



Estudi de la demanda del turisme en família a les destinacions litorals a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre 2021



Diputació Tarragona

turístic
en família



COSTA DAURADA



Terres de l'Ebre
RESERVA DE LA BIOSFERA



Generalitat
de Catalunya



Unió Europea
Fons Europeu
de Desenvolupament Regional



Patronat de Turisme



Diputació Tarragona

Elaborat per



Iban Gabaldà
social & market research

Encarregat per

Operació Platja Innovadora

Índex

Antecedents	4
Objectius de la investigació	7
Metodologia	8
Resultats de l'enquesta QR ubicada als Patronats de turisme i reforç presencial a les platges	11
Resultats de les entrevistes realitzades a famílies visitants a les platges	21
Percepció de les activitats proposades al portafolis d'experiències	41
Conclusions	45

Antecedents

Consideracions prèvies

TurisTIC en Família

El PECT TurisTIC en família és un projecte de recerca i innovació per a la generació d'iniciatives i creació de noves tendències en l'àmbit del turisme familiar a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. La innovació, la gestió de dades i l'ús de les tecnologies són les principals eines amb què treballen els equips que formen els Projectes d'Especialització i Competitivitat Territorial.

La Diputació de Tarragona, a través del Patronat de Turisme, desenvolupa tres de les operacions que s'aglutinen entorn el projecte TurisTIC en família: Patrimoni cultural, Platja innovadora i Vinya en família.

Consideracions prèvies

Operació Platja innovadora

El litoral de la Costa Daurada i de les Terres de l'Ebre està conformat per una xarxa de municipis amb platges que cada any esdevenen els principals receptors del turisme de les nostres comarques.

La voluntat d'aquesta operació és configurar els mecanismes de relació entre les administracions i els agents del sector turístic per tal que s'actui com un sistema integrat de serveis amb accessibilitat permanent a la informació d'usos possibles i a les instal·lacions, i amb especial èmfasi en la sostenibilitat de les activitats i garantint la qualitat i disponibilitat de serveis per activitats en família a les platges.

Les platges estaran categoritzades en funció de la seva idoneïtat als diferents col·lectius de visitants potencials i en especial als targets de turisme familiar. L'operació ha de servir per crear activitats a les platges

durant tot l'any, contribuint a la desestacionalització de l'oferta. També s'actuarà sobre aspectes mediambientals que afecten la qualitat de les platges, proposant mesures per la seva gestió.

L'operació desenvolupa un conjunt d'accions per facilitar la relació col·laborativa entre els agents públics i privats (Xarxa Platja Innovadora), estimular la creació de serveis i productes orientats al turisme d'experiències familiars a les platges durant tot l'any, avaluar l'adequació de productes i serveis per tal d'aconseguir la reiteració de consum per part de les famílies, caracteritzar els requisits que ha de definir la platja familiar intel·ligent, establir un sistema d'informació i de gestió integrada dels serveis de platges que millori l'ús sostenible d'aquest recurs, optimitzant els usos i equilibrant intensitats d'ús i establir un sistema accessible d'informació útil al visitant, especialment el familiar.

Consideracions prèvies

Destinacions Turístiques

La Costa Daurada ha estat un territori pioner a Catalunya a l'hora d'esdevenir una destinació familiar completa. Hi ha sis municipis certificats com a destinacions de turisme familiar per la Generalitat de Catalunya: Vila-Seca/La Pineda Platja, Calafell, El Vendrell, les Muntanyes de Prades, Salou i Cambrils.

Les Terres de l'Ebre es caracteritzen per ser un espai turístic molt variat i plural tant en el seu litoral com en el seu interior, connectat pel riu Ebre, el seu eix vertebrador. Són un territori certificat com a Reserva de la Biosfera per la UNESCO i una de les destinacions sostenibles del món més reconegudes. Hi ha certificat Els Ports.

A la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre l'activitat turística és un dels principals mo-

tors econòmics i se sustenta, sense cap dubte, en un litoral encara excepcional a molts llocs, i en uns recursos naturals que no són il·limitats i que, per tant, han de preservar-se, restaurar-se i gestionar-se de forma integral.

El litoral marí i terrestre, és el principal recurs per al desenvolupament de l'activitat econòmica a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i un element singular i únic relacionat amb la qualitat de vida dels ciutadans. Per tant, la compatibilització actual i futura de l'activitat econòmica amb la qualitat del medi ambient i del patrimoni natural són indispensables per garantir una sostenibilitat real que és cada dia més demandada tant per la societat de la demarcació de Tarragona com pel turisme, cada cop més respectuós cap al medi natural.

Objectius de la investigació

L'objectiu general de la investigació es el següent:

Conèixer el grau de satisfacció i perfil de les famílies que han visitat les platges i els municipis litorals de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre durant la tardor 2021.

Aquest objectiu general es concreta en els següents objectius específics:

1. Avaluar la satisfacció de les famílies en les noves experiències turístiques familiars generades des de l'operació Platja innovadora. Analitzar en profunditat aquestes noves activitats i la seva adaptació a satisfer les necessitats de les famílies. Detectar necessitats no cobertes, aspectes a millorar, punts forts, recomanacions i la seva valoració dels serveis utilitzats.
2. Analitzar el perfil del turista familiar que passa les seves vacances a la platges de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. Tenir en compte els diferents rangs d'edat dels nens (0-5; 6-12; 13-16) i nacionalitats. Identificar les seves característiques i necessitats.
3. Aprofundir en els seus hàbits: com s'inspiren i compren, què visiten i quines activitats realitzen, on s'allotgen i quins altres serveis contracten.
4. Conèixer els seus interessos i desitjos. Detectar possibles activitats o serveis de caire familiar a desenvolupar en les nostres destinacions.
5. Analitzar el nivell de fidelització dels usuaris, la seva intenció de repetició i recomanació.
6. Demanar la opinió tan als adults com als infants.
7. S'analitzarà amb prioritat els usuaris de les noves activitats turístiques generades des de l'operació Platja innovadora que conformen el portafolis d'experiències turístiques familiars.

Metodologia

Univers objecte d'estudi

L'univers el configuren els següents col·lectius:

Turistes que viatgen en família amb nens que realitzen activitats relacionades amb les platges i el seu entorn litoral de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre durant la temporada mitja i tenint en compte les activitats de nova creació que s'han generat des de l'Operació.

S'ha portat a terme una segmentació tenint en compte l'edat i s'ha inclòs en la investigació tots els trams d'edat trobant la manera adequada d'abordar cada un d'ells.

S'han analitzat amb prioritat els usuaris de les noves experiències turístiques generades des de l'operació Platja innovadora.

Degut a la limitació pressupostària, els mercats a analitzar són els emissors principals a nivell estatal i també català en el cas de les metodologies qualitatives (entrevistes)

Aplicació d'una enquesta d'aplicació a través d'un codi QR que s'ha facilitat als operadors. Aquests operadors han de fomentar la participació per tal de garantir l'èxit del projecte. L'enquesta s'ha facilitat en català, castellà, anglès i francès.

Tècniques utilitzades

Metodologies mixtes

Per poder garantir l'èxit de la investigació, atenent al nivell d'aprofundiment requerit en els diferents objectius, s'han utilitzat metodologies combinades, quantitatives, qualitatives i d'observació. S'ha gratificat a les

famílies participants amb lots de productes típics de Tarragona.

La investigació s'ha portat a terme utilitzant la combinació de 3 metodologies.

METODOLOGIA 1



OBSERVACIÓ PARTICIPANT

S'ha compartit l'experiència amb famílies analitzant els comentaris, les emocions identificades, les possibles queixes, les millores proposades... Escollint i observant.

2 visites d'observació en el moment en que es realitza l'activitat per tal de copsar les impressions dels turistes de manera anònima. L'operador haurà de comunicar quan tingui una visita de famílies.

OBJECTIUS

1. Avaluar la satisfacció de les famílies en les noves experiències de platja familiar generades des de l'operació Platges innovadores.
2. Identificar gaps, moments positius i moments wow! en l'experiència.
3. Detectar possibles crítiques expressades en privat al llarg de les visites.

METODOLOGIA 2



REALITZACIÓ D'ENQUESTES A TRAVÉS DE CODI QR

Incorporació a les enquestes establertes ja en el territori amb preguntes que permetin assolir els objectius de quantificació del projecte.

Disseny d'una enquesta d'aplicació en els punts d'activitats de la zona en Català, castellà, anglès i francès.

OBJECTIUS

1. Analitzar el **perfil del turista familiar** que visita les platges de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. Tenir en compte els **diferents rangs d'edat dels nens** (0-5; 6-12; 12-16) i **nacionalitats**.

METODOLOGIA 3



7 ENTREVISTES D'1H DE DURADA EN PROFUNDITAT AMB FAMÍLIES:

Captació de famílies a les platges per realitzar una entrevista personal amb tots els membres. Les enquestes s'han realitzat de manera presencial i a través de videoconferència en alguns casos.

6 entrevistes amb famílies. Les famílies han rebut un incentiu per valor d'uns 40 € en productes tradicionals de Tarragona i marxandatge del PTDT. Les famílies són d'àmbit estatal.

OBJECTIUS

1. **Avaluar** la satisfacció en les noves experiències familiars generades des de l'operació Platja en família.
2. **Aprofundir en els hàbits:** com s'inspiren i compren, què visiten i activitats que realitzen, relacionades amb la platja, allotjament i serveis.
3. Conèixer els seus interessos i desitjos. **Detectar possibles activitats o serveis de platja familiar a desenvolupar.**
4. Analitzar el **nivell de fidelització** dels usuaris, la seva intenció de repetició i recomanació.

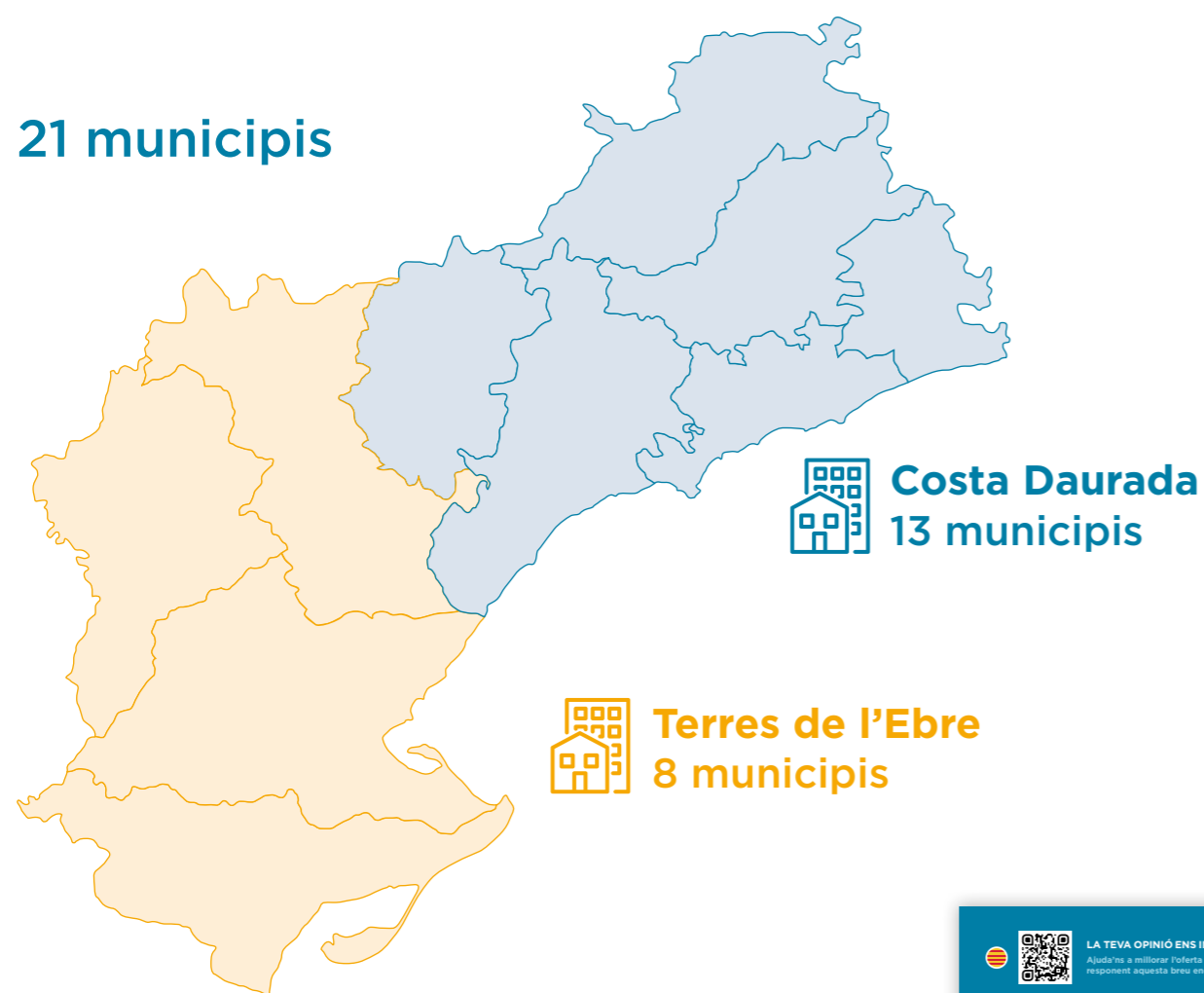


Resultats de
l'enquesta QR
ubicada als
patronats de turisme
i reforç presencial
a les platges

Distribució de les enquestes

Distribució dels codis QR

21 municipis



- S'han realitzat 37 enquestes
- S'han localitzat 26 famílies amb infants
- La lectura de la informació cal fer-la en clau de tendència
- Es presenten els valors absoluts

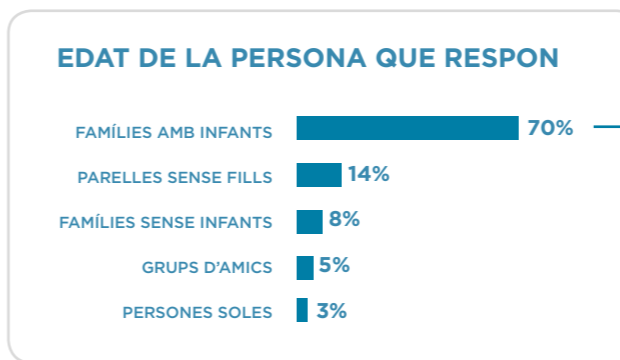
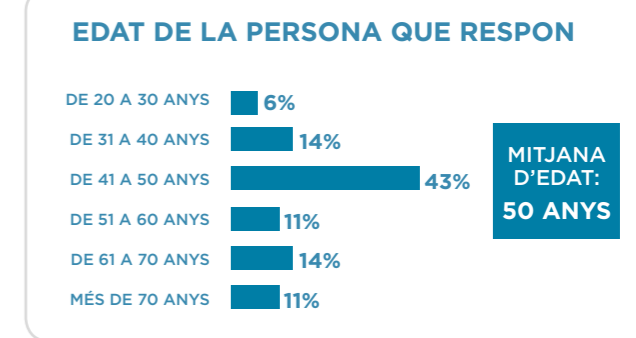
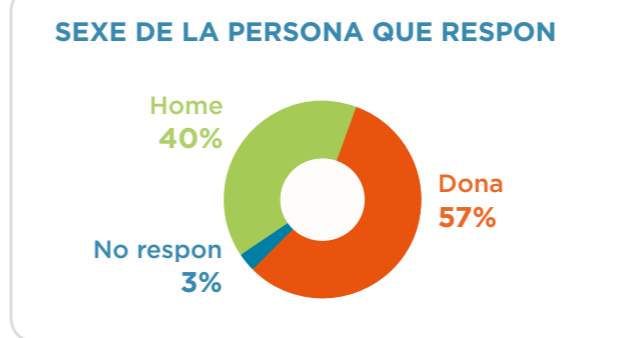
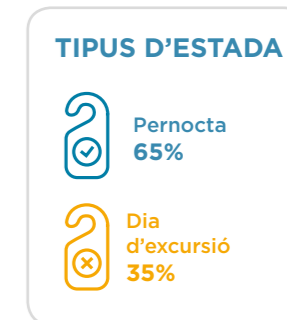
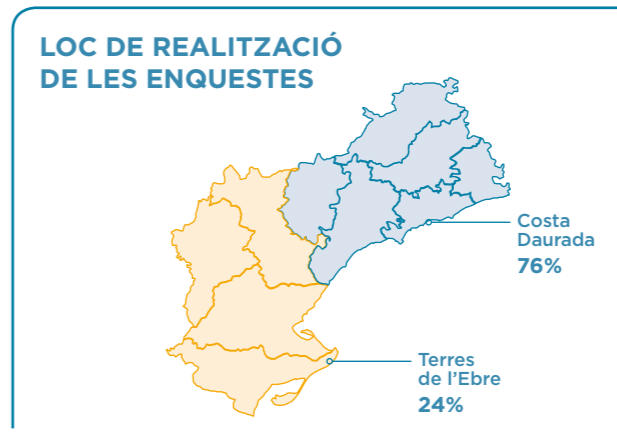
Fulletó d'accés al qüestionari:



Total d'enquestes

Descripció de totes les persones que han respost l'enquesta

37
Enquestes totals



Unitat d'anàlisi:
Grups i famílies amb infants

26

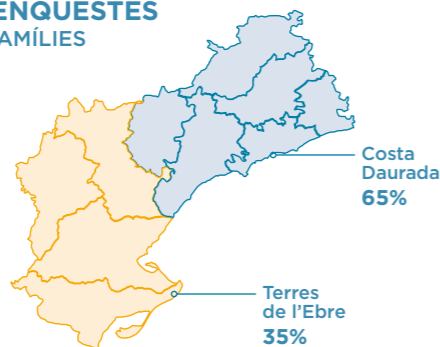
Enquestes a famílies amb infants

Descripció dels grups i famílies amb infants

26
Enquestes
totals

LOC DE REALITZACIÓ DE LES ENQUESTES

BASE 26 FAMÍLIES



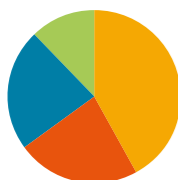
TIPUS D'ESTADA

BASE 26 FAMÍLIES



ZONA DE L'ALLOTJAMENT

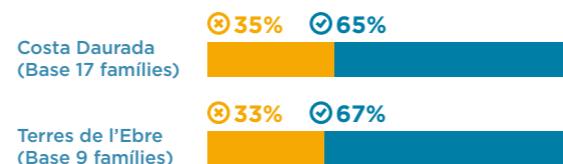
BASE 26 FAMÍLIES



- 42% Costa Daurada
- 23% Terres de l'Ebre
- 23% No pernocta (Costa Daurada)
- 12% No pernocta (Terres de l'Ebre)

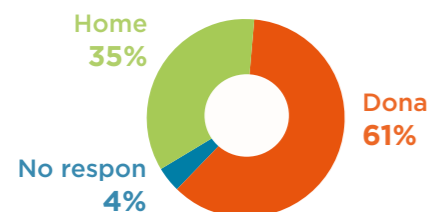
TIPUS D'ESTADA PER ZONA

BASE 26 FAMÍLIES



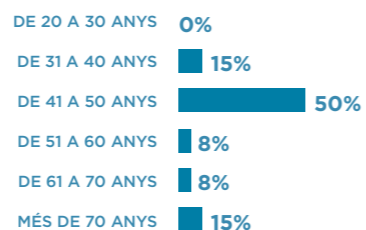
SEXE DE LA PERSONA QUE RESPON

BASE 26 FAMÍLIES



EDAT DE LA PERSONA QUE RESPON

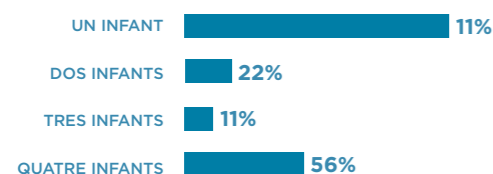
BASE 26 FAMÍLIES



MITJANA D'EDAT:
51 ANYS

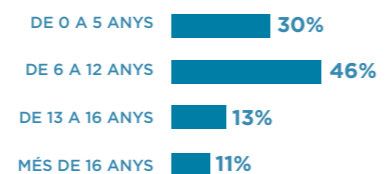
NOMBRE D'INFANTS

BASE 26 FAMÍLIES



EDATS DELS INFANTS

BASE 26 FAMÍLIES



EL **76%**
SÓN INFANTS
DE 12 ANYS
O MENYS

Zona de procedència de les famílies

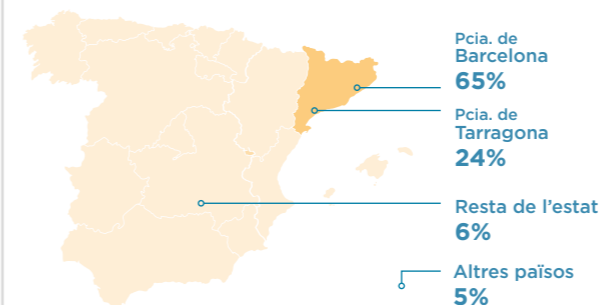
PROCEDÈNCIA DE LES FAMÍLIES ENQUESTADES TOTALS

BASE 26 FAMÍLIES



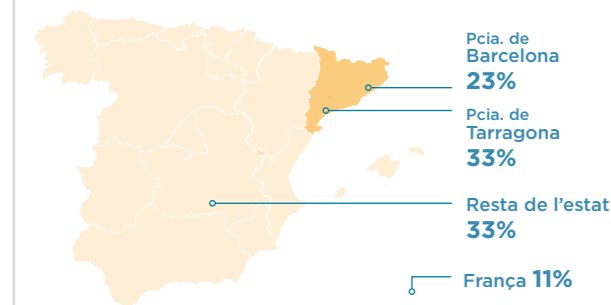
PROCEDÈNCIA DE LES FAMÍLIES ENTREVISTADES A LA COSTA DAURADA

BASE 17 FAMÍLIES



PROCEDÈNCIA DE LES FAMÍLIES ENTREVISTADES A LES TERRES DE L'EBRE /

BASE 17 FAMÍLIES



Visites de proximitat en el treball de camp

- S'identifiquen visites de proximitat durant els mesos de setembre i octubre, si bé també hi ha un percentatge (petit) de famílies que provenen de França o altres països sense especificar.
- Cal tenir en compte que, el fet de buscar famílies amb fills durant aquests mesos de l'any en que els infants ja han començat les escoles ha centrat molt el treball de camp els caps de setmana i, tret de les excepcions recollides, es tracta majoritàriament de famílies catalanes o de zones properes de fora de Catalunya que passaven caps de setmana llargs.

Lloc on s'estan les famílies

BASES	SEGONA RESIDÈNCIA DE PROPIETAT	CASA D'AMICS O FAMILIARS	HOTEL	CÀMPING	NO PERNOCTA
TOTAL BASE 26 FAMÍLIES	50%	4%	8%	4%	35%
TIPUS D'ESTABLIMENT ON S'ALLOTGEN LES PERSONES CONSULTADES A LA COSTA DAURADA BASE 17 FAMÍLIES	53%	6%	0%	6%	35%
TIPUS D'ESTABLIMENT ON S'ALLOTGEN LES PERSONES CONSULTADES A LES TERRES DE L'EBRE BASE 9 FAMÍLIES	45%	0%	22%	0%	33%

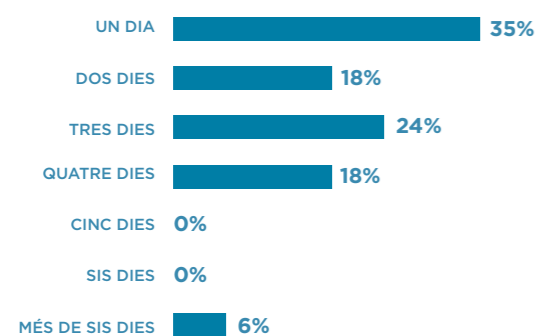
Durada de l'estada de les famílies

MITJANA DE DIES D'ESTADA
BASE 26 FAMÍLIES

TOTAL: 3,19 DIES / COSTA DAURADA: 3,29 DIES / TERRES DE L'EBRE: 3,00 DIES

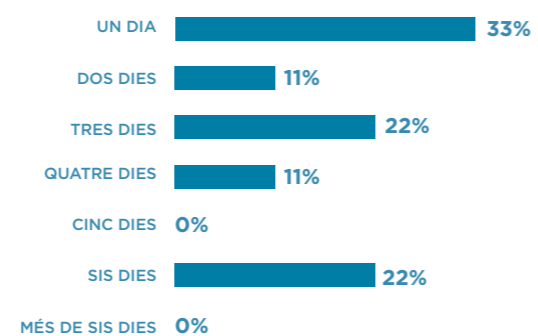
DIES D'ESTADA A LA COSTA DAURADA
BASE 17 FAMÍLIES

EL **95%**
HAN PASSAT UN MÀXIM DE 5 DIES



DIES D'ESTADA A LES TERRES DE L'EBRE
BASE 9 FAMÍLIES

EL **77%**
HAN PASSAT UN MÀXIM DE 5 DIES

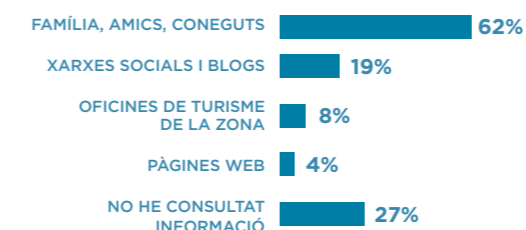


Enquestes a famílies amb infants

Recerca d'informació i contractació

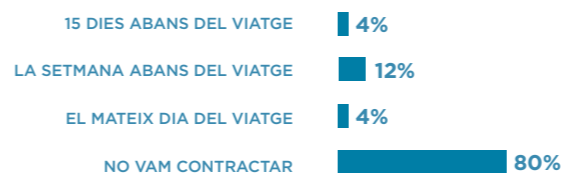
ON BUSQUEN INFORMACIÓ SOBRE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA LES FAMÍLIES?

BASE 26 FAMÍLIES / MULTIRESPOTA
(POT SUMAR MÉS DE 100)



TEMPS DE CONTRACTACIÓ

BASE 26 FAMÍLIES

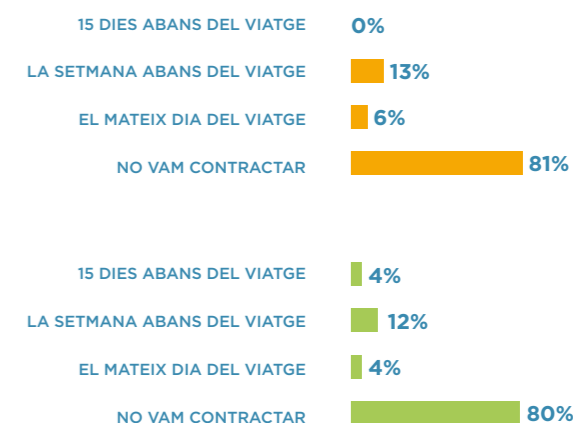


COSTA DAURADA
BASE 17 FAMÍLIES

TERRES DE L'EBRE
BASE 9 FAMÍLIES

TEMPS DE CONTRACTACIÓ

BASE 26 FAMÍLIES



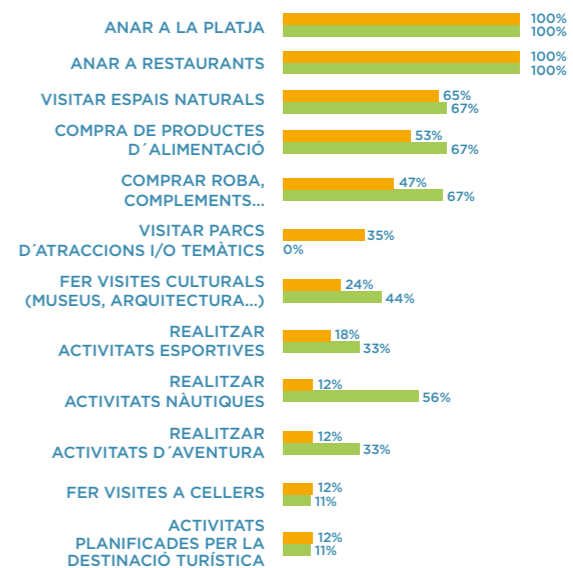
ACTIVITATS REALITZADES A LA DESTINACIÓ TURÍSTICA

BASE 26 FAMÍLIES / MULTIRESPOTA

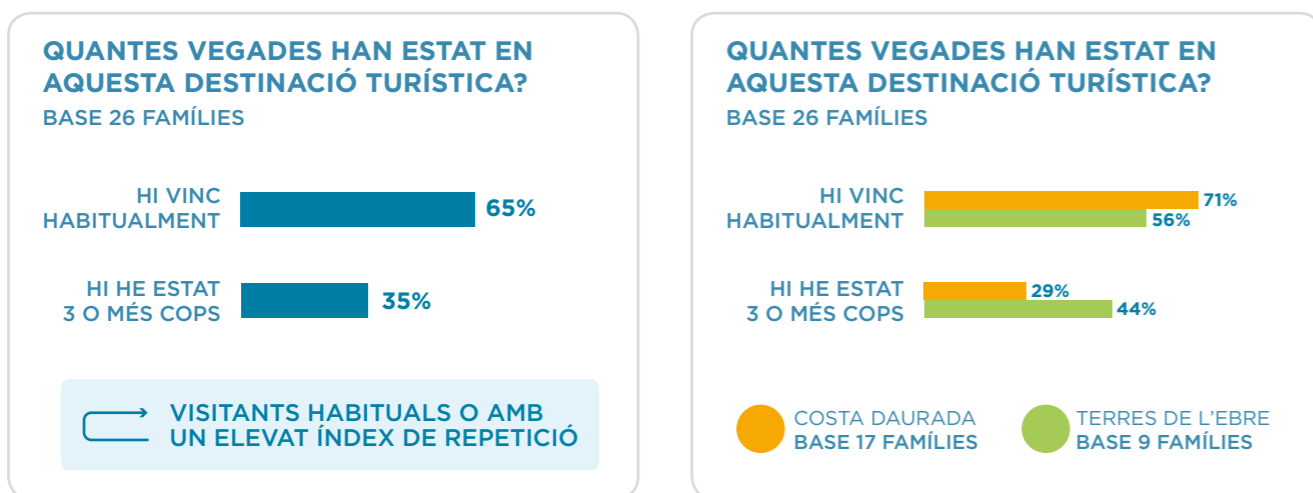


ACTIVITATS REALITZADES A LA DESTINACIÓ TURÍSTICA

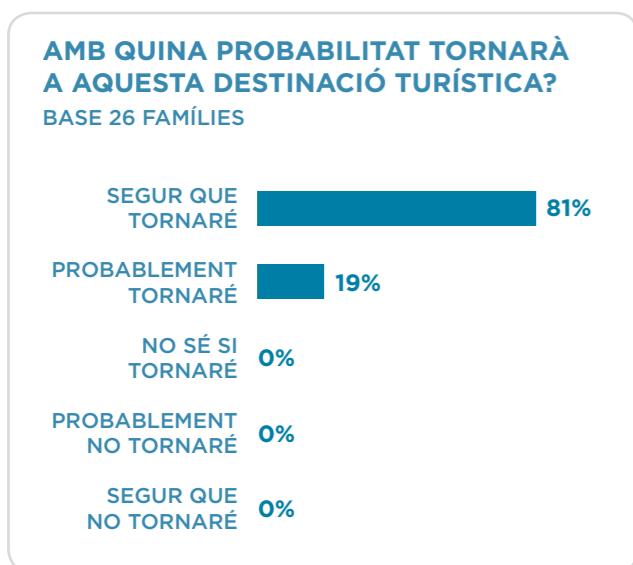
BASE 26 FAMÍLIES / MULTIRESPOTA



Nivell de repetició de les famílies



Intenció de repetició futura de les famílies



Totes les persones entrevistades preveuen tornar a visitar la zona.

NPS

Net Promoter Score (NPS)

- El Net Promoter Score (NPS) és la mètrica amb què obtenim una puntuació que defineix el nivell de lleialtat dels clients cap a un negoci, activitat o destinació turística en particular. Dit d'una altra manera: és l'eina que utilitzem com a destinació turística per saber com som percebuts pels usuaris o clients el que permet perfilar les línies d'acció.
- El càlcul de l'NPS es realitza a partir de la pregunta "En una escala del 0 al 10, com és de probable que recomanis la visita en família a aquesta destinació turística". Les respostes es recullen en una escala de 0 a 10 on 0 seria "gens probable" i 10 seria "segur que sí".
- En base a la resposta a aquesta qüestió, es divideix a les persones consultades en tres tipologies fonamentals i, en base a això, es calcularà el Net Promoter Score:
 - Detractors (puntuació de 0 al 6). Són aquells visitants que opinen que el servei que els hem brindat no és satisfactori i que, per tant, estan descontents. Són les persones que fan propostes de millora.
 - Passius (puntuació de 7 a 8). Són els visitants neutres o indecisos. L'objectiu és aconseguir convertir-los en promotors.
 - Promotors (puntuació de 9 a 10). Es tracta dels visitants totalment satisfets que, precisament per haver complert les seves expectatives. És probable que promoguin la visita en família a la destinació turística de manera orgànica entre els familiars i coneguts.
- A partir d'aquí, s'aplica la fórmula per calcular l'NPS:

% PROMOTORS - % DETRACTORS = NET PROMOTER SCORE

Valoracions de les famílies



73% - 0% = 73%

Resultats de
les entrevistes
realitzades
a famílies visitants
a les platges

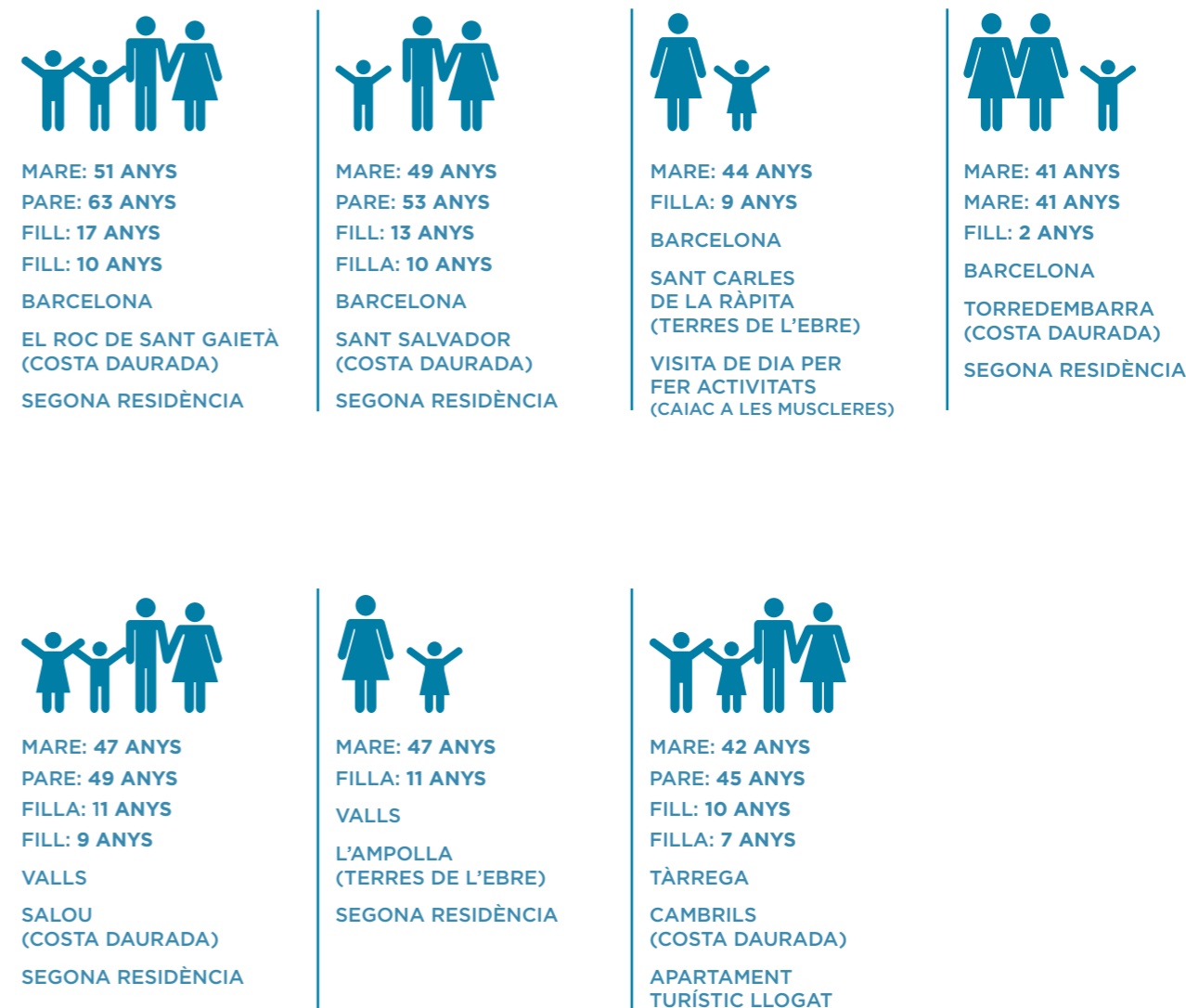


Famílies entrevistades

Perfil general de les famílies entrevistades



Famílies entrevistades



Tipus de visita

Característiques de la visita

- Totes les estades de les famílies entrevistades han coincidit amb caps de setmana o festius entre setmana (la Mercè, el Pilar...). En algun cas es tractava d'una excursió programada d'un dia per fer una activitat (molt residual).
- Es tracta de famílies que aprofiten els darrers dies de la temporada en la majoria de casos o, més minoritàriament, de famílies que visiten la zona durant tot l'any els caps de setmana.
- La realització del treball de camp s'ha estès des del dia 10 de setembre fins al 17 d'octubre concentrat en els caps de setmana i festius.
- El principal atractiu per a la majoria de famílies és la platja, el que fa que es concebin les estades als municipis de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre en l'època de més calor i es redueixin les visites la resta de l'any.

“ENCARA QUE HI PUGUEM ANAR POC HI ANEM SEMPRE QUE PODEM DES DE SETMANA SANTA FINS AL SETEMBRE O OCTUBRE, PER DISCONNECTAR DEL LLOC ON VIVIM”

Dates de les visites i coincidències amb festius

SETEMBRE						
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			
OCTUBRE						
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ZONA	DATA DE L'ESTADA
COSTA DAURADA	24/09/2021 - 26/09/2021
COSTA DAURADA	24/09/2021 - 26/09/2021
COSTA DAURADA	09/10/2021 - 12/10/2021
COSTA DAURADA	10/09/2021 - 13/09/2021
COSTA DAURADA	16/09/2021 - 17/09/2021
TERRES DE L'EBRE	02/10/2021
TERRES DE L'EBRE	01/10/2021 - 03/10/2021

Famílies entrevistades

Com són les visites de les famílies entrevistades?

- La percepció que tenen les famílies entrevistades sobre les destinacions turístiques de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre és totalment familiar i de turisme autòcton.
- Identifiquen el conjunt del turisme a la zona amb el de les seves característiques, especialment en temporada mitja, és a dir, famílies amb fills provinents de zones properes o, fins i tot, molt properes.
- S'identifiquen diverses famílies que disposen d'un apartament (segona residència) i que visiten la zona els caps de setmana, majoritàriament en el període que va des de setmana santa fins al pont del Pilar. Les activitats extraescolars, esportives, etc. que, de vegades es realitzen el cap de setmana, fan que les visites durant la resta de mesos d'hivern siguin molt esporàdiques.
- A més d'aquestes visites de cap de setmana, durant la temporada d'estiu acostumen a passar entre 15 dies i un mes.
- El fet que moltes de les famílies consultades viuen a prop de la zona de vacances fa que, a l'hivern principalment, es realitzin excursions de dia a la segona residència, sovint sense pernoctació.
- En qualsevol cas, d'una manera força transversal, són poques les famílies que visiten la platja durant tot l'any, centrant aquesta activitat entre els mesos de primavera, estiu i primera meitat de la tardor.
- Una gran part de les famílies entrevistades ja fa anys que estiuegen a la zona. En alguns casos es parteix de la situació de lloguer uns dies durant els mesos d'estiu per acabar comprant una segona residència que permet visitar la zona alguns mesos més.

“VENIM QUAN COMENÇA EL BON TEMPS, A PARTIR D'ABRIL. VENIM ELS CAPS DE SETMANA I UNS DIES D'ESTIU, JULIOL I AGOST. VENIM FINS AL SETEMBRE, OCTUBRE JA RARAMENT... POTSER ALGUN CAP DE SETMANA PERÒ MOLT PUNTUAL. FORA DE TEMPORADA ENS LLIGUEN ELS COMPROMISOS DE BARCELONA”

Concentració de les visites entre el període que va de setmana santa fins el pont del Pilar, malgrat que també hi ha famílies que venen durant tot l'any.

La llarga relació que tenen les famílies amb les zones de les Terres de l'Ebre i la Costa Daurada fa que no trobin necessari buscar informació de manera habitual.

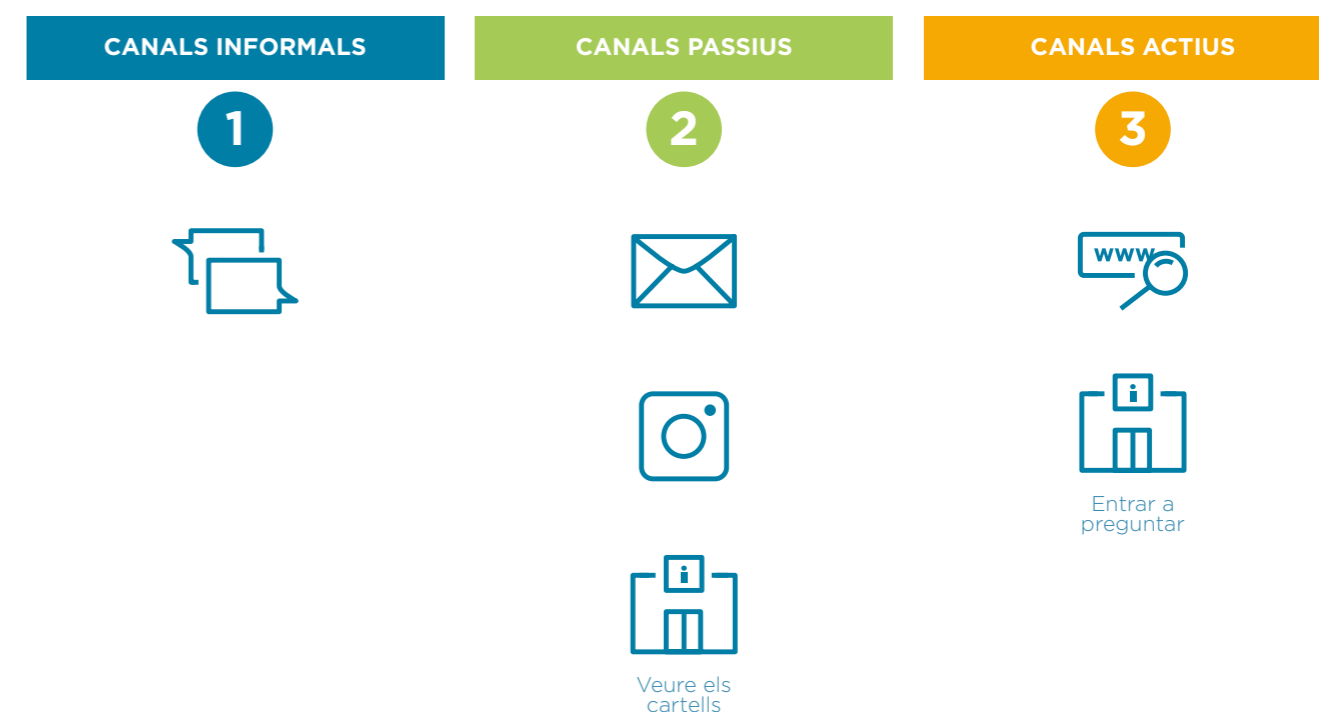
- És un repte aconseguir fer arribar a aquestes famílies informació sobre activitats que puguin realitzar durant tot l'any.
- Per la inèrcia que tenen, no situen mentalment la destinació com una opció als mesos d'hivern, el que fa que es perdi el contacte amb aquestes famílies entre els mesos d'octubre fins a finals de març o abril (pràcticament la meitat de l'any).

Cerca d'informació

Com s'informen les famílies

- La major part de les famílies asseguren que no busquen activament informació sobre la destinació turística. La cerca d'informació es limita a moments molt puntuals quan decideixen realitzar alguna activitat específica.
- Els exemples que posen pel que fa a rebre informació són les xarxes socials (Instagram del Patronat de Turisme), les activitats anunciades al quiosc de turisme, o un mailing que reben després d'haver-se donat d'alta en una base de dades... En aquest cas, els mailings són molt efectius i semblen una bona manera per fer arribar la informació a les famílies, com també ho són les xarxes socials. En qualsevol cas, es tracta de fer arribar la informació a les famílies enlloc d'esperar que les famílies facin l'esforç de buscar-la.
- En relació a aquest baix nivell de cerca d'informació, el boca-orella és el sistema més utilitzat per les famílies i és la manera de com s'assabenten majoritàriament de l'oferta a la zona.
- En alguns casos, la recerca d'informació es realitza, per exemple, quan reben visites, per poder fer alguna activitat amb les persones convidades. D'alguna manera senten que aquestes activitats poden ser interessants per a persones que fan una visita esporàdica més que per a ells/es.
- Per altra banda, la cerca d'informació, les poques vegades que es fa, es realitza d'una manera molt improvisada i sense cap tipus d'antelació. Hi ha un molt elevat grau d'immediatesa en la voluntat de realitzar activitats.

ELS CANALS UTILITZATS



“ALGUN COP HEM PARTICIPAT EN ALGUN CONCURS DEL PATRONAT I TENEN EL NOSTRE CORREU ELECTRÒNIC I PER AQUÍ TAMBÉ ENS ENVIEN INFORMACIÓ. HI HA MOLTES ACTIVITATS QUE POTSER D'UNA ALTRA MANERA NO SABRÍEM QUE ES FAN, UNA FIRA, PER EXEMPLE”

“FEM EN FUNCIÓ DEL QUE ENS VE DE GUST, IGUAL QUE LA GENT DE BARCELONA QUAN PLOU NO PASSEJA O NO VA A LA PLATJA SINÓ QUE VA ALS MUSEUS, DONCS EN FUNCIÓ DEL QUE VE DE GUST, DE SI HI HA VISITES DE LA FAMÍLIA O NO...”

Cerca d'informació

La informació que no es busca, no arriba

- Com que les famílies no busquen activament la informació disponible sobre l'oferta de les destinacions turístiques, gran part d'aquesta oferta no arriba a conèixer-se. Només en casos excepcionals en una situació concreta que obliga a improvisar, les famílies faran l'esforç de trobar la informació.
- Aquesta falta de coneixement de l'oferta, genera la falsa impressió que aquesta oferta es poca o inexistent.

“HI HA Poca VARIETAT, ÉS VERITAT QUE TOTA LA PART DEL DELTA ÉS XULO A NIVELL PAISATGÍSTIC, PERÒ NO ÉS UN LLOC QUE DIGUI AQUÍ PUC FER MIL COSES SI VAIG AMB LA MEVA FILLA. QUAN FEM ALGUNA COSA NORMALMENT ÉS PER RECOMANACIÓ D'ALGÚ, NO PERQUÈ M'ARRIBI INFORMACIÓ. COM A MARE ANIRIA MÉS AL DELTA SI HI HAGUÉS ACTIVITATS RELACIONADES AMB LA NATURA PER FER AMB NENS, UN TALLER DE BUSCAR ..., DE CASTELLS DE SORRA, ... QUE EXPLIQUIN UNA MICA COM ES VA FORMAR EL DELTA, QUE S'HI CULTIVA”

*Aquesta aportació mostra clarament el desconeixement d'activitats com les festes de la sega, el birdwatching o d'altres existents.

Es dona l'existència d'una oferta completa i que s'ajusta a les expectatives de les famílies, que demanen exactament el que s'està oferint, però hi ha una gran dificultat per fer arribar la informació a les famílies.

Les famílies no busquen informació perquè creuen que ja coneixen l'oferta existent a la zona. Demanden una oferta que ja existeix. Fins i tot arriben a afirmar que visitarien més sovint la zona.

Cal entendre el paper del perfil de les famílies que visiten la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre com a totalment passiu a l'hora de rebre informació. Per tant, cal adequar els canals a aquesta característica.

Destinació turística familiar

Oferta pensada per a les famílies

- Les famílies entrevistades consideren que tant la Costa Daurada com les Terres de l'Ebre tenen una oferta molt pensada per al públic familiar. Destaquen que és un lloc tranquil, que potser a l'agost està ple, però la resta de mesos s'hi està molt bé. Consideren que es tracta d'una zona on la majoria de les persones que hi van, ho fan en família.
- Tot i aquesta afirmació, que és generalitzada, hi ha famílies que diferencien entre la destinació turística en sí, amb les característiques geogràfiques, de clima, etc. que sí atreu tradicionalment un turisme familiar des de fa anys, desconeixen l'oferta creada expressament per a famílies, activitats per realitzar conjuntament.
- Es percep de manera clara la necessitat de mostrar tot el potencial d'activitats que hi ha a la zona, perquè les famílies mostren un nivell baix de coneixement que se suma a la dificultat per atreure-les a la zona a partir de finals de setembre.

**“TOTALMENT. PRECISAMENT SI UNA COSA ÉS LA DESTINACIÓ, ÉS FAMILIAR”.
“ÉS MOLT AGRADABLE PER VENIR EN FAMÍLIA”.**

“SI ENTENEM OFERTA FAMILIAR COM A ACTIVITATS PENSADES PER A FER EN FAMÍLIA, NO HI HA RES. SI ENS REFERIM A PASSAR ELS DIES EN FAMÍLIA SÍ QUE ÉS MOLT BONA DESTINACIÓ”

“CREC QUE SÍ ÉS UNA DESTINACIÓ FAMILIAR PERÒ ES PODRIA DIVERSIFICAR UNA MICA MÉS. TOT I AIXÒ ALS CAPS DE SETMANA DE L'ESTIU FAN CINEMA A LA FRESCA I FORA DE TEMPORADA FAN LES JORNADES DE LES GALERES O COM ES PREPARA LA SEGA DE L'ARRÒS. FAN ALGUNA ACTIVITAT FORA DE TEMPORADA PER INTENTAR ENGANXAR EL PÚBLIC”

“M'AGRADARIA DIR QUE SÍ PERÒ LA REALITAT ÉS QUE NO MASSA. CREC QUE COM QUE EL PAISATGE JA ÉS BONIC, EL TEMA ESTÀ RELAXAT. PERÒ POTSER ÉS QUE JO NO L'HE SABUT BUSCAR”

Destinació turística familiar

Oferta pensada per als fills i filles

- Mentre que en la valoració sobre si les destinacions turístiques és adequada per a famílies hi ha cert desacord, en el moment de valorar si es tracta de destinacions turístiques adequades per als seus fills, la satisfacció és total. Totes les famílies consideren que les destinacions Terres de l'Ebre i Costa Daurada són perfectes per als seu fills/es.
- Consideren que és una destinació adequada als seus gustos i preferències, tot i que reconeixen que als adolescents els poden faltar algunes coses, algunes activitats concretes pensades per a ells.
- Quan s'aprofundeix en aquest aspecte, el que es descobreix és que tots els membres de la família troben oferta per segments i poden gaudir de la destinació turística, però no han trobat una oferta generalitzada que estigui programada per tal de realitzar activitats en família de manera conjunta.
- Tenint en compte que l'oferta existeix, novament, el que cal és fer arribar la informació a les famílies d'una manera directa. Per altra banda, sabent que el boca-orella és una de les maneres més freqüents de trobar la informació, el recorregut de les activitats en el temps pot fer augmentar aquest nivell de coneixement.

“TOTS TENIM EL NOSTRE ESPAI PER GAUDIR DEL TEMPS LLIURE, QUE ÉS EL QUE VENIM A FER. PER FER COSES JUNTS O PER SEPARAT. EL MEU FILL DE 13 ANYS JA COMENÇA A FER COSES AMB ELS AMICS O TOT SOL”

Oferta d'activitats

Visions sobre l'oferta

- Mentre que en la valoració sobre si les destinacions turístiques és adequada per a famílies hi ha cert desacord, en el moment de valorar si es tracta de destinacions turístiques adequades per als seus fills, la satisfacció és total. Totes les famílies consideren que les destinacions Terres de l'Ebre i Costa Daurada són perfectes per als seu fills/es.
- Consideren que és una destinació adequada als seus gustos i preferències, tot i que reconeixen que als adolescents els poden faltar algunes coses, algunes activitats concretes pensades per a ells.
- Quan s'aprofundeix en aquest aspecte, el que es descobreix és que tots els membres de la família troben oferta per segments i poden gaudir de la destinació turística, però no han trobat una oferta generalitzada que estigui programada per tal de realitzar activitats en família de manera conjunta.
- Tenint en compte que l'oferta existeix, novament, el que cal és fer arribar la informació a les famílies d'una manera directa. Per altra banda, sabent que el boca-orella és una de les maneres més freqüents de trobar la informació, el recorregut de les activitats en el temps pot fer augmentar aquest nivell de coneixement.

“A L'ESTIU GAUDEIXO EN FAMÍLIA DEL SOL, LA TEMPERATURA I LA TRANQUIL·LITAT I QUAN VAIG AMB LA MEVA FILLA APROFITO PER FER RUTES GR, PASSEJAR PELS AIGUAMOLLS, LLEGIR, DISCONNECTAR I PASSEJAR”

Valoració positiva de l'oferta en termes generals. En una primera fase de les entrevistes, identifiquen l'oferta amb infraestructures i amb serveis de la destinació més que no pas amb una oferta estructurada i planificada per part de diferents agents.

Les famílies característiques de la destinació turística no conceben les seves estades com moments per portar a terme activitats específiques.

- Hi ha una barrera important a l'hora de fer arribar la informació sobre una oferta específica d'activitats ja que les famílies conceben les seves estades de cap de setmana o de vacances de més llarga durada com un temps per desconnectar del seu dia a dia i descansar.
- Fer arribar la informació i generar interès en una oferta que pugui trencar la dinàmica de les famílies és una gran repte.

Tipus d'activitats que es realitzen en temporada mitja

- El nivell d'aprofitament de l'oferta d'activitats a la destinació turística varia molt en funció del dinamisme i la predisposició de les famílies. Entre les famílies entrevistades s'identifiquen algunes que gaudeixen de manera intensa de diferents experiències i d'altres que mostren una actitud més passiva al respecte.
- En resposta a les activitats que realitzen a la zona, les famílies responen d'una manera molt transversal i se centren en anar a la platja, menjar en restaurants, fer passejos en bicicleta, fer compres a les firetes, visitar exposicions, veure castells... Molt en la línia del que reflecteix la informació recollida a l'enquesta en QR.
- Més que referir-se a una oferta estructurada, les famílies es refereixen a les activitats esporàdiques que van identificant en el territori i també mostren un interès per anar descobrint altres poblacions de la zona en el que ells consideren el "final de temporada", quan el temps no els permet anar a la platja.

Les destinacions turístiques de Terres de l'Ebre i la Costa Daurada ofereixen tranquil·litat i són ideals per al turisme familiar, si bé s'associen les activitats programades (surf, caiac...) amb la temporada d'estiu i les que es realitzen com a free rider al final de temporada.

Hi ha un interès per conèixer la zona, tot i que les activitats en aquest sentit s'entenen com una manera de substituir les estades a la platja quan no fa tan bon temps.

- L'associació de realització d'activitats a les destinacions turístiques amb la platja i el bon temps és molt potent, tot i que sembla que hi ha una oportunitat en els mesos de setembre, octubre i novembre per donar a descobrir altres opcions desvinculades del concepte platja i calor.

Activitats demandades

Quines activitats troben a faltar els infants

- Quan es demana als infants per activitats que els agradaria poder realitzar a la zona, fan referència a activitats que ja es poden realitzar i, en qualsevol cas, el que volen és una ampliació de l'oferta.
- En detall demanen les següents activitats: noves rutes per fer amb bicicleta, falten parcs, voldria veure peixos, més activitats culturals, manualitats, circ, teatre, carrosses, festes... Totes elles són activitats que es troben en gran part dels municipis que configuren la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre.
- Un aspecte al que fan referència els infants és la reducció de l'oferta en general a partir de finals de setembre. De fet, aquest aspecte és un dels frens pels quals les famílies redueixen les visites a la zona. Els infants marquen en part l'agenda dels pares i mares perquè, com que no hi ha els amics i/o amigues, molts establiments tanquen, no poden fer les activitats a les que estan acostumats a l'estiu... Prefereixen quedar-se als seus llocs de residència.
- Els infants expressen un desig de desestacionalització plantejant la realització d'activitats que anomenen més "terrestres". Els infants associen les activitats de la zona amb l'estiu i el bon temps i, d'alguna manera, estan reclamant activitats que no estiguin tan vinculades directament amb aquests elements.
- El segment d'edat d'adolescents manifesta un major nivell d'insatisfacció i consideren que hi ha activitats per a persones més grans i per a més petits, però que hi ha un buit d'oferta per a ells. Tot i així, també reconeixen que és possible que no tinguin un coneixement de tota l'oferta existent.

"SI N'HI HA, NO LES CONEC. ACOSTUMEN A SER ACTIVITATS DE PLATJA, PERÒ PODRIEN POSAR ALGUNA COSA MÉS TERRESTRE"

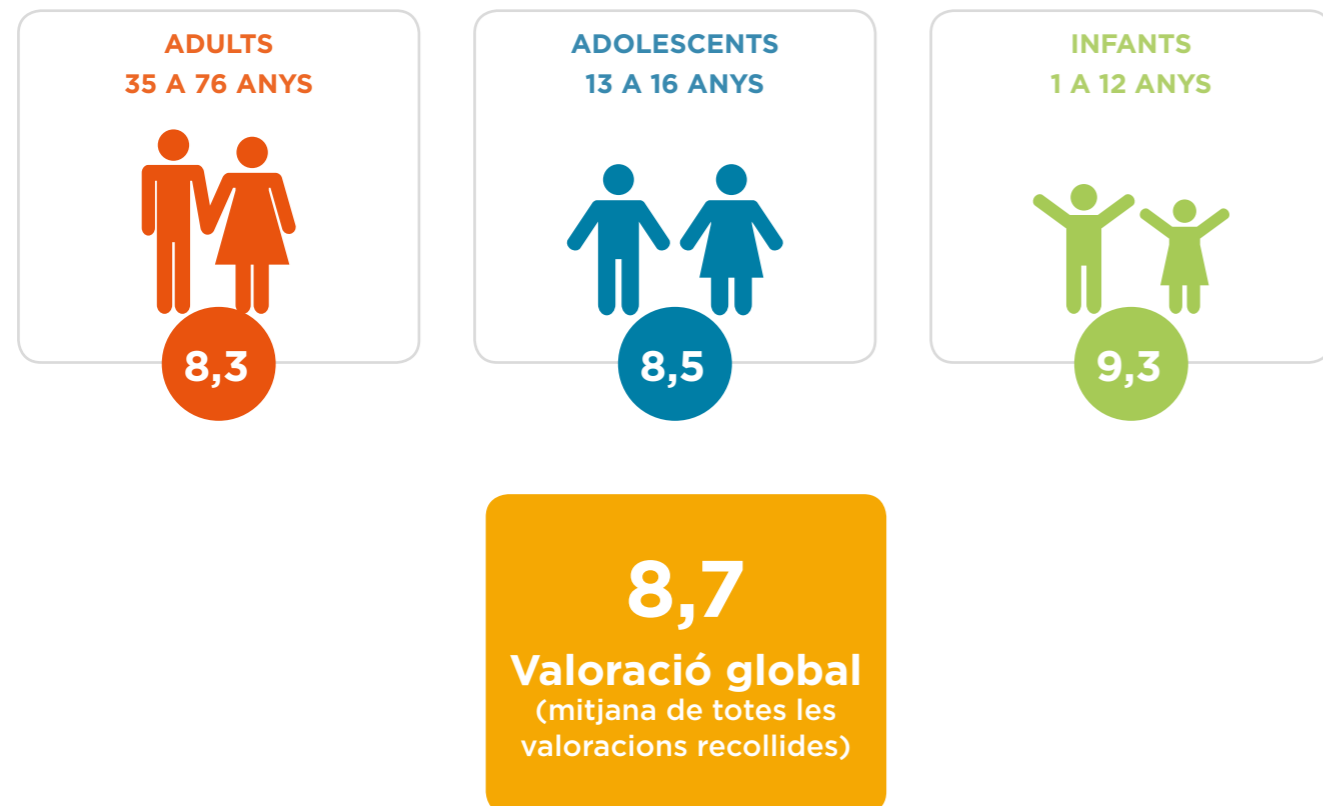
"HI HA ACTIVITATS DE TOT TIPUS PERÒ A VEGADES TROBO A FALTAR PER LA MEVA EDAT, HI HA PER EXEMPLE CONCERTS PER MÉS GRANS I PER MÉS PETITS, PERÒ NO PER A MI"

Valoracions

Valoració qualitativa de les destinacions turístiques

- Per tal de poder avaluar de manera subjectiva la visita es va demanar als visitants una puntuació del 0 al 10 per tal de fer una valoració.
- Les valoracions, seguint la metodologia utilitzada en estudis anteriors, s'han de considerar en termes qualitius. Per poder comptar amb una visió més rica, s'ha demanat una valoració per separat a cada un dels membres de la família. En total s'han obtingut 15 valoracions de persones adultes (de 35 anys o més), 3 d'adolescents (de 13 a 16 anys) i 7 d'infants (d'1 a 12 anys). En el cas dels infants més petits, les valoracions s'han realitzat en base a l'observació i amb la col·laboració dels pares.

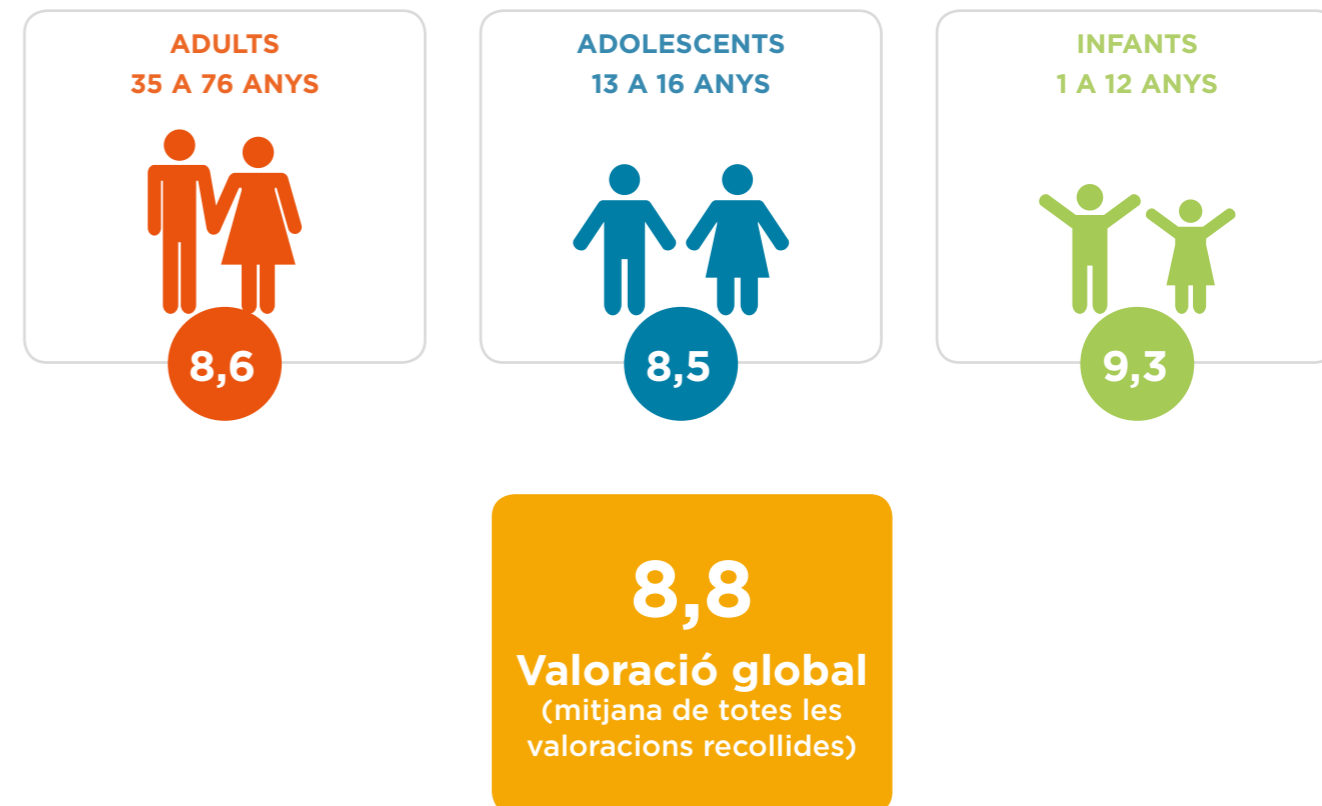
VALORACIÓ 0-10



Adequació de Les destinacions turístiques als infants

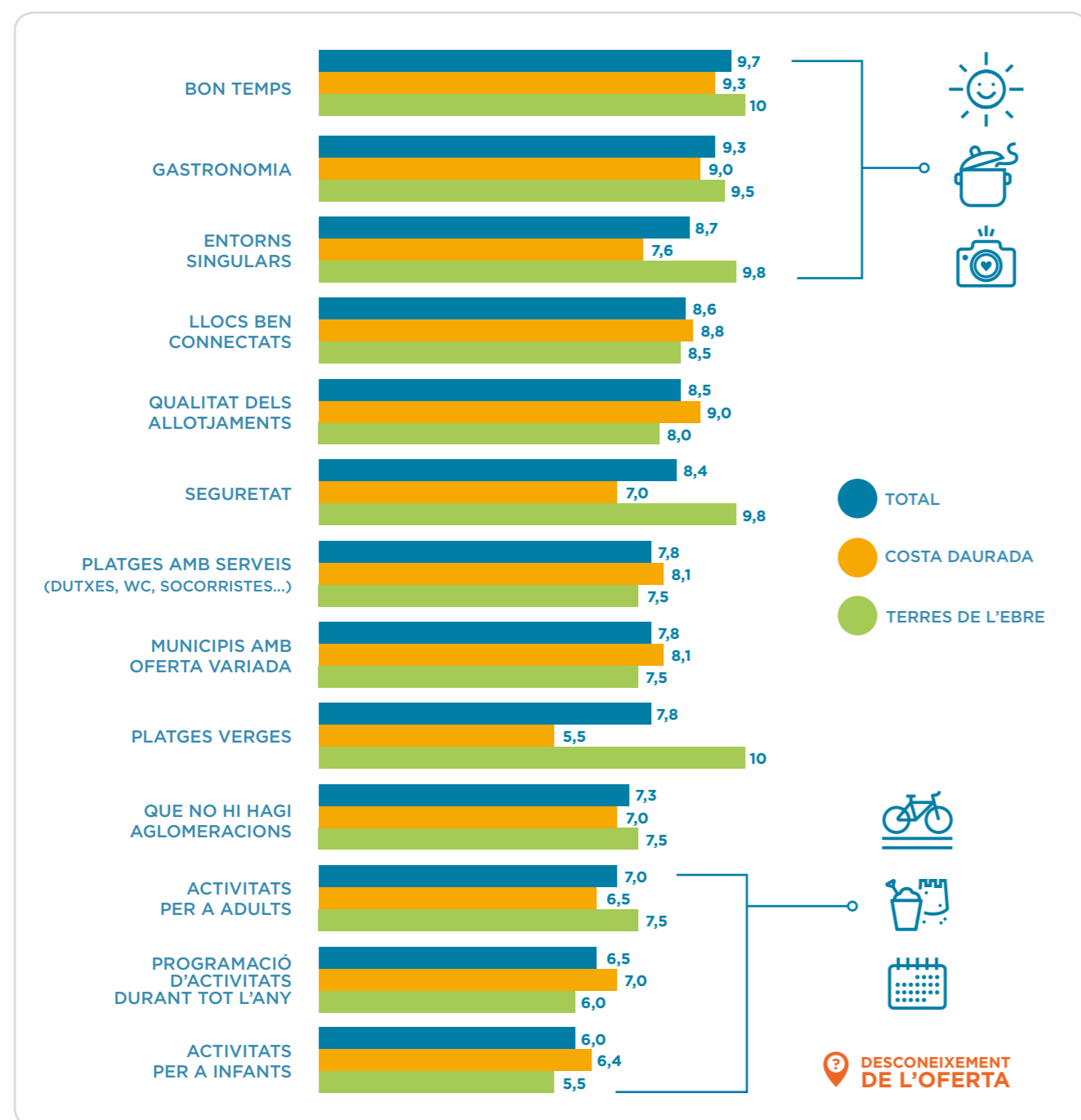
- L'adequació la destinació turística als infants també es va valorar en una escala de 0 a 10.
- En el cas dels infants, la valoració de la destinació turística coincideix amb l'adequació a les seves expectatives.
- En alguns casos, els infants contrasten la valoració en temporada baixa amb la de l'estiu. Consideren que a l'estiu es poden fer moltes més activitats, principalment relacionades amb el sol, la calor i la platja.

VALORACIÓ 0-10



Aspectes concrets de la destinació

- A continuació es presenten les valoracions sobre aspectes específics de les destinacions turístiques a nivell qualitatiu



Desestacionalització

Terres de l'Ebre i Costa Daurada, destinacions turístiques per a tot l'any?

- Les famílies entrevistades consideren que tant les Terres de l'Ebre com la Costa Daurada són destinacions turístiques pensades per a l'estiu. Destaquen que els serveis (comerç, activitats, ...) només hi són a l'estiu i, com a molt, els caps de setmana.
- Algunes famílies han canviat d'hàbits i cada cop allarguen més la temporada, però són una minoria.
- Tot i les afirmacions en aquesta línia sí que es percep un canvi de tendència, principalment els caps de setmana. Si fa uns anys, en els mesos d'hivern, els municipis de la costa quedaven pràcticament buits i sense serveis ni establiments, al llarg dels darrers anys tenen la sensació que es tendeix a mantenir aquesta oferta i poc a poc es pot anar allargant la temporada.
- La grandària del municipi i el model d'activitat del mateix també influeix en la percepció d'estacionalitat que tenen les persones que els visiten. Municipis de costa amb una dinàmica de municipi dormitori de persones que treballen a Barcelona, com pot ser el cas de Torredembarra o Altafulla, amb estació de tren i bones comunicacions, es perceben de manera diferent que altres zones com el Roc de Sant Gaietà o els municipis de les Terres de l'Ebre, on l'activitat dels negocis es concentra de manera molt marcada durant els mesos d'estiu.

“EN EL CAS CONCRET DEL ROC, NO. EL ROC FORA DE L'ESTIU QUEDA MORT. ES TANCA TOT. TOT I QUE CADA VEGADA HI HA MÉS GENT QUE S'HI QUEDA A VIURE. LES POQUES BOTIGUES QUE HI HA I ELS RESTAURANTS TANQUEN, A L'HIVERN ÉS UN POBLE FANTASMA COMPARAT AMB L'ESTIU”

“ES NOTA QUE ESTAN INTENTANT AMPLIAR OFERTA I DESESTACIONALITZAR-LA, FER ACTIVITATS FORA DE LA TEMPORADA D'ESTIU, PERÒ ELS ESTABLIMENTS PRIVATS NO ACOMPANYEN. PER EXEMPLE, VEURE A COMENÇAMENTS D'OCTUBRE, I ENCARA FENT CALOR, EL DESENCÍS DE LA GELADERIA TANCADA ÉS BASTANT PUNYENT, O VEURE QUE HI HA RESTAURANTS DE TEMPORADA QUE JA HAN TANCAT”

Altres destinacions turístiques

Altres destinacions turístiques alternatives

- Les famílies entrevistades no valoren, en general, l'opció d'altres destinacions turístiques quan tenen com a costum visitar la zona. Tant a les Terres de l'Ebre com a la Costa Daurada han trobat la destinació que busquen i d'alguna manera, tenen una relació idíl·lica i molt positiva amb el territori.
- Les famílies han optat algun estiu, ponts o caps de setmana, per altres destinacions de muntanya, sempre de manera esporàdica, però si pensen en destinacions de platja, ja tenen cobertes les seves necessitats a la zona.
- La mobilitat puntual que es pot produir sense canviar de destinació (és a dir, a les Terres de l'Ebre o la Costa Daurada) però buscant altres característiques geogràfiques (anar a la muntanya) es fa de manera sovint, és a dir, s'identifiquen famílies que, estant a la Costa Daurada decideixen anar a fer excursions a les Terres de l'Ebre, o a la inversa i també famílies que algun any han decidit modificar la població on passen uns dies per provar altres formes d'allotjament (canviar de l'apartament de Cambrils a un càmping a Tamarit) sempre en l'àmbit de la zona. En qualsevol cas, les famílies troben tota l'oferta desitjada dins del territori.
- Es percep un altíssim grau de fidelització de les famílies respecte de les zones de Terres de l'Ebre i Costa Daurada i la impressió d'estar absolutament satisfetes amb la destinació tan a nivell personal, com familiar i, específicament, pensant en els infants.
- Durant els mesos d'hivern (essencialment a partir de mitjans de setembre) hi ha un canvi d'actitud en les famílies, que se centren en les activitats extraescolars i algun viatge esporàdic de cap de setmana a la muntanya o municipis d'interior. En alguns casos, aquestes visites a la muntanya es fan a la mateixa zona de Tarragona (Prades, per exemple) o a l'interior de les Terres de l'Ebre (turisme rural).

“CAMBRILS ENS AGRADA MOLT PERÒ VAM VOLER CANVIAR UNA MICA I PROVAR DE FER UN CÀMPING I VAM ANAR A TAMARIT”

“RARAMENT VENIM FORA D'AQUEST PERÍODE [ESTIU] PERQUÈ ELS NENS FAN EXTRAESCOLARS I NOSALTRES TENIM ALTRES COMPROMISOS DE CAP DE SETMANA A BARCELONA”



Els efectes de la COVID 19

Turisme de proximitat i canvis d'hàbits

- Així com altres anys previs a la pandèmia, algunes famílies feien viatges a altres països o a destinacions més allunyades, durant els estius que s'han vist afectats per la pandèmia, s'ha produït un retrobament amb les destinacions turístiques Costa Daurada i Terres de l'Ebre. Fins i tot, en alguns casos ha suposat una via d'escapament per a moltes famílies que van decidir passar temps de confinament als apartaments tradicionalment d'estiueig en altres èpoques de l'any.
- Aquesta situació excepcional, no reflecteix la tendència d'anys anteriors a les destinacions, que han rebut un menor volum de turisme estranger i un major volum de turisme interior (català i de la resta de l'estat, segons les aportacions d'alguns patronats de turisme). A més de la configuració diferent del públic, també s'ha produït un canvi en la manera de visitar la zona per part de les persones que ja configuraven el target tradicional. En molts casos, han convertit la segona residència en un habitatge principal de manera temporal, el que ha reduït la percepció d'esbarjo i descans que s'associava a les destinacions Costa Daurada i Terres de l'Ebre.
- Aquesta visió de residència principal (senten que el lloc d'estiueig és ara una residència provisional) redueix l'impacte potencial de les activitats planificades per a visitants vinculats al turisme degut a que no es tracta d'un lloc desconegut sobre el que busquen informació i activitats a portar a terme, sinó que es limiten a gaudir de l'oferta que ja coneixen des de fa temps.
- Per altra banda, pel que fa a les mesures de seguretat viscudes a les destinacions turístiques, totes les famílies s'han sentit protegides i, tot i alguna opinió molt minoritària i sobre moments puntuals, en general, la valoració és molt positiva.





Percepció
de les activitats
proposades
al portafolis
d'experiències

Indicadors

Document sobre la creació de Productes Turístics a les Platges

- El 2021 es van presentar 22 experiències per gaudir en família, creades dins del marc del projecte platja innovadora PECT TurisTIC en Família.
- Tot i que no formava part dels objectius específics de la present investigació, la informació recollida al llarg de les diferents fases de l'estudi, permet analitzar en termes qualitatius les diferents activitats i la proposta en el seu conjunt.
- No es tracta d'avaluar les activitats en concret, si no de veure quina és la reacció de les famílies davant de les propostes, les consideracions i aportacions que en fan al respecte i el nivell de coneixement de les mateixes.

Activitats dissenyades

Activitats

- Degut al baix grau de coneixement per part de les famílies de les activitats proposades a les destinacions turístiques es va considerar interessant valorar aquesta oferta per analitzar si s'adequa a les seves necessitats.
- Les famílies valoren molt positivament totes les activitats i fins i tot afirmen que, en alguna ocasió, han realitzat alguna similar (passejos en bicicleta, activitats saludables).
- En termes generals, es tracta d'una oferta molt adequada a les expectatives de les famílies i que, d'haver-la conegut, probablement haurien contractat.
- Si bé totes les activitats es valoren molt positivament, l'activitat de la Tortuga Babaua és de les que generen més expectació, com també ho fa el caic a les muscleres.
- Algunes de les famílies consultades destaquen que moltes de les activitats són pròpies de l'estiu o estan relacionades amb la platja i el bon temps.

“TENEN MOLT BONA PINTA. ÉS MOLT INTERESSANT QUE OFEREIXIN ACTIVITATS PER A NENS DE 8 A 13 ANYS QUE S'ENTRETINGUIN. ÉS UNA EDAT COMPLICADA. AQUESTES ACTIVITATS SON LES QUE PERMETEN TENIR RECORDS DOLÇOS D'UNA DETERMINADA ZONA”

ACTIVITATS ANUALS



ACTIVITATS PROGRAMADES A L'ESTIU



ACTIVITAT DE TEMPORADA



Conclusions



Resultats destacats i reflexions

Efecte Covid-19

- No podem saber de quina manera exacta ha afectat la pandèmia a la investigació, tot i que sí que podem imaginar que ha tingut efectes en el perfil de turistes que han visitat la zona, en l'accés més reduït per part de les famílies a determinades activitats, als hàbits de les mateixes, etc...
- En alguns casos, les famílies han manifestat els canvis que ha suposat per a ells el fet de trobar-se en una situació de pandèmia. Sembla que hi ha un efecte clar d'augment del temps d'estada a la zona, o la visita en ponts llargs que, en altres circumstàncies s'haguessin invertit en fer viatges a més distància. En qualsevol cas, les famílies que disposen d'una segona residència (un 50% dels visitants) han trobat en les destinacions turístiques Terres de l'Ebre i Costa Daurada, un lloc on poder desconnectar.
- La pandèmia pot tenir incidència en altres resultats de la investigació. La forma de contractar, el fet de deixar de gaudir de determinada oferta de les destinacions turístiques, entre d'altres efectes, no es poden quantificar i cal entendre aquest estudi dins d'aquest context excepcional.
- Pel que fa a l'experiència de les famílies a la zona en relació a la situació de pandèmia, cal dir que les famílies s'han sentit en tot moment protegides i han gaudit d'una sensació de tranquil·litat tant als municipis de les Terres de l'Ebre com els de la Costa Daurada i així ho han manifestat a les entrevistes.

Les destinacions turístiques Costa Daurada i Terres de l'Ebre

- Les valoracions generals de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre com a destinacions turístiques són molt elevades i la intenció de retorn i de recomanació obtenen puntuacions d'excel·lència. Es tracta de destinacions que compten amb un elevadíssim nivell de fidelització i de visitants de molt llarga trajectòria, especialment en el l'època de l'any i el context de pandèmia en que s'ha portat a terme la investigació.
- Les destinacions turístiques Terres de l'Ebre i Costa Daurada són percebudes plenament com a destinacions de turisme familiar. Es consideren destinacions idònies per gaudir en família, per descansar i per porta a terme activitats conjuntament.
- Encara amb més força que com a destinacions familiars, les dues zones es veuen com un lloc idoni per als infants de totes les edats, si bé, a partir de l'adolescència hi ha més dificultats per satisfer les necessitats dels visitants. Aquesta no és tant una mancança de la destinació com una característica de la població en aquest segment d'edat. La insatisfacció en aquests trams és generalitzada i la necessitat de compartir experiències amb altres persones de la seva edat fa que en les temporades mitja i baixa prefereixin romandre en els seus llocs de residència, ja que és on troben el seu entorn.

Perfil de les famílies

- Les famílies analitzades durant els mesos de setembre i octubre a les platges de la costa Daurada i les Terres de l'Ebre realitzen essencialment un tipus de turisme de proximitat o molta proximitat, que estan passant el cap de setmana amb els infants i que ja s'estan preparant per tancar la temporada.
- A nivell quantitatiu suposen un 70% dels grups entrevistats, el que situa les destinacions turístiques de Terres de l'Ebre i Costa Daurada com destinacions eminentment familiars, especialment en els mesos posteriors a l'estiu.
- Es tracta de famílies que fa temps que venen a estiuar i a passar els caps de setmana als municipis de la zona i en molts casos ho fan en apartaments de lloguer. La relació amb les destinacions és molt emocional i es va mantenint generacionalment.
- Encara que amb una menor proporció, es troben famílies que passen un sol dia d'excursió sense pernoctar a la zona. En aquests casos, els atractius de la zona són la platja i la restauració. Aquest col·lectiu suposa aproximadament de 3 de cada 10 famílies.
- La família mitjana és una parella d'entre 40 i 50 anys amb un o dos fills/es menors de 12 anys.
- La meitat de les famílies enquestades venen de la província de Barcelona i gairebé el 30% de la mateixa província de Tarragona. En aquest sentit, les entrevistes realitzades a nivell qualitatiu, reflecteixen aquesta tendència.
- La radiografia general de la destinació, composta principalment per famílies catalanes o de la resta de l'estat, es complementa amb els visitants estrangers (França i Bèlgica especialment) tot i que en temporada mitja i baixa no es tracta de famílies, sinó, essencialment, de parelles sense fills, grups d'amics, etc. Degut a que els infants ja han començat l'escola i les estades acostumen a ser d'una o més dies.

Recerca d'informació

- Els canals d'informació sobre la destinació són molt informals. Això és degut a que les famílies tenen una relació llarga amb la destinació turística que els fa pensar que no els cal buscar informació més enllà del seu entorn. Tot i així, per als casos en els que es realitza aquesta cerca, serà d'interès disposar d'un espai (pàgina web, fulletó...) on tota l'oferta disponible estigui indexada i presentada d'una manera atractiva.
- A banda d'aquests canals informals, les xarxes socials com Instagram o els blogs especialitzats són el segon canal (a molta distància) a l'hora de trobar informació. Caldrà tenir en compte aquest aspecte ja que pot suposar l'oportunitat d'estar en contacte amb les famílies i oferir-los les propostes de cada zona. A més d'estar presents i compartir l'oferta, serà una oportunitat fomentar que es comparteixin haghstags, imatges, experiències... A través de concursos, photocalls, o altres incentius. També pot ser una oportunitat la col·laboració amb micro influencers (uns 10.000 Followers), que permeti segmentar d'una manera molt acurada per tal que facin promoció de les activitats i de la zona en targets específics (adolescents, pares/mares...).
- La falta de cerca d'informació també s'entén quan s'observen les activitats que realitzen a les destinacions turístiques. La platja és l'atractiu principal i és l'eix al voltant del qual giren la resta d'activitats. La restauració també és, conjuntament amb la platja, un element fonamental.

La visió dels més petits i adolescents

- Els infants i els adolescents consideren la destinació turística molt atractiva per a ells essencialment a l'estiu. Molts d'ells realitzen activitats relacionades amb la platja (surf, pàdel surf, skate...)
- Els més petits depenen dels pares i es mostren molt contents de poder gaudir de les visites a l'estiu i els caps de setmana que fa bon temps, si bé perceben que en mesos de temporada baixa, els municipis de platja presenten un aspecte més solitari, en gran part pel tancament de molts establiments privats i també depenent dels municipis concrets.
- La valoració dels adolescents és més complexa. Molts d'ells mostren una pèrdua d'interès, a més de les obligacions o hobbies que tenen als seus municipis de residència. Es pot afirmar que, si bé a l'estiu, la destinació turística a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre genera més interès per a ells, a partir de la segona quinzena de setembre, quan es recupera l'activitat i les relacions a l'escola i a l'entorn de residència, la destinació turística perd interès.

Desestacionalització

- Existeix una forta inèrcia per part de les famílies a visitar les terres de l'Ebre i la Costa Daurada durant els mesos d'estiu i, en menor mesura durant els mesos de tardor. Es pot fixar una línia temporal que va des de setmana santa fins a mitjans de setembre.
- Trencar aquesta línia temporal és una tasca complexa. En gran mesura perquè hi ha molts factors que contribueixen a generar en els turistes la visió que, fora d'aquesta època que representa aproximadament la meitat de l'any, la destinació turística continua tenint interès. En nombroses ocasions es fa referència al tancament de negocis privats i a la sensació de buidor que hi ha en determinats municipis a l'hivern.
- La promoció intensiva a través de les xarxes socials mantenint el contacte constant amb aquests visitants pot anar fent que es generi interès en les famílies sempre que l'oferta proposada els resulti estimulant.
- Malgrat aquesta visió tradicional dels municipis de costa com a llocs per visitar principalment a l'estiu, es percep una lenta tendència de trencament d'aquesta inèrcia, si bé, hi ha una major predisposició per part del pare i mares que no pas dels infants, que moltes vegades són el fre que prefereixen passar els caps de setmana en els seus llocs de residència
- Dins d'aquesta conjuntura, és positiu valorar que no s'està competint amb una altra destinació turística (turisme de muntanya, esquí...) a la temporada baixa de platja, sinó que es tracta de potenciar un canvi d'hàbits potenciant l'oferta desestacionalitzada i fent-la molt visible.

Sobre les activitats

- Hi ha dues activitats que han realitzat totes les famílies consultades; anar a la platja i visitar restaurants. S'identifica un segon grup d'activitats realitzades per més de la meitat de les famílies on es troba la visita a espais naturals (65%), la compra de productes d'alimentació (58%) i la compra de roba i complements (54%) que, a partir de les entrevistes podem relacionar amb la visita a firetes i a la compra de productes autòctons d'alimentació. El tercer grup d'activitats, més minoritàries, el configuren les visites culturals, les activitats nàutiques, les activitats esportives i la visita a parcs d'atraccions (Port Aventura i Ferrari Land). La resta d'activitats tenen molt poca presència.
- Més enllà de la realització de les activitats, l'oferta presentada a les famílies es considera absolutament adequada a les necessitats i totes les propostes són molt ben rebudes fins a l'entusiasme. Les activitats vinculades a la natura, l'observació d'animals, els jocs en família... Es consideren molt adequats i les famílies afirmen que les haguessin realitzat d'haver-les conegut.
- A partir de les informacions descrites en aquest apartat, es conclou que, es disposa d'una molt bona oferta d'activitats al territori i que és necessari trobar les vies de comunicació adequades per impactar sobre el target d'una manera adequada i que generi interès.



Diputació Tarragona

turístic
en família

