



ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA A EMPURIABRAVA

Fase I. Aspectes metodològics	5
1.1. Definició d'objectius	6
1.2. Metodologia d'elaboració de l'índex de satisfacció turística	9
Fase II. Índex de Serveis per a la satisfacció turística	15
2.1. Perfil del visitant	16
2.2. Hàbits de comportament del visitant	18
2.3. Índex de Satisfacció turística factor a factor	20
2.4. Índex de Satisfacció dels factors per grans àmbits	29
Fase III. Resum i valoració general dels factors per a la satisfacció turística	34
3.1. Taula resum dels factors segons valoració, importància i diferencial	35
3.2. Taula resum dels factors segons grau de valoració	36
3.3. Taula resum dels factors segons grau d'importància	37

3.4. Representació gràfica dels factors segons la valoració i importància	38
3.5. Resum i valoració general dels factors per a la satisfacció turística	39
3.6. Factors que requireixen actuacions més immediates	41
3.7. Factors que requireixen actuacions a curt termini	42
3.8. Factors en els que no és rellevant actuar a curt termini	43
Fase III. Observacions qualitatives dels quatre grans àmbits	44
4.1. Observacions qualitatives dels quatre grans àmbits	45

El turisme és un sector cada vegada més potent i que ha esdevingut una peça clau en molts dels municipis del territori català. Si bé és cert que hi ha una forta competència, també ho és el fet que els visitants tracten de satisfer les seves necessitats de manera més exigent. És per aquests motius que és convenient estar preparat tot coneixent quins són els aspectes i interessos que requereixen els visitants.

Empuriabrava, municipi amb experiència en el turisme, presenta diversos serveis vinculats, en gran mesura, a aquest sector i que afecten, tant positiva com negativament, a l'experiència turística.

En aquest sentit, i per tal de conèixer les inquietuds, problemàtiques, necessitats, dels esmentats turistes que visiten el municipi costaner, l'ajuntament ha desenvolupat un estudi de satisfacció del turisme. Aquest document, intentarà plasmar les inquietuds dels visitants, esdevenint una radiografia sobre la percepció dels serveis actuals que són d'interès per als turistes, alhora que una eina de gran importància a fi d'implementar polítiques de millora i modernització d'aquest sector.

Aquest projecte s'ha realitzat durant el mesos d'agost a octubre de 2015. La direcció del projecte ha anat a càrrec de l'Oriol Cesena, i ha comptat amb la coordinació de la Maria Turell i l'equip tècnic de l'empresa FOCALIZZA.

FASE I. ASPECTES METODOLÒGICS

1. ASPECTES METODOLÒGICS:

1.1 DEFINICIÓ D'OBJECTIUS

1.1 DEFINICIÓ D'OBJECTIUS

L'objectiu principal del present projecte descansa en ***l'anàlisi de la satisfacció vers els serveis oferts per l'ajuntament des del punt de vista del visitant i amb la finalitat de definir patrons d'actuació que permetin millorar-ne el seu grau de competitivitat i d'atracció turística.***

En aquest sentit, ***l'estudi es centra en determinar quina és la valoració així com la importància que el visitant té a l'entorn de divuit factors de la gestió turística, agrupats en quatre grans àmbits temàtics: Serveis generals, Informació turística, Activitats i Activitat empresarial.***

En relació a l'estructuració general de l'estudi, aquest s'ha centrat en ***dues fases clarament diferenciades:***

Inicialment, l'estudi disposa d'una ***primera fase d'anàlisi d'aspectes metodològics***, on s'introdueix al lector en relació als objectius i la metodologia d'estudi.

La ***segona fase*** de l'estudi fa referència a ***l'anàlisi global dels indicadors de satisfacció del visitant dels serveis turístics gestionats per l'ajuntament i els seus elements relacionats.***

1.1 DEFINICIÓ D'OBJECTIUS

Aquesta segona fase s'inicia amb la **definició dels índexs de valoració**, fase que constarà de tres parts. En primer lloc, es planteja una **repassada global dels índex de valoració i importància**, que es tractaran tant de forma individualitzada com amb agrupacions per àmbits de satisfacció. En segon lloc, es proposarà una fase en la que ens concentrarem en els **diferencials**, que entenem com l'element clau de valoració de cada factor. Aquesta part es clourà amb un quadre general en el qual **es posaran en valor els resultats obtinguts**.

L'estudi prossegueix amb una sèrie de representacions gràfiques, en les que s'intentarà oferir una imatge clara i visual sobre els resultats obtinguts, i es clourà amb **un recull qualitatiu dels aspectes que, segons la percepció del visitant entrevistat, expressen els punts forts i febles del serveis turística d'Empuriabrava**.

1. ASPECTES METODOLÒGICS:
1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ
DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ
TURÍSTICA

1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA

Pel que fa a la metodologia seguida per a la realització de cadascun dels apartats anteriorment esmentats, procedim a continuació a detallar a grans trets quin ha estat el procediment i les fonts informatives utilitzades en l'àmbit empíric.

En referència a ***l'anàlisi dels indicadors de satisfacció amb la gestió, les dades s'han obtingut a través de la realització de 392 enquestes a Empuriabrava, principalment,*** durant els dies 27 i 28 d'agost de 2015, si bé una part d'aquestes han estat realitzades per l'equip de l'oficina de turisme d'Empuriabrava.

Pel que fa a l'àmbit de procedència dels enquestats, ***s'han valorat els visitants, a fi que puguin valorar els serveis turístics que s'hi estan oferint de manera fidedigna.***

D'aquesta manera, el global d'enquestes realitzades ***representen un marge d'error de +/- 5% per a un nivell de confiança del 95% i essent $P = Q = 0,5$.***

1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA

El present apartat té per objectiu realitzar un **reconeixement del grau de satisfacció dels visitants d'Empuriabrava des de la perspectiva dels serveis turístics**, és a dir, de **quina és la valoració dels elements turístics que el visitant troba al municipi, així com el nivell d'importància que li atorga**.

A l'analitzar la satisfacció, entenem que cal fer-ho en un **sentit ampli**. Per això, no només s'inclouen només els serveis directament relacionats amb l'oferta turística, sinó que també es tracten els serveis generals **desglossats, pel que fa als índexs construïts, en divuit factors agrupats a l'entorn de quatre grans àmbits, i que són els següents:**

A. Factors vinculats als serveis generals



Seguretat
ciutadana



Senyalització



Aparcament



Trasnport
públic



Neteja



Platges



Carrils bici

1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA

B. Factors vinculats a la informació turística



Informació rebuda



Tracte rebut

C. Factors vinculats a activitats varies



Esport a la platja



Animació nocturna



Animació infantil

1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA

D. Factors vinculats a l'activitat empresarial



Qualitat de l'allotjament



Tracte rebut als allotjaments



Qualitat de la restauració



Tracte rebut a la restauració



Qualitat de l'oferta comercial



Tracte rebut als comerços

1.2 METODOLOGIA D'ELABORACIÓ DE L'ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA

D'aquesta manera, i ***un cop identificats aquest conjunt d'indicadors*** que serviran per a la construcció dels índex i diferencials de satisfacció, ***s'ha procedit a enquestar els turistes que visiten el municipi d'Empuriabrava sobre la seva valoració i importància.*** D'aquesta manera, ***s'ha demanat a l'enquestat que indiqués quin era el seu grau de valoració així com el nivell d'importància entre les següents categories:***

Valoració: 1. Dolenta, 2. Regular, 3. Bona, 4. Molt bona

Importància: 1. Gens, 2. Poca, 3. Bastant, 4. Molta

Cal apuntar, així mateix, que ***per a la confecció dels índex*** que es presentaran a continuació, s'ha seguit la metodologia que acostuma a emprar la nostra empresa en projectes de característiques similars, en la conversió dels resultats. D'aquesta manera, ***s'han atorgat els valors 1, 4, 7 i 9 a les valoracions “gens”, “poca”, “bastant” i “molta” respectivament pel cas de la importància.*** Així mateix, i ***pel cas de la valoració del conjunt de factors efectuada, s'ha utilitzat el mateix patró de conversió*** a efectes que sigui possible construir-ne un diferencial comparable. D'aquesta manera, ***a les respostes “dolenta”, “regular”, “bona” i “molt bona” els han correspost els valors 1, 4, 7 i 9, respectivament.***

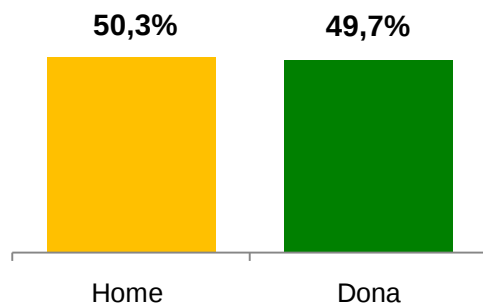
FASE II. ÍNDEX DE SERVEIS PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA

2. ÍNDEX DE SERVEIS PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA

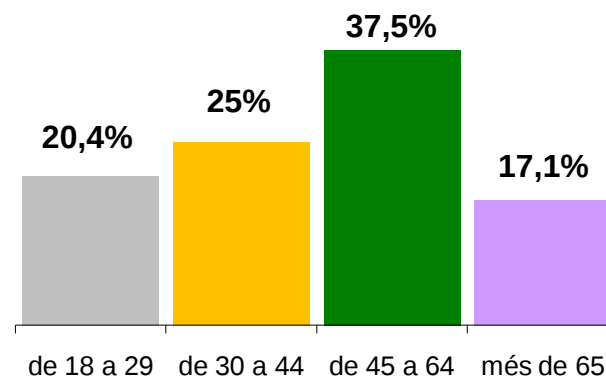
2.1 PERFIL DEL VISITANT

2.1 PERFIL DEL VISITANT

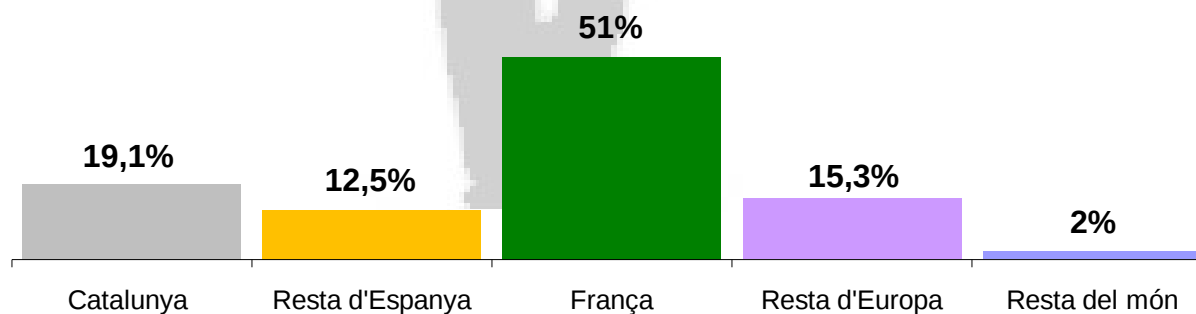
GRÀFIC 1. GÈNERE DELS ENQUESTATS



GRÀFIC 2. EDAT DELS ENQUESTATS



GRÀFIC 3. PROCEDÈNCIA DELS ENQUESTATS

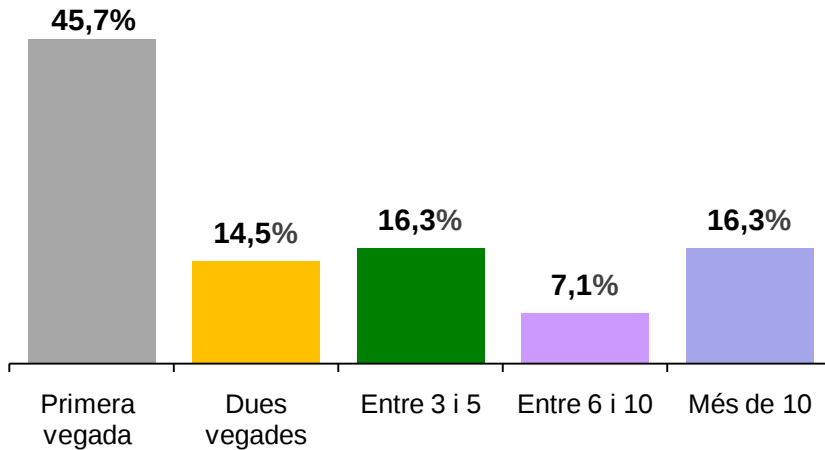


Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

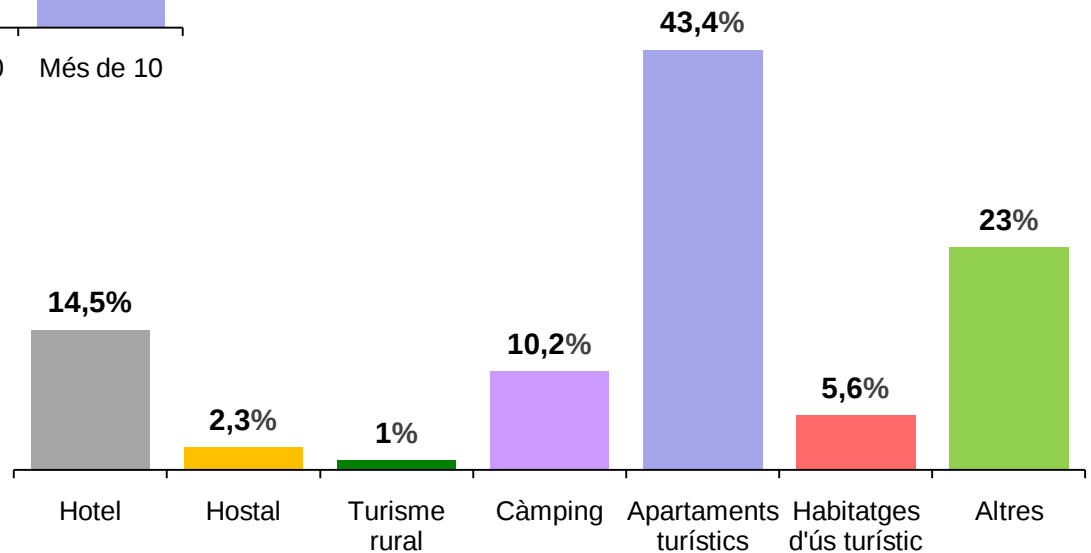
***2. ÍNDEX DE SERVEIS
PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA
2.2 HÀBITS DE COMPORTAMENT DEL
VISITANT***

2.2 HÀBITS DE COMPORTAMENT DEL VISITANT

GRÀFIC 4. NOMBRE DE VISITES AL MUNICIPI DELS ENQUESTATS



GRÀFIC 5. TIPUS D'ALLOTJAMENT DELS ENQUESTATS



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

***2. ÍNDEX DE SERVEIS
PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA
2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ
TURÍSTICA FACTOR A FACTOR***

2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA FACTOR A FACTOR

Índexs de satisfacció globals

Un cop ja hem vist les característiques i opinió general dels visitants d'Empuriabrava, passem ara a analitzar quins han estat els resultats obtinguts per a cadascun dels divuit factors estudiats. Tal i com s'ha explicat en l'apartat introductori, ***les dades s'han processat en base a una escala decimal, de forma que sigui possible la seva comparació directa entre factors.***

A. Valoració

El primer gran indicador base utilitzat ha estat l'índex de valoració que cadascun dels factors obtenen pel cas d'Empuriabrava. Aquesta dada ***serveix principalment com a indicador de quina és la resposta percebuda o servei avaluat que el visitant experimenta respecte els serveis turístics del municipi.***

Aquesta serà, doncs, una dimensió essencial que haurem de tenir plenament present per a determinar quina és la imatge i valoració concreta que el visitant té sobre Empuriabrava. Així, ***aquest indicador servirà per contrastar-lo amb el d'importància per poder construir una variable que contempli la distància existent per a cada factor entre el grau d'expectatives que el visitant té i la resposta real que li ofereix el municipi.***

B. Importància

Fixem-nos, en segon terme, en l'índex d'importància que cadascun dels factors obté. Aquesta és una xifra que ***serveix com a indicador de quina és la resposta esperada o servei ideal que el visitant espera rebre del municipi turístic.***

Així mateix, aquesta ***dimensió també l'haurem de tenir molt en compte per a determinar quines són les expectatives dels visitants d'Empuriabrava.***

C. Diferencial

A continuació, ens fixarem en el ***diferencial existent entre la valoració que els visitants atorguen a cada factor i la importància que en fan***. Tal i com s'ha dit anteriorment, el fet que aquest indicador incorpori ambdues variables fa que sigui possible una optimització en l'ordenació dels elements considerats.

Aquesta magnitud, ***que anomenarem “diferencial” o “gap”, serà el que ens permetrà relativitzar i optimitzar les valoracions obtingudes***, de manera que es puguin determinar actuacions futures, especialment, en aquells factors en què la valoració del visitant sigui alta però on actualment no es consideri com adequada la resposta que s'ofereix.

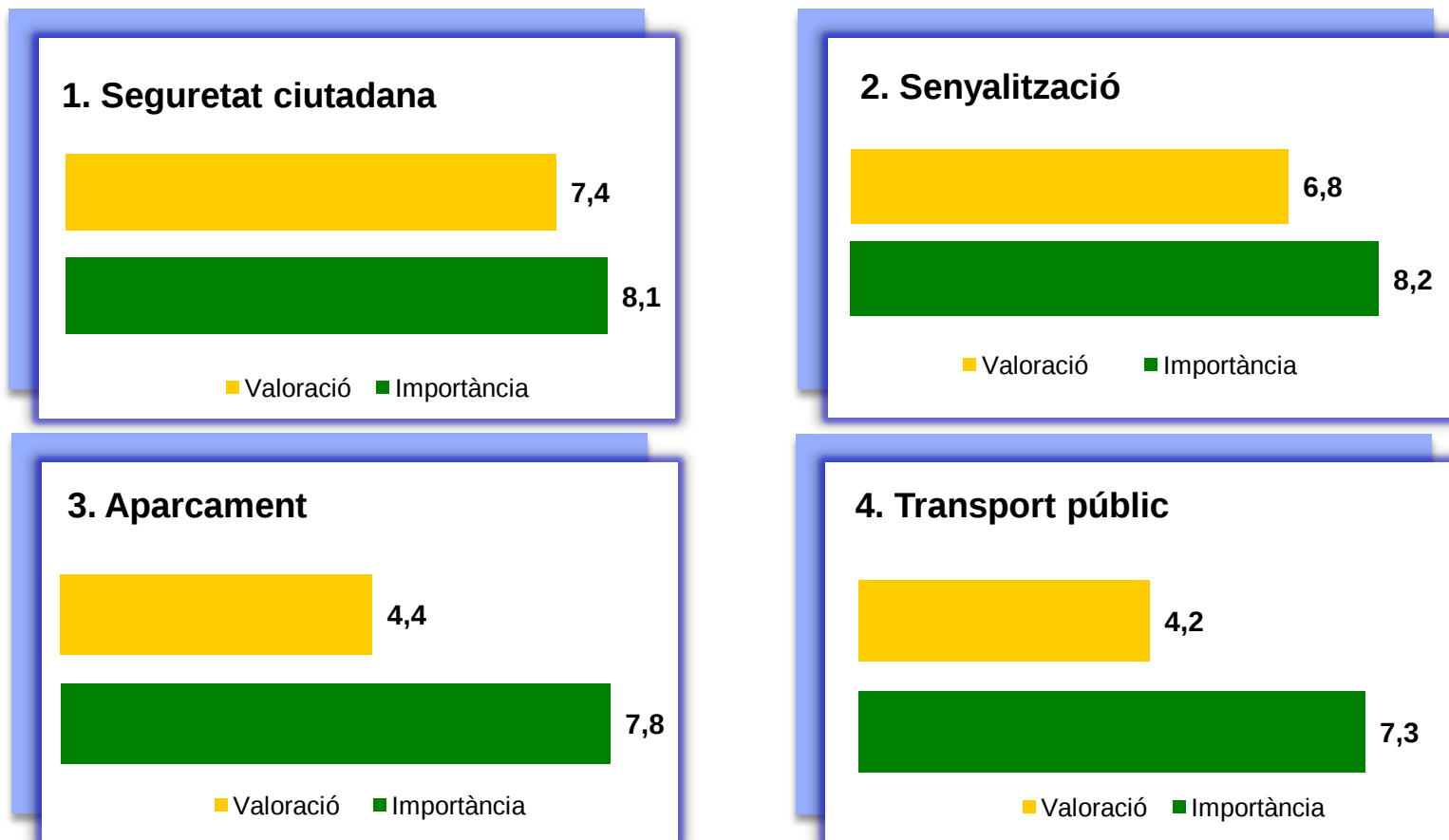
Així, si un factor determinat té una valoració molt negativa per part del visitant, però en canvi obté també una importància molt reduïda, el seu índex de diferencial serà baix. En canvi, un factor en què la valoració sigui moderada però sigui considerat essencial pel visitant, obtindrà un diferencial de major magnitud.

Podem dir per tant, que ***l'índex diferencial té una elevadíssima utilitat a l'hora de fixar les polítiques de millora i d'optimització respecte a la situació actual del municipi, actuant com a indicador de la urgència i el grau de visibilitat i percepció directa de les actuacions per part del visitant en l'activitat turística***.

D'aquesta manera, comencem el nostre anàlisi amb l'estudi de la valoració i la importància mitjana de tots els factors considerats.

2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA FACTOR A FACTOR

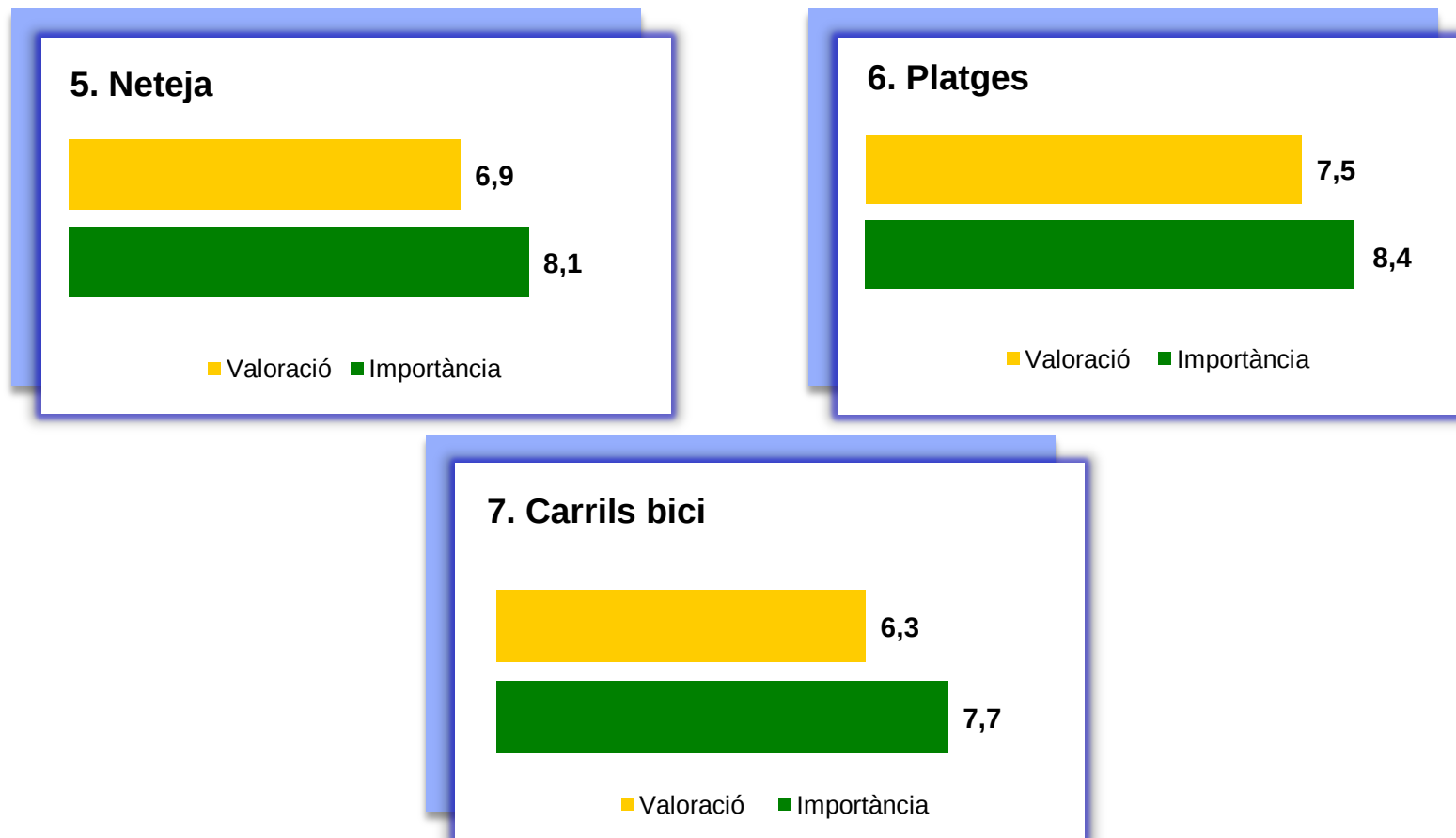
**FIGURA 1. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS EN RELACIÓ
ALS SERVEIS GENERALS**



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

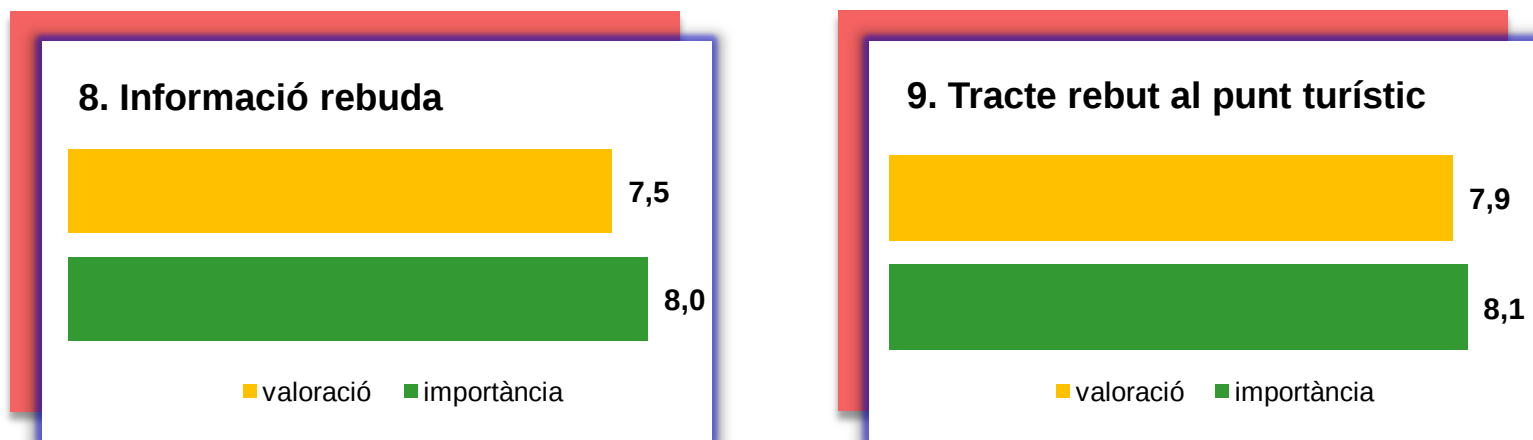
2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA FACTOR A FACTOR

**FIGURA 2. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS EN RELACIÓ
ALS SERVEIS GENERALS**



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

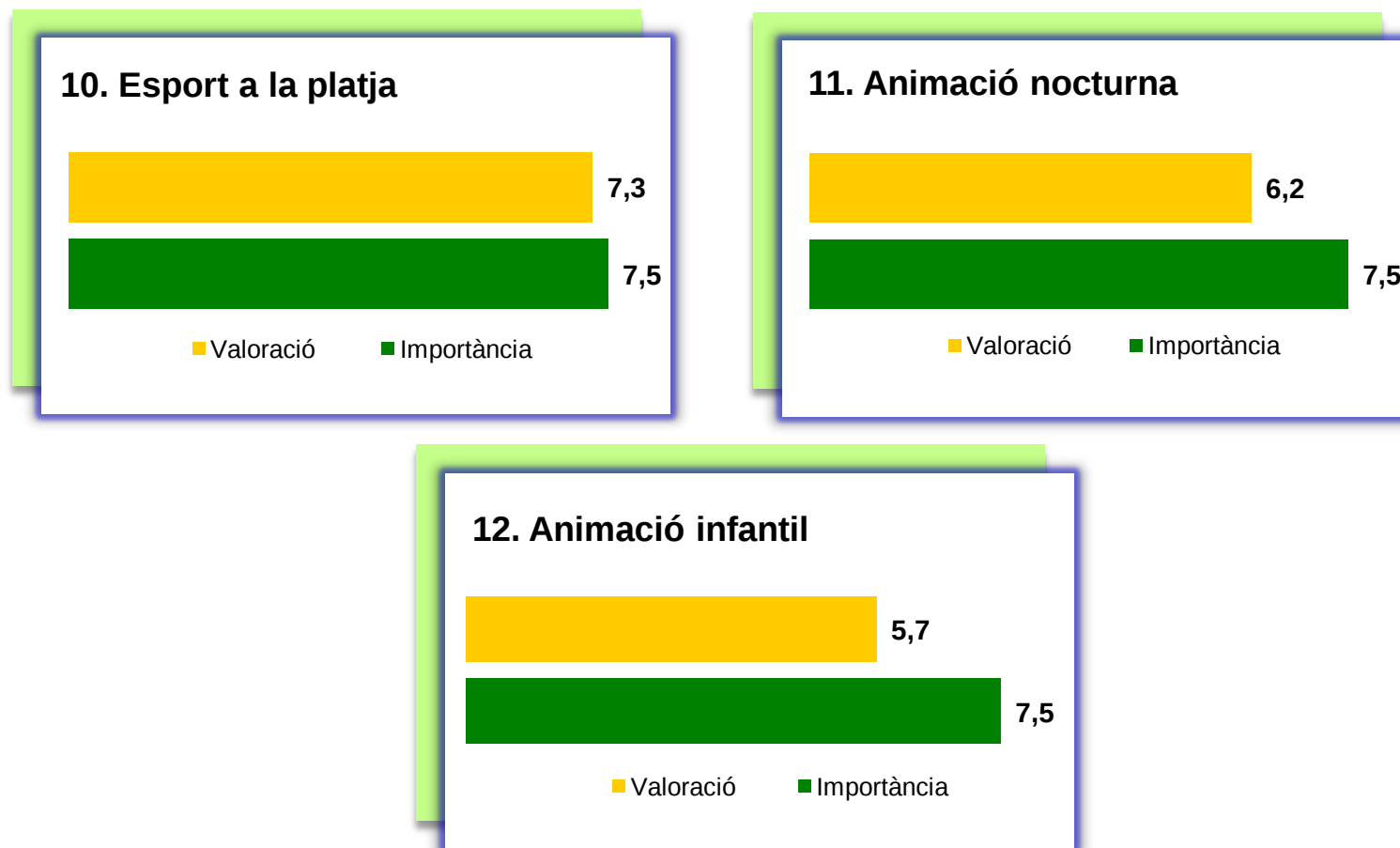
**FIGURA 3. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS
EN RELACIÓ A LA INFORMACIÓ TURÍSTICA**



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA FACTOR A FACTOR

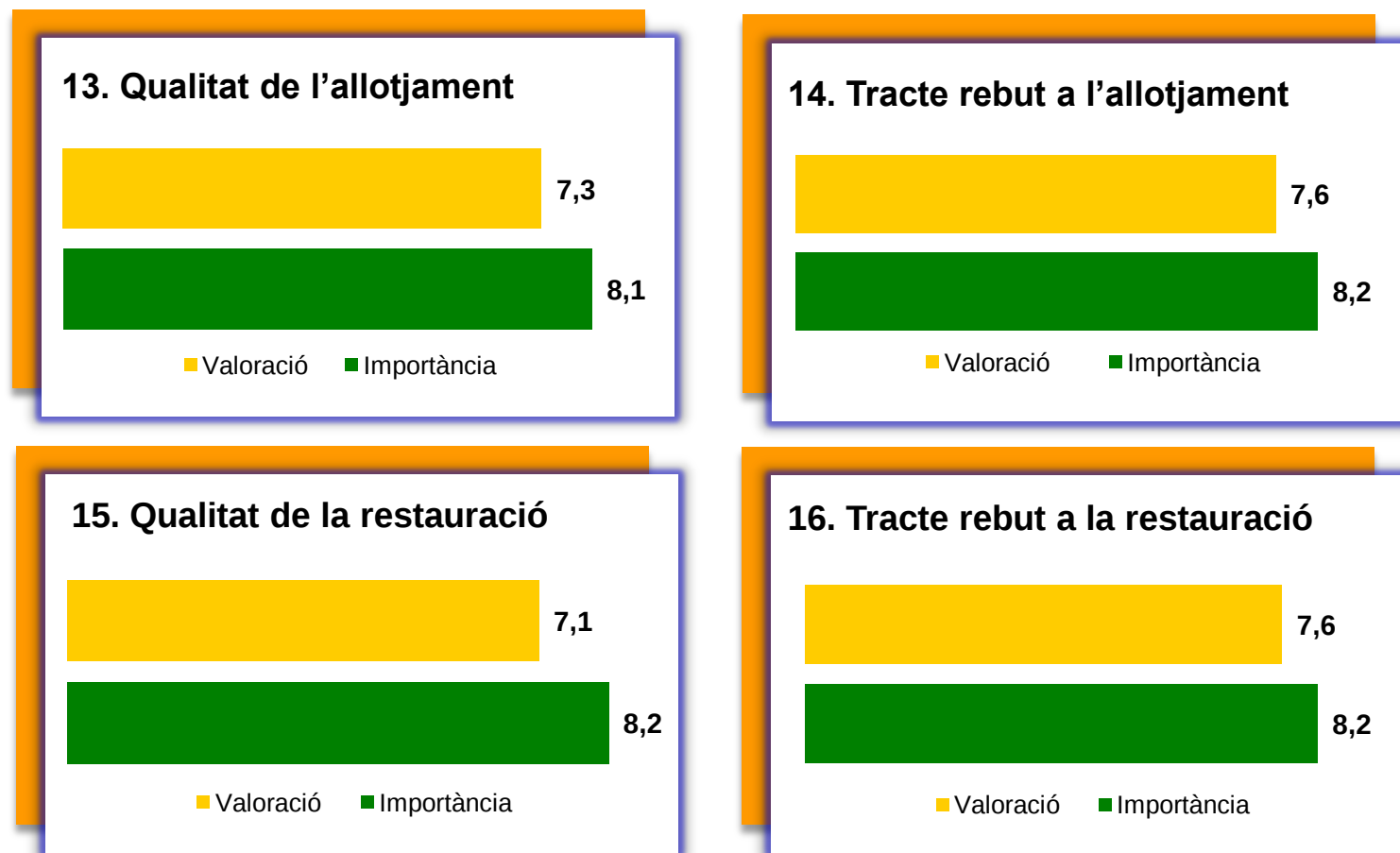
FIGURA 4. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS EN RELACIÓ A ACTIVITATS VÀRIES



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

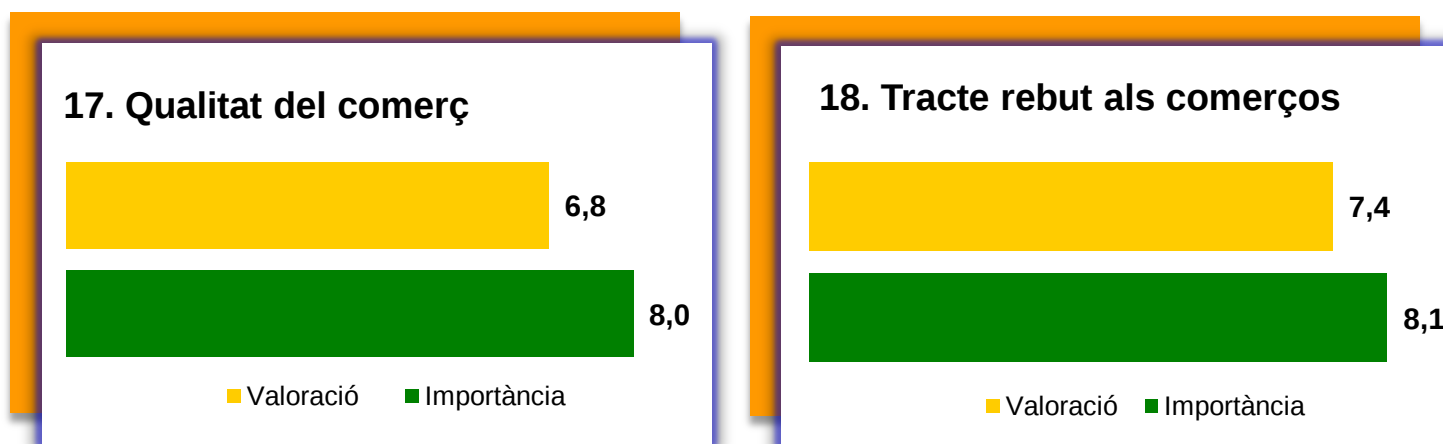
2.3 ÍNDEX DE SATISFACCIÓ TURÍSTICA FACTOR A FACTOR

FIGURA 5. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS EN RELACIÓ A L'ACTIVITAT EMPRESARIAL



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

FIGURA 6. VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS FACTORS EN RELACIÓ A L'ACTIVITAT EMPRESARIAL

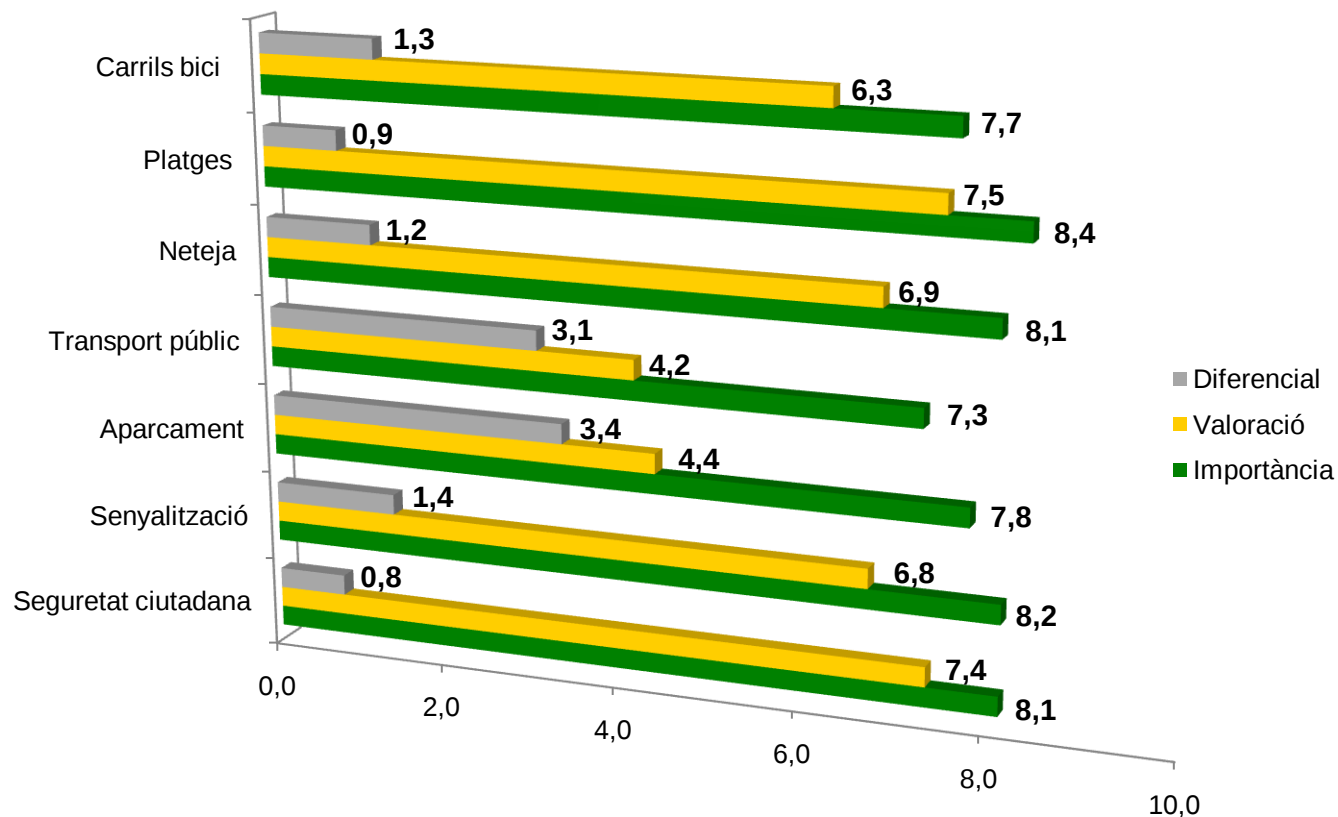


Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

**2. ÍNDEX DE SERVEIS
PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA
2.4 ÍNDEXS DE SATISFACCIÓ DELS
FACTORS PER GRANS ÀMBITS**

2.4 ÍNDEXS DE SATISFACCIÓ DELS FACTORS PER GRANS ÀMBITS

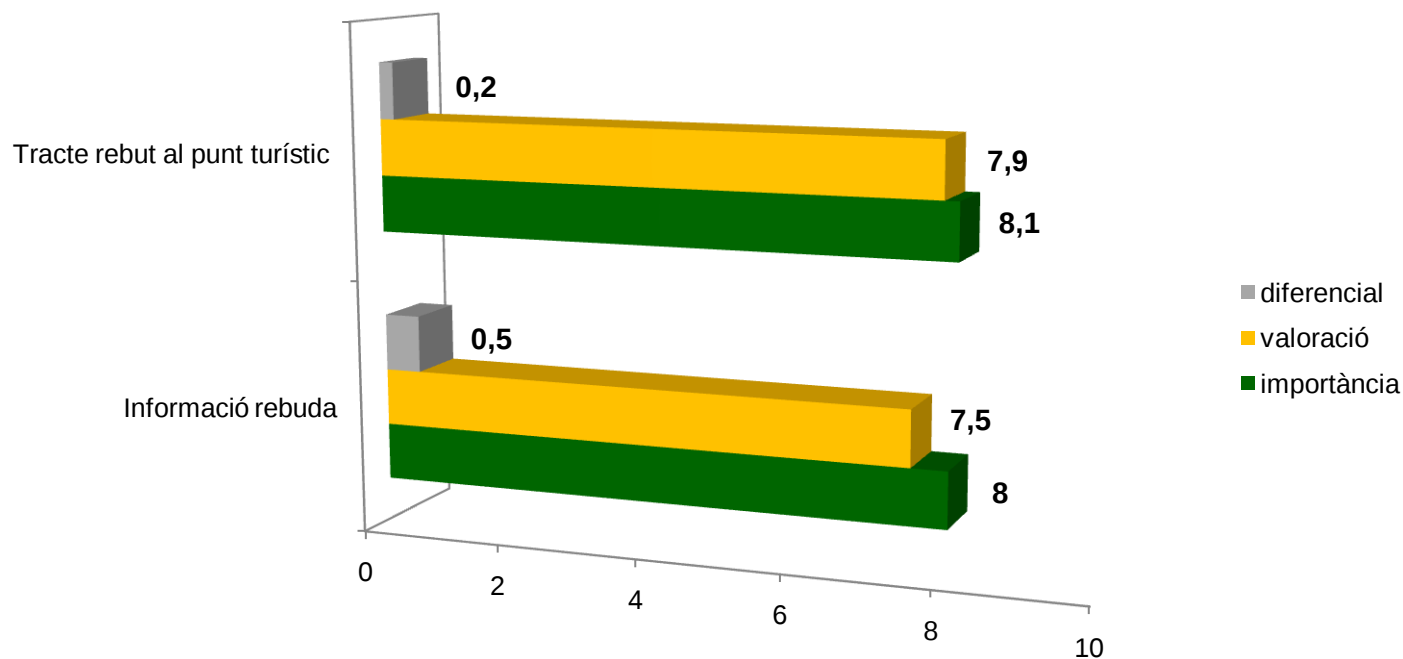
GRÀFIC 6. SERVEIS GENERALS - VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

2.4 ÍNDEXS DE SATISFACCIÓ DELS FACTORS PER GRANS ÀMBITS

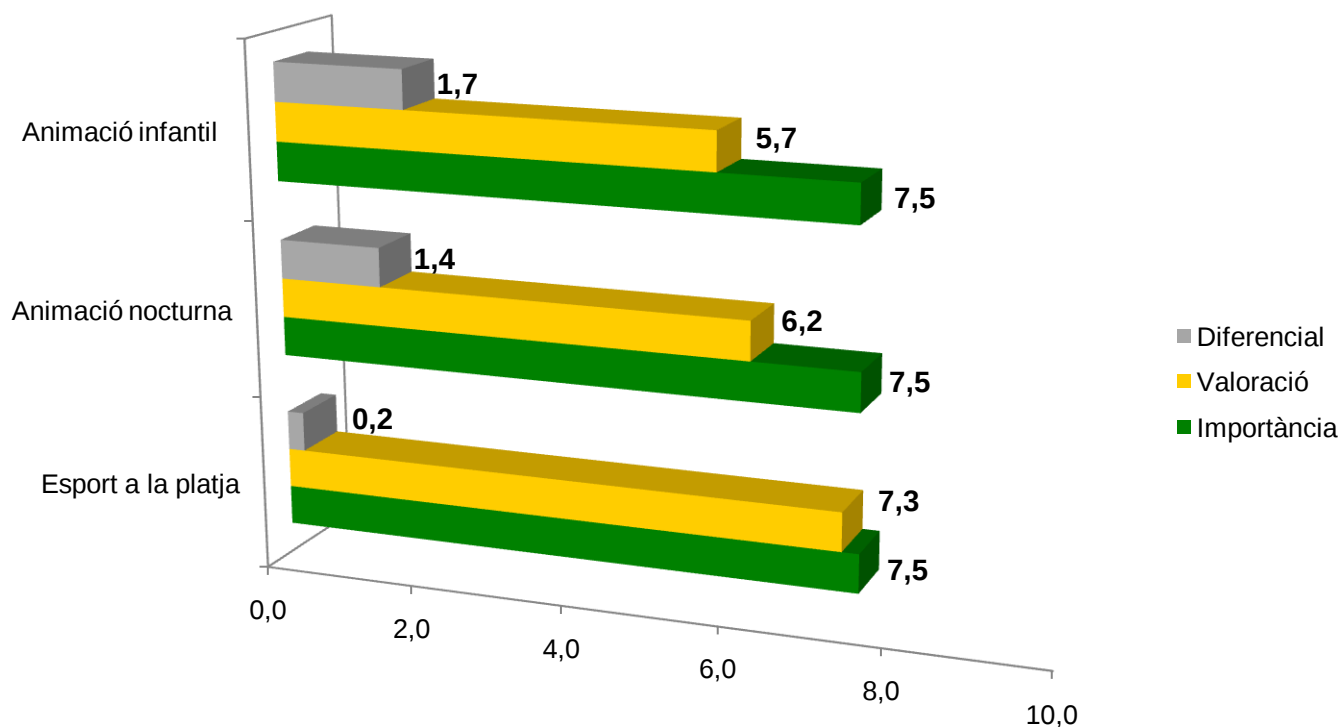
GRÀFIC 7. INFORMACIÓ TURÍSTICA - VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

2.4 ÍNDEXS DE SATISFACCIÓ DELS FACTORS PER GRANS ÀMBITS

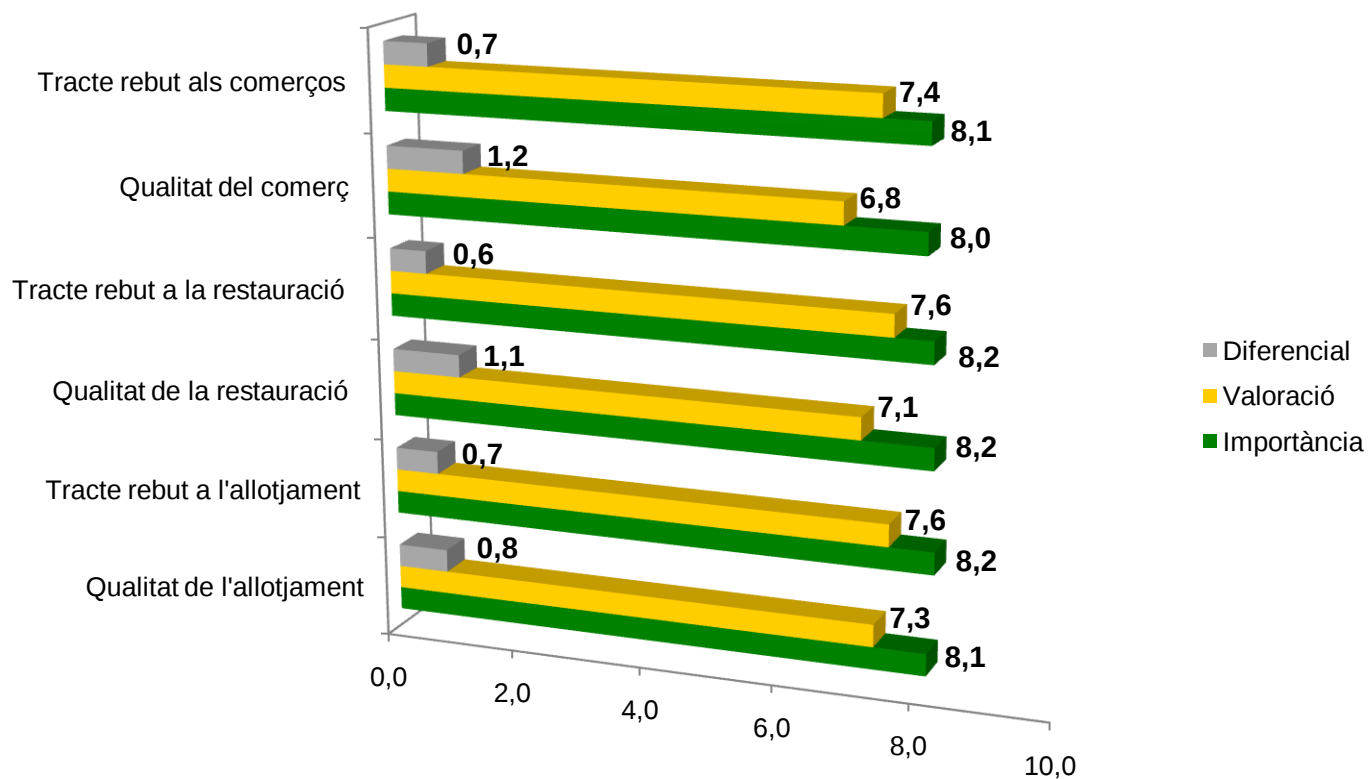
GRÀFIC 8. ACTIVITATS VÀRIES - VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

2.4 ÍNDEXS DE SATISFACCIÓ DELS FACTORS PER GRANS ÀMBITS

GRÀFIC 9. ACTIVITAT EMPRESARIAL - VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

III. RESUM I VALORACIÓ GENERAL DELS FACTORS PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA

3.1 TAULA RESUM DELS FACTORS SEGONS VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL

FIGURA 7. TAULA RESUM DELS FACTORS SEGONS VALORACIÓ, IMPORTÀNCIA I DIFERENCIAL

	Valoració	Importància	Diferencial
Seguretat ciutadana	7,4	8,1	0,8
Senyalització	6,8	8,2	1,4
Aparcament	4,4	7,8	3,4
Transport públic	4,2	7,3	3,1
Neteja	6,9	8,1	1,2
Platges	7,5	8,4	0,9
Carrils bici	6,3	7,7	1,3
Informació rebuda	7,5	8,0	0,5
Tracte rebut al punt turístic	7,9	8,1	0,2
Esport a la platja	7,3	7,5	0,2
Animació nocturna	6,2	7,5	1,4
Animació infantil	5,7	7,5	1,7
Qualitat de l'allotjament	7,3	8,1	0,8
Tracte rebut a l'allotjament	7,6	8,2	0,7
Qualitat de la restauració	7,1	8,2	1,1
Tracte rebut a la restauració	7,6	8,2	0,6
Qualitat del comerç	6,8	8,0	1,2
Tracte rebut als comerços	7,4	8,1	0,7

Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.2 TAULA RESUM DELS FACTORS SEGONS GRAU DE VALORACIÓ

FIGURA 8. TAULA DELS FACTORS SEGONS GRAU DE VALORACIÓ

Tracte rebut al punt turístic	7,9
Tracte rebut a l'allotjament	7,6
Tracte rebut a la restauració	7,6
Platges	7,5
Informació rebuda	7,5
Seguretat ciutadana	7,4
Tracte rebut als comerços	7,4
Esport a la platja	7,3
Qualitat de l'allotjament	7,3
Qualitat de la restauració	7,1
Neteja	6,9
Senyalització	6,8
Qualitat del comerç	6,8
Carrils bici	6,3
Animació nocturna	6,2
Animació infantil	5,7
Aparcament	4,4
Transport públic	4,2

Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.3 TAULA RESUM DELS FACTORS SEGONS GRAU D'IMPORTÀNCIA

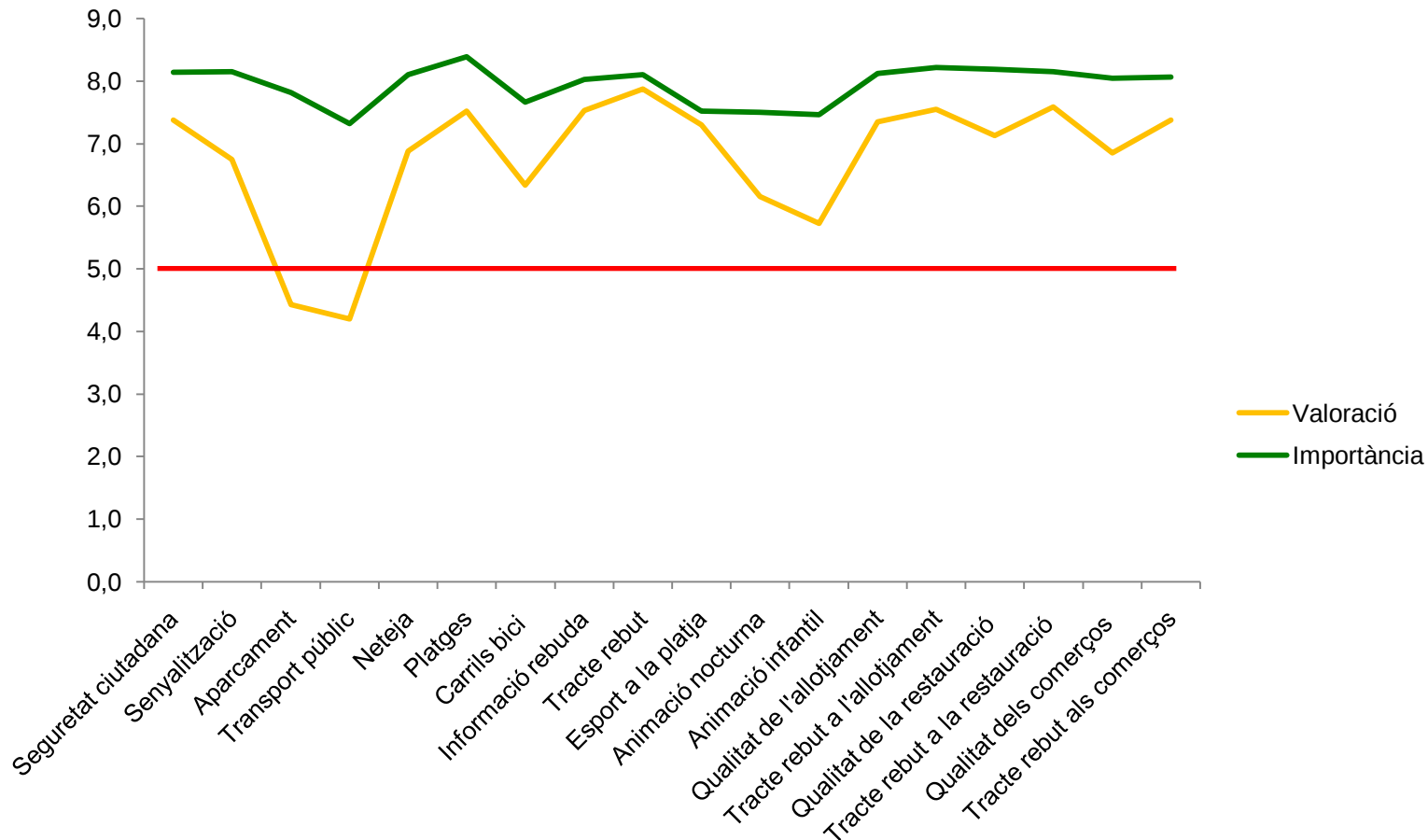
FIGURA 9. TAULA DELS FACTORS SEGONS GRAU D'IMPORTÀNCIA

Platges	8,4
Senyalització	8,2
Tracte rebut a l'allotjament	8,2
Qualitat de la restauració	8,2
Tracte rebut a la restauració	8,2
Seguretat ciutadana	8,1
Neteja	8,1
Tracte rebut al punt turístic	8,1
Qualitat de l'allotjament	8,1
Tracte rebut als comerços	8,1
Informació rebuda	8
Qualitat del comerç	8
Aparcament	7,8
Carrils bici	7,7
Animació infantil	7,5
Esport a la platja	7,5
Animació nocturna	7,5
Transport públic	7,3

Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.4 REPRESENTACIÓ GRÀFICA DELS FACTORS SEGONS LA VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA

GRÀFIC 10. FACTORS SEGONS LA VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.5 RESUM I VALORACIÓ GENERAL DELS FACTORS PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA

Així doncs, pel que fa a la valoració dels diversos factors vinculats al turisme, es desprèn que:

- Els visitants enquestats consideren que els serveis **turístics més ben valorats són: el tracte rebut al punt turístic (7,9), el tracte rebut a l'allotjament (7,6), el tracte rebut a la restauració (7,6), les platges (7,5), la informació rebuda al punt turístic (7,5), la seguretat ciutadana (7,4), el tracte rebut als comerços (7,4), l'esport a la platja (7,3), la qualitat de l'allotjament (7,3), la qualitat de la restauració (7,1), la neteja (6,9), la senyalització (6,8), la qualitat del comerç (6,8), els carrils bici (6,3), l'animació nocturna (6,2), l'animació infantil (5,7), l'aparcament (4,4) i, finalment, el transport públic (4,2).**

- Els visitants d'Empuriabrava creuen que els **serveis turístics més importants són: les platges (8,4), la senyalització (8,2), el tracte rebut a l'allotjament (8,2), la qualitat de la restauració (8,2), el tracte rebut de la restauració (8,2), la seguretat ciutadana (8,1), la neteja (8,1), el tracte rebut al punt turístic (8,1), la qualitat de l'allotjament (8,1), el tracte rebut als comerços (8,1), la informació rebuda al punt turístic (8), la qualitat del comerç (8), l'aparcament (7,8), els carrils bici (7,7), l'animació infantil (7,5), l'esport a la platja (7,5), l'animació nocturna (7,5) i , per acabar, el transport públic (7,3).**

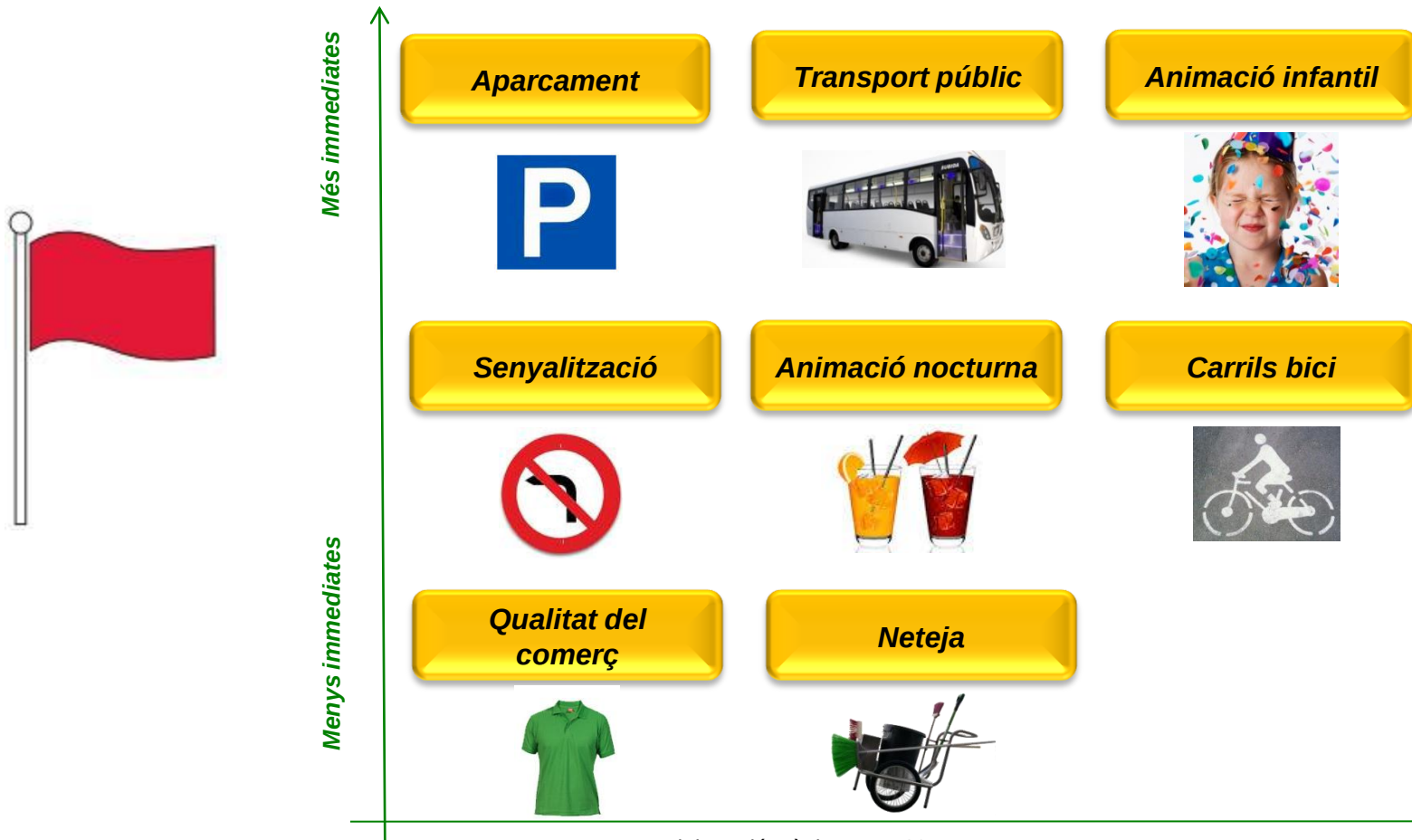
3.5 RESUM I VALORACIÓ GENERAL DELS FACTORS PER A LA SATISFACCIÓ TURÍSTICA

Pel que fa als diferencials obtinguts, s'observa que:

- D'una banda, tant ***l'aparcament com el transport públic*** presenten els diferencials més elevats ***amb xifres de 3,4 i 3,1, respectivament***. Així doncs, en aquests àmbits ***caldria millorar considerablement***.
- Per altra banda, els factors d'Empuriabrava que ofereixen una resposta dels visitants amb menor diferencialitat, són el ***tracte rebut al punt turístic i l'esport a la platja, amb xifres de 0,2 en els dos casos***. En aquest sentit, els àmbits mostren que ambdós serveis prestats ***satisfan les necessitats dels visitants d'Empuriabrava***.

3.6 FACTORS QUE REQUEREIXEN ACTUACIONS MÉS IMMEDIATES

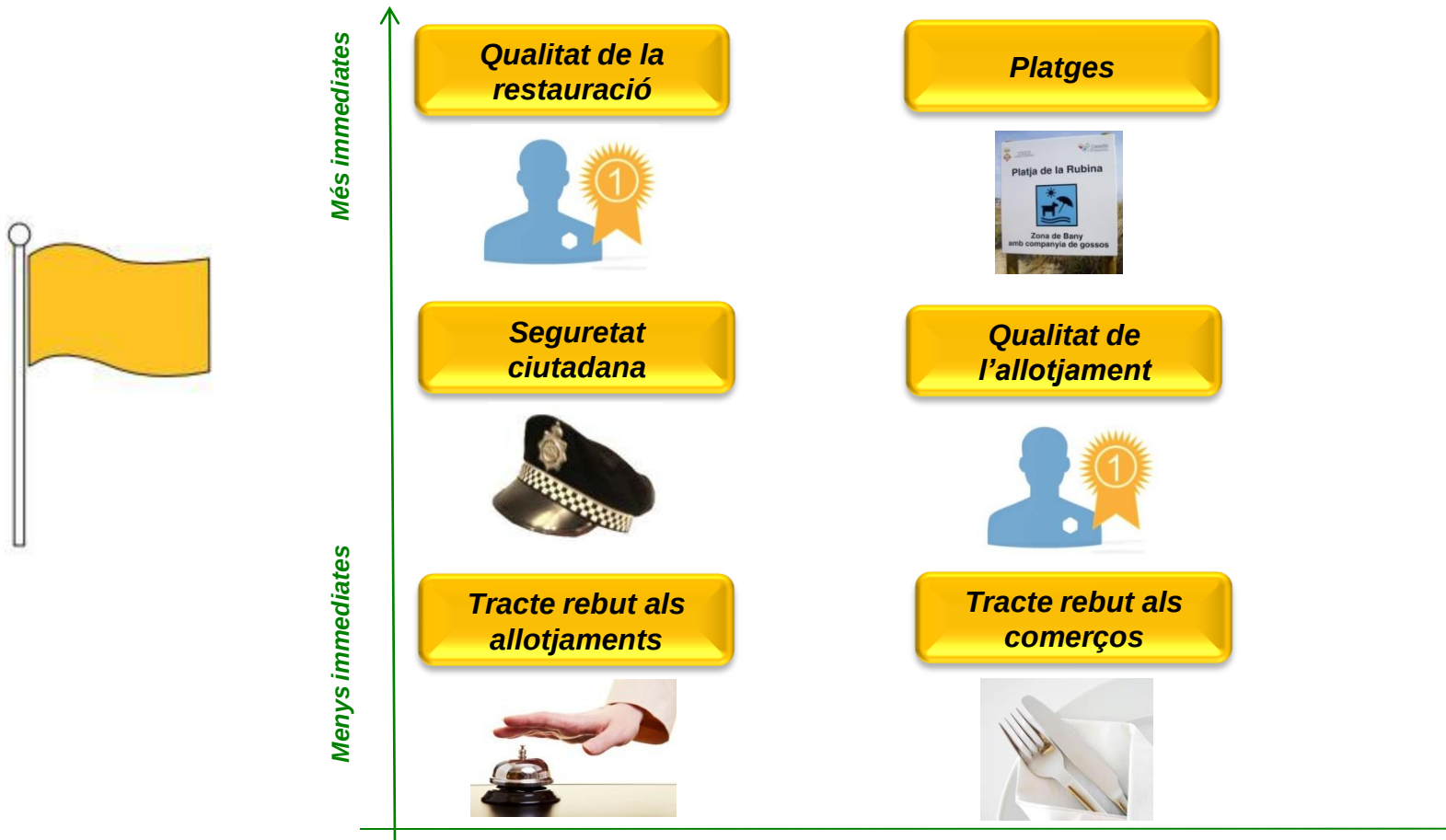
FIGURA 10. FACTORS QUE REQUEREIXEN ACTUACIONS MÉS IMMEDIATES



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.7 FACTORS QUE REQUEREIXEN ACTUACIONS A CURT TERMINI

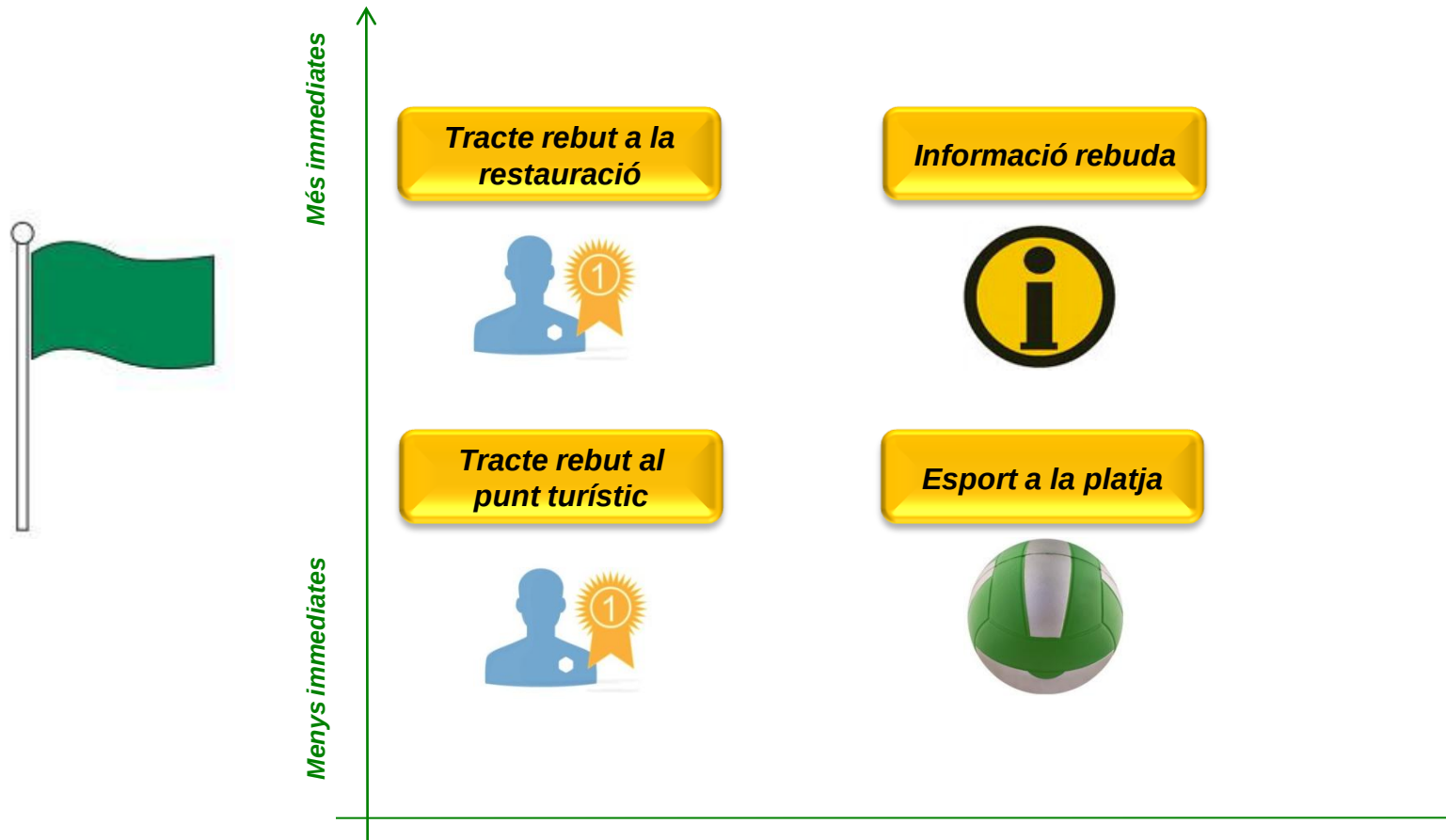
FIGURA 11. FACTORS QUE REQUEREIXEN ACTUACIONS A CURT TERMINI



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

3.8 FACTORS EN ELS QUE NO ÉS RELLEVANT ACTUAR A CURT TERMINI

FIGURA 12. FACTORS EN ELS QUE NO ÉS RELLEVANT ACTUAR A CURT TERMINI



Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

III. OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

La darrera secció del treball descansa en la explicació per àmbits de les ***observacions qualitatives extretes de les enquestes realitzades als visitants d'Empuriabrava***.

En aquest sentit, aquestes estan dividides en els corresponents àmbits treballats de l'enquesta, així com pels divuit factors en els que, en alguns casos, s'ha inclòs un apartat "d'altres aspectes" vinculats als corresponents àmbits.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

A. Serveis generals

Aquest apartat s'ha ocupat de copsar quines són les opinions dels visitants en relació a:

Seguretat ciutadana

Pel que fa a la seguretat ciutadana, hi ha qui creu que a Empuriabrava **hi falta més presència policial**, sobretot, per al control de la circulació i compliment de normes de conducció. A més, un corrent de visitants afirma el sorgiment de diversos robatoris els últims mesos.

Tanmateix, **d'altres visitants adquireixen un punt de vista positiu** en vers la seguretat ciutadana tot opinant que hi és molt present i que s'hi senten segurs.

Senyalització

Respecte al segon factor, la senyalització, existeix un corrent generalitzat que creu que **les indicacions per arribar al municipi són confuses i que hi és fàcil d'equivocar-se**. A més, coincideixen en afirmar una **certa falta de senyalització al centre urbà** d'Empuriabrava, tant referent als recursos del municipi (platges, serveis,...) com a les senyals vials (tant per als vianants, per als ciclistes com per a la resta de vehicles).

Pel que fa a la senyalització de la zona d'aparcament, una part dels enquestats explica que *“no es veu el tipus de zona que és fins que no hi ets”*. Així, es comenta que caldria *“explicar bé quines són les condicions de cada tipus de zona d'aparcament per a evitar malentesos”*.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Aparcament

D'acord amb les enquestes realitzades als visitants d'Empuriabrava, el següent factor és un dels més destacats quan a nombre d'enquestats que hi ha volgut dir la seva.

A tals efectes, una majoria molt àmplia està en **desacord amb el fet que la zona d'aparcament no sigui gratuïta**, i ho manifesten amb frases com “*es fa difícil trobar lloc d'aparcament que no s'hagi de pagar*”. A més, el mateix corrent afegeix que, a dia d'avui, **la zona d'aparcament ha augmentat les tarifes respecte d'altres anys així com la no existència de tarifes de bonificació**.



Figura 13: Zona d'aparcament d'Empuriabrava. Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

També hi ha visitants que comenten percebre una reducció de flux de turistes al municipi tot relacionant-lo amb la implantació de la zona de pàrquing de pagament. A més, inclouen que alguns d'aquests opten per anar a Empuriabrava en hores nocturnes per tal d'evitar pagar per a l'aparcament.

D'altres opinions del col·lectiu, procedents de fora d'Espanya, opinen **que les explicacions del pagament de la zona blava són ambigües i la informació en d'altres idiomes**, a part de l'espanyol, podria augmentar.

Per altra banda, es destaca un reduït grup de visitants que no veu amb mals ulls la zona d'aparcament ja que ***“el preu que es paga a diari és raonable”*** i que ***“el preu mensual no és car”***.

D'altres visitants proposen la creació de pàrquings gratuïts per a les segones residències.



Figura 14: Zona d'aparcament d'Empuriabrava. Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Transport públic

Respecte les impressions relacionades amb el transport públic del municipi, hi ha un corrent de visitants que comenta que hi ha **una certa falta de transport públic**. Així, expliquen que *“com que el bus té punt de parada a l'entrada del municipi, aquest no recorre el centre urbà i queda molt lluny”*.

En aquest sentit, una part dels visitants expressen un cert descontentament amb el transport públic i comenten que **“es fa difícil de trobar informació sobre aquest: horaris, parades, connexions,...”**. És per aquest motiu, que hi ha qui proposa *“la disposició de microbusos circulars amb parada a les diverses zones del municipi”*.

Amb tot, hi ha qui creu que **“no és massa necessari el transport públic en un municipi com Empuriabrava”**.

LÍNIA VERMELLA tot l'any / todo el año / tout l'année / all year / das ganze Jahr			
Parada	Situació	Horari	Horari
1 Hort d'en Negre	c. Santa Clara	9.15 10.15 11.15 12.00	15.15 17.15 18.15 19.15
2 Centres Escolars - CAP	c. Ramblers	9.16 10.16 11.16 12.01	15.16 17.16 18.16 19.16
3 Treball	c. Orlina	9.20 10.20 11.20 12.05	15.20 17.20 18.20 19.20
4 Connexió Comercial C-260	c. Tamarit	9.25 10.25 11.25 12.10	15.25 17.25 18.25 19.25
5 Ampuria Inn	av. Transmuntana	9.26 10.26 11.26 12.11	15.26 17.26 18.26 19.26
6 Comercial Alberes	av. Marineda	9.28 10.28 11.28 12.13	15.28 17.28 18.28 19.28
7 Montgat	av. Marineda	9.30 10.30 11.30 12.15	15.30 17.30 18.30 19.30
8 Xon's Centre Cívic	av. Pompeu Fabra	9.33 10.33 11.33 12.18	15.33 17.33 18.33 19.33
9 Passarel·la Platja	passatge Marim	9.34 10.34 11.34 12.19	15.34 17.34 18.34 19.34
10 Capferr-Port Salins	av. Europa	9.35 10.35 11.35 12.20	15.35 17.35 18.35 19.35
11 Empuries A	av. Joan Carles I	9.36 10.36 11.36 12.21	15.36 17.36 18.36 19.36
12 Rubina Resort	c. Migori	9.40 10.40 11.40 12.25	15.40 17.40 18.40 19.40
13 Pontferris	av. Joan Carles I	9.43 10.43 11.43 12.28	15.43 17.43 18.43 19.43
14 Port Port Emporda	av. Joan Carles I	9.45 10.45 11.45 12.30	15.45 17.45 18.45 19.45
15 Port Banyals	av. Joan Carles I	9.47 10.47 11.47 12.32	15.47 17.47 18.47 19.47
16 Interbus-Aerocub	av. Joan Carles I	9.50 10.50 11.50 12.35	15.50 17.50 18.50 19.50
17 Connexió Comercial C-260	c. Tamarit	9.51 10.51 11.51 12.36	15.51 17.51 18.51 19.51
18 Treball	c. Orlina	9.55 10.55 11.55 12.40	15.55 17.55 18.55 19.55
19 Centres Escolars - CAP	c. Ramblers	9.58 10.58 11.58 12.43	15.58 17.58 18.58 19.58
20 Hort d'en Negre	c. Santa Clara	10.00 11.00 12.00 12.45	16.00 18.00 19.00 20.00

LÍNIA GROGA estiu del 15 de juny al 14 de setembre			
Parada	Situació	Horari	Horari
1 Connexió Comercial C-260	c. Tamarit	10.00 11.00 12.00	17.00 18.00 19.00
2 Ampuria Inn	av. Transmuntana	10.02 11.02 12.02	17.02 18.02 19.02
3 Comercial Alberes	av. Marineda	10.05 11.05 12.05	17.05 18.05 19.05
4 Montgat	av. Marineda	10.08 11.08 12.08	17.08 18.08 19.08
5 Xon's Centre Cívic	av. Pompeu Fabra	10.13 11.13 12.13	17.13 18.13 19.13
6 Passarel·la Platja	passatge Marim	10.16 11.16 12.16	17.16 18.16 19.16
7 Capferr-Port Salins	av. Europa	10.18 11.18 12.18	17.18 18.18 19.18
8 Empuries A	av. Joan Carles I	10.20 11.20 12.20	17.20 18.20 19.20
9 Rubina Resort	c. Migori	10.23 11.23 12.23	17.23 18.23 19.23
10 Rec Salins-Medes	c. Llobregat	10.27 11.27 12.27	17.27 18.27 19.27
11 Rec Salins-Fuella	c. de la Rubina	10.29 11.29 12.29	17.29 18.29 19.29
12 Treball Club	av. Joan Carles I	10.30 11.30 12.30	17.30 18.30 19.30
13 Interbus-Aerocub	av. Joan Carles I	10.32 11.32 12.32	17.32 18.32 19.32
14 Puigmal - Escala Brull i SGR i Orlina 74	c. Tamarit	10.35 11.35 12.35	17.35 18.35 19.35
15 Connexió Comercial C-260	c. Tamarit	10.40 11.40 12.40	17.40 18.40 19.40

Figura 15: Horaris del bus local.
Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Neteja

Pel que fa a la neteja del municipi des del punt de vista dels seus visitants, una part dels enquestats comenta que **“els serveis de neteja haurien d’incrementar-se”**. En concret, destaquen aspectes com brutícia i envasos, cigarrets, excrements dels animals domèstics,... al carrer, així com al passeig del costat del riu. A més, també destaquen certa brutícia a la sorra de les platges. En aquest sentit, un petit corrent percep *“una falta de neteja de l’aigua de la platja”*.

Platges

Respecte les valoracions sobre les platges d’Empuriabrava es destaquen diversos aspectes.

Per una banda, alguns dels visitants enquestats afirmen **una certa falta de platges per a gossos**. Així, a ulls dels enquestats *“la platja de la Rubina es troba força lluny i les indicacions per accedir-hi no estan del tot clares”*. Així, tot referint-se encara a les platges aptes per a gossos, una part dels enquestats comenta que **“en aquestes hi falten serveis per al turisme: bars de platja, instal·lacions,...”**.



Figura 16: Platja d’Empuriabrava. Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

En aquest sentit, també es comenta com a factor negatiu el fet que ***“a la resta de platges hi accedeixen gossos, de grans tamanys i no està permès”***. Amb tot, el mateix col·lectiu afegeix que hi falta el cartell conforme s’hi prohibeix l’entrada de gossos d’aquestes característiques.

D'altra banda, pel que fa al conjunt de platges del municipi, un nombre reduït de visitants considera adient ***la instal·lació de més dutxes i es destaca una mínima presència de zones de reciclatge d'escombreries***.

Finalment, i amb paraules d’alguns dels visitants, es creu que ***“hi ha poc espai de separació entre la franja de mar dedicada a les activitats pròpiament esportives, i a la dedicada als banyistes”***. Així, tal i com expliquen, aquest fet provoca molèsties als dos usuaris de les platges.

Carrils bici

Referent al present factor, un corrent generalitzat de visitants expressa ***una certa falta de continuïtat del camí***, tot comentant que aquest ***“no és continu en tot el seu recorregut”***.



Figura 17: Carril bici del costat del riu. Font: Elaboració pròpia, agost 2015.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

L'estat del carril bici és l'altre aspecte destacat en que els enquestats palesen **una certa manca de seguretat per als ciclistes degut al fet que “el carril és estret” i presenta un mínim espai de separació amb la via per a la resta de vehicles.** És per aquest fet, tal i com expliquen el grup de visitants, que en determinats trams, *“s’ha d’accedir a la vorera envaint el pas dels vianants” i “les motos, de vegades, utilitzen el carril bici sense permetre la bona circulació dels cicles”.*

Altres aspectes

Per al que fa a d'altres opinions relacionades amb aspectes dels serveis generals d'Empuriabrava, es destaquen a continuació.

Referent als carrers, hi ha qui creu que hi ha **una certa falta d'il·luminació tant als carrers com al passeig.**

Una part dels enquestats **proposa la renovació de les aceres** ja que es creu que *“no està en molt bon estat i són estretes” i “no s’hi pot accedir bé amb cotxets, carretons,...”.* A més, una part dels visitants afirma que **“les fustes dels ponts presenten trencaments en algunes de les seves parts”.**

Alguns dels visitants enquestats opinen que **la connexió wi-fi d'Empuriabrava no funciona correctament.**

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Per acabar, hi ha qui proposa **la implantació de bancs per a la gent gran així com espais per a gossos al carrer**.

B. Informació turística

Les informacions qualitatives des visitants respecte al punt d'informació turística són les següents:

Informació rebuda

Pel que fa a les impressions dels visitants sobre la informació rebuda per part del punt d'informació turística del municipi, es troben opinions contrastades.

En aquest sentit, per una banda, destaca un corrent d'enquestats que opina que l'oficina de turisme ***“la informació rebuda no és massa àmplia”*** així com que ***“es detalla informació únicament del municipi en qüestió”***.

Per altra banda, un altre grup de visitants, destaca que ***“la informació és suficient i de qualitat”***.

Tracte rebut

Referent al factor del tracte rebut al punt d'informació turística, **una petita part dels visitants no el valora molt positivament**. Contràriament, d'altres expressen que aquest ha estat **molt bo**.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Altres

D'altres aspectes que han remarcat els visitants, vinculats a una valoració negativa, han estat el fet que **la oficina de turisme “no està molt ben senyalitzada”** així com que **“es troba tancada al migdia”**.

C. Activitats varies

Les activitats turístiques d'Empuriabrava s'han valorat de la següent manera:

Esport a la platja

El primer factor, que tracta l'esport a la platja, destaca un corrent de visitants que expressa que **a la platja hi ha una certa falta d'activitats**. A més, es considera que **“les activitats que s'hi poden portar a terme tenen uns preus elevats”**. Amb tot, hi ha qui creu que **“les platges estan bé per a que els nens hi juguin”**.

Animació nocturna

L'animació nocturna d'Empuriabrava ha rebut algunes valoracions de caire negatiu. Així, hi ha un grup de visitants que creu que **hi ha una certa manca d'activitats nocturnes** per a parelles joves (clubs,...) **així com una mínima presència d'animació i ambientació**, al municipi en general, i, sobretot, al passeig marítim.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

D'aquesta manera, els enquestats proposen la organització d'esdeveniments com concerts, espectacles, màgia, música en directe, retransmissions esportives amb pantalles gegants,... així com la creació d'algun tipus de bar d'ambient.

Si bé és cert que hi ha un ampli gruix de visitants que opinen que no hi ha una forta oferta nocturna, **d'altres opinen, però, que l'existent, tot i ser mínima, és bona.**

Animació infantil

Pel que fa a l'animació dels menuts, existeix un grup de visitants que expressa que **l'oferta d'activitats infantils és mínima i “no n'hi ha durant la nit”.**

Tot i així, hi ha qui creu que l'animació de la platja pels infants **és bona i valora molt positivament l'existència dels parcs.**

Altres aspectes

Entre les valoracions referents a les activitats d'Empuriabrava, existeix un grup de visitants que comenta una **“falta d'activitats per a la gent gran: torneigs de petanca, esdeveniments per a jubilats,...”.**

Bona part dels enquestats **creu que estaria molt bé el fet de crear oferta de restauració al passeig marítim** per tal d'activar l'ambientació de la zona.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

A més, d'altres visitants proposen la creació d'un teatre o cinema al municipi, l'existència d'una plataforma al mar per al joc dels banyistes,...

D. Activitat empresarial

Les valoracions del darrer gran àmbit, l'activitat empresarial, es determinen tot seguit:

Qualitat de l'allotjament

Pel que fa a la qualitat de l'allotjament d'Empuriabrava, hi ha un corrent que considera que **l'oferta d'allotjament presenta preus elevats**. També, es recullen comentaris d'altres visitants que opinen que ***“l'allotjament no disposa de bones instal·lacions”*** tot afegint que s'hi han trobat elements trencats.

Tracte rebut a l'allotjament

Referent al tracte rebut a l'allotjament, la major part dels visitants enquestats **valoren positivament aquest aspecte**. Amb tot, hi ha qui creu que anteriorment rebien un millor tracte.

Qualitat de la restauració

El tercer dels factors de l'activitat empresarial, presenta un grup de valoracions que expressen **un certa falta de varietat respecte l'oferta de restauració així com una baixa qualitat**. Així, determinats enquestats comenten que *“la oferta es presenta bastant enfocada al turisme i no permet conèixer la cuina local”*.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Respecte l'atractivitat de la restauració, **un ampli corrent no la valora positivament.**

En quan als preus de la restauració, **un grup de visitants comenta que són elevats**, mentre que un altre, **contràriament, opina que “els preus són raonables”**. A més, s'expressa la **falta d'oferta de restauració per a vegetarians**.

Tracte rebut a la restauració

El tracte que reben els visitants a l'oferta de restauració, en general, **està valorat positivament**, i ho palesen comentaris com **“el personal parla diversos idiomes”**.

Qualitat de l'oferta comercial

Respecte el següent factor, la qualitat de l'oferta comercial, existeix un corrent que creu que l'oferta comercial que disposa Empuriabrava **“és bastant repetitiva”**. En aquest sentit, es proposa més diversitat comercial així com, a tall d'exemple, la creació de més cafeteries.

En consonància amb el comentari anterior, s'expressa que els comerços es caracteritzen, en gran part, per a botigues de procedència de fora de Catalunya que ofereixen productes en què **“no es troba la identitat i cultura del municipi o país”**. A més, una part dels visitants creu que la **oferta comercial no presenta actualitzacions així com que la seva presència és excessiva**.

4.1 OBSERVACIONS QUALITATIVES DELS QUATRE GRANS ÀMBITS

Pel que fa a l'atractivitat dels comerços, diversos visitants afirmen no valorar aquest aspecte positivament.

Contràriament a valoracions anteriors, hi ha un petit grup d'enquestats que creu que *“l'oferta d'establiments comercials no és suficient”* i proposa la creació d'un gran centre comercial. En aquest sentit, també expressen que hi ha varietat respecte l'oferta de comerços.

Pe que fa als preus que dels comerços, hi ha un corrent que opina que aquests són elevats, i, un altre que afirma que són raonables.

Per acabar, cal remarcar comentaris com que *“els comerços ocupen massa espai a les voreres”* i *“el mercat només es realitza un cop a la setmana”*.

Tracte rebut en els comerços

Referent al tracte rebut als establiments comercials, **hi ha un ampli corrent que el valora positivament**. En aquest aspecte, es destaca el fet que **el personal sap parlar diversos idiomes**, a l'igual que en la restauració i que *“els treballadors són amables”*.

ESTUDI ELABORAT PER L'EMPRESA



info@focalizza.com

www.focalizza.com

Telèfon 93 432 58 10