

07.12.10

SEGÚN UN ESTUDIO DE EXCELTUR

Navarra es la comunidad en la que los turistas presentan mayor grado de satisfacción

El trabajo analiza la competitividad turística de las comunidades autónomas

Navarra lidera el ranking de las comunidades autónomas españolas en lo que se refiere al grado de satisfacción expresado por los turistas tras su visita, según el estudio 'Monitor 2009', realizado por Exceltur, asociación que agrupa a una veintena de los más relevantes grupos empresariales turísticos españoles.

El estudio, realizado en colaboración con Deloitte, analiza la competitividad turística relativa de las comunidades autónomas, a fecha de diciembre del pasado año, según ha informado el Gobierno foral en un comunicado.

Para ello, examina la situación de cada una de ellas en siete apartados: visión de marketing estratégico y apoyo comercial, accesibilidad y conectividad por medios de transporte, ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico, diversificación y categorización de productos turísticos, atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos, el turismo como prioridad política y su gobernanza, y el desempeño: resultados económicos y sociales.

Navarra ocupa una posición intermedia en la suma global de todos los apartados citados (la novena posición entre 17). Destacan, sin embargo, sus buenos resultados en algunos aspectos específicos. Así, por ejemplo, tal como se ha apuntado, figura en primer lugar en cuanto a la satisfacción expresada por los turistas tanto nacionales como extranjeros, con una valoración media del viaje realizado de 9,6 puntos sobre 10. Le siguen La Rioja, con 9,3 puntos, y Castilla-La Mancha, con 8,9 puntos.

EFICACIA CON POCOS RECURSOS

También ocupa el primer lugar la Comunidad foral en el indicador referido a la valoración que los empresarios de diversos subsectores turísticos regionales y locales tienen de la estrategia de marketing y promoción institucional que realiza su Administración autonómica. En este caso, la opinión del sector posiciona a Navarra como la comunidad con una estrategia de marketing y promoción más eficiente. Le siguen Castilla-La Mancha y Cantabria.

Este dato contrasta con el hecho de que la Comunidad foral, con 5,4 millones de euros invertidos en 2009, es la penúltima en el ranking en cuanto a dotaciones económicas para marketing y promoción. Navarra supera únicamente a Extremadura, que contabilizó 3,5 millones de euros. Por el contrario, Andalucía (con 90,4 millones de euros), seguida de Canarias y Baleares son las comunidades que más invierten en este apartado.