

L'OPINIÓ DELS TURISTES (XVI)

¿COM VEUEN ELS TURISTES MENORCA, EIVISSA I FORMENTERA? (VII)

LA CRISI INFLUEIX EN LES PERCEPCIONS

Per assolir el desitjat objectiu de la competitivitat del nostre producte turístic és necessari conèixer i analitzar l'opinió i valoració dels consumidors del producte (turistes).

Així doncs, és bàsic avaluar les distintes variables que permeten conèixer l'opinió dels turistes que ens visiten, per tal d'identificar els punts forts i els punts febles i poder dissenyar i aplicar mesures de millora. En concret, en aquest número de Quaderns Gadeso s'analitzen precisament com veuen els turistes les illes de Menorca, Eivissa i Formentera. Val a dir que aquest Quadern és complementari al número 194 (Agost 2011), que fa referència a l'opinió dels turistes que visiten l'illa de Mallorca.

Com es podrà comprovar al llarg d'aquest número, i tal com passa a Mallorca, la tendència a la baixa observada en les valoracions dels turistes posa de manifest un cert cansament respecte al nostre producte turístic, provocat en part per l'obsolescència i degradació de determinats sectors. Això obliga a adoptar mesures de millora del producte turístic. Aquestes mesures han de ser conjuntes entre el sector públic i el privat i, malgrat que les actuacions poden ser localitzades, la visió ha de ser integral.

Dipòsit legal: PM-436-2011

Segons es pot veure a la taula número 1, i seguint la tendència observada a **Mallorca** (QG nº194), les illes de **Menorca, Eivissa i Formentera** experimenten una disminució en les valoracions dels seus visitants, en línia amb la baixada que s'ha registrat en els darrers anys.

Menorca és l'illa millor valorada pels turistes, encara que la satisfacció disminueixi i es situï en un 6 sobre 10. A l'altre costat de la balança es situa el producte turístic d'**Eivissa**, que amb prou feines assoleix l'aprovat. **Formentera** també baixa la seva

valoració i assoleix únicament un 5,8.

Si analitzam el producte turístic pels distintes factors que el componen, podem observar que no hi ha canvis significatius a cap illa. No obstant això, s'han d'apuntar les baixades registrades en l'**allotjament** de Menorca i en l'**entorn mediambiental** de Menorca i de Formentera (precisament un dels principals atractius d'aquestes illes).

Com ja hem apuntat, a les pàgines següents hi trobareu més profunditat d'anàlisi, doncs es desglossen aquests índex globals en factors més específics.

Índex de satisfacció (S/10)

TAULA Nº1

	Menorca		Eivissa		Formentera	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Allotjament	6,3	6,1	5,6	5,6	5,9	5,8
Oferta complementària	5,4	5,3	5,3	5,3	5,5	5,4
Serveis públics	5,7	5,6	4,8	4,7	5,1	5,1
Entorn mediambiental	7,3	7,1	4,2	4,3	6,9	6,7
Índex sintètic	6,2	6,0	5,0	5,0	5,9	5,8

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

Mostra: 500 entrevistes, distribuïdes proporcionalment per illes.
Nivell de confiança: 95,5%. Error màxim: +-4,5%. Treball de camp: Estiu 2011

MENORCA: S'HA DE DIVERSIFICAR

PUNTS FEBLES

- Temporada excessivament curta
- Escassa oferta destinada al turisme familiar
- Poca presència de companyies de baix cost
- Excessiva dependència del turisme britànic
- Manca ofertes complementàries específiques

PUNTS FORTS

- Reserva de la biosfera
- Potencialitat turisme espanyol
- Posar en valor recursos naturals
- Potenciar patrimoni històric i cultural



ALLOTJAMENT

	2010	2011	Indicadors
Personal	7.2	7.0	Correcte
Preu-qualitat	6.8	6.4	Adequat
Restauració - bar	5.2	5.1	Preus/divers.
Comoditat	6.6	6.5	Adequat
Neteja	6.0	6.0	Adequat
Instal·lacions	5.8	5.4	Millorable
Índex sintètic	6.3	6.1	Adequat

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

	2010	2011	Indicadors
Serveis de Platja	7.2	7.1	Correcte
Oferta lúdica	4.1	4.0	Molt millorable
Oferta gastronòmica	5.9	5.8	Millorable
Oferta comercial	4.8	4.6	Molt millorable
E. esportius	5.0	4.9	Molt millorable
Preu-qualitat	5.3	5.1	Millorable
Índex sintètic	5.4	5.3	Millorable

SERVEIS PÚBLICS

	2010	2011	Indicadors
Assistència sanitària	6.3	6.2	Adequat
Transports	5.0	5.0	Millorable
Informació	5.1	5.0	Millorable
E. culturals	5.7	5.5	Millorable
Seguretat ciutadana	6.3	6.3	Adequat
Índex sintètic	5.7	5.9	Millorable

ENTORN MEDI AMBIENTAL

	2010	2011	Indicadors
Aigües marines	7.8	7.6	Correcte
Cont. atmosfèrica	7.8	7.6	Correcte
E. urbà i paisatgístic	8.0	7.8	Correcte
Neteja carrers	5.8	5.7	Millorable
Cont. acústica	6.9	6.9	Adequat
Índex sintètic	7.3	7.1	Correcte

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

MOTIVACIONS (%)

2010 2011

Preu	39.3	53.4
Sol i platjes	48.9	48.7
Coneixement anterior	33.2	34.3
Tranquil·litat i descans	21.0	24.2
Recomanació amics	19.2	20.3
Diversió	9.1	8.3
Recomanació A. viatges	7.8	7.1
Altres	6.0	10.9

Respostes múltiples

FIDELITZACIÓ (en %)

2010 2011

Ja ha estat a Menorca	33.2	33.2
Pensa tornar a Menorca	30.2	30.2

CONTRACTACIÓ PER INTERNET

	2010	2011
% sobre el total	32.3	32.3

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

En general, la **satisfacció** dels turistes que visiten Menorca ha disminuït lleugerament, encara que manté les valoracions més altes de totes les Balears. L'illa ha sabut conjugar l'activitat turística amb la protecció **mediambiental**. La crisi ha fet que el preu sigui la principal motivació dels turistes, si bé el sol i la platja també són importants; per altra banda, encara li manquen facilitats de comunicació amb els mercats emissors (apostar per les low-cost). La **fidelització** marca un petit retrocés, degut segurament a la situació de crisi socioeconòmica, i la contractació per **internet**, com a la resta de les illes, augmenta.

EIVISSA: MILLORAR ENTORNS I SERVEIS

PUNTS FEBLES

- Necessitat reconversió integral algunes zones
- Compensar imatge d'algunes ofertes lúdiques
- Necessitat modernització allotjaments obsolets
- Necessitat de millora del medi ambient
- Oferta d'allotjaments "il·legals/alegals"

PUNTS FORTS

- Recuperació de quota de mercat
- Oferta lúdica
- Facilitats en comunicacions aèries
- Bona planta d'allotjaments



ALLOTJAMENT

	2010	2011	Indicadors
Personal	5.7	5.7	Millorable
Preu-qualitat	6.0	6.2	Adequat
Restauració - bar	5.8	5.7	Preus/divers.
Comoditat	5.8	5.7	Millorable
Neteja	5.3	5.4	Millorable
Instal·lacions	4.9	4.9	Millorable
Índex sintètic	5.6	5.6	Millorable

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

	2010	2011	Indicadors
Serveis de Platja	5.0	5.4	Millorable
Oferta lúdica	6.6	7.0	Adequat
Oferta gastronòmica	5.5	5.4	Millorable
Oferta comercial	4.8	4.5	Molt millorable
E. esportius	5.3	5.3	Millorable
Preu-qualitat	4.3	4.3	Molt millorable
Índex sintètic	5.3	5.3	Millorable

SERVEIS PÚBLICS

	2010	2011	Indicadors
Assistència sanitària	5.8	5.8	Millorable
Transports	4.3	4.3	Molt millorable
Informació	5.4	5.4	Millorable
E. culturals	4.3	4.1	Molt millorable
Seguretat ciutadana	4.1	4.1	Molt millorable
Índex sintètic	4.8	4.7	Molt millorable

ENTORN MEDI AMBIENTAL

	2010	2011	Indicadors
Aigües marines	4.8	4.8	Molt millorable
Cont. atmosfèrica	4.4	4.4	Molt millorable
E. urbà i paisatgístic	4.3	4.4	Molt millorable
Neteja carrers	3.8	3.8	Deficient
Cont. acústica	3.8	3.9	Deficient
Índex sintètic	4.2	4.3	Molt millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

MOTIVACIONS (%)

2010 2011

Sol i platjes	57.1	57.4
Preu	49.3	53.2
Diversió	45.1	47.2
Coneixement anterior	32.1	33.1
Recomanació amics	19.1	24.1
Tranquil·litat i descans	5.0	4.1
Recomanació A. viatges	7.9	6.3
Altres	8.0	9.9

Respostes múltiples

FIDELITZACIÓ (en %)

2010 2011

Ja ha estat a Eivissa	36.8	37.2
Pensa tornar a Eivissa	29.8	30.9

CONTRACTACIÓ PER INTERNET

	2010	2011
% sobre el total	36.8	44.3

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

Com sempre a Eivissa, entre les motivacions destacades trobem la "diversió". Aquesta realitat és, de qualque manera, contradictòria, doncs, per un costat, es considera satisfactòria l'oferta lúdica actual, però, per altra banda, altres tipus de visitants es queixen de determinats comportaments que es donen al voltant d'aquesta oferta lúdica.

Per altra banda, cal destacar les negatives valoracions que rep l'entorn mediambiental de l'illa, encara més preocupant si es té en compte que la platja continua sent el factor de decisió més important.

FORMENTERA: CONTROLAR LA SATURACIÓ

PUNTS FEBLES

- Saturació per excursions des d'Eivissa
- Serveis públics saturats a temporada alta
- Pèrdua de relació qualitat-preu de l'oferta complementària

PUNTS FORTS

- Gran valor mediambiental
- Satisfacció del tracte personal



ALLOTJAMENT

	2010	2011	Indicadors
Personal	6.8	6.6	Adequat
Preu-qualitat	5.9	6.0	Adequat
Restauració - bar	5.3	5.4	Preus/divers.
Comodat	5.9	5.5	Millorable
Neteja	5.7	5.6	Millorable
Instal·lacions	5.5	5.5	Millorable
Índex sintètic	5.9	5.8	Millorable

SERVEIS PÚBLICS

	2010	2011	Indicadors
Assistència sanitària	5.7	5.7	Millorable
Transports	4.5	4.7	Molt millorable
Informació	4.9	4.9	Molt millorable
E. culturals	4.9	5.0	Millorable
Seguretat ciutadana	5.3	5.1	Millorable
Índex sintètic	5.1	5.1	Millorable

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

	2010	2011	Indicadors
Serveis de Platja	7.0	6.8	Adequat
Oferta lúdica	5.4	5.6	Millorable
Oferta gastronòmica	6.2	6.1	Adequat
Oferta comercial	4.9	4.8	Molt millorable
E. esportius	5.0	5.0	Millorable
Preu-qualitat	4.3	4.2	Molt millorable
Índex sintètic	5.5	5.4	Millorable

ENTORN MEDI AMBIENTAL

	2010	2011	Indicadors
Aigües marines	7.7	7.3	Correcte
Cont. atmosfèrica	7.7	7.4	Correcte
E. urbà i paisatgístic	7.8	7.6	Correcte
Neteja carrers	5.9	5.6	Millorable
Cont. acústica	5.4	5.4	Millorable
Índex sintètic	6.9	6.7	Adequat

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

MOTIVACIONS (%)

2010 2011

Sol i platjes	59.2	60.3
Preu	46.2	48.2
Coneixement anterior	33.2	32.3
Recomanació amics	27.5	30.2
Diversió	17.2	20.4
Tranquil·litat i descans	19.3	18.4
Recomanació A. viatges	6.0	7.0
Altres	7.0	11.1

Respostes múltiples

FIDELITZACIÓ (en %)

2010 2011

Ja ha estat a Formentera	29.3	30.2
Pensa tornar a Formentera	26.8	28.4

CONTRACTACIÓ PER INTERNET

	2010	2011
% sobre el total	31.4	44.3

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2011

Formentera és una illa petita i delicada i, d'alguna manera, aquí és on radica el seu valor turístic. Pel mateix, es corre el risc d'una **excessiva massificació**, que en certs moments es converteix en **saturació**. Això, a més de poder fer insostenible el manteniment dels seus valors naturals i mediambientals, pot significar una certa pèrdua de qualitat en la prestació de serveis, especialment en el que es denomina de manera genèrica **oferta complementària**. Aquesta saturació no només es dona en el sí de l'illa sinó també a les seves aigües, amb l'arribada massiva de vaixells d'esbarjo.