

# CORRECARRERS (II)

---

## DISSENY EDITORIAL D'UNA GUIA TURÍSTICA DIDÀCTICA IMPRESA AMB RISOGRAFIA

### ANNEX 4. ANÀLISI I ESTRATÈGIA

4.1. MOODBOARD

4.2. BUYER PERSONA

4.3. ENQUESTA I RESULTATS

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2020-2021



UNIVERSITAT  
POLITÀCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES





CORRECARRERS | 1a Edició

FITXA TÈCNICA

- Format: Llibre + Desplegable mapa
- Tamany: A5 / Rectangular
- Tècnica: Offset / Digital / **Riso**



RECURSOS

Mapa



Desplegables (instruccions?)



Solapes



Retallables/montables (recom-



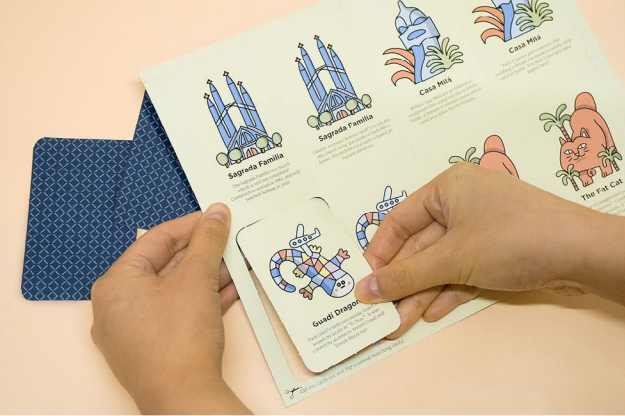
Butxaques (postals)



Troquels



Tarjetes (identificatives?)



Altres



Pegatines (identificació, punts ruta ok)









# EUGENI VILA

## Informació demogràfica

45 anys, casat  
Nivell econòmic mitjà-alt

## Perfil

Graduat en Ciències socials. Treballa com a docent de batxillerat en un institut públic.  
Reivindicatiu, curiós, amant de les arts i la cultura, valencianoparlant.

## Ambicions

Seguir aprenent en el seu àmbit i en altres disciplines distintes.  
Gaudir de la seua família.

## Hàbits

El seu treball com a professor li permet compaginar prou bé la seua vida professional amb la vida familiar i d'oci. En general, ocupa un percentatge prou gran a l'atenció del seu fill (assessorant-lo, ajudant-lo, passant temps lliure amb ell...), i la repartició de tasques prou equitativa amb la seua parella li permeteix passar temps amb els seus amics de vegada en quan. És un gran aficionat del tardeo al Mercat Central i de la compra de barri, sempre que siga possible.

## Relació consumidor-producte

Prefereix invertir en qualitat que en quantitat. Aprecia molt la durabilitat de les seues compres i a l'hora de fer una compra important prefereix invertir més a un producte segur que arriscar i decepcionar-se. Es deixa portar prou per la imatge i si un producte no li transmet confiança visualment, no el comprarà. Això sí, també ha de ser funcional.

## Per què Correcarrers?

Correcarrers recull tot allò anècdotic i curiós de la nostra identitat per a mostrar-lo d'una manera divertida i gens convencional. Defensa sentir aquests trets com a propis fa avançar i mantindre la essència d'una població.

Com a aficionat a passar temps amb la família, li agrada aportar noves experiències que proporcionen un bon clima i reforcen els nucs familiars. Com a docent i coneixedor del sistema educatiu, li dona molta importància a la educació dels seus fills més enllà del que se'ls ensenya al col·legi i aquest producte és una oportunitat d'englobar oci i educació a parts iguals. És un gran defensor de que jugant s'aprèn molt més.  
Tot i que és conscient de la potència d'eines com internet, sent un cert temor de la seua utilització 100% lliure en la infància, pel fet de que puga interferir tant en la seua educació com en la seua salut (pèrdua de visió prematura, addicció...). El propi desconeixement dels seus límits li fa mantindre's alerta i optar sempre que siga possible per opcions analògiques com aquesta.  
Després de completar el recorregut, el nivell de cooperació familiar s'haurà vist reforçat. A més, el coneixement de certs fets haurà creat un imaginari que serà utilitzat en els pròxims mesos en les bromes internes. Per als seus fills, serà un record que formarà part de la seua infància.





# MÒNICA TRAVER

## Informació demogràfica

43 anys, casada  
Nivell econòmic mitjà-alt  
2 fills de 7 i 11 anys

## Perfil

Graduada en Filosofia. És directora de la seua pròpia acadèmia de mindfulness i benestar.  
Aventurera, ecologista i respectuosa amb el medi ambient i curiosa, sempre vol estar aprenent.  
És una persona molt sociable i somriguent per això contagia la felicitat als demés.

## Ambicions

La seua filosofia és disfrutar de la vida i passar-ho bé amb els seus. Viatjar arreu del món i sumergir-se en totes les cultures possibles.

## Hàbits

Mònica és una persona molt activa. Li agrada molt matinar i desdejunar amb un bon llibre entre mans. Després desperta als menuts i els prepara per al seu dia escolar. Tot seguit obri la seua acadèmia i acabada la seua jornada li agrada fer altres activitats per a divertir-se (sempre està en un constant aprenentatge). Entre aquestes activitats trobem classes de pintura i patchwork.  
Als caps de setmana li agrada organitzar plans amb altres famílies de confiança i veure als seus familiars. Per ella sempre estaria viatjant amb el seu marit i els fills, però no sempre és possible, per això aprofiten les vacances per a coneixer món.

## Relació consumidor-producte

Busca originalitat en allò que compra i és molt dels productes artesanals. Se fixa en els petits detalls i invertix en lo ecològic i local. Fa sempre una compra responsable i inculca aquests valors als seus fills.  
Té un petit jardí al pati de llums i les cuida molt, amés, sempre que pot compra una nova planta.

## Per què Correcarrers?

Com a aventurera nata, sempre ha tinut l'inquietud per fer aquest tipus d'activitats tan diferents amb els seus fills, ja que ella no va tindre l'oportunitat de fer-ho en el seu temps. És una forma diferent i fivertida de culturitzar-se i forma part del seu model educatiu.  
És una mare que s'involucra molt en l'educació dels seus menuts i aixó fa que cree activitats pròpies i que els fajen desenvolupar el seu pensament crític i creatiu. Correcarers és l'eina perfecta per a fer-ho.



ENQUESTA (I)

Información inicial:

1) Tipos de familia

- Monoparental
- Familia con dos figuras paternas

2) Edad del encuestado

3) ¿Tiene usted hijos/as?

- Sí
- No

4) Si ha respondido “Sí”, ¿cuántos?

5) Edad de los hijos

6) Nivel de estudios del encuestado

- Educación Primaria
- Educación Secundaria Obligatoria (ESO)
- Bachillerato
- Ciclo Formativo de Grado Medio
- Ciclo Formativo de Grado Superior
- Estudios Universitarios
- Máster/Doctorado

7) Tipo de escolarización de sus hijos

- Publica
- Privada
- Concertada

8) ¿Cuál es tu lugar de residencia?



ENQUESTA (II)

**Formas de turismo: ocio y cultura**

9) A la hora de viajar, ¿qué tipo de ocio sueles realizar en familia?

- Museos
- Teatros
- Actividades comerciales
- Visitar monumentos históricos y arquitectura
- Visita de espacios naturales

10) ¿Por qué te generan mayor interés el tipo de actividades que has marcado en la pregunta anterior?

11) ¿Dónde sueles viajar en familia normalmente?

- Dentro de tu comunidad
- Dentro del ámbito nacional
- Fuera de España

12) ¿El estado actual ha cambiado tu forma de hacer turismo? En caso de que así sea, ¿en qué?

13) ¿Sueles utilizar guías turísticas cuando viajas fuera de tu ciudad?

- Sí
- No

14) En caso de que no, ¿qué te haría decantarte por comprarlas?

15) Si se te ofrecen descuentos en la ciudad de destino, ¿de qué tipo los preferirías?

- En tiendas de comercio local
- Actividades y talleres (durante los días de estancia)
- En contenido cultural (libros, juegos educativos...)

16) ¿Cuál te parecería un precio justo por una guía turística que combine turismo, educación y ocio?

ENQUESTA (III)

**Modelo educativo cultural**

17) En cuanto a la educación, ¿qué crees que falta a la hora de enseñar la cultura autóctona?

- Frases hechas y expresiones
- Tradiciones propias y su origen
- Gastronomía típica
- Historia y patrimonio

18) ¿Cuáles de estas cualidades asocias más a la cultura valenciana?

- Fiesta
- Emoción
- Alegría
- Tranquilidad
- Buena gente
- Tradición
- Modernidad
- Buena gastronomía
- Otros

19) ¿Del 1 al 5 en qué porcentaje prima el papel educativo en los juegos de tus hijos? Siendo 1 ‘Poco’ y 5 ‘Muy importante’

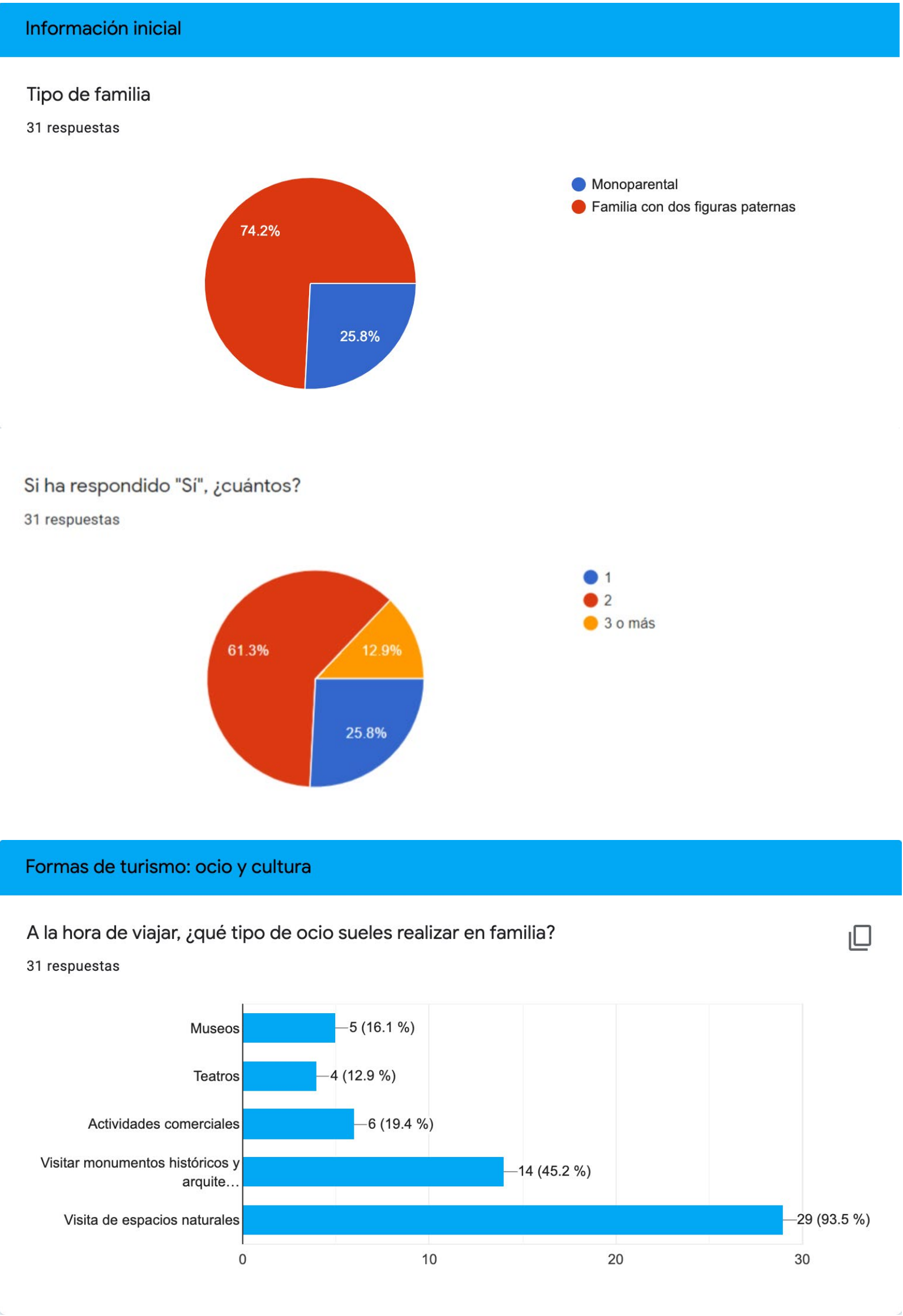
20) A la hora de comprar un producto para tus hijos, ¿cuáles dirías que son tus prioridades?

- Calidad
- Apariencia
- Amabilidad
- Recomendaciones de otros
- Contenido educativo
- Diversión

L'enquesta original es troba en el següent enllaç: **<https://forms.gle/uRUbXbmeJYx5fYEG7>**



ENQUESTA: ANÀLISI DE RESULTATS (I)



1 de cada 4 famílies és monoparental

Aleshores tindrem en conter en la repartició de rols el fet que sols hi haja un adult al capdavant més sovint.

Més de la meitat de les famílies té dos fills

A l'hora de comptabilitzar els membres de la família la probabilitat que siguen 3 o 4 membres és més alta.

L'edat dels fills es situa entre els 4 i els 11 anys  
L'edat del nostre buyer persona xiquet/a la fixem en nou anys.

Les famílies tenen preferència pels llocs a l'aire lliure o espais naturals

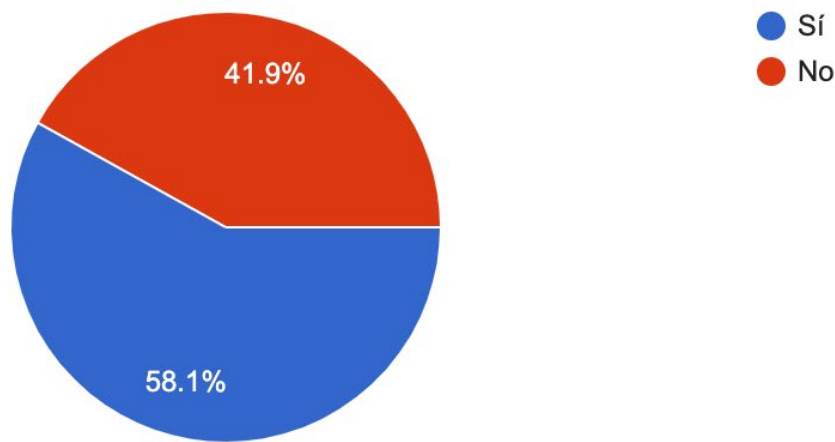
Per tant, a l'hora de fer les rutes tindrem en conter que vagen més per aquestes zo-nes obertes.

També ens dóna idees dels llocs que menys sol freqüentar la gent i que nosaltres haurem de fer una major tasca per a convidar-los a anar.

ENQUESTA: ANÀLISI DE RESULTATS (II)

¿Sueles utilizar guías turísticas cuando viajas fuera de tu ciudad?

31 respuestas

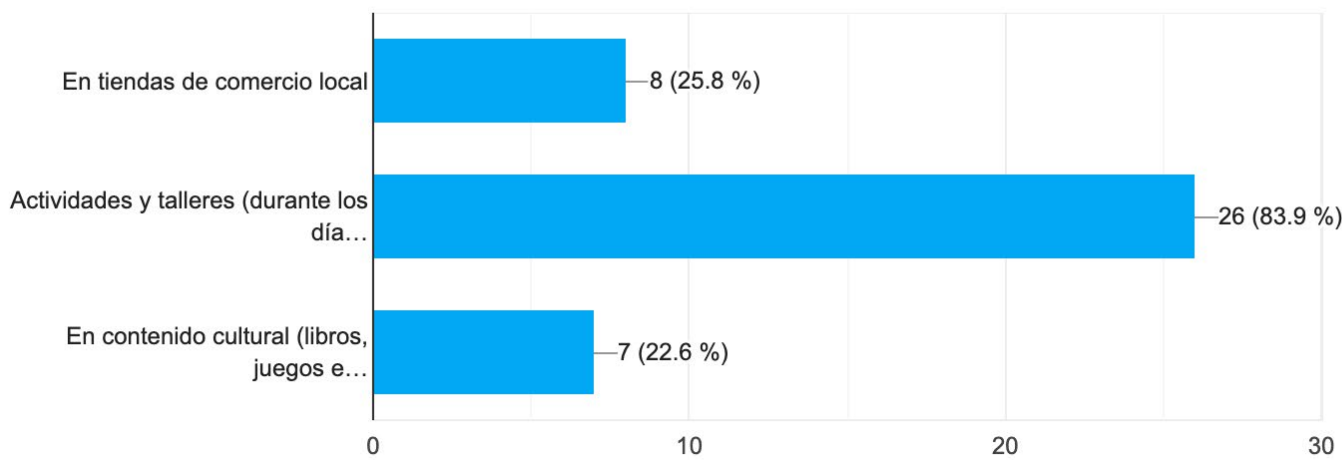


La major part dels enquestats utilitzen guies turístiques.

D'aquesta manera ens dóna a veure que el nostre públic objectiu podria estar disposat a comprar el producte, aleshores és factible per a nosaltres la seua producció.

Si se te ofrecen descuentos en la ciudad de destino, ¿de qué tipo los preferirías?

31 respuestas



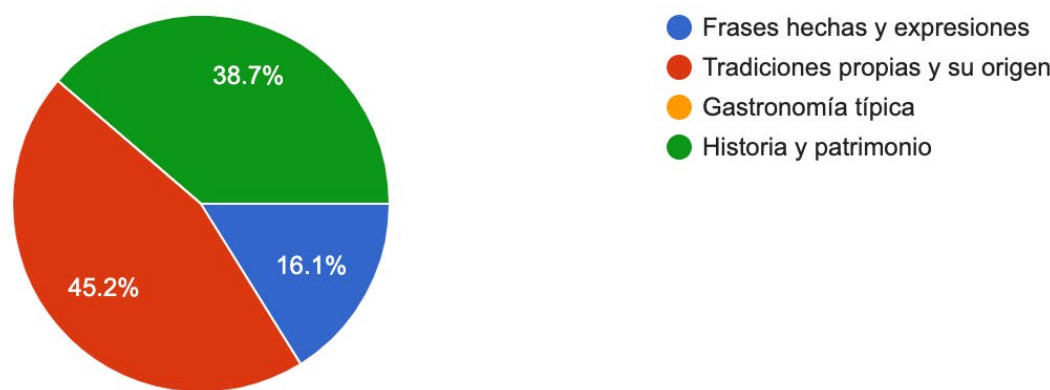
Molts destinen el seu temps lliure d'oci a fer activitats.

Gran part de les ofertes o cupons de descompte aniran destinades a aquest àmbit.

Modelo educativo cultural

En cuanto a la educación, ¿qué crees que falta a la hora de enseñar la cultura autóctona?

31 respuestas



Queda clar que l'àmbit més conegut és la gastronomia, i que tant les tradicions pròpies com la història i el patrimoni faria falta fer un major esforç per donar-les a conèixer.

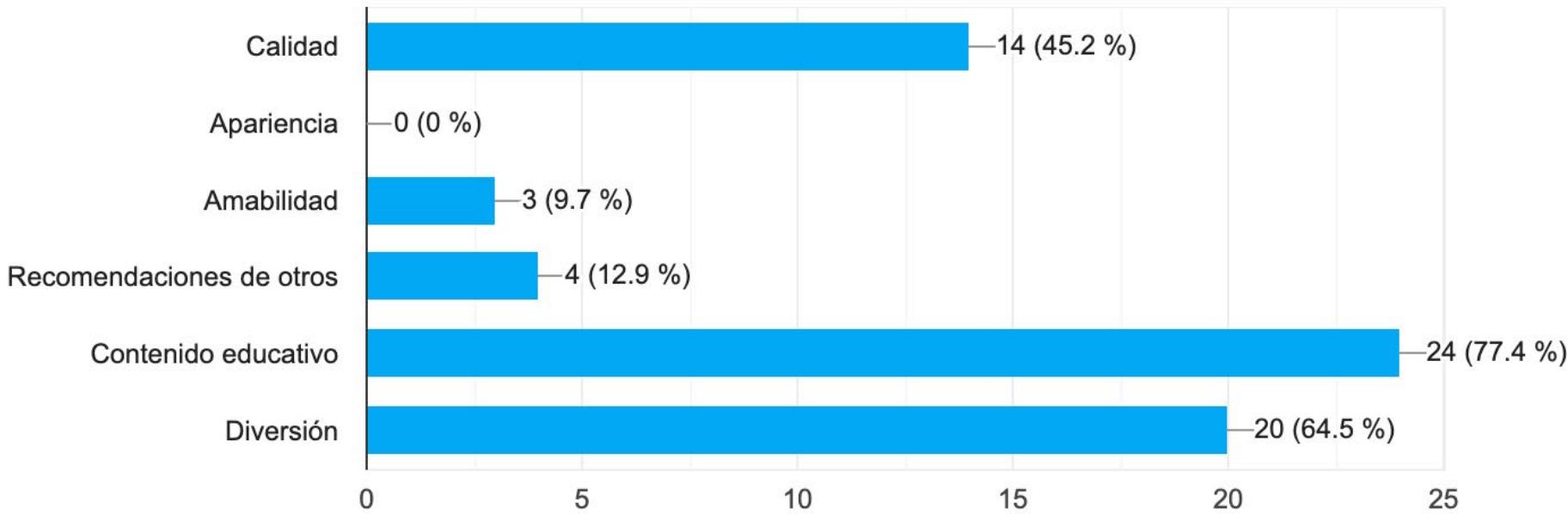
Les frases fetes i expressions queden en un segon pla, però de tant en tant poden tindre un valor afegit.



ENQUESTA: ANÀLISI DELS RESULTATS (III)

A la hora de comprar un producto para tus hijos, ¿cuáles dirías que son tus prioridades?

31 respuestas



VALORS A TINDRE EN COMP-

