



## 34.2.5 - La informació necessària sobre els resultats

El control i el seguiment de l'activitat han de permetre **comprovar les previsions i comparar-les amb els resultats reals**.

Cada destinació tindrà unes necessitats d'informació en funció del seu tipus de turisme. Però, pel que fa al seguiment i control dels resultats, **hi ha un tipus d'informació que necessiten totes les destinacions**, independentment de les seves característiques.

Aquesta informació té a veure, bàsicament, amb:

- La qualitat.
- El mercat i el sector.
- L'oferta i els productes.
- Els recursos humans.

Vegem-los amb més detall.

### La qualitat

Necessitem saber:

- **El nivell de satisfacció dels turistes.**
- **El nivell de qualitat dels productes** o paquets de productes que ofereixen, tant les empreses de la destinació com els intermediaris.

Hem de construir indicadors que permetin saber i valorar tot això. Podem obtenir aquests indicadors fent **enquestes a la destinació**.



## 34.2.6 - La informació necessària sobre els resultats II

### El mercat i el sector

Pel que fa als **turistes**, necessitem saber:

- Quants en vénen?
- Quines són les seves característiques?
- Quant temps s'hi estan?
- Per què vénen a la nostra destinació? Pel preu? Per la qualitat? Pel servei que se'ls ofereix? Perquè és novetat? Perquè ens són fidels?
- Com ens han conegut?
- Etc.

D'altra banda, també hem d'obtenir informació sobre l'evolució dels diferents factors de **l'entorn, la demanda i la competència**. Així com de l'evolució de les empreses del sector o sectors complementaris.

### L'oferta i els productes

En relació amb l'oferta i els productes, és interessant saber:

- Quins són els productes o ofertes que més èxit tenen?
- Quins són els que en tenen menys? Per què? Percentatge d'incompliments?
- Etc.

Aquesta informació també ens permetrà saber en quin moment del cicle de vida es troba cada producte.

### Els recursos humans

Quan un turista jutja un producte o servei de la nostra oferta, no solament està valorant-ne la qualitat o el preu. També té en compte la **prestació del servei o l'atenció personal**. En aquest aspecte, són clau els recursos humans.

És important, doncs, **conèixer el grau de satisfacció respecte dels recursos humans**, tant per part dels turistes com dels empresaris.

En relació amb els recursos humans hem de construir indicadors que ens permetin saber si, entre altres coses:

- Hem aconseguit professionalitzar el sector?
- Hem aconseguit un mercat laboral turístic estable?
- Hem aconseguit implicar els treballadors en el desenvolupament de l'activitat?
- Etc.



## 34.2.7 - La informació necessària sobre els resultats III

D'altra banda, pel que fa als resultats, a qualsevol destinació l'ha d'interessar tenir dades sobre:

### Les actuacions

Hem de saber si s'han dut a terme totes les actuacions previstes, i si s'ha fet de la manera com s'havia dit.

### Les línies estratègiques

Igual que amb les actuacions, hem de saber si s'han desenvolupat totes les línies estratègiques previstes, i si s'ha fet de la manera com s'havia dit.

### Els objectius

Tant important com fixar els objectius és controlar el seu grau d'assoliment. Un objectiu pot presentar tres tipus de resultats:

- L'objectiu s'ha aconseguit.
- L'objectiu s'ha superat.
- L'objectiu no s'ha assolit.

### El posicionament

És convenient saber si la destinació està aconseguint posicionar-se en el mercat tal com es desitjava.

És necessari analitzar i conèixer **per què ha tingut lloc cadascun dels resultats possibles**. És clau tenir present, en aquest sentit, que **tant important és l'anàlisi dels fracassos com dels èxits**. Això permet aprendre del que s'ha fet correctament i millorar en el futur.