Proyecto

PERCEPCIÓN Y SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS USUARIOS DE LA PLAYA EN MALLORCA: MEDIDAS PARA UNA GESTIÓN ÓPTIMA

Área temática

OceanBit

Eje 1 Investigación disciplinar Sociedad, economía y cultura Economía, empleo y turismo

Resumen

La calidad ambiental del medio natural y socioeconómico y la satisfacción turística están extremadamente

La satisfacción se refiere al estado emocional posterior al consumo del producto y su importancia tiene dos vertientes: en primer lugar, conlleva recomendaciones positivas del producto mediante el boca a boca a amigos y familiares, que se convierten en nuevos clientes, y, en segundo lugar, esa satisfacción favorece la fidelidad del cliente. Por lo tanto, el estudio de la percepción y la satisfacción de los usuarios al visitar un espacio litoral ambientalmente frágil como es una playa, tiene importantes repercusiones para la planificación y gestión de dicho espacio.

Objetivos

- Analizar la percepción y la satisfacción de la población turística que usa la playa en Mallorca.
- Proporcionar un enfoque sociodemográfico, temporal y actitudinal de los usuarios de la playa.
- Medir la percepción de masificación y su influencia en la fidelidad al destino.
- Proponer las correctas medidas para optimizar la gestión de las playas y su entorno.



Trabajo de campo

Transferencia de conocimientos

Investigación

El estudio de la percepción y satisfacción turística es un campo ampliamente explorado por parte de la comunidad científica internacional. Sin embargo, el estudio de las características que aquí se presentan aún no se ha dado en las Illes Balears, por lo que la contribución al conocimiento de este campo de investigación proporcionará una rica fuente de datos para ser utilizados en la planificación y gestión del litoral.

Administración

En España las competencias turísticas están totalmente transferidas a las comunidades autónomas, por lo que el Govern de les Illes Balears es el máximo órgano competente en materia turística, aunque, parcialmente, las competencias estén a su vez transferidas a los consejos insulares y los ayuntamientos. En cualquier caso, estos tres niveles verán en este estudio un elemento de referencia sobre el que apoyarse para determinar sus políticas de planificación y gestión de la actividad turística y, concretamente, sobre el litoral del archipiélago.

Empresas

Este estudio proporcionará un análisis detallado del perfil del usuario turístico de la playa, además de su correspondiente percepción y satisfacción del entorno, lo que permitirá elaborar propuestas para generar nuevas actividades y/o servicios turísticos. A su vez, el estudio permitirá crear una base de datos que facilite la monitorización de la percepción y la satisfacción del turista, con todas las implicaciones públicas y privadas que conlleva la planificación y gestión turística.

Director

OceanBit

Más información

Investigador principal

Investigador participante

Miquel Seguí

Joan Enric Capellà







Resultados

Resultados y conclusiones

La mayoría de áreas costeras afrontan múltiples conflictos morfológicos y funcionales que exigen una gestión integrada del espacio, con especial relevancia en las áreas turísticas tradicionales en la costa europea. Los destinos turísticos costeros que han llegado a la madurez tienen el reto de mantener o incrementar la ventaja comparativa. La competencia es extremadamente fuerte en las costas mediterráneas, donde hay muchos destinos turísticos que ofrecen productos y servicios muy similares. Por este motivo, los destinos maduros necesitan poner mayor atención en los procesos que ocurren en la costa; de ahí la importancia de la gestión integrada para las zonas turísticas.

El estudio ha revelado que el comportamiento de los turistas en las playas es muy parecido en las seis zonas muestreadas, a pesar de ser seis zonas con marcadas diferencias entre ellas y que responden morfológica y funcionalmente a desarrollos distintos.

La conclusión más importante es que el producto ofrecido por los proveedores turísticos disfruta de buena salud y cubre las expectativas de los turistas. En términos generales, los turistas valoraron positivamente su estancia en las seis zonas.

Otras de las conclusiones más interesantes que se han desprendido de este estudio son las siguientes:

- Los turistas opinaron que las zonas estaban repletas de gente, pero la valoración global es que no existe sensación de saturación.
- Una debilidad, en potencia, de la gestión turística actual es la interacción y percepción que existe entre los propios turistas. Aunque los turistas valoraron de forma bastante positiva a la población local, valoraron peor a los turistas. La segmentación de los tipos de turistas no se ha planificado y, consecuentemente, los diferentes grupos interactúan entre ellos en los mismos lugares y comparten las mismas infraestructuras y servicios, lo cual puede explicar la peor valoración de los turistas entre ellos mismos.
- Los factores más satisfactorios valorados por los turistas se relacionaban con la calidad: alojamiento, hospitalidad, tráfico y limpieza, mientras que los valorados con puntuación algo menor fueron los precios, el transporte público y el entorno.

Criterio	Estacionalidad		Estado residencial			Desarrollo turístico	
Zona	Marcada estacionalidad	Menor estacionalidad	Predominio población permanente	Predomínio población estacional	Baja residencia	Maduro	En desarrollo
Cala Sant Vicenç							
Port Pollença							
Cala Millor							
Es Trenc							
Platja Palma							
Santa Ponça							

Combinación de los tres criterios de estudio y de los intereses del IMEDEA (CSIC-UIB), de los cuales surgieron las seis áreas

Recomendaciones de futuro

- Reconversión de los espacios turísticos. La planificación es la mejor herramienta con que se cuenta para superar los errores realizados, darles soluciones y condicionar las futuras evoluciones. En el caso de las Illes Balears, la planificación debe ir encaminada en un doble sentido: a) recuperar y reconvertir los espacios turísticos maduros para evitar su degradación, con la mala imagen que ello comporta, así como su rehabilitación para que conserven su atractivo; b) protección del entorno en los lugares no masificados o que se encuentren protegidos bajo alguna figura de la ley para evitar su masificación y pérdida de atractivo.
- Políticas de equilibrio de precios. Se ha visto claramente que existe una fuerte discordancia entre los precios del sector hotelero (muy competitivos en el mercado) y los de la oferta complementaria (excesivamente elevados, incluso comparados con los de las ciudades de origen de los turistas: Berlín, Londres o Munich). Este desequilibrio puede originar una mala imagen como destino caro (entendido como mala relación entre la calidad del servicio ofrecido y el precio exigido a cambio), que echaría por tierra todos los trabajos de contención de precios y aumento de la productividad llevados a cabo por el sector hotelero.
- Planificación del uso espacial de los turistas. Vistas las quejas que los turistas han realizado sobre el comportamiento de los otros turistas y, en cambio, su satisfacción con la población autóctona, es necesario llevar a cabo una planificación del uso del espacio turístico de manera que se eviten las interferencias entre los distintos grupos y modelos de turistas, de modo que cada uno encuentre satisfacción a sus intereses. No es un problema de uso de espacio entre un turista de sol y playa y un senderista, ya que estos nunca se cruzarán porque recorren y ocupan espacios radicalmente distintos (la playa y la montaña, respectivamente), sino de los espacios de litoral, donde convergen muchos tipos de turista (juvenil, parejas, familiar, juerguista, descanso, etc.), o de los sitios de especial interés turístico (Palma, Valldemossa, cuevas, etc.), donde se encuentran conjuntamente durante su visita. Será en estos lugares (litoral y puntos de interés turístico) donde cabrá una política de racionalización de usos, utilizando métodos indirectos (jamás interpretados por los turistas como una prohibición) y una temporalización de actividades, con la consecuente especialización de los lugares por tipos de usos y franjas horarias de disfrute.

Producción científica

Artículos científicos en revisión

- "Managing Coastal Tourism. Tourist Reactions to Impacts". M. Seguí, J.E. Capellà, J. Tintoré. Artículo para la revista Annals of Tourism Research.
- Octubre 2007, Sevilla. "La planificación de destinos turísticos y la gestión integrada de las zonas costeras: una aproximación al comportamiento de los turistas en la playa". XX Congreso de la Asociación Española de Geógrafos.
- Noviembre 2006, Palma de Mallorca. "La gestión integrada de las zonas costeras (GIZC) en destinos turísticos maduros: el caso de Mallorca. Una propuesta de sostenibilidad para la cooperación al desarrollo". Congrés Bones pràctiques en la cooperació al desenvolupament en l'àmbit del turisme sostenible.