

QUADERNS GADESO

ANÀLISI DE LA REALITAT SOCIOECONÒMICA DE LES ILLES BALEARS. Nº 107. SETEMBRE 2007

ELS TURISTES

Conèixer i analitzar l'opinió i valoració dels consumidors d'un determinat producte és prioritari si es vol mantenir la competitivitat. Pel mateix, és bàsic conèixer les distintes variables que permetin avaluar l'opinió dels turistes que ens visiten. En aquest número analitzam precisament com veuen els turistes l'illa de Mallorca. El proper número de *Quaderns Gadeso* es dedicarà a conèixer l'opinió dels turistes de Menorca, Eivissa i Formentera.

Donada la rellevància que té el turisme a la nostra societat, cada any, *Quaderns Gadeso* realitza una sèrie de monogràfics per analitzar la situació d'aquesta activitat. Per realitzar aquesta avaluació acudim a distints actors, des dels empresaris turístics fins els ciutadans, passant lògicament pels turistes que ens visiten. Per tenir una lectura completa de la situació del turisme l'any 2007, oferim els números que fan referència a aquesta temàtica:

- Empresaris turístics (pre-temporada).
QG n°99 (maig 2007)
- L'opinió dels ciutadans
QG n°103 (agost 2007)
- Anàlisi zona turística en reconversió (Platja de Palma).
QG n°105 (agost 2007)
- L'opinió dels turistes (Mallorca)
QG n°107 (setembre 2007)
- L'opinió dels turistes (Menorca, Eivissa i Formentera)
QG n°108 (en preparació)
- Empresaris turístics (post-temporada)
QG n°110 (en preparació)

www.gadeso.org

L'OPINIÓ DELS TURISTES (VI)

¿COM VEUEN ELS TURISTES MALLORCA?

Som conscients de que la realitat turística de Mallorca és molt variada i distinta segons ens trobem a una zona o a una altra. Sens dubte, seria important poder realitzar una valoració de cadascuna de les zones turístiques de l'illa però, per raons òbvies, aquesta investigació supera les nostres possibilitats econòmiques.

Per la realització de l'actual treball hem tengut en compte, de manera ponderada, les distintes zones turístiques de l'illa, així com el pes que té la nacionalitat dels nostres visitants.

Sens dubte, la zona turística marca la percepció del turista. Des d'aquesta perspectiva es posen de manifest opinions extremes (de molt satisfactori a molt insatisfactori). La satisfacció

de la zona (serveis públics, equipaments...) condiona fins i tot l'opinió envers els serveis directament turístics com poden ser l'allotjament i l'oferta complementària.

Com es pot comprovar a la taula adjunta, l'índex sintètic és pràcticament estable en els tres darrers anys. En el seu conjunt, és manifestament millorable.

L'aspecte més positiu és l'allotjament, que analitzarem més endavant segons la seva tipologia. Per primera vegada, analitzam de manera acurada els distints tipus d'allotjaments turístics que es donen a la nostra illa.

Els aspectes més negatius giren entorn de determinats serveis públics i del medi ambient.

Índex de satisfacció (S/10)

TAULA Nº1

	2005	2006	2007
Allotjament	7.00	6.90	7.10
Oferta complementària	5.60	5.40	5.40
Serveis públics	5.00	5.00	5.10
Entorn mediambiental	5.00	5.00	4.90
Índex sintètic	5.70	5.60	5.60

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

INSATISFACCIÓ: OFERTA COMPLEMENTÀRIA, SEGURETAT, NETEJA I RENOUS

A la taula de la pàgina anterior es reflecteixen els nivells de satisfacció per cada un dels quatre blocs, però per poder realitzar una avaluació més acurada és precís analitzar més detingudament cada un d'aquests blocs. En les taules adjuntes s'analitzen i permenoritzen cada un dels factors que formen els blocs. En qualsevol cas s'ha de considerar la diversitat de subzones, el tipus d'allotjament i la natura dels turistes.

TAULA Nº2

Com es pot comprovar, els distints factors que componen el producte "allotjament" es consideren satisfactoris. Allà on hi ha una certa inquietud, encara que la mitjana sigui satisfactòria, és en els preus dels productes de bar dins els allotjaments turístics, especialment a determinades zones de l'illa.

ALLOTJAMENT	2005	2006	2007	Indicadors
Personal	8.4	8.5	8.4	Correcte
Preu-qualitat	7.2	7.1	7.5	Correcte
Restauració - bar	6.3	6.8	7.2	Preus / Diversificació
Comoditat	6.7	6.8	6.8	Adequada
Neteja	6.6	6.7	6.6	Adequada
Instal·lacions	6.4	6.5	6.8	Adequada
Índex sintètic	6.9	7.0	7.2	Estable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

TAULA Nº3

L'oferta complementària és el nostre taló d'Aquiles, concretat bàsicament en la sensació de preus excessius, així com una oferta comercial repetitiva. Al mateix temps, es considera que la nostra oferta esportiva és excessivament escassa.

OFERTA COMPLEMENTÀRIA	2005	2006	2007	Indicadors
Serveis de platja	6.2	6.0	6.1	Adequada
Oferta lúdica	6.2	6.0	6.0	Adequada
Oferta gastronòmica	5.7	5.6	5.4	Pot millorar
Oferta comercial	6.0	5.8	5.8	Deficitaris
E. esportius	4.4	4.5	4.8	Deficitaris
Preu - qualitat	5.0	4.6	4.5	Preocupant
Índex sintètic	5.6	5.4	5.4	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

TAULA Nº4

La seguretat ciutadana continua essent una assignatura pendent, especialment a determinades zones amb una certa degradació urbana. Continua essent millorable el transport públic, cada vegada més utilitzat pels nostres visitants.

SERVEIS PÚBLICS	2005	2006	2007	Indicadors
Assistència sanitària	5.7	5.8	5.8	Adequada
Transports	5.0	4.8	4.9	Millorable
Informació	5.2	5.1	5.3	Millorable
E. culturals	4.5	4.5	4.6	Deficitària
Seguretat ciutadana	4.5	4.6	4.7	Preocupant
Índex sintètic	5.0	5.0	5.0	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

TAULA Nº5

L'estat de les aigües marines es considera correcte però es percep una certa saturació d'instal·lacions a determinades platges. És preocupant la percepció de manca de neteja i d'excessius renous a certes zones turístiques de l'illa.

ENTORN MEDI AMBIENTAL	2005	2006	2007	Indicadors
Aigües marines	5.5	5.5	5.5	Saturació
Contaminació atmosfèrica	5.4	5.5	5.4	Preocupant
Entorn urbà i paisatgístic	5.0	5.0	4.9	Preocupant
Neteja	4.6	4.5	4.5	Molt preocupant
Contaminació acústica	4.3	4.4	4.4	Molt preocupant
Índex sintètic	5.0	5.0	5.0	Millorable

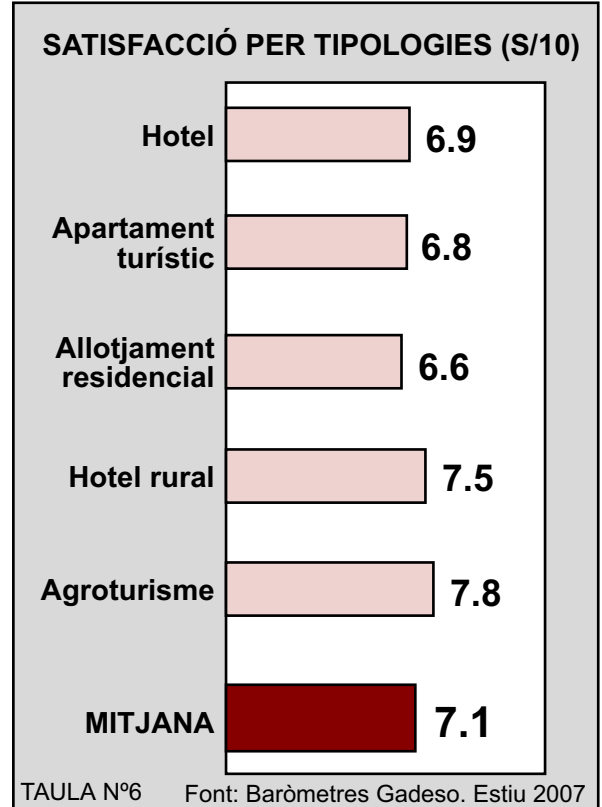
Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

L'INCÒGNITA DELS ALLOTJAMENTS RESIDENCIALS

Per primer cop hem inclòs la valoració de cada una de les tipologies d'allotjament que es donen a la nostra illa. Aquesta incorporació és rellevant si tenim en compte que de dia en dia té més presència l'ús del denominat allotjament residencial, sota diverses i múltiples formes. Al mateix temps, hem volgut fer una anàlisi de l'hotel rural i de l'agroturisme, doncs aquests dos productes turístics són més significatius de dia en dia.

La satisfacció de les persones que utilitzen l'hotel rural i l'agroturisme és molt elevada. A l'altre costat de la balança es situen els visitants que han acudit a la fórmula d'emprar distintes formes d'allotjament com poden ser lloguer d'apartaments i pisos, utilització de l'apartament d'un familiar o amic, etc. El motiu d'aquesta insatisfacció relativa és que, amb excessiva freqüència, aquesta oferta (?) es mou fora dels canals normalitzats de comercialització. Més encara, sovint és il·legal. Això fa que els seus usuaris tinguin dificultat per manifestar la seva insatisfacció, donat que no sempre la realitat coincideix amb el que li havien ofert. Continua essent un tema pendent una certa regularització del denominat turisme residencial que es dona amb excessiva freqüència en canvis d'usos. Aquesta urgent regularització és important donada la seva vessant de competència deslleial, així com un cert augment d'aquest tipus de demanda, condicionat per la presència de contractació directa de companyies aèries de baix cost.

La fórmula clàssica de l'hotel es situa en nivells de satisfacció raonables, encara que, com és lògic, existeix una diversitat d'opinions segons el tipus d'hotel i la zona on es troba situat. Encara que baixi el número de visitants que contractes les seves vacances amb la fórmula clàssica del paquet turístic no té perquè significar que l'oferta hotelera, agrupada o per zones, es pugui oferir com a producte diferenciat integrat al transport aeri i a altres complements, utilitzant de manera intensa i adequada les noves formes de contractació directa com pot ser internet. Com es pot comprovar a la taula 10, aquest tipus de contractació va en augment any rere any.



SATISFACCIÓ PER FACTORS

TAULA N°7

(S/10)	Personal	Preu-qualitat	Restauració	Comoditat	Neteja	Instal·lacions
Hotel	8.4	8.0	6.0	6.5	6.3	6.4
Apt. turístic	8.0	7.6	-	6.2	6.0	6.2
Allotj. residencial	7.0	7.2	-	6.4	6.1	6.2
Hotel rural	8.3	7.4	7.7	7.3	7.2	7.3
Agroturisme	8.5	7.5	7.9	7.7	7.6	7.7
MITJANA	8.4	7.5	7.2	6.8	6.6	6.8

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

La satisfacció envers el **personal** és notablement alta, a totes les tipologies d'allotjament. En referència a la relació **preu-qualitat**, és altament satisfactori a l'allotjament hotelier. La **restauració** és molt satisfactòria a l'hotel rural i l'agroturisme. Dins l'hotel, és satisfactòria la restauració pròpiament dita (inclòs el buffet) però són clarament insatisfactoris els preus dels bars i altres ofertes annexes. La **comoditat** es considera adequada en el seu conjunt. En canvi, la **neteja** és molt millorable a l'apartament turístic i l'allotjament residencial, a més de la sensació existent

de manca de neteja a determinats establiment hotelers. És molt notable la satisfacció de les **instal·lacions** dels hotels rurals i dels agroturismes, mentre que són molt millorables les instal·lacions dels apartaments turístics i allotjaments residencials. Crida l'atenció que no sigui molt positiva la satisfacció de les instal·lacions dels hotels. No obstant, cal matissar aquesta darrera data: es dona una alta valoració als allotjaments renovats i una molt baixa satisfacció als establiment hoteleres que estan obsolets o escassament mantinguts.

ALTA FIDELITZACIÓ, PERÒ EN RETROCÉS

Lògicament, és rellevant conèixer les motivacions a l'hora de triar Mallorca com a destí vacacional. Com es pot veure al quadre adjunt, les motivacions canvien relativament poc, però, en qualsevol cas, seria interessant avaluar certs canvis de tendència.

D'altra banda, és important conèixer tant el nivell de fidelització dels nostres visitants, no només en les seves xifres de repetició, que continuen essent altes, sinó si aquests índexs es mantenen o baixen en la voluntat de repetició.

MOTIVACIONS (%)

TAULA Nº8	2005	2006	2007
Sol i platjes	46.2	45.1	45.8
Preu	40.1	43.1	42.3
Diversió	23.4	24.2	25.8
Coneixement anterior	36.0	32.0	31.2
Recomanació amics	4.2	3.8	4.1
Tranquil·litat i descans	2.1	1.8	2.5
Recomanació A. viatges	5.4	5.0	5.1
Altres	9.1	8.9	7.3

Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

Les motivacions en el seu conjunt són relativament estables respecte als anys anterior. Només es posen de manifest petites variables. El **sol i la platja** continua essent el factor determinant per triar-mos com a destí turístic, així com els nostres **preus**. Aquí s'hauria d'afegir el fet de les **facilitats de comunicació** i de la presència de les companyies aèries de baix cost.

Però sense deixar de considerar el valor d'aquests principals motius, seria necessari anar impulsant altres productes diversos que enriqueixin la nostra oferta turística, no només destinada a un turisme vacacional genèric, sinó a determinats segments que demanden productes determinats. No podem passar per alt la presència d'altres destins que també ofereixen sol i platja a preus més asequibles.

FIDELITZACIÓ (%)

ÍNDEX DE REPETICIÓ	2005	2006	2007	VOLUNTAT DE REPETICIÓ	2005	2006	2007
Ja ha estat a Mallorca	53.1	52.2	49.5	Sí, pens tornar a Mallorca	62.1	61.2	58.7
Ja ha estat a la mateixa zona	38.0	36.8	31.8	Sí, pens tornar a la mateixa zona	39.7	39.9	36.2

TAULA Nº9

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007

La fidelització d'un client té un doble aspecte. Per una part si ja ha utilitzat el nostre producte (ja ha estat a la Mallorca i a la mateixa zona); per un altre costat, si té voluntat de continuar usant el nostre producte. L'**índex de repetició** (els que ja han estat a Mallorca) continua essent molt elevat però es manifesta una certa tendència, encara lenta, de disminució. Aquesta disminució és lògica, en part per la presència d'altres destins. El mateix ocorre en la **voluntat de repetició**. De totes maneres, és molt important mantenir l'encara elevat índex de fidelització a Mallorca i a la mateixa zona.

Per altra banda, no hauria de sorprendre a ningú que de dia en dia la contractació de les vacances i viatges en general es faci mitjançant **internet**, encara que aquest tipus de comercialització ja està present, es necessari millorar-lo quantitativa i qualitativament.

CONTRACTACIÓ PER INTERNET

TAULA Nº10	2005	2006	2007
% sobre el total	27.6	28.9	32.8

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2007