

L'OPINIÓ DELS TURISTES (XXVIII)

COM VEUEN ELS TURISTES MALLORCA (XI)?

NOVES TIPOLOGIES

Com és habitual en aquestes dates estiuenques, i dins la sèrie de Quaderns Gadeso dedicada al turisme, en aquest número s'analitzen les percepcions i valoracions que fan del producte turístic els turistes que visiten l'illa de Mallorca.

Conèixer i analitzar l'opinió i valoració dels consumidors d'un determinat producte és prioritari per detectar els punts forts i febles, millorar-lo i, així, mantenir la competitivitat. Pel mateix, és bàsic examinar les distintes variables que ens permeten conèixer l'opinió dels turistes que ens visiten.

Els resultats d'aquesta anàlisi de les percepcions dels turistes s'ofereixen del més general a la vessant més específica. Així doncs, en aquesta primera pàgina hi trobareu un índex sintètic i les valoracions globals dels quatre grans blocs: producte turístic, oferta especialitzada, infraestructures/serveis públics i entorns medioambientals.

A les pàgines següents es desglossen aquestes dades, fent una especial referència especial a dos productes específics: el "tot inclòs" i el lloguer turístic. Finalment s'analitzen les motivacions dels turistes per triar Mallorca com a destinació i el seu grau de fidelització.

Sense negar les fortaleeses fonamentalment en les tipologies convencionals, es posen de manifest punts febles especialment lligats a les noves tipologies.

L'activitat turística, com és lògic, va incorporant nous productes lligats a **noves tipologies** en la demanda.

A la present investigació contiuem aprofundint en l'activitat turística convencional així com en els seus productes específics. Però també em fet un esforç per aproximar-mos a dos nous productes: el "tot inclòs" i el "lloguer turístic".

El quadre adjunt reflecteix l'índex sintètic de satisfacció/insatisfacció dels turistes que ens visiten durant aquesta temporada alta. Aquests índexs s'aniran explicitant en els distints ímputs que formen tant les formes de turisme convencional com les noves maneres.

Com es pot comprovar, a l'**índex sintètic de les tipologies convencionals s'ha modificat poc** en els darrers anys. Els millors valorats són l'hotel rural (6.8) i l'agroturisme (7.0), i es mantén amb un índex adequat (5.3) el producte convencional i més arrelat: l'hotel com allotjament turístic bàsic.

El nivell mig de satisfacció del "**lloguer turístic**" (5.1), és adequat als productes convencionals, mentre que el **nivell de satisfacció mitjà del tot inclòs (4.5)**, és clarament millorable. Però aquests resultats "mitjans" tenen manifestacions extremes en satisfacció i insatisfacció, tal com es pot comprovar en les taules 7 i 8.

Índex de satisfacció (S/10)

TAULA 1

	2015	2016	2017
Hotel Convencional	5.0	5.1	5.3
Tot Inclòs	-	-	(4.5)
Apartaments Turístics	4.4	4.4	4.8
Lloguer Turístic	-	-	(5.1)
Hotel Rural	6.7	6.8	6.8
Agroturisme	6.8	6.9	7.0
ÍNDEX SINTÈTIC	5.7	5.8	(5.9)

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

Mostra: 400 entrevistes. Nivell de confiança: 95,5%.
Error màxim: +-5,0%. Treball de camp: Juny 2017

INFRAESTRUCTURES I ENTORNS MILLORABLES

Cada vegada més, els nostres clients són més exigents respecte a les nostres infraestructures, equipaments i serveis així com de la gestió dels nostres espais naturals, elements bàsics del nostre destí turístic. A les taules adjuntes s'analitzen i valoren els diferents factors que componen els quatre blocs: infraestructures públiques, serveis públics, oferta especialitzada i entorns medi ambientals

TAULA 2

En el seu conjunt, les infraestructures públiques són millorables. Es percep una certa massificació en la nostra estructura diària (autovies, carreteres interiors), així com els accessos a les platges. El tren de Sóller està ben valorat, però no el tren Inca-Manacor.

INFRAESTRUCTURES PÚBLIQUES

	2015	2016	2017	Indicadors
Autovies	5.0	5.2	5.0	Millorable
Carreteres Interiors	4.4	4.4	4.3	Molt millorable
Tren de Sóller	5.0	5.0	5.2	Adequat
Tren Inca-Manacor	4.3	4.4	4.4	Deficient
Accés Platges	4.7	4.7	4.1	Molt millorable
Índex sintètic	4.6	4.7	4.6	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

TAULA 3

Està ben valorada l'assistència sanitària i la seguretat ciutadana malgrat sigui preocupant el "vandalisme" creixent en certes zones turístiques, especialment pel turisme familiar. El transport públic així com la informació és molt millorable.

SERVEIS PÚBLICS

	2015	2016	2017	Indicadors
Assistència sanitària	5.5	5.6	5.6	Bona
Transport públic	4.3	4.2	4.2	Molt millorable
Informació	4.2	4.3	4.5	Molt millorable
Equipaments culturals	4.2	4.4	4.5	Millorable
Seguretat ciutadana	4.6	4.7	5.0	Adequada
Índex sintètic	4.5	4.6	4.8	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

TAULA 4

En general l'oferta especialitzada és bona, encara que hi ha una certa queixa respecte als seus preus. Menys els equipaments comercials ubicats en determinades zones turístiques. És molt millorable el servei de platges per saturació i preus.

OFERTA ESPECIALITZADA

	2015	2016	2017	Indicadors
Servei de platja	5.1	5.0	4.8	Millorable
Oferta lúdica	5.0	5.0	5.0	Bona
Oferta gastronòmica	4.2	4.3	4.7	Adequada
Equipaments esportius	4.2	4.4	4.7	Bona
Equipaments comercials	2.9	2.8	2.7	Molt millorable
Índex sintètic	4.3	4.3	4.4	Millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

TAULA 5

Encara que hauria de ser un dels nostres principals valors, aquest bloc presenta unes valoracions molt millorables, especialment pel que fa als entorns urbans i paisatgístics, la contaminació acústica, els símptomes de massificació així com la neteja.

ENTORNS MEDI AMBIENTALS

	2015	2016	2017	Indicadors
Aigües marines	5.1	5.0	4.9	Adequada
Contaminació atmosfèrica	5.0	4.9	4.8	Millorable
Contaminació acústica	3.8	3.5	3.4	Molt millorable
Entorn urbà	4.4	3.9	3.7	Molt millorable
Entorn paisatgístic	4.8	4.7	4.5	Millorable
Neteja	4.6	4.4	4.1	Molt millorable
Massificació	5.0	4.8	4.2	Molt millorable
Índex sintètic	4.7	4.5	4.2	Molt millorable

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

VELLES I NOVES TIPOLOGIES

A les taules adjuntes s'especifica els nivells de satisfacció/insatisfacció tant de les velles com de les noves tipologies turístiques. Per arribar a conclusions significatives, a la investigació de la present temporada alta, hem afegit un nou factor que considerem rellevant, la ubicació de l'establiment de referència que tal com es pot veure té un nivell de satisfacció molt dispar.

SATISFACCIÓ PER TIPOLOGIES

TAULA 6

	Ubicació	Preu/Qualit.	Personal	Restauració	Neteja	Instal-lac.	Comoditat	SATISFACCIÓ GLOBAL
Hotel Convenc.	5.5	6.1	5.3	5.2	4.6	4.6	5.1	5.3
Tot Inclòs	4.0	4.9	4.5	5.2	4.6	4.5	4.0	4.5
Apt. Turístic	5.0	5.2	5.0	-	4.4	4.0	5.0	4.8
Lloguer Turístic	4.8	-	5.2	-	5.0	5.0	5.5	5.1
Hotel Rural	6.5	6.5	7.0	6.6	7.2	6.8	6.9	6.8
Agroturisme	7.0	6.5	7.0	6.8	7.4	6.8	7.3	7.0
MITJANA	5.5	5.8	5.6	6.0	5.6	5.2	5.6	5.6

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

En referència a les **tipologies convencionals**, la satisfacció de les persones que s'allotgen a **hotels rurals (6.8)** i a **agroturismes (7)** continua sent elevada en tots i cada un dels seus factors. A l'**hotel convencional (5.3)**, la satisfacció mitjana és adequada però són millorables els aspectes relacionats a la neteja i instal·lacions essent notablement satisfactòria la relació preu-qualitat. A l'**apartament turístic convencional (4.8)**, mostra elements negatius en la neteja i instal·lacions. I en general, la seva satisfacció global està disminuint.

En referència al denominat **tot inclòs**, el **nivell de**

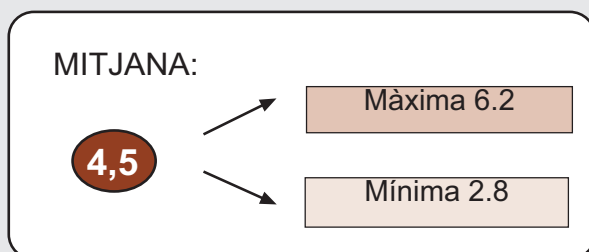
satisfacció mitjà (4.5) és baix, encara que és adequat el servei de restauració (5.2) i el preu de referència (4.9). Com es pot comprovar a la taula 7, hi ha valoracions extremes (des d'un 6.2 a un 2.8), depenent bàsicament de la ubicació i instal·lacions de l'hotel de referència.

Quant al denominat **lloguer turístic (5.1)**, es consideren satisfactoris tots els seus factors excepte la ubicació que condiciona el nivell global. Així si la ubicació de l'establiment és "aïllat" el nivell de satisfacció és notable (6), en canvi si està situat a un context urbà intensiu i especialment a un bloc d'habitatges, en nivell d'insatisfacció és clar (4)

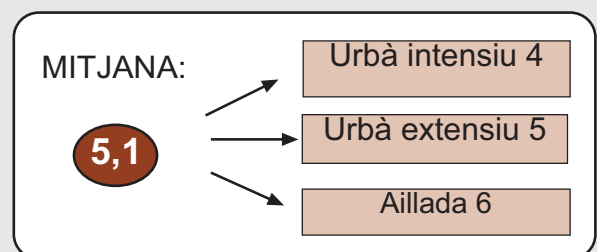
TAULA 7

TAULA 8

VALORACIÓ DEL TOT INCLÒS



VALORACIÓ DEL LLOGUER TURÍSTIC



Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

La demanda d'aquests dos nous productes està en augment, encara que hi hagi un debat intens dins el mateix sector turístic i a la ciutadania.

Crida l'atenció que un 55% dels turistes del **tot inclòs**, ho tornarien a contractar. El tot inclòs especialment pel seu

descontrol, provoca malestar dins la denominada oferta complementària.

El **lloguer turístic** avui per avui no té una regulació clara i coherent, el que pot provocar situacions insostenibles especialment dins els nuclis urbans.

PREUS, SOL/PLATJA I FIDELITAT

Lògicament, és rellevant conèixer les motivacions a l'hora de triar Mallorca com a destinació vacacional. Com es pot veure al quadre adjunt, l'ordre de les motivacions no experimenta canvis significatius però, en qualsevol cas, és interessant avaluar certs canvis d'intensitat. 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 dels turistes de tornar a visitar la nostra illa.

MOTIVACIONS DELS TURISTES

TAULA 9 (en %)	2015	2016	2017
Preu	69.7	64.1	67.0
Sol i platges	54.3	50.8	52.3
Diversió	20.4	17.2	20.2
Coneixement anterior	13.7	14.2	14.3
Recomanació amics	7.9	7.1	7.5
Recomanació agències	7.5	10.1	10.4
Tranquil·litat i descans	3.9	2.9	3.2
Altres	16.8	21.1	18.9

Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

Els motius de triar-mos com a destí vacacional són repetitius, encara que augmenta amb intensitat el "preu" (67%). És element bàsic d'elecció de Mallorca com a destí vacacional, la **facilitat de comunicació** amb els principals mercats emissors, així com l'existència a les illes de **companyies aèries de baix cost**.

En segon lloc, destaca el definit com a "sol i platges" (52,3%). Dins aquest factor cal incloure elements relacionats amb la natura i el medi ambient, pel que ens tendria que preocupar una certa percepció de massificació principalment per part dels repetidors, els nostres principals clients. Per exemple les platges, així com els seus accessos.

FIDELITZACIÓ (%)

ÍNDEX DE REPETICIÓ	2015	2016	2017	VOLUNTAT DE REPETICIÓ	2015	2016	2017
Ja ha estat a Mallorca	32.0	30.9	31.5	Sí, pens tornar a Mallorca	35.4	33.9	33.7
Ja ha estat a la mateixa zona	16.8	15.1	15.3	Sí, pens tornar a la mateixa zona	14.7	13.6	14.2

TAULA 10

Font: Baròmetres Gadeso. Estiu 2017

La fidelització és fonamental i de fet està millorant notablement des del moment que la contractació es pot fer directament fora dels canals de comercialització convencionals.

Per una part un **32% ja ha estat a Mallorca**, i per un altre costat l'índex de voluntat de repetició (**35,4%**) és molt

elevat, encara que cal tenir en compte la falta (provisional) de destins alternatius en la mediterrània sud.

Pot ser significatiu que aquesta voluntat de repetició a Mallorca no es doni respecte a la mateixa zona que han visitat. Aquest imput, pot fer referència a les noves tipologies.

El teu **desig** és el nostre **repte**, 2017 l'any de **Palma**



Totes les fraccions, accessibles per a tothom

Enguany es renovaran tots els contenidors dels barris i pobles de Palma



Fundació GADESO: C/Ter nº14 1er. B Palma de Mallorca - 07009
TEL. +34 971 479474 . PÀGINA WEB: www.gadeso.org
E-MAIL: info@gadeso.org Dipòsit legal: PM-436-2011

