



**Ipsos Loyalty**

The Customer and Employee Research Specialists



Centre  
d'Estudis  
d'Opinió

Nobody's Unpredictable

REO núm. 459

Data 24 octubre 2008



# SATISFACCIÓ I PERFIL DEL CLIENT DE LA MOLINA

## ISC-IV' 2007-2008 La Molina

Client:



Estudi preparat per a: Joan Anton Font, Joaquím Roqué i Toti Rosselló

Per: Josep Inglada, Ramón Serrano i Irene García

Barcelona, Febrer 2008

- Els responsables de l'estació d'esquí de La Molina volien disposar d'un estudi que els permeti conèixer:
  - ✓ **QUINA ES LA QUALITAT PERCEBUDA PEL CLIENT DELS SERVEIS OFERTS A L'ESTACIÓ D'ESQUÍ DE LA MOLINA'2.007-2.008**
- Per poder actuar sobre aquells aspectes que més eficaçment puguin influir en la satisfacció global del client.
- Paral·lelament volien disposar de:
  - ✓ **DADES QUE LI PERMETIN CONÈIXER MILLOR QUINS SON ELS HÀBITS DELS VISITANTS A L'ESTACIÓ**
  - ✓ **VEURE QUINA ES L'EVOLUCIÓ RESPECTE AL MESURAMENT DE LA TEMPORADA 2.003- 2.004**
- A tal efecte vam realitzar el corresponent estudi, del que els principals resultats són motiu del present document

### Dies de realització

- Durant els **dies 1,2,3,4,9 i10 de Febrer de 2008**, amb una mostra representativa de feiners, dissabtes i diumenges

### Univers

- Tots els clients, de La Molina d'un dia tipus normal.

### Mostra i Error Mostral

- S'han realitzat un total de **404 entrevistes**
- Aquesta mostra implica (pel pitjor dels casos i amb un nivell de confiança del 95,5%) un **error màxim** de l'ordre de **± 4,98%**

### Selecció

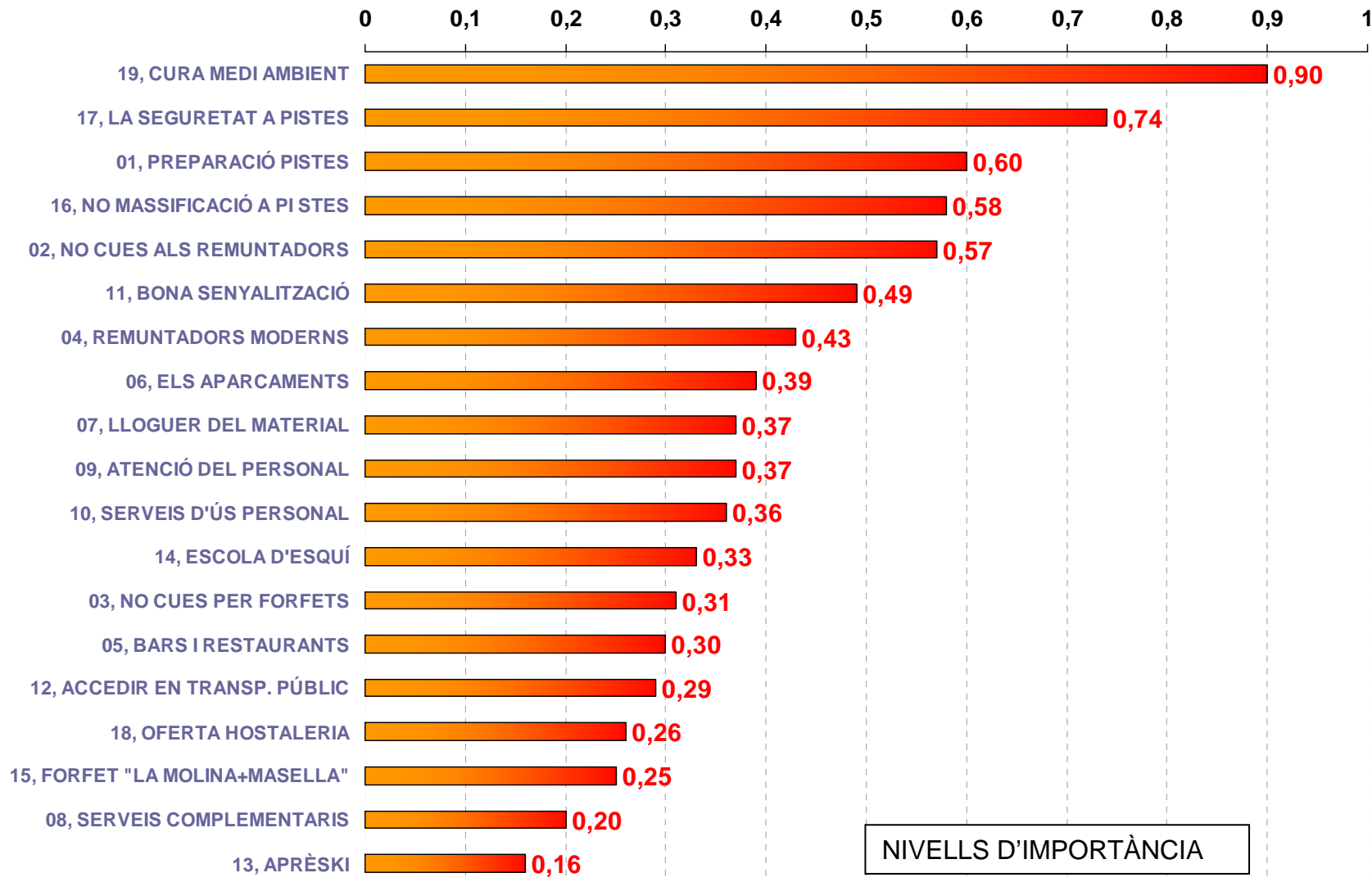
- Es van realitzar les entrevistes de 11h a 15h principalment (no exclusivament) al bars i restaurants de les pistes i de 15h a 17h/18h principalment (tampoc exclusivament) als aparcaments.
- Per zones, es van realitzar entrevistes principalment a la zona de Pista Llarga i del Telecabina ALP2500, però també al Roc Blanc i al Pla d'Anyella.
- S'ha contrastat que el volum d'ocupació dels diferents aparcaments (dades facilitades per La Molina) coincideix amb els resultats obtinguts a l'estudi.

# ***PRINCIPALS RESULTATS***

## *Importància dels aspectes*

Base total 2007-2008: 404 clients

Mitja (0-1)



- No es detecten grans diferències de nivell d'importància per segments. Les més rellevants són:

ASPECTE	Mes important per clients...	Menys important per clients...
PREPARACIÓ DE LES PISTES	De pistes Negres/vermelles	De menys de 3 anys d'antiguitat
NO CUES ALS REMUNTADORS	-	De menys de 3 anys d'antiguitat
ELS APARCAMENTS	De cap de setmana	De feiner
	Amb cotxe	Sense cotxe
REMUNTADORS MODERNS	-	De menys de 3 anys d'antiguitat
ACCES EN TRANSPOR PUBLIC	De menys de 25 anys	De més de 35 anys
	Sense cotxe	-
LLOGUER DE MATERIAL	De menys de 25 anys	De més de 35 anys
	Sense cotxe	Amb cotxe
	De 1 <sup>a</sup> vegada	De més d'una vegada
	De fins a 3 anys d'antiguitat	De més de 3 anys d'antiguitat
SERVEI D'ESCOLA D'ESQUÍ	Sense cotxe	De 26 a 35 anys
	De fins a 3 anys d'antiguitat	De més de 3 anys d'antiguitat
	D'estada	Residents a BCN ciutat
FORFET "LA MOLINA+MASELLA"	-	Dones
SERVEIS COMPLEMENTARIS	No residents a la província de BCN	Residents a BCN ciutat

- Respecte l'any anterior s'aprecia alguna variació (algun cas motivat per la redefinició de l'enunciat de l'ítem) tal com indiquem en la pàgina següent.

- Tot i que no són totalment comparatives <sup>(1)</sup>, els valors històrics de la importància dels factors ens indiquen que el rang no té gaires variacions en el temps:

• Pel que fa als factors més importants gairebé no hi ha variació en el temps (com a molt varien una posició a munt o avall).

• On hi trobem alguna variació (encara que petita) és, lògicament, en els aspectes considerats menys importants.

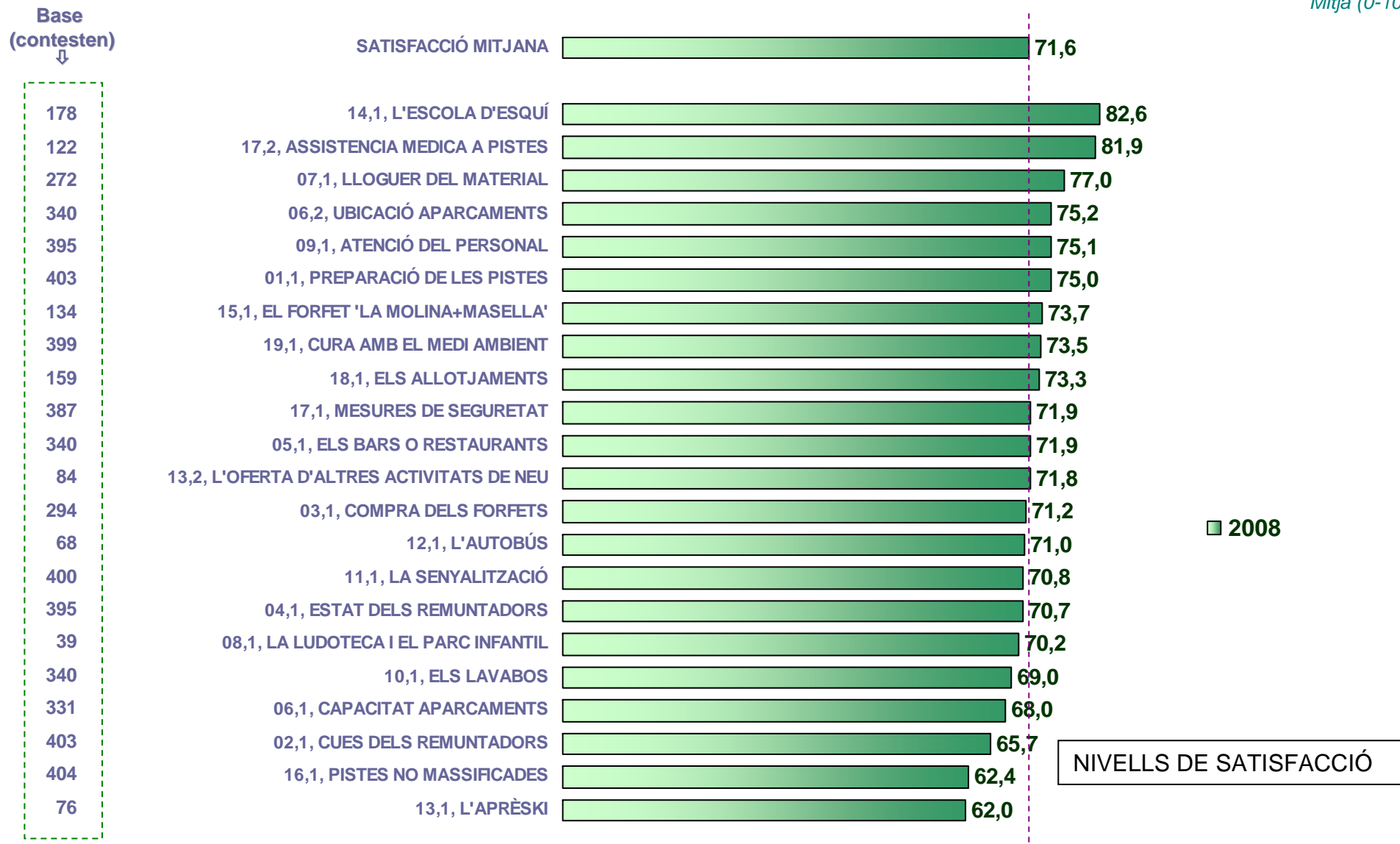
NIVELLS D'IMPORTANCIA	2008		2004		2003	
Base (clients):	404	(rang)	431	(rang)	268	(rang)
19, CURA MEDI AMBIENT	0,9	(1)	0,90	(1)	0,90	(1)
17, LA SEGURETAT A PISTES	0,74	(2)	0,74	(2)	0,62	(4)
01, PREPARACIÓ PISTES	0,6	(3)	0,71	(3)	0,68	(2)
16, NO MASSIFICACIÓ A PISTES	0,58	(4)	0,59	(5)	0,59	(5)
02, NO CUES ALS REMUNTADORS	0,57	(5)	0,68	(4)	0,65	(3)
11, BONA SENYALITZACIÓ	0,49	(6)	0,52	(6)	0,54	(6)
04, REMUNTADORS MODERNS	0,43	(7)	0,49	(7)	0,51	(7)
06, ELS APARCAMENTS	0,39	(8)	0,39	(8)	0,42	(8)
07, LLOGUER DEL MATERIAL	0,37	(9)	0,27	(9)	0,27	(9)
09, ATENCIÓ DEL PERSONAL	0,37	(10)	0,35	(14)	0,37	(13)
10, SERVEIS D'ÚS PERSONAL	0,36	(11)	0,31	(11)	0,30	(11)
14, ESCOLA D'ESQUÍ	0,33	(12)	-		-	
03, NO CUES PER FORFETS	0,31	(13)	0,35	(10)	0,36	(10)
05, BARS I RESTAURANTS	0,3	(14)	0,26	(15)	0,27	(14)
12, ACCEDIR EN TRANSP. PÚBLIC	0,29	(15)	0,28	(13)	0,18	(17)
18, OFERTA HOSTALERIA	0,26	(16)	0,22	(16)	0,20	(16)
15, FORFET "LA MOLINA+MASELLA"	0,25	(17)	0,29	(12)	0,30	(12)
08, SERVEIS COMPLEMENTARIS	0,2	(18)	0,22	(17)	0,27	(15)
13, APRÈSKI	0,16	(19)	0,15	(18)	0,17	(18)

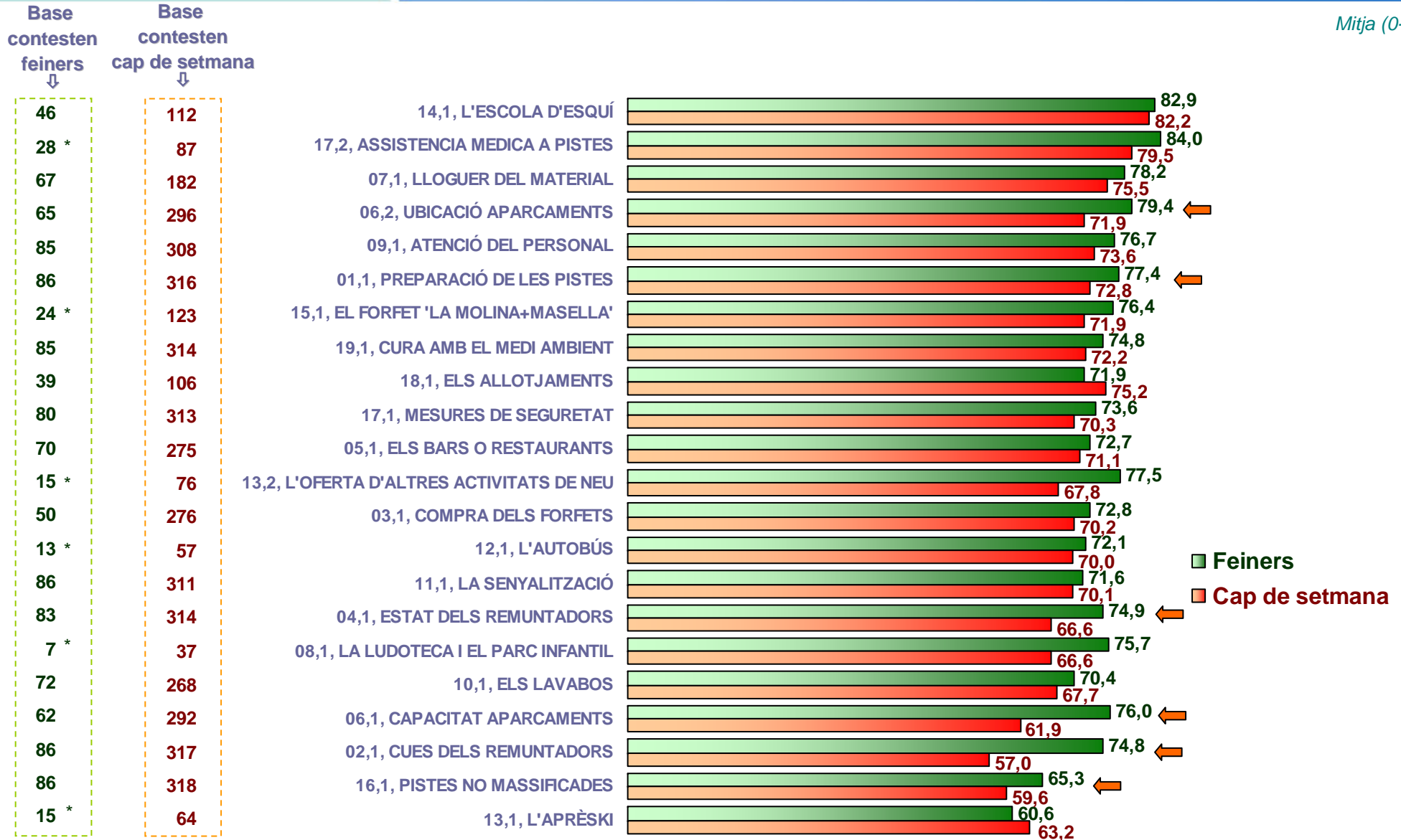
ASPECTES QUE HAN MODIFICAT L'ENUNCIAT RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

(1) No són totalment comparatives per què no són respostes directes. S'obtenen per discriminació (veure capítol ISC), per què com tots són importants, el que interessa és obtenir un rang. Si no hi haguessin variacions en els temps la comparació seria homogènia, però han anat variant en quantitat i en el plantejament d'alguns d'ells. Entre el 2004 i el 2003 les diferències són petites i la comparació directa pot ésser vàlida. Però per comparar el 2008 el lector ha de fer la interpretació veient quin és el rang del factor i no comparant directament el valor



## *Satisfacció per aspectes*





\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

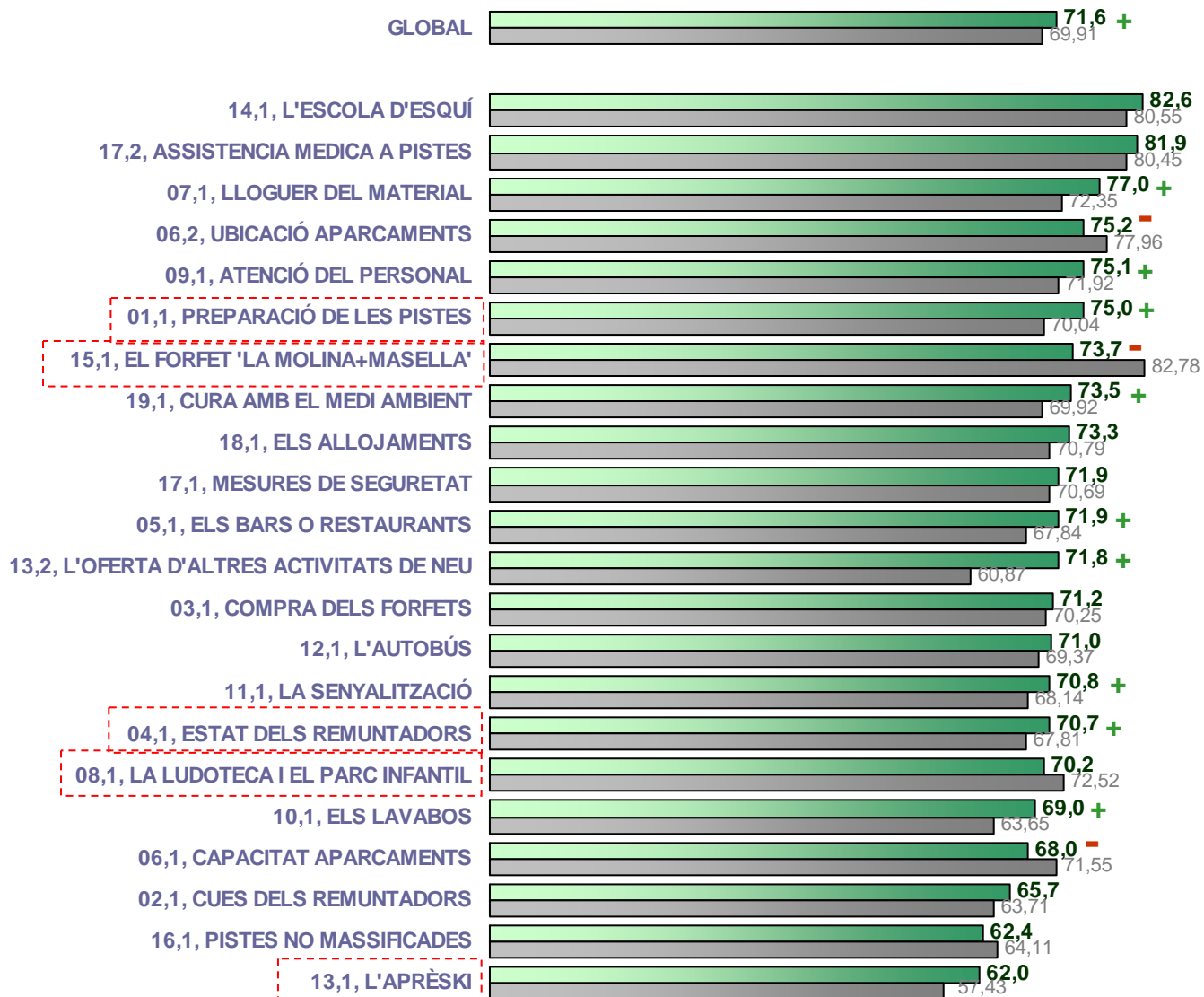
← DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA ENTRE FEINERS I CAP DE SETMANA

- A banda del dia-tipus, altres diferencials de satisfacció són:

ASPECTE	Menys satisfets els clients...	Mes satisfets els clients...
CUES REMUNTADORS	Que han vingut més d'un cop	De pistes Blaves/Verdes
	Snowboarders	De 1ª vegada
PREPARACIÓ PISTES	De 26 a 35 anys	-
	Snowboarder-	-
ESTAT REMUNTADORS	-	Més de 3 anys d'antiguetat
CAPACITAT APARCAMENTS	-	Sense cotxe
ESCOLA D'ESQUÍ	De més de 35 anys	De fins a 25 anys
	De més de 3 anys d'antiguetat	De 1ª vegada
	-	De fins a 3 anys d'antiguetat
ELS LAVABOS	-	De fins a 3 anys d'antiguetat

Base contesten 03-04  
↓  
Base contesten 07-08  
↓

109	178
67	122
241	272
389	340
423	395
425	403
250	134
429	399
113	159
419	387
352	340
28 *	84
376	294
50	68
417	400
424	395
26 *	39
379	340
390	331
427	403
429	404
45	76



■ 2007-2008  
■ 2003-2004

ASPECTES QUE HAN MODIFICAT L'ENUNCIAT RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

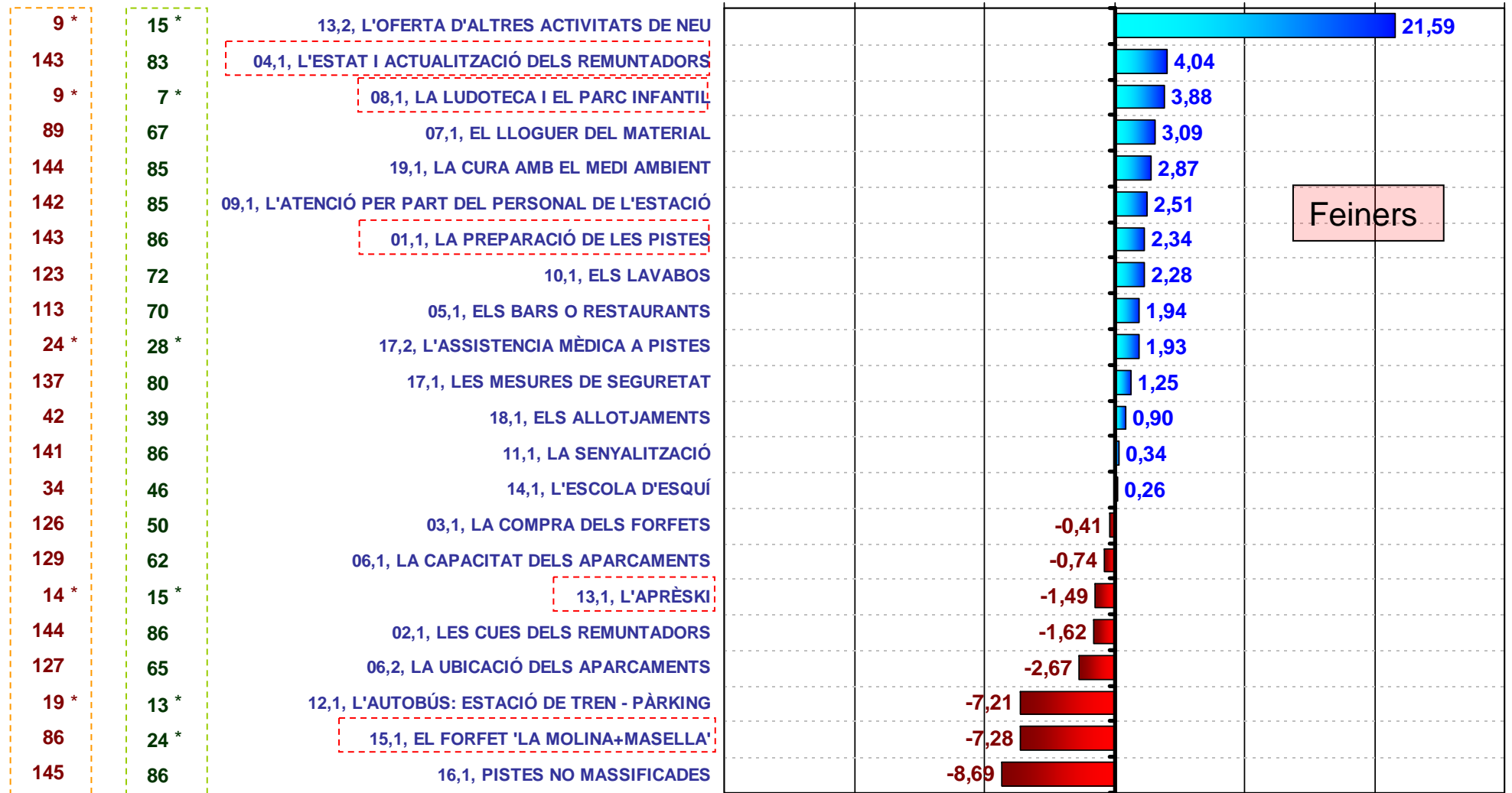
+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

Base contesten fei. 03-04  
↓

Base contesten fei. 07-08  
↓

DIFERENCIAL DE SATISFACCIÓ  
07/08 – 03/04

La satisfacció global s'ha mantingut (74.2 → 74.4)



ASPECTES QUE HAN MODIFICAT L'ENUNCIAT RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

Menys satisfets al 2008    Més satisfets al 2008

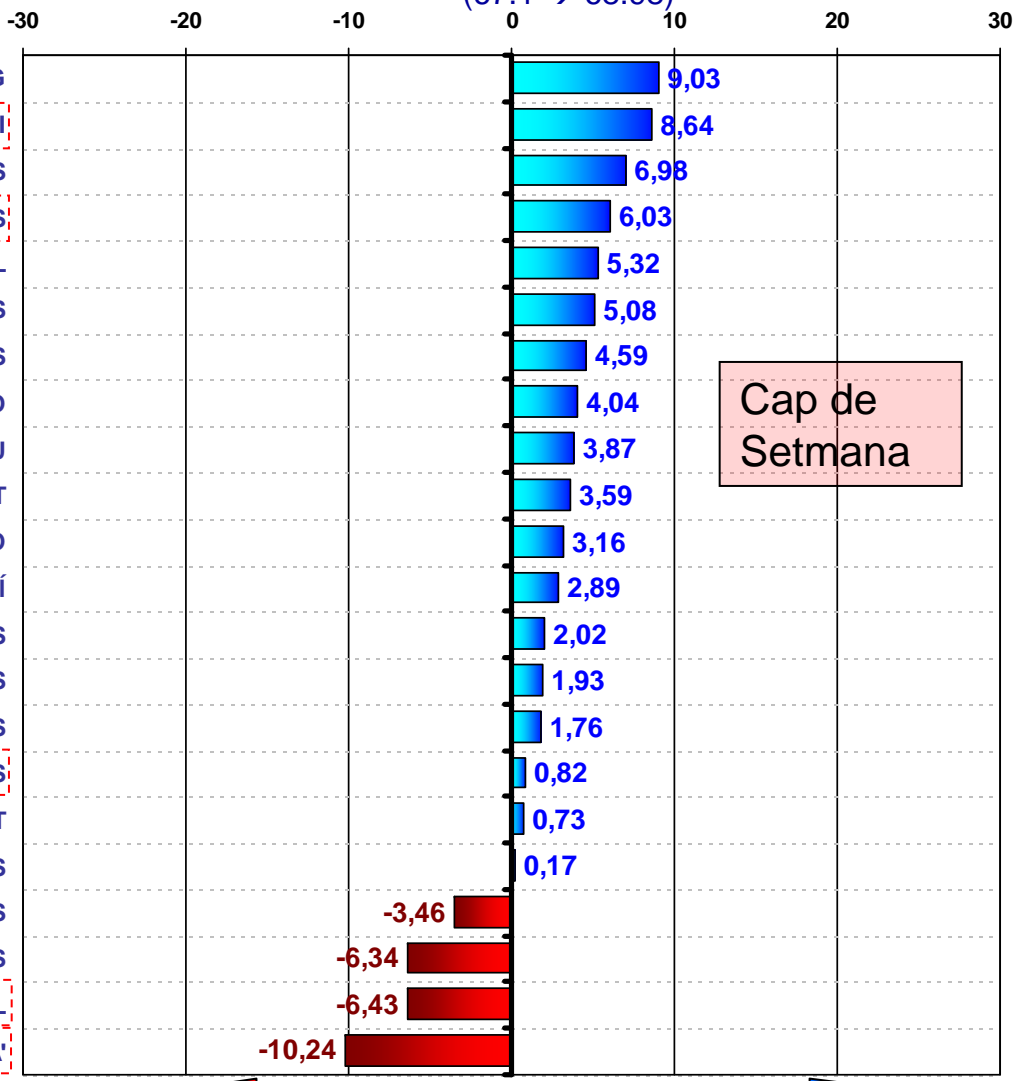
Base contesten c.s. 03-04  
↓  
Base contesten c.s. 07-08  
↓

DIFERENCIAL DE SATISFACCIÓ  
07/08 – 03/04

La satisfacció global ha augmentat significativament  
(67.1 → 68.98)

30	57
30	64
257	268
282	316
150	182
241	275
70	106
276	311
19 *	76
286	314
281	308
75	112
284	318
250	276
283	317
281	314
283	313
43	87
263	296
262	292
17 *	37
164	123

12,1, L'AUTOBÚS: ESTACIÓ DE TREN - PÀRKING	12,1
13,1, L'APRÈSKI	13,1
10,1, ELS LAVABOS	10,1
01,1, LA PREPARACIÓ DE LES PISTES	01,1
07,1, EL LLOGUER DEL MATERIAL	07,1
05,1, ELS BARS O RESTAURANTS	05,1
18,1, ELS ALLOTJAMENTS	18,1
11,1, LA SENYALITZACIÓ	11,1
13,2, L'OFERTA D'ALTRES ACTIVITATS DE NEU	13,2
19,1, LA CURA AMB EL MEDI AMBIENT	19,1
09,1, L'ATENCIÓ PER PART DEL PERSONAL DE L'ESTACIÓ	09,1
14,1, L'ESCOLA D'ESQUÍ	14,1
16,1, PISTES NO MASSIFICADES	16,1
03,1, LA COMPRA DELS FORFETS	03,1
02,1, LES CUES DELS REMUNTADORS	02,1
04,1, L'ESTAT I ACTUALITZACIÓ DELS REMUNTADORS	04,1
17,1, LES MESURES DE SEGURETAT	17,1
17,2, L'ASSISTENCIA MÈDICA A PISTES	17,2
06,2, LA UBICACIÓ DELS APARCAMENTS	06,2
06,1, LA CAPACITAT DELS APARCAMENTS	06,1
08,1, LA LUDOTECA I EL PARC INFANTIL	08,1
15,1, EL FORFET 'LA MOLINA+MASELLA'	15,1



ASPECTES QUE HAN MODIFICAT L'ENUNCIAT RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

Cap de Setmana

Menys satisfets al 2008    Més satisfets al 2008

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

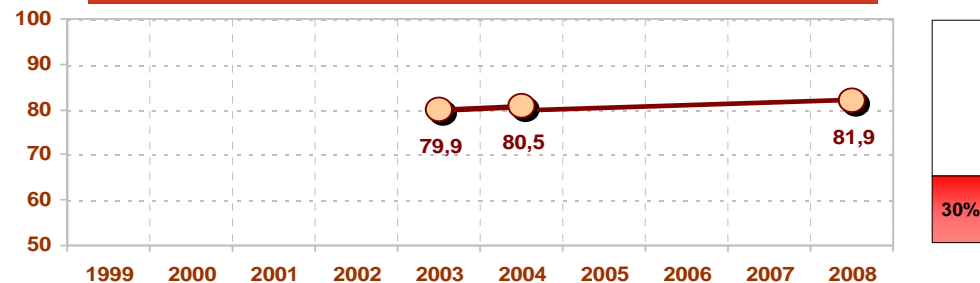
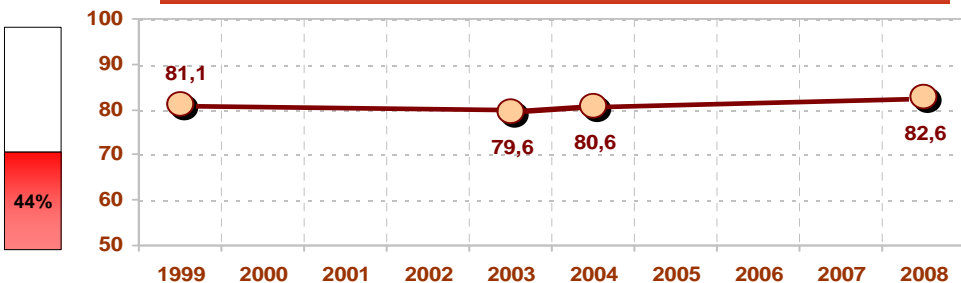
+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

%  
opinen  
de... al  
2008

%  
opinen  
de... al  
2008

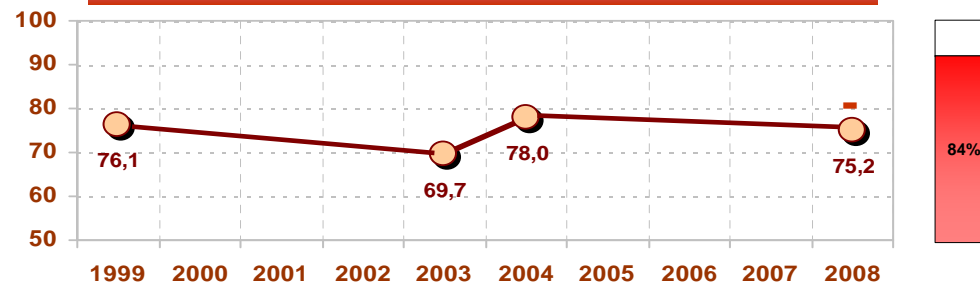
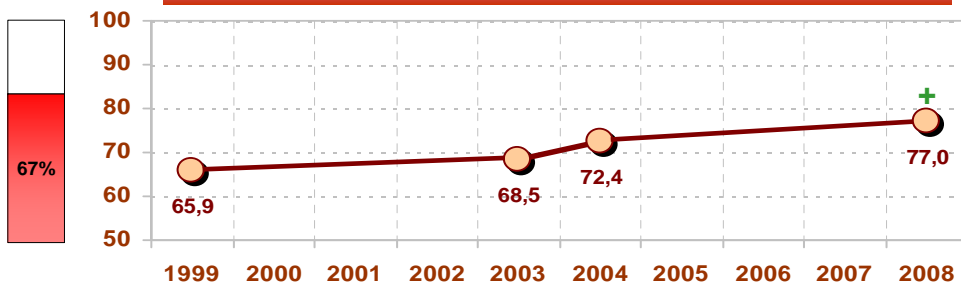
## L'ESCOLA D'ESQUÍ

## ASSISTÈNCIA MÈDICA A PISTES



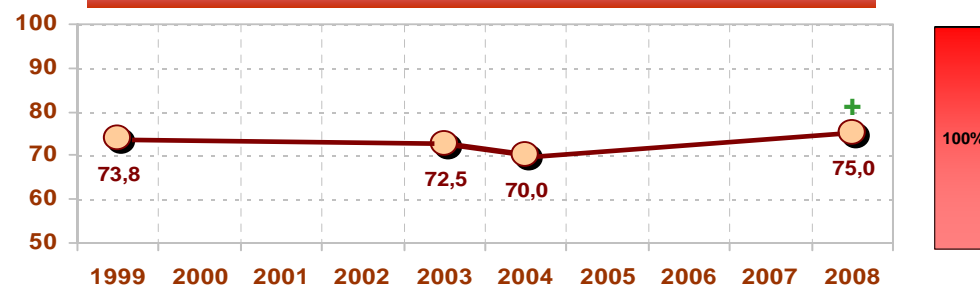
## LLOGUER DEL MATERIAL

## UBICACIÓ APARCAMENTS



## ATENCIÓ DEL PERSONAL

## PREPARACIÓ DE LES PISTES



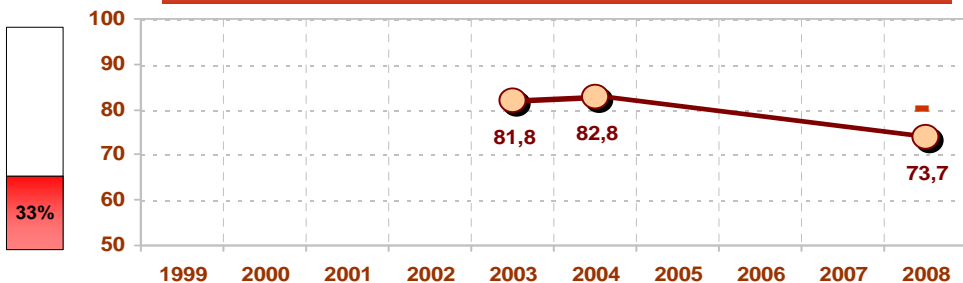
Mitja (0-100)



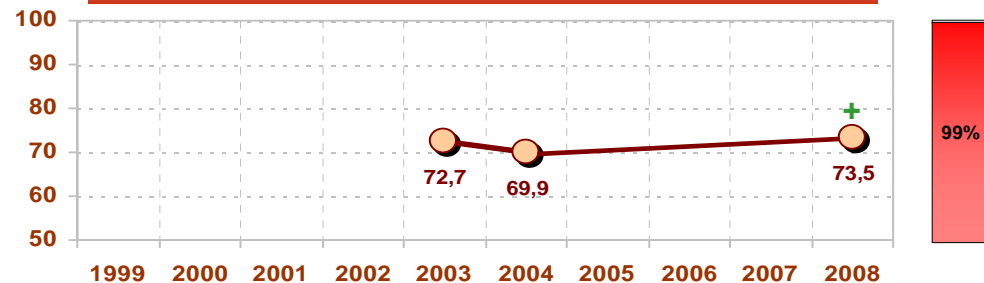
+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

%  
opinen  
de... al  
2008

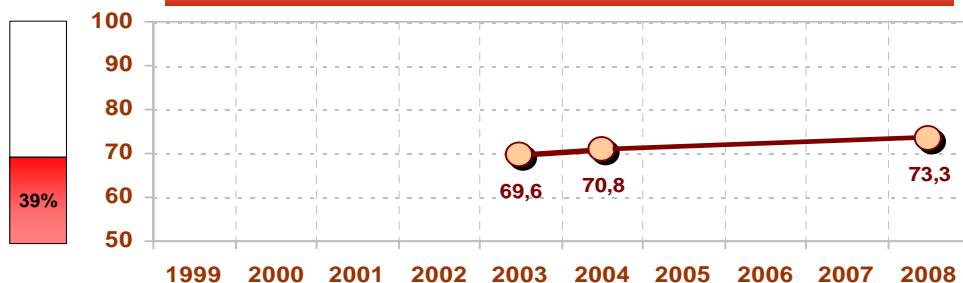
## EL FORFET LA MOLINA+MASELLA



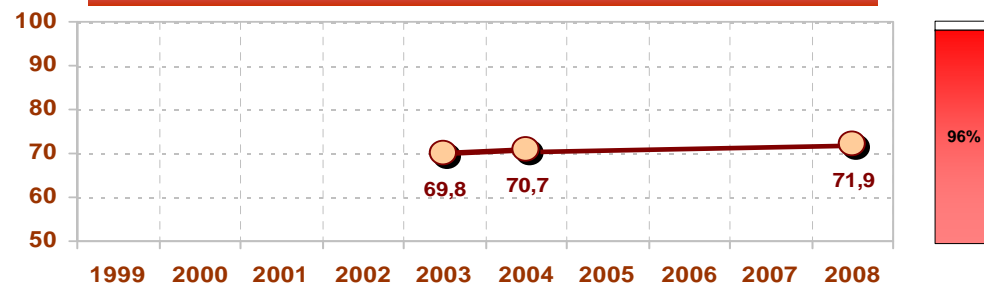
## CURA AMB EL MEDI AMBIENT



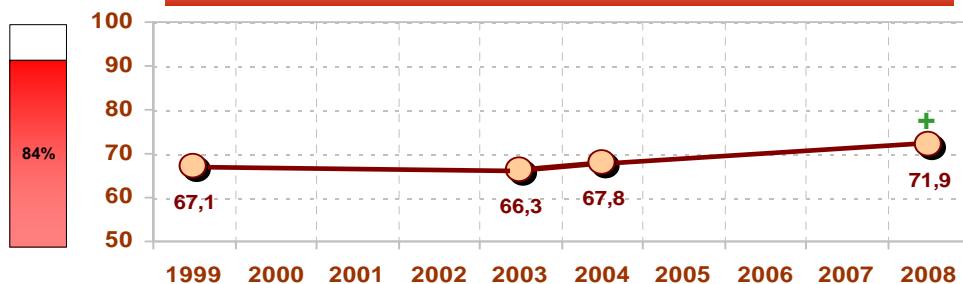
## ELS ALLOTJAMENTS



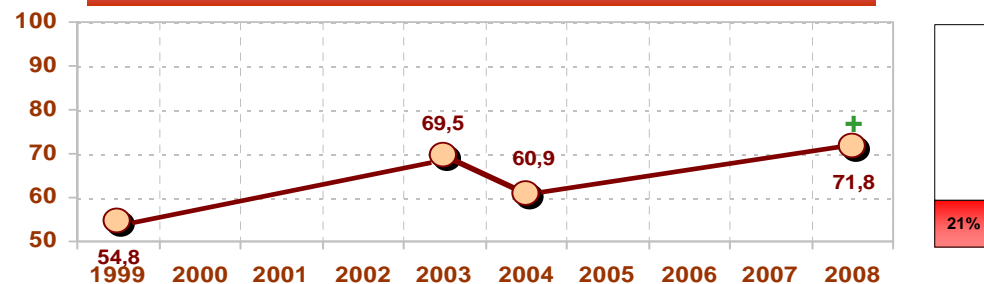
## MESURES DE SEGURETAT



## ELS BARS O RESTAURANTS



## L'OFERTA D'ALTRES ACTIVITATS DE NEU

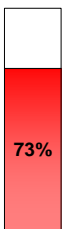
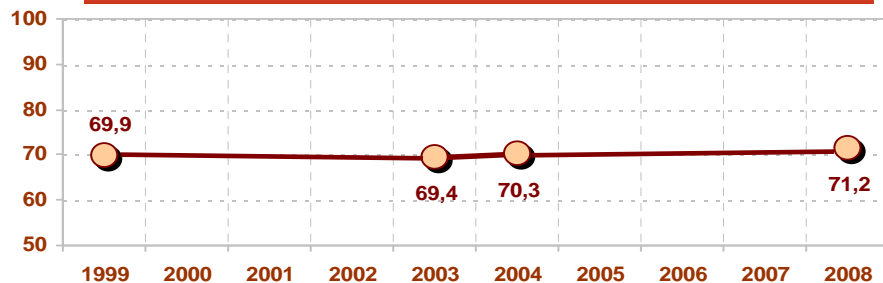


Mitja (0-100)

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

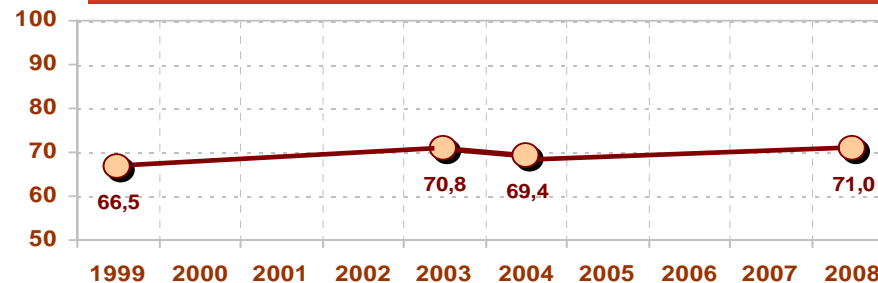
%  
opinen  
de... al  
2008

## COMPRA DELS FORFETS

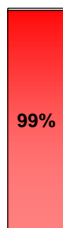


%  
opinen  
de... al  
2008

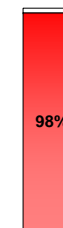
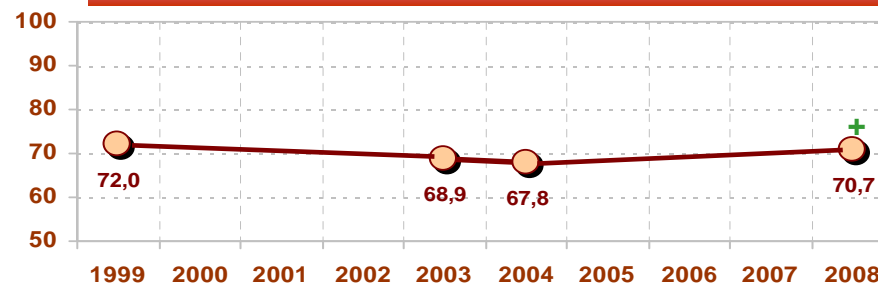
## L'AUTOBÚS



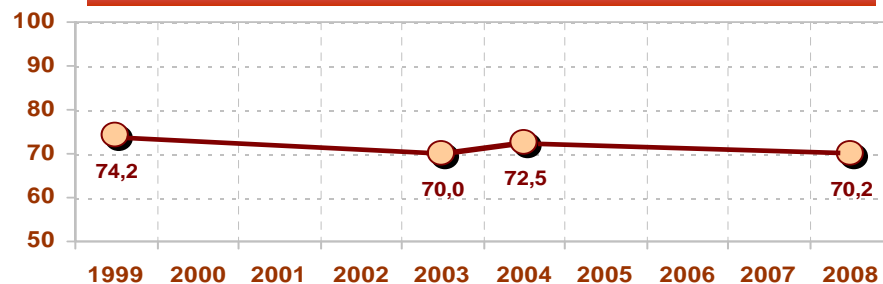
## LA SENYALITZACIÓ



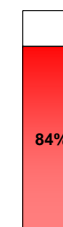
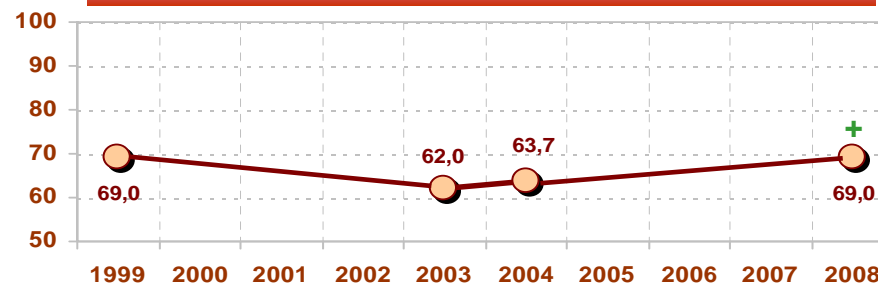
## ESTAT DELS REMUNTADORS



## LA LUDOTECA I EL PARC INFANTIL



## ELS LAVABOS

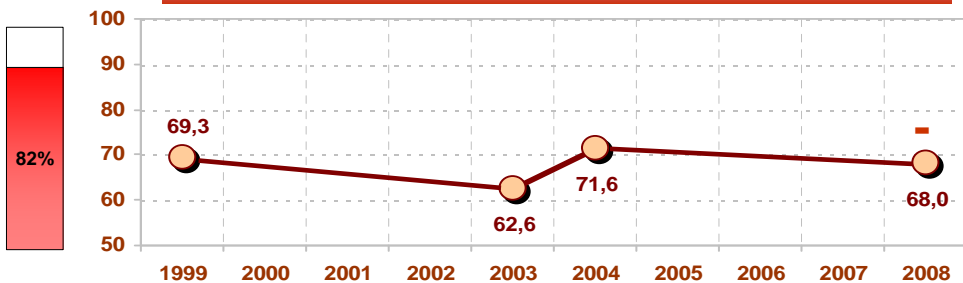


Mitja (0-100)

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

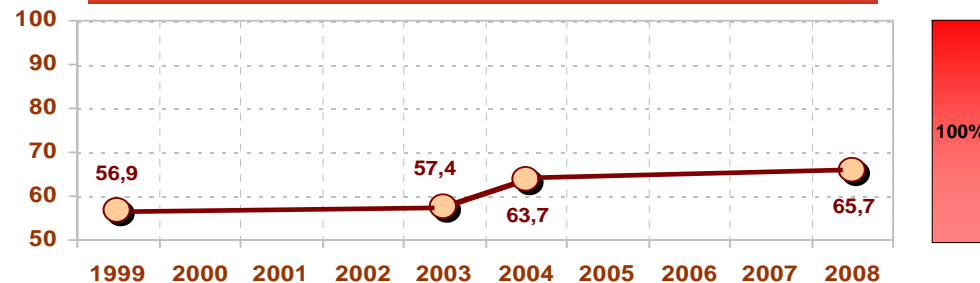
%  
opinen  
de... al  
2008

## CAPACITAT APARCAMENTS

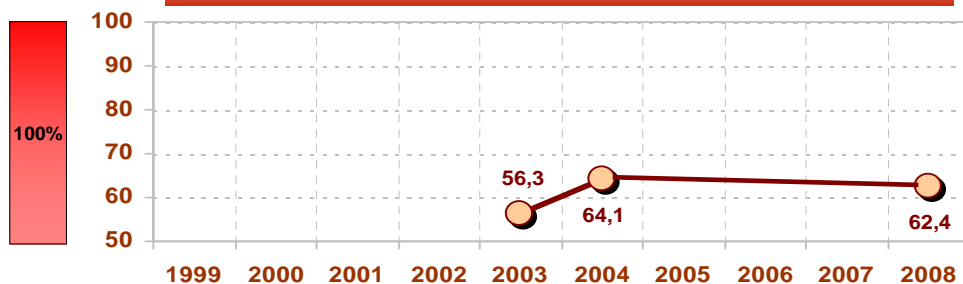


%  
opinen  
de... al  
2008

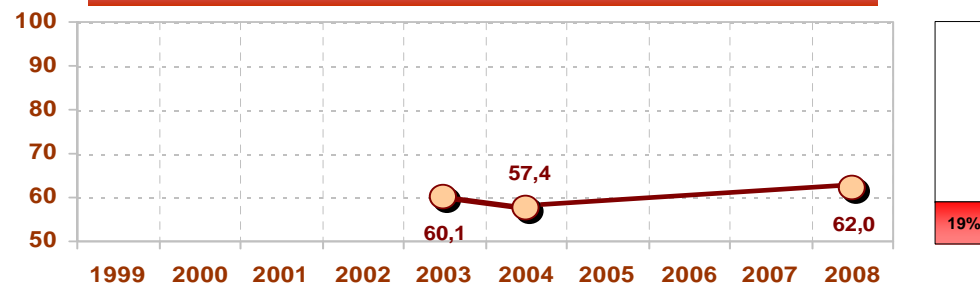
## CUES DELS REMUNTADORS



## PISTES NO MASSIFICADES



## L'APRÈSKI



- Només el 9% dels clients de La Molina han valorat per sota de 6 la seva satisfacció amb l'aspecte Cura amb el Medi ambient.
- Els principals motius d'aquesta baixa valoració són bàsicament el tema de la brutícia, que l'ecologia i l'esquí no són compatibles i la falta de papereres.

MOTIU BAIXA VALORACIÓ CURA MEDI AMBIENT (<6)	<i>Base: 39clients</i>
	%
<b>ALGUN</b>	<b>86,9</b>
Està molt brut / no netegen	32,8
Pistes d'esquí i ecologia són temes incompatibles	24,6
Hi ha poques papereres	15,6
És massa gran / massa infraestructures	9
Les plaques de gel són perjudicials per la natura	7,4
Malbaraten aigua	4,9
Altres	10,7
No ho sap	13,1

## *Altres valoracions*

- Hem d'indicar aquí que l'entorn competitiu actual de les estacions d'esquí, fa que el client sigui cada vegada més exigent.
- El client reconeix les millores que s'han fet a La Molina, la majoria així ho manifesta:

VALORACIÓ GLOBAL EVOLUCIÓ DE LA MOLINA	2002-2003		2003-2004		2007-2008	
<i>Base: Total (a) / Poden opinar (b)</i>	268 (a)	195 (b)	431 (a)	260 (b)	404 (a)	226 (b)
<b>Ha millorat molt</b>	2,9%	<b>4,0%</b>	2,6%	<b>4,3%</b>	7,7%	<b>13,8%+</b>
<b>Ha millorat una mica</b>	38,5%	<b>53,0%</b>	24,6%	<b>40,7%</b>	26,0%	<b>46,4%</b>
<b>Està igual</b>	27,7%	<b>38,2%</b>	30,8%	<b>51,0%</b>	19,9%	<b>35,5%-</b>
<b>Ha empitjorat una mica</b>	3,5%	<b>4,8%</b>	2,4%	<b>4,0%</b>	2,5%	<b>4,5%</b>
<b>Molt pitjor</b>	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	<b>0,0%</b>
<b>No sap / és la 1<sup>a</sup> temporada</b>	27,4%		39,6%		44,0%	

} 60,2%

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- Aquest reconeixement de millores (60.2%) és significativament superior al de l'any anterior (45%)

- Gairebé un 40% dels clients consideren que hi ha aspectes que han millorat, sobre tot els remuntadors, i les pistes.
- La percepció de millores és similar a la de 2004

2002-2003	2003-2004	QUINS ASPECTES HAN MILLORAT EN ELS DARRERS DOS ANYS?	2007-2008
268	431	<i>Base: total</i>	404
%	%		%
<b>44.3</b>	<b>37.3</b>	<b>ALGUN</b>	<b>39.5</b>
29,4	18,5	Remuntadors/Instal·lacions	27,2
10,5	9,3	Pistes millors/ampliades	11,9
5,9	4,7	Pàrkings millors/mes	5,2
-	1,9	Pista de Snowpark	4,9
3	4,5	Serveis (bars, restaurants)	2,6
5,1	2,6	Canons/mes neu/artificial	1,9
3,3	0,9	Senyalització (rètols)	1,8
1,1	2,7	Menys cues/aglomeracions	1,2
0,9	0,9	Escola d'equí	0,9
3,2	3	Connexió amb Masella	0,3
1,4	1,4	Atenció personal/amabilitat	0,2
10,4	5,4	Altres	0,5
19,4	23,8	No ho sap	16,8
36,3	38,9	És la 1ª temporada	43,7

- Gairebé 23% dels clients consideren que hi ha aspectes que han empitjorat, sobre tot la massificació

2002-2003	2003-2004	QUINS ASPECTES HAN EMPITJORAT EN ELS DARRERS DOS ANYS?	2007-2008
268	431	<i>Base: total</i>	404
%	%		%
<b>33,3</b>	<b>26,8</b>	<b>ALGUN</b>	<b>22,6</b>
<b>23,3</b>	<b>14,6</b>	<b>Cues/massificació</b>	<b>11,6</b>
<b>0,7</b>	<b>1</b>	<b>La neu (manteniment, canons)</b>	<b>2,9</b>
<b>3,9</b>	<b>5,4</b>	<b>Remuntadors/instal·lacions/renovar</b>	<b>2,6</b>
<b>1,4</b>	<b>0,9</b>	<b>El preu del Forfet</b>	<b>1,5</b>
<b>1,9</b>	<b>1,5</b>	<b>Els preus en general</b>	<b>1,4</b>
<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>El pàrking/menys ampli</b>	<b>1,4</b>
<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>Vigilància/controls</b>	<b>1</b>
<b>1,2</b>	<b>0,7</b>	<b>Pistes/menys espai</b>	<b>0,6</b>
<b>0,2</b>	<b>-</b>	<b>Pistes prohibides per a Snowboarders</b>	<b>0,4</b>
<b>-</b>	<b>0,3</b>	<b>Unir La Molina amb Masella</b>	<b>0,4</b>
<b>7,6</b>	<b>4,9</b>	<b>Altres</b>	<b>1,7</b>
<b>30,4</b>	<b>34,3</b>	<b>No ho sap</b>	<b>33,7</b>
<b>36,3</b>	<b>38,9</b>	<b>És la 1<sup>a</sup> temporada</b>	<b>43,7</b>

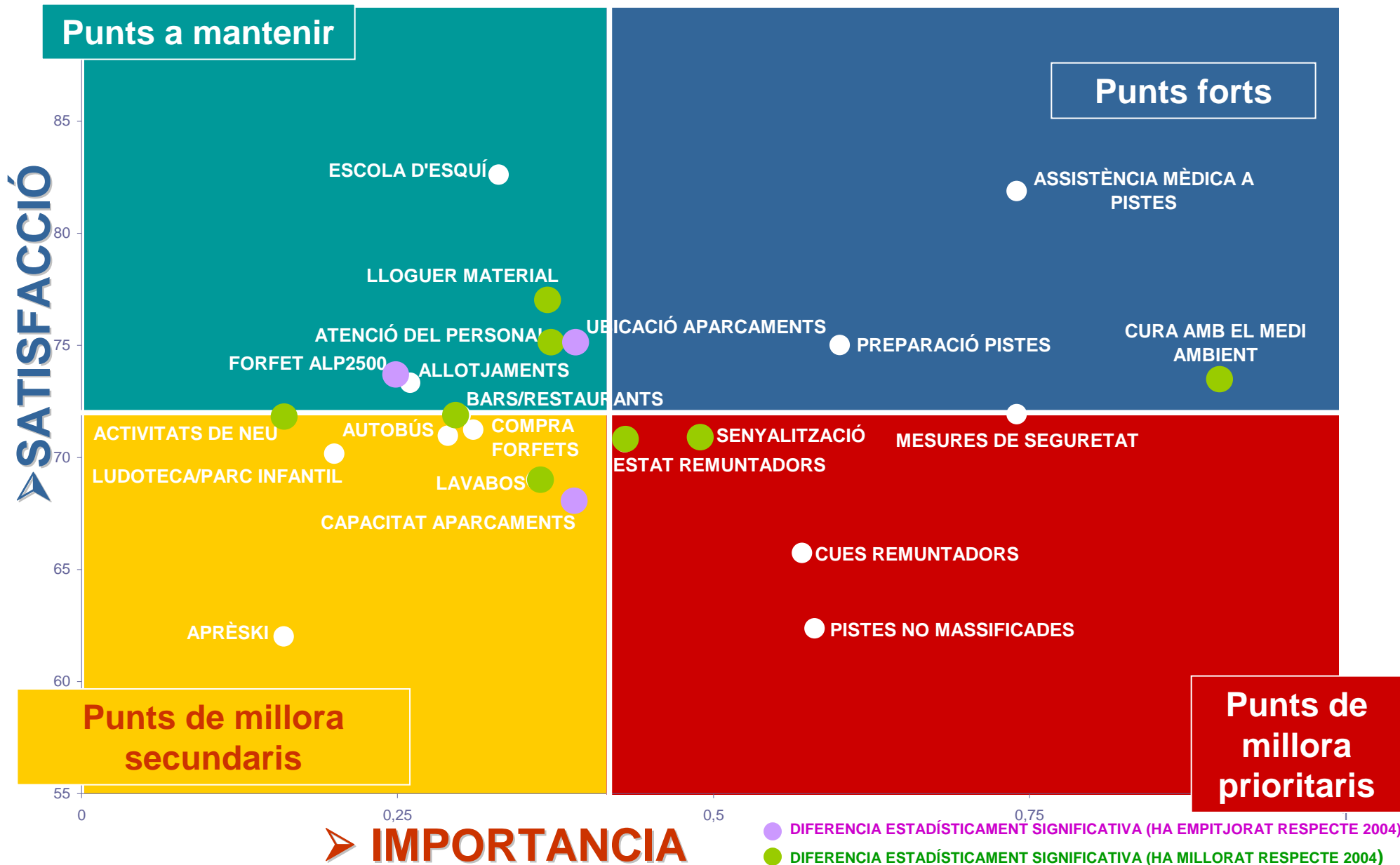


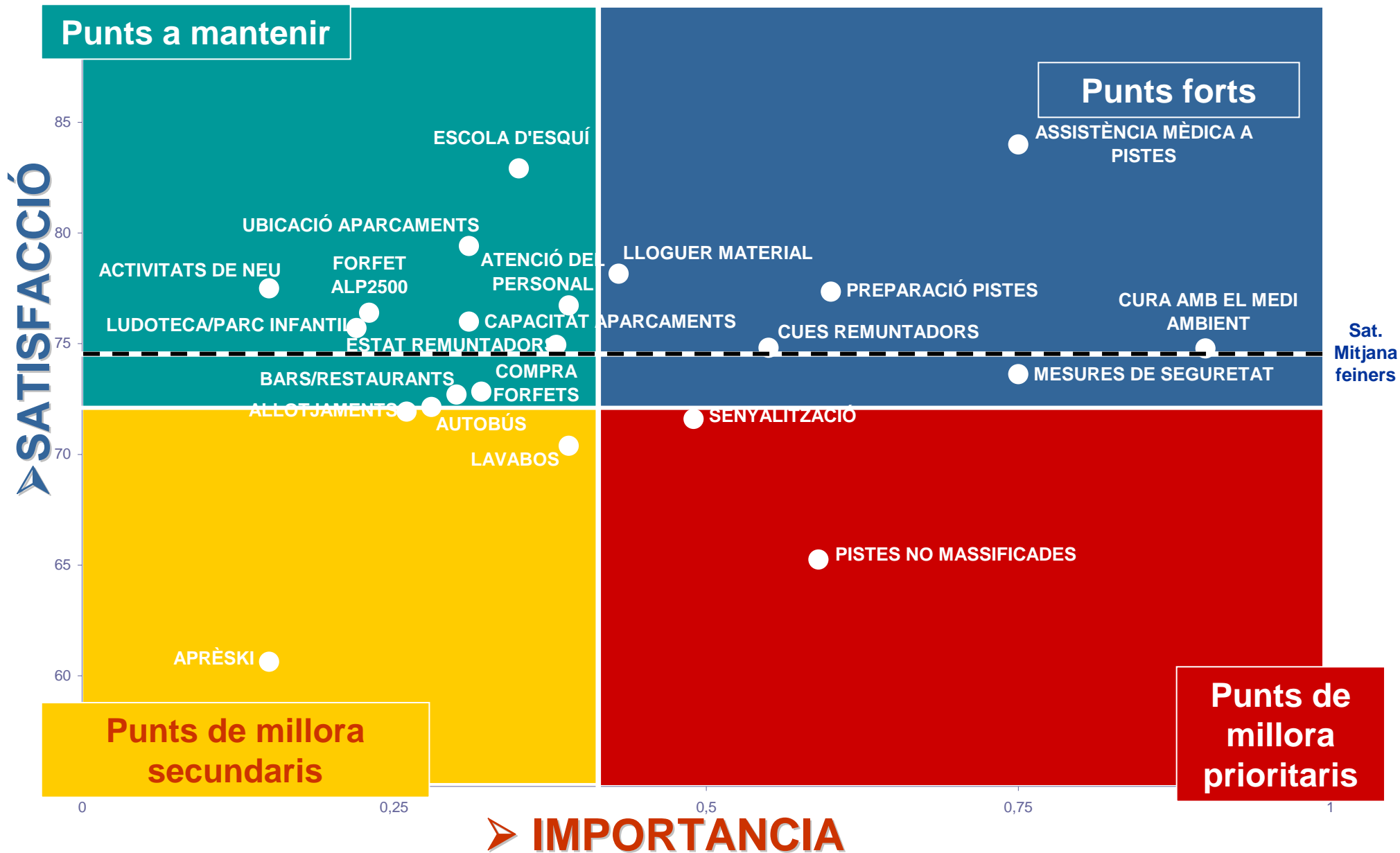
Base 2007-2008: 404 clients  
Base 2003-2004: 431 clients  
Base 2002-2003: 268 clients

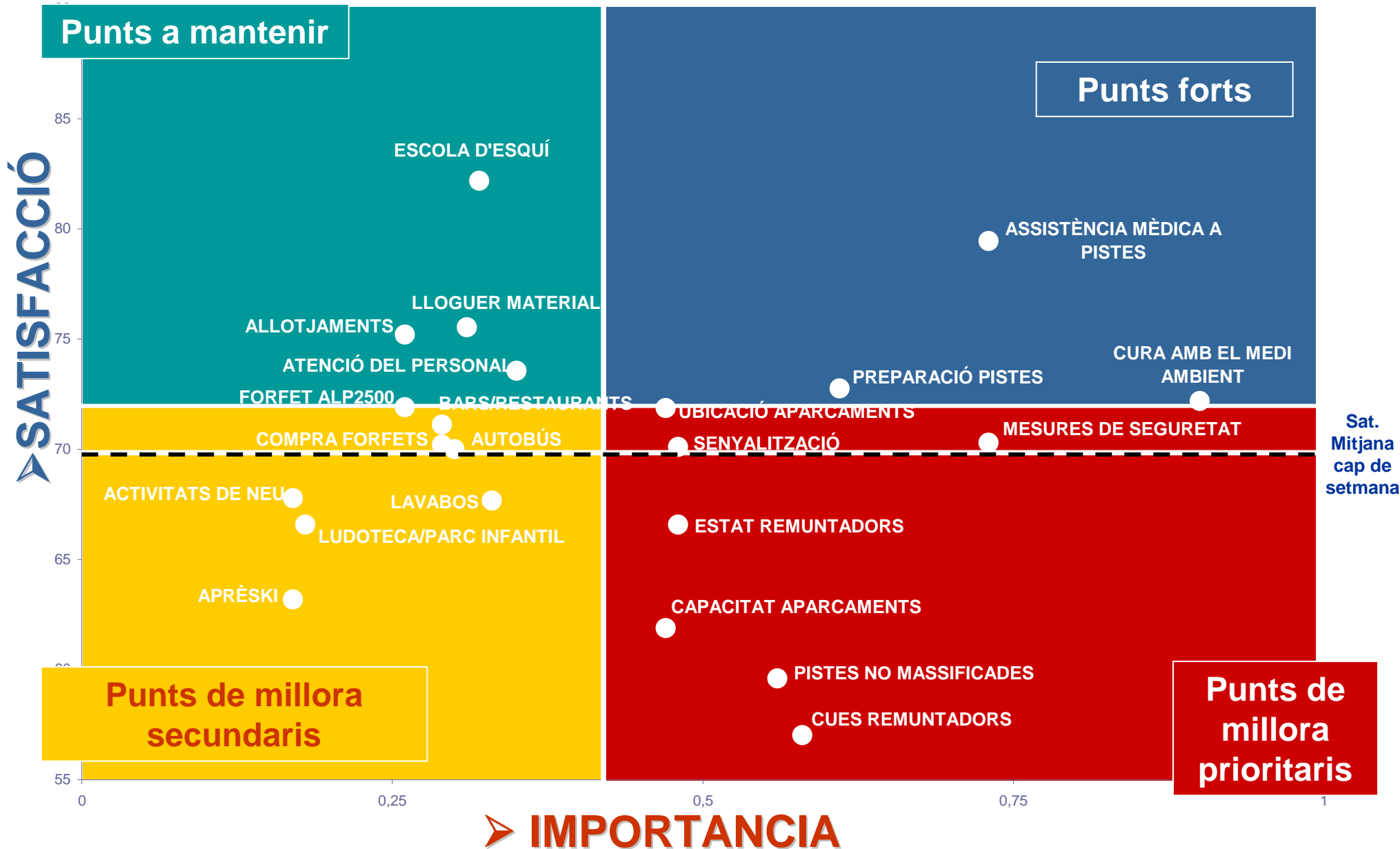
Col %

2002-2003	2003-2004	QUINS ASPECTES CREUS QUE S'HAURIEN DE MILLORAR?	2007-2008
%	%		%
91,5	82,5	ALGUN	79,2
20,4	20,8	Cues/massificació	29,1
32,1	41,5	Remuntadors/Instal·lacions, mes moderns	27,5
13,5	12,8	Pistes/mes pistes/mes espai	13,1
10,7	7,9	La senyalització	7,9
4,8	5,9	La neu (manteniment,millora,canons)	6,2
13	3,8	El pàrking/més ampli	5,9
2,4	5,1	Els preus en general	5,7
0,2	1,1	Pistes snowboard/park	3,3
4,6	4,6	Vigilància/controls velocitat, cues	2,8
4,9	3,4	El preu del forfait	2,4
1,1	0,2	Escola d'esquí	1,9
5,8	2,8	Serveis (botigues, lloguer material)	1,9
3,8	2,3	Accessos/carreteres	1,3
7,6	2,2	Bars/cafeteries	1,2
0,5	0,7	Més autobusos//més freqüència	1,2
5,1	0,3	Espais Picnic	1,0
0,5	1,3	Ofertes de viatges/caps de setmana	1,0
0,2	0,4	Unir La Molina amb Masella	1,0
3,9	0,9	Amabilitat/tracte empleats	0,5
6,2	2,6	Els lavabos	0,5
0,2	3,0	Pistes prohibides per a Snowboarders	0,4
-	-	L'organització	0,3
3	0,1	Facilitat per comprar el forfait	0,2
9,9	4,0	Altres	3,9

## *Punts d'actuació*

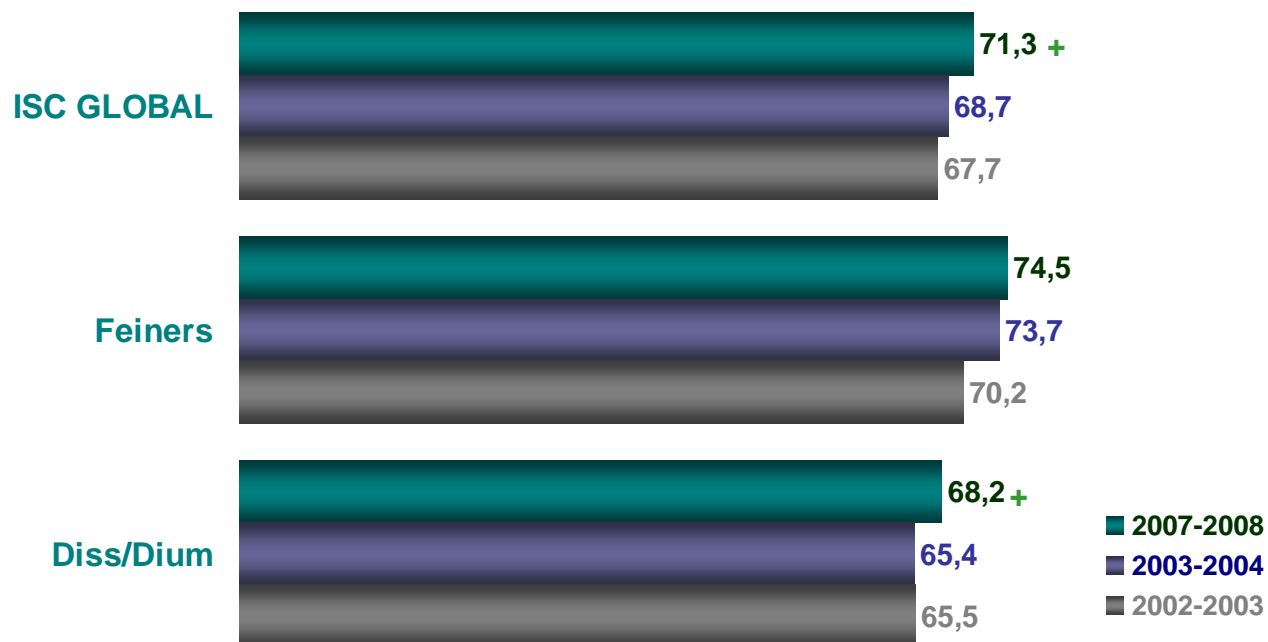






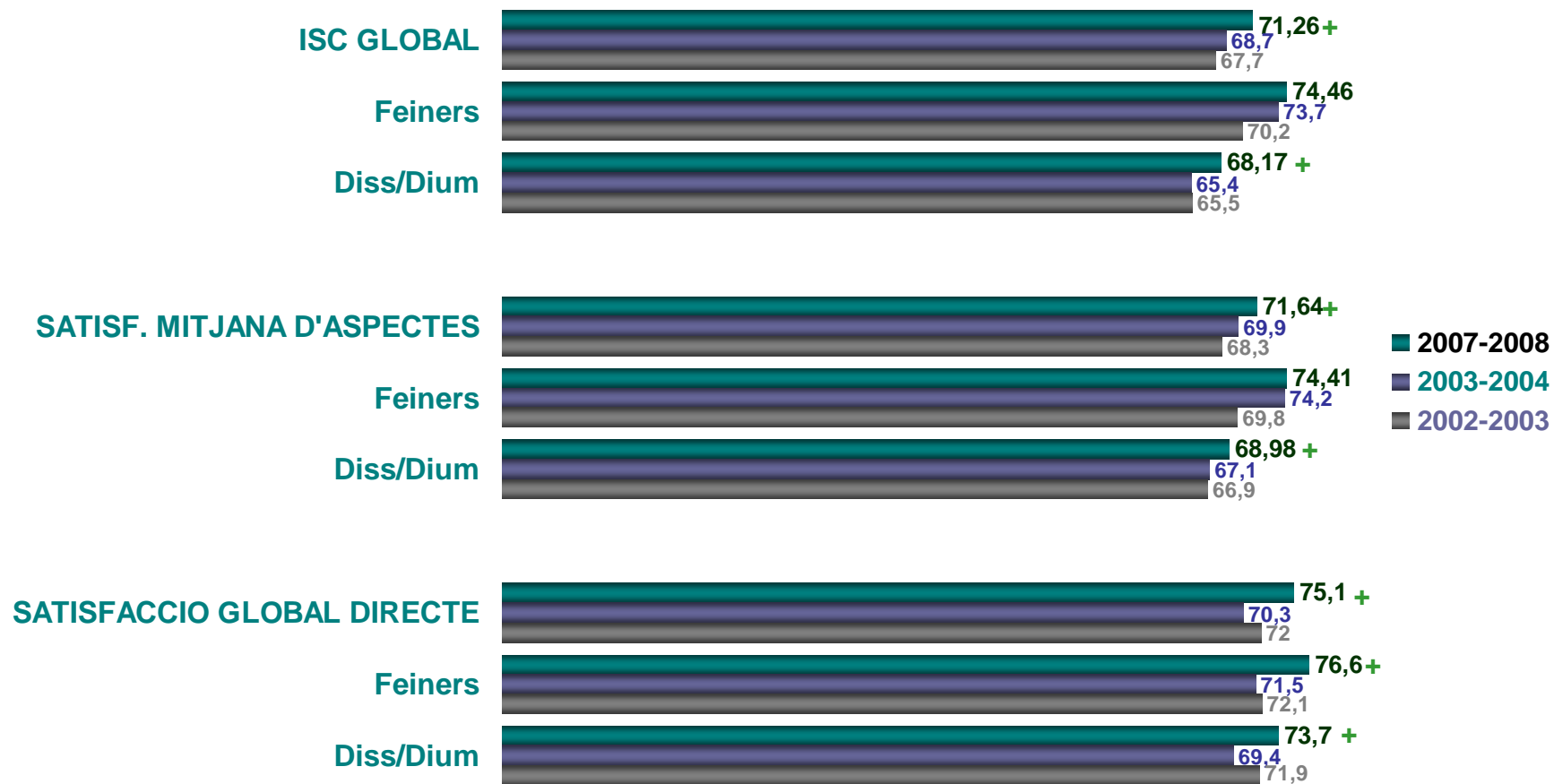
# L'ISC

- L'ISC 2007-2008 de La Molina és força elevat: 71,26
- És estadísticament superior al del 2003-2004 (68,7)



+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA DE 2007-2008 RESPECTE 2003-2004

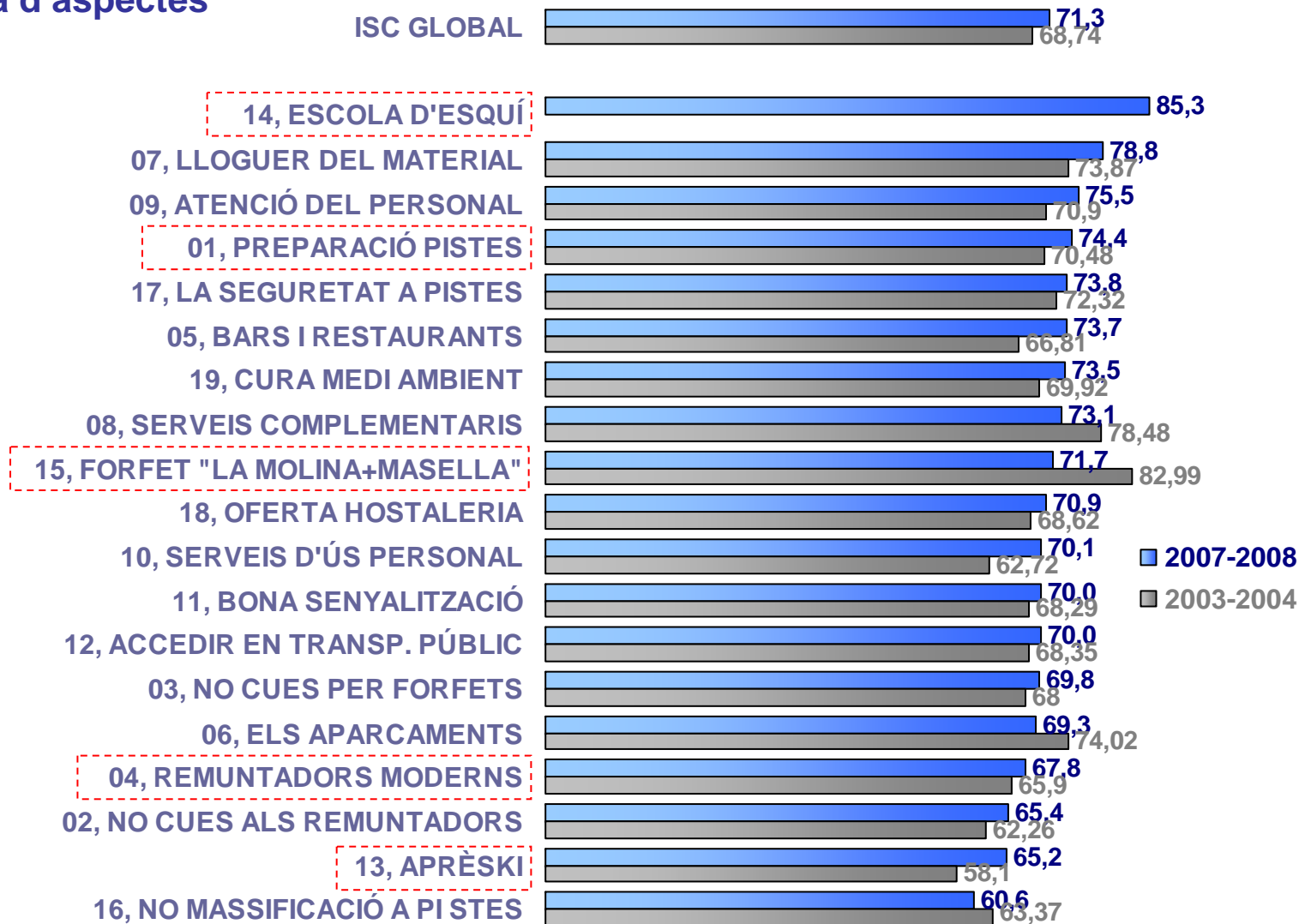
- Altres indicadors, com la satisfacció per declaració directa o la mitjana de les satisfaccions dels aspectes, també indiquen un increment de la satisfacció:



+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA DE 2007-2008 RESPECTE 2003-2004



- Comparant amb la medició del 2003-2004, en general, l'ISC ha incrementat en la majoria d'aspectes



ASPECTES QUE HAN MODIFICAT L'ENUNCIAT RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

## *El viatge*

- Més de la meitat dels clients (58,5%) diuen que van planificar el viatge a La Molina amb una antelació superior als 10 dies.
- Una quarta part dels clients (26,8%) ho van fer entre els 10 i els 3 dies anteriors.
- El 14,5% ho van fer de forma impulsiva.
- El percentatge dels clients que decideixen a última hora ha disminuït durant el 2008. Durant aquest any la tendència dels clients ha estat clarament a decidir amb més dies d'antelació, a diferència dels anys analitzats anteriorment.

	2002-2003	2003-2004	QUANTS DIES ABANS DE FER-LO VA DECIDIR PUJAR AQUÍ A LA MOLINA?	2008	
Base	539	431		404	
	%	%		%	
	43,1	33,7	Fa mes de quinze dies	48,6	58,5 +
			Fa quinze dies, dos setmanes	4,8	
			Fa entre 10 i quinze dies	5,1	
	34,4	38,2	Fa entre una setmana i 10 dies	18,5	26,8 -
		Fa 3 o 4 dies	8,3		
22,8	28,3	Abans d'ahir	5,6	14,5 -	
		Ahir	8,4		
		Avui mateix	0,5		

(\*) Pel que fa a la decisió del lloc. Es possible que la decisió d'efectuar o no el viatge es decideixi a última hora, en funció de la previsió del temps

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE LA MEDICIÓ ANTERIOR

- Tot cas hem d'indicar que les dades anteriors son força diferents segons algunes tipologies de clients
- Per exemple, els clients més antics tenen més tendència a decidir-se més a última hora, que no pas els clients de primera vegada.
- També els clients amb forfait d'un dia prenen la decisió de pujar a La Molina més impulsivament (també pot ésser conseqüència inversa)
- Els menys impulsius (obvi) son els clients de pernocta. D'aquests, només un 6,4% ho decideixen a última hora.
- Els que venen en cotxe i els de dia feiner també programen el viatge amb més antelació.

Total	QUANTS DIES ABANS DE FER-HO VA DECIDIR PUJAR AQUÍ A LA MOLINA? (2008)	Clients		Forfet		Pernocten	
		Nous (1ªV)	Antics	Temporada	D'un dia	Si	No
404	Base	136	268	133	271	151	253
%		%	%	%	%	%	%
58,5	Fa més de 10 dies	75,3	47,2	77,1	46,1	74,9	47,3
26,8	Entre 4 i 10 dies	20,2	31,3	14,9	34,7	18,6	32,3
14,5	Avui, Ahir, Abans d'ahir	4,5	21,3	7,9	18,9	6,4	20

■ Estadísticament superior que el Total  
■ Estadísticament inferior que el Total

2003-2004	PER QUIN MOTIU VA(N) DECIDIR VENIR A LA MOLINA I NO A UN ALTRE ESTACIÓ D'ESQUÍ?	2008				
Total		Total	Clients nous	Clients antics	Feiner	Cap de Setmana
431		404	136	268	86	318
%		%	%	%	%	%
49,5	A prop del domicili / proper / proximitat / prop Barcelona	37	29,5	42,1	32	41,8
11,8	Grup organitzat / grup amics / escola / col·legi	26,8	39,2	18,6	40,9	13,3
4,9	De sempre / familiaritat / la que més coneix	9,6	1,5	15	5,5	13,5
5	Pistes amples / varietat de pistes / moltes pistes	7	3,5	9,4	9,9	4,2
2,7	Per provar / conèixer-la / variar	5,7	10,9	2,2	7,2	4,2
3,4	Renfe més bus / el tren / oferta Renfe	5	4,4	5,4	5,5	4,5
5,8	Escola d'esquí / curset d'esquí / tenen / millor	4,2	3,1	4,9	2,2	6,1
5,5	M'agrada més / a la meva família	3	2,1	3,6	3,3	2,7
1,5	Té / coneix amics / monitors / familiars aquí	2,5	3,3	2,1	1,1	3,9
4,4	Tenim un apartament / casa	2,5	1,7	3	2,2	2,7
1,5	Pista per nens	2,3	1,7	2,7	2,2	2,4
1,2	Fàcil accés	2,3	2,5	2,2	2,2	2,4
-	Pistes de snowboard/ snowpark	1,9	-	3,2	0	3,8
1,1	Garantia de que hi ha neu / saps que n'hi ha	1,9	3,9	0,5	2,2	1,5
3,2	La van recomanar / ofertar / suggerir	1,7	4,2	-	2,2	1,2
3,4	Preu / ofertes / economia / relació qualitat-preu	1,5	1,7	1,4	2,2	0,9
0,7	L'han convidat/ no han pagat	1,5	1,2	1,7	1,1	1,8
1,4	Millores / més instal·lacions	1,2	-	2,1	2,2	0,3
-	Fàcil / a gent que no en sap	0,9	0,4	1,3	0	1,8
0,4	Poca gent / no massificada / més gran	0,9	1,4	0,5	1,1	0,6
-	Pirena	0,8	1,2	0,5	0	1,5
0,4	Anaven a una altra però no han pogut	0,7	0,4	0,9	1,1	0,3
2,5	El temps / el clima / el sol	0,5	-	0,9	1,1	0
2	Per als tiquets / passis / forfets	0,3	-	0,5	0	0,6

Estadísticament superior que el Total

Estadísticament inferior que el Total



- A l'any 2008, el principal mitjà d'informació abans d'anar a La Molina, ha estat Internet (35,1%), a diferència d'anys anteriors en què el principal mitjà d'informació era la televisió.
- El segon mitjà és la televisió (25,1%) que ha disminuït notablement respecte el 2003 i 2004.
- El percentatge de clients que pugen sense informar-se prèviament (42%) continua igual que al 2004.

2002-2003	2003-2004	COM ES VA(N) INFORMAR DEL TEMPS, ESTAT DE LA NEU, ABANS DE PUJAR AQUÍ A LA MOLINA?	2008
268	431		404
24,9	41,7	No es va(n) informar	41,8
%	%		%
23,1	18,2	Per la Web/Internet	35,1 +
39,6	31,7	Televisió	25,1 -
5,3	2,0	Per telèfon	3,3
5,2	2,4	Per la radio	1,8
5,1	2,4	Pel diari	1,9
3,5	6,0	Per amics/familiars d'aquí	5,9
5,1	3,9	Altres	1,2 -
3,0	1,0	El Periodico	0,8
1,5	0,7	La Vanguardia	0,6
2,5	1,0	Altres	0,5
-	29,4	TV3/C33/C24h	20,3 -
-	1,3	TVE	2,2
-	2,0	Altres	4,9

- El vehicle privat (71,2%) (46,3%+24,9%) continua sent, amb diferència el principal mitjà d'accés a La Molina.
- Cal destacar però l'increment de clients que arriben l'autocar (altament correlacionat amb feiners i gent jove i clients nous) que té un pes del 20%; amb tren pugen un 8,6%.
- Excepte l'autocar, tots els medis tenen un pes similar al de mesuraments anteriors
- Més de la meitat (67,6%) dels clients han accedit per el túnel, proporció més gran que els anys 2003 i 2004.

2002-2003	2003-2004	COM, I PER ON, HA(N) PUJAT AQUÍ A LA MOLINA?	2008
268	431		404
%	%	Amb...	%
43,8	44,2	Cotxe/Moto, conductor	46,3
33,9	39,4	Cotxe/Moto, acompanyant	24,9 -
12,9	7,7	Autocar	20 +
8,8	8,2	Amb Tren	8,6
0,6	0,2	Altres	0,3
243	393		369
%	%	Per..	%
58,0	52,9	El Túnel del Cadí	67,6 +
36,6	35,0	La Collada de Tosses	21 -
-	-	Carretera de la Creueta	1,6
-	-	Coll de Pal	1,2
5,4	10,7	Altres llocs	7,5

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

# ***El client i la seva estada***



👍 Són una minoria els clients que no coneixen (reconeixen d'una llista) algun dels aparcaments de La Molina. I el no coneixement està vinculat a clients de 1<sup>a</sup> vegada

👎 Tot i això s'ha d'indicar que tampoc hi ha cap aparcament que sigui esmentat pel 100% del target, bé perquè no el coneixen pel seu nom, bé perquè no coneixen la seva existència

QUINS APARCAMENTS, D'AQUÍ DE LA MOLINA CONEIX VOSTÈ? (2008)	Amb cotxe (1)	C/Conductor (2)	Conductor i 1 <sup>a</sup> vegada (3)	Conductor i més vegades (4)
Base:	320	187	43	144
	%	%	%	%
El del Telecabina	69,7	67,7	52,5	73,6
Pista Llarga	64,1	64,5	19,1	82,1
Roc Blanc	36	42,8	3,6	58,0
Font Canaleta	31,3	35,3	1,2	48,5
Muntanya Sagrada	27,3	32,4	2,4	44,1
Alabaus o Pla de l'Anella	26,5	31,3	0	43,4
Hotel	5,5	7,4	24,2	0,9
Altres	3,5	3,7	4,2	3,5
Ns/Nc	6,1	6	13,1	3,2

(1).- Ha vingut en cotxe.

(2).- És el conductor del cotxe.

(3).- És el conductor i es la 1<sup>a</sup> vegada que ve a la Molina.

(4).- És el conductor i ja havia vingut altres vegades

- El 91% dels clients que han arribat amb cotxe saben el nom de l'aparcament on han deixat el seu cotxe.
- L'aparcament més utilitzat és el del Telecabina, seguit pel de la Pista Llarga. A diferència de l'any 2004 on el més utilitzat era el de la Pista Llarga

A QUIN APARCAMENT, D'AQUÍ DE LA MOLINA, HAN APARCAT VOSTÈS EL SEU COTXE? (2008)	Amb cotxe (1)	C/Conductor (2)	Conductor i 1 <sup>a</sup> vegada (3)	Conductor i més vegades (4)
Base:	320	187	43	144
	%	%	%	%
El del Telecabina	51,1	46,6	48,9	45,7
Pista Llarga	27,5	27,9	8,3	35,5
Hotel	5,5	7,4	24,2	0,9
Font Canaleta	1,3	1,7	1,2	1,9
Roc Blanc	1,2	1,5	0	2,1
Muntanya Sagrada	0,2	0,3	0	0,5
Alabaus o Pla de l'Anella	0,4	0,3	0	0,5
Altres	3,5	3,7	4,2	3,5
Ns/Nc	9,3	10,5	13,1	9,5

█ Estadísticament superior que el Total  
█ Estadísticament inferior que el Total

- (1).- Ha vingut en cotxe.  
 (2).- Es el conductor del cotxe.  
 (3).- Es el conductor i es la 1<sup>a</sup> vegada que ve a la Molina.  
 (4).- Es el conductor i ja havia vingut altres vegades

- Més d'un terç (40,2%) dels clients fan visita d'estada. Un nivell similar al dels anys anteriors.
- El principal lloc de pernocta és l'hotel: Un 17,3% del total de clients de La Molina.
- Tot seguit estan la 2<sup>a</sup> residència (9,2%) i els apartaments (3,5%)
- L'hotel es el lloc que més creixement té respecte a fa quatre anys.

2002-2003	2003-2004	VISITA D'ESTADA O SOLAMENT D'UN DIA?	2008
268	431		404
%	%		%
60,7	65,0	D'un dia	59,8
39,3	35,0	D'estada	40,2

2002-2003	2003-2004	ON PERNOCTA?	2008
268	431		404
%	%		%
15,5	12,0	Hotel	17,3 +
8,2	8,1	2a residència	9,2
4,5	5,0	Apartament	3,5
10,6	10,3	Camping, Alberg, Colonies, Casa amic, Refugi, Altres	9,9
60,7	65,0	No pernocta	59,8
3,4	3,1	Dies d'estada promig	3,3

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

LLOC ACOSTUMA A DINAR	2008
<i>Base: total clients</i>	404
	%
Bar/Restaurant de pistes	44,8
Picnic	31,5
Altres	23,6
No sap	0,2

- Un terç dels clients (31,5%) acostumen a fer “picnic” per dinar a La Molina. (Inclou els que es porten el dinar)

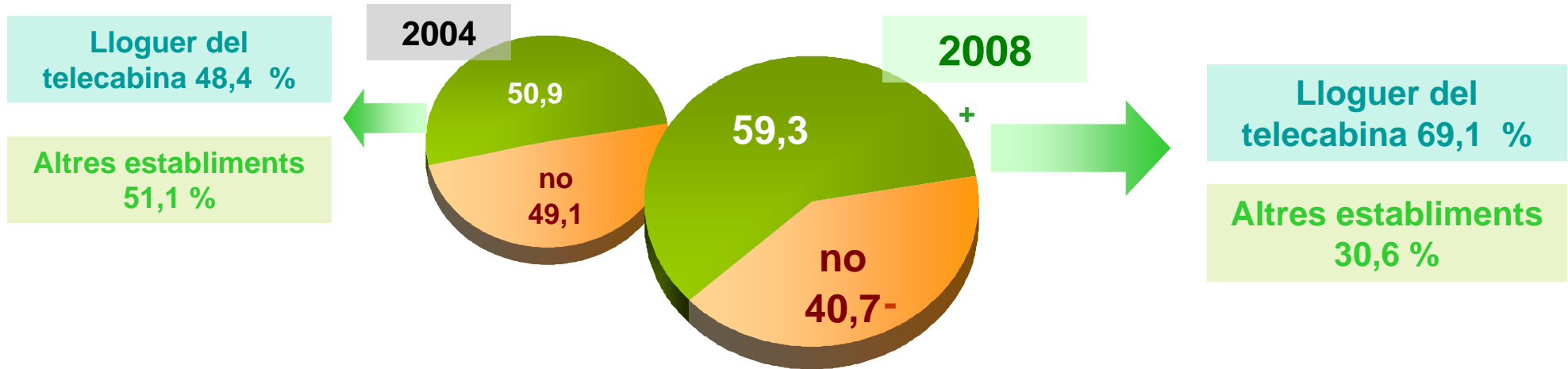
- I gairebé la meitat (44,8%) diuen acostumar a dinar als bars i/o restaurants de pistes, o a peu de pistes.

- Els que esmenten són:

RESTAURANT HA ANAT O ANIRA	2008	2008
<i>Base: ha anat a Bar/Restaurant de pistes</i>	186	<i>Base Total: 404</i>
	%	%
AUTO SERVEI (Del Telecabina)	28,2	12,6
SCHUSS (Pista Llarga)	17,4	7,9
EL BOSC (Club Social)	12,6	5,7
COSTA RASA (Torrent Negre)	2,4	1,0
EL ROC	1,6	0,7
PLA D'ANYELLA	1	0,5
ALTRES DE LA MOLINA	17,8	7,9
ALTRES DE LA MASELLA	0,7	0,2
CAP/ No sap	18,3	8,2
No ha anat a Bar/Restaurant	-	55,2

## Ha llogat vostè material per esquiar?

Base total 2007-2008: 404 clients



- Més de la meitat dels clients (59,3%) ha llogat material per esquiar (al 2004 va ésser un 51%).
- Molt més els feiners (72,4%), entre els que no han arribat en cotxe (76,4%), entre els que és la primera vegada que venen a La Molina (85,7%) i entre els que tenen una antiguitat d'esquiadors de menys de 3 anys (79,6%)
- El lloc de lloguer més demandat pels clients és l'establiment del telecabina. A diferència de l'any anterior on es repartia al 50% entre el Lloguer del Telecabina i la resta d'establiments.

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- Un 23,1% dels clients es declaren, bàsicament, esquiadors Snowboard.
- Respecte al mesurament de 2004 representa un increment de gairebé set punts. I vuit punts respecte a 2003, sembla doncs que hi ha una tendència creixent en la pràctica de snowboard.

2002-2003	2003-2004	VOSTÈ ES DEFINIRIA COM UN...	2008
268	431	<i>Base: total clients</i>	404
%	%		%
84,9	84,2	...esquiador?	76 -
14,8	15,6	...snowboarder?	23,1 +
0,3	0,2	No es defineix	0,9

- Aquest percentatge puja fins el 32,2% entre els clients de menys de 25 anys, al 32,6 si té menys de 3 anys d'experiència com esquiador i al 26,2% entre els homes.

**HA UTILITZAT EL SNOWPARK?**



D'aquests, el 55% es consideren snowboarders

- Els esquiadors de La Molina, són esquiadors amb una mitjana de 10,28 temporades d'experiència.
- Òbviament, l'edat és la variable que més discrimina, a més edat, més experiència. Però a banda veiem que són molt més experts, els:
  - Posseïdors de Alp2500: 19,26 temporades
  - De pistes Negres/Vermelles: 14,22 temporades
  - D'esquí alpí: 11,35 temporades
  - Que venen en cotxe: 12,43 temporades
  - D'un nivell d'estudis mig/mig alt: 14,5 temporades

QUANTES TEMPORADES FA QUE PRACTICA L'ESQUÍ?								
2003-2004					2008			
431	172	143	116		404	206	88	109
TOTAL	< 25 anys	25-35 anys	> 35 anys		TOTAL	< 25 anys	25-35 anys	> 35 anys
13,1	16,1	17,0	5,0	Una	20,1+	33,3	8,7	5,5
9,9	14,3	7,5	7,9	Dos	11,7	16,6	10,2	4,4
76,8	69,6	75,5	86,2	Tres o més	68,2-	50,1	81,1	90,1
10,42	6,08	8,52	17,57	Promig (Temporades)	10,28	5,12	9,78	19,29

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE EL TOTAL DE L'ANY ANTERIOR

- Els esquiadors de La Molina, fins a l'inici del treball de camp, han anat en promig 4 vegades a esquiar, i d'aquestes, en promig 2,85 vegades han vingut a esquiar a les pistes de La Molin.
- El ràtio de fidelitat dels clients de La Molina, per tant, és força elevat, al voltant del 71%, o sigui, de cada 10 vegades que van a esquiar 7 vegades ho fan a l'estació de La Molina

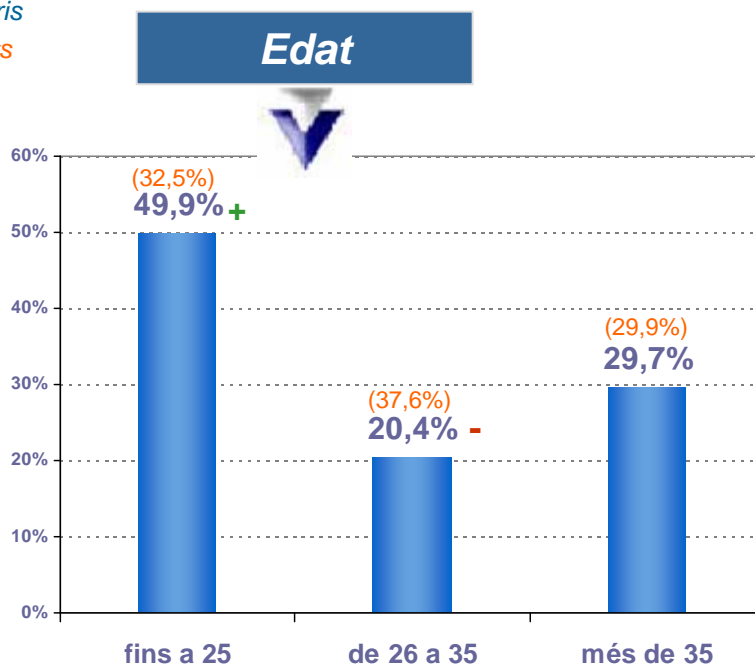
Vegades ha esquiat aquesta temporada		
	2003-2004	2007-2008
<b>Base:</b>	431	404
1 o 2	46,4	64,5 +
2 o 3	17,5	13,3
5 o més	35,9	22,2 -
Promig	5,88	3,99 -

Vegades ha esquiat aquesta temporada a La Molina		
	2003-2004	2007-2008
<b>Base</b>	431	404
1	55,7	68,5 +
2	13,4	9,0 -
3 o més	30,6	22,5 -
Promig (vegades)	3,87	2,85 -
<b>Fidelitat</b>	<b>66%</b>	<b>71%</b>

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR



Base 2008: 404.usuaris  
Base 2004: 431 clients



**Edat mitjana:  
28,3 anys**

### Gènere

■ Homes ■ Dones



**El perfil del client de La Molina s'ha rejuenit, passant a ser majoritaris els menors de 25 anys.**

**Continuen venint més homes que dones.**

EDAT	2007-2008			2003-2004		
	Total	Feiners	Cap de setmana	Total	Feiners	Cap de setmana
Base	404	86	318	431	145	286
Fins a 25 anys	49,9 +	49,7 +	49,9 +	32,5	33,7	31,7
De 26 a 35 anys	20,4 -	18,8 -	22,1 -	37,6	38,9	36,7
Més de 35 anys	29,7	31,5	28	29,9	27,4	31,6

NO EXISTEIXEN DIFERÈNCIES SIGNIFICATIVES RESPECTE EL TOTAL  
+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- Tres de cada quatre clients son de la província de Barcelona.
- Un 27,6% de Barcelona Ciutat i un 46,1% de la resta de la província.
- Pel que fa a la província de Girona, la meitat (5,3%) venen de la comarca de La Cerdanya

## Baix Llobregat 2,3%

Castelldefels, Sant Andreu Barca, Sant Boi, Martorell, Sant Feliu Ll., Esparreguera, Viladecans,....

## Garraf 2,2%

Vilanova i la Geltrú, Sitges,....

## Bages 1,3%

Manresa, Cardona, Súria, Sallent

## Resta prov. Barcelona 11,2%

Anoia, Bergadà, Alt Penedès,etc

LLOC DE RESIDÈNCIA HABITUAL	
	%
Barcelona Ciutat	27,6
<b>Resta prov. Bcn</b>	<b>46,1</b>
Prov. Lleida	2,1
Prov. Tarragona	1,1
Prov. Girona	10,3
Resta Estat	11,8
Estranger	1,1

## Vallès Occidental 10,9 %

Sabadell, Sant Cugat, Terrassa, Cerdanyola del V., Rubí, Ripollet, Montcada i R., Senmenat

## Resta Barcelonès 8,7%

L'Hospitalet, Badalona, Sant Adrià

## Maresme 7,3%

Mataró, Premià, Sant Andreu Llav., Alella, Montgat, Vilassar,...

## Vallès Oriental 6,7%

Granollers, Paret, Mollet, La Ametlla, Canovelles, La Garriga, Cardedeu,....

## Osona 3,2%

Vic, Manlleu...



- Respecte a mesuraments anteriors, es detecten petites variacions en quan al lloc de residència habitual dels clients
- S'observa una tendència a l'alça dels clients provinents de la resta de la província de Barcelona.
- La diferència més important, la trobem en l'increment de clients que venen de la resta de l'Estat, principalment en dia feiner (passant a ser similar al mesurament del 2002-2003).

2002-2003			2003-2004			RESIDÈNCIA A...	2008		
268	73	195	431	145	286		404	86	318
TOTAL	Feiners	Diss/Dium	TOTAL	Feiners	Diss/Dium		TOTAL	Feiners	Diss/Dium
31,4	23,3	38,2	31,4	25,9	35,1	Barcelona Ciutat	27,6	22,1	32,9
37,5	37,0	37,9	41,5	41,9	41,2	Resta prov. Bcn	46,1	44,2	47,9
0,6	1,4	0,0	2,7	1,7	3,4	Prov. Lleida	2,1	2,2	4,1
1,5	0,0	2,7	2,9	3,9	2,2	Prov. Tarragona	1,1	-	4,2
12,4	11,0	13,5	13,2	13,5	13,1	Prov. Girona	10,3	9,9	21,3
14,8	24,7	6,5	6,9	10,7	4,3	Resta Estat	11,8 +	19,3	9
1,9	2,7	1,1	1,4	2,4	0,8	Estranger	1,1	2,2	-

Estadísticament superior que el Total  
 Estadísticament inferior que el Total

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- El nivell d'estudis dels clients de La Molina és força elevat: Un 42,6% tenen estudis mitjos o superiors.
- També ho és el professional, amb un elevat percentatge de classes mitja i mitja-alta i (excepte els estudiants) sense, pràcticament, inactius laborals.

NIVELL D'ESTUDIS DEL CLIENT DE LA MOLINA	(Base: Total clients 2007-2008: 404) %
Menys de primaris	-
Primaris (Llegir i escriure)	0,6
EGB, F,P,, Batxiller elemental	31,5
BUP, COU, Batxiller superior	25
Grau mig, Perit, Diplomat, ATS	10,2
Grau superior/ Llicenciat	32,4

PROFESSIÓ DEL CLIENT DE LA MOLINA	%
Propietaris agrícoles	0,2
Propietaris de la indústria, comerç i serveis	6,8
Professionals Lliberals	1,9
Directors i comandaments superiors	2,9
Comandaments intermitjos	1,7
Professionals i tècnics per compte aliè	22,6
Capatassos, encarregats, caps de negociat	0,9
Empleats obrers especialitzats i administratius	25,3
Peons, aprenents personal subaltern	0,3
Pensionista	0,3
Mestressa de casa	0,9
Aturat	1,2
Estudiant	36,2

## ***Els forfets i l'ALP2500***

EL SEU FORFET ÉS...	2003-2004	2007-2008
<i>Base: total clients</i>	431	404
	%	%
Només La Molina	79,5	89,6 +
Alp 2500	20,5	10,4 -
	%	%
Per a un dia o 1/2	63,2	60,0
Diversos dies	19,5	29,3 +
De temporada	17,3	10,6 -

- La gran majoria dels clients (89,6%) són usuaris d'un forfet de La Molina.
- També majoria dels clients (60,0%) són usuaris d'un forfet de només un dia.
- Es detecta una notable disminució dels forfets ALP2500
- Els usuaris del ALP2500 estan correlacionats amb clients de més de 35 anys, homes, de pistes negres/vermelles i esquiadors amb més de 3 anys d'experiència.

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- Desenvolupant conjuntament les dos variables que defineixen el tipus de forfet tenim:

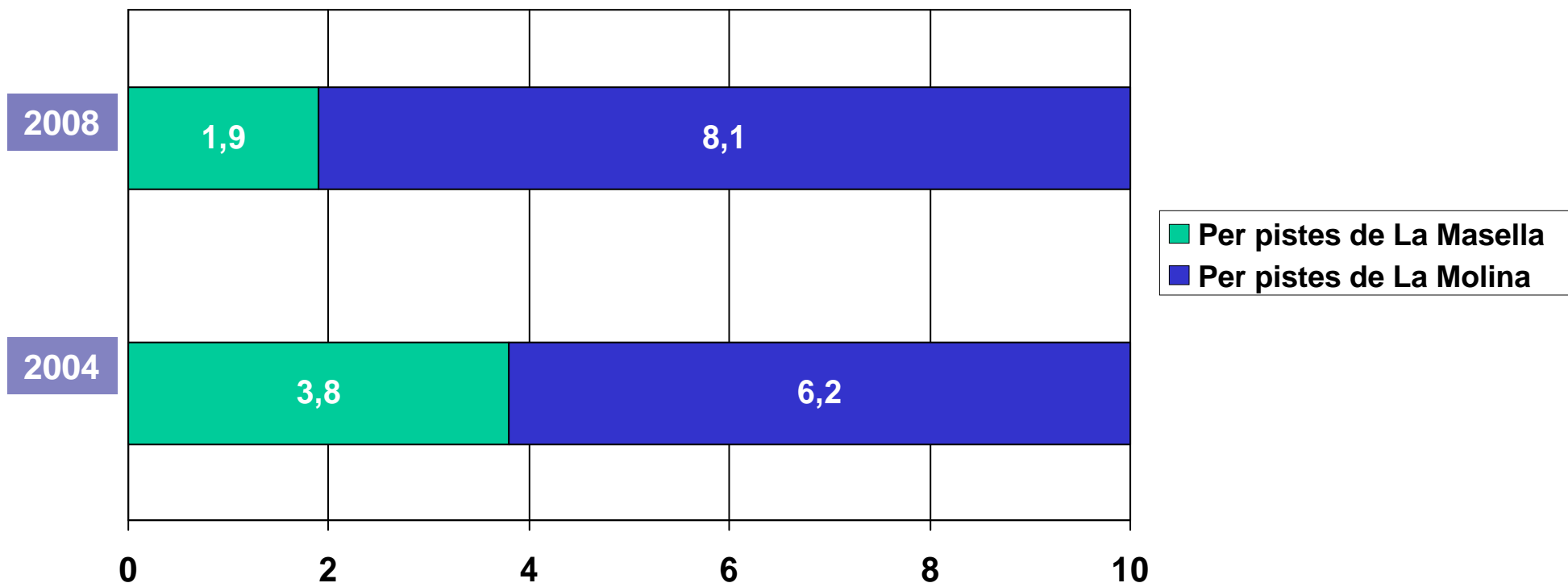
EL SEU FORFET ÉS...	2003-2004	2007-2008
<i>Base: total clients</i>	431	404
<b>LA MOLINA</b>	%	%
Per a un dia o 1/2	57,6	59,5
Diversos dies	15,1	27,6 +
De temporada	6,8	2,5 -
<b>ALP 2500</b>	%	%
Per a un dia o 1/2	5,6	0,5 -
Diversos dies	4,4	1,7 -
De temporada	10,5	8,2 -
<b>TOTAL</b>	%	%
Per a un dia o 1/2	63,2	60
Diversos dies	19,5	29,3 +
De temporada	17,3	10,6 -

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

Base 2007-2008: Tenen l'Alp 2500: 29\*

Base 2003-2004: Tenen l'Alp 2500: 89

## De cada 10 baixades, en realitzen...



- Els usuaris del forfet ALP2500 l'utilitzen molt més per fer baixades per pistes de La Molina que no pas de La Masella.
- De cada 10 baixades fan 8,1 per La Molina i 1,9 per La Masella.
- Durant aquest any, la mitja de baixades per la Masella és bastant més petita que l'any 2004.

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA



- El principal motiu per no tenir el forfet Alp2500 és que els agrada més La Molina. Un 28,7% dels no posseïdors ho manifesten.
- El segon motiu en importància, a diferència del 2004, és que venen en grup organitzat i d'amics, encara que continua tenint importància el fet que per un dia no val la pena.

PER QUIN MOTIU NO TE ALP 2500 ?		
	2003-2004	2007-2008
<i>Base: no tenen ALP2500</i>	342	374
	%	%
Preferia només La Molina	25,2	<b>28,7</b>
Venen amb grup organitzat / col,legis / amics	4,7	<b>20,2</b>
Per només un dia no val la pena	17,4	<b>10,7</b>
No el coneixia / no sabia que existia	13,2	<b>9,2</b>
No sap esquiar tant com per això	8,7	<b>7,2</b>
Estava tancat / no funcionava	-	<b>6,7</b>
Per economia / és més car / no compensa	6,3	<b>4,5</b>
En el curs només entra La Molina	7,2	<b>3,9</b>
Van amb nens / porten nens / pels nens	8,1	<b>3,6</b>
L'he tret combinat amb el bitllet de Renfe	5,6	<b>2,2</b>
Van a fer snowboard	1,3	<b>2</b>
No l'he comprat jo	-	<b>1,9</b>
Hi havia poca neu	-	<b>1,6</b>
Altres	5	<b>1,3</b>

- A diferència de l'any 2004, més de la meitat dels clients que van comprar L'Alp 2500 (59%), ho van comprar a La Masella.

ON HA(N) COMPRAT L'ALP 2500 ?	2008
<i>Base: Tenen Alp 2500</i>	29*
	%
A Masella	58,9
A La Molina	23,2
Altres Llocs	16,5
No ho sap	1,5

- Els que l'han comprat a altres llocs (16,5%) estan correlacionats amb Barcelona ciutat, dones, feiners i no accés amb cotxe.

SI NO HAGUÉS AQUEST FORFET ALP 2500, QUÈ FARIA VOSTÈ...?	TOTAL
<i>Base: Tenen Alp 2500</i>	29*
	%
Unes vegades a La Molina, altres a Masella	46,4
Esquiar només a La Molina	11,2
Esquiar només a Masella	10,5
Aniria a altres estacions	3,0
No ho sap	28,8

- Gairebé la meitat dels clients (46,4%) que tenen l'Alp 2500, si no hi hagués aquest tipus de forfet, anirien unes vegades a la Molina i altres a Masella.
- S'observa que si aquest forfet no existís, La Molina tindria una pèrdua de clients corresponent als que anirien a Masella (10,5%), els que anirien a altres estacions (3%) i parts dels que anirien o bé a La Molina o bé a Masella.

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

# *La Molina v.s. Altres*

ESTACIONS D'ESQUÍ que...		CONEIX (espontani)		
		2002-2003	2003-2004	2008
<i>Base: total clients</i>		268	431	404
		%	%	%
(P.Cat.)	<b>La Molina</b>	100,0	100,0	<b>100,0</b>
(P.Cat.)	Masella	60,4	64,9	<b>64,9</b>
(P.Cat.)	Baqueira Beret	52,3	51,5	<b>41,6 -</b>
(And.)	GrandValira	54	50,2	<b>28,4 -</b>
(And.)	Vallnord	18,9	27,1	<b>21,9</b>
(P.Fran.)	Les Angles	35,3	15,9	<b>17,9</b>
(P.Cat.)	Vallter 2000	12,2	21,9	<b>17</b>
(P.Fran.)	Font Romeu	47,9	47,3	<b>14,9 -</b>
(P.Cat.)	Port Ainé	6,9	13,7	<b>14,7</b>
(P.Cat.)	Boi Taull	8,5	16,4	<b>14,6</b>
(P.Cat.)	La Vall de Núria	22,7	17	<b>12,1 -</b>
(P.Cat.)	Port del Compte	7,4	8,1	<b>10,7</b>
(P.Fran.)	Porte Puymoreyns	9,3	8,8	<b>9,8</b>
(P.Cat.)	Espot Esquí	2,8	8,8	<b>9</b>
(P.Fran.)	Puigmal	5,7	7,7	<b>6,9</b>
(R.Estat)	Sierra Nevada	2,9	7,1	<b>5,6</b>
(P.Arag.)	Formigal	2,5	3,3	<b>4,9</b>
(P.Fran.)	Formigueres	6,7	4,9	<b>4,6</b>
(P.Arag.)	Cerler	5,2	7,0	<b>3,9 -</b>
(P.Arag.)	Astun	1,7	2,3	<b>2,9</b>
(P.Arag.)	Candanchú	3,1	6,9	<b>2,1 -</b>
(Alps)	Tignes	2,7	1,6	<b>1,2</b>
(P.Cat.)	Rasos de Peguera	4,2	4,5	<b>1,1 -</b>

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

**...Continua**


Continuació:

ESTACIONS D'ESQUÍ que...		CONEIX (espontani)		
		2002-2003	2003-2004	2008
<i>Base: total clients</i>		268	431	404
		%	%	%
(P.Cat.)	Tavascan	-	1,7	<b>0,7</b>
(Alps)	Chamonix	0,6	-	<b>0,5</b>
(Alps)	Les Arcs	-	-	<b>0,3</b>
(P.Arag.)	Panticosa	0,5	1,2	<b>0,2</b>
(P.Fran.)	Ax-Les Termes	0,6	0,6	<b>0,2</b>
(P.Cat.)	Lles	-	0,3	-
(P.Cat.)	St Joan D'Erm	-	0,5	-
(P.Cat.)	Altres Pirineu Català	2,9	1,5	<b>3,4</b>
(R.Penin.)	Altres península (Guadarrama, Teide...)	1,8	1,1	<b>0,9</b>
(R.Mon)	Altres Resta Món	2,6	5,0	<b>0,9 -</b>
(P.Fran.)	Altres Pirineu Frances	5,4	1,1	<b>0,6</b>
(Alps)	Altres Alps	2,2	2,1	<b>0,6</b>
(P.Arag.)	Altres Pirineu Aragonès	1,6	-	<b>0,5</b>
(And.)	Altres Andorra	3,1	0,8	<b>0,2</b>
(P.Cat.)	PIRINEU CATALÀ	100	100	<b>100</b>
(And.)	ANDORRA	62,2	65,2	<b>38,1 -</b>
(P.Fran.)	PIRINEU FRANCES	50,1	33,9	<b>32,3</b>
(P.Arag.)	PIRINEU ARAGONES	9,1	15,8	<b>9,4 -</b>
(R.Estat)	RESTA PENINSULAR	4,1	7,4	<b>6,5</b>
(Alps)	ALPS (Suiza/França/Italia)	5,5	3,1	<b>2,3</b>
(R.Mon)	Altres Resta Món	2,6	5,0	<b>0,9 -</b>

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

- Ja hem comentat que les dades anteriors són mencions espontànies.
- Al suggerir-les (sobre un llistat de les que més interessaven) vam obtenir el nivell real de coneixement, que és el que mostrem tot seguit:

ESTACIONS D'ESQUÍ que...		CONEIX (sugerit)		
		2002-2003	2003-2004	2008
<i>Base: total clients</i>		268	431	404
		%	%	%
(P.Cat.)	<b>La Molina</b>	100,0	100,0	<b>100,0</b>
(P.Cat.)	Masella	95,5	96,1	<b>88,6</b> -
(P.Cat.)	Baqueira Beret	94,1	93,5	<b>78,3</b> -
(P.Cat.)	La Vall de Núria	82,5	87,2	<b>74,1</b> -
(P.Cat.)	Boi Taull	-	80,3	<b>64,7</b> -
(P.Cat.)	Port Ainé	-	82,2	<b>63,2</b> -
(And.)	Vallnord	87,3	87,3	<b>62,7</b> -
(And.)	Grand Valira	82,3	84,6	<b>62,6</b> -
(P.Cat.)	Vallter 2000	-	79,5	<b>61,3</b> -
(P.Cat.)	Port del Compte	-	69,5	<b>55,5</b> -
(P.Fran.)	Font Romeu	-	69,8	<b>52,2</b> -
(P.Fran.)	Les Angles	64,8	63,9	<b>50,5</b> -
(P.Fran.)	Puigmal	-	57,8	<b>49,0</b> -
(P.Cat.)	Esport Esquí	-	-	<b>45,9</b>
(P.Arag.)	Cerler	-	63,4	<b>39,7</b> -
(P.Fran.)	Porte Puymoreyns	-	52,4	<b>37,2</b> -
(P.Fran.)	Formigueres	-	55,2	<b>35,1</b> -

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

Nota.- A 1999 i 2003 la llista per la pregunta suggerida era més reduïda

\* Als estudis anteriors es preguntava per separat

ESTACIONS D'ESQUÍ que...		2008	
		CONEIX	HA ESTAT
<i>Base: total clients</i>		404	404
		%	%
(P.Cat.)	<b>La Molina</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
(P.Cat.)	Masella	88,6	44,1
(And.)	Grand Valira	62,6	35,0
(P.Cat.)	Baqueira Beret	78,3	30,8
(And.)	Vallnord: Arinsal Ordino	62,7	27,6
(P.Fran.)	Font Romeu	52,2	26,9
(P.Fran.)	Les Angles	50,5	24,8
(P.Cat.)	La Vall de Núria	74,1	23,5
(P.Cat.)	Vallter 2000	61,3	22,7
(P.Cat.)	Boi Taull	64,7	18,6
(P.Cat.)	Port Ainé	63,2	18,0
(P.Cat.)	Port del Compte	55,5	15,6
(P.Fran.)	Porte Puymoreyns	37,2	15,5
(P.Fran.)	Puigmal	49	14,6
(P.Cat.)	Esport Esquí	45,9	13,4
(P.Arag.)	Cerler	39,7	11,0
(P.Fran.)	Formigueres	35,1	9,8
(P.Cat.)	PIRINEU CATALÀ	100	100,0
(P.Cat.)	PIRINEU CATALÀ (Sense la Molina)	98,5	71,0
(And.)	ANDORRA	73	42,6
(P.Fran.)	PIRINEU FRANCÈS	72,9	42,5
(P.Arag.)	PIRINEU ARAGONÈS	39,7	11,0

Base 2003-2004: ha estat.	Base 2007-2008: ha estat.	QUINES D'AQUESTES ESTACIONS D'ESQUÍ QUE HA ESTAT S'ASSEMBLEN MES A LA MOLINA?	2008		2002-2003	2003-2004
			HA ESTAT	SIMILARS	SIMILARS	SIMILARS
		<i>Base: total clients</i>	404	404	268	431
			%	%	%	%
431	404	(P.Cat.) <b>La Molina</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	100	100
228	185	(P.Cat.) <b>Masella</b>	<b>44,1</b>	<b>25</b>	27,4	20,2
99	115	(P.Fran.) <b>Font Romeu</b>	<b>26,9</b>	<b>8,4 +</b>	6,3	4,2
103	109	(P.Fran.) <b>Les Angles</b>	<b>24,8</b>	<b>6,4</b>	8,3	4,7
168	139	(And.) <b>GrandValira</b>	<b>35</b>	<b>5,7</b>	11	7,3
150	118	(And.) <b>Vallnord: Arinsal</b>	<b>27,6</b>	<b>4,1</b>	4,1	6,6
168	122	(P.Cat.) <b>Baqueira Beret</b>	<b>30,8</b>	<b>3,9</b>	2,1	2,6
87	78	(P.Cat.) <b>Boi Taull</b>	<b>18,6</b>	<b>3,4</b>	0,9	2,9
52	63	(P.Cat.) <b>Port del Compte</b>	<b>15,6</b>	<b>3,2 +</b>	0,3	0,6
83	71	(P.Cat.) <b>Port Ainé</b>	<b>18</b>	<b>3,1</b>	-	3
101	91	(P.Cat.) <b>La Vall de Núria</b>	<b>23,5</b>	<b>2,9</b>	3,1	1,9
127	96	(P.Cat.) <b>Vallter 2000</b>	<b>22,7</b>	<b>2,8</b>	2,7	1,6
56	58	(P.Fran.) <b>Puigmal</b>	<b>14,6</b>	<b>2,2 +</b>	1,2	0,5
50	43	(P.Arag.) <b>Cerler</b>	<b>11</b>	<b>1,5</b>	0,6	2,2
77	68	(P.Fran.) <b>Porte Puymoreyns</b>	<b>15,5</b>	<b>1,4</b>	-	0,8
-	56	(P.Cat.) <b>Espot Esquí</b>	<b>13,4</b>	<b>0,9</b>	-	-
44	45	(P.Fran.) <b>Formigueres</b>	<b>9,8</b>	<b>0,9</b>	0,3	0,5

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR



- Entre els clients de La Molina que havien estat a alguna estació de la llista li demanàvem una valoració sobre una escala 0-10.
- La Molina obté una de les puntuacions més elevades (entre els seus clients): 7,51, estadísticament superior a l'obtinguda el 2003-2004
- Inferior a la de Gran Valira (8,35), a Baqueira Beret (8,27) i Vallnord (7,6), però superior o igual a la resta.

Mltja (0-10)

Base 2003-2004: ha estat	Base 2007-2008: ha estat	NOTA (0-10) A LES ESTACIONS A QUE HA ESTAT	2002-2003	2003-2004	2007-2008
168	139	(And.) GRANDVALIRA	8,1	7,3	8,4 +
168	122	(P.Cat.) BAQUEIRA BERET	7,7	7,1	8,3 +
150	118	(And.) VALLNORD: ARINSAL	-	7,1	7,6 +
431	404	(P.Cat.) <b>LA MOLINA</b>	7,2	7,1	7,5 +
87	78	(P.Cat.) BOI TAULL	-	7,2	7,3
103	109	(P.Fran.) LES ANGLES	6,9	6,9	7,1
228	185	(P.Cat.) MASELLA	7,1	7,1	7,1
50	43	(P.Arag.) CERLER	-	7	6,9
99	115	(P.Fran.) FONT ROMEU	6,6	6,7	6,8
83	71	(P.Cat.) PORT AINÉ	-	6,7	6,4
56	58	(P.Fran.) PUIGMAL	-	6,2	6,4
77	68	(P.Fran.) PORTE PUYSMOREYNS	-	6,3	6,3
44	45	(P.Fran.) FORMIGUERES	-	6,5	6,3
52	63	(P.Cat.) PORT DEL COMPTE	-	5,7	6,2 +
-	56	(P.Cat.) ESPOT ESQUÍ	-	-	6,0
101	91	(P.Cat.) LA VALL DE NÚRIA	5,7	5,7	6,0
127	96	(P.Cat.) VALLTER 2000	-	5,9	5,7

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE L'ANY ANTERIOR

## PER QUIN MOTIU VA(N) DECIDIR VENIR A LA MOLINA I NO A MASELLA?

### Familiar / recomanació

		%
De sempre / familiaritat	10,8	
M'agrada més / a la meva família	5,6	
La van recomanar / ofertar / suggerir	2,3	22,4
L'han convidat/ no han pagat	2	
Té / coneix amics / familiars aquí	1,2	
Treballa aquí	0,5	

### Proximitat

		%
Prop del domicili / proximitat	9,8	
Prop de l'hotel / alberg	4,8	
Renfe més bus / el tren / oferta Renfe	4,3	27
Tenim un apartament / casa	1,6	
Fàcil accés	1,2	

### Grup organitzat

Grup organitzat / grup amics / escola	21,2
---------------------------------------	------

### Pistes

		%
Pistes amples / varietat de pistes	7,3	8,8
Fàcil / per a gent que no en sap	3,5	

### Preu / ofertes

		%
Preu / ofertes / relació qualitat-preu	2,6	
Per als tiquets / passis / forfets	0,3	3,1
Abonament Alp 2500	0,2	

### Altres

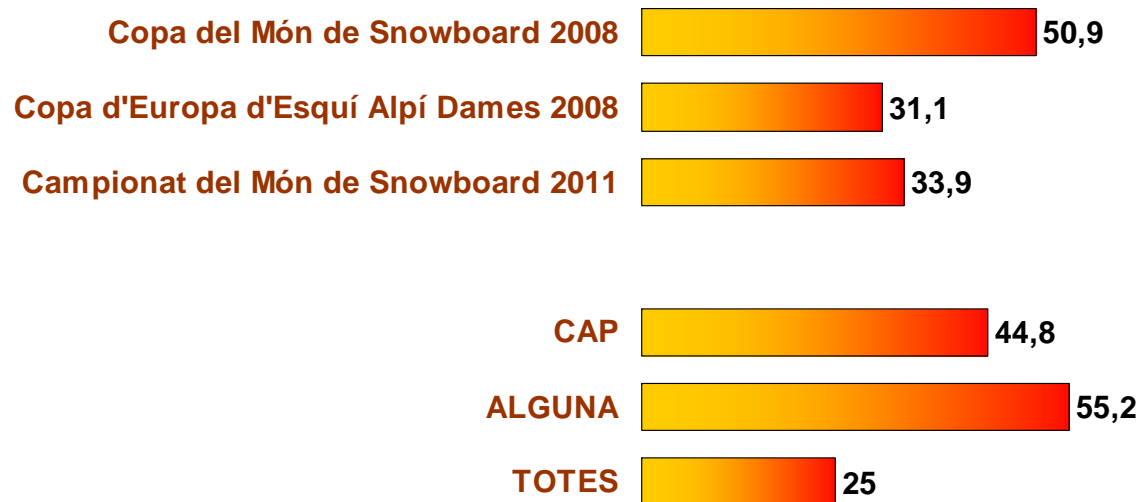
		%
Escola d'esquí / curset d'esquí	5,3	
Facilitat d'allotjament	3,3	
Pistes de snowboard/ snowpark	2,6	
Poca gent / no massificada	1,6	
Pista per a nens / còmoda	1,6	
Millores / més instal·lacions	1,5	19,1
El temps / el clima / el sol	1,2	
Garantia que hi ha neu	1	
Parking més gran / fàcil accés	0,5	
Comoditat / tranquil·litat	0,3	
Pistes de trineu	0,2	

No la conec	4,5	
Per provar / conèixer-la / variar	2,9	
Casualitat/ no s'ho ha plantejat	2,1	11,9
Estava tancada la Masella	0,8	
Altres	1,6	

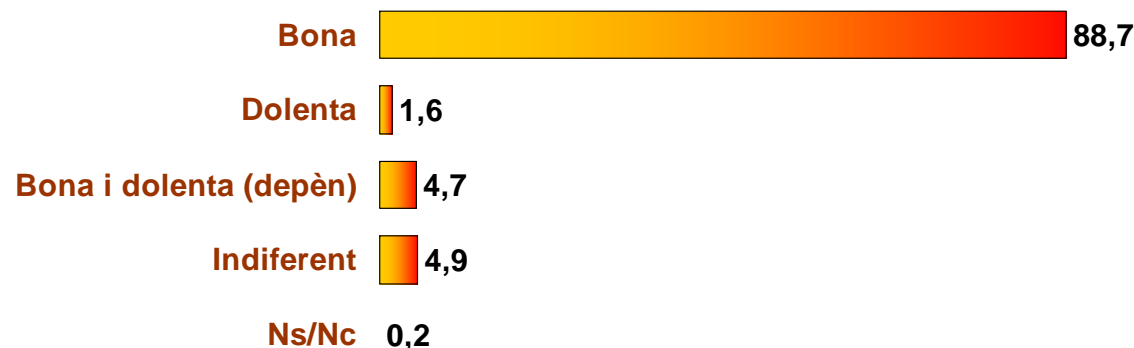
# *Competicions esportives*

- Gairebé la meitat dels clients de La Molina no té coneixement de les competicions esportives que organitza La Molina. I només 1 de cada 4 clients les coneix totes.
- La competició més coneguda és la Copa del Món de Snowboard 2008, la meitat dels clients la coneixen.
- Qui coneix les competicions són els homes, majors de 35 anys, que esquien per pistes negres/vermelles i amb més de 3 anys d'experiència
- Gairebé per unanimitat, el 88,7%, els clients de La Molina tenen una bona opinió de que es celebrin competicions esportives a La Molina.

## Quines d'aquestes competicions coneixen...?



## Valoració que fan del fet que La Molina organitzi aquestes competicions



- Els aspectes positius que veuen els clients són que es milloraran les pistes/instal·lacions i que es promocióna l'esquí i l'estació de La Molina
- Per contra, els aspectes negatius són que portaran aglomeracions o que no podran utilitzar totes les pistes.

VALORACIÓ: BONA	
<i>Base:</i>	363
	%
S'invertirà / milloraran les instal·lacions	30,2
Promocióna / fa publicitat de La Molina	29,8
Atrau a gent / més personal /dona vida a l'estació	20,7
Dona prestigi / notorietat a La Molina	19,1
Veure competicions / crea afició	14,6
Promocióna l'esquí	10,2

VALORACIÓ: DEPÈN	
<i>Base:</i>	12*
	%
No podrem utilitzar totes les pistes	80,2
Cues / massa gent / aglomeracions	23,1
Obliga a tenir les pistes en bon estat	6,6

VALORACIÓ: DOLENTA	
<i>Base:</i>	8*
	%
Cues / massa gent / aglomeracions	71,5
Només arreglaran les pistes de competició	52,4

VALORACIÓ: INDIFERENT	
<i>Base:</i>	20*
	%
No m'agraden aquestes proves /snowboard	39,6
No soc aficionat a l'esquí	27,0

\* BASE ESTADÍSTICA REDUÏDA

# *Síntesi*

## QUÈ ÉS IMPORTANT....

- Els aspectes més importants pels clients de La Molina són:
  - ↑ EL MEDI AMBIENT
  - ↑ LA SEGURETAT A PISTES
  - ↑ LA PREPARACIÓ DE LES PISTES
  - ↑ LA MASSIFICACIÓ DE LES PISTES
  - ↑ LES CUES ALS REMUNTADORS
  - ↑ LA SENYALITZACIÓ
  - ↑ REMUNTADORS MODERNS
  
- Són els mateixos que en medicions anteriors, el que indica que els aspectes més importants no varien amb el temps.

## AMB QUÈ ESTAN SATISFETS...

- Els aspectes que clarament tenen un major grau de satisfacció entre els clients de La Molina són:
  - ☺ **L'ESCOLA D'ESQUÍ**
  - ☺ **L'ASSISTÈNCIA MEDICA A PISTES**
  - ☺ **EL LLOGUER DEL MATERIAL**
- Per contra, els aspectes dels que els clients de La Molina estan més insatisfets son:
  - ☹ **LES CUES ALS REMUNTADORS/TELEC.**
  - ☹ **LA MASSIFICACIO DE LES PISTES**
  - ☹ **L'APRÈSKI: OFERTA D'ACTIVITATS COMPLEMENTARIES**
- Els majors diferencials de satisfacció venen determinats pel dia - tipus: Els clients de feiners estan més satisfets, gairebé en tots els aspectes, que no pas els de cap de setmana.
- Comparant els nivells de satisfacció d'aquest any, amb les dades de l'anterior, veiem que gairebé tots els aspectes han augmentat la seva satisfacció, excepte el Forfet "La Molina+Masella" i els relacionats amb els aparcaments, en els quals ha disminuït.



## MILLORES...

- El client reconeix les millores que s'han fet a La Molina, en els últims anys. La majoria (60%) així ho manifesta.
- Un 40% dels clients consideren que hi ha aspectes concrets que han millorat, sobretot els remuntadors i les pistes.
- Per altre banda un 23% dels clients consideren que hi ha aspectes que han empitjorat, sobre tot la massificació.
- Al voltant del 79% dels clients desitgen alguna millora, per rebre un millor servei. Les principals, estan referides a les massificacions (29,1% ) i als remuntadors / instal·lacions (27,5%).

## ON CAL ACTUAR...

- Els principals punts d'actuació, els més efectius per millorar la satisfacció del client són:
  - **REDUIR LA MASSIFICACIO A LES PISTES**
  - **REDUIR LES CUES ALS REMUNTADORS**
  - **MODERNITZAR LES INSTAL·LACIONS**
  - **MILLORAR LA SENYALITZACIÓ**

També cal tenir en compte l'aspecte de millorar les mesures de seguretat (està a la frontera del quadrant d'actuació)

- Als feiners, desapareixen , com de prioritat, els aspectes de Reduir les cues als remuntadors, Modernitzar les instal·lacions i les Mesures de seguretat.
- Al cap de setmana, a més dels punts d'actuació que apareixen pel global, s'afegeixen també els aspectes referents als aparcaments.

## L'ISC...

- L'ISC 2007-2008 de La Molina és força elevat: 71,26. És estadísticament superior al del 2003-2004 (68,74) i al de 2002-2003 (67,92)
- Tant l'ISC, com la Mitjana Global de la Satisfacció com la Valoració Global Directe han incrementat significativament respecte l'última medició, la qual cosa ens indica clarament que hi ha hagut un increment de la satisfacció dels clients de La Molina.

## EL VIATGE FINS LA MOLINA...

- **Més de la meitat dels clients (58,5%) van planificar el viatge a La Molina amb una antelació superior als 10 dies. En canvi una quarta part (26,8%) ho van fer entre els 10 i els 3 dies anteriors i només un 14,5% ho van decidir a última hora**
- **El principal motiu d'elecció de La Molina és el de la proximitat al domicili. Amb molta diferència sobre la resta de motius. El fet d'ésser un grup organitzat (d'amics, d'una escola, feina, etc.) és el segon motiu esmentat. I el que hagi una escola d'esquí és el tercer motiu d'elecció de La Molina.**
- **El 35% dels clients s'ha informat a través d'internet abans d'anar a La Molina, passant a ser aquest el principal mitjà on s'informen. La Televisió ha passat a ser el segon mitjà (25,1%) seguit pels altres mitjans tradicionals (Ràdio i Diaris). El percentatge de clients que pugen sense informar-se prèviament (42%) es manté respecte l'any 2004.**

## EL VIATGE FINS LA MOLINA...

- Un 27,6% dels clients son de Barcelona Ciutat, un 46,1% de la resta de la província de Barcelona, un 10,3% de la de Girona, un 3,1 de Lleida o Tarragona i un 12,9% de la resta de l'estat o estrangers.
- El vehicle privat (71,2%) continua sent, amb diferència el principal medi d'accés a La Molina. Cal destacar, però, l'increment de clients que arriben amb autocar (correlacionat amb clients de dia feiner) que té un pes del 20%. Amb tren pugen un 8,6%. Més de la meitat (67,6%) dels clients han accedit pel Túnel del Cadi, proporció força superior a la de l'any 2004. Disminueix doncs els clients que venen per la Collada de Tosses (21%)
- Són una minoria els clients que no coneixen (reconeixen d'una llista) alguns dels aparcaments de La Molina. I el no coneixement està vinculat a clients de 1<sup>a</sup> vegada.
- El 91% dels clients que han arribat amb cotxe saben el nom del aparcament on han deixat el seu cotxe. L'aparcament més utilitzat (aparentment, dins del context anterior) es el del Telecabina, seguit pel de Pista Llarga.

## EL CLIENT...

- La meitat dels clients són menors de 25 anys (48,7%), el 20% tenen entre 26 i 35 anys i el 30% són majors de 35 anys. S'observa un canvi respecte anys anteriors on la majoria de clients tenien entre 26 i 35 anys. Augmenta, per tant, la població de gent jove (el 60% dels quals és la 1<sup>a</sup> vegada) i això suposa un canvi en la tipologia de client.
- Un de cada quatre clients de La Molina (23,1%) es declaren, bàsicament, esquiadors Snowboard. Per tant es confirma la tendència a incrementar aquest tipus d'esquiadors.
- Els clients de La Molina es caracteritzen per la seva fidelitat a l'estació d'esquí, com indica que 3 de cada 4 vegades que esquien, ho fan a La Molina.
- El nivell d'estudis dels clients de La Molina es força elevat: Un 42,6% tenen estudis mitjos o superiors.
- També ho es el professional, amb un elevat percentatge de classes mitja i mitja-alta i, excepte els estudiants, sense inactius laborals.

## LA SEVA ESTADA...

- **Mes de un terç (40,2%) dels clients ho són d'estada. El principal lloc de pernocta és l'hotel: Un 17,3% del total de clients de La Molina. Tot seguit estan la 2<sup>a</sup> residència (9,2%) i els apartaments (3,5%).**
- **Gairebé la meitat (44,8%) dels clients diuen acostumar a dinar als bars i/o restaurants de pistes, o a peu de pistes. I gairebé un terç dels clients (31,5%) acostumen a fer "picnic" per dinar a La Molina.**
- **Més de la meitat dels clients (59,3%) ha llogat material per esquiar. I gairebé tres de cada quatre l'han llogat al Telecabina.**
- **El 20 % dels clients ha utilitzat les pistes del Snowpark, la majoria dels quals (55%) es declaren snowboarders.**

## EL FORFET...

- La gran majoria dels clients (89,6%) són usuaris de un forfet de La Molina. També majoria dels clients (60,0%) són usuaris de un forfet de només un dia. Es detecta una disminució dels ALP2500. (20.5% → 10.4%)
- Els usuaris del forfet ALP2500 l'utilitzen molt més per fer baixades per pistes de La Molina que no pas de Masella. (+/- 8 a 2)
- El principal motiu per no tenir el forfet Alp2500 és que els agrada més La Molina que no pas Masella. Un 28,7% dels no posseïdors ho manifesten. El segon motiu en importància és que venen amb un grup organitzat /col·legis / amics (20,2%)

## LA MOLINA vs. ALTRES ESTACIONS...

- Apart, òbviament de La Molina, les estacions d'esquí amb un major nivell de notorietat (espontània) son Masella, Baqueira Beret, Gran Valira, Vallnord (Arinsal), Les angles, Font Romeu, Port Ainé i Boi Taüll.
- La Molina té personalitat pròpia, no hi ha cap estació que estigui considerada com similar amb proporcions significatives.
- En la valoració directa, La Molina obté una puntuació de 7.5, per sota de Grandvalira (8.4), Baqueira Beret (8.3) i Vallnord: Arinsal (7.6), però per sobre d'estacions com Boi Taüll, Les Angles, Masella...
- Els motius que tenen els clients per escollir La Molina i no Masella són principalment aspectes relacionats amb les pistes (varietat / per anar-hi en grup / per principiants) (32%), la familiaritat (22,4%) i la proximitat / fàcil accés (21,7%).



## **COMPETICIONS ESPORTIVES...**

- **En relació a les competicions esportives, més de la meitat dels clients (55%) en coneixen alguna, principalment la Copa del Món de Snowboard 2008 (50,9). Tenim però un 44% que no en coneix cap i un de cada quatre clients que les coneix totes (25%).**
- **Gairebé per unanimitat (90%) la opinió que tenen de que La Molina organitzi aquestes competicions és bona, principalment perquè comportarà inversions/millores de les instal·lacions, perquè promociona La Molina.**
- **Per contra, només un 1,6% dels clients tenen una opinió dolenta, un 4,7 opinen que comporta coses bones però alhora també perjudicis i a un 4,9% els és indiferent.**
- **Els motius que declaren els que hi veuen inconvenients són bàsicament aspectes relacions amb les aglomeracions i les pistes (tancades / només arreglaran les de competició).**

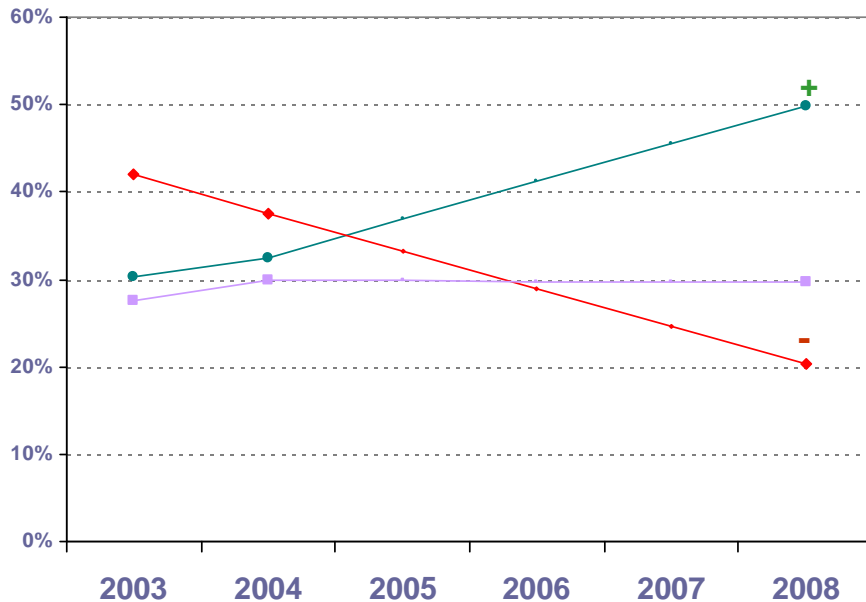
## CONCLUSIONS FINALS I RECOMANACIONS...

- ✓ Ha augmentat la satisfacció (i l'ISC) dels clients de La Molina, es va pel bon camí.
- ✓ Per augmentar la satisfacció dels clients caldria actuar sobre les massificacions que es produeixen i els remuntadors (instal·lacions), aspectes sobre els quals és complicat actuar-hi.
- ✓ El perfil del client de La Molina és d'un client més jove i amb menys experiència, segment que reclama més serveis (d'esquí i complementaris), la qual cosa ens torna a dir que cal potenciar tots els aspectes de serveis per satisfer a aquest segment cada cop més significatiu.
- ✓ On si es pot actuar és en tot el tema de serveis (escola d'esquí, lloguer de material, activitats, bars i restaurants,...), cada cop més importants i valorats pels clients, i el que pot significar un punt de diferenciació.
- ✓ Internet ha passat a ser el principal mitjà on s'informen els clients abans d'accedir a La Molina. És important potenciar la comunicació i la informació a través de la web.

# ***ANNEXE***

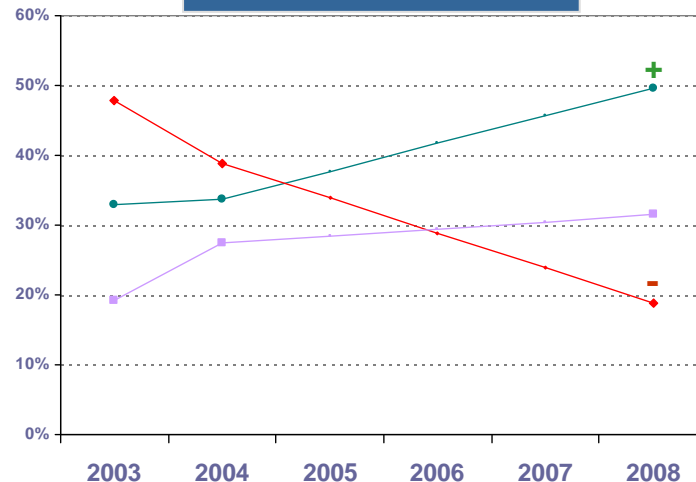
Base 2007-2008: 404.usuaris  
 Base 2003-2004: 431 clients  
 Base: 2002-2003: 268 clients

## Evolució edat



**S'observa una lleu tendència a que el client de La Molina sigui més jove, motivant en part per l'augment de clients de 1<sup>a</sup> vegada.**

## Evolució feiners



## Evolució cap de setmana



NOTA: LES TEMPORADES 2005, 2006 I 2007 NO ES VA REALITZAR CAP MESURAMENT

+ - DIFERÈNCIA ESTADÍSTICAMENT SIGNIFICATIVA RESPECTE EL MESURAMENT ANTERIOR

Satisfacció mitjana lavabos ↓

## Lavabos ha utilitzat

Base Total: 404 clients

## Lavabos ha utilitzat

Base: satisfacció lavabos <6 (63 clients)

## Lavabos ha utilitzat

Base: satisfacció lavabos >8 (44 clients)

6,23

Pista Llarga 26,5

45,4

12,6

7,75

Edifici de Serveis 20,3

5,3

26,5

7,47

Autoservei 17,8

13,1

35,6

6,07

Restaurant EL Bosc 11,1

22,7

12

7,68

Oficines Centrals 4,3

5,3

13,3

6,90

Costa Rasa 3,2

3,4

3

5,86

Cafeteria Roc Blanc 2,7

7,2

5,87

Cafeteria Alabaus 2,3

4,3

5,00

Refugi Niu de l'Àliga 0,2

1

6,83

Altres 7,5

5,8

6,6

No sap 16,7

8,7

- ✓ El lavabo que més han utilitzat els clients de La Molina és el de Pista Llarga, un de cada quatre clients així ho indica. Després vindrien els de l'Edifici de Serveis (20,3%) i de l'Autoservei (17,8%).
  
- ✓ Si observem detalladament els clients que valoren la seva satisfacció amb els Lavabos de La Molina per sota de 6 punts, tenim que la majoria són els que han utilitzat els lavabos de:
  - ✓ **Pista Llarga (45.4%)**
  - ✓ **Restaurant el Bosc (22,7%).**
  
- ✓ Per contra, si observem ara els que han valorat la seva satisfacció amb els lavabos per sota de 8, i per tant considerem que estan satisfets, majoritàriament han utilitzat els lavabos de
  - ✓ **L'Autoservei (35,6%)**
  - ✓ **L'Edifici de Serveis (26,5%)**
  
- ✓ Si ens fixem en la satisfacció mitjana amb els lavabos, tenim que els més satisfets han utilitzat els lavabos de l'Edifici de Serveis, els de les Oficines Centrals i els de l'Autoservei. Per contra, els menys satisfets són els que han utilitzat els lavabos del Refugi Niu de l'Àliga i els de la cafeteria del Roc Blanc.