



Más cantidad que calidad

Como séptimo mes del año, julio supone informativamente un aluvión de estadísticas acerca del primer semestre, y el sector turístico no iba a ser menos. La significativa Encuesta sobre Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) arroja datos ya tradicionales como que Baleares y Cataluña siguen siendo los principales destinos de los españoles, que británicos y alemanes son los mayores mercados emisores hacia España, o que la principal vía de acceso al país es a través de compañías aéreas.

Ahora bien, esta completa encuesta elaborada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio muestra que este primer semestre entraron en España 25,5 millones de visitantes, lo que traducido a porcentajes supone un 6% más que en el mismo periodo de 2005. Solo en el mes de junio se produjo la llegada de 5,5 millones de visitantes, que supone un incremento del 5,5% con respecto al mismo mes del año pasado. Por si esto fuera poco, nuestros principales mercados emisores, el británico y el alemán, han registrado incrementos del 2,2 y 4,3%, respectivamente.

En definitiva, las cifras oficiales son bastante positivas, aunque dependiendo de la perspectiva puede haber trampa, especialmente en lo que respecta a la rentabilidad que provoca esta masiva llegada de turistas.

Exceltur, la Alianza para la Excelencia Turística, y que refleja la postura del sector privado, constata en su informe sobre el segundo trimestre el crecimiento en el volumen de turistas en territorio nacional y plantea unas previsiones que reafirman el crecimiento que soporta el sector. No obstante, también hacen especial hincapié en la pérdida de rentabilidad, esto es, en la disminución del gasto medio por persona que visita el territorio nacional. Sin ir más lejos, Exceltur cifra en un 12,9% esa disminución de gasto registrada en los cuatro primeros meses del año.

Las cuentas son claras. Para obtener los mismos beneficios que en ejercicios anteriores hay que conseguir que vengan más visitantes o que entren en el hotel más clientes, es decir, hay que trabajar más. Resultado, la rentabilidad de cada una de las operaciones baja, y lo mismo sucede en las agencias de viajes donde, a pesar de tener un importante volumen de actividad, éste no se traduce en grandes resultados económicos. Lograr frenar ese incesante goteo en las cuentas del sector se plantea como uno de los grandes retos de futuro del turismo español. Administraciones y grupos empresariales han de trabajar juntos más que nunca. Y es que no se trata de inflar estadísticas de cruce de fronteras, sino de incrementar el número de pernoctaciones, de gasto medio en oferta complementaria, ocio, rent-a-car... Es decir, más calidad que cantidad.