

# Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos colectivos

**Fernando Cortina García**

*Subdirector General de Estadísticas de los Servicios (INE)*

**E**l interés del Instituto Nacional de Estadística por medir la coyuntura turística a través de magnitudes físicas se remonta a los años 60 con la antigua Encuesta de Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros. Esta encuesta dio origen a la actual Encuesta de Ocupación Hotelera que se vio complementada en la década de los 90 con las Encuestas de Ocupación en Apartamentos y Acampamentos y, por último, con el reciente desarrollo del turismo rural, con la Encuesta de Ocupación en los Alojamientos de Turismo Rural.

Estas operaciones estadísticas tienen como objetivo recopilar la información de una serie de variables que permiten realizar un seguimiento de la evolución a corto plazo de este subsector dentro del sector turístico (uno de los más importantes de la actividad económica de nuestro país), siguiendo para ello las directrices que marca la Directiva 95/57/EC del Consejo de 23 de noviembre, sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo.

Los datos obtenidos son, también demandados por numerosos organismos nacionales, entre ellos, distintas administraciones turísticas regionales y locales, que utilizan esta información para el desarrollo de la promoción turística dentro de sus competencias; así como numerosas asociaciones y federaciones del sector, para los que, con el fin de dirigir mejor sus campañas de marketing, les es útil conocer el perfil de sus clientes en cuanto a mercados de origen o tiempos de permanencia en los establecimientos, constituyendo una de las operaciones estadísticas más demandadas dentro de las que lleva a cabo el INE.

Por otro lado, el output de esta encuesta se utiliza como input en la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo y en la Balanza de Pagos (ingresos por turismo y viajes).

## Reseña metodológica

Las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos Colectivos tienen una periodicidad mensual y el proceso de recogida de los cuestionarios está diseñado de tal forma que permite una rápida difusión de los resultados, estando éstos disponibles 23 días (establecimientos hoteleros) y 30 días (resto de alojamientos) después del mes de referencia. Tras el IPC constituye el indicador más importante en términos de oportunidad de cuantos realiza el INE

La unidad estadística es el establecimiento, solicitando información a todos los establecimientos de categorías su-

periores y a una muestra del resto de categorías, que puede llegar a ser distinta en aquellas provincias donde población de establecimientos abiertos es muy diferente en la temporada de invierno y verano (por ejemplo, en los hoteles de Illes Balears). Los establecimientos investigados: 10.000 hoteles en invierno y 12.000 en verano, 3.000 apartamentos, 5.500 alojamientos de turismo rural y 1.000 acampamentos, cubren más del 80% de la totalidad de plazas ofertadas.

Estas operaciones, realizadas desde el lado de la oferta, puesto que son los proveedores del servicio de alojamiento quienes facilitan la información, permite obtener resultados de la oferta: número de establecimientos abiertos y las plazas ofertadas (además en hoteles y turismo rural se recogen las habitaciones ofertadas; en acampamentos, las parcelas; y en apartamentos turísticos, el número de apartamentos) y de la demanda: el número de viajeros y pernoctaciones, desglosado según la procedencia del viajero (por CC.AA., en el caso de los residentes, y por país de residencia, en el caso de los no residentes); además de una estimación de la estancia media como cociente de las dos variables. Por último, como interrelación de las variables de oferta y demanda, se obtiene el grado de ocupación.

Con todas estas variables, se dispone de una fotografía muy completa de lo ocurrido en los alojamientos turísticos colectivos en un mes determinado y permite observar la evolución de las mismas a lo largo del tiempo, destacando la comparación interanual de todos los meses.

## ¿Qué nos permite conocer?

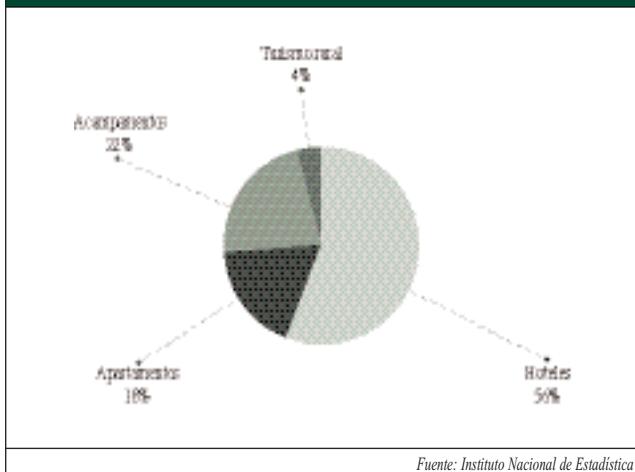
**Oferta: ¿Cuántos establecimientos existen?  
¿De qué tipo? ¿Cuántas plazas ofertan?**

Las cuatro Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos Colectivos ofrecen información del número de establecimientos abiertos y de su capacidad en términos del número de plazas ofertadas en cada mes; además de la ubicación de las mismas o el reparto por tipo de alojamiento.

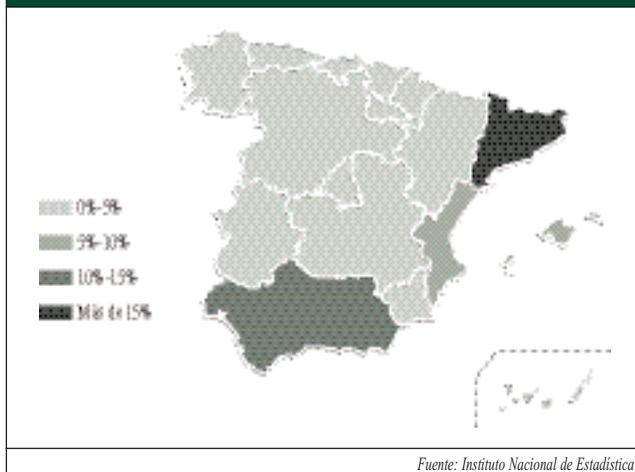
En mayo de 2007 se ofertaron 2.658.624 plazas en estos alojamientos, de las cuales (ver gráfico 1) más de la mitad de las plazas correspondían a hoteles y, sólo un 4% correspondieron a alojamientos de turismo rural.

La distribución de esas plazas por comunidad autónoma, indica una concentración de las mismas en el litoral medi-

**GRÁFICO 1. PORCENTAJE DE PLAZAS POR TIPO DE ALOJAMIENTO**



**MAPA 1. DISTRIBUCIÓN DEL TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS EN MAYO DE 2007 POR C.C.A.A**



terráneo y las islas: 2/3 partes de las plazas ofertadas en mayo de 2007, estaban situadas en Cataluña, Illes Balears, Andalucía y Canarias.

Por tipo de establecimientos: en Illes Balears, Andalucía y Cataluña estaban ubicadas el 53% de las plazas hoteleras ofertadas en ese mes; mientras que Canarias concentraba el 40% de las plazas ofertadas en apartamentos y Cataluña más del 45% de las de acampamientos. El turismo rural, sin embargo, no es un fenómeno tan concentrado, aunque destaca la oferta de Castilla y León y Cataluña.



**Demanda: ¿Quiénes nos visitan? ¿Dónde se alojan? ¿Qué destinos prefieren?**

La información proporcionada por estas encuestas no sólo tiene interés en el seguimiento en el corto plazo, también el análisis de las series históricas para obtener tendencias o, de años completos para descubrir patrones de comportamiento en los turistas, es muy útil para diseñar campañas de promoción o de marketing en mercados concretos.

Más del 59% de las pernoctaciones de 2006 en el conjunto de alojamientos turísticos colectivos fueron realizadas por personas no residentes en España, siendo Reino Unido y Alemania los principales mercados emisores.

**“El output de esta encuesta se utiliza como input en la elaboración de la Cuenta Satélite del Turismo y en la Balanza de Pagos”**

Centrándonos en el tipo de establecimiento elegido para el alojamiento, tanto en hoteles como en acampamientos, la distribución entre pernoctaciones de residentes y no residentes está bastante equilibrada (43% y 57%, en hoteles, y 55% y 45%, en campings, respectivamente). Sin embargo, el cliente mayoritario de los apartamentos turísticos son los extranjeros, realizando 78% de las pernoctaciones. En los alojamientos de turismo rural, la situación es la inversa, ya que los no residentes realizan únicamente el 18% del total de las pernoctaciones de 2006.

**TABLA 1. OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS COLECTIVOS**

	Hoteles		Apartamentos		Acampamentos		Turismo rural		Total	
	Viajeros total	Pernoctaciones total	Viajeros total	Pernoctaciones total	Viajeros total	Pernoctaciones total	Viajeros total	Pernoctaciones total	Viajeros total	Pernoctaciones total
Residentes	47.444.140	115.088.253	2.603.264	16.134.371	4.499.374	17.478.871	2.180.235	6.134.575	56.727.013	154.836.070
No residentes	34.411.762	151.939.606	6.336.997	56.379.938	2.120.373	14.443.301	245.194	1.303.808	43.114.326	224.066.653
<b>Total</b>	<b>81.855.902</b>	<b>267.027.859</b>	<b>8.940.261</b>	<b>72.514.309</b>	<b>6.619.748</b>	<b>31.922.173</b>	<b>2.425.429</b>	<b>7.438.383</b>	<b>99.841.340</b>	<b>378.902.724</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En cuanto a los destinos, para el total de establecimientos y de turistas, las CCAA donde se produjeron más pernoctaciones en 2006 fueron Canarias, Illes Balears, Cataluña, Andalucía y Comunitat Valenciana. La elección del destino es, sin embargo, diferente para los turistas españoles que para los extranjeros: los residentes prefieren Andalucía, Cataluña y Comunitat Valenciana; mientras que los no residentes cuentan entre sus dos primeras opciones con las islas (Canarias, Illes Balears) seguidas de Cataluña. Entre los extranjeros también hay distintas preferencias: los alemanes optan por las Illes Balears (un 41% lo eligen como destino); y los británicos escogen las Islas Canarias (32%).

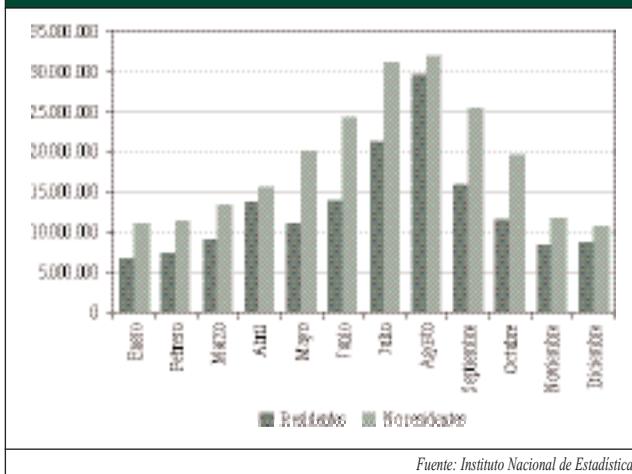
**El turismo: un fenómeno estacional**

Aunque en los últimos años, tanto las autoridades turísticas competentes como las asociaciones y empresas del sector realizan campañas publicitarias y llevan a cabo diferentes acciones para “desestacionalizar” el turismo, este sigue teniendo un fuerte componente estacional al menos el denominado “turismo reglado”, es decir sin contemplar el alojamiento privado.

La mitad de las noches que los turistas (tanto españoles como extranjeros) pernoctaron en los diferentes alojamientos turísticos colectivos se concentraron en el año 2006 en los meses de junio, julio, agosto y septiembre. Por tipos de

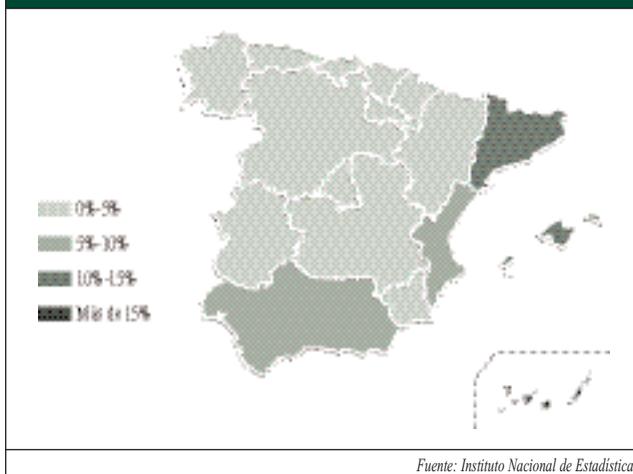
alojamientos, esta concentración es aún mayor en el caso de los acampamentos, donde el 72% de las pernoctaciones de todo el año se realizaron en estos meses estivales o en el caso de las pernoctaciones que los residentes realizan en los apartamentos, donde el 65% ocurren también en dichos meses.

**GRÁFICO 2. TASA DE PERNOCTACIONES DE 2006**



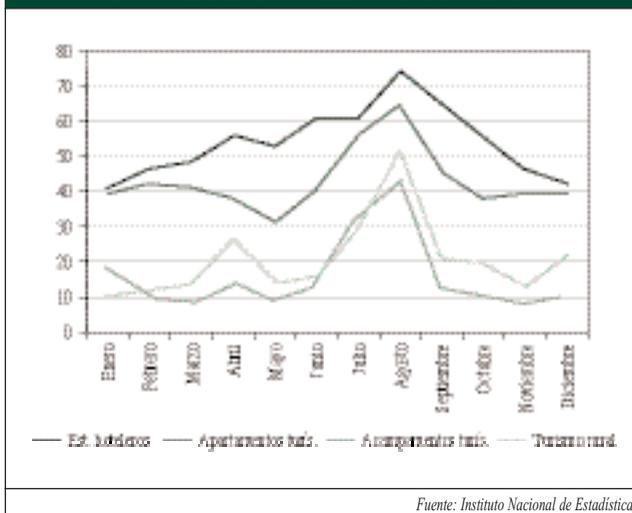
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

**MAPA 2. DISTRIBUCIÓN DEL TOTAL DE PERNOCTACIONES DE 2006 POR CC.AA.**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

**GRÁFICO 3. GRADOS DE OCUPACIÓN**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística



## Distintos tipos de alojamientos, diferentes patrones de comportamiento

La estancia media refleja el distinto comportamiento de los viajeros dependiendo del tipo de alojamiento que utilicen. Así, en los establecimientos hoteleros, la estancia media toma valores entre tres y cuatro noches, mientras que las estancias son más prolongadas en los apartamentos turísticos (entre siete y nueve noches). En el turismo rural, la estancia media suele estar entre las dos y tres noches, doblándose en agosto, donde la permanencia en este tipo de establecimientos es de cinco noches. En estos tres tipos de alojamiento, aumenta la estancia media en la temporada de verano, mientras que en los acampamentos esta variable alcanza su máximo en los primeros meses del año, debido fundamentalmente a viajeros procedentes de Reino Unido, Alemania y Países Bajos, que se instalan en la Región de Murcia y en la provincia de Alicante, durante periodos muy largos.

### La importancia de esta información en el ámbito local

El turismo se convierte en muchas ocasiones en el motor económico de una determinada zona geográfica muy concreta que necesita información para conocer su entorno o sus competidores directos. El tamaño muestral de estas encuestas es lo suficientemente amplio para poder disponer de estimaciones por CC.AA., provincias y para las zonas y puntos (municipios) turísticos más destacados, de los cuatro tipos de alojamiento colectivo, con un alto nivel de fiabilidad. Estas encuestas, dentro de las que se dirigen a empresas o establecimientos, son las que permiten un mayor nivel de desagregación de las llevadas a cabo por el INE.

Las zonas turísticas con mayor número de pernoctaciones en 2006 fueron la isla de Mallorca, en el caso de los establecimientos hoteleros y turismo rural; la isla de Gran Canaria, para los apartamentos turísticos; y la Costa Brava, en los campings. Y los puntos turísticos más destacados fueron Madrid, en los hoteles, y San Bartolomé de Tirajana (Las Palmas de Gran Canaria).

Por último, destacar que lo expuesto en este artículo no es sino una muestra de los análisis y resultados mucho más detallados que se pueden obtener de las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos: Hoteles, Apartamentos, Acampamentos y Alojamientos de Turismo Rural.

### Para saber más...

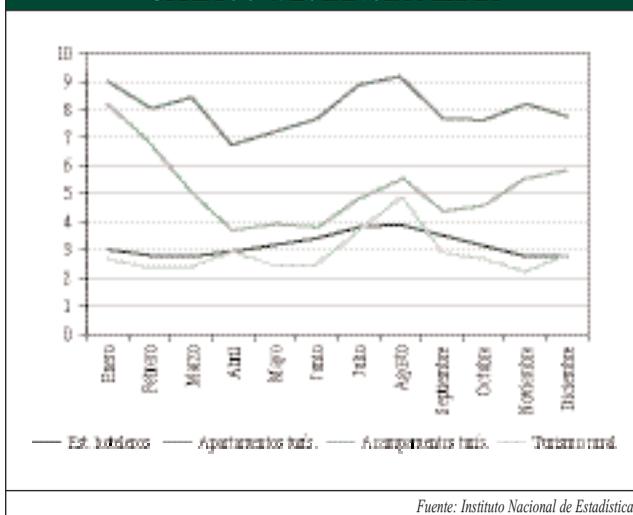
- Inebase: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Eurostat: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1090,30070682,1090\\_33076576&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL)

Por otra parte, el perfil estacional de residentes es similar al de no residentes, con la salvedad de la incidencia de la Semana Santa, que es mayor en los españoles que en los extranjeros.

**“El tamaño muestral permite disponer de estimaciones por CC.AA., provincias y para las zonas y municipios turísticos más destacados”**

El grado de ocupación por plazas, con incrementos en el mes de agosto de 20 puntos por encima de la media del año en el caso de hoteles y apartamentos y de más de 35 puntos en el caso de campings y turismo rural evidencia también la estacionalidad de este fenómeno.

**GRÁFICO 4. ESTANCIA MEDIA**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística