

L'OPINIÓ DELS TURISTES (XI)

¿COM VEUEN ELS TURISTES MALLORCA (III)?

CONTINUA LA TENDÈNCIA A LA BAIXA

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 número 147 de Quaderns Gadeso (agost 2009) es dedicarà a conèixer l'opinió dels turistes de Menorca, Eivissa i Formentera.

Com es podrà comprovar, en general l'opinió dels turistes presenta una lleugera però continuada baixada des de l'any 2005. Aquesta percepció, sumada a la situació de crisi i a la negativa visió de l'empresariat turístic mallorquí (QG n°144), hauria d'obligar als distintes agents del sector i a les administracions públiques a dissenyar i aplicar mesures reals de millora del nostre producte turístic, si es vol mantenir la competitivitat davant altres destinacions alternatives.

Per tenir una lectura completa de la situació del turisme l'any 2009, al quadre de sota oferim els números que fan referència a aquesta temàtica.

A la taula número 1 es reflecteix la **satisfacció** que tenen els turistes que visiten l'illa de Mallorca, tant a nivell global com diferenciada pels diversos factors que componen el nostre producte turístic. Així doncs, s'observa una lenta però contínua tendència a la baixa en l'índex sintètic, situant-se el 2009 en un millorable 5.33 sobre 10.

Per factors, les disminucions de satisfacció és donen dins l'**allotjament** i dins la denominada **oferta complementària**. Per altra banda, els **serveis públics** i l'**entorn mediambiental** augmenten lleugerament respecte el 2008, encara que presentin les valoracions més negatives. En conseqüència, s'ha de treballar conjuntament (administracions públiques i sector privat) per a millorar cada un dels factors d'aquest producte turístic, doncs no es pot oferir un producte global de qualitat si tots els seus components no són satisfactoris.

Índex de satisfacció (S/10)

TAULA N°1

	2007	2008	2009
Allotjament	7.20	7.03	6.61
Oferta complementària	5.40	5.31	5.13
Serveis públics	5.00	4.88	4.96
Entorn mediambiental	5.00	4.54	4.62
Índex sintètic	5.65	5.44	5.33

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

QUADERNS GADESO SOBRE EL TURISME. ANY 2009

- L'opinió dels ciutadans. Maig 2009
- L'opinió dels turistes (Menorca, Eivissa i Formentera). Agost 2009
- Empresaris turístics (pre-temporada). Juny 2009
- Anàlisi zona turística en reconversió (Platja de Palma). Setembre 2009
- L'opinió dels turistes (Mallorca). Juliol 2009
- Empresaris turístics (post-temporada). Octubre 2009

OFERTA COMPLEMENTÀRIA, SERVEIS PÚBLICS I ENTORN MEDIAMBIENTAL: MILLORABLES

A la taula de la pàgina anterior es reflecteixen els nivells de satisfacció per cada un dels quatre blocs, però per a poder realitzar una avaluació més acurada és precís analitzar més detingudament cada un d'aquests blocs. En les taules adjuntes s'analitzen amb més profunditat cada un dels factors que formen els blocs. Com podeu veure hi ha baixades significatives, encara que també s'observen certes millores a alguns dels factors.

TAULA N°2

Com es pot comprovar, els distints factors que componen el producte "allotjament" han experimentat una significativa baixada de les seves valoracions, especialment el personal, la relació preu-qualitat i les instal·lacions. La resta d'ítems es manté amb una satisfacció similar a la de la investigació 2008.

ALLOTJAMENT	2007	2008	2009	Indicadors
Personal	8.4	8.1	7.1	Adequat
Preu-qualitat	7.5	7.4	6.9	Adequada
Restauració - bar	7.2	7.0	6.8	Preus / Diversificació
Comoditat	6.8	6.5	6.5	Adequada
Neteja	6.6	6.5	6.5	Adequada
Instal·lacions	6.8	6.7	6.0	Adequada
Índex sintètic	7.2	7.0	6.6	Estable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

TAULA N°3

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, cal destacar les lleugeres millores dels serveis de platja i de les instal·lacions esportives.

OFERTA COMPLEMENTÀRIA	2007	2008	2009	Indicadors
Serveis de platja	6.1	5.9	6.2	Adequada
Oferta lúdica	6.0	6.0	6.0	Adequada
Oferta gastronòmica	5.4	5.3	5.2	Millorable
Oferta comercial	5.8	5.5	4.2	Molt millorable
E. esportius	4.8	4.9	5.2	Millorable
Preu - qualitat	4.5	4.3	4.0	Molt millorable
Índex sintètic	5.4	5.3	5.1	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

TAULA N°4

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	2007	2008	2009	Indicadors
Assistència sanitària	5.8	5.9	6.0	Adequada
Transports	4.9	4.9	4.8	Millorable
Informació	5.3	5.0	4.8	Millorable
E. culturals	4.6	4.5	4.6	Millorable
Seguretat ciutadana	4.7	4.4	4.6	Millorable
Índex sintètic	5.0	4.9	4.9	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

TAULA N°5

Aquest bloc és el que presenta pitjors valoracions, especialment en el que fa referència als entorns urbans i paisatgístics, la contaminació acústica i la neteja a certes zones turístiques de l'illa. Aquest darrer factor disminueix respecte el 2008.

ENTORN MEDI AMBIENTAL	2007	2008	2009	Indicadors
Aigües marines	5.5	4.9	5.3	Millorable
Contaminació atmosfèrica	5.4	5.3	5.4	Millorable
Entorn urbà i paisatgístic	4.9	4.0	4.1	Molt millorable
Neteja	4.5	4.3	4.0	Molt millorable
Contaminació acústica	4.4	4.2	4.3	Molt millorable
Índex sintètic	5.0	4.5	4.6	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

ALLOTJAMENT: SIGNIFICATIVA BAIXADA

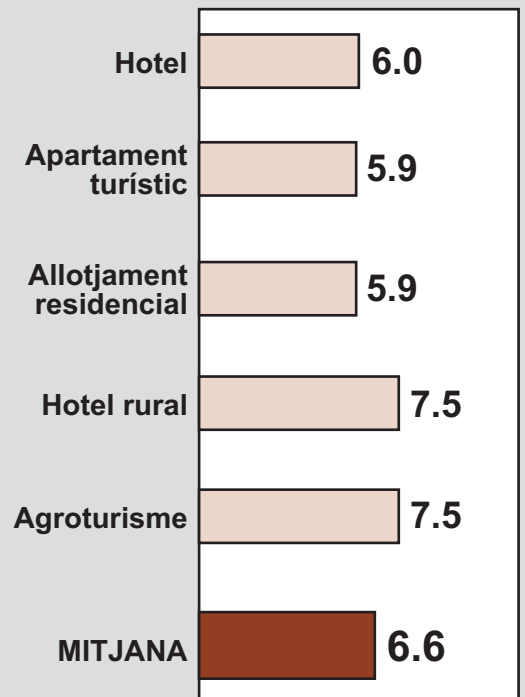
A les taules adjuntes es reflecteix l'opinió dels turistes en referència als diferents tipus d'allotjaments. Al mateix temps, incloem la valoració dels diferents factors que componen cada una d'aquestes tipologies d'allotjament. Com es podrà comprovar, s'ha produït una significativa baixada de la satisfacció dels turistes que visiten l'illa de Mallorca envers els diversos tipus d'allotjament.

La satisfacció de les persones que s'allotjen a **hotels rurals** i a **agroturismes** continua sent elevada, encara que experimenti una baixada en referència a la investigació de 2008. A l'altre costat de la balança es situen els visitants que han optat per altres formes d'allotjament: **hotel tradicional**, **apartament turístic** o les diverses fórmules d'**allotjament residencial**.

El motiu d'insatisfacció relativa a aquest darrer tipus de turisme és que, amb excessiva freqüència, aquesta oferta es mou **fora dels canals clàssics de comercialització**. Amb freqüència, la insatisfacció ve motivada perquè l'oferta que han rebut i visualitzat a través d'internet no correspon a la realitat. Per exemple, li han "venut" un apartament amb vistes a la mar, quan en realitat es troba a segona o tercera línia. Sembla necessària l'existència d'un **control més acurat** d'aquest tipus d'ofertes extra-hoteleres, per evitar la sensació d'una certa "estafa", que, ens agradi o no, afecta a la nostra imatge turística.

La fórmula clàssica de l'**hotel** experimenta la disminució més significativa en la valoració que li atorguen els turistes que visiten Mallorca. Darrere aquesta situació hi trobam un cert nivell d'obsolescència a determinats hotels i zones turístiques, que repercuteix negativament en l'opinió dels visitants. Per aquest motiu, cal treballar conjuntament (administracions públiques i sector privat) per tal de millorar aquesta oferta hotelera, que, no ho oblidem, continua sent la majoritària a Mallorca. Tot això sense deixar de banda que no es pot oferir l'hotel com un producte de qualitat si no va acompanyat d'una facilitat de comunicacions i d'una oferta complementària adequada.

SATISFACCIÓ PER TIPOLOGIES (S/10)



TAULA N°6 Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

SATISFACCIÓ PER FACTORS

TAULA N°7	(S/10)	Personal	Preu-qualitat	Restauració	Comoditat	Neteja	Instal·lacions
Hotel		6.2	7.4	5.5	6.1	5.5	5.0
Apt. turístic		6.6	6.4	-	5.4	6.0	5.0
Allotj. residencial		-	6.7	-	5.4	5.8	5.0
Hotel rural		7.8	7.1	7.4	7.7	7.5	7.5
Agroturisme		7.8	6.9	7.6	7.7	7.6	7.5
MITJANA		7.1	6.9	6.8	6.5	6.5	6.0

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

La satisfacció envers el **personal** és el factor que experimenta una disminució més acusada en les valoracions dels turistes, especialment dins els allotjaments hotelers tradicionals. Tot i això, continua sent el capítol més valorat. Al mateix temps, els turistes es declaren més insatsfets cap a la relació **preu-qualitat** dels allotjaments. Aquí cal destacar la significativa baixada respecte a 2008 dels apartaments turístics i dels agroturismes. La **restauració** és satisfactòria a l'hotel rural i l'agroturisme, mentre que dins l'hotel continua amb la seva tendència a la baixa observada des d'anys enrere. En qualsevol cas

hem de diferenciar entre la restauració pròpiament dita (adequada) i els preus dels bars i altres ofertes annexes (insatisfactoris). La **comoditat** i la **neteja** es mantenen en els mateixos nivells de l'any passat i, per tant, amb una certa necessitat de millora. Per altra banda, 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, dels allotjaments residencials i dels hotels, encara que cal matisar que depèn de si l'establiment és nou o està renovat o si, ben al contrari, presenta alts nivells d'obsolescència.

EL PREU, PRINCIPAL MOTIVACIÓ

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 el nivell de fidelització dels nostres visitants, no només en les seves xifres de repetició de visita, sinó també en la voluntat de repetició dels turistes.

MOTIVACIONS (%)

TAULA Nº8	2007	2008	2009
Sol i platjes	45.8	46.3	44.8
Preu	42.3	41.6	49.1
Diversió	25.8	25.9	27.1
Coneixement anterior	31.2	27.8	25.2
Recomanació amics	4.1	3.8	2.9
Tranquil·litat i descans	2.5	2.4	2.1
Recomanació A. viatges	5.1	5.0	6.2
Altres	7.3	7.4	10.1

Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

Si s'observen les motivacions que els turistes adueixen per a visitar l'illa de Mallorca, es pot comprovar com **el sol i la platja** cedeix el primer lloc al factor **preu**, encara que continuï sent un factor determinant per triar-mos com a destí turístic. Aquí s'hauria d'afegir la presència de les **facilitats de comunicació** amb els mercats emissors i de les companyies aèries de baix cost. El 10% d'**altres motivacions** correspon a la contractació d'últim minut.

Però sense deixar de considerar el valor d'aquests principals motius, seria necessari anar impulsant altres productes diversos que enriquessin la nostra oferta turística, no només destinada a un turisme vacacional genèric, sinó a determinats segments que demanden productes determinats.

FIDELITZACIÓ (%)

ÍNDEX DE REPETICIÓ	2007	2008	2009	VOLUNTAT DE REPETICIÓ	2007	2008	2009
Ja ha estat a Mallorca	49.5	47.3	46.1	Sí, pens tornar a Mallorca	58.7	53.4	46.2
Ja ha estat a la mateixa zona	31.8	31.5	25.1	Sí, pens tornar a la mateixa zona	36.2	34.1	23.2

TAULA Nº9

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009

La fidelització d'un client té un doble aspecte. Per una part si ja ha utilitzat el nostre producte (ja ha estat a Mallorca i a la mateixa zona); per un altre costat, si té voluntat de continuar usant el nostre producte. L'**índex de repetició** continua sent relativament elevat però es manifesta una certa tendència de disminució, sobretot si parlem de zones determinades. Aquesta disminució és lògica, en part per la presència d'altres destinacions. El mateix ocorre en la **voluntat de repetició**, on es reflecteix una forta baixada en l'intenció de tornar a la mateixa zona de l'illa, molt marcada per l'obsolescència de determinades zones.

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

CONTRACTACIÓ PER INTERNET

TAULA Nº10	2007	2008	2009
% sobre el total	32.8	37.9	39.1

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2009