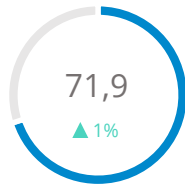
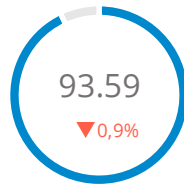


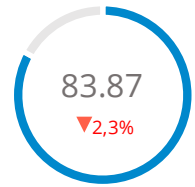
GLOBAL\*



PRODUCTE



SEGURETAT



CLIMÀTIC

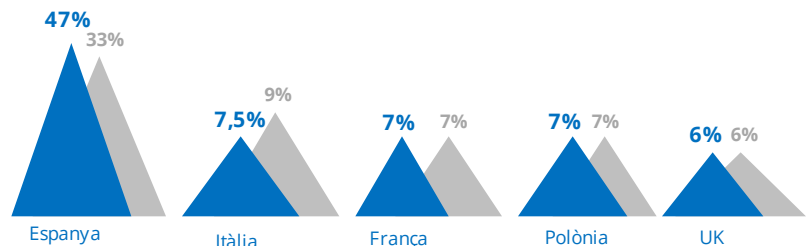
### INDICADORS SATISFACCIÓ – COMPRAATIVA INTERANUAL (0-100 punts)

Els índexs de percepció no pateixen grans canvis al respecte del mateix període de 2017, així com tampoc amb el trimestre anterior. L'Índex de Satisfacció Global amb la destinació mostra una molt bona valoració, i la lleugera baixada prové de la caiguda en el Índex de Percepció Climàtica i de Seguretat, que encara així estan en valors excel·lents. L'Índex de Satisfacció amb el Producte Turístic és el que mostra el millor comportament, sent també el valor que major marge de creixement ofereix.

\*L'Índex de Satisfacció Global no ha tingut en compte l'índex de Satisfacció Hotelera.

### MERCATS EMISSORS PER NOMBRE DE MENCIONS

El pes relatiu del mercat nacional s'incrementa notablement, augmentant la dependència d'aquest respecte de l'any anterior. És remarcable el descens relatiu del mercat italià. La resta dels mercats que formen el top 5 no ofereixen variacions. El nombre de mencions de polacs ja es situa per sobre de les de britànics i alemanys.



2018	2017	
Sol i platja	32,30%	38,74%
Cultural	15,37%	13,03%
Oci Nocturn	11,64%	13,54%
Natural	9,45%	9,60%
Familiar	9,01%	5,96%

2018	2017	
Natural	86.84	86.92
Sol i platja	85.55	91.77
Familiar	79.03	71.60
Oci Nocturn	78.55	61.94
Actiu	77.30	70.16

### TOP 5 PRODUCTES TURÍSTICS PER VOLUM MENCIONS

L'interès per el Sol i Platja, i el Oci Nocturn perden protagonisme en vers d'altres productes com el Cultural, Familiar, Actiu (9%) i Gastronòmic (8%). És remarcable l'increment de l'interès en turisme familiar, que passa de la setena posició del rànking l'any passat, a la quinta, superant a turisme Actiu i Gastronòmic, que també pugen.

### TOP 5 PRODUCTES TURÍSTICS PER SATISFACCIÓ (0-100 punts)

El producte turístic millor valorat deixa de ser el Sol i Platja i passa a ser el Natural. Millora també de manera substancial la percepció amb l'Oci Nocturn, el turisme Actiu, el Familiar i el Cultural (76,45). Per contra, els productes Sol i Platja, Gastronòmic i Shopping obtenen una satisfacció menor comparant amb el mateix període de 2017.

### ATRACTIUS MÉS MENCIONATS ASSOCIATS A LA MARCA

L'evolució dels atractius turístics més mencionats mostra una tendència similar a la dels productes turístics. Perden importància relativa de manera important atractius de Oci Nocturn i Sol i Platja, com Discotòpics, Waterworld o les platges de Lloret i de Fenals, i es detecten moltes més mencions a atractius culturals com el Teatre Municipal i l'Església de Sant Romà. També el Camí de Ronda augmenta la seva importància relativa (7,21%)

2018	2017		
Discotòpics	11,14%	Discotòpics	21,83%
Platja de Fenals	8,23%	Platja de Fenals	9,57%
Teatre Municipal	8,23%	Water world	9,27%
St. Clotilde jardins	8,01%	Platja Lloret	8,97%
Església Sant Romà	7,51%	St. Clotilde jardins	8,08%

Aquest resum executiu s'ha elaborat mitjançant l'anàlisi de les interaccions espontànies i públiques dels usuaris interessants en Lloret de Mar des del punt de vista turístic entre el 01.09.18 i el 30.11.18, i el mateix període de 2017. Les fonts utilitzades són:

- **Xarxes Socials:** Instagram i Twitter. 34.750 mencions turístiques.

Els índexs calculats mostren valors d'entre 0 i 100 punts. A continuació, es mostra l'escala de valoració per conèixer el significat i evolució dels indicadors en el temps.

- **De 0 a 24 punts:** Aquells indicadors o índexs que es troben dins d'aquesta escala, mostren nivells de satisfacció i confiança molt baixos i per tant són una àrea prioritària de reconfiguració.
- **De 25 a 49 punts:** Nivell de satisfacció i confiança relativament baix. Important potencial per a la millora.
- **De 50 a 74 punts:** Nivell de satisfacció bo a molt bo. Moderat potencial de millora.
- **De 75 a 100 punts:** Nivells de satisfacció i confiança excel·lents. En alguns casos hi ha marges per a la millora, encara que en la majoria d'ells siguin nivells a mantenir i consolidar.

L'evolució dels nivells de satisfacció dels visitants / usuaris s'extreu mitjançant cinc indicadors clau de rendiment de la destinació que es descriuen a continuació:

- **TP index: l'Índex de Productes Turístics,** mesura el nivell de satisfacció amb l'oferta (productes) de la destinació en les seves diverses categories: Cultural, Gastronòmic, etc. Aquest índex s'obté analitzant la distribució de comentaris positius, negatius i neutres que es produeixen per a cada un d'aquests productes.
- **PS index: l'Índex de Percepció de Seguretat,** mesura el nivell de seguretat percebuda pels visitants. Aquest índex es calcula mitjançant avançades tècniques de PNL (programació neurolingüística) que permeten entendre quan un comentari fa referència a aquestes qüestions.
- **PC index: l'Índex de Percepció Climàtica,** mesura el nivell de satisfacció dels visitants amb el clima en la destinació. Això s'aconsegueix mesurant el volum de "queixes", és a dir, comentaris negatius respecte a la meteorologia en la destinació i traçant una relació inversa: com més baix sigui el volum de comentaris negatius, major serà l'índex de satisfacció. Aquest tipus de mesura permet entendre la relació entre les expectatives dels visitants i la realitat de la destinació.
- **GTP index: Aquest índex mesura el nivell global de satisfacció** dels visitants amb la destinació. Aquest mesurament es realitza ponderant els quatre indicadors anteriors, així com analitzant la distribució de sentiment general sobre la destinació.