

20/07/11

Contrapone su mejora en conectividad con debilidades como la falta de diversificación de oferta y de marketing 'on line'

Baleares pierde competitividad turística y se coloca en el sexto destino de referencia en el ranking de CC.AA

Madrid, 20 (EP/LB).- Baleares ha perdido competitividad como destino turístico durante 2010 al colocarse como la sexta comunidad de referencia y ceder al archipiélago canario el quinto puesto, lugar que ocupaba en 2009, según las conclusiones del panel elaborado por la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) con la colaboración de Deloitte.

El estudio 'Monitor de Competitividad Turística de las Comunidades Autónomas' de Exceltur apunta a que Baleares ha perdido cerca de 2,8 [puntos](#) en los principales indicadores que articulan el ranking de los destinos con mayores fortalezas y que lidera, en 2010, la Comunidad de Madrid.



Internacional Menéndez Pelayo.

El informe fue presentado por el vicepresidente Ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, y el director del área de Estudios e Investigación, Óscar Perelli, en el marco la jornada 'Ganar Competitividad. Retos de la nueva legislatura autonómica', organizada por el 'lobby turístico' y que se celebra en la Universidad

Si se tienen en cuenta los seis grandes pilares que articulan el panel de competitividad turista, la comunidad desciende posiciones en lo referente al marketing y apoyo comercial al sector (puesto 13 sobre 17), ordenación y condicionantes del espacio turístico (12), diversificación del producto turístico (8), formación y eficacia de los recursos humanos (12).

Concretamente, los aspectos relacionados con el marketing son los que más han caído, a juicio del panel de Exceltur y Deloitte, con un descenso de 9,4 puntos en los indicadores contemplados para medir la competitividad, seguido de una caída de 6,3 puntos en las cuestiones relacionadas con la diversificación de los productos turísticos.

Entre las desventajas concretas de la comunidad, se encuentra su posicionamiento en las redes sociales (puesto 16 entre las 17 autonomías) y las acciones de marketing en este tipo de soporte (puesto 15). Además, Baleares está a la cola en lo referente a la dotación de servicios sanitarios (número de médicos y plazas sanitaria).

También suspende en la implantación en la oferta de turismo de naturaleza (puesto 17 en el ranking de las CC.AA), el turismo de shopping, en el número de visitantes que recibe del segmento de turismo de reuniones (puesto 16) y la poca implantación del turismo termal. Aparte, se alerta de la calidad de la formación profesional (puesto 14) y el poco apoyo a la formación continuada.

En la esfera pública, se alerta sobre el escaso estímulo a la innovación y la poca eficacia en la gestión de las competencias turísticas, que se une al problema ya clásico de la estacionalidad de la actividad turística en el archipiélago.

MÁS INGRESOS Y FORTALEZA DEL TURISMO NÁUTICO

Respecto a las ventajas competitivas de Baleares, destaca respecto al resto de autonomías en el gasto medio del turista y los ingresos que arroja esta actividad por habitante, su posicionamiento en el mercado, los ingresos por plaza alojativa y la eficiencia del modelo turístico. También se analiza como fortaleza el esfuerzo presupuestario y la prioridad política de la actividad turística.

Los resultados del turismo náutico y de cruceros también contribuyen a la competitividad de Baleares, unido a la estabilidad del empleo, la apuesta por la oferta regulada, la demanda efectiva de turismo rural y la cualificación de la oferta hotelera y de restauración, entre otros. También sobresalen los aspectos relacionados con la conectividad aérea y la accesibilidad a este medio de transporte.

Entre las recomendaciones que traslada Exceltur para mejorar la competitividad, destaca la adhesión al Plan Litoral Siglo XXI para la reforma de destinos maduros y la necesidad de lograr una mayor coordinación entre las principales comunidades turísticas, la Administración central y el sector privado.

Por otro lado, el informe destaca como ejemplo de buena práctica en la administración la elaboración del decreto para agilizar la tramitación administrativa en el caso de la rehabilitación de establecimientos hoteleros.

Zoreda recalcó que actualmente la “mal llamada oferta complementaria” es el elemento “fundamental” para realizar un viaje turístico y enfatizó en el impacto de internet en los procesos de diseño y distribución del producto turístico, al generar una nueva estructura a la que se debe adaptarse.

El vicepresidente ejecutivo de Exceltur también subrayó la necesidad de “dar mayor impulso” a los procesos de colaboración público-privado, que debe propiciar mayor despliegue de recursos “en todos los sentidos”.