**BTS CGO 2014**

**ADIÓS AL TURISMO DE FLAMENCO, TOROS Y SANGRÍA**

Texte n°16

*abc.com,* 21/02/2014

El informe de Estudios Turísticos, realizado a partir de más de 3.000 entrevistas a turistas europeos de siete nacionalidades que han visitado España en una o más ocasiones, concluye que los atributos intangibles**1** que definen el carácter y estilo de vida español, así como el trato y servicio que damos al cliente, representan un 30% de la experiencia global del turista que viaja a España.

Los clásicos estereotipos asociados a la Marca España –flamenco, paella, sangría o toros – no forman parte de los 30 atributos más mencionados espontáneamente.

Los turistas que vienen a España valoran por encima de todo a nuestro país como un buen destino de mar y playa, gastronomía y cultura y notan la hospitalidad, amabilidad y simpatía de sus gentes. Sin embargo pese a las altas valoraciones en los factores como clima, playas, naturaleza, patrimonio cultural o gastronomía, en materia de «trato y servicio al cliente», aunque con una satisfacción de notable, no cumplimos con las altas expectativas**2** creadas.

En el servicio, los valores que reciben peor índice de satisfacción son los relacionados con la profesionalización de nuestros recursos humanos: idiomas, cualificación profesional, conocimiento del destino y conocimientos en general y eficacia.

Los británicos y alemanes valoran sobre todo el sol, la gastronomía y la hospitalidad y amabilidad española. Los italianos aprecian la diversión, alegría y calidez. Los turistas rusos, por su parte, nos escogen por prácticamente todo, lo que hace prever que este mercado emisor seguirá su imparable crecimiento en los próximos años.

Las marcas-destino más mencionadas son, por este orden y con notable diferencia entre ellas: Barcelona (Top 5), Madrid (Top 20) y Mallorca (Top 40). Canarias, Ibiza, Benidorm, Granada, Sevilla o Tenerife, Compostela, Marbella, Málaga, Menorca y Valencia le siguen en un ranking en el que Cataluña está muy por detrás de Barcelona.

**VOCABULARIO:**

1. los atributos intangibles: *les spécificités*

2. las expectativas: *les attentes*