

# Fundamentos para la elaboración de las estadísticas turísticas

Ibiza Melián

14 octubre, 2010



Categoría: Turismo

Estoy absolutamente convencida de que **la crisis económica actual**, si analizamos minuciosamente el contexto y aplicamos las [políticas](#) más acertadas, **podremos convertirla en un campo de oportunidades**. Hemos salido de otras tan virulentas como ésta y ahora no iba a ser diferente. Poseemos una industria con capacidad suficiente, muchísimos años de experiencia en la materia, enormes recursos naturales y un gran capital humano. Pero eso sí, el tiempo de duración de la misma dependerá de las [líneas a ejecutar](#) y de la agilidad en emprenderlas.

Ahora más que nunca, **se hace preciso trabajar sobre datos ciertos y obtenidos rápidamente.**

Por mencionar un hecho anecdótico. **Las estadísticas de ocupación** se elaboran comúnmente sobre parámetros erróneos. Algunas **se contabilizan por las entradas en los aeropuertos, lo que es un total desacierto.** En la mayoría de las [zonas costeras](#) españolas se han creado núcleos urbanos integrados casi en su totalidad por ingleses, alemanes, italianos,..., son claramente residentes y de ningún modo [turistas](#). No ocupan una plaza alojativa, pero si emplean el avión para ir a ver a sus familiares, realizar gestiones en su país de procedencia, etc. Si tenemos en cuenta además que con la irrupción de las compañías aéreas de bajo coste puede salir más barato volar de Canarias a Londres, que a Madrid o Barcelona, y eso sin tener en cuenta los precios de los hoteles en Madrid o Barcelona, inclusive que a otra isla del archipiélago, tampoco en este caso los canarios que opten por pasar un fin de semana en el Reino Unido, a su regreso, pueden ser considerados turistas. Y no es viable realizar una selección por el factor de residencia, puesto que éste sólo se aplica en recorridos dentro del territorio nacional a los que están empadronados en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla. Descuento subvencionado por el Estado Español a través del Ministerio de Fomento para cubrir la desigualdad lógica con los habitantes de la Península Ibérica, quienes tienen a su disposición muchos más medios de transporte: tren, coche, guagua,... Es decir, cuando compras un billete de avión nadie te hace un cuestionario para poder diferenciar entre los que pernoctan en establecimientos hoteleros o extrahoteleros y los que no.

Asimismo **desconocemos con milimétrica precisión, en demasiadas ocasiones, indicadores tan importantes como la elección del régimen alimenticio:** Alojamiento y Desayuno, Media Pensión, Pensión Completa, Todo Incluido. Necesarios para establecer el beneficio que el destino turístico obtiene de cada visitante que recibe. **Manejamos el gasto medio, pero no en qué específicamente emplea el cliente ese dinero y quiénes son las empresas agraciadas: restauración, comercio, transporte, hospedaje, ocio,....** Lo que nos daría un perfil exacto de cada uno.

No se trata sólo de recibir el mayor número de viajeros, sino de [conseguir una buena cuenta de resultados](#). Un hotel puede estar completo y su balance señalar pérdidas, porque, por decir algo, todas sus ventas se efectuaron con ofertas de última hora. **El éxito de nuestro destino turístico debe radicar en la**

**persecución de beneficios, que redunden en el aumento del bienestar social de los ciudadanos y no simplemente en el incremento de llegadas. Elemento que por sí solo no dice nada.**

