

L'OPINIÓ DELS TURISTES (XXIV)

PERFILS, OPINIONS I PERCEPCIONS DELS TURISTES DE CALA MILLOR I SA COMA

El món del turisme, com a bona part de la resta d'activitats econòmiques en general, viu una època de grans innovacions i transformacions. Els canvis socials estimulats principalment per la gran difusió de les actuals tecnologies de la informació i comunicació, estan revolucionant la manera de construir i viure l'experiència turística.

En aquest panorama de canvis accelerats, una de les tasques més rellevants que les institucions públiques i privades del sector turístic han d'emprendre, és aprofundir en el coneixement de les condicions reals de l'oferta i demanda turística del territori, per així poder fer un seguiment efectiu de tot el desenvolupament de l'activitat turística. Conèixer les mancances i les problemàtiques, així com les raons de l'èxit de la destinació i de la satisfacció dels visitants, millorant el coneixement de les característiques i comportaments dels turistes, pot contribuir a facilitar sensiblement la presa de decisions en les organitzacions empresarials i administratives que s'ocupen del turisme, i també donar eficàcia als processos de promoció i comercialització del producte turístic.

Aquest Quadern Gadeso reflecteix les opinions i percepcions dels turistes de la zona de Cala Millor i Sa Coma, a partir d'un treball elaborat pel Michele Allegretti, sociòleg i postgrau en planificació i gestió de destinacions turístiques (UOC-WTO). Poden consultar el treball complet a www.gadeso.org.

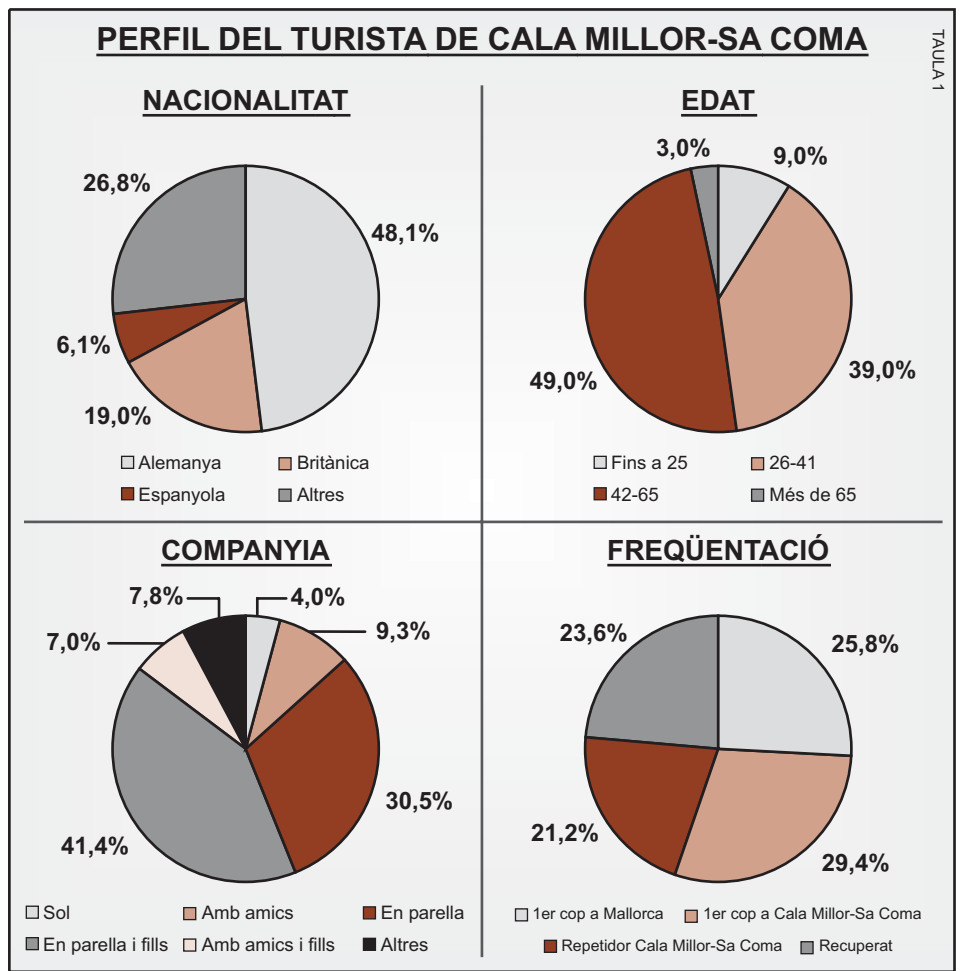
Res millor per començar l'anàlisi que establir el perfil dels turistes que han escollit la zona de Cala Millor i Sa Coma per passar les seves vacances. Com es pot comprovar a la taula número 1, l'alemanya és la nacionalitat predominant (quasi la meitat dels visitants), seguida per la britànica (19%). Els espanyols només suposen un escàs 6% dels entrevistats.

Pel que fa a les edats, els dos grups majoritaris són els que tenen entre 42 i 65 anys (49%) i els que se situen

entre els 26 i els 41 (39%).

La immensa majoria dels turistes viatgen amb la seva parella, sigui amb els seus fills (41,4%) o sense (30,5%), el que confirma la vessant familiar de la destinació.

Per últim, si parlem de freqüentació de la destinació, veiem com els nous visitants de la zona suposen més de la meitat del total, el que s'haurà de tenir en consideració per tots els agents del sector turístic local.



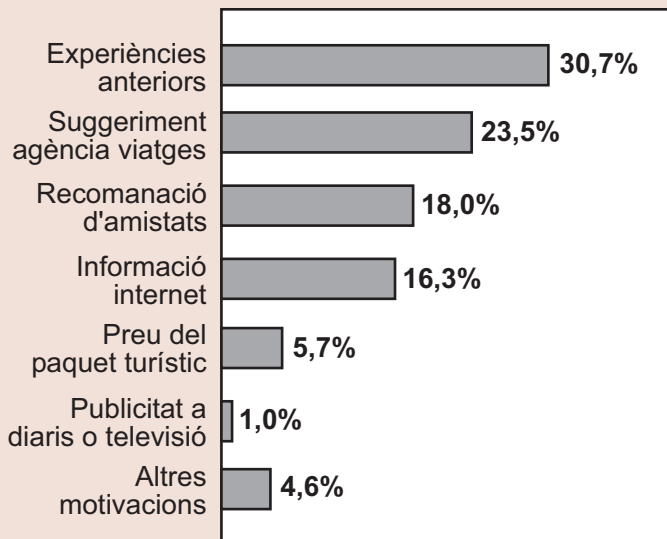
MOTIVACIONS I EXPERIÈNCIES

Sense entrar en nivells més específics, dues són les grans preguntes que s'han de saber respondre per aconseguir atreure més i millors visitants a la Badia de Cala Millor: una, quin ha estat el motiu principal que ha impulsat el turista a passar les seves vacances a la zona, i dues, quina és la valoració global de la seva experiència. Lògicament, aquestes respostes s'han d'analitzar juntament amb altres ítems (despesa, reserva, percepcions, queixes...) però ens faciliten una primera aproximació molt útil si, com dèiem al començament, es vol donar eficàcia als processos de promoció i comercialització del producte turístic.

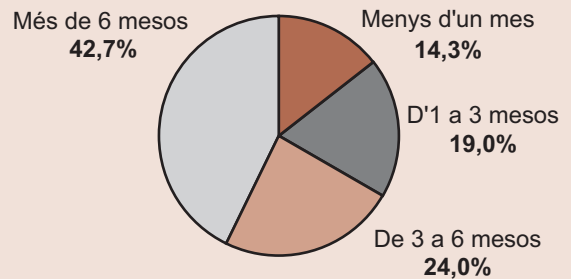
LA RESERVA DE LES VACANCES A CALA MILLOR-SA COMA

TAULA 2

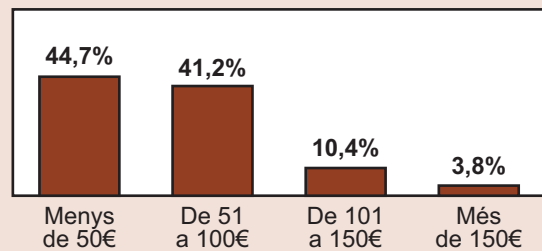
Motiu principal per l'elecció de Cala Millor-Sa Coma com a destinació per passar les vacances



Amb quina antel·lació heu fet la reserva de les vostres vacances?



Despesa diària extrahotelera prevista



La preeminència de les experiències anteriors com a principal motivació per visitar la Badia de Cala Millor representa un clar símptoma de satisfacció cap a l'oferta turística de la zona (corroborat per les recomanacions de les amistats). Resulta significatiu que la segona plaça sigui per a les agències de viatge, una mostra de la bona fama que té Cala Millor i també de la important tasca promocional que fan les agències.

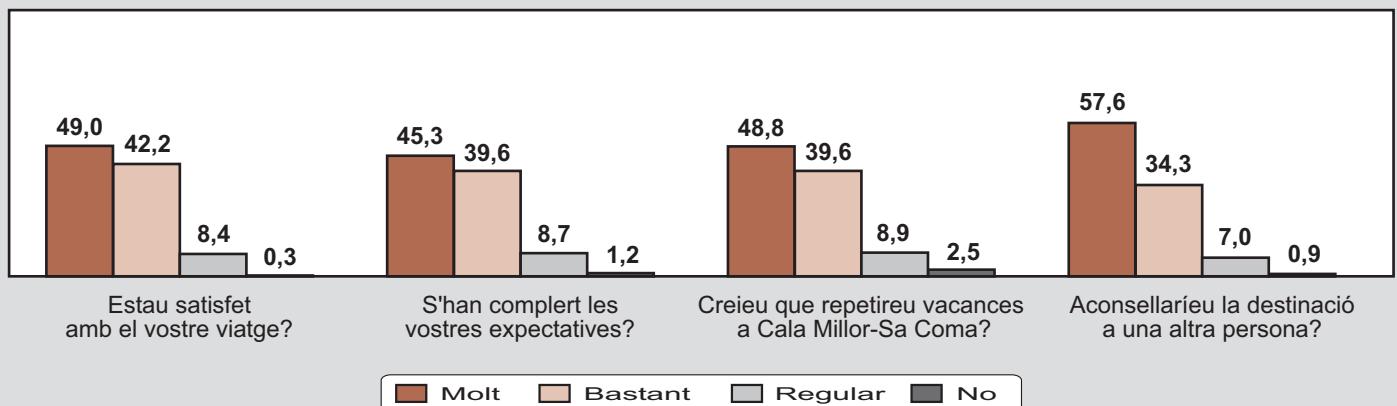
Per altra banda, una majoria dels turistes reserva les seves vacances amb més de sis mesos d'antel·lació, el que és positiu per a la planificació dels agents implicats, però

molts preveuen gastar-se menys de 50€, una xifra que s'hauria d'aspirar a elevar.

Pel que fa a l'experiència vacacional, la immensa majoria de les respostes han estat molt positives, com es pot llegir a la taula 3 (elevada satisfacció i compliment de les expectatives). Cal destacar per la seva importància el 57% d'entrevistats que han declarat que aconsellarien molt passar les vacances a la Badia de Cala Millor a altres persones, donada la gran influència que, com s'ha vist anteriorment, suposen en les decisions sobre l'elecció de la destinació les opinions dels amics i coneguts.

VALORACIÓ DE L'EXPERIÈNCIA VACACIONAL A CALA MILLOR-SA COMA

TAULA 3

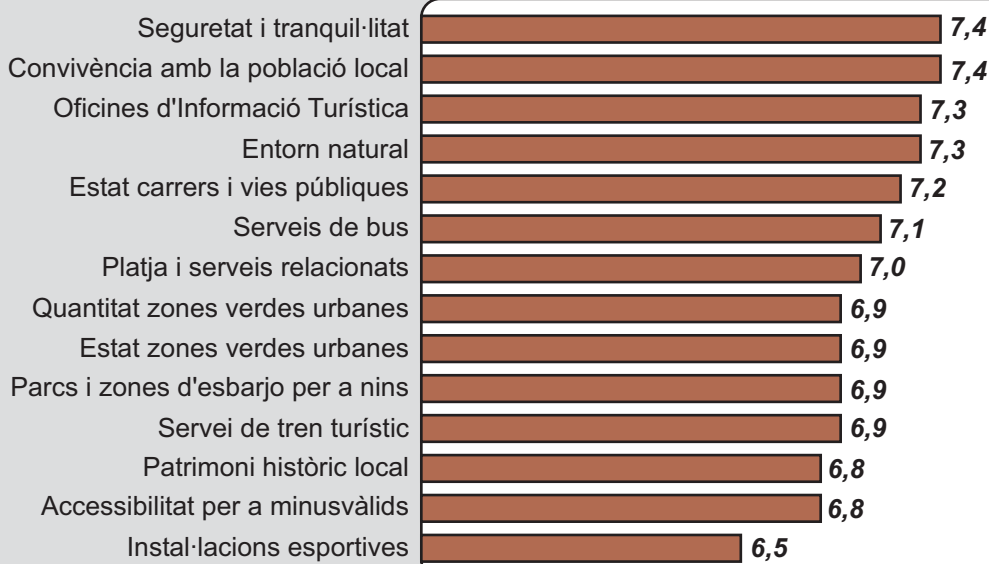


VALORACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC

En aquesta pàgina es resumeixen les valoracions que els turistes fan del producte turístic de la zona de Cala Millor i Sa Coma, tant de la seva vessant "pública" (seguretat, equipaments, serveis, convivència...) com de la privada (allotjament, restauració, oci, activitats culturals...). Saber què opinen els visitants dels diferents components de l'oferta turística, tot detectant els punts forts i els febles, és un element imprescindible per poder millorar-los i aspirar a una major competitivitat.

VALORACIÓ SERVEIS I EQUIPAMENTS PÚBLICS

TAULA 4

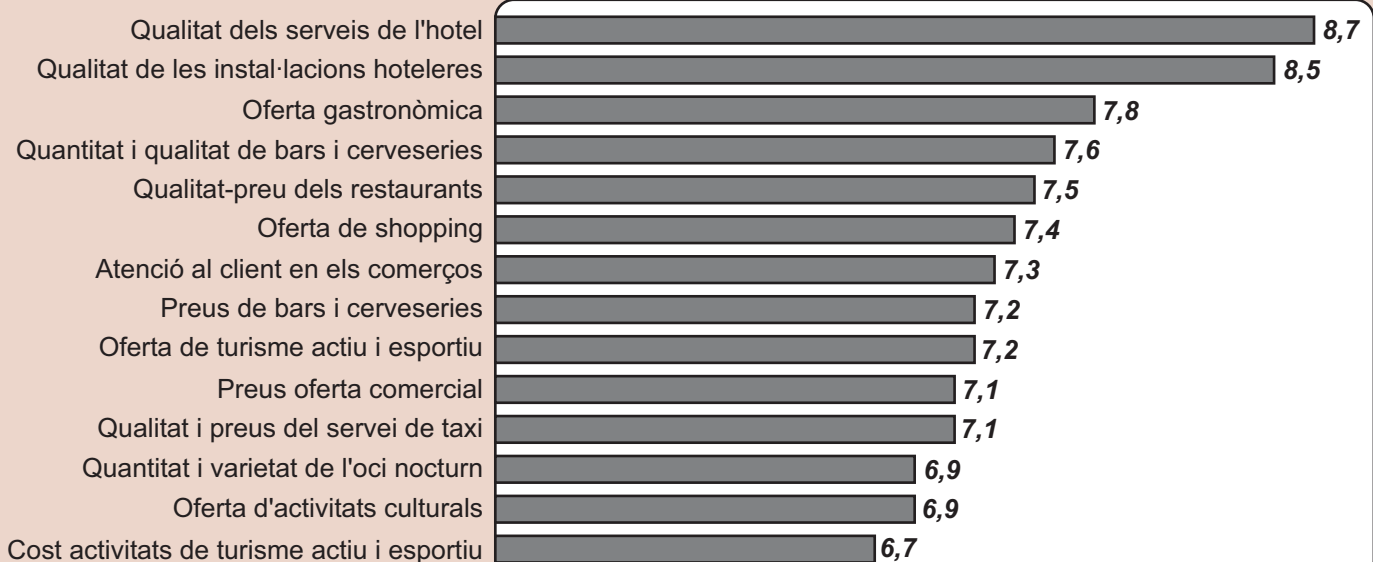


La satisfacció amb les dotacions públiques és segurament un dels aspectes més importants de la relació entre els visitants i destinació turística. El gràfic de resum que presentem ens retorna una imatge força positiva de la situació existent a Cala Millor i Sa Coma. En les opinions dels turistes enquestats, la zona no presenta greus deficiències, i encara que no s'arribi a la excel·lència en cap aspecte avaluat, sí es palesa una bona acceptació d'aquestes infraestructures i serveis entre els turistes entrevistats.

Pel que fa als productes privats, a nivell general reben una bona valoració, arribant al notable en la gran majoria dels aspectes avaluats. Notes positives reben els hotels i la restauració i també el *shopping*, activitat molt practicada entre els entrevistats. Els pocs serveis que es queden un poc més enrere són l'oferta d'oci nocturn, l'oferta d'activitats culturals i el cost de les activitats de turisme actiu, que es refereix als costos de les excursions o activitats de caràcter esportiu, que amb un 6,7 és l'aspecte que menys acceptació genera.

VALORACIÓ SERVEIS I PRODUCTES PRIVATS

TAULA 5

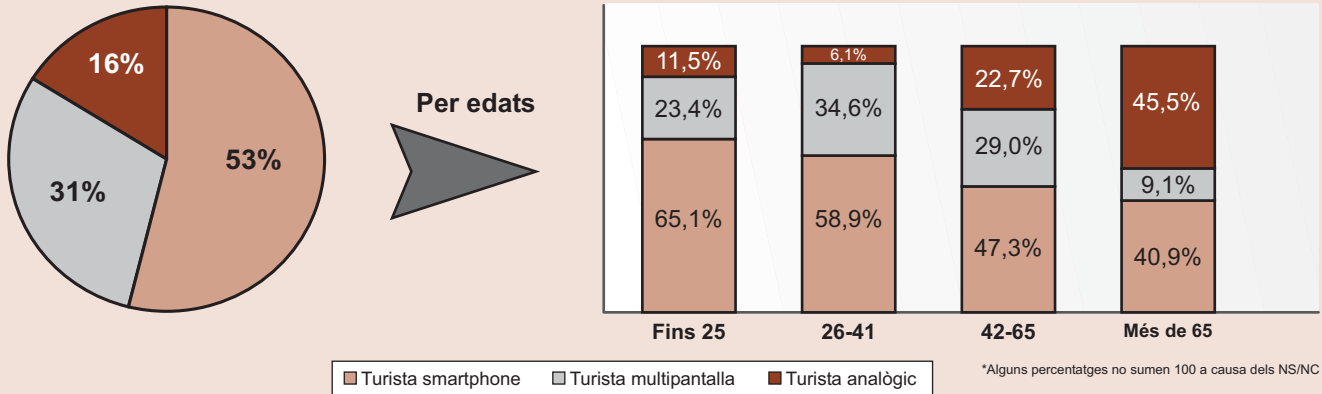


VACANCES I NOVES TECNOLOGIES

Per a l'anàlisi de les característiques i les tendències d'ús de les noves tecnologies entre els turistes i de la valoració que fan dels serveis de tecnologia que podrien millorar la seva experiència de vacances, s'han catalogat en tres tipologies diferents: "turistes smartphone", aquells que com a mínim porten un telèfon mòbil amb capacitat per connectar-se a internet i a les xarxes socials; "turistes multipantalla", els que a més d'un smartphone viatgen acompanyats per una tablet o un PC portàtil; i "turistes analògics", que són els que no fan ús de tecnologies multimèdia en el transcurs de les seves vacances.

ELS TURISTES DE CALA MILLOR-SA COMA I LES NOVES TECNOLOGIES

TAULA 6

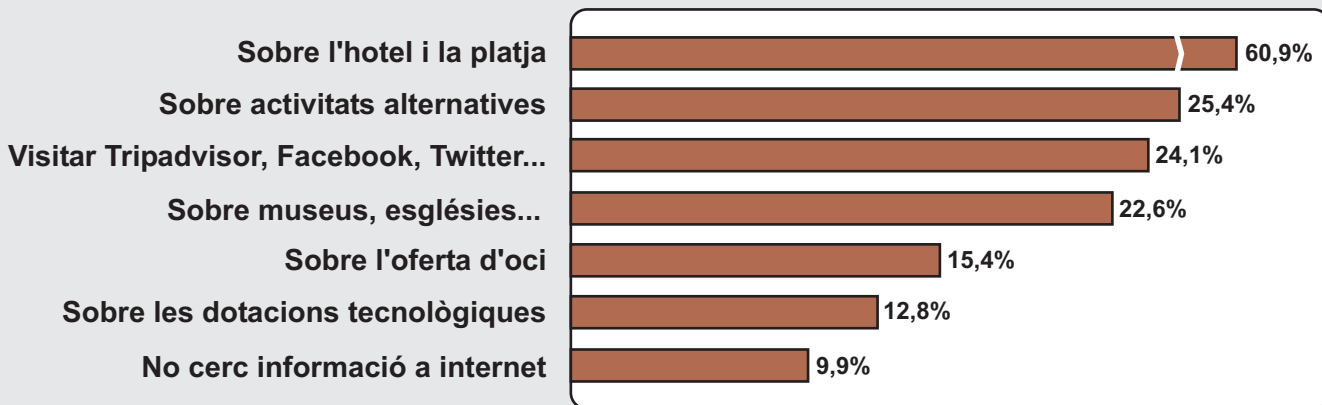


En la taula 6 es mostra la composició dels entrevistats segons la seva pertinença a les tres diferents tipologies d'usuaris. Els resultats ens mostren l'enorme difusió dels telèfons intel·ligents també entre els nostres turistes. Juntament amb els turistes multipantalla sumen gairebé la totalitat dels entrevistats, demostrant l'elevat ús d'aquestes tecnologies i la creixent necessitat de poder utilitzar-les també durant les vacances. La segmentació per edat, com era d'esperar, palesa una relació inversament proporcional entre d'edat i l'ús de les noves tecnologies

durant les vacances, però la demanda de serveis tecnològics orientats a millorar tant la qualitat de l'experiència de vacances en destinació, com les fases prèvies (informació, reserves...) no fa més que augmentar. Per altra banda, la taula 7 mostra les diferents informacions relacionades amb la destinació que més cerquen els usuaris: destaca per sobre de la resta les relacionades amb l'hotel i la platja, seguides per la cerca d'activitats alternatives i les creixents visites a les xarxes socials, cada cop més importants.

LA CERCA D'INFORMACIÓ PER INTERNET DURANT LES VACANCES

TAULA 7



Amb el suport de



EMASIA

Ajuntament



de Palma