



## 1. Metodologia



### Objectiu

Explorar, conèixer i comprendre la importància de les tecnologies, les xarxes socials i els canals de comunicació en l'arribada de l'oferta d'oci a les famílies, així com en el seu procés de compra.



### Realització

El treball de camp es va iniciar el 26 d'octubre i va finalitzar el 3 de novembre de 2020.

### Metodologia

Entrevista online (CAWI) estructurada amb preguntes obertes de 15 minuts de duració.

### Univers

Està format per pares i mares amb fills de 0 a 12 anys d'edat residents a Espanya.

### Quotes

n=1041 entrevistes | Emax. 1000 (p=q=50%; IC 95%) =  $\pm 3,2\%$

La mostra és proporcional a la població segons edat i gènere dels fills i àrea geogràfica de les llars del territori espanyol. Aquesta mida de la mostra ens permet fer una lectura detallada segons edat (grups d'edat 0-6; 7-9 i 10-12 anys) i gènere del fills i àrees geogràfiques.

## Hàbits d'oci familiar

### Oci familiar\_Perfil

L'estudi analitza com ha estat l'oci familiar al 2020 (Març – Novembre) i com ha evolucionat respecte a l'any anterior.

El procés de decisió i valoració segons tipus d'activitat.

Els espais no coberts amb l'oferta actual.

Com és el consum digital dels infants.

I finalment quin és el futur de l'oci infantil i familiar.

S'han determinat **3 segments de famílies**

a partir de les actituds davant de l'oci familiar:

#### **ESTRESSATS 33%**

- La planificació de l'oci familiar és una tasca feixuga
- Les tauletes són un gran aliat
- El cost és quelcom important a tenir en compte

Sociodemogràfics:

- Joves (24% <35 anys)
- Estudis secundaris

#### **DEDICATS 38%**

- L'hi donen molta importància a compartir moments amb els fills, també en l'oci
- Ha de ser creatiu i transmissor de valors
- La varietat i qualitat està per sobre del cost

Sociodemogràfics:

- Majors ingressos >4000€ (12%)
- Fills petits 0-6 anys (54%)
- Centres privats (12%)

#### **CONCILIADORS 28%**

- També li donen importància però tenen limitacions i han de conciliar
- Compartir moments en família tot i el poc temps que tenen
- Preocupa el temps que els nens passen amb pantalles, però també han de saber jugar sols

Sociodemogràfics:

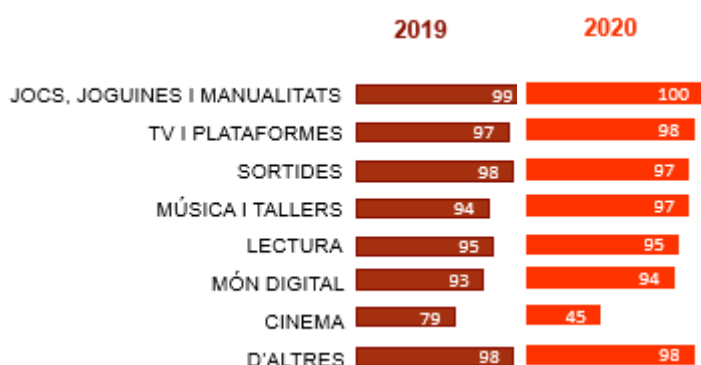
- Més dones (65%) i més grans (27% >45 anys)
- Estudis superiors (68%)



## Hàbits d'oci familiar

### Activitats 2019 vs 2020

- Al 2020, des del confinament al març, les activitats d'oci més freqüents són les que es poden fer a la llar: jocs, TV, escoltar música, llegir i les relacionades amb el món digital.
- Analitzant les activitats realitzades al llarg d'un any respecte a l'any anterior, les sortides que impliquen aglomeracions es troben entre les activitats que més s'han reduït.
- En centrar-nos en activitats freqüents, respecte a l'any 2019, creixen les activitats fetes a la llar.
- Al període de restriccions augmenta la lectura, l'ús de dispositius digitals i cuinar.



- També disminueixen amb força anar al cinema i a les biblioteques. En general, totes les activitats que es fan fora de la llar i, en més mesura, les que impliquen concentracions.

Fent un focus més específic en les **activitats centrades en els Viatges i Escapades**, la gràfica ens mostra la disminució durant el 2020.



**Les sortides que impliquen aglomeracions es troben entre les activitats que més s'han reduït.**

**Al 2020 creixen les activitats fetes a la llar.**

## Hàbits d'oci familiar

### Raons per haver deixat de fer activitats durant el 2020

SEGURETAT



RESTRICCIONS

SITUACIÓ  
ECONÒMICA



- Aquest tipus d'activitats estan prohibides/restringides per la covid (32%).
- Econòmicament ara ens va pitjor (19%).
- Ara és difícil trobar oferta per realitzar aquesta activitat (15%).

### Valoració general de l'oci familiar

Valoració de l'oferta:

Molt satisfactòria	3%
Bastant satisfactòria	29%
Una mica satisfactòria	36%
Poc satisfactòria	25%
Gens satisfactòria	6%

La seguretat, en primer lloc, i les restriccions són les principals raons per haver deixat de fer aquestes activitats que impliquen concentració de gent. En menor mesura, també influeix el canvi de situació econòmica.

Motius:

- És millor deixar-les per més endavant quan la situació estigui més normalitzada (62%).
- Tot i que no estiguin prohibides/restringides, no són activitats segures degut a la covid (47%).

En plantejar-ho de forma global, es manifesta un grau important d'insatisfacció, quasi 1 de cada 3 entrevistats es mostren insatsfets amb l'oferta actual d'oci familiar, de forma transversal per gèneres i edats.

I en aquest sentit, la varietat/amplitud de l'oferta és el principal argument tant entre els satisfets com els insatsfets. Bona part de la insatsfacció actual però, ve donada per la situació de restriccions per la covid-19.

## Hàbits d'oci familiar

### El turisme en l'oci familiar

#### Pernoctar a hotels, càmpings i cases rurals



- Aquesta activitat la fan un 54% dels infants.
- Activitat familiar per excel·lència, el 95% la realitzen amb els membres de la família, però els fills participen poc en la decisió, ja que el 71% correspon al pare/mare.
- Gran presència de l'*online* com a font d'informació, el 72% és digital, juntament amb recomanacions que es situa en el 36%.
- L'activitat es planifica aproximadament un mes abans de la seva realització.
- L'escapada s'acostuma a realitzar en cap de setmana (53%), tot i que un 36% combina els dies laborables amb el cap de setmana.
- Es busquen cobrir tot tipus de necessitats, tant bàsiques (diversió/relax) com profundes (reforçar vincles) i genera molta satisfacció, el 40% considera que els hi ha satisfet totalment i el 36% els hi ha satisfet molt.

### Segona residència, familiars, amics



- Aquesta activitat la fan un 59% dels infants i el 83% la realitzen amb els membres de la família, en aquest cas els fills tenen una major participació en la decisió ja que està consensuada amb un 35%, tot i que continua tenint més pes la decisió del pare/mare amb un 45%.
- La recomanació (boca-orella) és la principal font d'informació amb un 59% (familiars i amics).
- El 86% planifica l'activitat i ho fa amb una mitjana de 16 dies. L'escapada s'acostuma a realitzar en cap de setmana (68%), el 26% ho combina amb els dies laborables.
- Es busquen cobrir tot tipus de necessitats, en aquest cas té més importància el fet de reforçar vincles, compartir, desconnectar i trencar la rutina.
- Genera un alt grau de satisfacció, el 39% considera que els hi ha satisfet totalment i el 37% els hi ha satisfet molt.

## Hàbits d'oci familiar

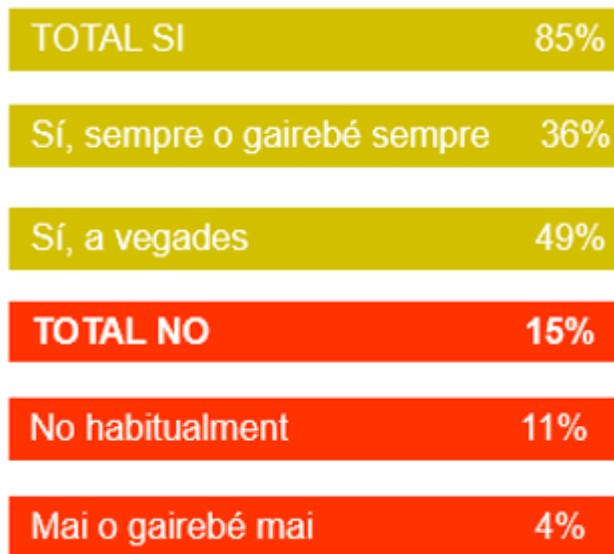
### Viatges i escapades



- Aquesta activitat la fan un 75% dels infants i el 89% la realitzen amb els membres de la família, la decisió la pren el pare/mare amb un 58% i està consensuada amb els fills amb un 26%.
- La recomanació (boca-orella) és la principal font d'informació amb un 48% seguida de molt a prop pel digital amb un 42%.
- El 86% planifica l'activitat i ho fa amb una mitjana de 26 dies. L'escapada s'acostuma a realitzar en cap de setmana (63%), el 27% ho combina amb els dies laborables.
- Es busca cobrir tot tipus de necessitats, en aquest cas té més importància el fet de sortir i respirar aire pur, reforçar vincles, gaudir i relaxar-se, compartir i desconnectar.
- Genera un alt grau de satisfacció, el 37% considera que els hi ha satisfet totalment i el 36% els hi ha satisfet molt.

### Es fan recomanacions dels viatges?

Recomanació:



Prenent com a base els participants que han viatjat el 2020 o el 2019, la recomanació de la destinació i allotjament és molt generalitzada.



**El 85% recomana els seus viatges**

## Hàbits d'oci familiar

### Com comparteixen l'experiència?



**Boca-orella**



**Imatges / vídeos**  
**FB, Instagram**



**Valoracions a XXSS**  
**(Tripadvisor...)**

La forma de compartir experiències de viatges varia poc segons el tipus d'allotjament o activitat.

La conversa amb altres persones és la prioritària per a tots els tipus d'activitats, situant-se entre el 45 i 52%.

Compartir fotos i vídeos a Facebook i Instagram és la segona opció i ho fan entre un 31 i un 25%.

Puntuar o comentar l'activitat a xarxes socials com TripAdvisor és situa en tercera posició, ho fan entre el 24 i 14%.

Finalment és menys habitual redactar posts a les xarxes socials com ara Facebook i Instagram, tot i que quan es tracta de compartir viatges a l'estranger ho fan un 20%.

### Consum digital dels infants



Televisió  
H/Setmana: 5,2  
H/Cap de setmana: 4,7



Mòbil  
H/Setmana: 2,3  
H/Cap de setmana: 2,4



Tablet  
H/Setmana: 2,2  
H/Cap de setmana: 2,3



Videojocs  
H/Setmana: 1,5  
H/Cap de setmana: 2,1



Ordinador  
H/Setmana: 1,8  
H/Cap de setmana: 1,4

Els infants espanyols inverteixen quasi **26 hores a la setmana en dispositius digitals**: unes 2,5 hores els dies entre setmana i 6 hores el cap de setmana. La TV és la que domina seguit del mòbil i la tablet.



## Hàbits d'oci familiar

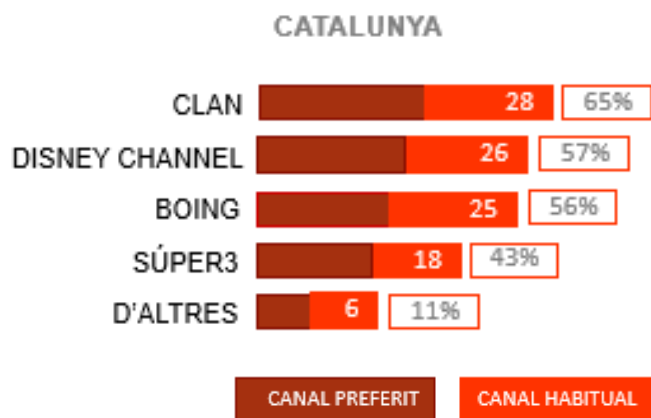
### Plataformes i Continguts

A més edat, més temps dediquen al consum de dispositius digitals; especialment els mòbils, les consoles de videojocs i els ordinadors.

Consum hores/setmana:

- 0-6 anys: 19,7h setmanals
- 7-9 anys: 29,2h setmanals
- 10-12 anys: 34,2h setmanals

Pel que fa als **Canals infantils de TV convencionals**



Clan és el canal de TV convencional preferit, especialment entre el més petits. A Catalunya el canal Super3, se situa en 4<sup>a</sup> posició. Boing té més èxit entre els nens de 7-9 anys i Clan perd pes entre els més grans.

**En quant a plataformes,** Netflix domina globalment en preferència. Disney+ guanya pes en petits, especialment nenes, i Amazon entre els nens més grans.

Els accessos *Kids* predominen fins els 9 anys, però baixen significativament a partir dels 10.

**Les sèries i pel·lícules d'animació són el format preferit transversalment.**

A partir dels 7 anys però, la no animació va guanyant pes.

El consum de continguts de YouTube varia substancialment amb l'edat tot i que la música i els tutorials són transversals.

L'accés *Kids* perd molt pes a partir dels 7 anys, fins i tot entre els més petits es comparteix a parts iguals amb l'accés general.



## Hàbits d'oci familiar

### El futur de l'oci



Viatges i escapades



TV i Plataformes



Lectura



Cinema

**En el cas concret del turisme, les cases rurals i els càmpings i fer viatges a l'estranger, no només es recupera sinó que es preveu una major activitat respecte al 2019.**

Tota l'activitat que s'ha restringit el 2020 es preveu que es recuperarà en la mateixa mesura, tornant a la situació de 2019 després d'un període excepcional.

En activitats com la TV i plataformes, lectura i cinema, així com cuinar, practicar esport i extraescolars no relacionades amb l'esport ni la música, s'observa un lleuger increment respecte al 2019.

### Demandes en les activitats 2021

Les demandes per al proper any però, encara vénen molt determinades per la situació sanitària; principalment es busquen activitats segures, que no representin riscos, com per exemple activitats a l'aire lliure i grups reduïts.

L'estudi ha avaluat l'interès que generen algunes idees sorgides de la fase qualitativa i, de nou, l'oferta d'activitat a l'aire lliure sorgeix com la més atractiva.

El preus atractius, fonts d'informació unificades, espai multi tallers i abonaments integrals d'activitats es situen també entre els més atractius. Així mateix, les idees valorades com més interessants són també les que es consideren més innovadores.



Seguretat sanitària  
Activitats a l'aire lliure  
Grups reduïts / distància social



Activitats entretingudes  
Divertides / lúdiques / educatives  
Per a tota la família



Viatges i Escapades  
Música i Tallers  
Esports



Bons preus  
Preus econòmics

## Hàbits d'oci familiar

## Visió del futur de l'oci infantil



Pares motivats per recuperar el nivell d'oci pre pandèmia

Perduraran activitats introspectives

Una major demanda de seguretat sanitària

Espais d'oci familiar a l'aire lliure

## Oportunitats - Demandes no cobertes



**Entreteniment  
per a Infants**

Garanties sanitàries -> protocols clars

Treballar formats percebuts com a mes segurs -> "cinema a la fresca"

Demanda de jocs per compartir entre família

Demanda d'activitats que reforcin vincles familiars

Demanda de tallers per a nens

Cerquen continguts que aportin coneixement

