

REPORTAJE

Los oráculos del turismo

► Las administraciones públicas y los colectivos empresariales vinculados con el sector manejan a diario multitud de encuestas que analizan la evolución de esta actividad y sus perspectivas

■ J.R. HERNÁNDEZ, Tenerife

A pesar de que muchos escépticos desconfían de los resultados que arrojan las encuestas, en algo se deben equivocar cuando cada día se recurre más a los sondeos y estudios estadísticos para tomar el pulso de la actualidad en los más variados asuntos.

Es así que la interconexión de una serie de variables y su traslación posterior a coeficientes y porcentajes describen en dígitos o dibujan en diagramas de barras, histogramas, cartogramas, polígonos de frecuencias, así como una amplia amalgama de representaciones gráficas, la realidad de un ámbito más o menos acotado.

De hecho, en sectores de actividad como el turismo las estadísticas se han convertido en herramientas de uso cotidiano con las cuales no sólo se cuantifican datos sobre la evolución de los visitantes y su comportamiento, sino que, a partir de ellos, se planifican toda clase de acciones para mejorar los registros de cara al futuro.

De este modo, se podría elevar al rango de oráculo para todos los agentes implicados en este negocio a algunas de las publicaciones como la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) o la de Movimientos de Viajeros en Frontera (Frontur), que lleva a cabo el Instituto de Estudios Turísticos (IET), así como los informes de ocupación del Instituto Nacional de Estadística o los que acometen las comunidades autónomas, o los que realizan puntualmente algunas entidades de la talla de la Alianza para la Excelencia Turística (Excelltur), consultoras privadas como PriceWaterhouseCooper o, incluso, el Banco de España.

Conocer al visitante

Al respecto, la consejera de Turismo del Ejecutivo autonómico, Rita Martín, asevera que "la información obtenida de las encuestas, tanto las que confeccionamos nosotros como las que elaboran otras entidades, son un pilar esencial a la hora de tomar cualquier decisión estratégica".

A su vez, afirma que "la mejora en la metodología y en el acceso a las encuestas experimentada en los últimos años nos permite actuar casi de manera inmediata para reforzar o corregir algunas iniciativas".

En este contexto, Martín puntualiza que "en una época como la actual en la que la industria turística ha sufrido cambios espectaculares es vital tener un conocimiento lo más exhaustivo y con la mayor rapidez posible de nuestros visitantes con el fin de adaptarnos a sus necesidades o exigencias".

De igual manera opina el presi-

La encuesta de turismo receptivo del Cabildo tinerfeño está considerada como una de las más fiables

La información estadística es un pilar para las decisiones estratégicas del Ejecutivo autonómico

dente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel), José Fernando Cabrera, que recalca que "gracias a ellas podemos anticiparnos un poco a cómo evolucionará el mercado".

Sin embargo, señala que "existen demasiadas encuestas que hacen perder mucho tiempo a los hoteleros". En esta línea, indica que esta saturación puede entrañar el riesgo de que "los establecimientos alojativos acaben por no prestarle el nivel de atención necesario que estas cuestiones exigen y se resienta la calidad de las respuestas". No en vano, argumenta que "hoy por hoy, algunas encuestas no están reflejando la realidad del sector".

A su modo de ver, la más objetiva, completa y la que presenta un nivel de fiabilidad mayor de todas las que atañen a las Islas, tanto entre las que ejecutan a escala nacional como autonómica, es, con diferencia, la de turismo receptivo del Cabildo tinerfeño".

Cabrera recalca que "en su desglose se incluyen campos que se han consensuado con todos los miembros del Consejo de Administración de Turismo de Tenerife, como el número de visitantes, las

pernoctaciones, el porcentaje de ocupación de los hoteles y su distribución según la categoría y el gasto turístico y en la que, incluso, se recaban datos hasta de la planta alojativa alegal, lo que la refrenda como la que mejor refleja la situación turística insular". Por contra, sobre las encuestas de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (Aena) sostiene que "es muy positiva en lo que alude a las previsiones de vuelos, pero presenta el inconveniente de que sólo ofrece el número de pasajeros sin especificar entre turistas y otro tipo de viajeros".

Mientras, sobre las que ofrece el Consejería de Turismo autonómica, la patronal hotelera demanda una mayor actualización del censo de establecimientos utilizado, que se ha quedado un poco anticuado", pero destaca la significativa aportación de la del Instituto de Estadística de Canarias (Istac), que califica de "un importante documento de análisis de la actividad del sector en el Archipiélago, con la única pega de que su juventud no permite aún comparar algunos puntos con los años precedentes".

Paralelamente, Ashotel hace un sondeo propio sobre el nivel de ocupación entre sus asociados, abarcando unas 60.000 camas al mes, a través de una plantilla en la que solicitamos información relativa al mes en curso, el anterior y la previsión para el siguiente y que éstos nos devuelven ya cumplimentada vía e-mail" y que, según Cabrera, suele coincidir bastante con la del Cabildo tinerfeño", y añade que, "igualmente, cada semana o quince días hacemos un seguimiento de como van las ventas para Canarias entre los principales touroperadores que operan en el Reino Unido, Alemania y la Península, que nos permiten contar con datos bastante reales".

Pese a ello, comenta que "lo ideal sería que hubiera una sola encuesta y ésta debería ser la del



Istac para el ámbito regional, cuando ésta adquiera el recorrido y la madurez de la de Turismo de Tenerife".

Sobre esta herramienta, la titular del departamento autonómico de Turismo subraya que "con el acuerdo alcanzado a finales de 2009 entre el Istac, dependiente de la Consejería de Economía y Hacienda y el Observatorio Turístico de Canarias hemos mejorado y depurado sustancialmente los datos acerca de los turistas que llegan a las Islas, así como su difusión hacia los cabildos y el público en general a través de nuestra propia web y la del Istac".

Unificar criterios

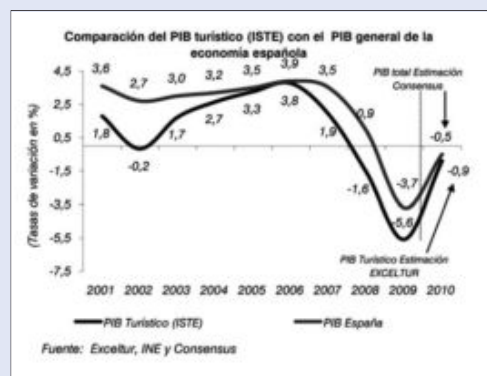
Martín hace hincapié en la buena sintonía y el flujo de información entre el Ministerio y el área de Economía del Gobierno canario, aunque matiza que "si bien nosotros transmitimos a todos los cabildos los resultados de nuestras encuestas, ellos no nos remiten las suyas,

sino que tenemos conocimiento de sus estudios estadísticos a través de la prensa".

Por otro lado, coincide con Cabrera en que "habría que unificar criterios entre todos los organismos que realizan este tipo de informes en el Archipiélago y que el Istac centralizara su elaboración".

Aún así, a su juicio hay espacio para mejorar la información estadística, "sobre todo en el capítulo de la segmentación de los cuatro nuevos productos por los que estamos apostando ahora, a fin de conocer con mayor detalle el comportamiento de los visitantes vinculados a los sellos Water Sport Experience, para las actividades acuáticas; Wellnes Delight, del segmento de salud; Family Welcome, para familias con hijos, y Volcanic Experience, relativo al paisaje volcánico de las Islas. "Algo similar a lo que ya se ha conseguido con el turismo de golf", apostilló.

Entre tanto, el consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife,



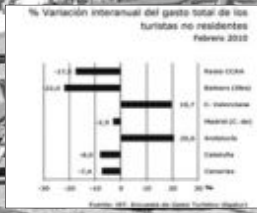
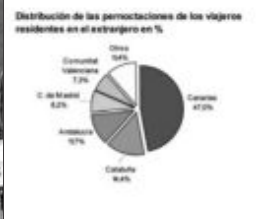
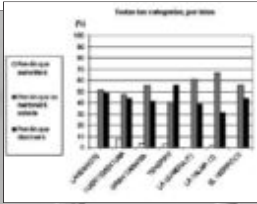
Cifras en cuarentena

■ La cuota de optimismo en el negocio turístico de Canarias ha ganado peso durante los primeros meses del año, gracias, sobre todo, al giro radical de las encuestas que han dejado de traducir la actividad del sector en números precedidos por un signo negativo. Sin embargo, el colectivo es consciente de que esta "terapia" de dígitos y porcentajes puede quedar en un mero "tratamiento placebo" a expensas de las iniciativas que se lleven a cabo y de imprevistos ajenos al turismo. Por ello, todos coinciden en que sería conveniente "poner en cuarentena" los halagüeños vaticinios de los últimos informes y, aunque, todo apunta a que la reactivación llegará este mismo año, son conscientes de que los registros de los ejercicios inmediatamente precedentes a la crisis tardarán en llegar. De hecho, mientras la APAV se conformaría con recuperar 100.000 visitantes para Tenerife al cierre de 2010, Ashotel eleva sus expectativas hasta los 300.000. No obstante, Cabrera aclara en que, "en realidad, el número de turistas es para nosotros un dato estadístico folclórico, ya que lo importante es aumentar las pernoctaciones y el gasto", y eso sí que está por ver.

REPORTAJE



LAGO MARTIÁNEZ del Puerto de la Cruz durante la pasada Semana Santa y varias representaciones gráficas de las últimas encuestas publicadas por el Istac, Frontur, Egatur y PriceWaterhouseCooper./ FOTOS: M. EXÓSITO



El Istac podría unificar a medio plazo todos los sondeos del sector en el Archipiélago

Ashotel demanda más datos sobre la evolución de los precios en los establecimientos

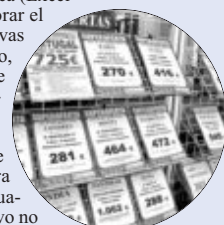
José Manuel Bermúdez, defiende que "no es malo tener muchas fuentes de información estadística porque cada organismo maneja diferentes variables y aporta una serie de conclusiones tanto de aspectos eminentemente turísticos como de otros datos económicos que nos pueden ofrecer perspectivas nuevas e interesantes". No obstante, también se muestra de acuerdo con la idea de que la tendencia debería ser hacia la unificación entre todas las que se realizan en el Archipiélago y que sea un único organismo el que interprete los datos con los mismos criterios preestablecidos para todos". En cuanto al éxito de la encuesta de turismo receptivo de Turismo de Tenerife, que se lleva desarrollando desde 1978, destaca su alto grado de fiabilidad lo que "posiblemente la convierte en la estadística de establecimientos alojativos más importante de todo

el Estado". Bermúdez asevera que la clave para que esto sea así radica en "la confianza que los propietarios de los hoteles y apartamentos de la Isla depositan en nosotros al facilitarnos sus datos confidenciales". Precisamente, el máximo representante de los hoteleros de la provincia tinerfeña argumenta que igualmente sería interesante la incorporación de una variable que analizara la evolución de los precios, pero reconoce que es muy difícil de conseguir dado que algunos empresarios del sector son reacios a informar de estas cuestiones". Aún así, plantea la posibilidad de "confeccionar una especie de panel con un grupo de 50 hoteles y apartamentos representativos de todas las categorías para que, sin que se conozca su nombre, den mes a mes la información correspondiente".

LOS "OLVIDADOS" DE LOS SONDEOS

Agencias de viajes

Mientras que ninguna de las encuestas o informes sobre el sector turístico olvida a los establecimientos hoteleros, otros negocios estrechamente vinculados a esta actividad que genera un 30% del Producto Interior Bruto (PIB) de Canarias, como las agencias de viajes, aparecen en contadas ocasiones como el que la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) elabora anualmente para valorar el año turístico y testar las perspectivas del ejercicio entrante. Al respecto, el presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de la provincia de Santa Cruz de Tenerife (APAV), José Ignacio Alonso, destaca que salvo la encuesta de turismo receptivo que elabora Turismo de Tenerife y casos puntuales como Exceltur, nuestro colectivo no tiene acceso a este tipo de documentos. No obstante, a su juicio, "las que realiza el organismo dependiente del Cabildo ofrecen unos datos muy fiables, ya que se desarrollan a pie de aeropuerto y con unos cuestionarios que han sido consensuados por todas las entidades que tenemos representación en el seno del Consejo de Administración". A su vez, argumenta que "para nosotros es más que suficiente conocer lo que llega a la Isla y cómo llega", mientras que "en el apartado de las previsiones nos movemos en un ámbito que es más impreciso que otros segmentos de actividad porque influyen temas más cambiantes". Así, Alonso alega que "aunque podamos hacernos una idea de cómo van a comportarse los próximos meses, la repentina quiebra de una aerolínea o un touroperador, así como un acto terrorista o un desastre natural en un destino competidor pueden modificar por completo la composición de lugar que nos habíamos hecho".



"Rent a car"

El gerente de la Asociación Provincial de Coches de Alquiler de Santa Cruz de Tenerife (Apeca), Luis Durango, señala que "sería bueno que hubiera más estadísticas relacionadas con el turismo que usa el coche de alquiler, porque podríamos tener una idea del gasto que éste genera no sólo en el núcleo turístico en el que se aloja, sino también en el resto de la Isla", una cantidad que, según sostiene, "es significativa, ya que la propia libertad de movimientos que tienen estos visitantes propicia que el dinero que gastan se distribuya por todos los municipios". Además, recalca que muchos organismos se olvidan de la importancia que tiene este sector, ya que "un 25 ó 30% de los turistas que visitan Tenerife usan coches de alquiler". Es por ello que el portavoz de los "rent a car" de la provincia tinerfeña reclama una mayor presencia en los estudios estadísticos y en los órganos de toma de decisión de cuestiones relativas al turismo. Igual que el titular de la APAV, Duarte aclara que si bien su colectivo cuenta con voz en Turismo de Tenerife, no ocurre lo mismo con otros organismos dependientes de la Consejería de Turismo del Ejecutivo regional. En esta línea, considera que "da la sensación de que piensan que no tenemos nada que ver con este sector, cuando prácticamente el 95% de nuestros clientes son turistas", a lo que se le suma que "en muchas ocasiones somos el primer punto de información para los visitantes que llegan al Archipiélago".

