

2025

Informe de la encuesta a turistes de Cullera

INSTITUT INTERUNIVERSITARI DE DESENVOLUPAMENT LOCAL
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

CÀTEDRA CIUTAT DE CULLERA



Crèdits

Direcció: Adrián Ferrandis Martínez, Carmen Zornoza Gallego

Coordinació tècnica: Cristina García Cardona, Marina Moreno Latorre

Continguts

Base metodològica de les enquestes	4
Pregunta 1 (control): País de procedència.	5
Pregunta 2 (control). Edat.	6
Pregunta 3 (control). Gènere.	7
Pregunta 4. Tipus d'allotjament.	8
Pregunta 5. Forma de reservar l'allotjament.	9
Pregunta 6. Freqüència de les visites.	10
Pregunta 7. Mitjà de transport cap a Cullera.	11
Pregunta 8. Mitjà de transport a Cullera.	12
Pregunta 9. Acompanyants.	13
Pregunta 9.1. Nombre d'acompanyants.	14
Pregunta 10. Valoració de l'oferta cultural de Cullera	15
Pregunta 11. Dies d'estada.	16
Pregunta 12. Despesa diària.	17
Pregunta 13. Valoració mitjana dels recursos naturals i patrimonials	18
Pregunta 14. Valoració de la qualitat de vida i convivència.	19
Pregunta 15. Recomanació de la destinació.	20
Pregunta 16. Problemes mediambientals.	21
Pregunta 17. Influència del model turístic en el medi ambient.	22
Pregunta 18 (control). Residència.	23
Pregunta 19 (control). Estat civil.	24
Pregunta 20 (control). Nivell d'estudis.	25
Pregunta 21 (control). Situació laboral.	26
Pregunta 22 (control). Ingressos mensuals personals nets.	27
Conclusions	28
Anàlisi comparativa dels resultats (2022- 2025).	30

Índex de gràfics

Gràfic 1: País de procedència dels enquestats.....	5
Gràfic 2: Edats dels enquestats.	6
Gràfic 3: Gènere de les persones enquestades.	7
Gràfic 4: Tipus d' allotjament de les persones enquestades.	8
Gràfic 5: Forma de reserva de l' allotjament de les persones enquestades.....	9
Gràfic 6: Freqüència de les visites dels enquestats.	10
Gràfic 7: Mitjà de transport usat pels enquestats per a desplaçar-se a Cullera.	11
Gràfic 8: Mitjà de transport usat pels enquestats per a desplaçar-se dins de Cullera.....	12
Gràfic 9: Acompanyants habituals dels turistes enquestats.	13
Gràfic 10: Valoració de l'oferta cultural de Cullera de l'1 (molt dolent) al 5 (molt bo).	15
Gràfic 11: Dies d'estada.	16
Gràfic 12: Despesa diària dels enquestats.	17
Gràfic 13: Valoració mitjana dels recursos naturals i patrimonials dels enquestats.....	18
Gràfic 14: Valoració de la qualitat de vida i convivència a Cullera.	19
Gràfic 15: Recomanacions per part dels turistes enquestats sobre Cullera com a destinació turística.	20
Gràfic 16: Problema mediambiental més rellevant per als enquestats.....	21
Gràfic 17: Influència del model turístic sobre els problemes ambientals.....	22
Gràfic 18: País de residència de les persones enquestades.	23
Gràfic 19: Estat civil dels enquestats.	24
Gràfic 20: Nivell d' estudis de l'enquestat.....	25
Gràfic 21: Situació laboral de l'enquestat.	26
Gràfic 22: Ingressos de les persones enquestades.	27

Base metodològica de les enquestes

Representació gràfica i analítica dels resultats de les enquestes de l'**Institut Interuniversitari de Desenvolupament Local - Càtedra Ciutat de Cullera**.

OBJECTIU PRINCIPAL

Conèixer què pensen els **TURISTES** que visiten el municipi sobre diferents aspectes que afecten la ciutat en les seves visites i, posteriorment, poder utilitzar aquesta informació per millorar la transparència i coneixement de la ciutat. A més, es poden dur a terme determinades accions de correcció i millora municipal des d'una perspectiva més àmplia.

DADES DE CONTROL

- Mida de la mostra: **361 turistes**
- Error mostral: **6,3%**

ESTRUCTURA

22 preguntes:

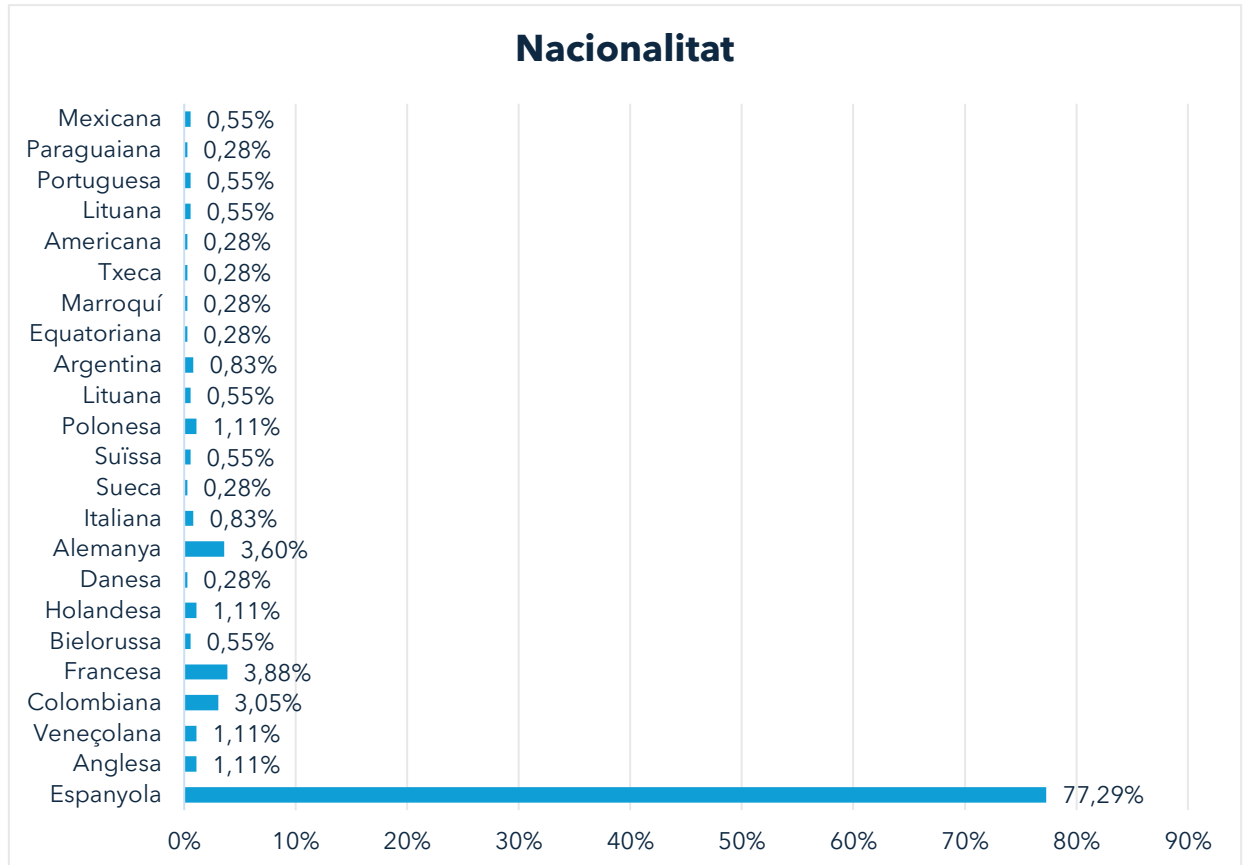
- 7 de control i;
- 15 basades en assumptes d'interès per a l'anàlisi i presa de decisions en el municipi.

ALTRES

Es garanteix l'anonimat de les persones participants.

Pregunta 1 (control): País de procedència.

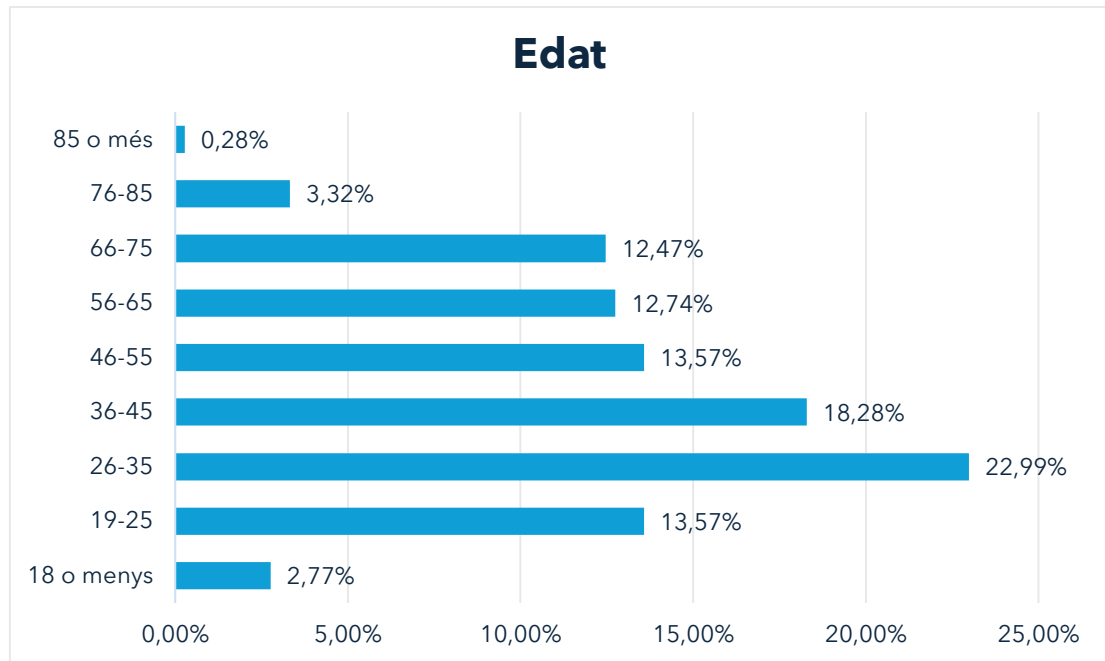
Gràfic 1: País de procedència dels enquestats.



- Resultats:
 - El país de naixement de més del 77,29% dels turistes enquestats és d'Espanya.
 - El 22,71% dels entrevistats és de nacionalitat estrangera (principalment de França, Alemanya i Colòmbia).
 - La nacionalitat estrangera amb més presència és la francesa.

Pregunta 2 (control). Edat.

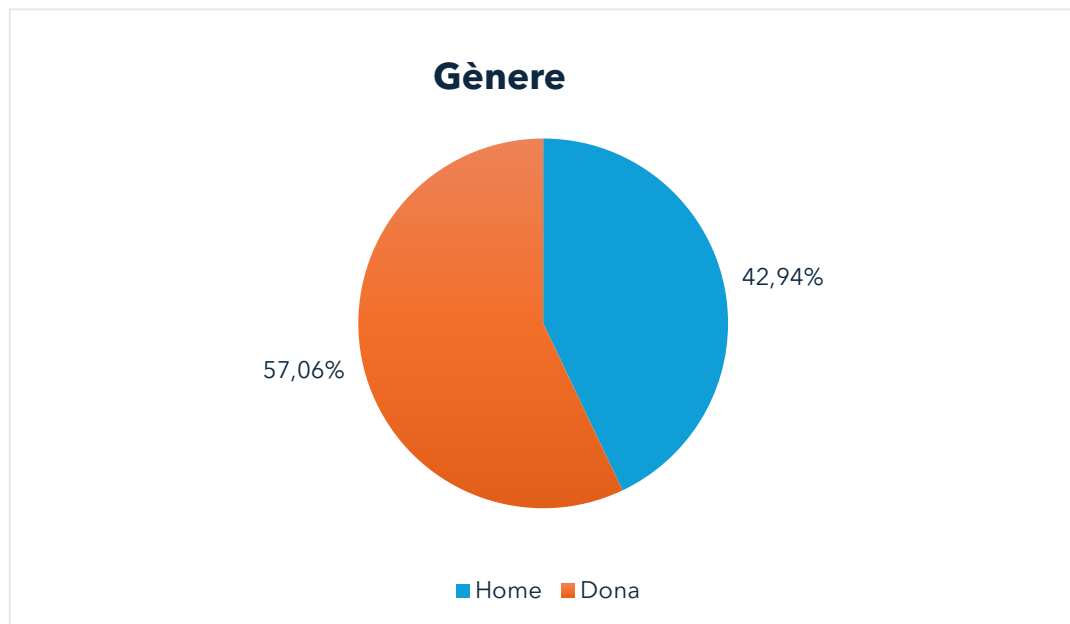
Gràfic 2: Edats dels enquestats.



- Grups d'edat:
 - Les edats més freqüents es troben en el rang de 26 a 35 anys (22,99%) i de 36 a 45 anys (18,28% dels enquestats).
 - L'edat mitjana de les persones enquestades és aproximadament de 44 anys.

Pregunta 3 (control). Gènere.

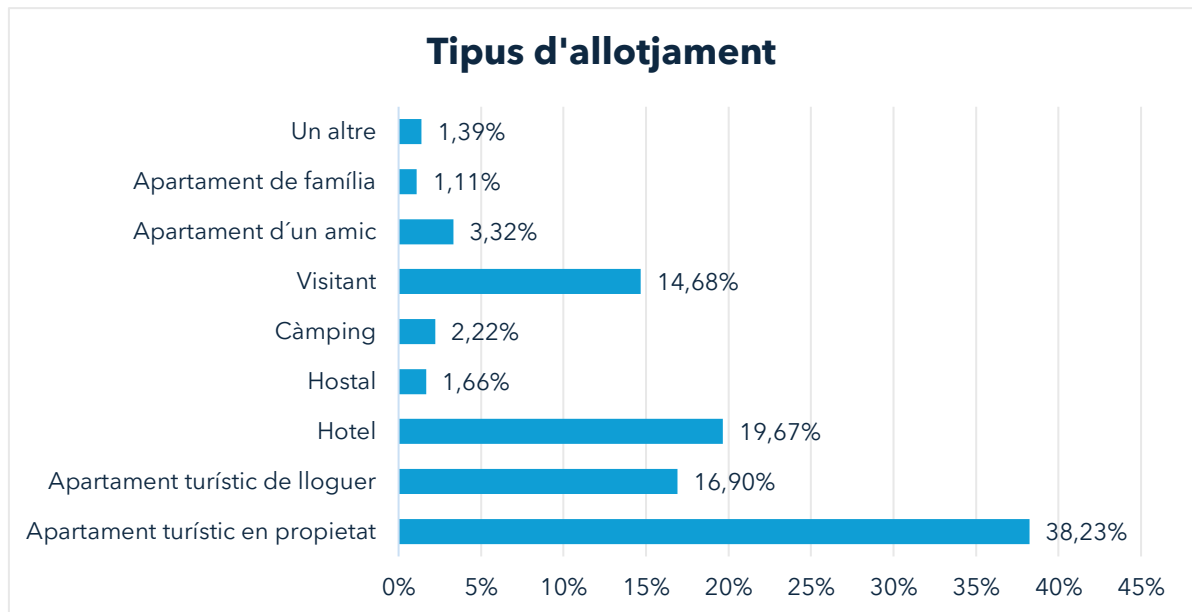
Gràfic 3: Gènere de les persones enquestades.



- Resultats:
 - La majoria de les persones enquestades han estat dones (si bé la mostra es troba força equilibrada).
 - Dones: 57%.
 - Homes: 43%.

Pregunta 4. Tipus d'allotjament.

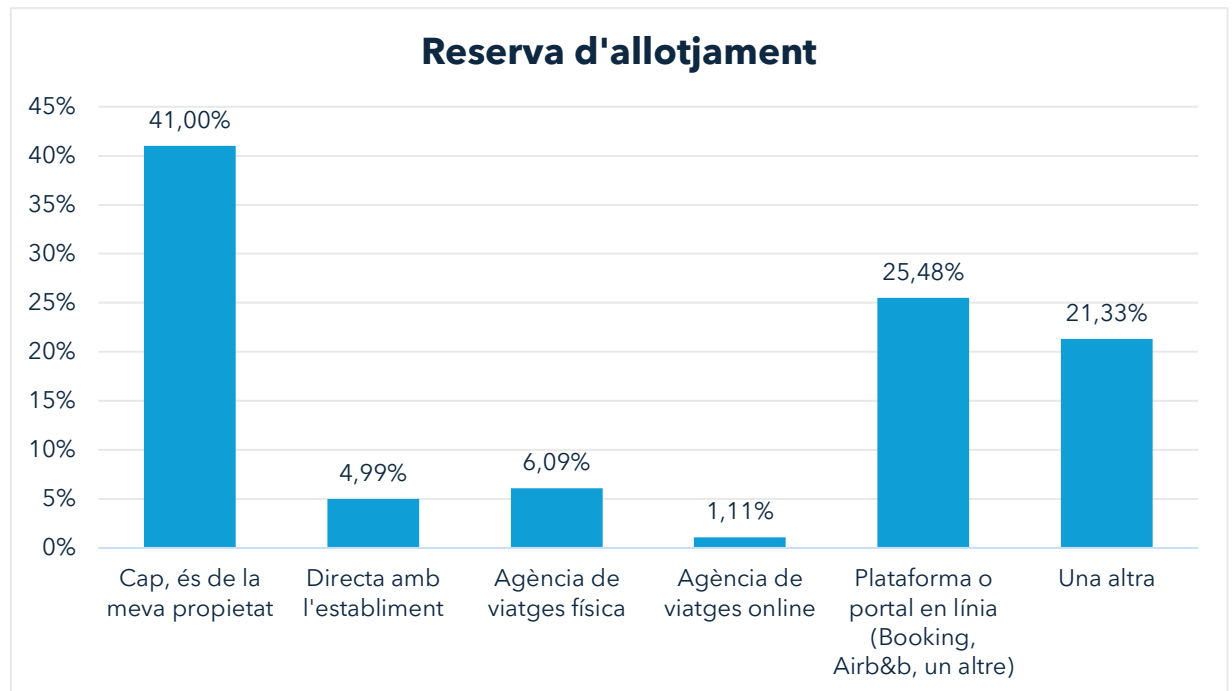
Gràfic 4: Tipus d'allotjament de les persones enquestades.



- Resultats:
 - El 38,23% dels enquestats són apartaments turístics en propietat.
 - El 19,67% s'allotgen en hotels.
 - El 16,90% s'allotgen en apartaments turístics de lloguer.

Pregunta 5. Forma de reservar l'allotjament.

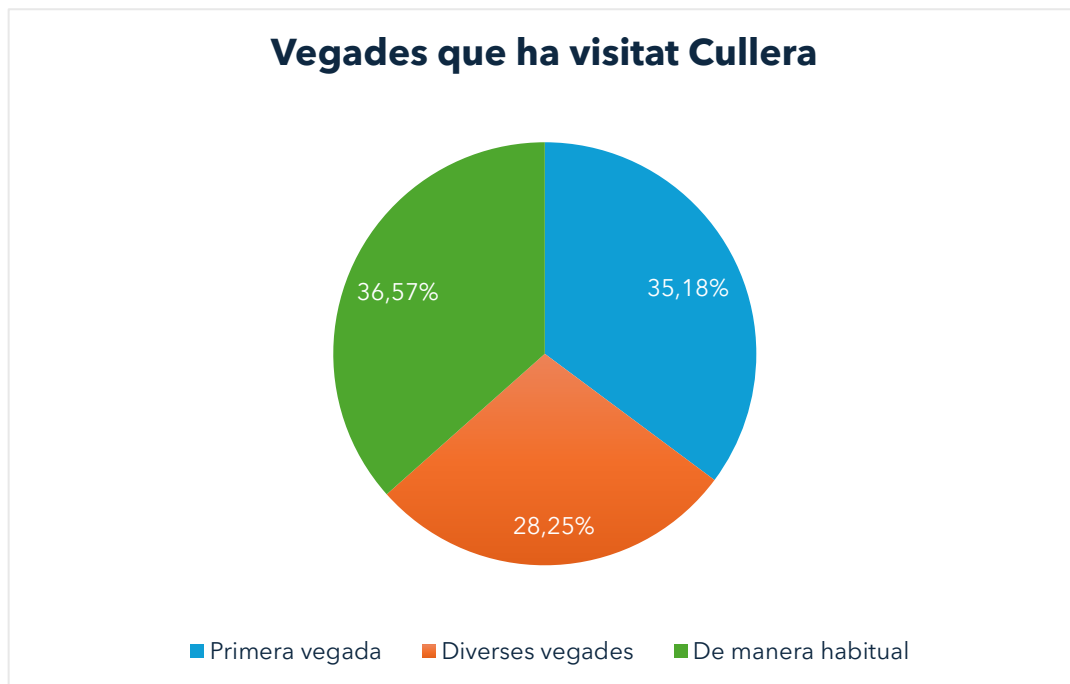
Gràfic 5: Forma de reserva de l' allotjament de les persones enquestades.



- Resultats:
 - El 25,48% dels enquestats han contractat el seu allotjament a través d'una plataforma en línia o lloc web.
 - El 41% no realitza cap contractació, ja que compta amb allotjament en propietat.
 - El 35,52% restant ha utilitzat una altra manera de reserva com agències de viatges online, agències físiques o altres alternatives.

Pregunta 6. Freqüència de les visites.

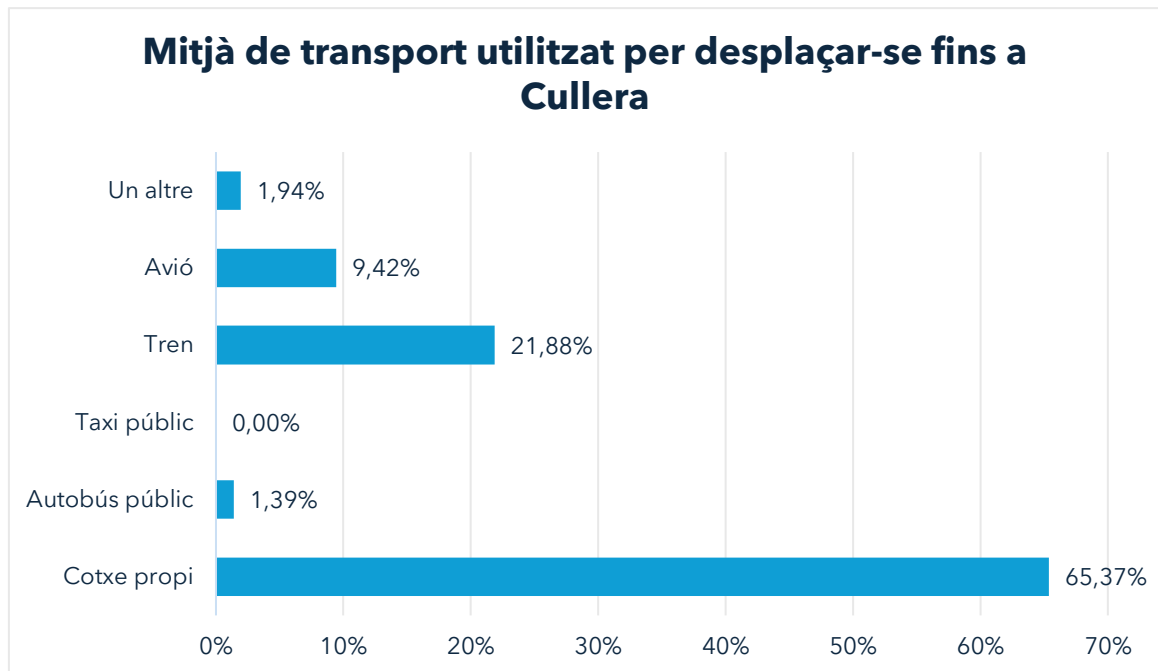
Gràfic 6: Freqüència de les visites dels enquestats.



- Resultats:
 - El 28,3% dels turistes han visitat el municipi diverses vegades.
 - Per al 35,2%, és la primera vegada que trien Cullera com a destinació.
 - El 36,6% són turistes recurrents, és a dir, que visiten Cullera cada any.

Pregunta 7. Mitjà de transport cap a Cullera.

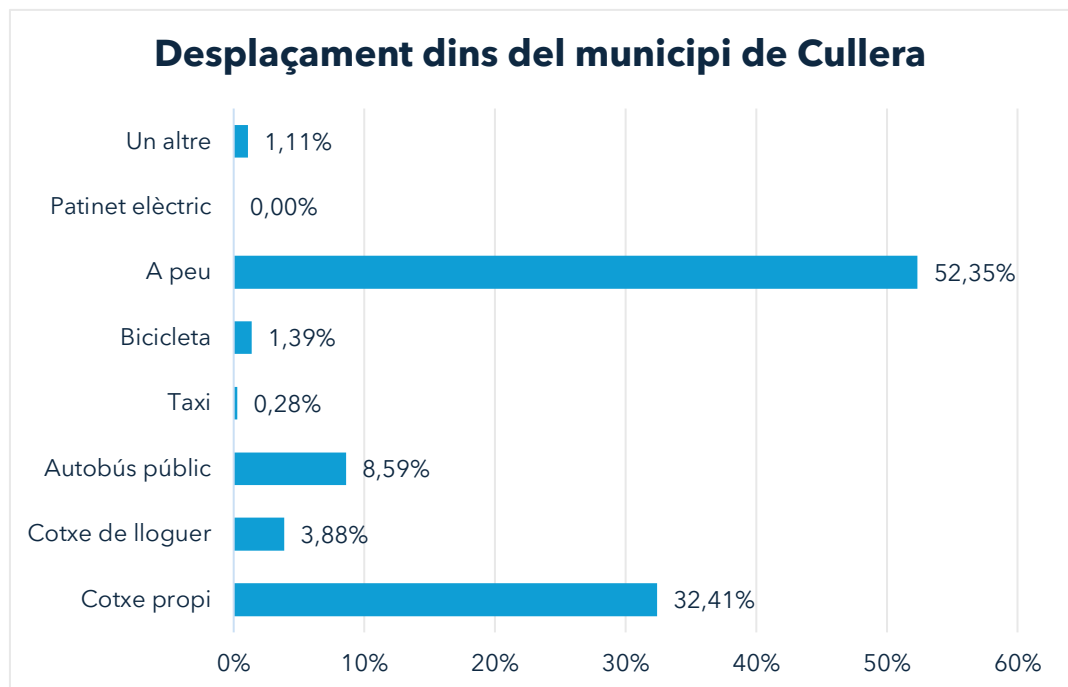
Gràfic 7: Mitjà de transport usat pels enquestats per a desplaçar-se a Cullera.



- Resultats:
 - La majoria dels enquestats utilitzen el cotxe privat per desplaçar-se fins a Cullera. Representa un 65,37% de la mostra.
 - El segon mitjà més usat és el tren (21,88%).
 - L'ús de l'avió representa el 9,42%.

Pregunta 8. Mitjà de transport a Cullera.

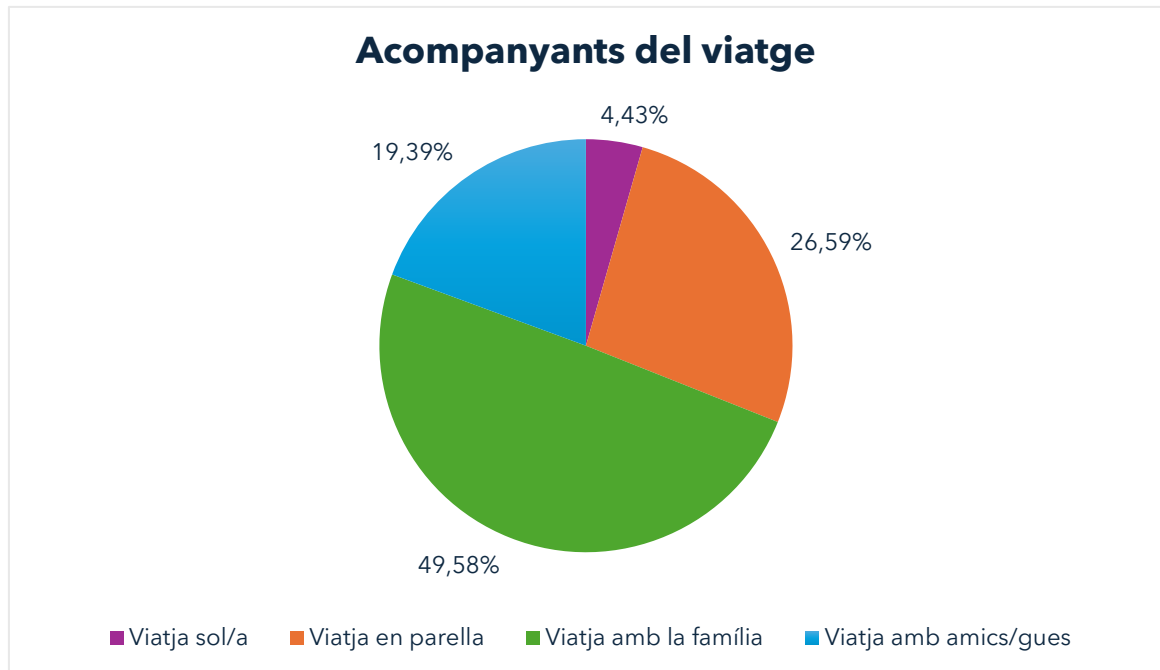
Gràfic 8: Mitjà de transport usat pels enquestats per a desplaçar-se dins de Cullera.



- Resultats:
 - Dins del municipi, la majoria dels enquestats trien moure's a peu (52,35%).
 - En segon lloc, la majoria dels enquestats solen desplaçar-se en cotxe propi (32,41%).
 - El cotxe de lloguer es fa servir en menor mesura, amb un 3,88%.
 - El 8,59% es desplacen en autobús.
 - La bicicleta i el taxi són els mitjans de transport menys utilitzats amb un 1,39% i un 0,28%, respectivament.

Pregunta 9. Acompanyants.

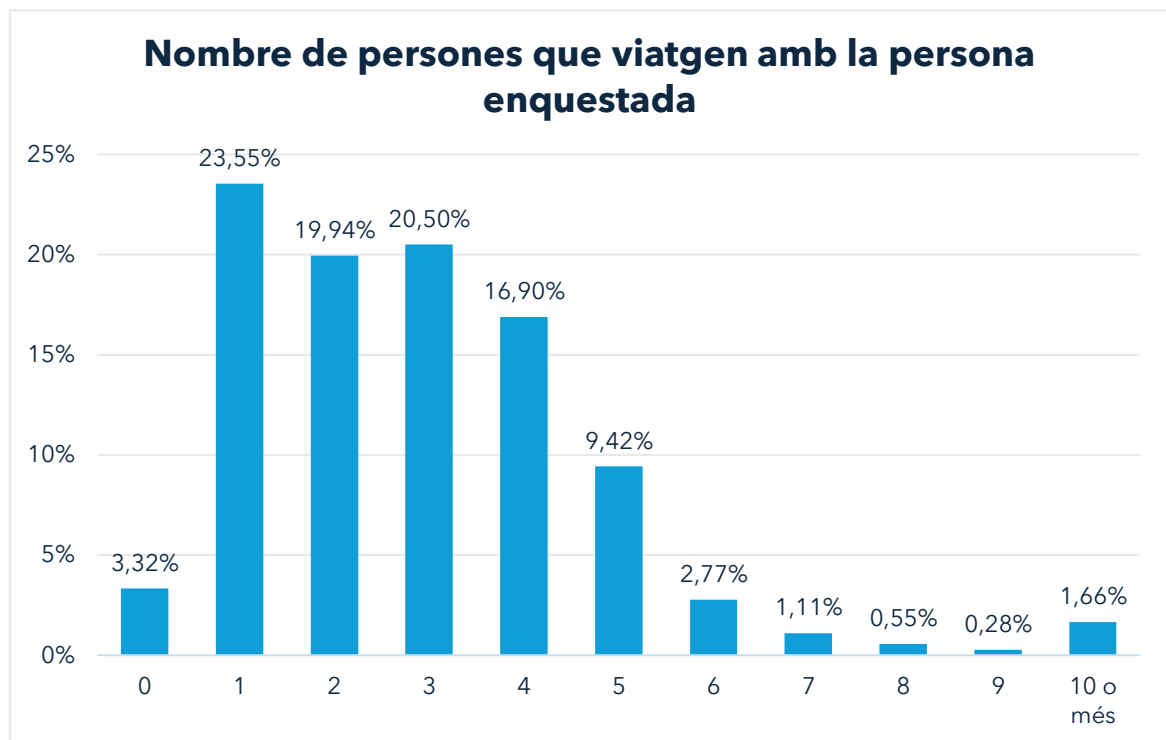
Gràfic 9: Acompanyants habituals dels turistes enquestats.



- Resultats:
 - El turisme familiar representa un 49,6% de la mostra.
 - El 26,6% de les persones consultades viatgen en parella.
 - El 19,4% viatja en companyia d'amics, mentre que el 4,4% prefereix fer-ho sol.

Pregunta 9.1. Nombre d'acompanyants.

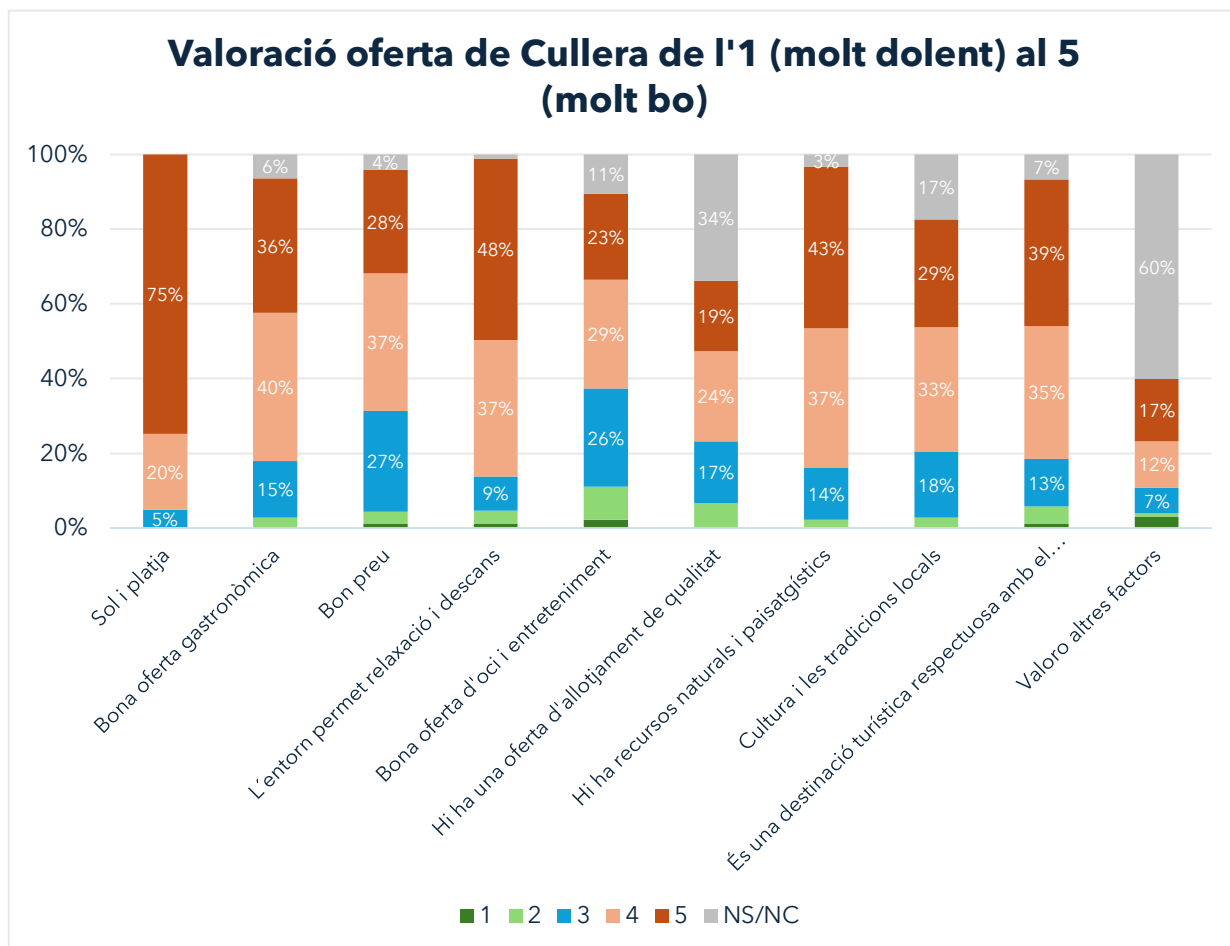
Gràfic 9.1: Nombre d'acompanyants per part dels enquestats.



- Resultats:
 - La majoria dels enquestats (23,55%) viatgen acompanyats d'una persona.
 - Seguits pels qui ho fan en grups de tres i quatre (19,94% i 20,50%, respectivament).

Pregunta 10. Valoració de l'oferta cultural de Cullera

Gràfic 10: Valoració de l'oferta cultural de Cullera de l'1 (molt dolent) al 5 (molt bo).

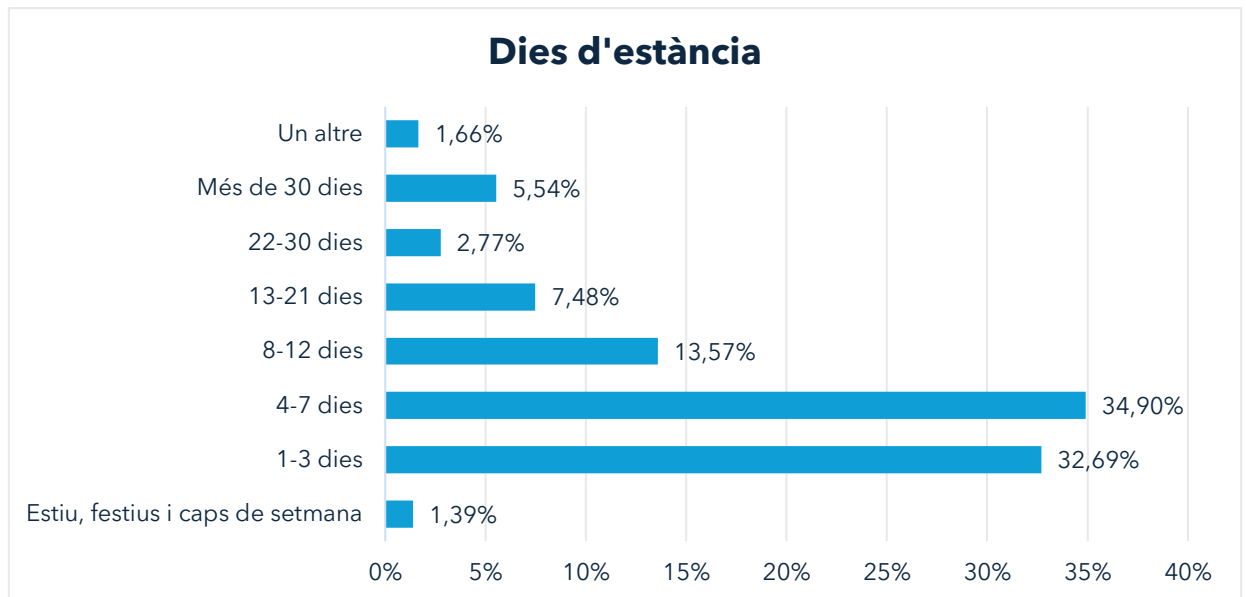


- Resultats:

- El factor rellevant més seleccionat per als enquestats és l'oferta basada en el sol i platja, amb un 74,79% de les preferències.
- El segon aspecte de més rellevància per a gairebé el 48,48% dels turistes consultats, és un entorn per a relaxació i descans.
- Una bona oferta gastronòmica també es considera com un factor determinant per a un 39,61% dels usuaris.
- Un bon preu, l'existència de recursos naturals i paisatgístics i un allotjament de qualitat, són altres aspectes d'interès per als enquestats.

Pregunta 11. Dies d'estada.

Gràfic 11: Dies d'estada.

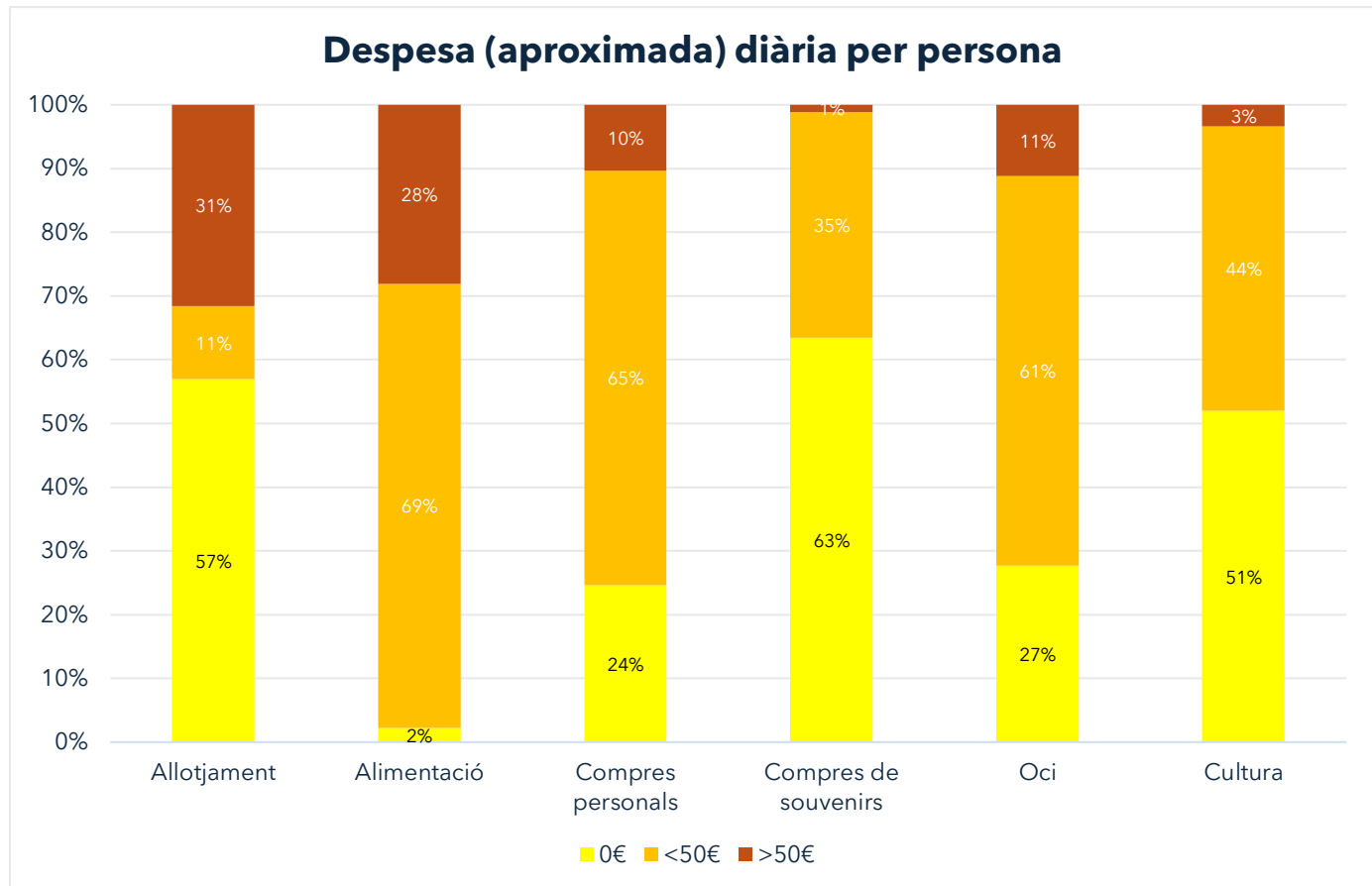


- Resultats:
 - La majoria dels enquestats solen allotjar-se entre 4-7 dies (34,90%).
 - Seguits pels qui es queden 1-3 dies (32,69 %).
 - En tercer lloc aquells que romanen 8-12 dies (13,57 %).

Pregunta 12. Despesa diària.

Es pregunta als turistes que indiquin **la despesa realitzada el dia anterior** en alimentació, compres personals, souvenirs, oci i cultura.

Gràfic 12: Despesa diària dels enquestats.

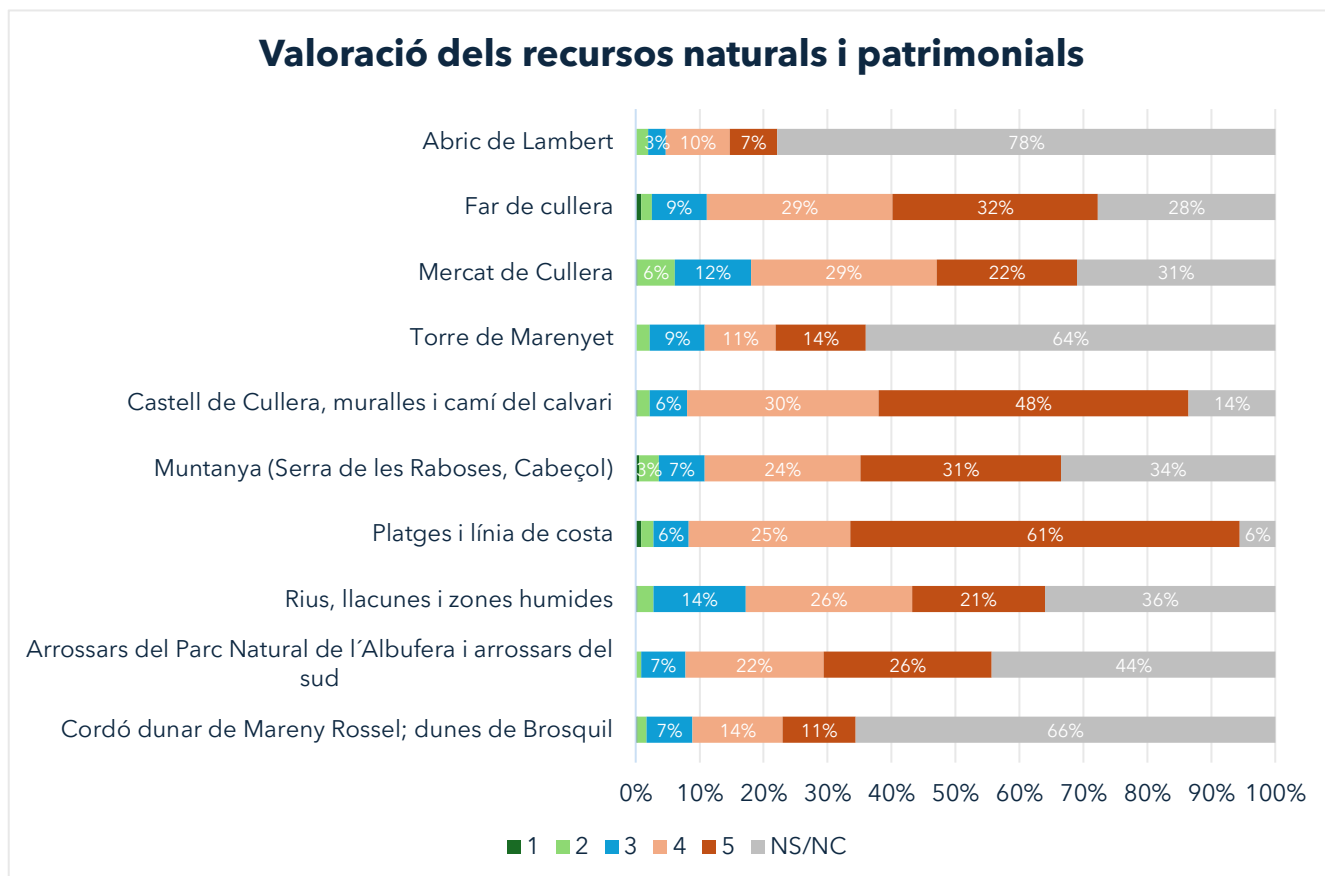


- Resultats:
 - La despesa més gran que realitzen els turistes diàriament és en alimentació, en segon lloc en compres personals.
 - Posteriorment en oci i cultura.

Pregunta 13. Valoració mitjana dels recursos naturals i patrimonials

Es procedeix a una valoració dels recursos naturals i patrimonials, realitzant una **mitjana de totes les puntuacions** (1 menys valorat - 5 més valorat) per a cada recurs predefinit.

Gràfic 13: Valoració mitjana dels recursos naturals i patrimonials dels enquestats.

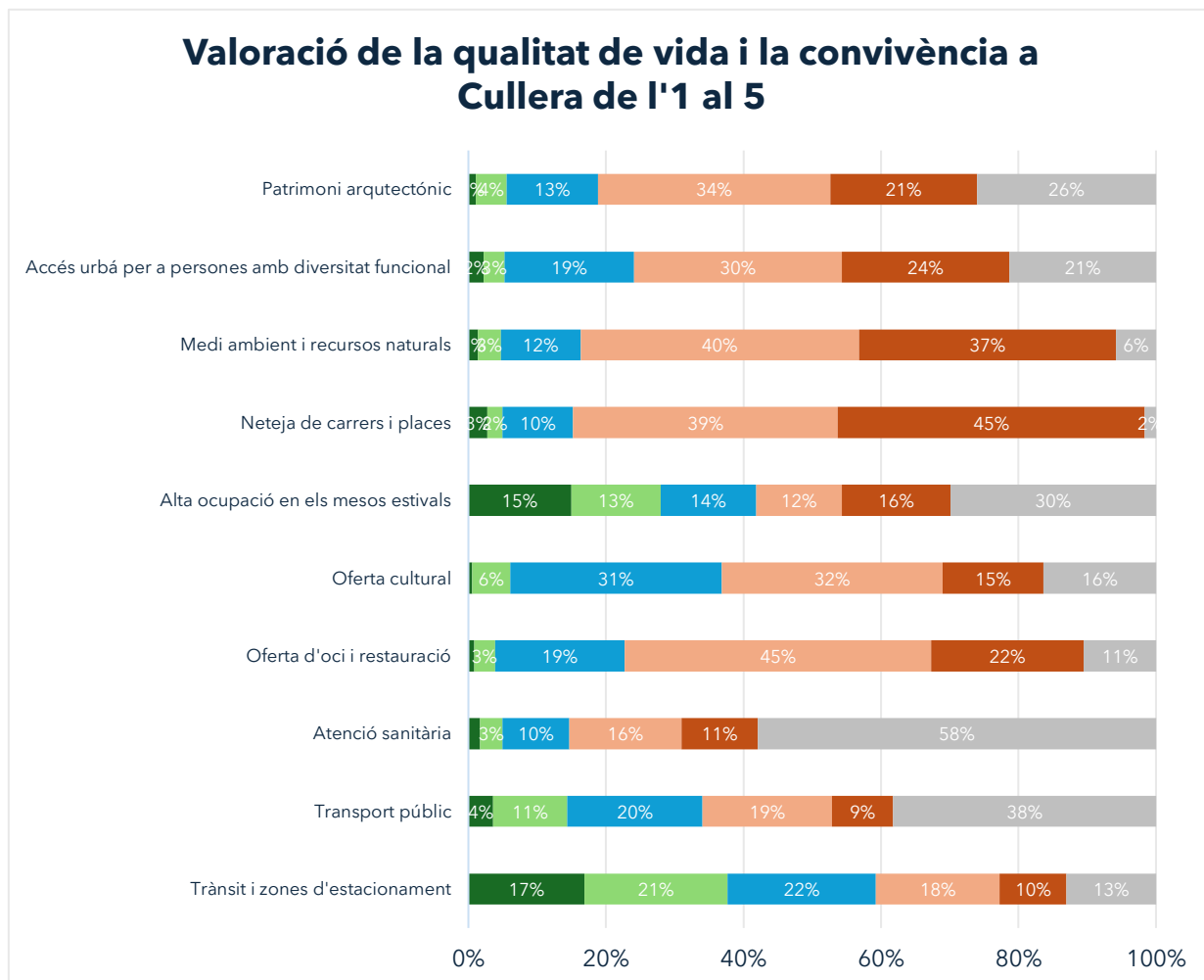


- Resultats:
 - Els llocs amb millor percepció ambiental, amb una valoració entre 4 i 5 són: platges i línia de costa (86,15%), Castell/Muralles/Calvari (78,40%) i Far de Cullera (61,22%).
 - Els espais amb percepció més baixa, amb una valoració d'entre 1 i 2: Mercat de Cullera (6,10%), Torre de Marenyet (2,22%) i Rius, llacunes i aiguamolls (2,77%).
 - Espais amb alt grau de desconeixement (NS/NC): Abric de Lambert (77,84%), Cordó dunar/Brosquil (65,65%) i Torre de Marenyet (63,99%).

Pregunta 14. Valoració de la qualitat de vida i convivència.

Es procedeix a **avaluar la qualitat de vida i convivència** a Cullera. Per a això, s'ha realitzat una mitjana de totes les puntuacions (1 menys valorat - 5 més valorat) en cada paràmetre.

Gràfic 14: Valoració de la qualitat de vida i convivència a Cullera.

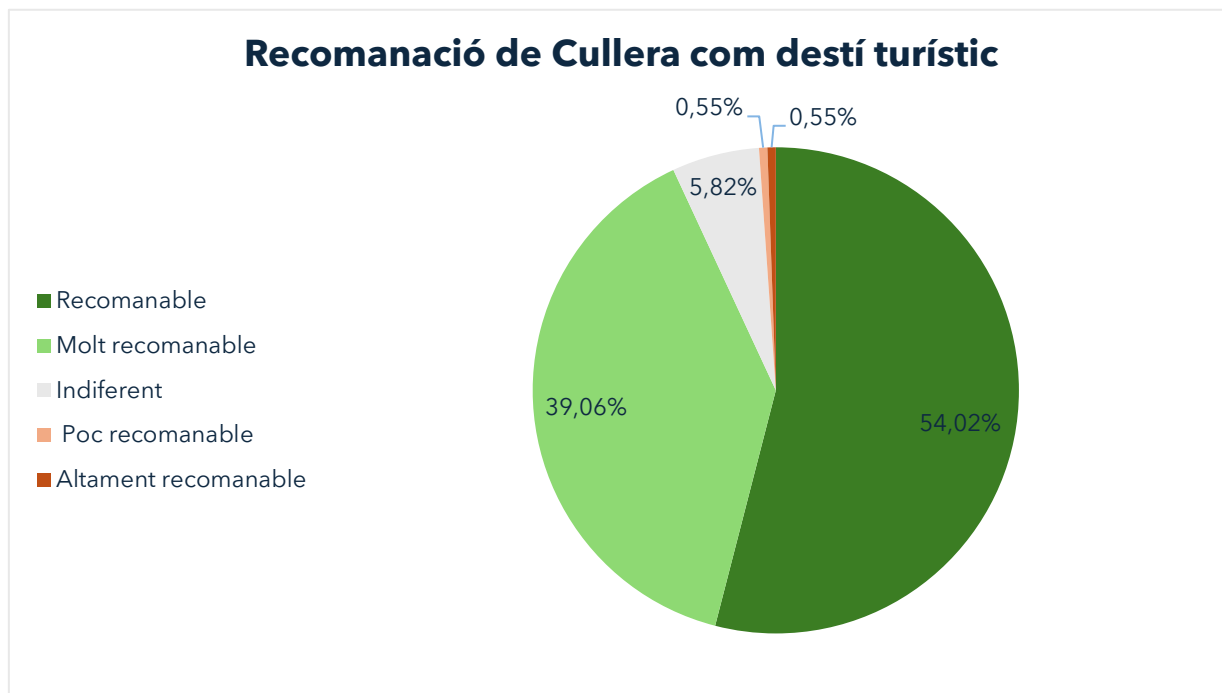


- Resultats:
 - Els àmbits més ben valorats amb una puntuació de 4 i 5 trobem: neteja de carrers i places (83,10%), medi ambient i natura (77,84%), oferta d'oci i restauració (66,76%), patrimoni arquitectònic (55,13%) i accessibilitat urbana (54,57%).
 - Els aspectes més criticats amb valoració entre 1 i 2: trànsit i zones d'aparcament (37,68%), alta ocupació en els mesos estivals (15,51%) i el transport públic (14,27%).
 - Les àrees amb més incertesa (NS/NC): atenció sanitària (57,89%), alta ocupació estiuenca (29,92%) i oferta cultural (16,34%).

Pregunta 15. Recomanació de la destinació.

Es pregunta als turistes que indiquin si **consideren que Cullera és una destinació** molt recomanable, recomanable, indiferent, poc recomanable o gens recomanable.

Gràfic 15: Recomanacions per part dels turistes enquestats sobre Cullera com a destinació turística.

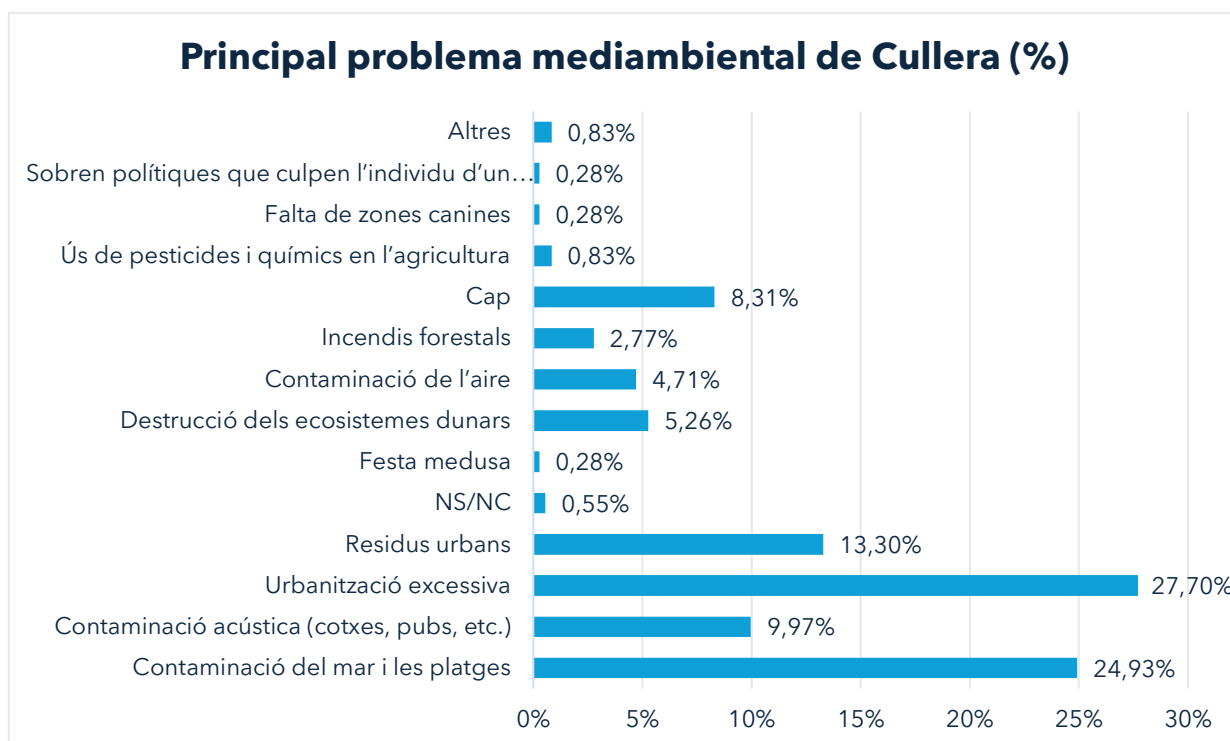


- Resultats:
 - La majoria dels enquestats (54,02%) consideren que Cullera és una destinació turística recomanable.
 - El 39,06% pensa que és molt recomanable.
 - Un percentatge molt reduït de només el 0,55%, considera que és poc recomanable, i el 5,82% que és indiferent.
 - Un 0,55% el considera altament recomanable.

Pregunta 16. Problemes mediambientals.

Pregunta que exposa/aprofundeix sobre diferents qüestions i problemàtiques de tipus mediambiental. Els enquestats han de seleccionar el **problema mediambiental** que consideren el **més important** a Cullera.

Gràfic 16: Problema mediambiental més rellevant per als enquestats.

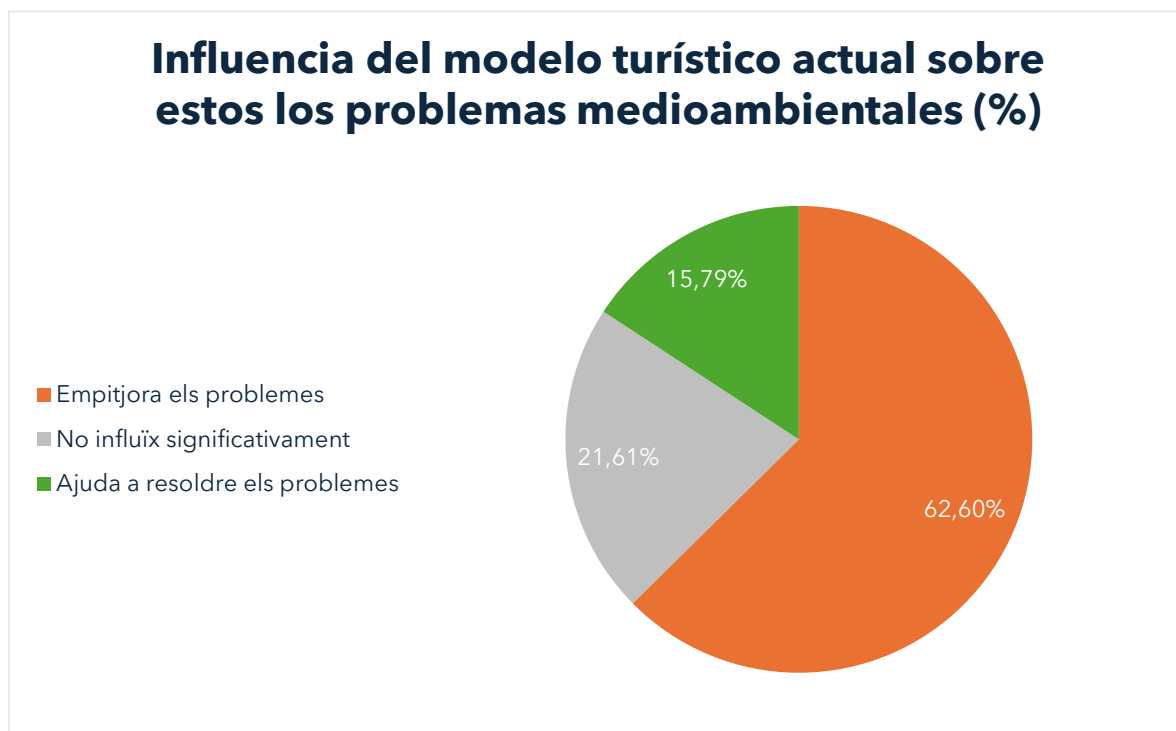


- Resultats:
 - La urbanització excessiva ha estat valorada com el problema mediambiental més preocupant per un 27,70% dels enquestats.
 - En segon lloc, la contaminació del mar i les platges, amb un 24,93%.
 - Els residus urbans suposen un 13,30%.
 - La falta de zones canines, l'excés de polítiques que culpen l'individu d'un suposat canvi climàtic inventat i la festa Medusa han estat considerats com el problema ambiental menys rellevant per les persones consultades.

Pregunta 17. Influència del model turístic en el medi ambient.

En aquesta pregunta, els enquestats exposen la seua **opinió respecte a la influència del model turístic actual** de Cullera (en relació amb els problemes ambientals del municipi).

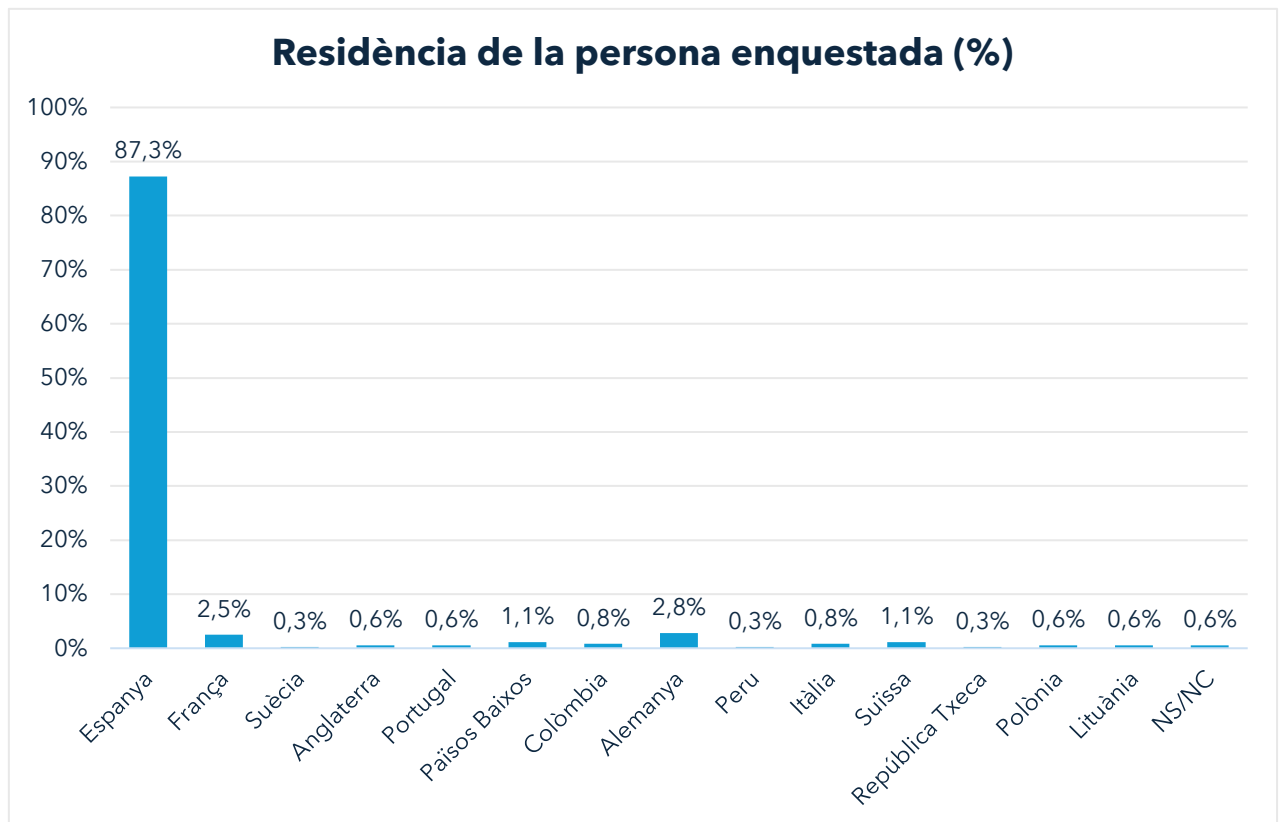
Gràfic 17: Influència del model turístic sobre els problemes ambientals.



- Resultats:
 - El 62,60% de les persones enquestades pensa que el model turístic actual, agreuja els problemes de contaminació en el medi ambient local.
 - El 21,61% considera que no influeix significativament en els problemes.
 - El 15,79% pensa que d'alguna manera ajuda a resoldre els problemes.

Pregunta 18 (control). Residència.

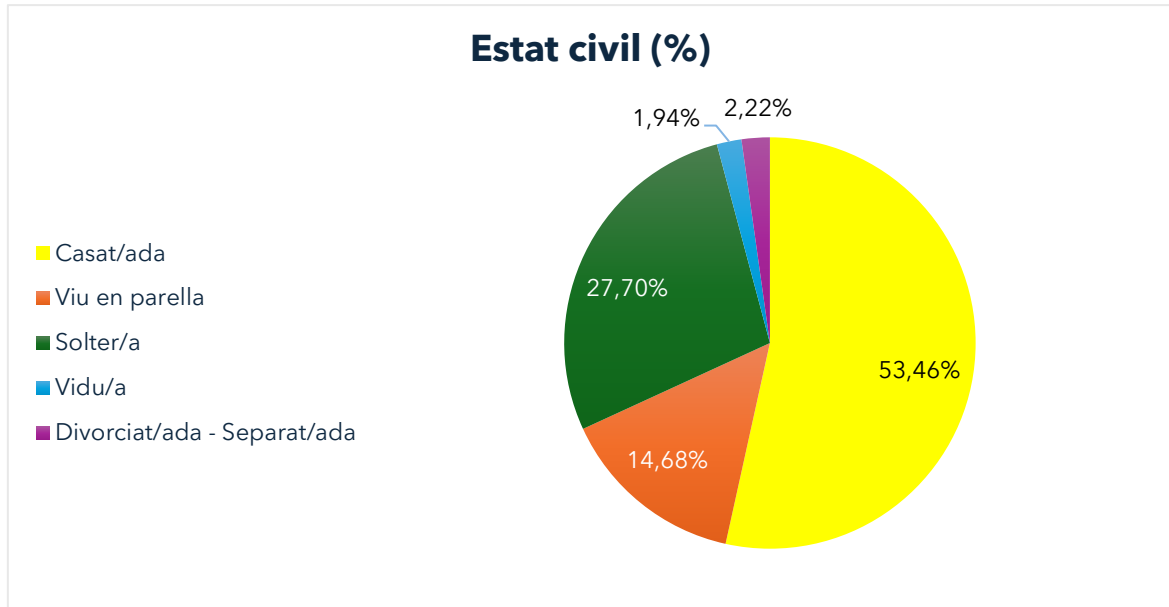
Gràfic 18: País de residència de les persones enquestades.



- Resultats:
 - El 87% de les persones enquestades resideixen a Espanya.
 - El 3% correspon a residents a Alemanya.
 - El 2% prové de França.

Pregunta 19 (control). Estat civil.

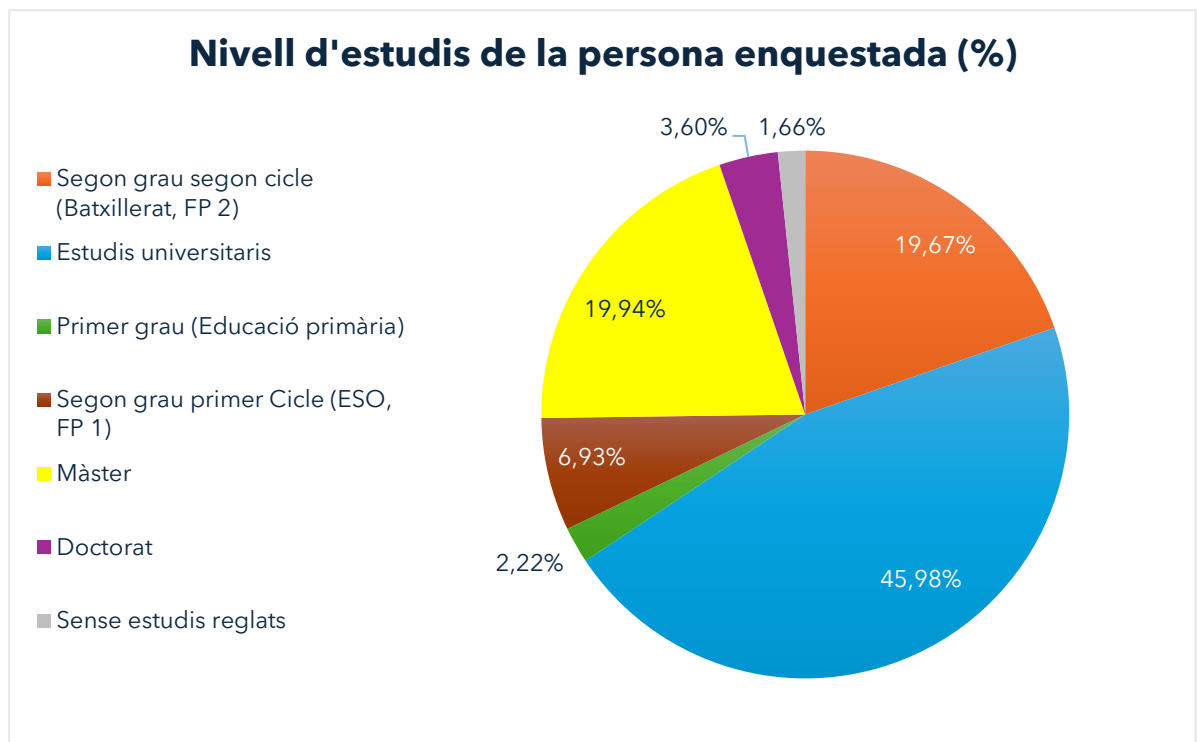
Gràfic 19: Estat civil dels enquestats.



- Resultats:
 - La major part estan casats (53,46%).
 - Les persones enquestades solteres són un 27,70%.
 - La convivència en una mateixa unitat residencial suposa un 14,68%
 - Els grups menys representats són les persones vídues (1,94%) i divorciades (2,22%).

Pregunta 20 (control). Nivell d'estudis.

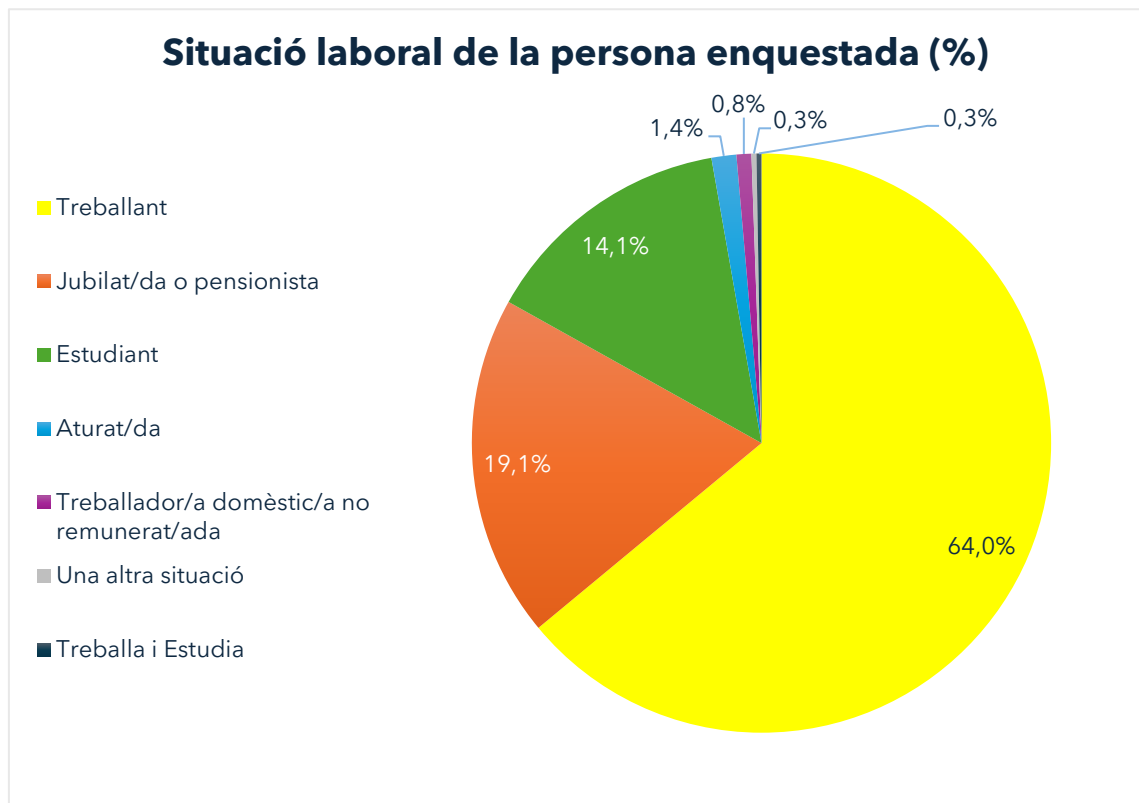
Gràfic 20: Nivell d' estudis de l'enquestat.



- Resultats:
 - Més del 65% té estudis universitaris o de postgrau (màster o doctorat), la qual cosa indica un perfil altament qualificat.
 - Gairebé un 27% compta amb batxillerat, FP o ESO, representant una base educativa sòlida encara que no universitària.
 - Només un 3,88% té únicament estudis primaris o cap estudi reglat, la qual cosa suggereix una mostra amb accés relativament bo a l'educació.

Pregunta 21 (control). Situació laboral.

Gràfic 21: Situació laboral de l'enquestat.

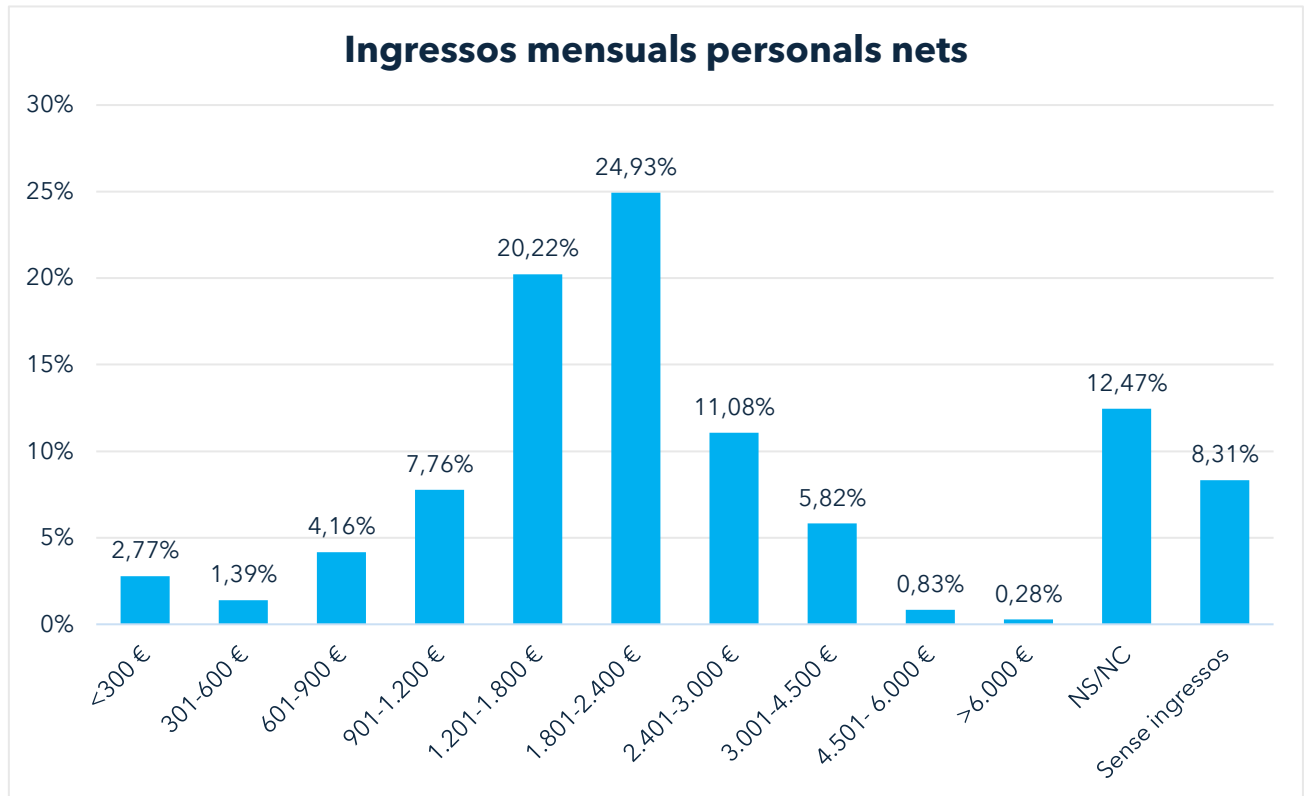


- Resultats:
 - La majoria de la mostra es troba treballant en l'actualitat (64%).
 - El 19% està retirat o és pensionista, representant una part important.
 - Amb un 14%, s'evidencia una joventut activa en formació, tot i que no combinen amb feina (0% ho fa simultàniament).
 - Només 1% de persones aturades, així com un 1% de persones treballadores domèstiques no remunerades.

Pregunta 22 (control). Ingressos mensuals personals nets.

S'analitzen els **ingressos mensuals** nets de la persona enquestada.

Gràfic 22. Ingressos de les persones enquestades.



- Resultats:
 - La majoria de la població (45%) es troba entre 1.200€ i 2.400€.
 - Només un 1% guanya més de 4.500€, i cap supera els 6000€ mensuals.
 - Un 15% té ingressos inferiors a 900€ o directament ni té ingressos (8%).
 - Un nombre significatiu (12%) no revela els seus ingressos.

Conclusions

Després d'analitzar els resultats de l'enquesta als turistes de Cullera, es poden extraure les següents conclusions:

- D'una banda, s'han pogut establir trets generals dels turistes que visiten el municipi, la qual cosa permet elaborar-ne un perfil:
 - La majoria dels visitants que han respost a les enquestes són de procedència espanyola (77,29%).
 - Les persones que solen visitar el destí són en la seva majoria casades, si bé també s'observa una gran representació de solters/es.
 - La major part dels enquestats són turistes recurrents que s'hostatja en apartaments en propietat (38,23%). seguits pels qui trien els hotels (19,67%). Generalment, trien visitar el municipi durant la temporada d'estiu i opten per hostatjar-se a la zona de les platges.
 - La majoria dels turistes visiten Cullera ho fan per la seua oferta turística. La resta ha indicat que ho fa per comptar amb una segona residència al municipi o perquè els seus familiars hi resideixen.
 - Els factors més importants per als turistes de Cullera a l'hora de triar una destinació turística són: llocs de sol i platja i un entorn que permet relaxació i descans.
 - El 65,37% dels visitants tria desplaçar-se a la destinació utilitzant el seu propi vehicle, mentre que el 21,88% opta pel tren. Per moure's per dins del municipi, també preval la preferència pel vehicle privat, seguit de moure's a peu.
 - Pel que fa al nivell d'estudis, la majoria dels enquestats compta amb estudis universitaris o de màster (65,92%).
 - Una porció important dels enquestats està formada per persones que actualment estan ocupades, un 64% del total.
 - Els ingressos mensuals tenen variabilitat, tot i que destaca el grup amb ingressos entre 1.201€ - 1.800€.
 - Pel que fa a la despesa mitjana diària, la majoria de les compres es realitzen en alimentació, mentre que la compra de souvenirs és la variable amb menor despesa.
- D'altra banda, s'han analitzat les valoracions que han realitzat els enquestats sobre els diferents elements i recursos del municipi:
 - Valoració de l' oferta turística:
 - Els turistes enquestats tenen una percepció molt positiva de les zones de la platja i de la destinació com a lloc de relació i descans.
 - Valoració dels problemes ambientals:
 - Les persones consultades consideren que la urbanització excessiva, la contaminació del mar i de les platges i els residus urbans són els problemes que més afecten el municipi.
 - Valoració dels recursos naturals i patrimonials:

- Els turistes han valorat de forma positiva tots els recursos, destacant les platges i la línia de costa, en el seu conjunt, i el Castell de Cullera.
- El recurs pitjor valorat és el mercat. No obstant això, la puntuació mitjana continua sent positiva.
- Valoració de la qualitat de vida i convivència:
 - Els aspectes més ben valorats han estat la neteja dels carrers i medi ambient i els recursos naturals.
 - El trànsit i les zones d'aparcament i el transport públic han rebut les valoracions més baixes.
- Pel que fa a la influència del model turístic actual en els problemes mediambientals, una part significativa de la mostra opina que agreuja aquests problemes.
- Es pot afirmar que l'opinió general de Cullera com a destinació turística és positiva.

Si s'analitzen les respostes dels turistes és possible observar una desconexió entre la percepció dels problemes ambientals a Cullera i les pràctiques d'aquests durant la seua estada. D'una banda, s'identifica una alta preocupació per qüestions mediambientals, destacant com a principals problemes la contaminació del mar i les platges o els residus urbans, però, en observar el comportament dels turistes, s'evidencia que aquestes preocupacions no es reflecteixen en les seves eleccions de mobilitat i consum.

Per exemple, l'ús del cotxe privat és el mitjà de transport predominant tant per arribar a la destinació (60% dels enquestats) com per desplaçar-se dins del municipi (43,8%), tot i que el trànsit i les dificultats d'aparcament són aspectes negatius destacats. A més, l'elecció de mitjans de transport sostenibles, com la bicicleta o el transport públic, és marginal, la qual cosa contribueix a agreujar els problemes de contaminació i congestió. En termes de consum, la despesa dels turistes es concentra principalment en alimentació i compres personals, mentre que la inversió en activitats culturals o en la compra de productes locals, que podrien tenir un menor impacte ambiental, és mínima.

En aquest context, resulta evident la necessitat d'impulsar polítiques i estratègies que alineïn les pràctiques dels turistes amb la sostenibilitat ambiental.

Anàlisi comparativa dels resultats (2022- 2025)

Al llarg del període comprès entre 2022 i 2025 s'han realitzat enquestes anuals als turistes que visiten Cullera. Aquesta informació permet identificar el perfil del visitant i, alhora, analitzar l'evolució del model turístic, que, tot i mantenint trets tradicionals, comença a mostrar indicis de diversificació i canvi.

En termes generals, Cullera segueix rebent un turisme majoritàriament nacional, encara que aquesta tendència comença a modificar-se a partir de 2024 amb l'entrada d'un volum creixent de turistes estrangers. Les dades mostren que, entre les persones enquestades el 2022, els visitants espanyols representaven el 82,11% i el 2023 arribaven fins i tot el 91%. No obstant això, el 2024 aquesta proporció descendeix fins al 61%, donant pas a gairebé un 40% de turistes internacionals, procedents sobretot de França, Itàlia i Alemanya. Aquesta tendència continua el 2025. Tot i que els visitants nacionals recuperen cert protagonisme (77,29%), la presència estrangera s'estabilitza en un 22,71%, amb Alemanya com a principal país d'origen dins del grup internacional. Aquest canvi progressiu indica un procés d'internacionalització de la destinació i reflecteix una diversificació creixent respecte al seu tradicional mercat domèstic.

Pel que fa a l'edat de les persones enquestades, el perfil predominant és el d'un turista adult, principalment situat entre els 26 i els 55 anys. El 2023, s'observa una distribució més polaritzada, amb una presència significativa de joves de 21 a 25 anys i de persones d'entre 66 i 70 anys, la qual cosa reflecteix la convivència entre perfils ocasionals i altres vinculats a segones residències. El 2024, les franges més destacades són 31-35 i 51-55 anys, mentre que el 2025 la major part dels visitants es concentra en els grups de 26-35 i 36-45 anys.

Un dels trets més definitoris del turisme a Cullera és el tipus d'allotjament triat pels visitants. Al llarg d'aquests quatre anys, els apartaments, especialment en propietat, mantenen un fort protagonisme, vinculats a un model turístic basat en la segona residència. El 2022, els apartaments, tant en propietat com de lloguer, van ser la principal modalitat d'allotjament triada pels enquestats, tots dos entorn del 35%, i, en menor mesura, l'allotjament hotel·ler, superant el 20% dels enquestats. Aquesta tendència es reforça de manera notable el 2023. Els apartaments en propietat assoleixen la seva quota més elevada de tot el quinquenni, amb un 66% dels turistes enquestats allotjant-se en aquesta modalitat. No obstant això, aquest model canvia de forma significativa el 2024. Els hotels es converteixen en la modalitat més utilitzada, assolint el 35,95% del total d'estades, superant tant els apartaments de lloguer i en propietat, que representen un 26,45% i un 23,24%, respectivament. En l'actualitat, el model

torna a establir-se: els apartaments en propietat continuen sent la primera opció d'allotjament triada amb un 38,23% dels enquestats, encara que sense assolir els nivells de 2023, mentre que els hotels mantenen una presència rellevant, amb un 19,67%. Aquest canvi podria indicar la incorporació d' un segment turístic diferent, caracteritzat per estades més breus, per l' arribada de nous visitants i per un menor grau de fidelització residencial.

La freqüència de les visites indica un elevat grau de fidelitat cap a la destinació, ja que una part significativa dels turistes repeteix anualment o ha visitat el municipi en diverses ocasions. En 2022, el 48% de les persones enquestades va indicar haver viatjat a Cullera en diverses ocasions i al voltant del 25% va afirmar acudir anualment. Aquesta tendència s'intensifica el 2023, quan el 76% dels enquestats afirma visitar el municipi cada any, cosa que evidencia un increment en el nombre de visitants recurrents. Pel que fa a l'any 2025, aquesta tendència es manté, de manera que gairebé dos terços dels enquestats es reparteixen entre els qui tornen de forma periòdica i els qui acudeixen tots els anys, confirmant així l'estabilitat del vincle que molts visitants mantenen amb la destinació. En general, en tots els exercicis analitzats, entre el 25% i el 30% dels enquestats visitava Cullera per primera vegada, la qual cosa reflecteix la coexistència d'un volum constant de nous visitants amb un nucli consolidat de turistes recurrents.

El mitjà de transport utilitzat per arribar al municipi constitueix un altre indicador rellevant per comprendre els patrons de mobilitat turística. Tot i que el cotxe privat continua sent la principal manera d'accés, el seu pes relatiu ha anat variant en els últims anys. El 2022, el 78,25% de les persones enquestades va arribar en vehicle propi, mentre l'avió va assolir un 11,23% i el tren un 7,72%. El 2023, l'ús del cotxe assoleix el 90,8%, registrant el valor més elevat de tot el període. No obstant això, el 2024 aquesta xifra descendeix fins al 60%, coincidint amb un increment del tren fins al 26,8% i el de l'avió fins al 9,9%. El 2025, s'observa un patró similar, amb un 65,37% d'arribades en cotxe, però un 21,88% que ho fan en tren i un 9,42% en avió. Dins del municipi, la mobilitat és més homogènia: caminar és la forma majoritària de desplaçament, amb xifres pròximes al 50% en tots els anys, mentre que el cotxe privat manté un pes considerable entorn del 30% i l'ús del transport públic roman per sota del 10%.

En relació amb els acompanyants, el turisme familiar i en parella continuen sent la forma predominant d'organització del desplaçament. Les dades són relativament constants en tots els anys. El 2022, la major part de les persones enquestades viatjava en família o en parella, amb valors que rondaven el 40% i el 30%, respectivament, proporcions que es mantenen el

2023 i el 2024 amb lleugeres variacions entre ambdues categories, en alguns casos amb un major pes del viatge en parella i en d'altres amb una presència una mica més elevada del turisme familiar. El 2025, la tendència roman en termes generals, gairebé la meitat dels visitants viatja en família i més d'una quarta part ho fa en parella. En tots els exercicis, al voltant del 10% afirma viatjar sense acompanyants, la qual cosa indica la presència de desplaçaments individuals dins del conjunt de visitants.

L'anàlisi de la despesa diària per persona mostra un patró relativament estable, en el qual l'alimentació concentra de forma contínua la major part del pressupost destinat pels turistes, predominant els imports baixos i intermedis. El 2022 i el 2023 la majoria de les persones enquestades situa la seva despesa en alimentació entre 10 i 20 euros al dia, mentre que les compres personals, els souvenirs i l'oci es distribueixen principalment en els trams de 5-10 euros. El 2024 es manté aquesta mateixa estructura, ja que l'alimentació continua sent l'àmbit amb més despesa i el consum en compres, souvenirs i oci segueix concentrant-se en rangs inferiors, mentre que la despesa cultural roman com la més reduïda, amb la major part de respostes per sota de 10 euros. El 2025, tot i que s'incorporen intervals de despesa més amplis, la jerarquia global a penes varia: l'alimentació continua acumulant la majoria dels imports inferiors a 50 euros, mentre que les compres personals, els souvenirs i l'oci comencen a mostrar una distribució una mica més diversificada, amb un increment moderat de trams situats entre 50 i 100 euros. Malgrat aquestes variacions, la cultura continua sent la categoria amb menor intensitat de despesa, la qual cosa evidencia un comportament orientat prioritàriament a necessitats bàsiques i activitats quotidianes.

Pel que fa a la qualitat de vida i la convivència, els turistes enquestats mostren de forma sostinguda una valoració elevada de la neteja, l'oferta d'oci i l'entorn natural, mentre que identifiquen problemes persistents vinculats al trànsit, l'aparcament i el transport públic. Tant el 2022 com el 2023, s'observa un patró similar, destaquen l'oci i la restauració, el medi ambient i la neteja, i les platges i el seu entorn amb puntuacions mitjanes de 4,5 sobre 5 en tots dos anys. El 2024 les valoracions més favorables continuen concentrant-se en l'oci (4,14) i la neteja (4,09). En contrast, els aspectes relacionats amb la mobilitat urbana són els pitjor valorats: el transport públic obté 2,99 el 2024 i el trànsit assoleix la seva mínima puntuació el 2023 (1,68). Aquesta percepció es manté el 2025, quan el 37,68% de les persones enquestades assenyala el trànsit i l'aparcament com a principal problema de la destinació. Per tant, la baixa valoració del transport públic podria estar vinculada a l'escàs ús que els turistes realitzen d'aquest servei dins del municipi.

La percepció sobre els problemes mediambientals revela una preocupació creixent. Els enquestats assenyalen com a problemes principals la urbanització excessiva –destacada el 2025 amb un 27,7% –, la contaminació de mar i platges o els residus urbans, que el 2024 són el problema més citat (23%). El 2023, la contaminació acústica és la preocupació més destacada (34,21%). Aquest conjunt de respostes mostra una creixent sensibilitat ambiental per part del visitant, tot i que no sempre acompanyada de comportaments coherents, com demostra l'encara elevada dependència del vehicle privat.

La percepció sobre els problemes mediambientals posa de manifest una preocupació sostinguda per part de les persones enquestades. El 2022, més de la meitat dels turistes va assenyalat la urbanització excessiva (50,53%) i la contaminació de mar i rius (45,61%) com a qüestions prioritàries, a les quals se sumen els residus urbans (37,8%). El 2023, la preocupació es desplaça cap a la contaminació acústica, que assoleix el seu valor més elevat del període (34,21%), mentre que el 2024 tornen a situar-se en primer pla els residus (23%) i la contaminació marina (22%). En l'actualitat, la urbanització excessiva recupera protagonisme, amb una mica més del 27% de les respostes, seguida de la contaminació de mar i platges (24,9%) i de la gestió de residus (13,3%). Aquesta percepció coincideix amb les opinions sobre la influència del model turístic en el medi ambient, que mostren una tendència clara cap a la crítica: el 2022, el 71,23% dels turistes considera que el turisme agreuja els problemes ambientals, proporció que se situa en el 56,20% el 2024 i torna a ascendir al 62,6% el 2025.

Finalment, la recomanació de la destinació constitueix un dels indicadors més estables del conjunt, ja que en tots els anys analitzats la gran majoria de les persones enquestades considera que Cullera és una destinació recomanable o molt recomanable. Així, el 2022, prop de la meitat dels participants ho va valorar com a molt recomanable (50,18%) i al voltant del 40% com a recomanable, amb percentatges molt reduïts d'indiferència o baixa recomanació. El 2023, aquesta tendència es manté, i el 2024, tot i que el pes de la categoria molt recomanable es redueix al 28%, la recomanació global es manté elevada amb el 58% que el considera recomanable. Finalment, el 2025, el 39,06% valora la destinació com a molt recomanable i el 54,02% com a recomanable.

En conjunt, es pot afirmar que el turista de Cullera entre 2022 i 2025 és, sobretot, un visitant adult, majoritàriament nacional però cada vegada més internacional, fidel i habituat a la destinació, que viatja preferentment en família o parella, que s'allotja principalment en apartaments i que roman en el municipi durant diversos dies si disposa de segona residència.

És un turista que valora les platges i l'oferta d'oci, però que mostra preocupació pel trànsit, el transport públic i l'impacte ambiental del model turístic. Al mateix temps, és un visitant que, malgrat aquestes preocupacions, manté un nivell de satisfacció molt alt i recomana habitualment la destinació, la qual cosa confirma a Cullera com un municipi atractiu i amb fortalesa turística estructural, al mateix temps que evidencia els desafiaments que ha d'abordar per a continuar evolucionant cap a un turisme més diversificat i sostenible.