

TURISMO

Cristina Recoder: «España desconoce aspectos claves de su realidad turística»

ALERTA / SANTANDER

La directora del Instituto de Estudios Turísticos (IET), Cristina Recoder, declaró ayer en Santander que España «desconoce aspectos clave de su realidad turística», por lo que este organismo -responsable de la investigación y la estadística sobre el sector- se está replanteando «a fondo» sus bases de datos y se está preguntando si la información que difunde «sirve» para tomar decisiones. «Tenemos que dejar de

hablar tanto del número de turistas y hablar más de rentabilidad», ha asegurado. Recoder participó como moderadora en una mesa redonda del encuentro 'Turismo: España empresarial' que se ha celebrado en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) con la colaboración de la Escuela de Organización Industrial (EOI). En ese foro explicó que el IET reflexiona ya sobre cómo cambiar su filosofía de trabajo para conseguir una información que sea mucho más



Cristina Recoder con los participantes en la mesa redonda. / ALERTA

útil. «Queremos saber en qué medida la ingente cantidad de cifras se transforma en conocimiento estratégico», explicó la responsable del

instituto, para quien el gran reto de futuro es aumentar la labor «prospectiva», lo que permitiría al sector adelantar tendencias.

«Estamos en proceso de acercarnos más a la realidad y de saber qué estadísticas son clave», dijo. El director de estudios e investigación de Exceltur, Óscar Perelli, estuvo de acuerdo en que habrá que afrontar la gestión turística «de otra manera», y teniendo en cuenta información de la que ahora se carece. «Hasta hoy, España es un supermercado que vende un poco de todo. Esto hay que empezar a orientarlo mejor», apuntó. En su opinión, es necesario conocer «los ingresos reales» que genera el turismo, los efectos socioeconómicos y «los costes que nos generan los turistas, que tampoco se han medido bien». Todo esto es básico para «conocer al cliente, no sólo al que nos visita, sino también al que nos gustaría que nos visitara» toda vez que «el mercado es cada vez más complejo», advirtió.