

Identitat digital dels afiliats al Programa de Turisme Familiar **2024**

INTRODUCCIÓ



L'Agència Catalana de Turisme ha impulsat una iniciativa orientada a conèixer millor la presència digital dels afiliats del programa de turisme familiar amb l'objectiu de millorar la seva competitivitat en l'entorn online.

A través de fonts especialitzades en màrqueting digital i de l'observació directa dels llocs web, s'ha valorat el grau d'adopció d'eines tecnològiques, la visibilitat en línia, les característiques dels continguts orientats a famílies i l'existència de xarxes socials.

Aquest exercici de diagnosi proporciona un retrat útil i actual que permetrà definir línies d'actuació en matèria de formació, assessorament i promoció digital, amb la finalitat de millorar la projecció digital dels establiments i entitats afiliades.



Conèixer quin és el dispositiu més habitual per accedir als webs, els sectors amb més trànsit o els idiomes predominants són només algunes de les dades recollides que han permès proposar recomanacions específiques per a cada sector professional.

Tota aquesta informació és clau per aconseguir una presència digital més efectiva i atractiva per a les famílies.



ÍNDEX

01 Metodologia

02 Albergs

03 Allotjaments
Rurals

04 Apartaments

05 Càmpings

06 Hotels i
Apartahotels

07 Cultura i
enogastronomia

08 Actiu, esports,
natura i oci

09 Entitats Turístiques

10 Serveis Turístics

11 Programa de
Turisme Familiar

12 Conclusions

The background is a soft-focus photograph of a workspace. On the right, a laptop is open, displaying a website with the word 'kaboom!' visible. To the left of the laptop, there are several sheets of paper. One paper in the foreground features a 3D bar chart with four bars of increasing height, colored in shades of pink and white. The overall lighting is bright and airy, creating a clean, professional aesthetic.

1. Metodologia

TREBALL TÈCNIC DE RECOLLIDA DE DADES SOBRE L'ESTAT DE DIGITALITZACIÓ DE LES EMPRESES DEL PROGRAMA DE TURISME FAMILIAR (TF) DE L'AGÈNCIA CATALANA DE TURISME

El treball tècnic de recollida de dades ha consistit en tres etapes diferents. Primer, s'ha completat una base de dades exhaustiva, en la qual s'ha avaluat la presència en línia de les empreses que formen part del Programa de Turisme Familiar una a una. Després, s'ha realitzat una fitxa amb els resultats globals de la recollida de dades digitals dels afiliats al Programa de Turisme Familiar, incloent les conclusions globals de l'estat de digitalització. Per últim, s'ha elaborat una fitxa resum per a cadascuna de les 345 empreses o entitats del Programa de Turisme Familiar en format molt visual amb els punts claus extrets de la recollida de dades sobre la identitat digital, la seva situació actual i algunes propostes de millora.

1. Base de dades

En aquesta base de dades exhaustiva, s'ha avaluat a presència en línia de les empreses que formen part del programa de Turisme Familiar. Per fer-ho, s'han definit prèviament diferents indicadors, tant quantitatius com qualitatius, relacionats amb el contingut de la pàgina web de l'afiliat i el posicionament als cercadors, les visites rebudes a la pàgina web i altres dades relacionades amb el comportament dels usuaris i els canals de trànsit web.

Dades relacionades amb el contingut de la pàgina web

- **Facilitat de navegació:** menús intuïtius i ben organitzats
- **Ús coherent de colors, fonts i estils:** visió subjectiva durant la revisió
- **Imatges i vídeos:** presència o no
- **Nivell de multilingüisme:** s'han indicat els idiomes en els quals la pàgina web està disponible. S'ha considerat com a vàlid la integració de Google Translate a la pàgina web, que permet als usuaris traduir el contingut a diferents llengües.
- **Presència d'un blog, agenda o secció de notícies (contingut dinàmic):** a la base de dades s'ha indicat si és existent, no existent o no actualitzat.
- **Presència a les xarxes socials:** s'ha indicat si l'afiliat mostra, a la pàgina web, les xarxes socials en les quals està present.
- **Opcions de contacte:** informació clara i accessible per contactar amb l'empresa o entitat (telèfon, email, formulari, Whatsapp, chatbot o altres).
- **Oferta segmentada per edats:**
 - **De 0 a 3 anys (nadons):** s'identificarà si a la pàgina web existeix contingut enfocat a aquesta franja d'edat com per exemple: informació sobre bressols, àrees de lactància, escalfar biberons, servei de llar, de triturats, banys adaptats i equipats, lloguer de cotxets, etc.
 - **3 a 12 anys (públic infantil i juvenil):** s'identificarà si a la pàgina web existeix contingut enfocat a aquesta franja d'edat, com per exemple: club infantil, servei d'animació, piscina infantil, àrees de jocs, tallers i manualitats, espectacles infantils, menús infantils, club juvenil, piscina amb tobogans, pistes de futbol, bàsquet, tennis i altres esports, sala de jocs i/o videojocs, proposta d'excursions i d'activitats, etc.
 - **Més de 12 anys (adolescents):** s'identificarà si a la pàgina web existeix contingut enfocat a aquesta franja d'edat, com per exemple: sala de jocs, activitats esportives, excursions i aventures, zona d'adolescents, esdeveniments i festes, etc.
- També es tindrà en compte si la pàgina web ofereix contingut enfocat en escoles (públic infantil, juvenil i adolescent).
- Si la pàgina web ofereix contingut enfocat en infants en general, es marcarà la casella "diferenciat per edats", sense especificar l'edat.
- **Oferta enfocada a les diferents tipologies de família:** Famílies monoparentals, Famílies biparentals/tradicionals, Famílies extenses i Famílies nombroses
- **Intranet:** s'identificarà si la pàgina web compta amb un apartat web intern (intranet) per a la comunicació interna i gestió d'equips o bé perquè els usuaris puguin gestionar les seves reserves, en el cas dels allotjaments.
- **Opció de reserva/contractació i pagament del servei a través de la pàgina web:** cal que el pagament es pugui fer a través de la pàgina web i no només la pre-reserva o la sol·licitud de reserva.



El criteri quantitatiu seguit per aquesta observació per a poder-ho comunicar en les diferents fitxes que formen el present treball tècnic ha estat el següent:

Qualitat del contingut de la pàgina web	Menús intuïtius i ben organitzats	1 punt
	Imatges i vídeos	1 punt
	Contingut diferenciat per edat i/o tipus de família	1 punt
	Blog, agenda o secció de notícies actualitzada	2 punts
Idiomes	1 idioma	1 punt
	2 idiomes	2 punts
	3 idiomes	3 punts
	4 idiomes	4 punts
	5 idiomes o més	5 punts
Atenció al client	Telèfon de contacte i/o email	1 punt
	Formulari	1 punt
	Chatbot i/o WhatsApp	1 punt
	Opció de reservar en línia	2 punts
Visibilitat	Fitxa Google My Business	2 punts
	Posicionament alt a Google (posició 1-3)	2 punts
	Posicionament mitjà a Google (posició 4-5)	1 punt
	Posicionament baix a Google (posició 6 o més)	0 punts
	Pàgina patrocinada	1 punt
Presència a les xarxes socials	1 xarxa social	1 punt
	2 xarxes socials	2 punts
	3 xarxes socials	3 punts
	4 xarxes socials	4 punts
	5 xarxes socials o més	5 punts

Font : observació directa durant el 3r trimestre del 2024.

Dades relacionades amb el posicionament als cercadors i la visibilitat

- **Posició en què es troba la pàgina web de l'empresa als cercadors:** Les dades s'han recollit a partir de la navegació en mode d'incògnit. Per determinar la posició al cercador Google no es tenen en compte els resultats patrocinats.
- **Patrocinat o no patrocinat:** observació directa des d'una navegació en mode d'incògnit per saber si la pàgina web està patrocinada o no.
- **Fitxa Google My Business:** observació directa.

Dades relacionades amb les visites a la pàgina web i comportament d'usuaris

- **Visites a la pàgina web (en milers):** resultats globals del 2024 per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible).
- **Visitants únics:** resultats globals del 2024 per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible).
- **Canal de trànsit:** orgànic i directe, en valors absoluts i en percentatges. Es tracta dels resultats globals del 2024, tant per a ordinadors com per a dispositius mòbils (sempre que sigui possible). En el cas que el trànsit orgànic i directe no arribi al 100% del total, també s'afegeixen les dades relacionades amb altres tipus de trànsit (de referència, de pagament...), en valors absoluts i en percentatges.
- **Temps d'interacció (en minuts):** resultats globals del 2024 per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible).
- **Pàgines/visita:** mitjana de pàgines visitades pels usuaris en cada sessió. Resultats globals del 2024 per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible).



- **Taxa de rebot:** resultats globals del 2024 per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible).
- **Puntuació d'autoritat:** és un paràmetre establert per l'eina Semrush que mesura la reputació d'un domini web (entre 0 i 100), tenint en compte el nombre i la qualitat dels retroenllaços, el trànsit orgànic i l'autenticitat. Els resultats fan referència a l'última data de consulta disponible.
- **Retroenllaços:** dada disponible només per a ordinadors. Els resultats fan referència a l'última data de consulta disponible.
- **Paraules clau:** resultats a nivell de l'estat espanyol (en castellà) per a ordinadors i mòbils (sempre que sigui possible). Els resultats fan referència a l'última data de consulta disponible.

Font: plataforma de màrqueting digital Semrush. Les dades fan referència als resultats globals de l'any 2024. Les dades relacionades amb les paraules clau, els resultats fan referència als obtinguts a l'Estat espanyol i en llengua castellana. L'extracció de dades s'ha realitzat durant el mes de gener 2025.

Qualitat de la pàgina web

- **Rendiment:** velocitat i eficiència amb la qual es carrega una pàgina web. Una pàgina web ràpida millora experiència usuari i redueix la taxa d'abandonament de la pàgina. Alguns dels factors que es tenen en compte són el temps de càrrega, la interactivitat, l'ús dels recursos...
- **Accessibilitat:** fa referència a la facilitat de navegació i interacció a la pàgina web (text alternatiu de les imatges, contrast de colors...).
- **Bones pràctiques:** es té en compte si la pàgina web segueix els estàndards de desenvolupament web actualitzats i segurs. Ajuda a mantenir la seguretat de la pàgina i millora la confiança de l'usuari. Alguns dels factors que es tenen en compte són la seguretat dels enllaços i recursos externs, l'ús de tecnologies modernes, codi optimitzat, connexions segures...
- **Nivell d'optimització SEO:** són els aspectes relacionats en l'optimització per als motors de recerca dins de la pàgina web. L'objectiu de l'optimització és augmentar la visibilitat als cercadors com Google i generar més tràfic orgànic (ús d'etiquetes meta, estructura correcta del text, compatibilitat mòbil).

Font: PageSpeed Insights que proporciona els resultats per a ordinadors i per a dispositius mòbils classificats en tres nivells diferents: baix (entre 0 i 50), acceptable (entre 50 i 89) i bo (90 o superior). En el cas que els resultats no estiguin disponibles per a una pàgina web (URL exacte), PageSpeed Insights indica els resultats per a la pàgina web genèrica a la qual pertany. Les dades s'han obtingut entre octubre 2024 i gener 2025.

Classificació dels afiliats per subsectors

Per facilitar el treball tècnic i la posterior comparació de les empreses i entitats entre els afiliats del programa de Turisme Familiar, s'han establert 9 subsectors diferents: Albergs, Allotjament Rural, Apartaments, Càmpings, Hotels i Aparthotels, Cultura i Enogastronomia, Actiu, Esport, Natura i Oci, Entitats Turístiques i Serveis Turístics (agències de viatges i serveis de transport).

2. Fitxa amb els resultats globals

Un cop la base de dades ha estat completada, la segona etapa ha consistit a elaborar una fitxa amb els resultats globals de la recollida de dades digitals dels afiliats al Programa de Turisme Familiar, incloent les conclusions globals de l'estat de digitalització. A més a més, també s'ha elaborat una fitxa amb els resultats per a cada subsector i les conclusions.

3. Fitxa individual per a cada afiliat

Finalment, l'última etapa del treball tècnic ha consistit en la realització de d'un total de 345 fitxes, una per a cada afiliat, en format molt visual amb els punts claus sobre la seva identitat digital actual i propostes de millora. Aquestes fitxes es facilitaran progressivament de forma personalitzada directament a cada afiliat.

- Les fonts utilitzades en aquest treball han estat l'observació directa, Semrush i PageSpeed Insights. Les mètriques recollides reflecteixen els valors disponibles en aquestes plataformes en el moment concret de l'extracció. L'Agència Catalana de Turisme declina qualsevol responsabilitat sobre la precisió, actualització o variacions posteriors d'aquestes dades proporcionades per serveis de tercers.

A photograph of two people sitting on a large, flat rock in a dense forest. The person on the left is wearing a brown jacket and a tan cap, sitting with their back to the camera. The person on the right is wearing a blue puffer vest over a red hoodie and blue pants, also with their back to the camera. A yellow and black backpack is on the rock between them. The background is a thick forest of tall evergreen trees, with sunlight filtering through the canopy, creating a hazy, golden atmosphere.

2. Albergs



Identitat Digital Albergs

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
vídeos



66%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

100%
Oferta disponible per
a diferents edats

Idiomes

2,3
Idiomes de mitjana



CAT	100%
CAST	50%
ANG	50%
FR	33%

Atenció al client

100% Telèfon	100% Email
50% Formulari	
16,67% WhatsApp	0% Chatbot



66%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,5
Xarxes Socials de mitjana

	100%
	100%
	100%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



10.217
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)

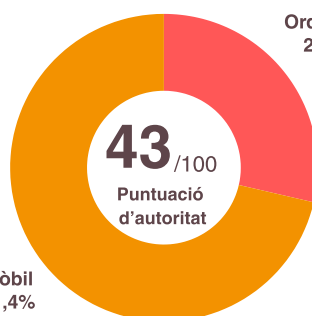


3:57

Pàgines/Visita
(mitjana)



1,96



21.475
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



6:06

Pàgines/Visita
(mitjana)



1,24

Conclusions

- Fins a dos terços dels albergs afiliats al Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Tots els albergs proposen serveis i activitats de turisme familiar diferenciats per edat. Un 66% dels albergs adapten la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 100% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 83% per als adolescents (més de 12 anys).
- La meitat dels albergs del Programa de Turisme Familiar disposen de pàgines web en anglès.
- Un terç dels establiments no permet, encara, l'opció de reservar en línia.
- La presència a les xarxes socials és bona, ja que tots estan presents, com a mínim, en tres plataformes diferents.
- Les visites des dels dispositius mòbils són força superiors a les que es realitzen des de l'ordinador i el temps d'interacció dels usuaris també.

A photograph of a family playing soccer on a green lawn. In the foreground, a man in a red jacket and purple pants is on the left, and a woman in a plaid shirt and black pants is on the right. Two young boys are in the center, one of whom is kicking a white soccer ball. The background features a large, multi-story stone building with arched windows and a modern glass extension. A large, leafy tree stands behind the building, and a stone wall is visible on the right. The sky is overcast.

3. Allotjaments Rurals



Identitat Digital Allotjaments Rurals

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
vídeos



11%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

55%
Oferta disponible per
a diferents edats

Idiomes

2,8
Idiomes de mitjana



CAT 89%
CAST 78%
ANG 33%
FR 33%

Atenció al client

100% **100%**
Telèfon Email

88,89%
Formulari

66,67% **0%**
WhatsApp Chatbot



66%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

2

Xarxes Socials de mitjana

f 66%

i 78%

X 22%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



2.258
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)

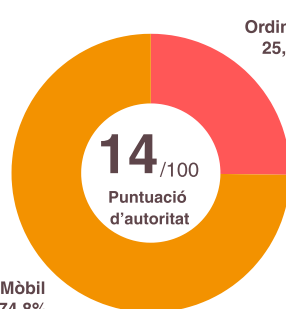


3:56

Pàgines/Visita
(mitjana)



5,42



15.400
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



-

Pàgines/Visita
(mitjana)



1

Conclusions

- Només un 11% dels allotjaments turístics afiliats al Programa de Turisme Familiar disposa de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- La meitat dels allotjaments rurals diferencien la seva oferta en funció de l'edat. D'aquests, un 44% adapta la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 33% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 33% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- La majoria de les pàgines web de les empreses d'aquest sector ofereixen el seu contingut en dues llengües diferents i només un terç mostren el seu contingut en un idioma que no sigui el català o el castellà.
- Bona part dels allotjaments rurals proporcionen diferents opcions de contacte; tots els establiments inclouen telèfon de contacte i correu electrònic i fins a dos terços dels afiliats també poden ser contactats a través de WhatsApp.
- Un terç dels allotjaments rurals no permet, encara, l'opció de reservar en línia.
- De mitjana, els allotjaments rurals estan presents en dues xarxes socials. Les més utilitzades són Facebook i Instagram.

A teal-colored rolling suitcase is positioned in the foreground, slightly out of focus. The background is a warm, blurred interior of an apartment, showing a dining area with a table and chairs, and two people sitting at the table. The lighting is soft and golden, suggesting a sunset or sunrise. The text "4. Apartaments" is overlaid in the center of the image.

4. Apartaments



Identitat Digital Apartaments

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
vídeos



18%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

63%
Oferta disponible per
a diferents edats

Idiomes

4,5
Idiomes de mitjana



CAT 100%
CAST 100%
ANG 100%
FR 91%

Atenció al client

90,91% **100%**
Telèfon Email

72,73%
Formulari

18,18% **0%**
WhatsApp Chatbot



81%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

2,3
Xarxes Socials de mitjana

f 72%
i 72%
X 27%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



4.392
Visites (2024)



15.096
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



2:53

Pàgines/Visita
(mitjana)



3,41

Mòbil
50,8%



Ordinador
49,2%

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



3:21

Pàgines/Visita
(mitjana)



2,40

Conclusions

- Només un 18% dels apartaments afiliats al Programa de Turisme Familiar disposa de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- El 63% dels apartaments diferencien la seva oferta en funció de l'edat. D'entre els establiments que especialitzen la seva oferta i serveis, un 45% ho fa per als nadons (0 a 3 anys), un 63% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 45% per als adolescents (més de 12 anys).
- Tots els apartaments que formen part del Programa de Turisme Familiar, excepte un, mostren el seu contingut en quatre llengües diferents (català, castellà, anglès i francès), com a mínim.
- Gairebé tots els apartaments del Programa permeten l'opció de reservar en línia.
- La visibilitat en línia és força bona, ja que els afiliats estan presents en dues xarxes socials de mitjana.
- Les visites des dels mòbils són molt superiors a les que es realitzen des de l'ordinador, però el temps d'interacció dels usuaris és força similar per als dos tipus de dispositius.



5. Càmpings



Identitat Digital Càmpings

Contingut



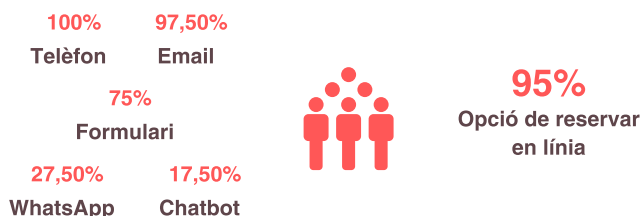
Idiomes

5,3
Idiomes de mitjana



CAT	92%
CAST	100%
ANG	92%
FR	85%

Atenció al client



Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,3

Xarxes Socials de mitjana



95%

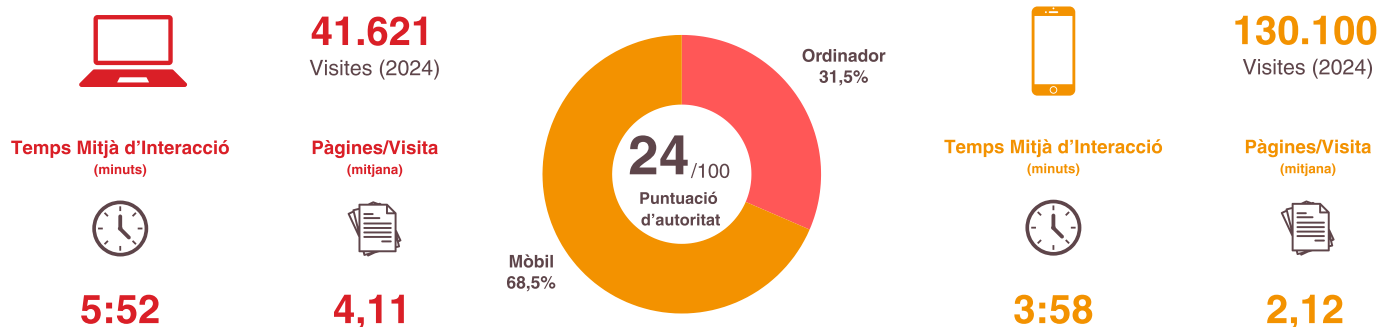


95%



57%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



Conclusions

- Només un 35% dels càmpings afiliats al Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- El contingut està molt orientat al turisme familiar i ben diferenciat per edats; el 80% dels càmpings adapta la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), el 100% ho fa per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i el 97% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- Els càmpings presenten un alt nivell de multilingüisme, ja que les pàgines web dels afiliats d'aquest sector estan disponibles en 5 llengües diferents de mitjana (català, castellà, anglès, francès i alemany). Més del 50% de les pàgines web dels càmpings afiliats també estan disponibles en neerlandès.
- Gairebé tots els càmpings proposen l'opció de reservar en línia (excepte dos establiments) i diverses opcions de contacte, que també inclouen Whatsapp i l'assistent virtual, en alguns casos.
- Els càmpings que formen part del Programa de Turisme Familiar tenen una bona presència a les xarxes socials, ja que tots estan presents, com a mínim, en tres plataformes diferents.

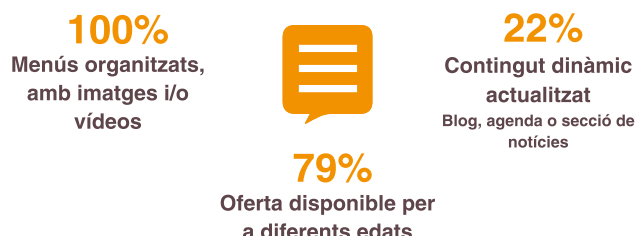


6. Hotels i Apartahotels



Identitat Digital Hotels i Aparthotels

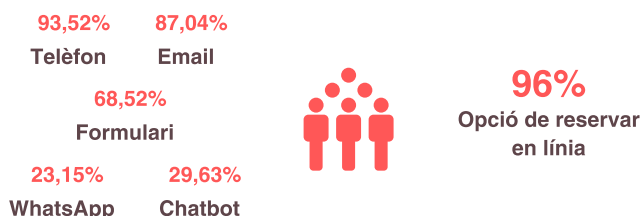
Contingut



Idiomes



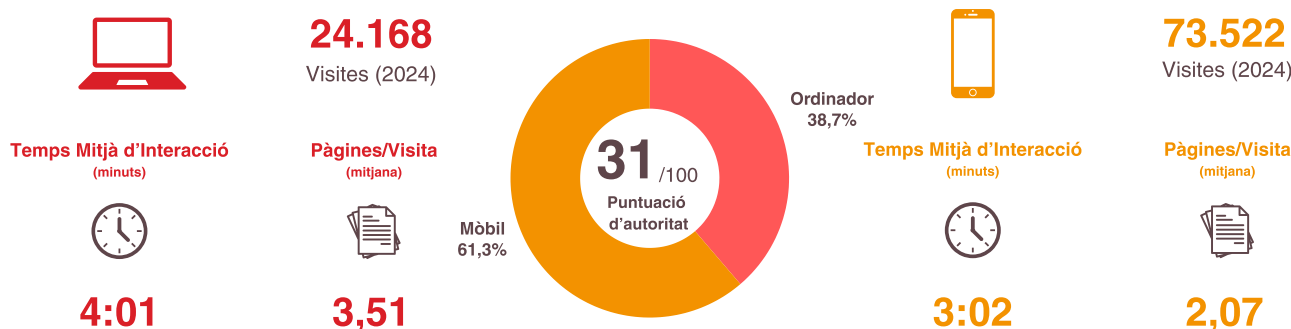
Atenció al client



Visibilitat i xarxes socials



Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



Conclusions

- Només un 22% dels hotels i apartaments afiliats al Programa de Turisme Familiar disposa de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Bona part dels establiments hotelers i apartaments diferencien la seva oferta per al públic familiar, amb serveis i activitats específiques segons l'edat (79%). D'aquests, un 58% adapta l'oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 78% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 55% per als adolescents (més de 12 anys).
- Els hotels i apartaments del Programa de Turisme Familiar mostren el seu contingut web en 4 llengües de mitjana (català, castellà, anglès i francès). La meitat dels establiments també tenen els seus webs disponibles en alemany.
- Gairebé tots els hotels i apartaments permeten les reserves en línia, millorant l'experiència de l'usuari, i la meitat proporcionen el contacte a través de WhatsApp o d'un assistent virtual.
- La presència a les xarxes socials és bona, ja que estan presents en més de 3 plataformes diferents de mitjana.
- Les visites des dels dispositius mòbils són força superiors a les que es realitzen des de l'ordinador i el temps mitjà d'interacció dels usuaris i les pàgines visitades també és més alt.

A photograph of a family in a vineyard. A woman in a plaid shirt is in the foreground, holding a bunch of dark grapes. Behind her, a man points towards the vines, and a young girl looks down. Another child is visible in the lower right, reaching for a grape. The scene is set in a lush green vineyard with sunlight filtering through the leaves.

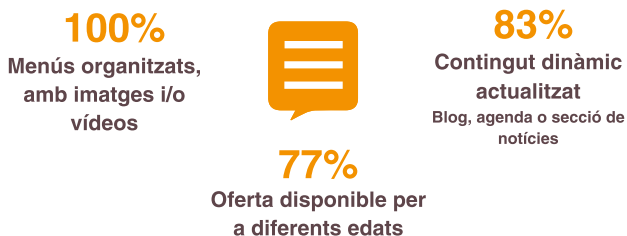
7. Cultura i enogastronomia



Identitat Digital

Cultura i enogastronomia

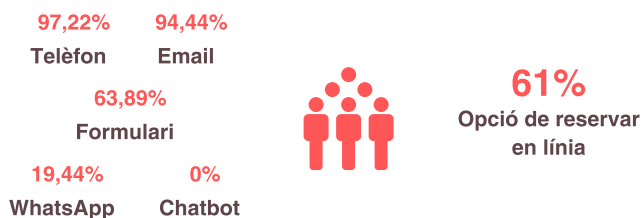
Contingut



Idiomes



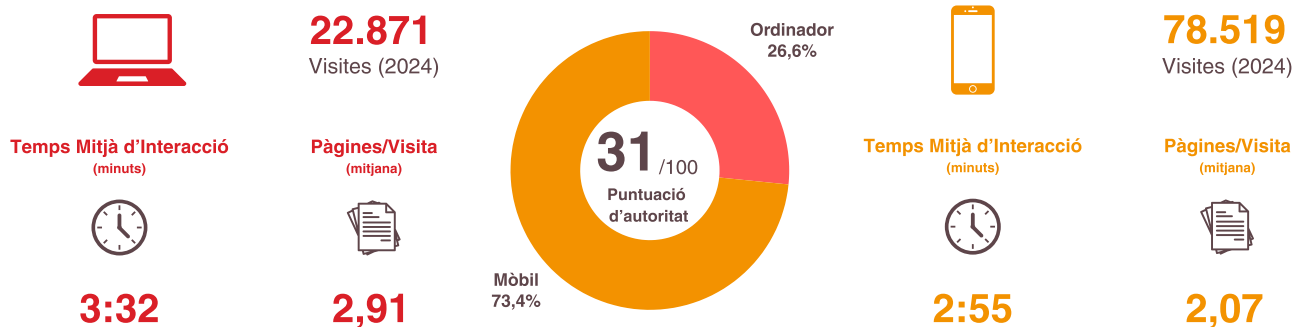
Atenció al client



Visibilitat i xarxes socials



Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



Conclusions

- Fins a un 82% de les empreses i entitats de Cultura i Enogastronomia del Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Bona part dels afiliats del sector cultural i enogastronòmic diferencien la seva oferta per al públic familiar, amb serveis i activitats segmentades segons l'edat (67%). D'aquests, un 13% adapten la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 77% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 41% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- El contingut web de les empreses i entitats d'aquest sector es mostra en tres llengües diferents de mitjana (català, castellà i anglès). Més de la meitat d'afiliats també tenen la seva pàgina web disponible en llengua francesa.
- Gairebé dos terços dels afiliats del sector cultural i enogastronòmic permeten les reserves en línia. Cap afiliat d'aquest sector inclou l'opció de contacte mitjançant un assistent virtual i només un 19% proposa WhatsApp.
- La visibilitat en línia és bona, ja que estan presents en tres plataformes diferents de mitjana.
- Les visites des dels dispositius mòbils són molt superiors a les que es realitzen des de l'ordinador, però el temps d'interacció dels usuaris i les pàgines visitades és força similar.

A group of people are canoeing on a river. In the foreground, a person with two braids and a blue life vest is seen from behind. In the middle ground, a man in a blue life vest is paddling. Other people are in canoes further back. The river is surrounded by dense green trees.

8. Actiu, esports, natura i oci



Identitat Digital

Actiu, esports, natura i oci

Contingut



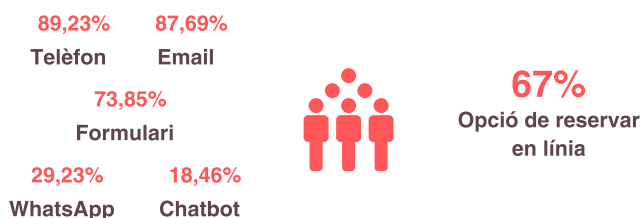
Idiomes

3,7
Idiomes de mitjana



CAT 95%
CAST 96%
ANG 84%
FR 60%

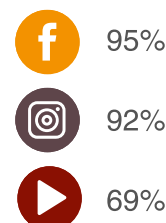
Atenció al client



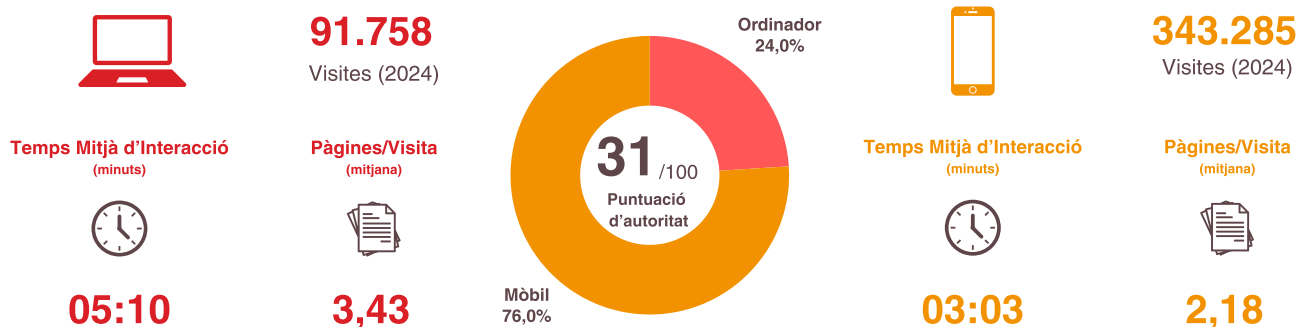
Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,6
Xarxes Socials de mitjana



Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



Conclusions

- Al voltant de la meitat de les empreses i entitats d'Actiu, Esports, Natura i Oci del Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Fins a un 80% dels afiliats d'aquest sector adapta la seva oferta de turisme familiar segons l'edat. D'aquests, 15% especialitzen la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 81% per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 56% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- Gairebé totes les pàgines web dels afiliats estan disponibles en català i castellà. Un 84% de les empreses i entitats també tenen la seva pàgina web disponible en anglès i un 60% en francès.
- L'opció de reservar en línia està present en dos terços de les pàgines web dels afiliats d'aquest sector.
- Tant la visibilitat en línia com la presència a les xarxes socials és bona, ja que estan actius en tres plataformes diferents de mitjana.
- Les visites des dels dispositius mòbils són molt superiors a les que es realitzen des de l'ordinador, però el temps d'interacció dels usuaris i les pàgines visitades és menor.

*A tenir en compte que aquesta categoria inclou l'anàlisi del web del parc de Portventura World com a oferta d'oci.



CATALUNYA

Generalitat
de Catalunya

Oficina de Turisme

Oficina de turismo
Tourist Office

9. Entitats Turístiques





Identitat Digital Entitats Turístiques

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
videos



90%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

62%

Oferta disponible per a
diferents edats

Idiomes

3,9
Idiomes de mitjana



CAT	100%
CAST	78%
ANG	70%
FR	64%

Atenció al client

96,30% **88,89%**
Telèfon Email

53,70%
Formulari

16,67% **1,85%**
WhatsApp Chatbot



11%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,7
Xarxes Socials de mitjana

	92%
	85%
	75%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



28.791
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)

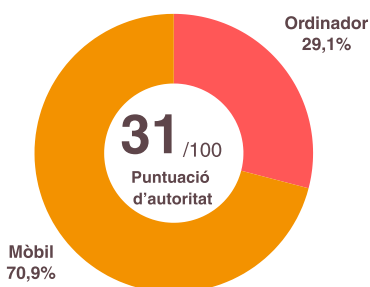


06:14

Pàgines/Visita
(mitjana)



3,24



100.145
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



03:13

Pàgines/Visita
(mitjana)



1,61

Conclusions

- Gairebé totes les entitats turístiques que formen part del Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Només un 62% de les entitats turístiques diferencien el seu contingut de turisme familiar segons l'edat. D'entre aquestes entitats, el 20% adapta la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), el 62% ho fa per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i el 42% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- De mitjana, les pàgines web de les entitats turístiques estan disponibles en tres llengües diferents. A banda del català, idioma utilitzat per totes les entitats, les altres llengües més habituals són el castellà, l'anglès i el francès.
- Les opcions de contacte més comuns són el telèfon i el correu electrònic. A més a més, la meitat de les entitats turístiques també disposen de formularis a la seva pàgina web, un 16% proporcionen el contacte a través de Whatsapp i només un 1% inclou l'assistent virtual.
- La presència a les xarxes socials és força alta, ja que les entitats d'aquest sector estan actives en tres plataformes diferents de mitjana. Les més freqüents són Facebook, Instagram i X.



10. Serveis Turístics



Identitat Digital Serveis Turístics

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
vídeos



68%
Oferta disponible per
a diferents edats

50%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

Idiomes

3,5
Idiomes de mitjana



CAT	75%
CAST	100%
ANG	87%
FR	37%

Atenció al client

93,75% **93,75%**
Telèfon Email

75%
Formulari

18,75% **25%**
WhatsApp Chatbot



62%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,1
Xarxes Socials de mitjana

	81%
	75%
	50%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



68.625
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)

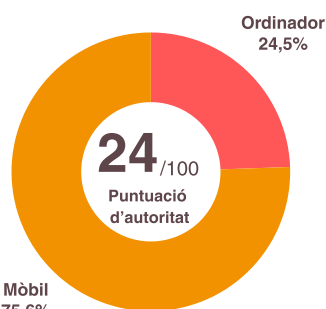


05:26

Pàgines/Visita
(mitjana)



2,75



336.638
Visites (2024)

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



03:38

Pàgines/Visita
(mitjana)



1,66

Conclusions

- La meitat de les empreses i entitats del sector dels Serveis Turístics que formen part del Programa de Turisme Familiar disposen de contingut dinàmic actualitzat a la seva pàgina web (blog, agenda o secció de notícies).
- Fins a un 68% dels afiliats diferencia el seu contingut segons les franges d'edat. D'aquests, el 62% adapta la seva oferta per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i el 56% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- Totes les pàgines web de les empreses i entitats de serveis turístics afiliades al Programa de Turisme Familiar estan disponibles en castellà. La segona llengua més utilitzada és l'anglès i la tercera el català. Només el 37% de les pàgines web estan disponibles en francès.
- L'opció de reservar en línia està present en un 62% de les pàgines web.
- Tant la visibilitat en línia com la presència a les xarxes socials és bona. De mitjana, les empreses de serveis turístics estan actives en tres plataformes diferents (Facebook, Instagram i X).
- Les visites des dels dispositius mòbils són molt superiors a les que es realitzen des de l'ordinador, però el temps d'interacció dels usuaris i les pàgines visitades és menor.

A family of four is hiking on a mountain ridge at sunset. The mother, on the left, wears a grey hoodie and a red backpack. The father, on the right, wears a green jacket and a green backpack. They are holding hands with their two children, a boy in a green jacket and a girl in a red jacket, who are also wearing backpacks. They are standing on a rocky ridge, looking out over a vast mountain range under a warm, golden sky.

11. Programa de Turisme Familiar



Identitat Digital

Programa de Turisme Familiar

Contingut

100%
Menús organitzats,
amb imatges i/o
vídeos



49%
Contingut dinàmic
actualitzat
Blog, agenda o secció de
notícies

78%
Oferta disponible per
a diferents edats

Idiomes

4,2
Idiomes de mitjana



CAT 94%
CAST 92%
ANG 83%
FR 71%

Atenció al client

94,49% **90,72%**
Telèfon Email

68,12%
Formulari

24,06% **16,23%**
WhatsApp Chatbot



70%
Opció de reservar
en línia

Visibilitat i xarxes socials

Fitxa Google My Business
Posicionament alt
No patrocinat

3,3
Xarxes Socials de mitjana



92%



90%



55%

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris



Actiu, Esports,
Natura i Oci **91,7**

Serveis Turístics **68,6**

Càmpings **41,6**

Entitats
Turístiques **28,7**

Hotels
i Aparthotels **24,1**

Cultura
i Enogastronomia **22,8**

Albergs **10,2**

Apartaments **4,3**

Allotjaments rurals **2,2**

Dades mitjanes
(en milers)

32.745

Mitjana Visites
Ordinador



Actiu, Esports,
Natura i Oci **343,2**

Serveis Turístics **336,6**

Càmpings **130,1**

Entitats
Turístiques **100,1**

Cultura
i Enogastronomia **78,5**

Hotel i Aparthotels **73,5**

Albergs **21,4**

Allotjaments rurals **15,4**

Apartaments **15,0**

Dades mitjanes
(en milers)

123.798

Mitjana Visites
Mòbil

Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)

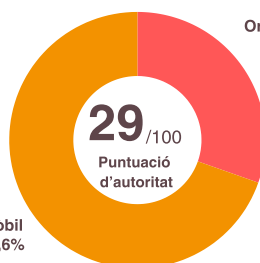


4:33

Pàgines/Visita
(mitjana)



3,41



Temps Mitjà d'Interacció
(minuts)



3:39

Pàgines/Visita
(mitjana)



1,81

12. Conclusions



Conclusions generals

Contingut

- Les pàgines web dels afiliats al Programa de Turisme Familiar de l'Agència Catalana de Turisme presenten el contingut de manera organitzada i clara, sovint amb menús intuïtius i imatges i/o vídeos, tot i que en alguns casos, seria recomanable actualitzar el disseny de la pàgina web per fer-la més atractiva visualment.
- Fins a un 78% dels afiliats presenta propostes de turisme familiar i informació sobre serveis i activitats per a aquest públic, adaptades segons les diferents franges d'edat. D'entre els afiliats que diferencien el seu contingut, un 38% adapta la seva oferta per als nadons (0 a 3 anys), un 77% ho fa per al públic infantil i juvenil (de 3 a 12 anys) i un 57% ho fa per als adolescents (més de 12 anys).
- Els afiliats de les categories d'Albergs i Càmpings són els que més diferencien el seu contingut i l'adapten en funció de l'edat (100% en ambdues categories). Es recomana seguir treballant en aquesta direcció per continuar especialitzant encara més l'oferta, adaptant-la a les necessitats específiques de les diferents franges d'edat.
- Les referències explícites sobre l'oferta especialitzada per a les famílies nombroses o monoparentals és anecdòtica. Seria interessant que aquests perfils de famílies poguessin trobar fàcilment l'oferta turística adaptada a les seves necessitats.
- Bona part dels afiliats del Programa de Turisme Familiar encara no consideren una prioritat el fet d'incloure una secció de contingut dinàmic a la seva pàgina web. De fet, només el 49% de les pàgines web dels afiliats disposen d'una secció actualitzada dedicada al contingut dinàmic, com ara un blog, una agenda o una secció de notícies.

Nivell de multilingüisme

- Les empreses i entitats del programa de Turisme Familiar mostren una gran obertura al mercat internacional, ja que les seves pàgines web estan disponibles en 4,2 llengües de mitjana, principalment el català, el castellà, l'anglès i el francès.
- D'entre els 345 afiliats, 326 tenen la seva pàgina web disponible en català i 321 en castellà, seguides de l'anglès (288 pàgines web) i del francès (247 pàgines web). En termes percentuals, el 94% de les pàgines web dels afiliats estan en català, un 92% en castellà, un 83% en anglès i un 71% en francès.
- Els Càmpings són els que mostren un nivell de multilingüisme més elevat, ja que les pàgines web dels afiliats d'aquest sector estan disponibles en una mitjana de 5,3 idiomes, seguits de ben a prop pels Hotels i Aparthotels, que presenten el seu contingut web en 4,9 idiomes de mitjana.
- Per altra banda, la categoria que mostra el nivell de multilingüisme més baix és la dels Albergs, amb només 2,3 idiomes de mitjana.

Atenció al client

- Pel que fa a les opcions de contacte, gairebé la totalitat de les empreses i entitats del Programa de Turisme Familiar proporcionen el seu telèfon o correu electrònic. Els formularis de contacte també són força habituals i més de dos terços de les pàgines web incorporen aquesta funcionalitat.
- En canvi, les opcions de contacte a través de WhatsApp o d'assistents virtuals continuen sent minoritàries, amb un 24,06% i un 16,23%, respectivament.
- Per altra banda, més de dos terços dels afiliats del Programa de Turisme Familiar permeten les reserves en línia, maximitzant així les oportunitats comercials i millorant l'experiència de l'usuari gràcies a la digitalització. Les categories relacionades amb l'allotjament vacacional són les que utilitzen més sovint aquesta funcionalitat, destaquen els Hotels i Aparthotels (96%), els Càmpings (95%) i els Apartaments (81%).

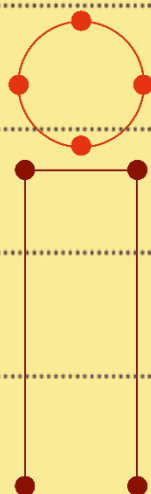


Visibilitat i presència a les xarxes socials

- La gran majoria de les pàgines web dels afiliats del Programa de Turisme Familiar gaudeixen d'un posicionament alt als cercadors i opten per no realitzar campanyes de patrocini. A més a més, gairebé la totalitat dels afiliats disposen d'una fitxa Google My Business, que proporciona la informació bàsica de contacte, enllaçada amb la pàgina web.
- De mitjana, les empreses i entitats estan presents en 3,3 xarxes socials, principalment Facebook, Instagram i X. Els Allotjaments Rurals són els menys actius a les xarxes socials, amb només 2 plataformes de mitjana, mentre que els afiliats de les Entitats Turístiques són els que obtenen resultats més alts amb una presència mitjana a 3,7 xarxes socials.

Visites a la pàgina web i comportament dels usuaris

- El nombre de visites des dels dispositius mòbils supera el de les efectuades des dels ordinadors, amb una mitjana de 123.798 i 32.745 visites, respectivament, durant l'any 2024.
- Els afiliats de les categories de Turisme Actiu, Esports, Natura i Oci, Serveis Turístics i Càmpings són els que van registrar més visites a les seves pàgines web durant l'any 2024, tant des d'ordinadors com des de dispositius mòbils. A tenir en compte que aquesta categoria inclou l'anàlisi del web del parc de Portventura World com a oferta d'oci.
- Tanmateix, les visites des dels ordinadors semblen ser més qualitatives que les que es realitzen des dels dispositius mòbils, ja que presenten un temps d'interacció superior (4:33 minuts des dels ordinadors davant de 3:39 des dels dispositius mòbils) i un nombre més alt de pàgines consultades durant cada visita (3,41 des dels ordinadors i 1,81 des dels dispositius mòbils).
- Pel que fa al temps d'interacció dels usuaris a les pàgines web, les categories que van obtenir més bons resultats l'any 2024 són les Entitats Turístiques (6:14 minuts) i els Càmpings (5:52 minuts), per a connexions efectuades des dels ordinadors. Des dels dispositius mòbils, són els Albergs (6:06 minuts) i els Càmpings (3:58 minuts) els que disposen d'un temps d'interacció més alt.



b2b.catalunya.com