



11.2.2 - L'anàlisi de la demanda I

Per establir una diagnosi acurada de qualsevol destinació hem de conèixer les característiques i hàbits de consum dels **turistes que actualment ens visiten**: la nostra demanda actual. A més, aquests han passat per un procés fins que han arribat a la conclusió que els interessa la nostra destinació. Ens serà útil conèixer aquest procés.

Els turistes de la demanda actual estan en contacte amb els recursos, les infraestructures, els equipaments i els serveis de la destinació, els utilitzen i, per tant, **ens poden aportar opinions valuoses sobre la nostra oferta**, que ens seran de molta utilitat en el moment posterior de fer **l'anàlisi interna**.

Aquesta informació també ens resultarà útil si volem **millorar i rendibilitzar més eficaçment la nostra oferta**. És a dir, a l'hora de **créixer qualitativament**.

Una investigació sobre la demanda actual en un municipi de dimensions reduïdes no ha de ser necessàriament un procés costós ni difícil. Amb mecanismes ben estructurats i un equip de tècnics locals es pot dur a terme amb certa facilitat.

És probable que **els perfils dels turistes de la demanda actual**, els seus costums i moltes de les seves característiques **coincideixin amb els perfils dels turistes que no han visitat mai la nostra destinació** (demanda potencial), però que podrien fer-ho.

Per tant, la informació que obtinguem de la demanda actual ens permetrà fer més rendible el nostre turisme actual i **ens ajudarà a estructurar la investigació de la demanda potencial**.



11.2.3 - L'anàlisi de la demanda II

De la mateixa manera que ens és necessari conèixer les característiques dels turistes que ja ens visiten actualment (demanda actual), és molt important que coneguem també **qui són, on són i com són els turistes que podrien estar interessats a venir a la nostra destinació**. Aquests són la nostra **demanda potencial**.

Hi ha una notable diferència a l'hora d'estudiar la **demanda actual** respecte de la **demanda potencial**.

Els turistes que ens visiten són a prop, els tenim a l'abast. A més, podem identificar amb facilitat les persones que estan en contacte amb ells durant la seva estada: comerciants locals, professionals del sector turístic, gent del carrer, etc.

En canvi, **els turistes potencials no ens són tan accessibles**. En són molts, els seus perfils són molt diversos i la gent que està en contacte amb ells també ens queda lluny.

Un estudi clàssic i rigorós de la demanda potencial, generalment, està fora de l'abast pressupostari de molts municipis que tot just comencen a generar visitants.

Podem obtenir **informacions** molt valuoses sobre la **demanda potencial** en el sector turístic als diferents territoris, a través d'estudis d'àmbit superior, com ara **investigacions sociològiques que fan les administracions públiques** i que són accessibles en centres de documentació i en bases de dades a Internet. Tant l'Estat com les CCAA proporcionen regularment informacions sobre les **característiques i evolució** dels principals mercats turístics emissors.

Per a **investigacions més específiques** podem, també, acudir a empreses especialitzades en **l'estudi de mercats**.



11.2.4 - L'anàlisi de la demanda III

Quina és la informació que necessitem?

En els dos casos, haurà d'obtenir dades molt similars (naturalment amb tècniques molt diferents) que facin referència a:

- **Els mercats emissors:**
 - o D'on són els turistes potencials?
 - o D'on vénen els turistes actuals?
- **Els segments de mercat:**
 - o Quines són les característiques i els hàbits de consum dels turistes de la demanda actual i de la demanda potencial?
- **Els requeriments de la demanda:**
 - o Què busquen els turistes
- **Els canals de distribució:**
 - o Com arriben les ofertes als visitants actuals?
 - o Com podrien arribar als turistes potencials?

D'aquesta manera, podrem saber **què els podem oferir**, a qui ho hem d'oferir i com hem de fer-ho.