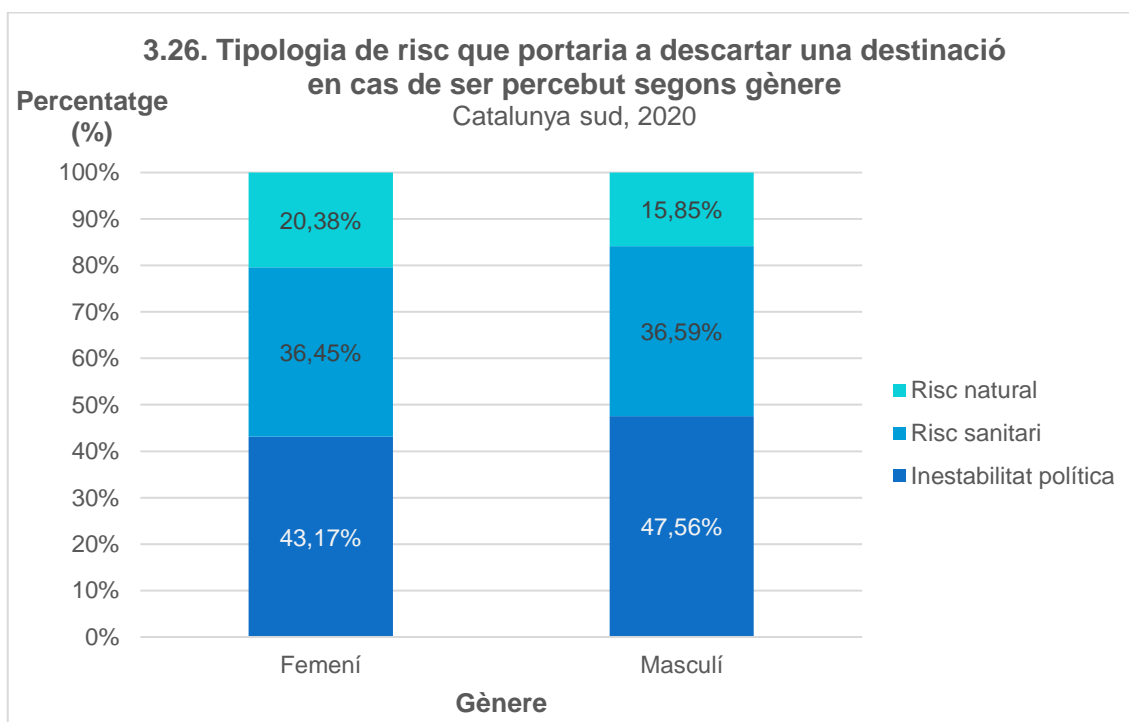
Gràfic 23: Pes dels factors que influeixen en l'elecció d'una destinació segons costum viatgera, part 2. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5 i 10 de l'enquesta.



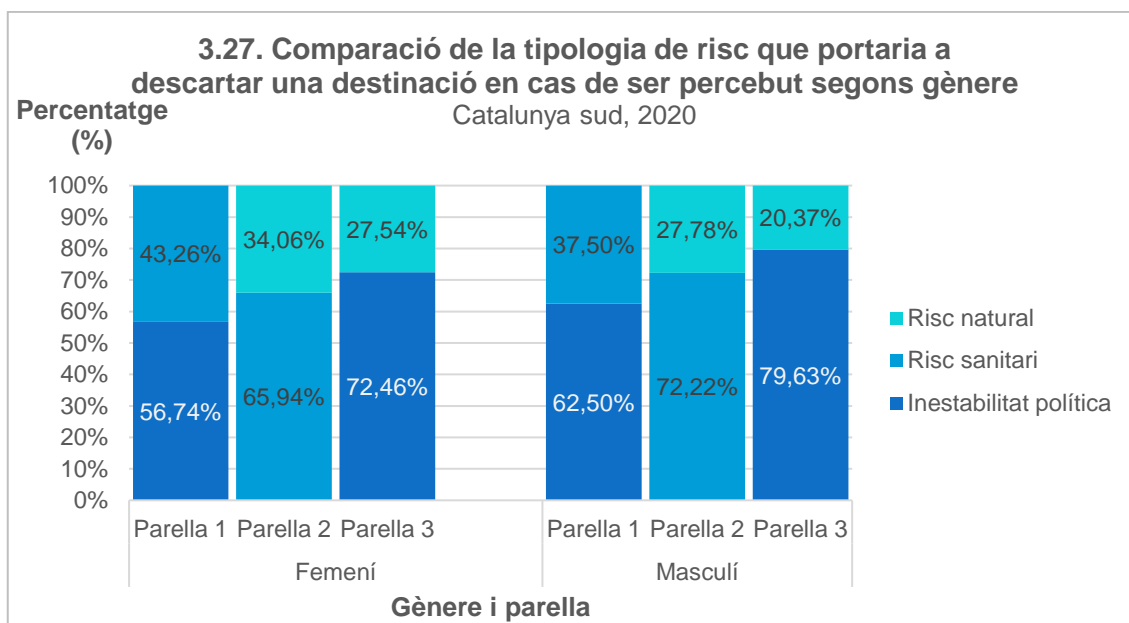
Gràfic 24: Factor que més influencia en l'elecció de destinació de viatge internacional segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5 i 11 de l'enquesta.



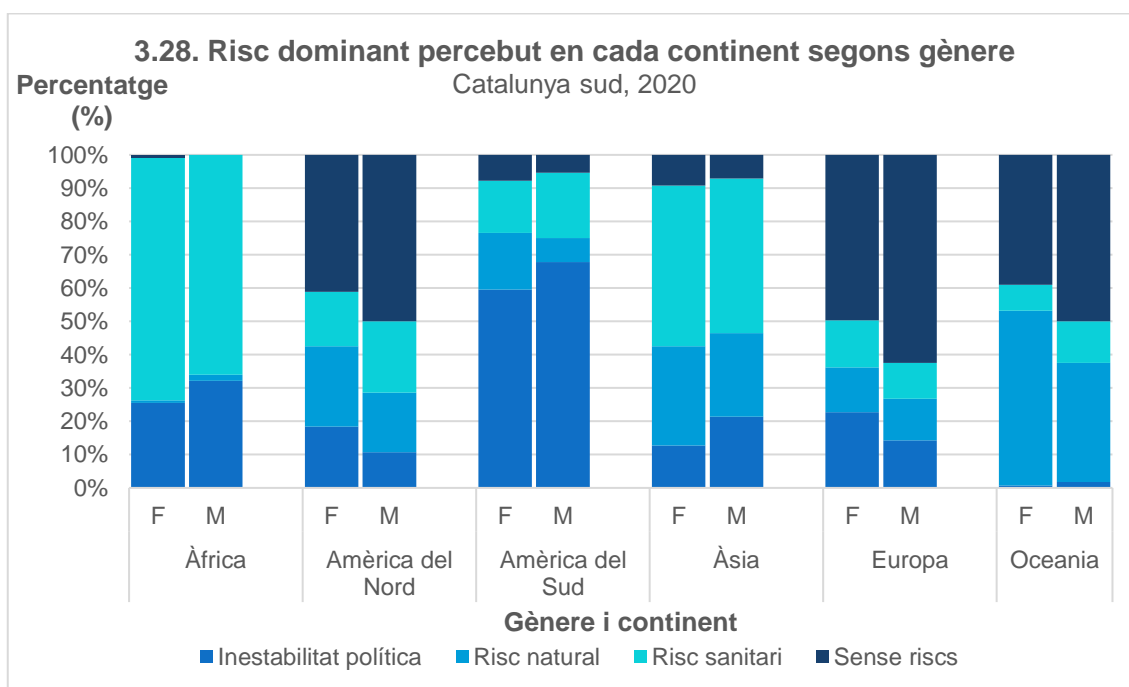
Gràfic 25: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 12, 13 i 14 de l'enquesta.



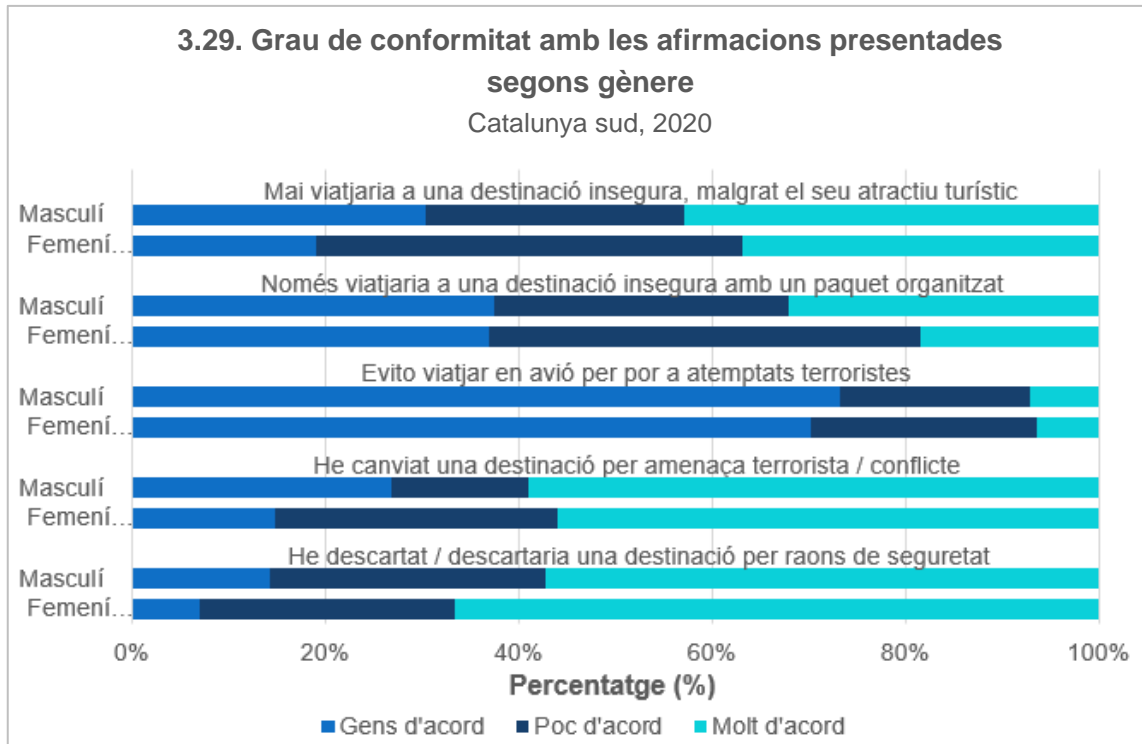
Gràfic 26: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



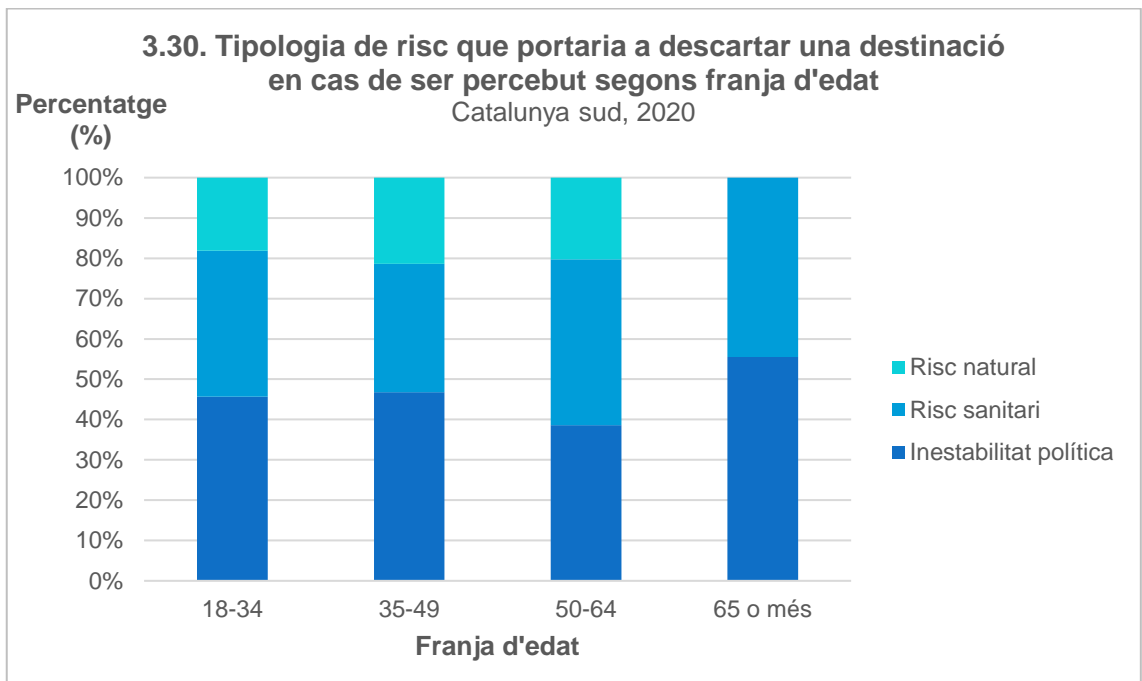
Gràfic 27: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



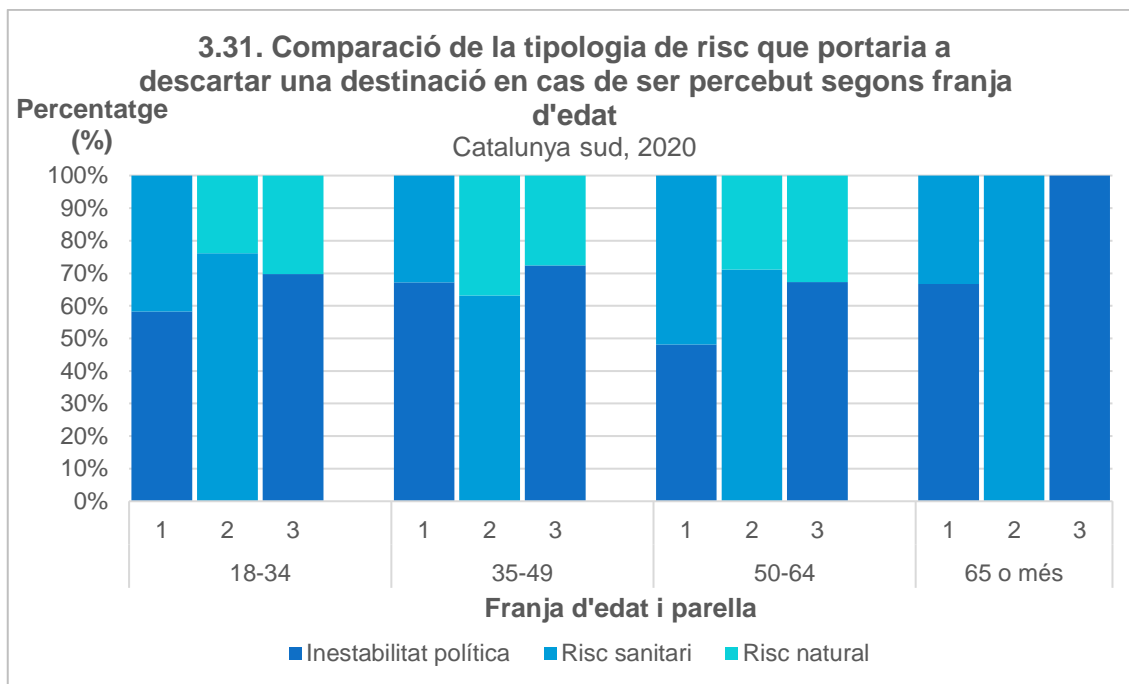
Gràfic 28: Risc dominant percebut en cada continent segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1 i 15 de l'enquesta.



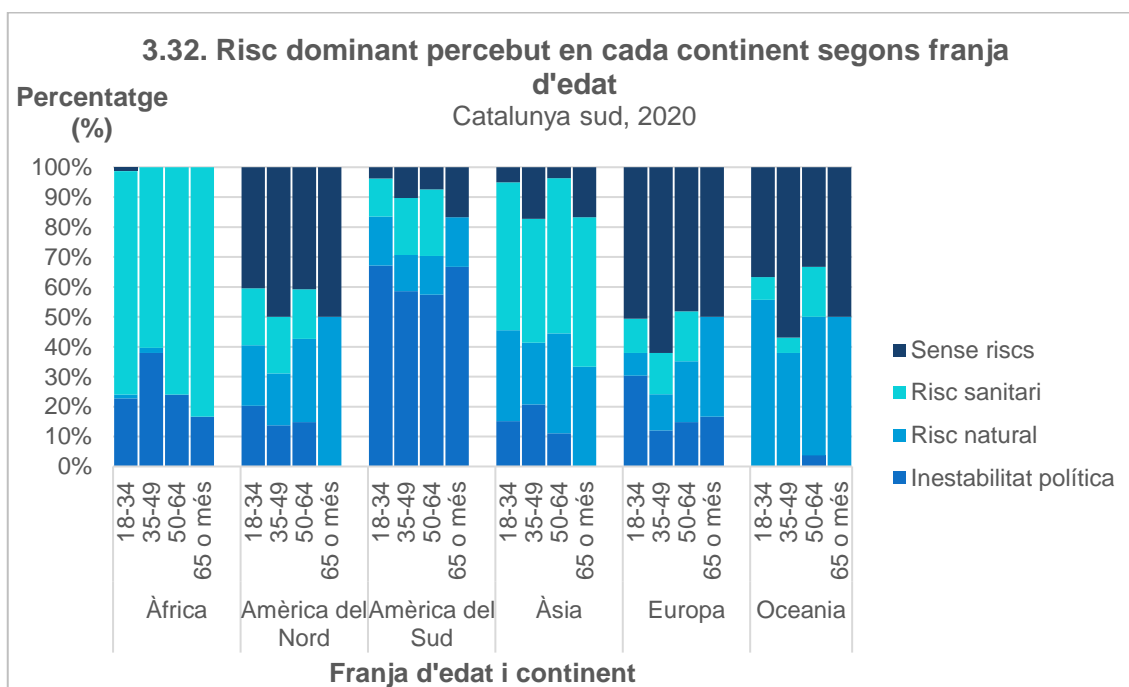
Gràfic 29: Gra de conformitat amb les afirmacions presentades segons gènere. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 1 i 22 de l'enquesta.



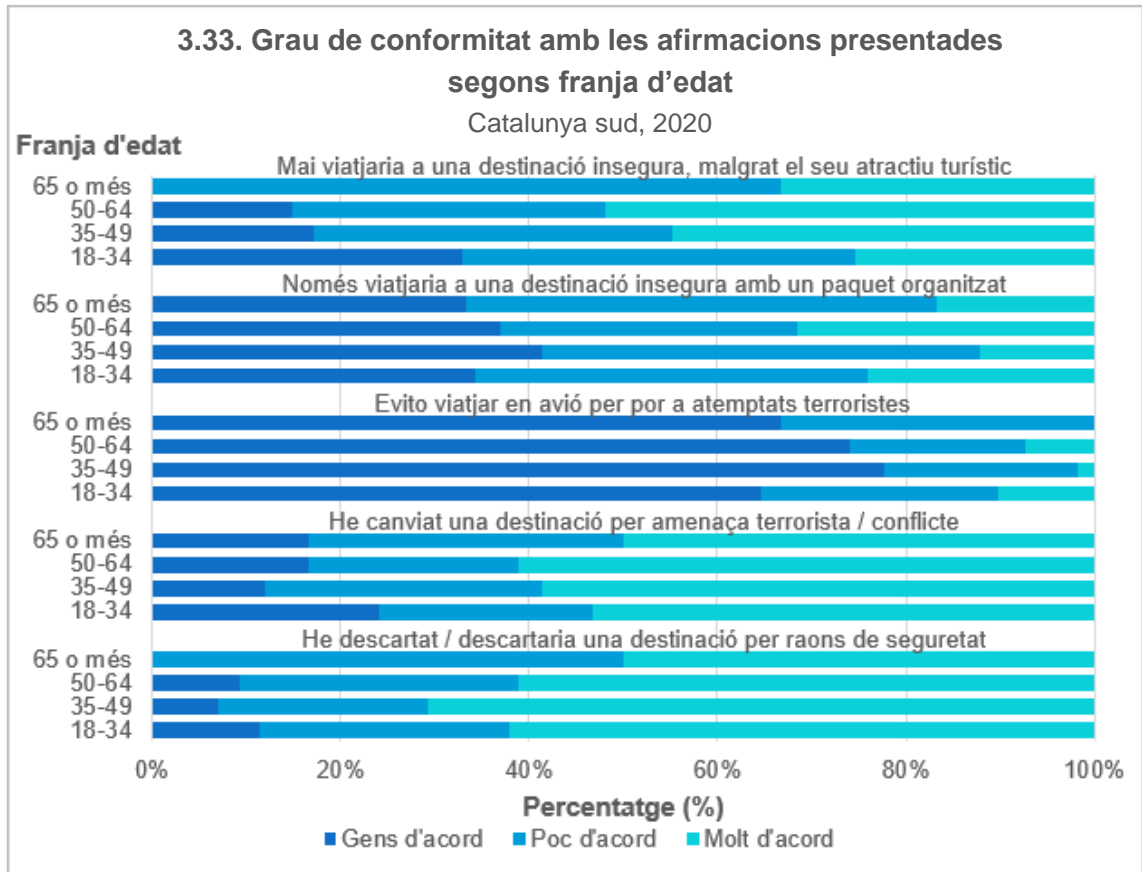
Gràfic 30: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



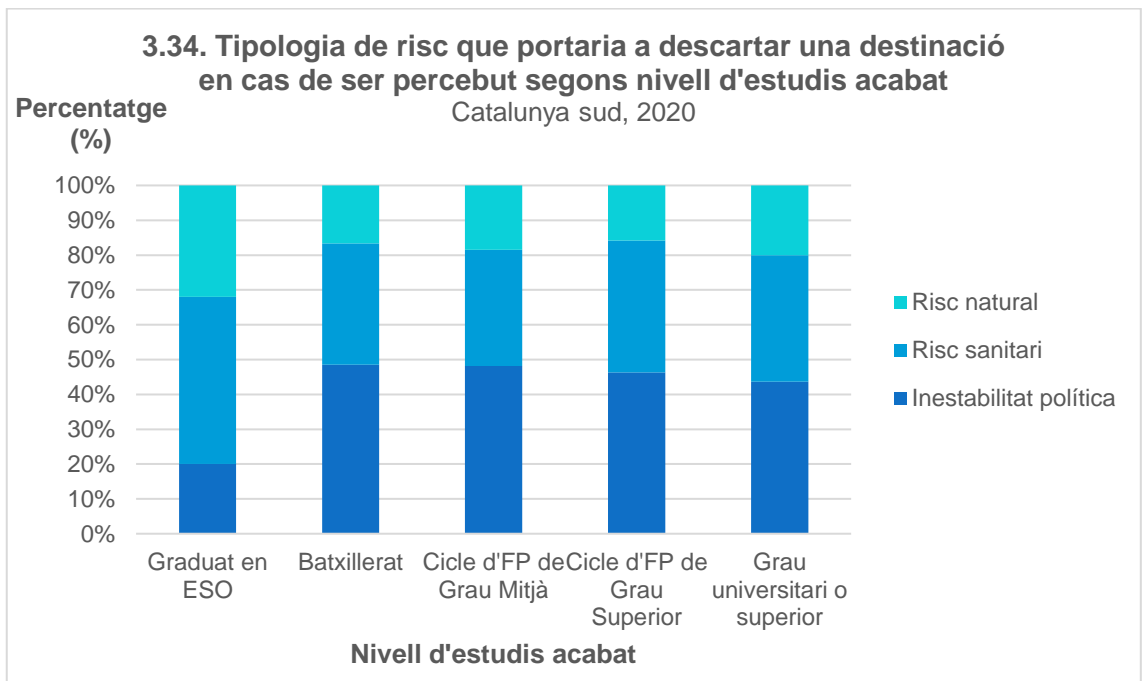
Gràfic 31: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



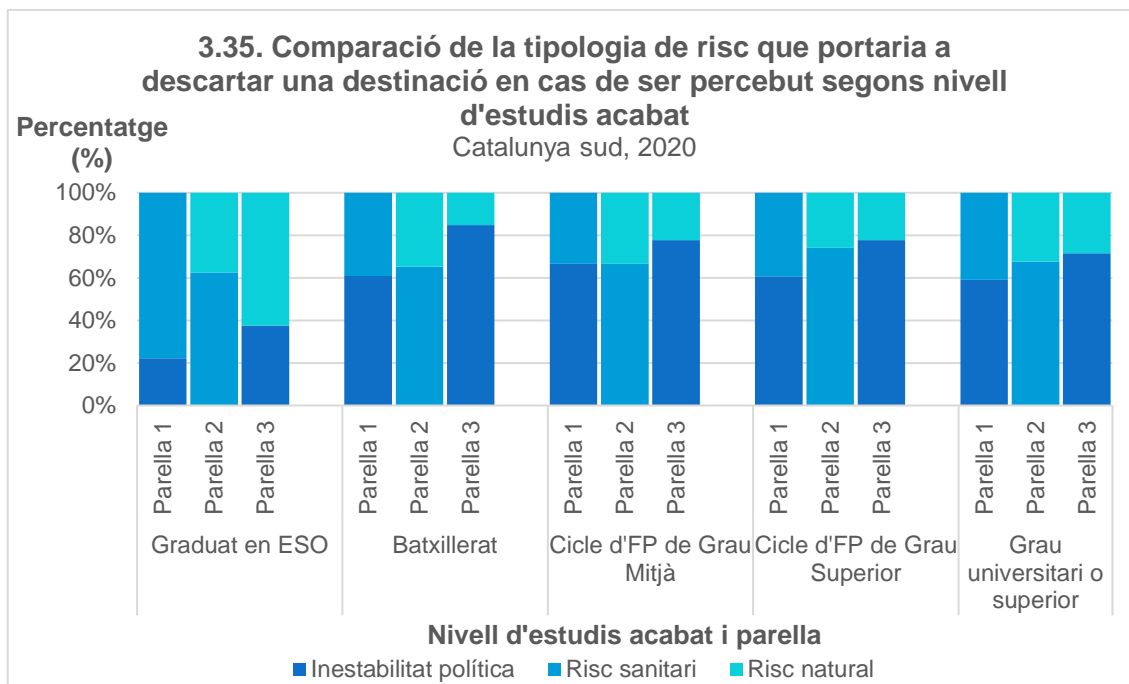
Gràfic 32: Risc dominant percebut en cada continent segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2 i 15 de l'enquesta.



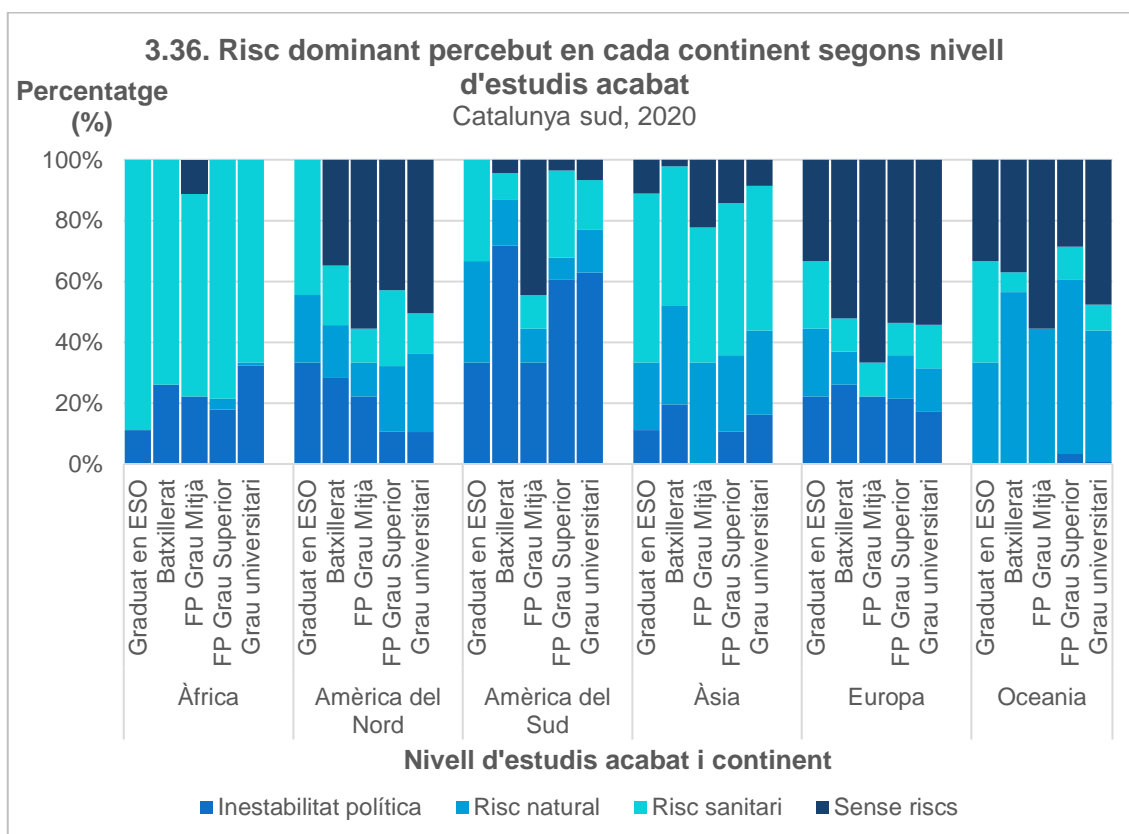
Gràfic 33: Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons franja d'edat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 2 i 22 de l'enquesta.



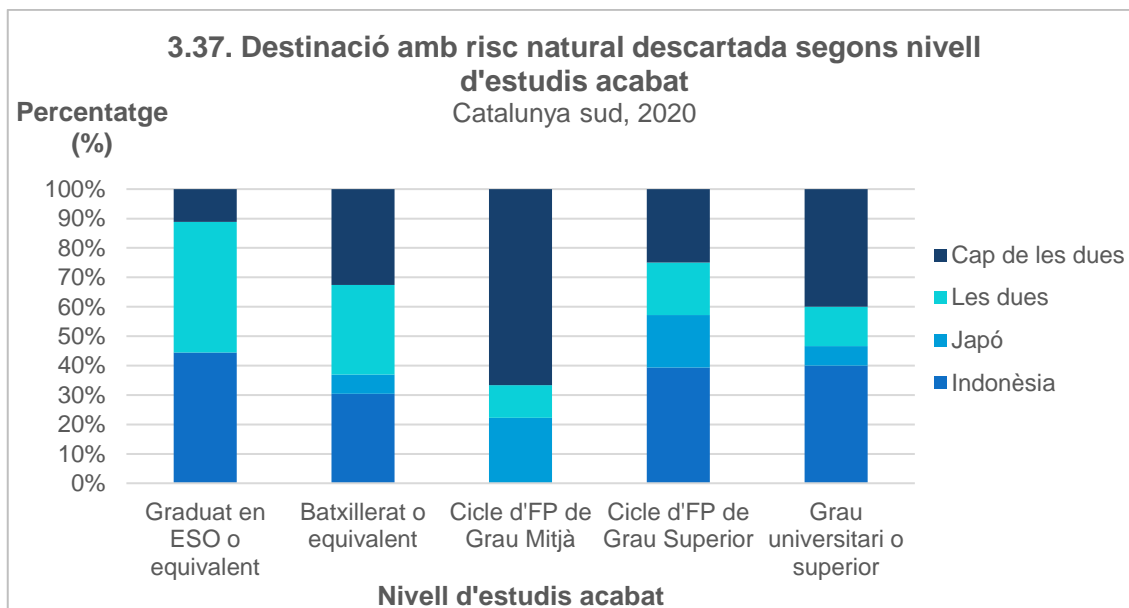
Gràfic 34: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



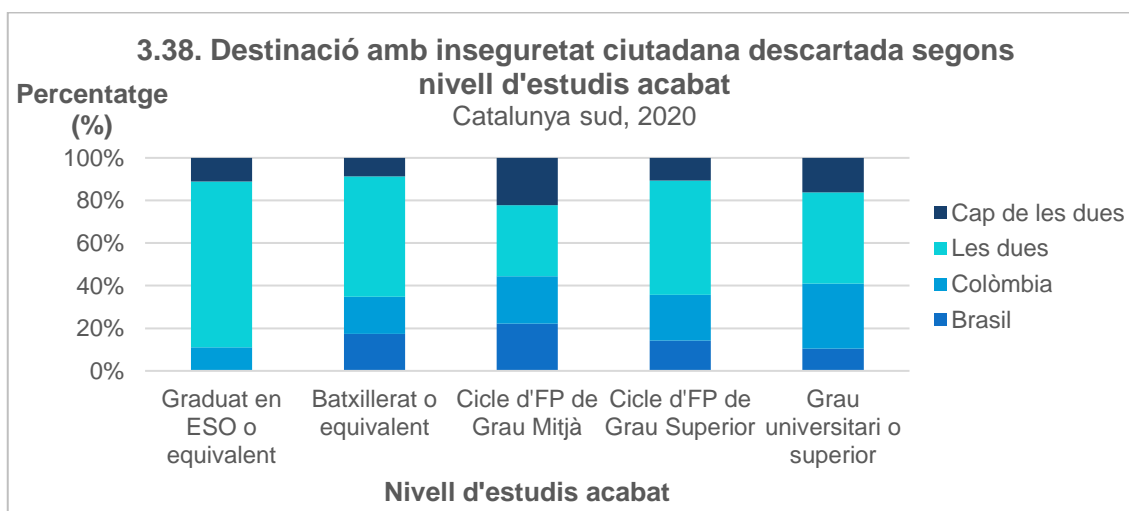
Gràfic 35: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



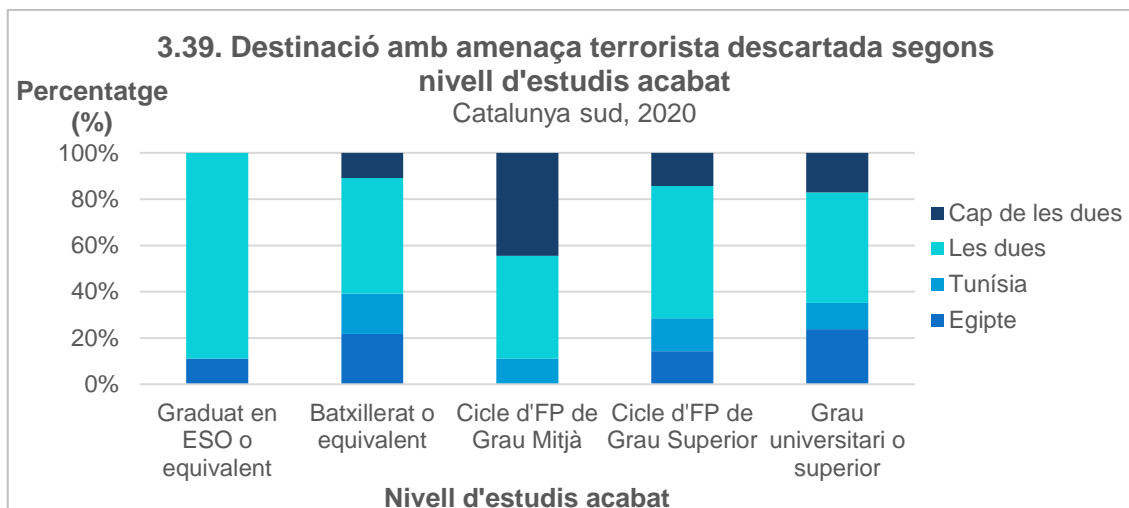
Gràfic 36: Risc dominant percebut en cada continent segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 15 de l'enquesta.



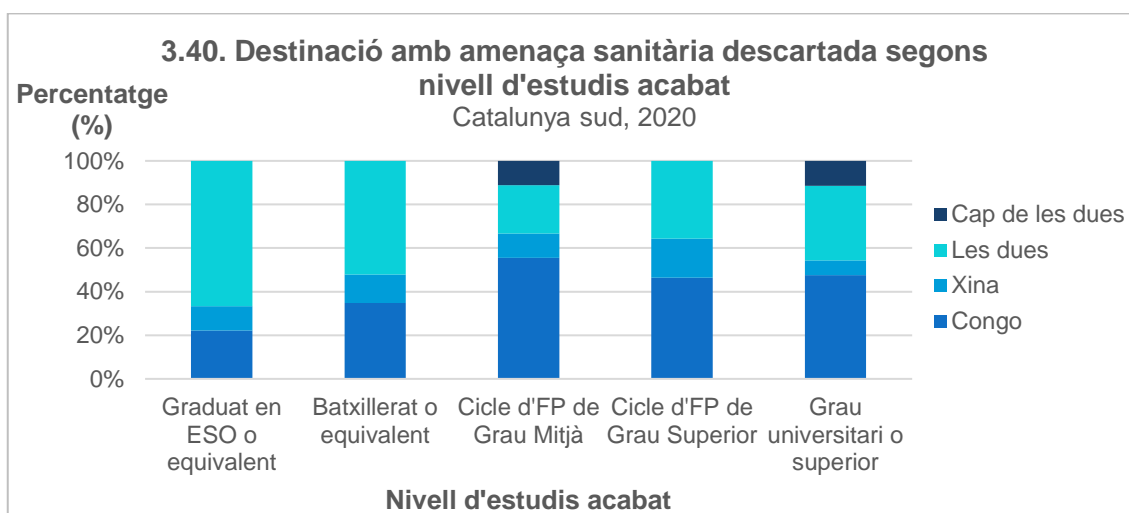
Gràfic 37: Destinació amb risc natural descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 16 de l'enquesta.



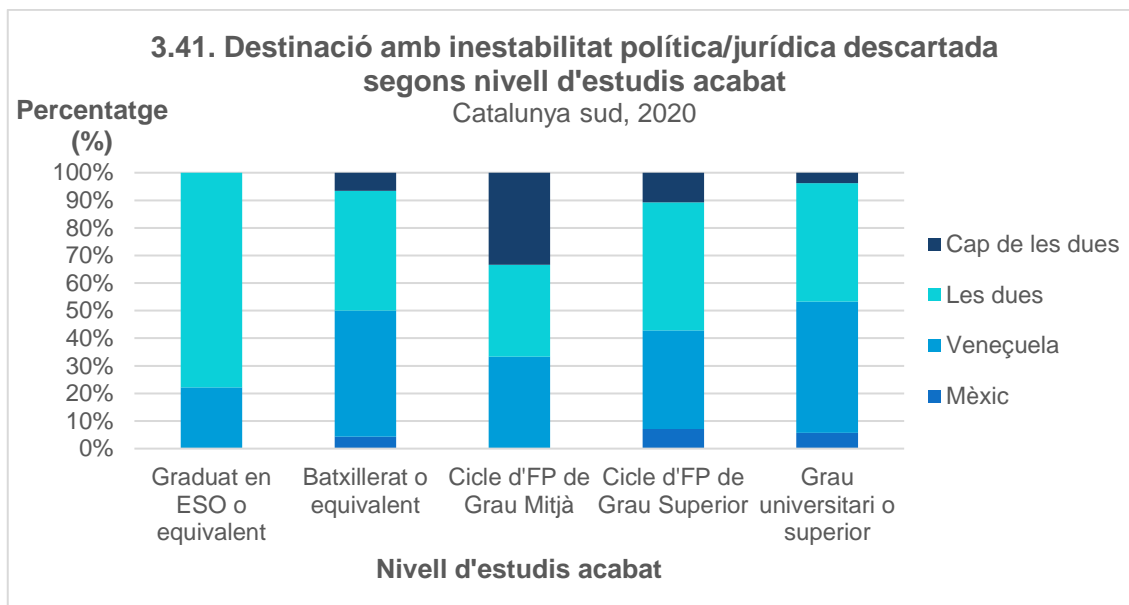
Gràfic 38: Destinació amb inseguretad ciutadana descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 17 de l'enquesta.



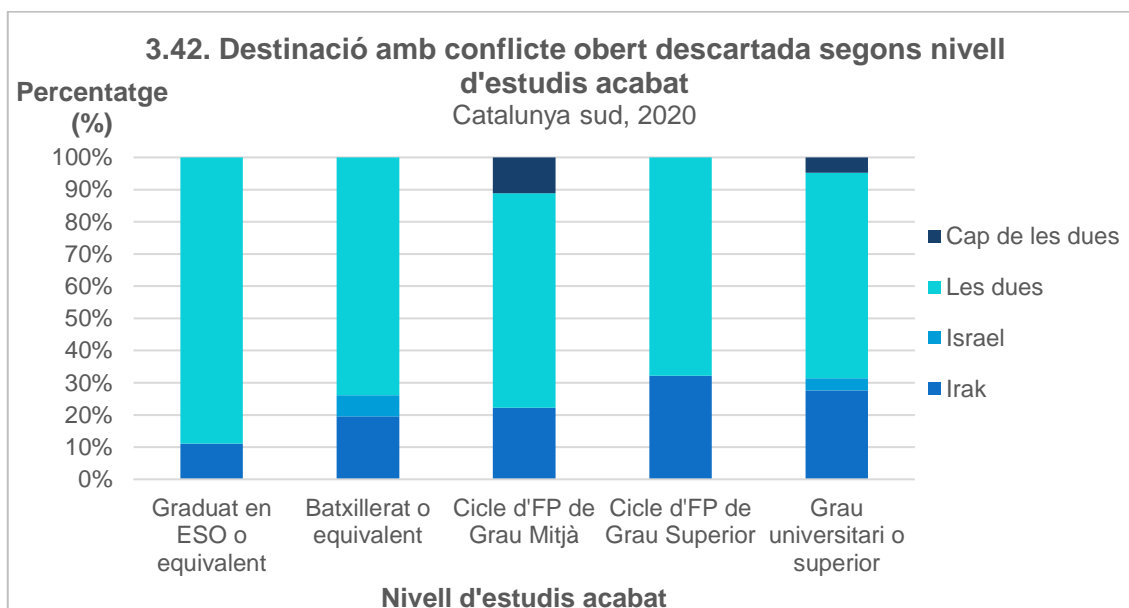
Gràfic 39: Destinació amb amenaça terrorista descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 18 de l'enquesta.



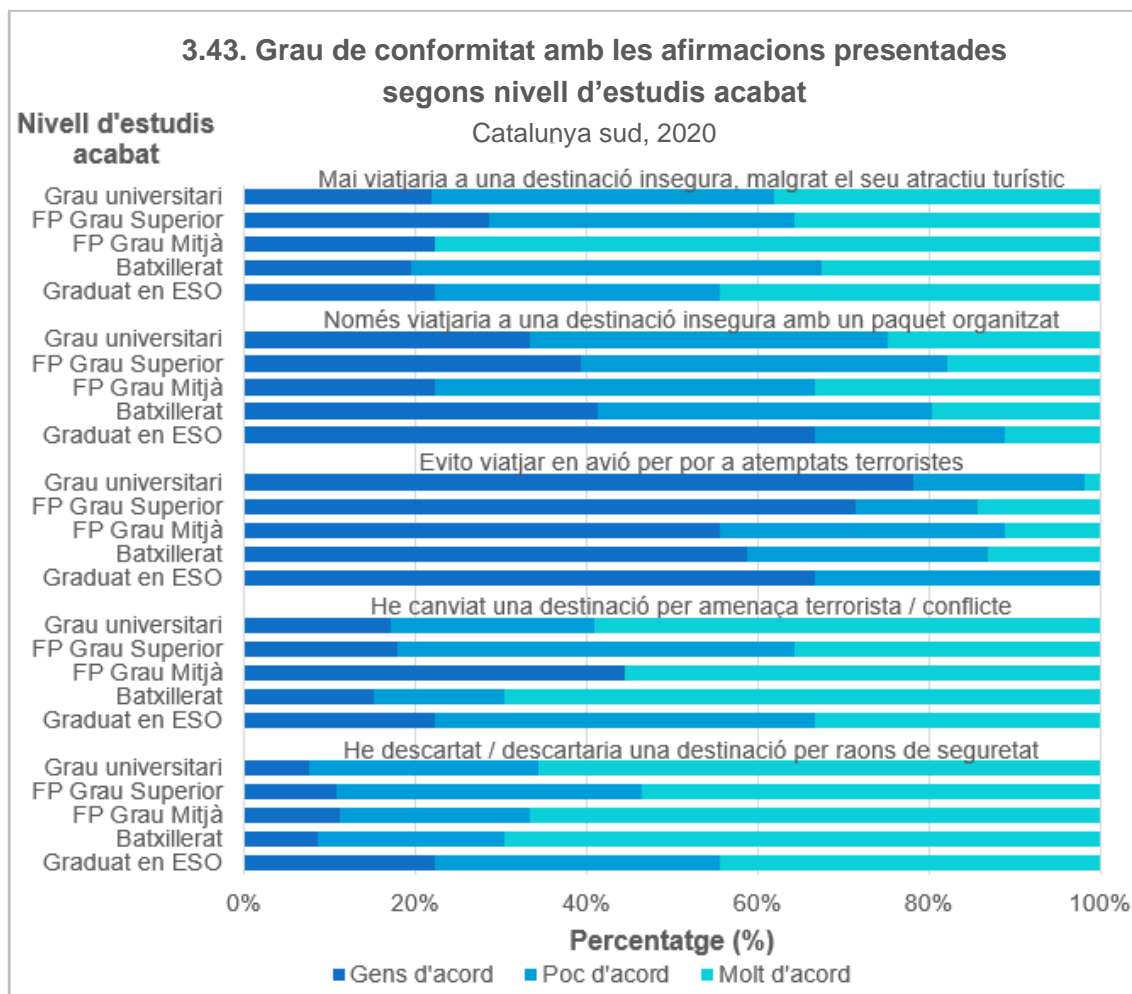
Gràfic 40: Destinació amb amenaça sanitària descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 19 de l'enquesta.



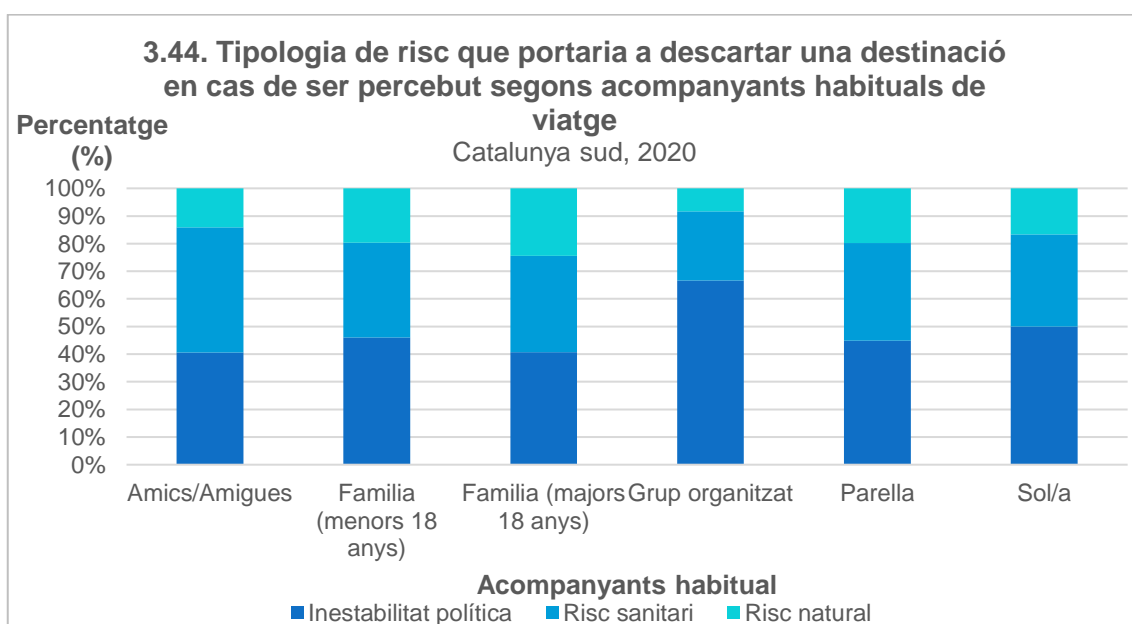
Gràfic 41: Destinació amb inestabilitat política/jurídica descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 20 de l'enquesta.



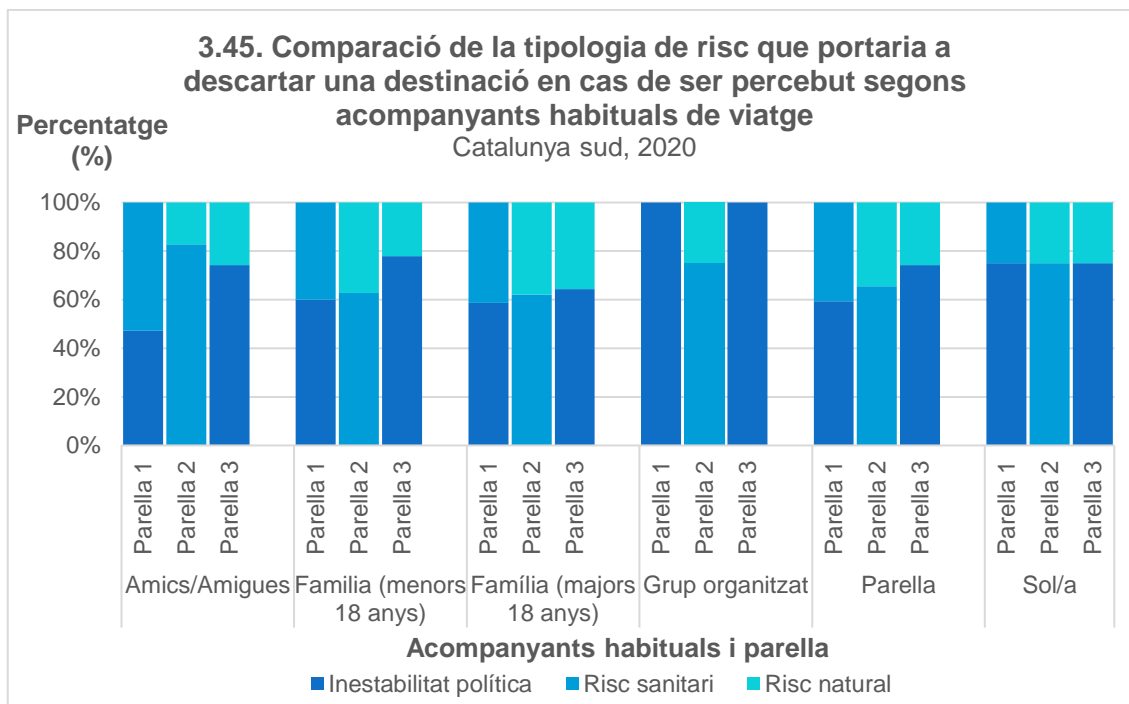
Gràfic 42: Destinació amb conflicte obert descartada segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 21 de l'enquesta.



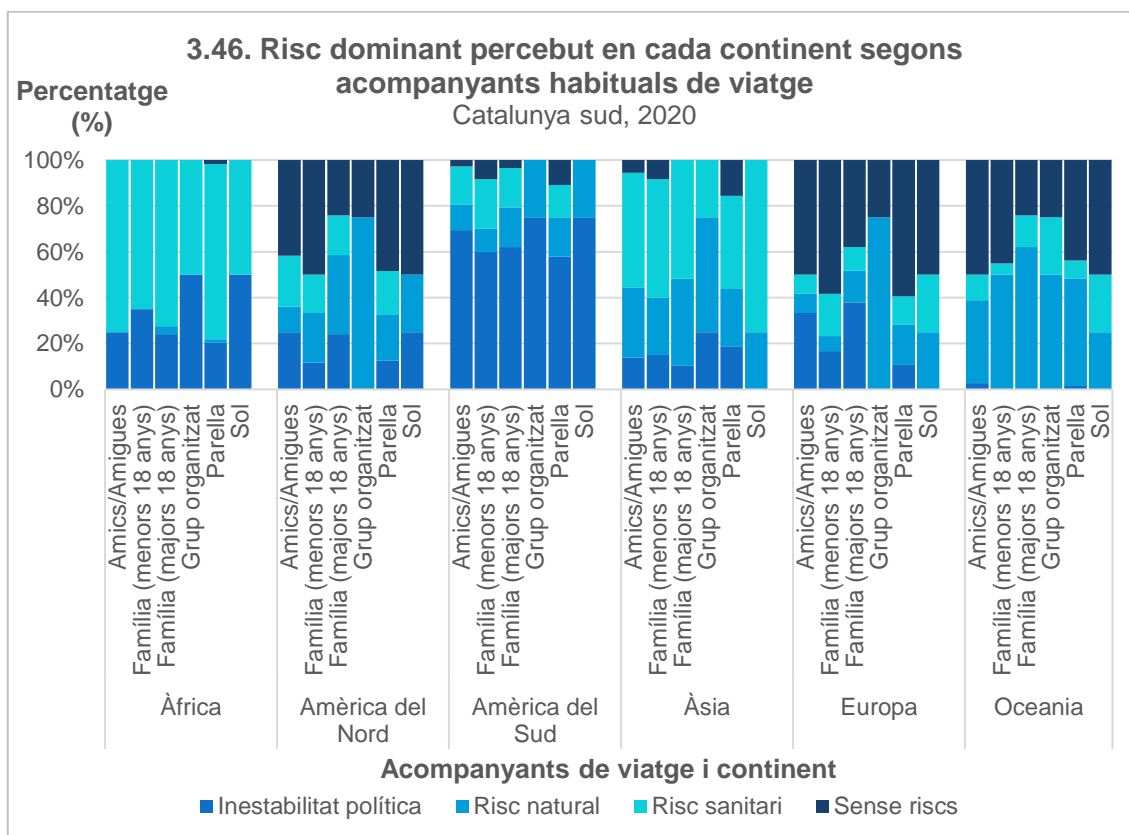
Gràfic 43: Gra de conformitat amb les afirmacions presentades segons nivell d'estudis acabat. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 3 i 22 de l'enquesta.



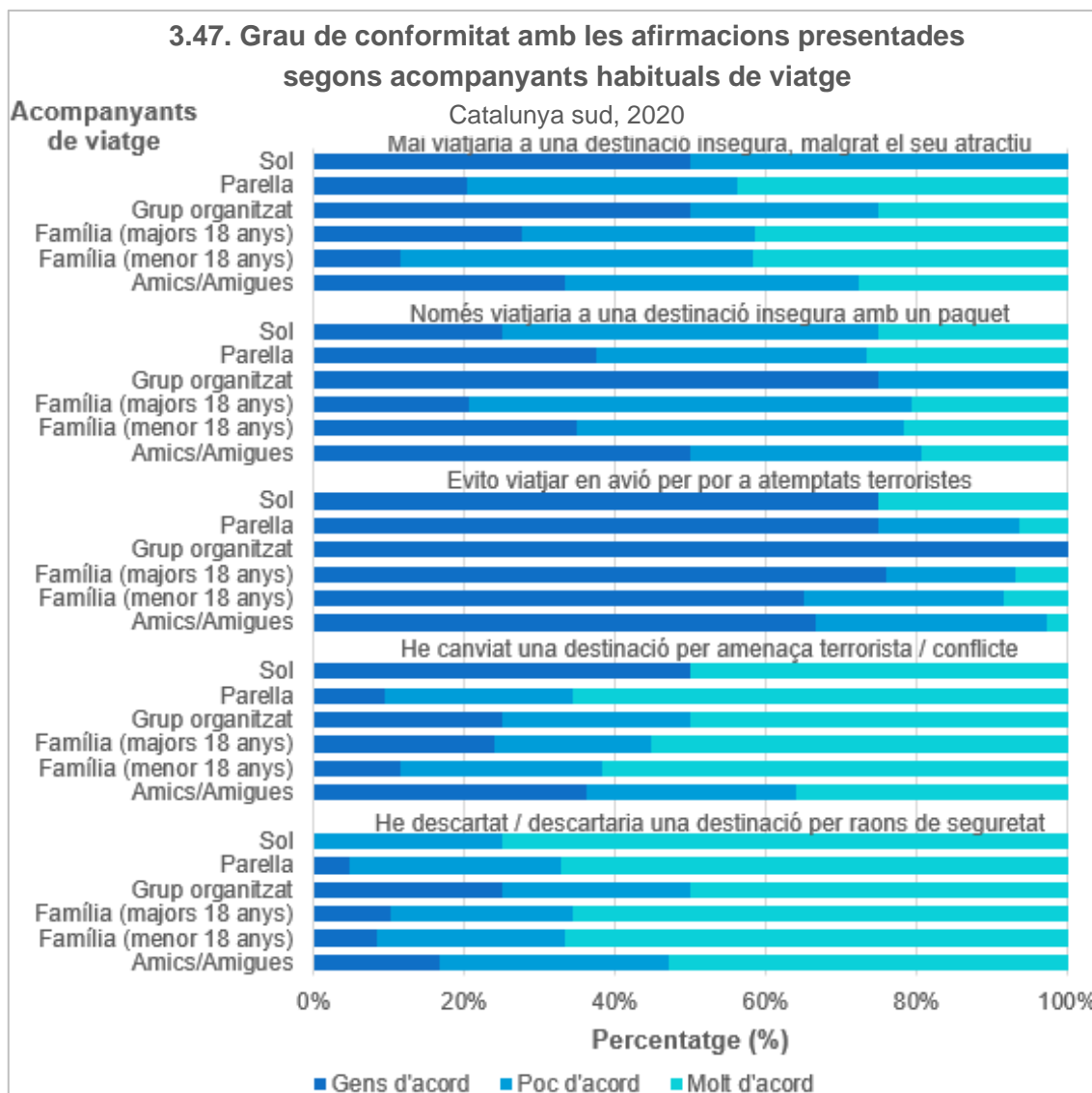
Gràfic 44: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



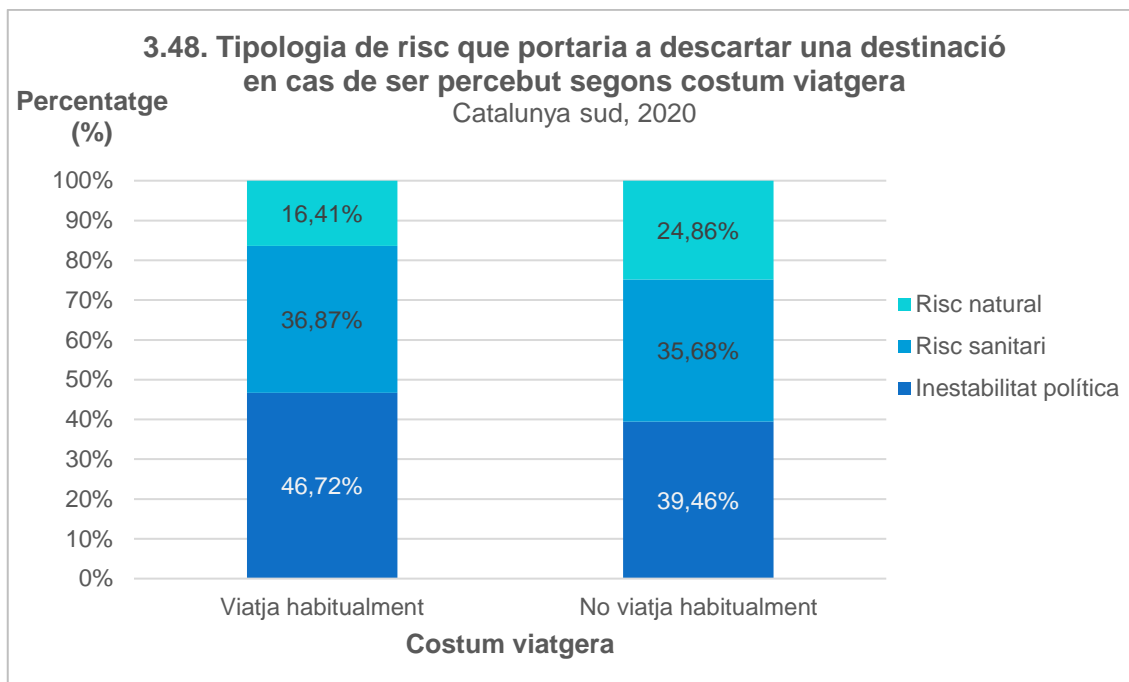
Gràfic 45: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



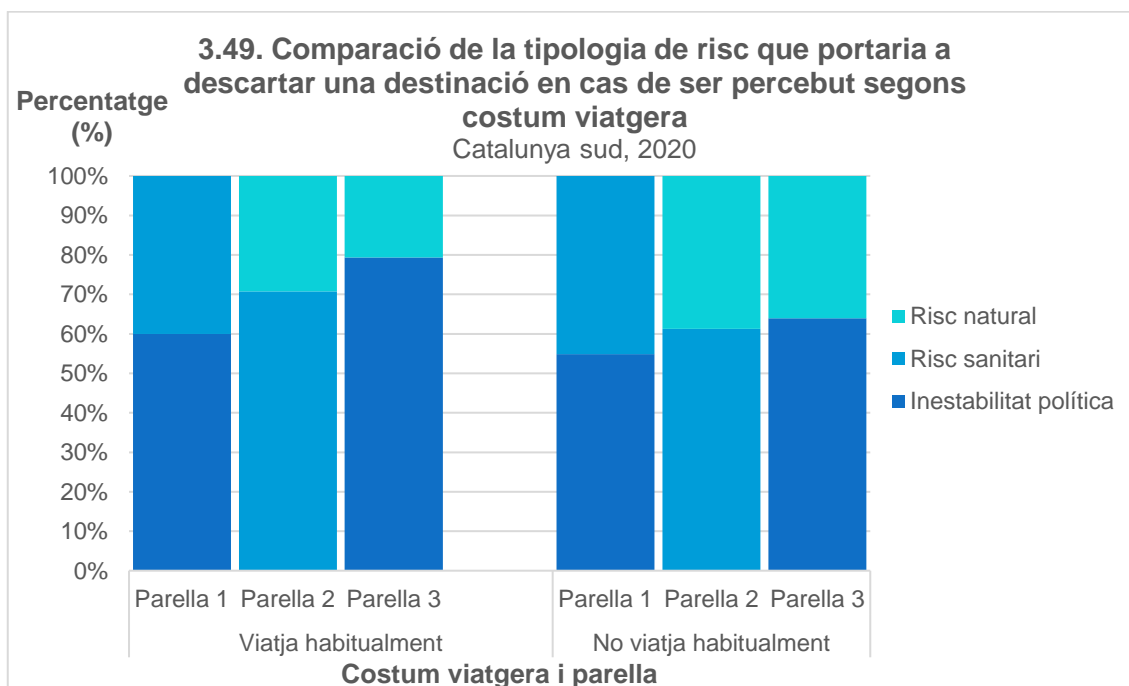
Gràfic 46: Risc dominant percebut en cada continent segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7 i 15 de l'enquesta.



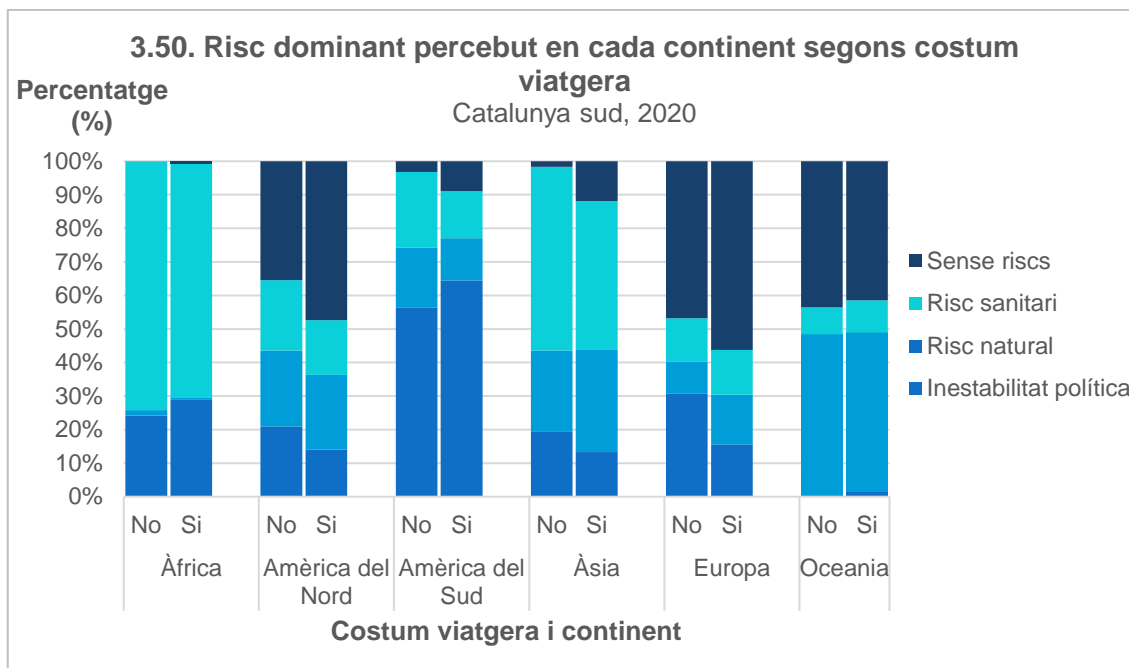
Gràfic 47: Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons acompanyants habituals de viatge. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 7 i 22 de l'enquesta.



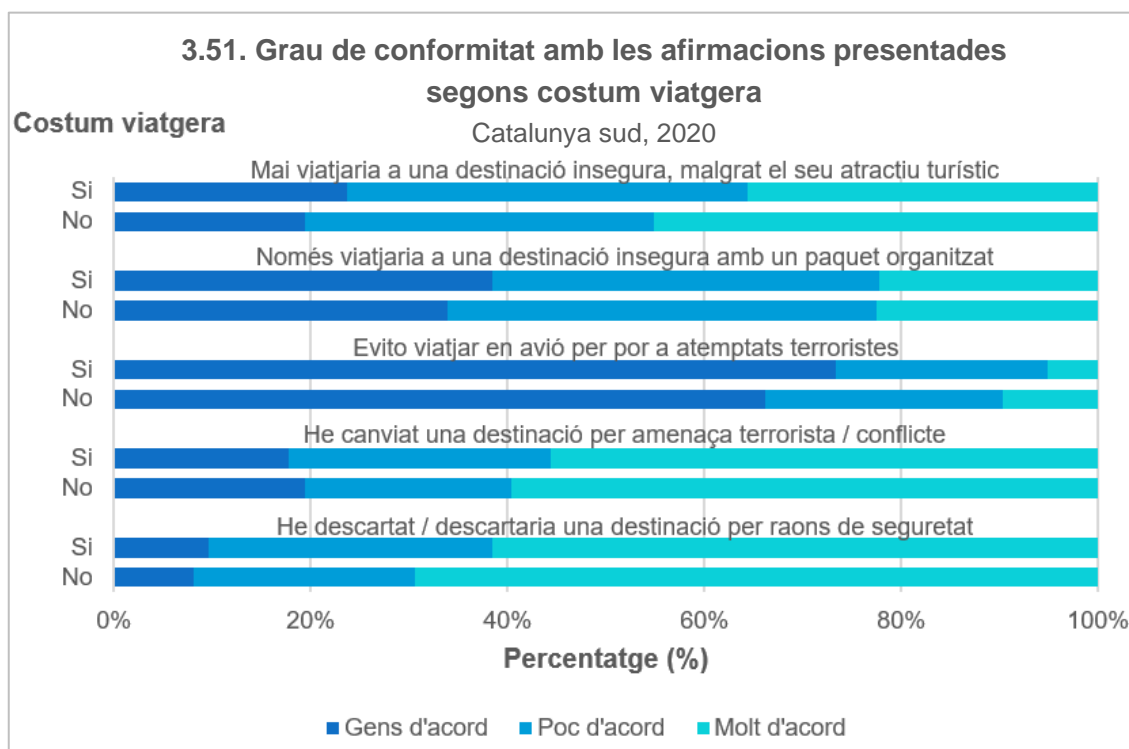
Gràfic 48: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



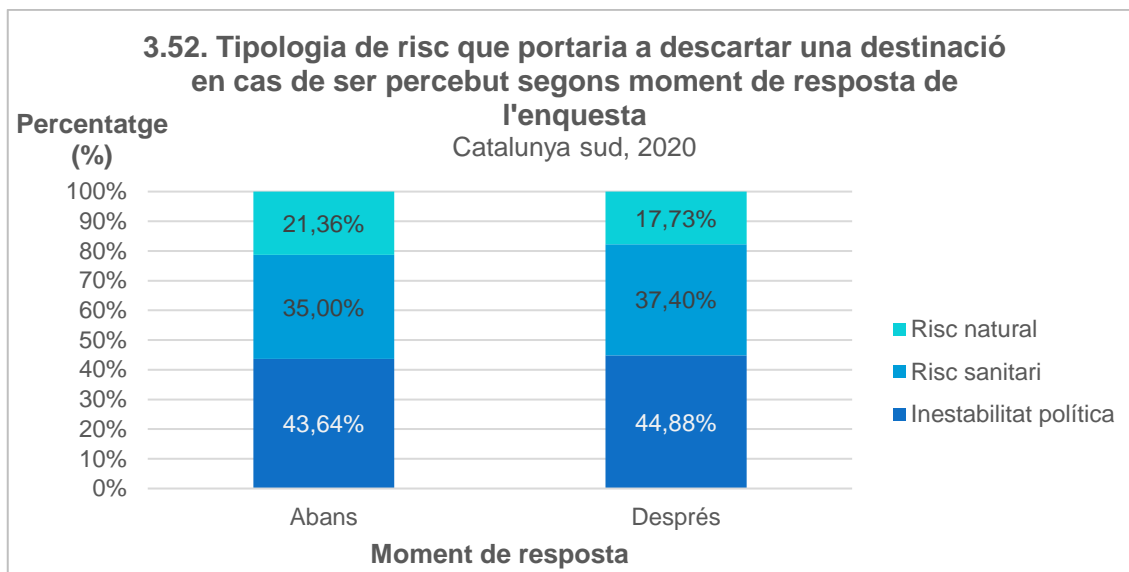
Gràfic 49: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5, 12, 13 i 14 de l'enquesta.



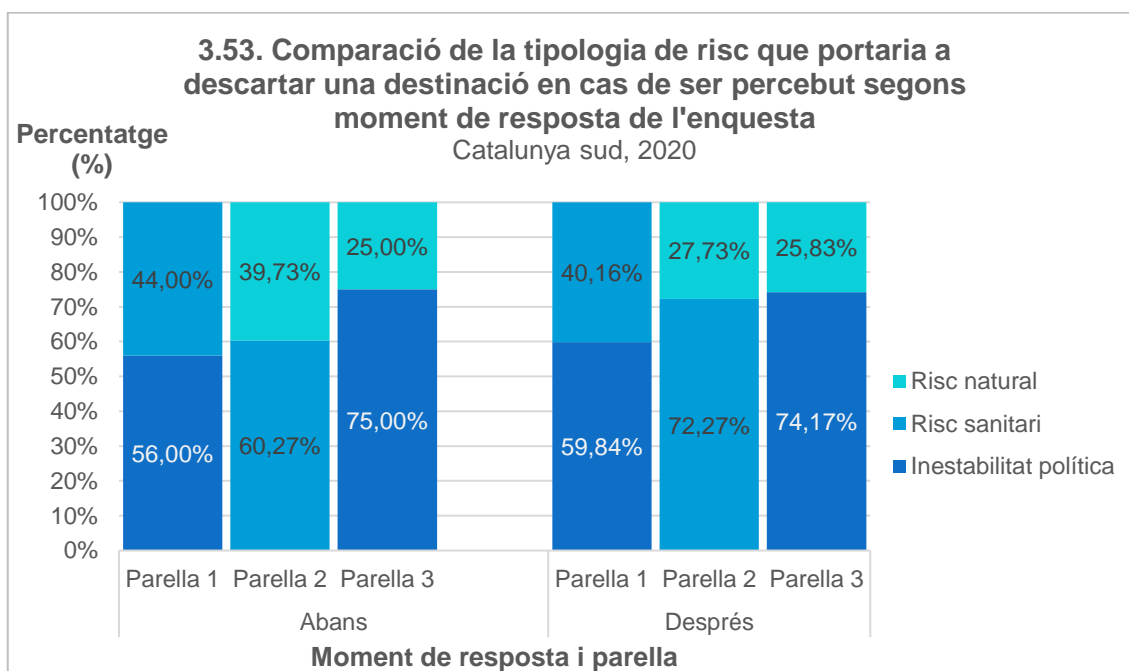
Gràfic 50: Risc dominant percebut en cada continent segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5 i 15 de l'enquesta.



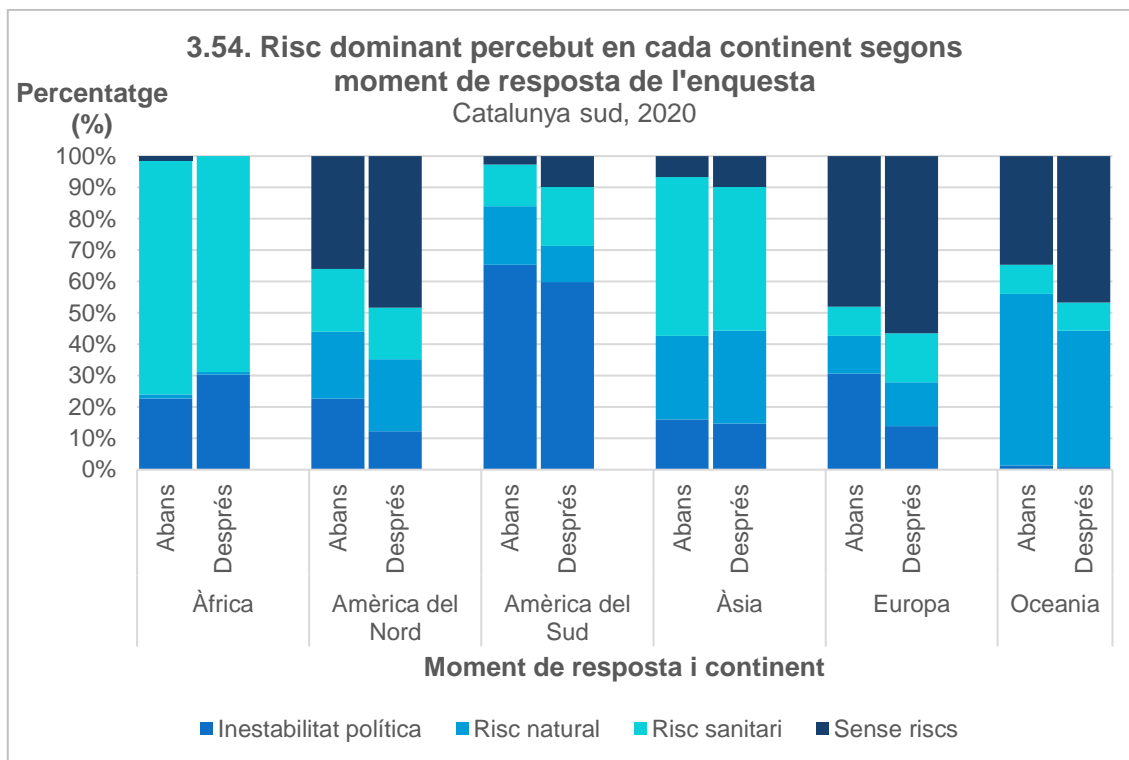
Gràfic 51: Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons costum viatgera. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 5 i 22 de l'enquesta.



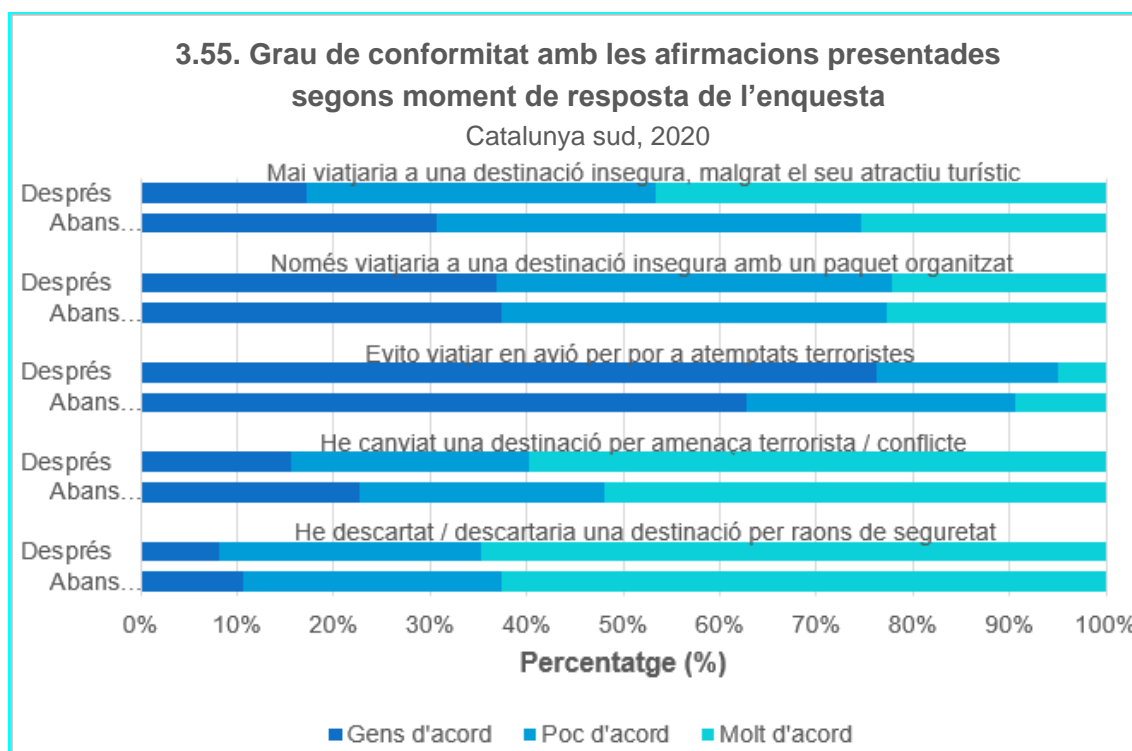
Gràfic 52: Tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons moment de resposta de l'enquesta. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 12, 13 i 14 de l'enquesta i data de resposta.



Gràfic 53: Comparació de la tipologia de risc que portaria a descartar una destinació en cas de ser percebut segons moment de resposta de l'enquesta. Elaboració pròpia a partir de les preguntes 12, 13 i 14 de l'enquesta i data de resposta.



Gràfic 54: Risc dominant percebut en cada continent segons moment de resposta de l'enquesta. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 15 de l'enquesta i data de resposta.



Gràfic 55: Grau de conformitat amb les afirmacions presentades segons moment de resposta de l'enquesta. Elaboració pròpia a partir de la pregunta 22 de l'enquesta i data de resposta.